

## MAMLAKATIMIZ IQTISODIYOTIDA RAQAMLI MARKETING FAOLIYATINI TASHKIL VA UNING XUSUSIYATLARI

*Yuldashev Olimjon Alijonovich*

*Farg'ona davlat universiteti tadqiqotchisi*

**Annotatsiya.** Ushbu maqolada mamlakatimiz iqtisodiyotida raqamli marketing faoliyatini tashkil etishning asosiy bosqichlari va xususiyatlari ko'rib chiqilgan. Raqamli texnologiyalarning iqtisodiyotni rivojlantirishdagi o'rni, marketing strategiyalarining dolzarbligi hamda ularning iqtisodiy samaradorlikka ta'siri yoritilgan. Maqola raqamli infratuzilmani rivojlantirish, kadrlar tayyorlash va innovatsion yondashuvlarni qo'llash orqali raqamli marketingning ahamiyatini ochib berishga bag'ishlangan.

**Kalit so'zlar.** Raqamli marketing, iqtisodiyot, marketing strategiyalari, innovatsion yondashuvlar, raqamli infratuzilma, raqobat, strategiya, raqamli texnologiya, samaradorlik.

**Kirish.** Bugungi kunda raqamli texnologiyalar jadal sur'atlarda rivojlanib, iqtisodiyotning barcha jabhalariga ta'sir ko'rsatmoqda. Ayniqsa, raqamli marketing mamlakat iqtisodiyotida korxonalar uchun yangi imkoniyatlarni ochib bermoqda. Ushbu maqola raqamli marketing faoliyatining tashkil etilishi va uning xususiyatlarini o'rganishga bag'ishlangan bo'lib, raqamli iqtisodiyot sharoitida marketing strategiyalarining dolzarbligini yoritadi.

Raqamli iqtisodiyot taraqqiy etgan sari, hayotimizga raqamli marketing tushunchasi ham kirib keldi. Raqamli marketing (Onlayn marketing) deganda, mahsulot va xizmatlarni ijtimoiy media, elektron pochta va mobil ilovalar kabi raqamli kanallar orqali targ'ib qilish harakati tushuniladi. Ya'ni, elektron qurilmalar orqali amalga oshiriladigan marketing shakli raqamli marketing hisoblanadi. Raqamli marketing yaratilish tarixiga nazar tashlaydigan bo'lsak, uzoq vaqtlar oldin olimlar tomonidan yaratilgan bo'lishiga qaramasdan, 2000-yillarning boshlaridan ommalashishni boshlagan. Dunyo bo'yicha raqamli marketingning asoschisi Guglielmo Markoni bo'lib, u 1874-yilda tavallud topgan. U 1896-yilda "Simsiz signallarni ommaviy uzatish" (Public transmission of wireless signals) ni namoyish etgan birinchi shaxs hisoblanadi. Keyinchalik, Guglielmo Markoni radioni kashf qildi, ushbu kashfiyoti ommaga yetib borishi uchun kamida 10 yil kerak bo'lsada, ijodkorlar undan biror narsa sotish uchun foydalanishlari mumkinligini darhol tushunib yetishdi. Birinchi jonli efir, Met nomli operada bo'lib o'tdi va odamlar unda qatnashish uchun chiptalar sotib olishdi, shu tariqa raqamli marketing degan tushuncha paydo bo'ldi.

Raqamli marketing bu - internet, mobil ilovalar, ijtimoiy tarmoqlar va boshqa raqamli platformalar orqali mahsulot va xizmatlarni targ‘ib qilish va sotish jarayonidir. Bu usul an‘anaviy marketingdan bir qator afzalliklari bilan ajralib turadi:

- Xarajatlarning tejamliligi: Reklama va targ‘ibot ishlari uchun sarflanadigan mablag‘larni kamaytirish imkoniyati.

- Ko‘lami kengligi: Dunyo bo‘ylab turli auditoriyalarga qisqa vaqt ichida yetib borish.

- O‘lchamli natijalar: Raqamli vositalar orqali reklama samaradorligini tahlil qilish va baholash qulayligi.

Raqamli marketing, shuningdek, mijozlar bilan yaqinroq aloqada bo‘lish, ularning ehtiyojlarini chuqurroq o‘rganish va mos ravishda mahsulotlar taklif qilish imkonini beradi.

Raqamli marketing faoliyatining tashkil etilishi. Mamlakatimizda raqamli marketingni samarali yo‘lga qo‘yish uchun quyidagi asosiy bosqichlarni amalga oshirish lozim:

1. Raqamli infratuzilmani rivojlantirish: Internet tezligi va sifati yuqori bo‘lgan hududiy tarmoqlarni kengaytirish.

2. Korxonalar ichki tizimlarini modernizatsiya qilish: CRM tizimlari, bulutli hisoblash texnologiyalari va boshqa raqamli vositalarni joriy etish.

3. Mutaxassislar tayyorlash: Raqamli marketing bo‘yicha bilim va ko‘nikmalarga ega bo‘lgan kadrlarni shakllantirish.

4. Raqamli strategiyani ishlab chiqish: Bozor talablarini inobatga olgan holda marketing rejalarini tuzish va amalga oshirish.

Mamlakatimiz iqtisodiyotida raqamli marketingning quyidagi o‘ziga xos jihatlari alohida ta’kidlash mumkin:

Sanoat korxonalarini o‘z raqamli marketing strategiyalarini to‘g‘ri yo‘naltirib, bozorda o‘z pozitsiyasini mustahkamlaydi va mijozlar bilan uzoq muddatli, barqaror aloqalarni rivojlantirishga erishadi. Innovatsiyalarni sinab ko‘rish va raqamli marketingning yangi tendensiyalariga moslashish esa korxonalarining raqobatbardoshligini ta’minlashda hal qiluvchi omil bo‘ladi.

Raqamli marketing faoliyatini samarali tashkil etish, zamonaviy texnologiyalar va internet resurslaridan keng foydalanish orqali maqsadli auditoriyaga ta’sir ko‘rsatish, brendni rivojlantirish va daromadlarni oshirish imkonini beradi. Ushbu faoliyatni tashkil qilish uchun quyidagi asosiy prinsip va yondashuvlarga e’tibor qaratish kerak:

1. Raqamli marketing strategiyasini ishlab chiqish. Strategiya ishlab chiqishda maqsadlar aniq belgilanishi, asosiy auditoriya aniqlanishi va asosiy platformalar tanlanishi kerak. Masalan, maqsadli auditoriya yosh, jinsi, qiziqishlari va boshqa demografik xususiyatlarga ko‘ra tahlil qilinadi. Shuningdek,

brendning o'ziga xosligini ta'minlaydigan kontent va marketing taktikalarini ishlab chiqish muhimdir.

2. Kontent yaratish va boshqarish. Kontent marketing raqamli marketingning asosiy qismidir. Veb-saytlar, bloglar, video kontent, infografikalar, postlar va interaktiv materiallar yordamida foydalanuvchilar bilan aloqani mustahkamlash kerak. Kontentning yuqori sifatli va foydali bo'lishi, SEO (qidiruv tizimlari optimizatsiyasi) talablariga javob berishi muhimdir.

3. Ijtimoiy tarmoqlarni boshqarish. Ijtimoiy tarmoqlar, masalan, Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter va TikTok kabi platformalar orqali brendni targ'ib qilish va auditoriya bilan muloqot qilish raqamli marketingning ajralmas qismidir. Har bir platforma uchun alohida yondashuv ishlab chiqilib, auditoriya qiziqishlari va tajribalari inobatga olinishi kerak.

4. Email marketing. Mijozlarni elektron pochta orqali xabardor qilish va ularni mahsulot yoki xizmatlar bilan tanishtirish uchun email marketingdan foydalanish muhimdir. Mijozlarning e'lonlarga javob berish ehtimolini oshirish uchun personalizatsiya va avtomatizatsiyalashgan xabarlarini yuborish strategiyasi ishlab chiqilishi kerak.

5. Analitika va ma'lumotlar asosida qaror qabul qilish. Raqamli marketing faoliyatining muvaffaqiyatini o'lchash uchun Google Analytics va boshqa analitik vositalardan foydalanish zarur. Olingan ma'lumotlar asosida kampaniyalarni tahlil qilish, muvaffaqiyatli va muvaffaqiyatsiz strategiyalarni aniqlash, shuningdek, kelajakdagi faoliyat uchun o'zgarishlar kiritish kerak.

6. Mobil marketing va ilovalar. Mobil qurilmalar yordamida marketing faoliyatini olib borish, mobil ilovalar va mobil veb-saytlar yaratish orqali foydalanuvchilar bilan aloqani mustahkamlash mumkin. Bu, ayniqsa, onlayn xarid qilish va xizmatlarga murojaat qilishda mobil qurilmalardan foydalanadigan auditoriya uchun muhimdir.

Xulosa. Raqamli marketingni samarali tashkil etish murakkab jarayon bo'lsada, bu bizneslar uchun katta imkoniyatlarni ochadi. Maqolada taqdim etilgan tadqiqotlar natijasida raqamli marketingning to'g'ri rejalashtirilgan strategiyalari orqali mijozlar bilan samarali muloqot o'rnatish va ularning talablarini aniqlash mumkinligi ko'rsatilgan.

Raqamli marketing mamlakatimiz iqtisodiyoti rivojida muhim ahamiyat kasb etadi. Ushbu sohani rivojlantirish orqali korxonalar o'z biznes jarayonlarini optimallashtirib, raqobatbardoshlikni oshirishi mumkin. Kelgusida raqamli marketing infratuzilmasini rivojlantirish va kadrlar tayyorlashga alohida e'tibor qaratish zarur.

Raqamli marketing faoliyatini samarali tashkil etish uchun to'g'ri strategiya va yondashuvlarni tanlash muhimdir. Bu, avvalo, maqsadli auditoriyani aniqlash, yuqori sifatli va foydali kontent yaratish, ijtimoiy tarmoqlar, email marketing va PPC reklama orqali brendni targ'ib qilishni o'z ichiga oladi. SEO va SEM strategiyalari orqali veb-

saytning ko‘rinishini oshirish va mobil marketing vositalaridan foydalanish raqamli marketing faoliyatining samaradorligini yanada mustahkamlaydi. Ta’sirchilar marketingi orqali brendning ishonchliligi va tanilish darajasi oshiriladi, bu esa yangi mijozlarni jalb qilishga yordam beradi. Shuningdek, analitika vositalari orqali faoliyatni tahlil qilish va ma’lumotlarga asoslangan qarorlar qabul qilish, strategiyani rivojlantirishda muhim ahamiyatga ega. Shu tarzda, raqamli marketing faoliyatini to‘g‘ri tashkil etish, brendni mustahkamlash, bozorda raqobatbardoshlikni oshirish va daromadlarni oshirish imkonini beradi.

### **Foydalanilgan adabiyotlar**

1. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (7th ed.). Pearson Education Limited.
2. Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. John Wiley & Sons.
3. Charlesworth, A. (2020). *Digital Marketing: A Practical Approach* (3rd ed.). Routledge.
4. Ryan, D. (2020). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation* (5th ed.). Kogan Page.
5. Leeflang, P. S. H., Verhoef, P. C., Dahlström, P., & Freundt, T. (2014). Challenges and solutions for marketing in a digital era. *European Management Journal*, 32(1), 1-12.
6. Chen, Y., Fay, S., & Wang, Q. (2011). The Role of Marketing in Social Media: How Online Consumer Reviews Evolve. *Journal of Interactive Marketing*, 25(2), 85-94.
7. Holliman, G., & Rowley, J. (2014). Business to business digital content marketing: marketers’ perceptions of best practice. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 8(4), 269-293.
8. Karjaluo, H., Mustonen, N., & Ulkuniemi, P. (2015). The role of digital channels in industrial marketing communications. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 30(6), 703-710.