

MOBIL MARKETINGNING ZAMONAVIY RIVOJLANISH TENDENSIYALARI

Sabirova Dildor Arifovna

Xalqaro Nordik universiteti

“Sanoatni boshqarish va
raqamli texnologiyalar” kafedrası dotsenti.

E-mail: dildorsabirova11@gmail.com

Аннотация

Mazkur maqolada mobil marketingning zamonaviy rivojlanish tendensiyalari va uning raqamli marketing tizimidagi o‘rni tahlil qilindi. Tadqiqotda mobil marketing vositalari, jumladan SMS-marketing, QR-kodlar, banner reklama, mobil ilovalar va ijtimoiy tarmoqlarning samaradorligi o‘rganildi. Tahlil, qiyosiy va statistik usullar asosida mobil qurilmalardan foydalanish dinamikasi hamda mobil reklama bozori rivojlanishi baholandi. Natijalar mobil marketing iste‘molchilar bilan tezkor va shaxsiylashtirilgan kommunikatsiyani ta‘minlaganini, foydalanuvchi jalb etilishi va konversiya darajasini oshirganini ko‘rsatdi. Shuningdek, mobil ilovalar va raqamli platformalarning qo‘llanilishi biznes subyektlari uchun raqobatbardoshlikni kuchaytiruvchi muhim omil sifatida asoslandi. Tadqiqot yakunida mobil marketing strategiyalarini takomillashtirish bo‘yicha ilmiy-amaliy tavsiyalar ishlab chiqildi.

Kalit so‘zlar: mobil marketing, SMS-marketing, QR-kod, banner reklama, mobil ilovalar, raqamli marketing, konversiya, mobil reklama bozori.

Аннотация

В статье проанализированы современные тенденции развития мобильного маркетинга и его роль в системе цифрового маркетинга. В исследовании изучена эффективность инструментов мобильного маркетинга, включая SMS-маркетинг, QR-коды, баннерную рекламу, мобильные приложения и социальные сети. На основе методов анализа, сравнительного и статистического исследования оценены динамика использования мобильных устройств и развитие рынка мобильной рекламы. Результаты показали, что мобильный маркетинг обеспечил оперативную и персонализированную коммуникацию с потребителями, повысил уровень вовлеченности пользователей и конверсии. Также обосновано, что использование мобильных приложений и цифровых платформ стало важным фактором повышения конкурентоспособности бизнеса. По итогам исследования разработаны научно-практические рекомендации по совершенствованию стратегий мобильного маркетинга.

Ключевые слова: мобильный маркетинг, SMS-маркетинг, QR-код, баннерная реклама, мобильные приложения, цифровой маркетинг, конверсия, рынок мобильной рекламы.

Abstract

This article analyzed modern development trends in mobile marketing and its role in the digital marketing system. The study examined the effectiveness of mobile marketing tools, including SMS marketing, QR codes, banner advertising, mobile applications, and social networks. Using analytical, comparative, and statistical methods, the dynamics of mobile device usage and the development of the mobile advertising market were evaluated. The results showed that mobile marketing provided fast and personalized communication with consumers, increased user engagement, and improved conversion rates. The study also confirmed that the use of mobile applications and digital platforms became an important factor in strengthening business competitiveness. Based on the findings, scientific and practical recommendations for improving mobile marketing strategies were developed.

Keywords: mobile marketing, SMS marketing, QR code, banner advertising, mobile applications, digital marketing, conversion, mobile advertising market.

KIRISH

Mobil texnologiyalardan foydalanmasdan faoliyat yuritish deyarli imkonsiz bo‘lib qolmoqda, chunki ular an’anaviy kompyuter texnologiyalarining o‘rnini sezilarli darajada qisqartirdi.

Turli statistik va tahliliy hisobotlar shuni ko‘rsatadiki, foydalanuvchilar internetda o‘tkazadigan vaqtining sezilarli qismi mobil qurilmalarga to‘g‘ri keladi. DataReportal ma‘lumotlariga ko‘ra, dunyo aholisining taxminan 70,5 foizi, ya‘ni 5,78 milliard kishi mobil telefonlardan foydalanadi.[5].

Bu holat iste‘molchilarning axborot izlash, xarid qilish va tashkilotlar bilan o‘zaro aloqaga kirishish xulq-atvoriga bevosita ta‘sir ko‘rsatadi. Shu sababli mobil ilovalar keng miqyosda qo‘llanilib, mobil qurilmalar orqali onlayn savdo hajmi izchil ravishda ortib bormoqda. Natijada kompaniyalar mobil reklama va mobil marketing yechimlariga tobora ko‘proq investitsiya yo‘naltirmoqda.

Mobil marketing - bu uyali aloqa vositalaridan foydalanish hamda reklama xabarlarini mobil qurilmalar (telefonlar, smartfonlar, planshetlar)ga yetkazish orqali tovar va xizmatlarni ilgari surishga qaratilgan marketing tadbirlari majmuasidir [2].

Mobil marketing bugungi kunda biznes subyektlari va iste‘molchilar o‘rtasida tezkor va samarali kommunikatsiyani ta‘minlaydigan asosiy marketing kanallaridan biri sifatida qaralmoqda.

Mobil qurilmalarga moslashtirilgan veb-saytlar hamda SMS-xabarlar kabi oddiy, biroq samarali marketing vositalari mijozlar javob reaksiyasi va sotuv hajmini sezilarli darajada oshirish imkonini beradi. Mazkur mobil marketing statistik ma‘lumotlari kompaniyalarga strategik qarorlar qabul qilish, maqsadli auditoriyani aniqlash hamda zamonaviy raqamli muhitda raqobatbardoshlikni ta‘minlashda muhim ilmiy-amaliy asos bo‘lib xizmat qiladi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Mobil marketing zamonaviy raqamli marketing tizimining eng tez rivojlanayotgan yoʻnalishlaridan biri boʻlib, uning nazariy va amaliy jihatlari koʻplab mahalliy va xorijiy tadqiqotchilar tomonidan oʻrganilgan. Ushbu sohada olib borilgan ilmiy izlanishlar mobil qurilmalar orqali marketing kommunikatsiyalarini amalga oshirish, isteʼmolchi xulq-atvori va reklama samaradorligini oshirishga qaratilgan.

D. Chaffey va D. Ryan tomonidan olib borilgan tadqiqotlarda mobil marketing raqamli marketing strategiyasining ajralmas qismi sifatida koʻrib chiqilib, uning asosiy ustunligi sifatida real vaqt rejimida kommunikatsiya qilish imkoniyati taʼkidlanadi. Ular mobil ilovalar va SMS-marketingni eng samarali vositalardan biri sifatida baholaydilar.[1],[2]

H. Karjaluto mobil marketing kommunikatsiyalarini oʻrganar ekan, mobil qurilmalar isteʼmolchi xulq-atvoriga kuchli taʼsir koʻrsatishini, ayniqsa reklama xabarlarining tezkor qabul qilinishi va yuqori konversiya darajasi bilan ajralib turishini qayd etadi.[4]

J. Strauss va R.Frost tomonidan olib borilgan tadqiqotlarda mobil marketing elektron marketing tizimining muhim boʻgʻini sifatida tahlil qilinib, QR-kodlar, banner reklama va mobil ilovalar marketing samaradorligini oshiruvchi asosiy vositalar sifatida koʻrsatilgan.[3]

Xalqaro amaliyotda We Are Social va Hootsuite tomonidan taqdim etilgan “Digital” hisobotlari mobil qurilmalar va ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish darajasi yildan-yilga ortib borayotganini tasdiqlaydi. Ushbu maʼlumotlar mobil marketingning global miqyosda kengayib borayotganini va uning biznes strategiyalaridagi ahamiyatini oshib borayotganini koʻrsatadi.[5]

METODOLOGIYA

Ushbu tadqiqotda mobil marketingning rivojlanish tendensiyalari, uning asosiy vositalari hamda samaradorligini oʻrganish maqsadida kompleks ilmiy yondashuvlardan foydalanildi. Tadqiqotning metodologik asosini umumilmiy va maxsus ilmiy usullar tashkil etadi.

Tadqiqot jarayonida tahlil va sintez usuli keng qoʻllanildi. Ushbu usul mobil marketingga oid ilmiy adabiyotlar, statistik maʼlumotlar hamda zamonaviy raqamli marketing platformalarini alohida oʻrganish va ularni umumlashtirish imkonini berdi.

Qiyosiy (komparativ) tahlil usuli orqali mobil marketing vositalari (SMS-marketing, QR-kodlar, banner reklama, mobil ilovalar va ijtimoiy tarmoqlar) oʻzaro taqqoslandi hamda ularning samaradorlik darajasi baholandi. Bu usul turli marketing kanallarining afzallik va kamchiliklarini aniqlashga xizmat qildi.

Tadqiqotda statistik tahlil usuli ham muhim oʻrin tutdi. Mobil foydalanuvchilar soni, mobil trafik ulushi, SMS va mobil reklama samaradorligi boʻyicha xalqaro hisobotlar (DataReportal, ElectroIQ va boshqalar) asosida raqamli maʼlumotlar tahlil qilindi.

Bundan tashqari, kuzatuv usuli orqali zamonaviy mobil marketing amaliyotlari, jumladan mobil ilovalar, ijtimoiy tarmoqlar va onlayn reklama platformalarining ishlash mexanizmlari o'rganildi.

Olingan ma'lumotlarni qayta ishlash jarayonida tizimlashtirish va umumlashtirish usullari qo'llanilib, mobil marketingning zamonaviy rivojlanish tendensiyalari va uning istiqbollari haqida ilmiy xulosalar shakllantirildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Tahlillar natijasida mobil marketing zamonaviy marketing kommunikatsiyalarining eng samarali yo'nalishlaridan biri ekanligi aniqlandi. Mobil qurilmalar sonining ortishi hamda mobil internetdan foydalanish darajasining oshishi reklama axborotlarini tezkor va keng auditoriyaga yetkazish imkonini yaratdi.

Mobil marketing vositalari orasida SMS-xabarlar iste'molchilar bilan to'g'ridan-to'g'ri aloqa o'rnatish imkoniyati bilan ajralib turadi. Statistik ko'rsatkichlarga ko'ra, foydalanuvchilarning muhim qismi reklama xabarini olgandan keyin qisqa vaqt ichida kompaniya bilan aloqaga kirishadi.

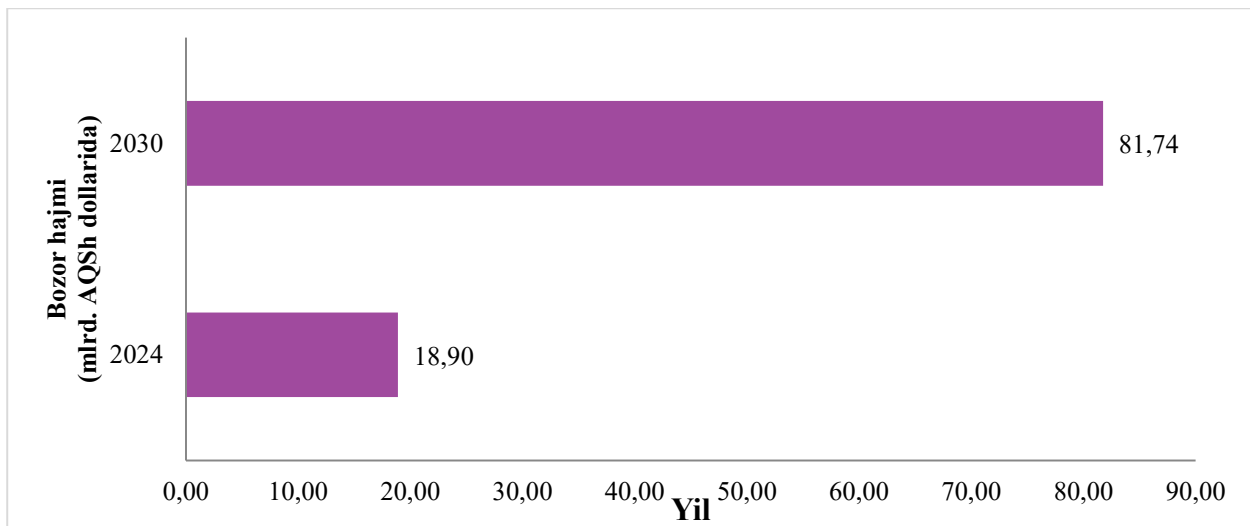
QR-kod texnologiyasi reklama axborotini ixcham shaklda taqdim etish imkonini berib, marketing kommunikatsiyalarini soddalashtiradi.

Banner reklama esa natijadorlikni tezkor baholash imkoniyati bilan ajralib turadi, chunki uning samaradorligini real vaqt rejimida kuzatish mumkin. Banner reklama - bu veb-sahifada joylashtiriladigan va qalqib chiquvchi yoki sahifada paydo bo'ladigan axborot blokidan iborat reklama e'lonlari turidir. Internet tarmog'ida reklama joylashtirishning ushbu usuli o'zining jozibadorligi hamda foydalanuvchi uchun yuqori darajadagi axborot berish imkoniyati bilan ajralib turadi.

Bannerlar ikki asosiy turga bo'linadi: matnli va grafik bannerlar. Matnli bannerlar tasvirsiz, oddiy matn bloklaridan iborat bo'ladi. Grafik bannerlar esa o'z navbatida statik va dinamik turlarga ajratiladi. Statik bannerlar bitta tasvirdan iborat bo'lsa, dinamik bannerlar bir-birini ketma-ket almashtirib turuvchi bir nechta tasvirlardan tashkil topadi. Banner reklamaning asosiy afzalliklaridan biri uning samaradorligini tezkor baholash imkoniyatidir.

Mobil ilovalar va mobil ijtimoiy tarmoqlar esa interaktiv reklama muhitini shakllantirib, foydalanuvchilarning qiziqishlari, joylashuvi va xulq-atvoriga moslashtirilgan marketing strategiyalarini amalga oshirish imkonini beradi. Chakana savdo va mehmonxona xizmatlari sohasida mobil ilovalardan foydalanish mijozlarni jalb qilish va xizmat ko'rsatish sifatini oshirishga xizmat qilmoqda.

ElectroIQ - analitik/statistik sayt ma'lumotlariga ko'ra, 2024-yilda mobil marketingning global bozori hajmi 18,9 milliard AQSh dollarini tashkil etdi. Bozor 2030 yil oxiriga kelib taxminan 81,74 milliard AQSh dollariga yetishi va 2025 yildan 2030 yilgacha o'sish sur'ati 23,9% ni tashkil qilishi prognoz qilinmoqda.[6]



1-rasm. Mobil marketingning global bozori hajmi [6]

DigiExe - marketing agentligi ma'lumotlariga ko'ra ham, mobil marketing sanoati ulkan imkoniyatlarni ochib bermoqda. Jahon bozori hajmi 2025-yilda 228,1 milliard AQSh dollariga yetishi, 2030-yilga kelib esa yillik o'rtacha qariyb 24% o'sish sur'ati bilan 457,85 milliard AQSh dollarigacha tez sur'atlarda oshishi kutilmoqda. [7]

1-jadval.

Mobil marketing global bozori va AQSh mobil reklama xarajatlarning 2024-2030 yillardagi o'sish tendensiyalari [7]

Yil	Mobil marketingning global bozori, milliard AQSh dollarida	AQShda mobil reklama xarajatlari, milliard AQSh dollarida
2025	228.1	233.35
2026	270.0	265.0
2030	457.85	400.0+

Mobil mahsulotlar marketing oldiga bir qator muhim vazifalarni qo'yadi.

Birinchiidan, mobil marketingning asosiy vazifalaridan biri - mahsulot yoki mobil ilovaning tanilish darajasi va xabardorlikni oshirish hisoblanadi. Mobil marketing turli marketing kanallari, jumladan ASO (App Store Optimization), mobil reklama, ijtimoiy tarmoqlarda targ'ibot hamda inflyuenserlar bilan hamkorlik orqali maqsadli auditoriya orasida ilovaning tanilishini oshirish va foydalanuvchilar sonini ko'paytirishga xizmat qiladi.

Ikkinchiidan, mobil marketing foydalanuvchilarning jalb etilishi (engagement) va konversiya darajasini oshirishga qaratilgan. O'z vaqtida yuboriladigan yangilanishlar, reklama takliflari va shaxsiylashtirilgan tavsiyalar foydalanuvchilarning ilova bilan tez-tez va uzoqroq interaksiyada bo'lishiga yordam beradi. Bu esa foydalanuvchi va ilova o'rtasidagi aloqani mustahkamlaydi, natijada foydalanuvchilarning sodiqligi ortadi. Bundan tashqari, foydalanuvchi tajribasini yaxshilash, xarid jarayonini

soddalashtirish hamda mobil to'lov tizimlarini joriy etish konversiya ko'rsatkichlarining oshishiga olib keladi.

Uchinchidan, mobil marketingning muhim vazifalaridan biri - foydalanuvchilarni ushlab qolish (retention) hisoblanadi. Samarali mobil marketing strategiyasi nafaqat yangi foydalanuvchilarni jalb qilishga, balki mavjud foydalanuvchilarni ham saqlab qolishga xizmat qiladi. Maqsadli reklama kampaniyalari, tavsiyanoma (referral) dasturlari va shaxsiylashtirilgan xabarlar orqali foydalanuvchilar bazasini kengaytirish bilan birga ularning ketib qolish (churn) darajasini kamaytirish mumkin.

Mobil marketing imkoniyatlaridan samarali foydalanish ilovalarning qamrovini kengaytirish, yuklab olishlar sonini oshirish, foydalanuvchi faolligini kuchaytirish hamda yuqori raqobatli bozorda uzoq muddatli muvaffaqiyatga erishishga xizmat qiladi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Mobil marketing zamonaviy raqamli iqtisodiyotning eng muhim va tez rivojlanayotgan yo'nalishlaridan biri hisoblanadi. Mobil qurilmalarning keng tarqalishi va internet trafigining asosiy qismi aynan mobil platformalarga to'g'ri kelishi marketing kommunikatsiyalarining ham tubdan o'zgarishiga olib keldi.

Tahlillar asosida shuni qayd etish mumkinki, mobil marketing vositalari - SMS-xabarlar, mobil ilovalar, QR-kodlar, banner reklama va ijtimoiy tarmoqlar - iste'molchilar bilan tezkor, shaxsiylashtirilgan va samarali aloqa o'rnatishda yuqori natijadorlikka ega. Ayniqsa, mobil ilovalar va shaxsiylashtirilgan reklama strategiyalari mijozlar jalb etilishi, konversiya darajasi va sodiqlikni oshirishda muhim rol o'ynaydi.

Mobil marketing samaradorligi nafaqat texnologik vositalarga, balki to'g'ri ishlab chiqilgan strategiya, auditoriyani aniq segmentlash hamda foydalanuvchi ehtiyojlarini hisobga olish darajasiga ham bevosita bog'liq ekanligi aniqlandi. Reklama xabarlarini yetkazish vaqti va mazmunining mosligi ham iste'molchi qarorlariga sezilarli ta'sir ko'rsatadi.

Mobil marketing biznesning raqamli transformatsiyasida muhim o'rin egallab, kelajakda sun'iy intellekt, personalizatsiya va mobil texnologiyalarning yanada rivojlanishi bilan uning ahamiyati yanada ortib boradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Chaffey D. Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. - 7th ed. - Routledge, 2020. - 720 p.
2. Ryan D. Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation. - Kogan Page, 2019. - 336 p.
3. Strauss J., Frost R. E-Marketing. - 7th ed. - Pearson Education, 2014. - 672 p.
4. Karjaluo H. Mobile Marketing Communications: Case Study of Finnish Companies. - Jyvaskyla University, 2008.

5. DataReportal. Digital 2025 / 2026 Global Reports - URL: <https://datareportal.com>
6. ElectroIQ. Mobile Marketing Statistics (2025-2026) - URL: <https://electroi.com>
7. DigiExe. Mobile Marketing Statistics and Trends - URL: <https://digiexe.com>
8. AppBooster. Mobile Marketing & App Promotion Insights - URL: <https://appbooster.com>



Marketing

ilmiy, amaliy va ommabop jurnali



Muharrir:	Xakimov Ziyodulla Axmadovich
Ingliz tili muharriri:	Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich
Rus tili muharriri:	Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li
Musahhah:	Karimova Shirin Zoxid qizi
Sahifalovchi va dizaynerlar:	Sadikov Shoxrux Shuxratovich Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

2026-yil, fevral, 2-son

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar mas'ul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelavermasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga murojaat qilish mumkin. Ilmiy maqola, ommabop maqola, reklama, hikoya va boshqa ilmiy-ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

Elektron pochta: info@marketingjournal.uz
Bot: [@marketinjournalbot](https://t.me/@marketinjournalbot)
Tel.: +998977838464, +998939266610
Jurnalning rasmiy sayti: <https://marketingjournal.uz>

Marketing jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2024-yil 04-oktabrdagi 332/5 sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali 2024-yil 15-martdan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan **C-5669517** reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan. **Litsenziya raqami: №240874**



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnalining xalqaro darajasi: **9710**. GOCT 7.56-2002 " Seriyali nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlataro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**