

KICHIK BIZNES FAOLIYATIDA RAQAMLI MARKETING VOSITALARIDAN FOYDALANISH TENDENSIYALARI

Sharopova Nafosat Radjabovna

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti
Marketing kafedrası dotsenti, i.f.d., (DSc)

E-mail: n.sharopova@tsue.uz

Ozodjon Bektemirov Xusan o'g'li

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti magistri

E-mail: ozodbektemirov7112@gmail.com

Annotatsiya

Mazkur maqolada kichik biznes subyektlarining raqamli marketing texnologiyalaridan foydalanish jarayoni, ularning samaradorlik darajasi hamda global raqamli iqtisodiyot sharoitida yuzaga kelayotgan yangi tendensiyalar tahlil qilingan. Shuningdek, O'zbekistonda kichik biznesni rivojlantirishda raqamli marketingning o'rni, afzalliklari va amaliy natijalari yoritilgan.

Kalit so'zlar: raqamli marketing, kichik biznes, internet reklama, ijtimoiy tarmoqlar, elektron tijorat, SEO, SMM.

Аннотация

В данной статье проанализированы процессы использования цифровых маркетинговых технологий субъектами малого бизнеса, а также уровень их эффективности в условиях глобальной цифровой экономики. Кроме того, рассмотрена роль цифрового маркетинга в развитии малого бизнеса в Узбекистане, его преимущества и практические результаты применения.

Ключевые слова: цифровой маркетинг, малый бизнес, интернет-реклама, социальные сети, электронная коммерция, SEO, SMM.

Abstract

This article analyzes the use of digital marketing technologies by small business entities, their effectiveness, and emerging trends in the global digital economy. It also highlights the role, advantages, and practical outcomes of digital marketing in the development of small businesses in Uzbekistan.

Keywords: digital marketing, small business, internet advertising, social media, e-commerce, SEO, SMM.

Bugungi kunda iqtisodiyotning raqamlashtirilishi jarayoni jadal sur'atlarda kechmoqda. Shu bilan birga, kichik biznes subyektlari ham o'z mahsulot va xizmatlarini targ'ib qilishda raqamli marketing vositalaridan keng foydalanishga harakat qilmoqdalar. Raqamli marketing — bu internet, mobil ilovalar, ijtimoiy tarmoqlar va raqamli platformalar orqali mijozlarga yetib borish imkonini beruvchi samarali vositalar majmuasidir.

O'zbekiston Respublikasida raqamli iqtisodiyotning rivojlanishiga qaratilgan "Raqamli O'zbekiston – 2030" strategiyasi doirasida kichik biznes subyektlarini qo'llab-quvvatlash, ularni zamonaviy marketing texnologiyalaridan foydalanishga o'rgatish dolzarb masalaga aylandi. Shu sababli, raqamli marketing vositalari bugungi

kunda kichik biznesning raqobatbardoshligini oshirish, xaridorlar auditoriyasini kengaytirish va savdo hajmini oshirishda muhim ahamiyat kasb etmoqda.

Kichik biznes subyektlari uchun raqamli marketing vositalaridan foydalanish bugungi kunda raqobat sharoitida muvaffaqiyatga erishishning muhim omillaridan biri hisoblanadi. Chunki raqamli texnologiyalar yordamida tadbirkorlar o'z mahsulot va xizmatlarini an'anaviy reklama vositalariga nisbatan arzonroq, tezroq va samaraliroq tarzda targ'ib etish imkoniga ega bo'ladilar. Shu sababli, O'zbekiston Respublikasida ham raqamli iqtisodiyot va elektron tijorat tizimlarini rivojlantirish bo'yicha keng ko'lamli ishlar olib borilmoqda.

Jumladan, "Raqamli O'zbekiston – 2030" strategiyasi doirasida kichik biznesni raqamli transformatsiyaga moslashtirish, tadbirkorlarni zamonaviy onlayn marketing texnologiyalaridan foydalanishga o'rgatish ustuvor yo'nalish sifatida belgilanmoqda[1]. Raqamli marketingning asosiy afzalligi, mijozlar bilan to'g'ridan-to'g'ri va interaktiv aloqa o'rnatish imkoniyatidir. Ijtimoiy tarmoqlar, mobil ilovalar, qidiruv tizimlari va elektron pochta orqali tadbirkorlar o'z auditoriyasini aniq belgilashi, ularning ehtiyojlarini o'rganishi va shunga mos reklama strategiyasini ishlab chiqishi mumkin. Masalan, O'zbekistonda faoliyat yuritayotgan kichik biznes vakillari Facebook, Instagram, Telegram, TikTok kabi platformalardan samarali foydalanib, mijozlar sonini sezilarli darajada oshirmoqda. So'nggi yillarda ijtimoiy tarmoqlar orqali savdo hajmining ortishi kuzatilmoqda: Statista ma'lumotlariga ko'ra, O'zbekistonda internet foydalanuvchilarning 70 foizdan ortig'i mahsulot haqida ma'lumotni aynan ijtimoiy tarmoqlardan oladi[2]. Kichik biznes faoliyatida raqamli marketingning yana bir muhim jihati - bu aniq tahlil va o'lchash imkoniyatidir[3]. Masalan, Google Analytics, Meta Ads Manager yoki Yandex Metrika kabi tizimlar yordamida reklama samaradorligi, xaridorlarning xatti-harakati, sahifalarda o'tkazgan vaqti, qiziqish darajasi aniqlanadi. Bu esa marketing strategiyasini to'g'rilash va xarajatlarni optimallashtirish imkonini beradi. Shu tarzda, raqamli marketing vositalari kichik korxonalarni aniq maqsadli auditoriyaga yo'naltirib, reklama samaradorligini oshiradi.

Raqamli marketing bugungi kunda faqat reklama vositasi emas, balki brend yaratish va uni mustahkamlash strategiyasining ajralmas qismiga aylangan. O'zbekistonda faoliyat yuritayotgan bir qator kichik biznes egalari, xususan, milliy qo'l mehnati mahsulotlari, dizayn, oziq-ovqat yoki xizmat ko'rsatish sohasidagi korxonalar o'z faoliyatlarini Instagram yoki Telegram do'konlari orqali yuritib, katta auditoriyani jalb etmoqda. Bunday tendensiya kichik biznesning an'anaviy bozordan raqamli bozorlarga o'tishini tezlashtirmoqda.

Shu bilan birga, elektron to'lov tizimlarining rivojlanishi - "Click", "Payme", "Apelsin" kabi xizmatlarning kengayishi onlayn savdoning qulayligini yanada oshirmoqda[4]. Raqamli marketing vositalari, ayniqsa, pandemiya davrida kichik biznes uchun qutqaruvchi vosita bo'ldi. COVID-19 pandemiyasi jarayonida ko'plab tadbirkorlar onlayn xizmatlarga o'tdilar, chunki an'anaviy savdo kanallari vaqtincha to'xtab qoldi. Shu davrda elektron tijorat, SMM reklama, va ijtimoiy tarmoqlardagi brend sahifalari kichik biznesni saqlab qolishda muhim rol o'ynadi[5].

Shu tajriba so'nggi yillarda ko'plab tadbirkorlarni raqamli transformatsiyaga undadi va bu jarayon hozir ham izchil davom etmoqda.

Yana bir dolzarb yo'nalish – bu sun'iy intellekt asosidagi marketing tahlillari. Zamonaviy dasturlar orqali mijozlarning xatti-harakatlarini o'rganish, individual takliflar shakllantirish, reklama vaqtini va joyini optimallashtirish imkoniyati mavjud. Bu texnologiyalar ilgari faqat yirik kompaniyalarga xos bo'lgan bo'lsa, bugungi kunda kichik biznes egalari ham ularni arzonroq vositalar yordamida qo'llash imkoniga ega bo'ldilar. Masalan, ChatGPT, Canva Pro, yoki Simplified kabi platformalar yordamida tadbirkorlar professional reklamani o'zlari yaratmoqda[6]. Shuningdek, mahalliy bozorda raqamli marketing yordamida eksport salohiyatini oshirish holatlari ham ko'paymoqda. “Made in Uzbekistan” brendi ostida ishlab chiqarilgan mahsulotlar xalqaro onlayn platformalarda - Amazon, Etsy, Alibaba kabi saytlarda sotilmoqda. Bu holat kichik biznes subyektlari uchun global bozorlarga chiqish yo'lini ochib bermoqda. Shu nuqtai nazardan, raqamli marketing vositalarini to'g'ri tanlash va ularni tizimli ravishda qo'llash kichik korxonaning iqtisodiy barqarorligini ta'minlovchi asosiy omilga aylanmoqda[7].

Bugungi kunda raqamli marketing kichik biznes uchun nafaqat reklama vositasi, balki mijozlar bilan uzoq muddatli ishonchli aloqani shakllantiruvchi mexanizm sifatida namoyon bo'lmoqda[8]. Har bir tadbirkor o'z mahsulotini faqat sotish emas, balki brend qadriyatini yaratish orqali bozorga taqdim etmoqda. Shu bois, raqamli marketing texnologiyalaridan oqilona foydalanish kichik biznesning barqaror rivojlanishini ta'minlaydi, uni yangi bosqichga olib chiqadi va milliy iqtisodiyotning raqamli sektordagi o'sishiga sezilarli hissa qo'shadi.

Kichik biznes faoliyatida raqamli marketing vositalaridan foydalanish hozirgi globallashtirish va raqamli iqtisodiyot davrida eng muhim strategik yo'nalishlardan biri bo'lib bormoqda. Raqamli texnologiyalar yordamida tadbirkorlar nafaqat o'z mahsulotlarini ichki bozorda targ'ib etish, balki xalqaro raqamli savdo platformalariga chiqish imkoniga ega bo'layotirlar. Ayniqsa, ijtimoiy tarmoqlar, SEO, SMM, e-mail marketing kabi vositalarning rivojlanishi kichik biznesning reklama xarajatlarini kamaytirib, samaradorlikni oshiradi. O'zbekiston Respublikasida raqamli marketing sohasining rivojlanishi “Raqamli O'zbekiston – 2030” strategiyasi doirasida faol amalga oshirilmoqda.

Bu esa kichik biznes subyektlari uchun yangi imkoniyatlar yaratmoqda, ularning raqobatbardoshligini oshirmoqda va raqamli iqtisodiyotning barqaror o'sishiga zamin yaratmoqda. Shu bois, raqamli marketing vositalaridan samarali foydalanish, raqamli savodxonlikni oshirish va marketing jarayonlarini innovatsion yondashuv asosida tashkil etish kichik biznesning barqaror rivojlanishiga xizmat qiladi.

Kelgusida kichik biznes vakillari uchun raqamli marketing sohasida maxsus o'quv dasturlari, konsultatsiya markazlari va texnologik inkubatorlar tashkil etilishi ushbu yo'nalishdagi rivojlanishni yanada jadallashtiradi. Natijada, mahalliy tadbirkorlik subyektlari nafaqat ichki, balki global raqamli bozorda ham o'z o'rniga ega bo'lish imkoniga ega bo'ladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Raqamli O'zbekiston – 2030" strategiyasi to'g'risidagi qarori, PQ–6079-son, 2020-yil.
2. Kotler P., Keller K.L. Marketing Management. – Pearson Education, 2022. <https://www.pearson.com/en-us/subject-catalog/p/marketing-management/P200000009464>
3. Chaffey D., Ellis-Chadwick F. Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. – Pearson, 2021. <https://www.pearson.com/en-gb/digital-marketing-strategy.html>
4. O'zbekiston Respublikasi Iqtisodiyot va moliya vazirligi. 2023-yilgi rasmiy iqtisodiy tahlil hisobotlari.
5. Statista. Uzbekistan Social Media Usage Report 2024. <https://www.statista.com/topics/8477/social-media-usage-in-uzbekistan>
6. OECD Report. SMEs in the Digital Economy after COVID-19. – Paris, 2022.
7. DataReportal. Digital 2024: Uzbekistan Overview. – 2024.
8. UNDP Uzbekistan. Digital Transformation and SME Competitiveness. – Toshkent, 2023. <https://www.uz.undp.org>