

IJTIMOIIY TARMOQLAR MARKETINGI (SOCIAL MEDIA MARKETING)NING BIZNES RIVOJLANISHIDAGI ROLI

*Samarqand iqtisodiyot va servis
instituti marketing kafedrası
dotsent v.b. M.Kalanova
Samarqand iqtisodiyot va servis
instituti talabasi
Niyozxonava Shaxrizoda*

Annotatsiya

Ushbu maqolada ijtimoiy tarmoqlar marketingining zamonaviy biznes rivojlanishidagi o'rnini, uning korxonalar faoliyatiga ta'siri hamda marketing strategiyalaridagi ahamiyati tahlil qilinadi. Bugungi raqamli iqtisodiyot sharoitida ijtimoiy tarmoqlar nafaqat kommunikatsiya vositasi, balki mijozlar bilan samarali aloqalarni shakllantirish, brend imidjini yaratish, mahsulot va xizmatlarni targ'ib qilish hamda sotuv hajmini oshirishning muhim instrumentiga aylangan. Maqolada Social Media Marketing (SMM)ning afzalliklari, biznes samaradorligiga ta'siri, iste'molchilar xulq-atvorini shakllantirishdagi roli va undan foydalanish bilan bog'liq muammolar ilmiy jihatdan yoritilgan. Tadqiqot natijalari ijtimoiy tarmoqlar marketingining korxonalar raqobatbardoshligini oshirishdagi strategik ahamiyatini ko'rsatadi.

Kalit so'zlar: ijtimoiy tarmoqlar marketingi, SMM, raqamli marketing, biznes rivojlanishi, brend, iste'molchi xulq-atvori, reklama, kommunikatsiya, marketing strategiyasi, raqobatbardoshlik.

Abstract

This article examines the role of social media marketing in modern business development, its impact on business activities, and its significance in marketing strategies. In today's digital economy, social media has become not only a communication tool but also an important instrument for building effective customer relationships, creating brand image, promoting products and services, and increasing sales. The article scientifically analyzes the advantages of Social Media Marketing (SMM), its impact on business performance, its role in shaping consumer behavior, and the challenges associated with its implementation. The findings highlight the strategic importance of social media marketing in enhancing the competitiveness of enterprises.

Keywords: social media marketing, SMM, digital marketing, business development, brand, consumer behavior, advertising, communication, marketing strategy, competitiveness.

Аннотация

В данной статье рассматривается роль маркетинга в социальных сетях в развитии современного бизнеса, его влияние на деятельность предприятий, а также значение в маркетинговых стратегиях. В условиях современной цифровой экономики социальные сети являются не только средством коммуникации, но и важным инструментом для формирования эффективных взаимоотношений с клиентами, создания имиджа бренда, продвижения товаров и услуг, а также увеличения объёмов продаж. В статье с научной точки зрения анализируются преимущества Social Media Marketing (SMM), его влияние на эффективность бизнеса, роль в формировании потребительского поведения и проблемы, связанные с его использованием. Результаты исследования демонстрируют стратегическую значимость маркетинга в социальных сетях для повышения конкурентоспособности предприятий.

Ключевые слова: маркетинг в социальных сетях, SMM, цифровой маркетинг, развитие бизнеса, бренд, потребительское поведение, реклама, коммуникация, маркетинговая стратегия, конкурентоспособность.

1. Ijtimoiy tarmoqlar marketingining nazariy asoslari va biznesdagi ahamiyati

Axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining jadal rivojlanishi natijasida biznes yuritish usullari tubdan o'zgarmoqda. Ayniqsa, internet va ijtimoiy tarmoqlarning keng ommalashuvi korxonalarga iste'molchilar bilan o'zaro aloqalarni yangi bosqichga olib chiqish imkonini berdi. Hozirgi kunda Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, LinkedIn va Telegram kabi platformalar milliardlab foydalanuvchilarga ega bo'lib, ular biznes subyektlari uchun ulkan marketing maydoniga aylangan.

Ijtimoiy tarmoqlar marketingi (Social Media Marketing – SMM) deganda ijtimoiy platformalar orqali mahsulot va xizmatlarni targ'ib qilish, maqsadli auditoriya bilan muloqot qilish hamda kompaniya brendini rivojlantirishga qaratilgan marketing faoliyati tushuniladi. An'anaviy marketingdan farqli ravishda, SMM ikki tomonlama kommunikatsiyani ta'minlaydi. Ya'ni, kompaniya nafaqat ma'lumot uzatadi, balki iste'molchilarning fikr-mulohazalari, takliflari va ehtiyojlarini ham real vaqt rejimida o'rganadi.

Ijtimoiy tarmoqlarning asosiy afzalliklaridan biri reklama xarajatlarining nisbatan pastligi va auditoriyani aniq segmentlash imkoniyatidir. Zamonaviy algoritmlar foydalanuvchilarning yoshi, jinsi, yashash hududi, qiziqishlari va internetdagi faolligini hisobga olgan holda reklama kampaniyalarini maqsadli auditoriyaga yetkazishga imkon beradi. Bu esa marketing budjetidan samarali foydalanishga xizmat qiladi.

SMM biznes uchun kuchli brend yaratish vositasi ham hisoblanadi. Korxonalar muntazam ravishda sifatli kontent joylashtirish orqali o'z auditoriyasi bilan mustahkam aloqalar o'rnatadi. Brendning ijtimoiy tarmoqlardagi faol va ochiq pozitsiyasi iste'molchilarning ishonchini oshiradi. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, iste'molchilar ko'pincha faol va ijobiy imidjga ega bo'lgan kompaniyalar mahsulotlarini tanlaydi.

Bundan tashqari, ijtimoiy tarmoqlar bozorni o'rganishning samarali vositasi hisoblanadi. Korxonalar foydalanuvchilarning sharhlari, baholari va fikrlarini tahlil qilish orqali bozor talabi hamda iste'molchilar ehtiyojlari haqida qimmatli ma'lumotlarga ega bo'ladilar. Natijada mahsulot va xizmatlarni takomillashtirish bo'yicha asosli qarorlar qabul qilinadi.

2. Ijtimoiy tarmoqlar marketingining biznes rivojlanishiga ta'siri va istiqbollari

So'nggi yillarda ijtimoiy tarmoqlar marketingi korxonalarning iqtisodiy samaradorligini oshirishda muhim omillardan biriga aylandi. Avvalo, SMM yangi mijozlarni jalb qilish va mavjud mijozlarni saqlab qolish imkonini beradi. Korxonalar auditoriya bilan doimiy muloqot olib borish orqali mijozlarning sodiqligini oshiradi va uzoq muddatli munosabatlarni shakllantiradi.

Ijtimoiy tarmoqlar savdo hajmini oshirishga ham sezilarli ta'sir ko'rsatadi. Mahsulot yoki xizmat haqidagi ma'lumotlarning tez tarqalishi, foydalanuvchilarning tavsiyalari va sharhlari xarid qarorlariga bevosita ta'sir qiladi. Ayniqsa, influencer marketing yo'nalishining rivojlanishi kompaniyalarga maqsadli auditoriyaga tez va samarali yetib borish imkonini bermoqda. Mashhur blogerlar va kontent yaratuvchilar bilan hamkorlik qilish brend xabardorligini oshirishning samarali usullaridan biri sifatida qaralmoqda.

Shuningdek, SMM korxonalarga global bozorlarga chiqish imkonini yaratadi. Internet chegaralarni yo'q qilgani sababli kichik biznes subyektlari ham xalqaro auditoriyaga o'z mahsulotlarini taklif qilish imkoniyatiga ega bo'ldilar. Bu esa raqobat muhitini kuchaytirish bilan birga yangi biznes imkoniyatlarini ham yaratmoqda.

Biroq ijtimoiy tarmoqlar marketingidan foydalanishda ayrim muammolar ham mavjud. Kuchli raqobat, kontent sifati bo'yicha talablarning ortishi, algoritmlarning tez-tez o'zgarishi va salbiy fikrlarning tez tarqalishi kompaniyalardan doimiy moslashuvchanlikni talab qiladi. Bundan tashqari, yolg'on ma'lumotlar, kiberxavfsizlik muammolari va foydalanuvchilarning shaxsiy ma'lumotlarini himoya qilish masalalari ham dolzarb bo'lib qolmoqda.

Kelajakda sun'iy intellekt, Big Data va marketing avtomatlashtirish texnologiyalarining rivojlanishi ijtimoiy tarmoqlar marketingining samaradorligini yanada oshiradi. Shaxsiylashtirilgan reklama, iste'molchilar xatti-harakatlarini prognoz qilish va real vaqt rejimida marketing qarorlarini qabul qilish imkoniyatlari biznes rivojlanishining yangi bosqichini shakllantiradi. Shu sababli zamonaviy

korxonalar raqamli transformatsiya jarayonida SMM strategiyalarini biznes rivojlanishining ajralmas qismi sifatida ko'rib chiqishlari zarur.

Xulosa

Xulosa qilib aytganda, ijtimoiy tarmoqlar marketingi zamonaviy biznes rivojlanishining muhim omillaridan biri hisoblanadi. U korxonalarga maqsadli auditoriya bilan samarali muloqot qilish, brend qiymatini oshirish, yangi mijozlarni jalb etish va savdo hajmini ko'paytirish imkonini beradi. Ijtimoiy tarmoqlar orqali amalga oshiriladigan marketing faoliyati biznesning raqobatbardoshligini oshirishda muhim strategik vosita bo'lib xizmat qiladi. Shu bilan birga, raqamli xavfsizlik, ma'lumotlarni himoya qilish va sifatli kontent yaratish masalalari SMMning muvaffaqiyatli amalga oshirilishida asosiy omillar sifatida namoyon bo'ladi. Kelgusida innovatsion texnologiyalarning rivojlanishi ijtimoiy tarmoqlar marketingining biznesdagi ahamiyatini yanada oshirishi kutilmoqda.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Kotler P., Keller K. L. *Marketing Management*. Pearson Education, 2022.
2. Chaffey D., Ellis-Chadwick F. *Digital Marketing*. Pearson, 2023.
3. Tuten T. L., Solomon M. R. *Social Media Marketing*. Sage Publications, 2024.
4. Ryan D. *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*. Kogan Page, 2022.
5. Kaplan A. M., Haenlein M. "Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media". *Business Horizons*, 2010.
6. Kingsnorth S. *Digital Marketing Strategy*. Kogan Page, 2022.
7. Charlesworth A. *Digital Marketing: A Practical Approach*. Routledge, 2020.
8. Evans D. *Social Media Marketing: The Next Generation of Business Engagement*. Wiley Publishing, 2021.