

RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA TADBIRKORLIK SUBYEKTLARINING MARKETING FAOLIYATINI TAKOMILLASHTIRISH

Baxtiyorova Maftuna Bahrom qizi

Toshkent kimyo - texnologiya instituti mustaqil tadqiqotchisi

Annotatsiya: Ushbu tezisda raqamli iqtisodiyot sharoitida tadbirkorlik subyektlarining marketing faoliyatini takomillashtirish masalalari keng yoritilgan. Raqamli texnologiyalar, internet marketing, ijtimoiy tarmoqlar va ma'lumotlarga asoslangan yondashuvlarning tadbirkorlik faoliyatidagi ahamiyati tahlil qilingan. Shuningdek, marketing samaradorligini oshirishga qaratilgan taklif va tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: raqamli iqtisodiyot, tadbirkorlik subyektlari, raqamli marketing, internet marketing, innovatsiya.

Kirish

Bugungi globallashuv va axborot texnologiyalarining jadal rivojlanishi sharoitida raqamli iqtisodiyot barcha sohalarga, jumladan tadbirkorlik faoliyatiga chuqur kirib bormoqda. Raqamli iqtisodiyot sharoitida bozor munosabatlarining yangi shakllari vujudga kelib, tadbirkorlik subyektlarining faoliyat yuritish mexanizmlarida tub o'zgarishlar yuz bermoqda. Ayniqsa shuni aytish lozimki, marketing faoliyati raqamli texnologiyalar ta'sirida sifat jihatidan yangi bosqichga ko'tarilmoqda.

An'anaviy marketing yondashuvlari zamonaviy raqamli muhitda yetarli samara bermay qolmoqda. Iste'molchilarning xulq-atvori, ehtiyojlari va xarid qilish qarorlari asosan raqamli axborot manbalari orqali shakllanmoqda. Shu sababli tadbirkorlik subyektlari marketing faoliyatini raqamli iqtisodiyot talablariga mos holda takomillashtirish dolzarb vazifalardan biri hisoblanadi.

Asosiy qism.

Raqamli iqtisodiyot sharoitida marketing faoliyati asosan raqamli texnologiyalar, internet platformalar va ma'lumotlarga asoslangan boshqaruv orqali amalga oshiriladi. Raqamli marketing tadbirkorlik subyektlariga bozorni chuqur tahlil qilish, iste'molchilar bilan bevosita va tezkor aloqani yo'lga qo'yish hamda marketing strategiyalarini aniq maqsadlarga yo'naltirish imkonini beradi.

Bugungi kunda internet marketing, ijtimoiy tarmoqlar marketingi, qidiruv tizimlari optimallashtirish (SEO), kontekstli reklama, elektron pochta marketingi va mobil marketing tadbirkorlik subyektlari faoliyatida keng qo'llanilib kelinmoqda. Ushbu vositalar yordamida mahsulot va xizmatlar haqidagi axborot qisqa vaqt ichida

keng auditoriyaga yetkaziladi. Natijada marketing xarajatlari kamayib, reklama samaradorligi oshadi.

Shuningdek, raqamli texnologiyalar asosida mijozlar ma'lumotlarini yig'ish va tahlil qilish imkoniyati kengaymoqda. "Big Data", sun'iy intellekt va analitik platformalar tadbirkorlik subyektlariga iste'molchilarning ehtiyojlarini oldindan aniqlash, individual marketing takliflarini ishlab chiqish va uzoq muddatli mijozlar bilan munosabatlarni shakllantirishga xizmat qiladi.

Marketing faoliyatini takomillashtirishda muhim yo'nalishlardan biri — ma'lumotlarga asoslangan marketing (data-driven marketing) hisoblanadi. Ushbu yondashuvda iste'molchilar haqidagi katta hajmdagi ma'lumotlar tahlil qilinib, marketing qarorlari aniq statistik va analitik ko'rsatkichlarga tayangan holda qabul qilinadi. Natijada reklama kompaniyalarining samaradorligi oshib, resurslardan oqilona foydalanish ta'minlanadi.

Shuningdek, mijozlarga yo'naltirilgan marketing (customer-oriented marketing) tamoyillarini joriy etish marketing faoliyatini takomillashtirishda muhim ahamiyat kasb etadi. Raqamli platformalar orqali iste'molchilarning ehtiyojlari, xatti-harakatlari va afzalliklarini chuqur o'rganish imkoniyati mavjud bo'lib, bu individual marketing takliflarini ishlab chiqishga xizmat qiladi.

Biroq, tadbirkorlik subyektlarining barchasi ham raqamli marketing imkoniyatlaridan to'liq foydalana olmayapti. Bunga asosan raqamli texnologiyalar bo'yicha bilim va ko'nikmalarning yetishmasligi, moliyaviy resurslarning cheklanganligi hamda raqamli infratuzilmaning yetarli darajada rivojlanmaganligi sabab bo'lmoqda. Shu bois marketing faoliyatini takomillashtirishda kompleks yondashuv zarur.

Raqamli iqtisodiyot sharoitida marketing faoliyatini takomillashtirish quyidagi yo'nalishlarda amalga oshirilishi maqsadga muvofiq:

- raqamli marketing strategiyalarini ishlab chiqish va joriy etish;
- marketing faoliyatida zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan keng foydalanish;
- marketing bo'yicha mutaxassislar malakasini oshirish;
- mijozlar bilan aloqalarni boshqarish tizimlarini (CRM) joriy etish;
- marketing qarorlarini qabul qilishda tahliliy ma'lumotlardan samarali foydalanish.

Ushbu chora-tadbirlar tadbirkorlik subyektlarining bozor sharoitlariga moslashuvchanligini oshirib, ularning raqobatbardoshligini ta'minlaydi. Raqamli iqtisodiyot sharoitida marketing faoliyatini takomillashtirishda quyidagi zamonaviy usullardan foydalanish maqsadga muvofiq hisoblanadi.

Birinchidan, ijtimoiy tarmoqlar marketingi (Social Media Marketing) tadbirkorlik subyektlari uchun eng samarali vositalardan biridir. Ijtimoiy tarmoqlar orqali brend

imijini shakllantirish, iste'molchilar bilan doimiy aloqani yo'lga qo'yish va bozor talablarini tezkor aniqlash mumkin. Ushbu usul ayniqsa kichik va o'rta biznes subyektlari uchun marketing xarajatlarini kamaytirishda muhim ahamiyatga ega.

Ikkinchidan, kontent marketing marketing faoliyatini takomillashtirishda muhim o'rin tutadi. Foydali, sifatli va maqsadli kontent yaratish orqali iste'molchilarning e'tiborini jalb qilish hamda brendga bo'lgan ishonchni oshirish mumkin. Kontent marketing uzoq muddatli marketing strategiyalarining ajralmas qismi hisoblanadi.

Uchinchidan, sun'iy intellekt va avtomatlashtirilgan marketing texnologiyalaridan foydalanish marketing faoliyatini yangi bosqichga olib chiqmoqda. Chatbotlar, avtomatik reklama joylashtirish tizimlari va shaxsiylashtirilgan takliflar tadbirkorlik subyektlariga marketing jarayonlarini tezlashtirish va inson omiliga bog'liqlikni kamaytirish imkonini beradi.

To'rtinchidan, CRM tizimlari (Customer Relationship Management) yordamida mijozlar bilan aloqalarni samarali boshqarish marketing faoliyatini takomillashtirishga xizmat qiladi. CRM tizimlari orqali mijozlar bilan o'zaro munosabatlar tarixi saqlanib, individual marketing strategiyalarini ishlab chiqish imkoniyati yaratiladi.

Beshinchidan, mobil marketing zamonaviy marketingning muhim tarkibiy qismiga aylanmoqda. Mobil ilovalar, SMS va push-bildirishnomalar orqali iste'molchilarga tezkor va maqsadli marketing axborotlarini yetkazish mumkin. Bu usul iste'molchilarning faolligini oshirishga xizmat qiladi.

Xulosa

Xulosa qilib aytganda, raqamli iqtisodiyot sharoitida tadbirkorlik subyektlarining marketing faoliyatini takomillashtirish iqtisodiy rivojlanishning muhim omillaridan biri hisoblanadi. Raqamli marketing vositalaridan samarali foydalanish orqali tadbirkorlik subyektlari bozor imkoniyatlarini kengaytirish, iste'molchilar ehtiyojlarini to'liq qondirish va barqaror rivojlanishga erishishlari mumkin.

Shu sababli, tadbirkorlik subyektlari marketing faoliyatini raqamli muhitga moslashtirish, innovatsion yondashuvlarni joriy etish va marketing sohasida kadrlar salohiyatini oshirishga alohida e'tibor qaratishlari zarur. Bu esa milliy iqtisodiyotning raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti. "Raqamli O'zbekiston – 2030" strategiyasini tasdiqlash to'g'risidagi Farmoni. — Toshkent, 2020 yil 5 oktyabr.
2. Mirziyoyev Sh.M. Yangi O'zbekiston strategiyasi. — Toshkent: O'zbekiston, 2021. — 464 b.
3. Abduqodirov A.A. Marketing asoslari. — Toshkent: Iqtisodiyot, 2019. — 312
4. Xolmatov N.M. Marketing faoliyatini boshqarish. — Toshkent: Iqtisod-Moliya, 2018. — 256 b.

5. Qodirov A.X., Xudoyberdiyev Z.T. Raqamli iqtisodiyot va uning rivojlanish istiqbollari. — Toshkent: Fan va texnologiya, 2021. — 210 b.
6. Usmonov B.Sh. Raqamli iqtisodiyot sharoitida tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirish. — Toshkent: Innovatsion rivojlanish nashriyoti, 2022. — 180 b.
7. Tursunov B.O. Kichik biznes va tadbirkorlikda marketing strategiyalarini takomillashtirish masalalari // Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar. — 2020. — №4. — B. 45–52.
8. Kotler P., Keller K.L. Marketing Management. — 15th ed. — Pearson Education, 2016. — 812 p.
9. Armstrong G., Kotler P. Principles of Marketing. — 17th ed. — Pearson Education, 2018. — 736 p.
10. Chaffey D., Ellis-Chadwick F. Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. — London: Pearson, 2019. — 640 p.