

## RAQAMLI MARKETINGNING ZAMONAVIY BIZNES FAOLIYATIDAGI O'RNINI VA RIVOJLANISH YO'NALISHLARI

*Tilloyev Temur Asliddin o'g'li*

*Samarqand iqtisodiyot va servis instituti*

*marketing kafedrasida assistenti*

*tilloyevtemur1996@gmail.com*

*Uzoqov Nuriddin Orif o'g'li*

*Samarqand iqtisodiyot va servis instituti*

*iqtisodiyot fakulteti IK-524 guruh talabasi*

**Annotatsiya:** Mazkur maqolada raqamli marketingning zamonaviy biznes faoliyatidagi o'rnini, uning asosiy vositalari, afzalliklari va rivojlanish yo'nalishlari ilmiy-amaliy jihatdan yoritiladi. Bugungi raqamli iqtisodiyot sharoitida korxonalar mahsulot va xizmatlarini bozorda samarali ilgari surish, iste'molchilar bilan doimiy aloqani yo'lga qo'yish hamda raqobatbardoshlikni oshirishda raqamli marketing imkoniyatlaridan keng foydalanmoqda. Raqamli marketing an'anaviy marketingdan farqli ravishda internet, ijtimoiy tarmoqlar, mobil ilovalar, elektron pochta, qidiruv tizimlari, onlayn reklama va marketplace platformalari orqali amalga oshiriladi. Ushbu maqolada raqamli marketingning mohiyati, biznes subyektlari uchun ahamiyati, iste'molchi xulq-atvoriga ta'siri va kelajakdagi rivojlanish tendensiyalari tahlil qilinadi.

**Kalit so'zlar:** raqamli marketing, internet marketing, ijtimoiy tarmoqlar, target reklama, kontent marketing, SEO, marketplace, iste'molchi xulq-atvori, biznes, brend.

### KIRISH

Zamonaviy bozor iqtisodiyoti sharoitida marketing korxonada faoliyatining ajralmas qismi hisoblanadi. Marketingning asosiy vazifasi iste'molchilar ehtiyojini aniqlash, ularga mos mahsulot yoki xizmat taklif qilish, bozorda talabni shakllantirish hamda korxonada foydasini oshirishdan iborat. Raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi esa marketing faoliyatining mazmuni va shakllarini tubdan o'zgartirdi.

Bugungi kunda xaridorlar mahsulot yoki xizmat haqida ma'lumotni avvalo internet orqali izlaydi. Ular narxlarni solishtiradi, mijozlar fikrlarini o'qiydi, ijtimoiy tarmoqlardagi reklamalarga e'tibor beradi va shundan so'ng xarid qarorini qabul qiladi. Shu sababli korxonalar uchun raqamli marketing vositalaridan foydalanish nafaqat reklama qilish usuli, balki xaridor bilan bevosita aloqa o'rnatish, uning talabini o'rganish va brendga bo'lgan ishonchni shakllantirish vositasiga aylandi.

Raqamli marketing — bu mahsulot va xizmatlarni internet hamda boshqa raqamli kanallar yordamida targ'ib qilish, sotish va iste'molchilar bilan munosabatlarni

boshqarish jarayonidir. U ijtimoiy tarmoqlar marketingi, qidiruv tizimlari optimizatsiyasi, elektron pochta marketingi, kontent marketing, target reklama, mobil marketing va onlayn savdo platformalarini o'z ichiga oladi.

Maqolaning dolzarbligi shundaki, bugungi raqobat sharoitida korxonalar an'anaviy reklama vositalari bilan cheklanib qolmasdan, raqamli marketingdan samarali foydalanishi zarur. Ayniqsa, kichik va o'rta biznes subyektlari uchun raqamli marketing kam xarajat bilan keng auditoriyaga chiqish, mahsulotni tezkor targ'ib qilish va mijozlar bilan mustahkam aloqa o'rnatish imkonini beradi.

### **ASOSIY QISM**

Raqamli marketing zamonaviy biznesning eng muhim yo'nalishlaridan biri sifatida shakllanmoqda. Uning asosiy xususiyati shundaki, marketing faoliyati internet va raqamli texnologiyalar yordamida tashkil etiladi. Bu esa korxonalariga aniq auditoriyani tanlash, reklama samaradorligini o'lchash, xaridorlar bilan tezkor muloqot qilish va marketing xarajatlarini nazorat qilish imkonini beradi.

An'anaviy marketingda reklama ko'proq televideniye, radio, gazeta, tashqi bannerlar va bosma materiallar orqali amalga oshiriladi. Bunday reklamada auditoriyani aniq tanlash qiyin bo'ladi. Raqamli marketingda esa korxonalar reklamasini aynan kerakli yoshdagi, kerakli hududdagi va ma'lum qiziqishlarga ega iste'molchilarga yo'naltirishi mumkin. Bu target reklama deyiladi.

Raqamli marketingning eng keng tarqalgan yo'nalishlaridan biri ijtimoiy tarmoqlar marketingi hisoblanadi. Instagram, Telegram, Facebook, TikTok, YouTube kabi platformalar orqali korxonalar mahsulotlarini reklama qiladi, xaridorlar bilan muloqot qiladi va brend imijini shakllantiradi. Ijtimoiy tarmoqlar marketingining afzalligi shundaki, unda reklama faqat mahsulot haqida xabar berish bilan cheklanmaydi, balki xaridorlar bilan ikki tomonlama aloqa o'rnatiladi.

Yana bir muhim yo'nalish - kontent marketing. Kontent marketing foydali, qiziqarli va ishonchli axborot orqali iste'molchining e'tiborini jalb qilishga qaratilgan. Masalan, mahsulotdan foydalanish bo'yicha maslahatlar, video sharhlar, taqqoslovlar, mijozlar fikri va o'quv materiallari kontent marketing vositalari hisoblanadi. Bugungi xaridor oddiy reklamadan ko'ra foydali ma'lumotga ko'proq ishonadi. Shu sababli sifatli kontent brendga bo'lgan ishonchni oshiradi.

SEO, ya'ni qidiruv tizimlari optimizatsiyasi ham raqamli marketingning muhim tarkibiy qismidir. SEO orqali korxonaning sayti Google, Yandex va boshqa qidiruv tizimlarida yuqori o'rinlarda ko'rinadi. Bu esa xaridorlarning korxonalar mahsulot yoki xizmatlarini internet orqali oson topishiga yordam beradi. Masalan, foydalanuvchi "Samarqandda mehmonxona", "arzon noutbuk", "onlayn kurslar" kabi so'zlarni qidirganda, yaxshi optimizatsiya qilingan saytlar birinchi sahifalarda chiqadi.

E-mail marketing ham raqamli marketing vositalaridan biri hisoblanadi. Bu usul orqali korxonalar mijozlarga yangi mahsulotlar, chegirmalar, aksiyalar va foydali takliflar

haqida xabar yuboradi. E-mail marketing ayniqsa doimiy mijozlar bilan aloqani saqlash va takroriy xaridlarni rag'batlantirishda samarali hisoblanadi.

Mobil marketing esa smartfonlar orqali amalga oshiriladigan marketing faoliyatidir. Mobil ilovalar, SMS-xabarlar, push bildirishnomalar va messenjerlar orqali mijozlarga takliflar yuborish mobil marketingga kiradi. Hozirgi davrda ko'pchilik iste'molchilar internetdan aynan telefon orqali foydalanadi. Shuning uchun mobil marketing biznes uchun katta imkoniyat yaratadi.

Marketplace platformalari ham raqamli marketing rivojlanishida muhim o'rin tutadi. Marketplace - bu ko'plab sotuvchilar va xaridorlarni birlashtiradigan onlayn savdo maydonidir. Bunday platformalarda korxonalar o'z mahsulotlarini joylashtiradi, xaridorlar esa ularni taqqoslab, buyurtma beradi. Marketplace platformalari kichik biznes uchun ayniqsa qulay, chunki ular alohida do'kon ochmasdan ham keng auditoriyaga chiqish imkonini beradi.

### **Raqamli marketing vositalari va ularning biznesdagi ahamiyati**

<b>Raqamli marketing vositasi</b>	<b>Mazmuni</b>	<b>Biznes uchun ahamiyati</b>
Ijtimoiy tarmoqlar marketingi	Instagram, Telegram, TikTok, YouTube orqali reklama qilish	Brend taniluvchanligini oshiradi
Target reklama	Reklamani aniq auditoriyaga yo'naltirish	Reklama xarajatlarini samarali qiladi
Kontent marketing	Foydali matn, video, rasm va sharhlar orqali mijozni jalb qilish	Xaridor ishonchini oshiradi
SEO	Saytni qidiruv tizimlarida yuqoriga chiqarish	Internet orqali mijozlar oqimini ko'paytiradi
E-mail marketing	Mijozlarga elektron xabar yuborish	Takroriy xaridlarni rag'batlantiradi
Mobil marketing	Telefon va mobil ilovalar orqali marketing	Xaridor bilan tezkor aloqa o'rnatadi
Marketplace marketing	Onlayn savdo platformalarida mahsulot sotish	Savdo hajmini oshiradi

### **Raqamli marketingning afzalliklari**

Raqamli marketingning birinchi muhim afzalligi - auditoriyani aniq tanlash imkoniyatidir. Korxonalar reklamasini barcha odamlarga emas, aynan mahsulotga qiziqishi mumkin bo'lgan iste'molchilarga ko'rsatadi. Masalan, sport kiyimlari

sotuvchi korxonalar reklamani sportga qiziqadigan yoshlar auditoriyasiga yo'naltirishi mumkin.

Ikkinchi afzallik - natijalarni o'lchash imkoniyati. Raqamli marketingda reklama necha kishiga ko'rsatilgani, necha kishi bosgani, qancha buyurtma kelgani va reklama qancha foyda keltirgani aniq ko'rinadi. Bu korxonaga marketing strategiyasini doimiy takomillashtirish imkonini beradi.

Uchinchi afzallik - xarajatlarning nisbatan pastligi. An'anaviy reklama, masalan, televideniye yoki katta bannerlar ko'pincha qimmat turadi. Raqamli marketing esa kichik budjet bilan ham natija berishi mumkin. Ayniqsa, kichik biznes subyektlari uchun bu juda muhim.

To'rtinchi afzallik - mijozlar bilan bevosita muloqot qilish imkoniyati. Ijtimoiy tarmoqlar va messengerlar orqali xaridorlar savol beradi, fikr bildiradi, mahsulot haqida izoh qoldiradi. Korxonalar esa bu fikrlarni o'rganib, mahsulot va xizmat sifatini yaxshilashi mumkin.

Beshinchi afzallik - brend sodiqligini shakllantirish. Agar korxonalar ijtimoiy tarmoqlarda faol bo'lsa, foydali kontent joylashtirsa, mijozlarga tez javob bersa va sifatli xizmat ko'rsatsa, xaridorlarda ushbu brendga nisbatan ishonch kuchayadi.

## **MUHOKAMA**

Raqamli marketing biznes faoliyatida katta imkoniyatlar yaratishi bilan birga, ayrim muammolarni ham yuzaga keltiradi. Birinchidan, raqamli marketingda raqobat juda kuchli. Chunki deyarli barcha korxonalar internet va ijtimoiy tarmoqlar orqali o'z mahsulotlarini reklama qilmoqda. Bu sharoitda xaridor e'tiborini jalb qilish uchun sifatli kontent, aniq strategiya va kreativ yondashuv zarur.

Ikkinchidan, noto'g'ri target tanlash reklama samaradorligini pasaytiradi. Agar reklama mahsulotga qiziqmaydigan auditoriyaga ko'rsatilsa, korxonalar ortiqcha xarajat qiladi, lekin savdo hajmi oshmaydi. Shu sababli raqamli marketingda auditoriyani segmentlash, xaridor ehtiyojlarini tahlil qilish va reklama natijalarini doimiy kuzatib borish muhim hisoblanadi.

Uchinchidan, raqamli marketingda ishonch masalasi muhim ahamiyatga ega. Internetda yolg'on reklama, sifatsiz mahsulot, kechikkan yetkazib berish yoki mijozlarga yomon xizmat ko'rsatish brend obro'siga salbiy ta'sir qiladi. Shu sababli korxonalar raqamli marketingni faqat reklama vositasi sifatida emas, balki mijozlar bilan uzoq muddatli munosabatlarni boshqarish tizimi sifatida ko'rishi kerak.

O'zbekiston sharoitida ham raqamli marketingning ahamiyati ortib bormoqda. Ko'plab kichik bizneslar Telegram kanallari, Instagram sahifalari, internet-do'konlar va marketplace platformalari orqali mahsulot sotmoqda. Ta'lim markazlari, restoranlar, kiyim-kechak do'konlari, kosmetika brendlari, maishiy texnika savdosi va xizmat ko'rsatish korxonalari raqamli marketingdan faol foydalanmoqda.

Raqamli marketingning kelajakdagi rivojlanish yo'nalishlari sun'iy intellekt, avtomatlashtirilgan reklama, chat-botlar, individual takliflar, video marketing va omnikanal savdo bilan bog'liq. Masalan, chat-botlar mijozlarga 24 soat davomida javob berishi, sun'iy intellekt esa xaridorlarning oldingi harakatlariga qarab ularga mos mahsulotlarni tavsiya qilishi mumkin. Bu esa marketing samaradorligini oshiradi.

### Raqamli marketing bo'yicha SWOT tahlil

<b>Kuchli tomonlar</b>	<b>Zaif tomonlar</b>
Auditoriyani aniq tanlash imkoniyati	Raqobatning yuqoriligi
Reklama natijalarini o'lchash qulayligi	Sifatli kontent yaratish zarurati
Kam xarajat bilan keng auditoriyaga chiqish	Raqamli savodxonlik yetishmasligi
Mijozlar bilan tezkor aloqa	Yolg'on reklama xavfi
<b>Imkoniyatlar</b>	<b>Tahdidlar</b>
Onlayn savdoning kengayishi	Internetdagi salbiy izohlar brendga zarar yetkazishi
Marketplace platformalarining rivojlanishi	Kuchli raqobatchilarning ko'payishi
Sun'iy intellekt va chat-botlardan foydalanish	Ma'lumotlar xavfsizligi muammolari
Yangi bozor segmentlariga chiqish	Reklama xarajatlarning oshib borishi

### XULOSA

Xulosa qilib aytganda, raqamli marketing zamonaviy biznes faoliyatining eng muhim yo'nalishlaridan biri hisoblanadi. U korxonalariga mahsulot va xizmatlarni keng auditoriyaga targ'ib qilish, xaridorlar bilan bevosita muloqot qilish, reklama samaradorligini o'lchash va brend taniluvchanligini oshirish imkonini beradi.

Raqamli marketingning ijtimoiy tarmoqlar marketingi, target reklama, kontent marketing, SEO, e-mail marketing, mobil marketing va marketplace marketing kabi turlari mavjud. Har bir yo'nalish biznesning maqsadi, mahsulot turi va xaridor auditoriyasiga qarab tanlanadi.

Bugungi raqobat sharoitida korxonalar faqat sifatli mahsulot ishlab chiqarish bilan cheklanib qolmasligi kerak. Ular mahsulotni to'g'ri reklama qilish, xaridorlarga qulay axborot berish, onlayn savdo kanallarini rivojlantirish va mijozlar bilan doimiy aloqani yo'lga qo'yishi zarur.

O'zbekiston sharoitida raqamli marketing kichik va o'rta biznes uchun katta imkoniyat yaratadi. Ayniqsa, ijtimoiy tarmoqlar, Telegram kanallari, internet-do'konlar va marketplace platformalari orqali biznesni rivojlantirish keng ommalashmoqda. Kelajakda esa sun'iy intellekt, chat-botlar, video marketing va avtomatlashtirilgan reklama tizimlari raqamli marketingning asosiy rivojlanish yo'nalishlariga aylanishi mumkin.

Shunday qilib, raqamli marketingdan samarali foydalanish korxonaning bozordagi mavqeini mustahkamlash, mijozlar sodiqligini oshirish va raqobatbardoshlikni ta'minlashda muhim omil hisoblanadi.

#### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR**

1. Ergashxodjayeva Sh.Dj., Qosimova M.S., Yusupov M.A. Marketing asoslari. Darslik. - Toshkent: "Iqtisodiyot", 2019. — 305 b.
2. Ergashxodjayeva Sh.Dj., Sharipov I.B. Marketing asoslari. O'quv qo'llanma. - Toshkent: TDIU, 2013. - 327 b.
3. Soliyev A., Buzrukxonov S. Marketing. Bozorshunoslik. Darslik. — Toshkent: "Iqtisod-Moliya", 2010. - 424 b.
4. Qosimova M.S., Ergashxo'jayeva Sh.J., Abduxalilova L.T., Muhitdinova U.S., Yuldashev M.M. Strategik marketing. O'quv qo'llanma. - Toshkent: "O'qituvchi", 2004.
5. Ergashxodjayeva Sh.Dj. Innovatsion marketing. Darslik. - Toshkent: "Iqtisodiyot", 2014.
6. Kotler F., Keller K. Marketing Management. - Pearson Education, 2022.
7. Armstrong G., Kotler P. Principles of Marketing. - Pearson, 2021.
8. Chaffey D., Ellis-Chadwick F. Digital Marketing. - Pearson, 2022.
9. Ryan D. Understanding Digital Marketing. - Kogan Page, 2021.
10. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 5-oktabrdagi PF-6079-son Farmoni. "Raqamli O'zbekiston - 2030" strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida.
11. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 28-apreldagi qarori. "Raqamli iqtisodiyot va elektron hukumatni keng joriy etish chora-tadbirlari to'g'risida".
12. BMT Taraqqiyot Dasturi. O'zbekistonning raqamli iqtisodiyoti. Tahliliy hisobot. - 2025.