

KORXONALARDA REKLAMA FAOLIYATINI TASHKIL ETISHDA RAQAMLI MARKETINGDAN FOYDALANISH YO'LLARI

Raxmonqulova Shahrizoda Toxir qizi

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti

Kechki ta'lim va magistratura fakulteti

MRT-25 guruhi magistranti

E-mail: abdugaffarovashahrizoda03@gmail.com

Annotatsiya

Ushbu tadqiqot ishida korxonalarda reklama faoliyatini tashkil etishda raqamli marketingdan foydalanish yo'llari tahlil qilingan. Shuningdek, raqamli marketing vositalari turlari, ularning afzalliklari va O'zbekiston korxonalari marketing faoliyatiga tatbiq etish va rivojlantirish yo'llari va muallif tomonidan asosiy xulosalar va tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: raqamli marketing, reklama faoliyati, ijtimoiy tarmoqlar marketing, SEO, Pay Per Click, qidiruv tizimi, iste'molchilar.

Аннотация

В данной научной работе анализируются способы использования цифрового маркетинга в организации рекламной деятельности предприятий. Также рассматриваются виды инструментов цифрового маркетинга, их преимущества и пути внедрения и развития в маркетинговую деятельность узбекских предприятий. Автор формулирует основные выводы и рекомендации.

Ключевые слова: цифровой маркетинг, рекламная деятельность, маркетинг в социальных сетях, SEO, оплата за клик, поисковая система, потребители.

Abstract

This research paper analyzes the ways of using digital marketing in organizing advertising activities in enterprises. Also, the types of digital marketing tools, their advantages and ways of implementing and developing them in the marketing activities of Uzbek enterprises, and the author develops the main conclusions and recommendations.

Keywords: digital marketing, advertising activities, social media marketing, SEO, Pay Per Click, search engine, consumers.

O'zbekiston Respublikasi so'nggi yillarda raqamli iqtisodiyotga o'tish, marketing va reklama sohasida raqamli texnologiyalarni joriy etish, shuningdek, tadbirkorlik, faoliyatini rivojlantirish bo'yicha tub islohotlarni o'tkazmoqda. Hozirgi zamonaviy iqtisodiy muhitda raqobatning keskinlashuvi, axborot texnologiyalarining jadal sur'atda rivojlanishi, iste'molchi ehtiyojlari va xulq-atvorining o'zgarishi tufayli korxonalar o'z mahsulot va xizmatlarini bozorda ilgari surish uchun kreativ va innovatsion yondashuvlarga tayanishga majbur bo'lmoqda. Shu jihatdan, raqamli marketing vositalaridan foydalanish korxonalarining reklama faoliyatida yangi bosqichni boshlab berdi.

Korxonalarda reklama faoliyatini amalga oshirishda raqamli marketingdan foydalanish, aniq maqsadli auditoriyaga chiqish, reklama samaradorligini o'lchashdagi noaniqlik, reklama byudjetining cheklanganligi va mijoz bilan aloqa yetishmasligi kabi qator muammolarni hal qiladi. Raqamli marketingning afzalligi shundaki, u reklama jarayonini real vaqt rejimida nazorat qilish, auditoriyani aniq segmentlarga bo'lish va samaradorlikni o'lchash imkonini beradi. Shu bois, ushbu mavzuning dolzarbligi nafaqat nazariy, balki amaliy jihatdan ham juda yuqori hisoblanadi.

Raqamli marketing — bu mahsulot va xizmatlarni targ'ib qilish hamda sotish maqsadida veb-saytlar, mobil ilovalar, mobil qurilmalar, ijtimoiy tarmoqlar, qidiruv tizimlari va boshqa raqamli vositalardan foydalanish jarayonidir. Raqamli marketing an'anaviy marketingning ko'plab tamoyillariga asoslanadi va ko'pincha kompaniyalar uchun mijozlarga yangicha usulda murojaat qilish hamda ularning xatti-harakatlarini o'rganish vositasi sifatida qaraladi. Ko'plab kompaniyalar o'z strategiyalarida an'anaviy va raqamli marketing usullarini uyg'unlashtirib qo'llaydilar. Biroq, raqamli marketingning o'ziga xos qiyinchiliklari ham mavjud. Bu soha internetning 1990-yillarda keng tarqalishi bilan ommalasha boshlagan.

Avvallari kompaniyalar faqat gazeta-jurnallar, televideniye va radio orqali marketingga e'tibor qaratishardi, chunki mavjud imkoniyatlar shular bilan cheklangan edi. Hozirgi kunda bu uslublar hanuz qo'llanilsa-da, internet kompaniyalarga mijozlarga yetib borishning yangi yo'lini ochib berdi va raqamli marketingning rivojlanishiga sabab bo'ldi.

Bugungi texnologiyalarga asoslangan dunyoda raqamli marketing biznes o'sishi uchun juda muhim hisoblanadi. Hozirgi zamonda iste'molchilar har kuni soatlab internetda vaqt o'tkazishadi — elektron pochta tekshirishadi, ijtimoiy tarmoqlardan foydalanishadi, yangilik o'qishadi va onlayn xarid qilishadi. Raqamli marketing esa daromad salohiyatini oshirish va o'sishga erishish uchun keng imkoniyatlar yaratadi.

Raqamli marketingning faqat auditoriyani nishonga olish bilan cheklanmaydigan yana bir nechta muhim afzalliklari mavjud:

- **Tejamkorlik:** Kichik va o'rta bizneslar ko'pincha yirik brendlar bilan raqobatlashishda qiynaladi. Raqamli marketing esa bu borada imkoniyatlarni tenglashtiradi. To'g'ri tuzilgan strategiya orqali hatto kichik byudjet bilan ham mijozlar oqimini oshirish mumkin.

- **Oson o'lchanadi:** Ba'zi marketing kampaniyalari foyda keltirsa-da, aynan qaysi reklama sotuvga ta'sir qilganini aniqlash qiyin bo'ladi. Ammo raqamli marketingda xaridorning butun xarid jarayoni bo'ylab kuzatuv olib borish mumkin, bu esa nima ishlayotganini va nimani yaxshilash kerakligini ko'rsatadi. Statistika ko'ra, yuqori samaradorlikka ega marketing jamoalarining 72% natijalarni real vaqtda tahlil qiladi.

- **Mijozlar bilan aloqani kuchaytiradi:** Raqamli marketing yordamida brendlar mijozlar bilan ular xarid qilish yo'lining istalgan bosqichida muloqotda bo'la oladi. Masalan, mijozni xabardor qilish, savollariga javob berish yoki xizmat ko'rsatishni birgina platforma orqali amalga oshirish mumkin.

- **Shaxsiylashtirilgan yondashuv:** Raqamli marketing yordamida mijozlar ularning qiziqishlari va faoliyatiga qarab segmentlarga ajratiladi. Bu orqali har bir

mijoz uchun individual yondashuv yaratish mumkin bo'ladi — bu esa ularni har bosqichda hayratda qoldirish imkonini beradi.

- Tezkor tahrirlash imkoniyati: Agar billboard o'rnatilgan yoki pochta orqali reklama yuborilgan bo'lsa, uni o'zgartirishning iloji bo'lmaydi. Biroq raqamli marketingda esa sarlavhani sinab ko'rish, imloviy xatolarni tuzatish yoki reklama matnini bir necha tugma bosish orqali yangilash va darhol natijani ko'rish mumkin.

Raqamli marketing vositalari turlari:

1. Ijtimoiy tarmoqlar orqali marketing (Social Media Marketing). Bu usul Facebook, Instagram, TikTok, X (Twitter), LinkedIn kabi platformalar orqali brendni targ'ib qilishga asoslanadi. Kontent yaratish, auditoriya bilan aloqada bo'lish va reklama orqali mijozlar oqimini oshirish imkonini beradi.

2. Qidiruv tizimlari uchun optimallashtirish (SEO – Search Engine Optimization). SEO — bu veb-saytni Google kabi qidiruv tizimlarida yuqori o'rinlarga olib chiqishga qaratilgan strategiyadir. Kalit so'zlardan to'g'ri foydalanish, sifatli kontent yaratish va texnik optimallashtirish orqali saytga organik (bepul) tashriflar sonini oshirish mumkin.

3. Klik uchun to'lov asosidagi reklama (PPC – Pay Per Click). Bu pullik reklama turi bo'lib, unda reklama joylashtirgan kompaniya foydalanuvchi reklama ustiga bosganda to'lov amalga oshiradi. Google Ads yoki ijtimoiy tarmoq reklamalari bu usulga misol bo'ladi. Natijani tez olishni xohlovchilar uchun juda foydali.

4. Elektron pochta orqali marketing (Email Marketing). Bu strategiya orqali mijozlarga xabarnomalar, yangiliklar, chegirmalar yoki maxsus takliflar yuboriladi. To'g'ri tuzilgan email kampaniyalari mijozlar sodiqligini oshiradi va savdo hajmini ko'paytiradi.

Ijtimoiy tarmoqlar orqali marketing (Social Media Marketing). Ijtimoiy tarmoqlar orqali marketing — bu Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn, X (Twitter) kabi platformalar orqali mijozlar bilan aloqa o'rnatish, ularning ishonchini qozonish va savdoni oshirishga qaratilgan strategiyadir.

O'zbekiston sharoitida ham raqamli marketing vositalaridan foydalanish imkoniyatlari tobora kengayib bormoqda. Korxonalar uchun Facebook, Instagram, Telegram, YouTube kabi platformalarda maqsadli auditoriyaga yo'naltirilgan reklama kampaniyalari tashkil qilish, Google va Yandex qidiruv tizimlarida ko'rinish qamrovini oshirish, influencerlar orqali brendni ommalashtirish va email marketing orqali sodiq mijozlar bilan aloqa o'rnatish mumkin.

Umuman olganda, raqamli marketing vositalaridan kompleks va strategik foydalanish korxonalar uchun nafaqat reklama samaradorligini oshirish, balki bozorda mustahkam o'rin egallash, brend imijini kuchaytirish va mijozlar bilan barqaror munosabat o'rnatishning asosiy omilidir. Ushbu vositalarning texnologik rivojlanishi esa yaqin kelajakda marketing jarayonlarini yanada avtomatlashtiradi, shaxsiylashtiradi va interaktivlashtiradi. Shu bois, korxonalar uchun bu sohaga sarmoya kiritish – bugungi va ertangi muvaffaqiyat garovidir.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. A.A.Tillaxodjayev, M.A. Yusupov, N.G. Akbarov. Marketing. O'quv qo'llanma. TDIU 2019.
2. L.T. Abduxalilova. Internet marketing. O'quv qo'llanma. TOSHKENT-2021.
3. Philipp Kotler, Iwan Setiawan, H. Kartajaya. Marketing 4.0 Moving from traditional to digital. 2021
4. Ryan D. Understanding Digital Marketing. – Kogan Page, 2020. – 384 p.
5. Chaffey D., Ellis-Chadwick F. Digital Marketing. – Pearson Education, 2021
6. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education.
7. Solomon M.R., Marshall G.W., Stuart E.W. Marketing: Real People, Real Choices. 10th ed. Boston: Pearson, 2020.