

ILM FAN XABARNOMASI

Ilmiy elektron jurnali

O‘zbekistonda raqamli marketingni rivojlantirish va yangi strategiyalarni ishlab chiqarish

Rashidov Bahodir

Millat Umidi universiteti

Xalqaro biznes fakulteti

Biznes boshqaruv yo`nalishi

3-kurs talabasi

Annotatsiya: O‘zbekistonda raqamli marketing landshafti so‘nggi bir necha yil ichida internetga kirishning ko‘payishi, smartfonlarning ko‘payishi va onlayn platformalarga qiziqishning ortishi bilan tez rivojlandi. 27 milliondan ortiq internet foydalanuvchisi bo‘lgan mamlakatda, xususan, Instagram, Facebook va Telegram kabi ijtimoiy media platformalarida raqamli ishtirok etishning o‘sishi kuzatilmoqda. Korxonalar iste‘molchilar bilan bog‘lanish, o‘z brendlarni targ‘ib qilish va savdoni oshirish uchun raqamli marketing imkoniyatlarini tobora ko‘proq tan olishmoqda.

Kalit so‘zlar: Raqamli marketing, Raqamli O‘zbekiston 2030, Influencer marketing, marketing rivojlanishi, marketing strategiyalari

Raqamli marketing - bu internet, ijtimoiy media, qidiruv tizimlari, elektron pochta va mobil ilovalar kabi raqamli kanallar va texnologiyalardan foydalangan holda mahsulotlar, xizmatlar yoki brendlarni ilgari surish. Bu korxonalariga global auditoriya bilan bog‘lanish, real vaqt rejimida mijozlarni jalb qilish va kampaniyalarining samaradorligini o‘lchash imkonini beradi

Raqamli marketing korxonalariga an'anaviy marketing usullariga qaraganda kengroq va xilma-xil auditoriyani qamrab olish imkonini beradi. Bu, ayniqsa, O‘zbekiston kabi internetdan foydalanish tez sur‘atlar bilan o‘sib borayotgan mamlakatda muhim ahamiyatga ega. Raqamli marketing ko‘pincha an'anaviy reklamaga qaraganda tejamkorroq bo‘ladi. Korxonalar investitsiya daromadini maksimal darajada oshiradigan maqsadli kampaniyalarni o‘tkazishlari mumkin. Raqamli platformalar iste‘molchilar bilan to‘g‘ridan-to‘g‘ri o‘zaro ta‘sir o‘tkazish, o‘zaro manfaatdorlikni rivojlantirish va brendlar atrofida hamjamiyat yaratish imkonini beradi. Ushbu ikki tomonlama aloqa mijozlarning afzalliklarini tushunish va sodiqlikni oshirish uchun juda muhimdir. Raqamli marketing korxonalariga real vaqtda ma‘lumotlar va tahlillarni taqdim etadi, bu ularga kampaniya samaradorligini kuzatish, iste‘molchilarning xatti-harakatlarini tushunish va tezkor qarorlar qabul qilish imkonini beradi. O‘zbekistonda raqamli marketingning ahamiyati ortib borayotgani korxonalar raqamli dunyoda muvaffaqiyatga erishish uchun ushbu strategiyalarni qo‘llash zarur.

O‘zbekistonda raqamli marketing rivojlanishining asosiy omillaridan biri bu internetga kirishning sezilarli yaxshilanishidir. O‘zbekiston hukumati iqtisodiy o‘shirish va raqamli innovatsiyalar uchun ulanish muhimligini e‘tirof etgan holda, mamlakatning raqamli infratuzilmasini yaxshilash bo‘yicha turli tashabbuslarni amalga oshirdi.

O‘zbekiston hukumati mamlakatning raqamli imkoniyatlarini modernizatsiya qilish va kengaytirishga qaratilgan bir qancha dasturlarni ishga tushirdi. E‘tiborli tashabbuslardan ba‘zilari quyidagilardan iborat:

-Raqamli O'zbekiston 2030 : Bu milliy dastur raqamli infratuzilmani rivojlantirish, internet tezligini oshirish va chekka hududlarga ulanishni kengaytirishga qaratilgan. Maqsad - butun aholi uchun yuqori tezlikdagi internetdan foydalanish imkoniyatini oshirish.

-Optik tolali tarmoqlarga investitsiyalar : Hukumat butun mamlakat bo'ylab optik tolali tarmoqlarni rivojlantirish uchun xususiy sektorlar va xalqaro tashkilotlar bilan hamkorlik qildi. Ushbu tashabbus shahar va qishloqlarni keng polosali internet bilan ta'minlash, barqaror va tezkor internet ulanishini ta'minlashga qaratilgan.

-Mobil Internetni kengaytirish: Uyali aloqa operatorlari 4G tarmoqlarini kengaytirishga rag'batlantirildi va 5G ni yo'lga qo'yish rejalari ham amalga oshirilmoqda. Ushbu tashabbuslar ko'proq odamlarning mobil qurilmalardan internetga kirishini ta'minlaydi, bu raqamli marketing o'sishining muhim omilidir.

Ushbu tashabbuslar natijasida internetga kirish sezilarli darajada yaxshilandi, bu esa onlayn faoliyat va raqamli ishtirokning oshishiga olib keldi Toshkent, Samarqand va Buxoro kabi shaharlarda yuqori tezlikdagi internet keng tarqalgan. 2023 yil holatiga ko'ra, shahar aholisining 80% dan ortig'i internetdan ishonchli foydalanish imkoniyatiga ega, bu esa elektron tijorat va raqamli reklamani o'sishiga turtki bo'ldi. Internet infratuzilmasini qishloq hududlariga kengaytirish ustuvor vazifa bo'ldi. Qiyinchiliklar saqlanib qolayotgan bo'lsa-da, hukumatning sa'y-harakatlari natijasida qishloq aholisining 45% atrofida internet foydalanuvchilari soni ortib bormoqda. Bu o'sib borayotgan raqamli mavjudlik korxonalar uchun ilgari foydalanilmagan bozorlarga chiqish uchun yangi imkoniyatlarni taqdim etad

Influencer marketing

Brendlarni targ'ib qilishda mahalliy ta'sir o'tkazuvchilarning roli Influencer marketingi O'zbekistonda juda mashhur bo'lib, mahalliy ta'sir o'tkazuvchilar iste'molchilar qarorlarini shakllantirishda muhim rol o'ynaydi. Ta'sir qiluvchilar bilan hamkorlik qilish orqali brendlar ushbu onlayn shaxslarning fikr va tavsiyalariga ishonadigan yuqori darajadagi auditoriyaga kirish imkoniyatiga ega bo'ladilar. Influencerlar hayot tarzi, moda, texnologiya va go'zallik mahsulotlarini targ'ib qilishda ayniqsa samarali bo'lishi mumkin bo'lgan haqiqiylik va o'zaro bog'liqlikni ta'minlaydi.

Video-kontentning ko'tarilishi va uning ishtirok etishdagi samaradorligi Video kontenti tobora ko'proq tomoshabinlarni jalb qilishning eng samarali usullaridan biriga aylanib bormoqda. O'zbekistonda YouTube, Instagram va Telegram kabi platformalar videomarketing uchun mashhur bo'lib, brendlarga yanada interaktiv va immersiv kontent yaratish imkonini beradi.

Mahalliy tillar va madaniyatlarga moslashtirilgan kontent yaratishning ahamiyati O'zbekistonda mahalliy auditoriya bilan rezonans uyg'otadigan kontent yaratish brend ishonchi va dolzarbligini oshirish uchun juda muhimdir. O'zbek va rus tillari keng tarqalgan mamlakatning ikki tilli tabiatini hisobga olgan holda, korxonalar kengroq auditoriyani qamrab olish uchun har ikki tilda kontent yaratishi kerak. Madaniy qadriyatlar, urf-odatlar va mahalliy hissiyotlarni aks ettirish uchun tarkibni moslashtirish yanada chuqurroq ishtirok etishni ta'minlaydi va brendlarga o'z iste'molchilari bilan mustahkam aloqa o'rnatishga yordam beradi. Misol uchun :Pepsi o'zining raqamli kampaniyalarida o'zbek va rus tillaridan foydalanadi, o'z aksiyalarida Navro'z kabi

an'anaviy bayramlarni o'z ichiga oladi, bu esa brendning mahalliy auditoriya bilan madaniy aloqalarini o'rnatishga yordam beradi.

O'zbekistonda raqamli marketing o'sishda davom etar ekan, korxonalar duch keladigan muhim muammolardan biri bu raqamli ko'nikmalardagi bo'shliqdir. Iste'molchilar ham, biznes ham onlayn landshaft taqdim etgan imkoniyatlardan to'liq foydalanish uchun raqamli vositalarni tushunish va ulardan foydalanishni kuchaytirishi kerak.

Xulosa qilib aytadigan bo'lsak, O'zbekistonda raqamli ko'nikmalar bo'yicha bo'shliqni tugatish iste'molchilar ham, biznes uchun ham o'sib borayotgan raqamli iqtisodiyotdan to'liq foyda olishlari uchun zarur. Ta'lim, hukumat tashabbuslari va texnologik yechimlarga sarmoya kiritish orqali O'zbekiston raqamli o'zgarishlarda hamma ishtirok etishi va undan foyda olishini ta'minlab, raqamli savodxonlik darajasi yuqoriroq jamiyat qurishi mumkin. Bu, o'z navbatida, raqamli marketing harakatlarining muvaffaqiyatiga olib keladi va umumiy iqtisodiy o'sishga hissa qo'shadi

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Chaffey, D. va Ellis-Chadwick, F. (2020).
Raqamli marketing: strategiya, amalga oshirish va amaliyot (7-nashr). Pearson.
2. Rayan, D. (2017).
Raqamli marketingni tushunish: raqamli avlodni jalb qilish uchun marketing strategiyalari
3. Dodson, I. (2016).
Raqamli marketing san'ati: strategik, maqsadli va o'lchanadigan onlayn kampaniyalarni yaratish bo'yicha aniq qo'llanma
4. Kotler, P. va Armstrong, G. (2018).
Marketing tamoyillari (17-nashr). Pearson.
5. Zahay, DL va Roberts, ML (2019).
Internet-marketing: onlayn va oflayn strategiyalarni birlashtirish
6. Marketing asoslari. Ergashxodjaeva Sh.Dj., Qosimova M.S., Yusupov M.A. Toshkent Iqtisodiyot 2019
7. "O'ZBEKISTON — 2030" STRATEGIYASI [HTTPS://LEX.UZ/RU/DOCS/-6600413](https://lex.uz/ru/docs/-6600413)