

RAQAMLI MARKETINGNING IQTISODIYOTDAGI O'RNI

Ismatov Umid

Buxoro davlat universiteti talabasi

Choriyeva Nigina Qahramonovna

Buxoro davlat universiteti o'qituvchisi

ARTICLE INFO.

Kalit so'zlar: raqamli iqtisodiyot, internet, marketing, raqamli (internet) marketing, raqamli marketing strategiyalari, internet marketing metodlari.

Annotatsiya

Maqolada raqamli marketingning iqtisodiy samaradorligi, uning kompaniyalar va iqtisodiyotning turli sohalaridagi o'rni, shuningdek, global miqyosda rivojlanayotgan yangi tendensiyalar va raqamli strategiyalar ko'rib chiqilgan. Shuningdek, raqamli marketingni yanada samarali qo'llash orqali iqtisodiy rivojlanishni rag'batlantirish imkoniyatlari ham tahlil qilingan. Maqola raqamli marketingning strategik rolini aniqlash va uning iqtisodiyotdagi roli haqida kengroq tushuncha hosil qilishga qaratilgan.

<http://www.gospodarkainnowacje.pl/> © 2025 LWAB.

Kirish.

Zamonaviy iqtisodiyotda raqamli texnologiyalarning rivojlanishi va global tarmoqlarning kengayishi bilan marketing sohasida sezilarli o'zgarishlar yuz berdi. Bugungi kunda raqamli marketing, ya'ni internet va boshqa raqamli platformalar orqali amalga oshiriladigan marketing faoliyatlari, iqtisodiyotning ajralmas qismiga aylangan. Ushbu jarayonlar, bir tomondan, bizneslar uchun yangi imkoniyatlar yaratishda, ikkinchi tomondan esa, iste'molchilarning ehtiyojlarini va xohishlarini aniqlash va ularga javob berish tizimini tubdan o'zgartirmoqda. Raqamli marketing strategiyalari kompaniyalar uchun faqatgina savdo hajmini oshirishni emas, balki brendning global miqyosda tanilishiga, mijozlar bilan yanada mustahkam aloqalar o'rnatishga ham xizmat qiladi. Iqtisodiy jarayonlarni yanada samarali boshqarish va raqobatbardoshlikni oshirishda raqamli marketingning roli tobora ortib bormoqda. Raqamli marketing, bir tomondan, turli sohalarida innovatsion yondashuvlar va yangi biznes modellari yaratishga yordam berayotgani, ikkinchi tomondan esa, xalqaro bozorlarda kompaniyalarni tezda raqobatbardosh qilishga imkon bermoqda. Ushbu maqola, raqamli marketingning iqtisodiyotdagi o'rnini, uning samaradorligini va iqtisodiy o'sishdagi rolini tahlil qilib, shu sohadagi muhim tendensiyalarni yoritishga qaratilgan. Maqsadimiz raqamli marketingning iqtisodiy jarayonlarga ta'sirini tushunish va uning kompaniya va mamlakat iqtisodiyotidagi ahamiyatini aniqlashdan iborat.

Tadqiqot va usullar.

Raqamli marketing -(Internet marketing deb ham yuritiladi) bu mahsulot va xizmatlarni tadbiq qilish uchun Internet va kompyuterlar, mobil telefonlar va internetga ulanadigan boshqa raqamli texnologiyalardan foydalanadigan marketing tarkibiy qismidir. Uning 1990 va 2000-yillardagi rivojlanishi brendlar va korxonalarining marketing uchun texnologiyadan foydalanish usullarini o'zgartirib yubordi. Raqamli marketing -bu harakatlar yoki taktikalar to'plami. Raqamli ommaviy

axborot vositalari quyidagi shakllar, formatlar va platformalar to'plamini anglatadi:

- Elektron pochta xabarlari
- SMS va MMS•Ilova ichidagi/push bildirishnomalari
- Ijtimoiy tarmoqlar (Instagram, TikTok, LinkedIn, Facebook, Snapchat, Twitter, Pinterest)
- Audio (Spotify, Pandora, Apple Music)
- Raqamli reklama (bannerlar, qalqib chiquvchi reklamalar)
- Video (YouTube, Netflix, Hulu) Raqamli sotuvchilar mijozlar bilan bog'lanish uchun raqamli mediadan foydalanadilar.

Boshqa so'zlar bilan aytganda, raqamli marketing bu strategiyaet raqamli media vositalaridir. Internetdan tashqari kanallarni ham qamrab olish raqamli marketingni onlayn reklama qilish ilmidan ajratib turadi. Ya'ni, raqamli marketing internetdan tashqari ba'zi sanab o'tilgan internetsiz platformalarni o'z ichiga qamrab olishi bilan u „onlayn reklama qilish“ dan farqlanadi. Raqamli marketing an'anaviy marketing bilan bir xil tamoyillarni o'z ichiga oladi va ko'pincha kompaniyalar uchun iste'molchilarga yaqinlashish va ularning xatti-harakatlarini tushunishning yangi usuli hisoblanadi. Kompaniyalar ko'pincha o'z strategiyalarida an'anaviy va raqamli marketing usullarini tanlashadi. Umuman olganda, kompaniyalar va tashkilotlar mahsulot hamda xizmatlari to'g'risidagi ma'lumotlarni iste'molchilarga yetazish, ularning bozordagi ulushini oshirish maqsadida raqamli marketingdan foydalanishadi. Raqamli marketingni tushunib yetish, bu orqali tovar va mahsulotlarni sotish har bir kompaniya uchun muhim omil hisoblanadi va iste'molchilarga tovar va mahsulotlarni yetkazib berish qobiliyatini shakllantirish talab qilinadi. Raqamli maketing bizga an'anaviy usullardan ko'ra ko'proq auditoriyaga erishishga yordam beradi va mahsulot yoki xizmatimizni sotib olish ehtimoli yuqori bo'lgan istiqbolga yo'naltiradi. Bundan tashqari, u an'anaviy reklamaga qaraganda ko'pincha tejamliroq bo'lib, muvaffaqiyatni har kuni sarhisob qilish va o'zimiz xohlagan usulda harakatlantirish imkonini beradi. Raqamli marketing internet mumkin bo'lgan barcha tizimlarda qo'llanilishi mumkin. Shu nuqtai nazardan, raqamli marketing faoliyati eng ko'p tashrif buyuriladigan va mashhur saytlarda amalga oshirilishi mumkin. Raqamli marketingda ishlab chiqarilgan mahsulot va xizmatdan qaysi sohada bo'lishidan qat'iy nazar foydalanish marketing nuqtai nazaridan to'g'riroq foydalanish bo'ladi. Agar marketing kiyimda amalga oshirilsa, raqamli marketing savdo saytlaridagi reklamalar bilan amalga oshirilishi mumkin. Bundan tashqari, raqamli marketing ijtimoiy media kanallarida yoki blog postlari orasida ishlatilishi mumkin. Shuningdek, raqamli marketing taktikasi onlayn nashrlar orqali qo'llaniladi. Ushbu bosqichda ko'rib chiqilishi kerak bo'lgan nuqta -raqamli marketing qaysi sektorlarda qo'llanilishi kerak. Raqamli marketing yordamida siz potentsial mijozlarga osonroq erishishingiz mumkin. Xaridorga sotiladigan mahsulotva xizmat bilan bog'liq xaridlar bo'yicha tezroq kirishni ta'minlash orqali tezroq fikr-mulohazalarni olish mumkin. Dunyoning qayerida bo'lsangiz ham, mahsulotlarni hatto turli shaharlardan ham raqamli marketing bilan almashish mumkin. Shunday qilib, siz raqamli marketingda sotuvga qo'yilgan mahsulot va xizmatlarni ko'proq mijozlarga yetkazib berish orqali bozor maydonini kengaytirishingiz mumkin. Ichki yoki xalqaro bozorlarda raqamli marketing taktikasidan faol foydalanish orqali uni brend va kompaniya sifatida keng hududlarga tarqatish mumkin. Shunday qilib, kompaniyalarning tan olinishi, korporativ tuzilmalari va qarashlari ham yanada samarali rivojlanmoqda. Xulosa qilib shuni aytishimiz mumkinki, raqamlashtirishning yuqori sur'atda o'sib borishi yaqin kelajakda haqiqatda ulkan o'zgarish hamda ijobiy natijalarga olib keladi. Raqamli marketing dunyoni egallab bormoqda. Har bir inson vaqtini sarflamasdan o'ziga yoqqan narsaga buyurtma berib, uy manzilini kiritib hisob raqamiga pul o'kazib bersa, buyurtmasi bir necha kunda yetib keladi. Bu esa raqamli marketingning afzallik tomonlarini ko'rsatib beradi. Ayniqsa, iqtisodiyotga bo'lgan ta'siri hamda o'zgarishi sezilarli darajada bo'lishi va bu kutilgan kelajakning o'ziga xos musbat hosilasini yuzaga keltiradi. Ushbu yo'nalishni qo'llabquvvatlashimiz hamda jarayonning bevosita ishtirokchisi yoki qaysidir ma'noda unga katalizator

bo'lishimiz kerak.

Natija va muhokamalar.

Jahon tajribasi

Amazon raqamli marketingni o'zining biznes strategiyasida markaziy o'rinda turuvchi vosita sifatida qo'llaydi. Uning raqamli marketingdagi muvaffaqiyati kompaniyaning dunyo bo'ylab kengayishiga, mijozlar bilan mustahkam aloqalar o'rnatishga va o'zining e-tijorat biznesini tez sur'atlar bilan rivojlantirishga imkon berdi. Amazon raqamli marketingdan foydalanishni kompaniya o'z faoliyatini boshlagan dastlabki yillaridan boshlab qo'llay boshlagan. Lekin raqamli marketingning to'liq shaklini va keng qamrovini yaratishda, Amazonning o'sishi va texnologiyaning rivojlanishi bilan birga, kompaniya o'z marketing strategiyalarini rivojlantira boshladi. 1990-yillarning oxiri – 2000-yillarning boshlarida: Amazonning veb-sayti o'sishni boshlaganida, SEO (qidiruv tizimi optimallashtirish) va email marketingga e'tibor qaratildi. Amazon, foydalanuvchilarga kitoblar, mahsulotlar va xizmatlar haqidagi tavsiyalarni yuborish uchun email marketingni boshladi. Buning ortidan Amazonning shaxsiylashtirilgan takliflari ko'proq mijozlarga yo'naltirilgan bo'lib, ularning sodiqligini oshirdi. Amazon, video reklama, influencer marketing, va shaxsiylashtirilgan reklama orqali raqamli marketingni yanada rivojlantirdi. 2010-yillarda Amazonning reklama strategiyasi yanada kengayib, u "Amazon Advertising" platformasini yaratdi va bu orqali kompaniya boshqa firmalarga ham o'z mahsulotlarini targ'ib qilish imkoniyatini berdi.

Amazon raqamli marketingni bir nechta asosiy sohalarida qo'llaydi:

1. SEO (Qidiruv Tizimi Optimallashtirish)

Amazon o'zining mahsulotlarini qidiruv tizimlarida yuqori o'rinlarga chiqarish uchun SEO strategiyalarini keng qo'llaydi. Mahsulot sahifalari, tasvirlar, va izohlar to'g'ri optimallashtirilgan, bu esa mijozlar Amazon saytini qidiruv tizimlarida topishlarini osonlashtiradi. Shu bilan birga, Amazonning mahsulotlarni tavsiflash va kategoriyalarni yaratishda samarali SEO ishlatish orqali ularning ko'rinishini oshiradi.

2. PPC (Pay-Per-Click) Reklama

Amazon "Amazon Advertising" orqali PPC kampaniyalarini amalga oshiradi, ya'ni kompaniya mahsulotlari uchun reklama joylashtirishadi va har safar foydalanuvchi reklama ustiga bosganida to'lov amalga oshiriladi. Bu orqali mahsulotlar foydalanuvchiga qidiruv natijalarida yuqori ko'rsatiladi va sotuvlar oshadi.

3. E-mail Marketing

Amazon, foydalanuvchilarni ma'lum bir mahsulotga qiziqtirgan holda, avtomatik tarzda e-mail marketingni amalga oshiradi. Mijozlar oldingi xaridlaridan yoki qidiruv tarixidan kelib chiqib, tegishli mahsulotlar haqida e-mail xabarnomalar yuboriladi. Bu usul Amazonni foydalanuvchilarga shaxsiylashtirilgan reklama yuborishda samarali qiladi.

4. Influencer Marketing

Amazon influencer marketing strategiyasini ham qo'llaydi. Mashhurlar va ijtimoiy tarmoqlarda keng ta'sirga ega bo'lgan shaxslar Amazon mahsulotlarini tavsiya qilib, brendni tanitishda katta rol o'ynaydi. Bu mahsulotlar haqida organik tavsiyalar va sharhlar ijtimoiy tarmoqlarda foydalanuvchilarga ta'sir qilmoqda.

5. Ijtimoiy Media Marketing

Amazon ijtimoiy tarmoqlarda ham faoliyat yuritadi, lekin ularning yondashuvi ko'proq maqsadli reklamalarga qaratilgan. Facebook, Instagram va Twitter kabi platformalarda Amazon mahsulotlarini targ'ib qiladi. Shu bilan birga, ijtimoiy tarmoqlarda foydalanuvchilarni Amazonning e-commerce

saytiga jalb qilishga qaratilgan reklama kampaniyalari olib boriladi.

Amazon raqamli marketingni qo'llashda bir nechta yo'nalishlarga e'tibor qaratib, o'z brendini va mahsulotlarini global bozorlar bo'yicha tanitadi. SEO, PPC, e-mail marketing, ijtimoiy media, influencer marketing, va shaxsiylashtirilgan xizmatlar orqali Amazon o'z mijozlari bilan mustahkam aloqalar o'rnatadi va ularga har doim yangiliklar va maxsus takliflarni taqdim etadi. Bu kompaniyaning raqamli marketingni samarali qo'llash orqali bozorda ustunlikni saqlashiga yordam beradi. Amazon raqamli marketingni o'zining dastlabki yillarida SEO va email marketing orqali foydalana boshlagan, ammo 2000-yillardan so'ng PPC, video reklama, influencer marketing va ijtimoiy tarmoqlarda faoliyatini kengaytirib, raqamli marketingni rivojlantirishda katta yutuqlarga erishdi. Bu kompaniyaning o'z brendini global miqyosda tanitish va o'z mahsulotlarini mijozlarga samarali yetkazishdagi muvaffaqiyatining asosiy omillaridan biri bo'ldi. Amazon kompaniasining raqamli marketing strategiyasi juda samarali va kompaniyaga global bozorda muvaffaqiyat qozonishga yordam beradi. Ularning kuchli tomonlari shaxsiylashtirilgan reklama, SEO, PPC, va innovatsion reklama platformalarini o'z ichiga oladi. Biroq, raqobatning yuqori darajasi va shaxsiy ma'lumotlar xavfsizligiga doir xavotirlar Amazon uchun ba'zi zaif tomonlar hisoblanadi. Umuman olganda, Amazon raqamli marketingni samarali qo'llab-quvvatlaydi, ammo u yangi imkoniyatlardan foydalanish va mavjud tahdidlarga qarshi kurashish orqali yanada rivojlanish uchun doimiy ravishda strategiyalarini takomillashtirishga majbur.

Xulosa.

Raqamli marketingning iqtisodiyotdagi o'rni bugungi kunda tobora muhim ahamiyat kasb etmoqda. Internet va raqamli texnologiyalar orqali amalga oshiriladigan marketing strategiyalari nafaqat bizneslarning o'sishiga, balki global iqtisodiyotning samarali rivojlanishiga hissa qo'shmoqda. Raqamli marketing kompaniyalar uchun yangi imkoniyatlar yaratish, iste'molchilar bilan muloqotni mustahkamlash, va raqobatbardoshlikni oshirishda muhim vositadir. Ushbu strategiyalar orqali bizneslar nafaqat o'z mahsulot va xizmatlarini keng auditoriyaga taqdim etishda, balki mijozlar ehtiyojlarini aniqroq tushunib, ularni qondirish yo'lida samarali yondashuvlarni ishlab chiqish imkoniga ega bo'lishadi. Shuningdek, raqamli marketingning iqtisodiy o'sishga ta'siri ham beqiyosdir. U iste'molchilarni qondirish uchun innovatsion usullarni yaratish, yangi ish o'rinlarini tashkil etish va iqtisodiy resurslarni samarali taqsimlashda muhim rol o'ynaydi. Shuningdek, raqamli marketing yordamida kichik va o'rta bizneslar ham global bozorga chiqish va o'z raqobatbardoshligini oshirish imkoniyatiga ega bo'lyapti. Raqamli marketingni muvaffaqiyatli amalga oshirish uchun zamonaviy texnologiyalarni to'g'ri qo'llash, iste'molchilarni o'rganish va innovatsion yondashuvlarni ishlab chiqish zarur. Shu bilan birga, raqamli marketingning iqtisodiyotdagi roli kelajakda yanada ortishi kutilmoqda. Texnologik yangiliklar va global tendensiyalarni hisobga olgan holda, raqamli marketingning samaradorligini oshirish va uni yanada rivojlantirish, iqtisodiyotning turli sohalarida yangi imkoniyatlar yaratishga yordam beradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Цифровая трансформация бизнеса: Изменение бизнес-модели для организации нового поколения / Питер Вайл, Стефани Ворнер; Пер. с англ. М.Альпина Паблишер, 2019.
2. Xakimov Z.A., Sharifxodjayev U.U. Interaktiv va raqamli marketing. O'quv qo'llanma. T.: "Iqtisodiyot", 2019.
3. Akayev A.A., Kenjabayev A.T., Ilhamova Y.S., Jumanioyozova M.Y. Iqtisodiyotda axborot komplekslari va texnologiyalari. Darslik. T. - "Fan va texnologiya" 2019.
4. Alghizzawi, M. (2019). The role of digital marketing in consumer behavior:
5. Asurvey. Int. J. Inf. Technol. Lang. Stud, 3(1).

6. Aque, A. J. A., Madronero, I. M., Nabrasca, R. B., Edig, M. M. N., & Buladaco, M. V. M. (2021). Relationship between Digital Marketing and Economic Stability of Online Sellers in Panabo City. *International Journal of Scientific Research and Engineering Development*, 4(1).
7. Finotto, V., & Mauracher, C. (2020). Digital marketing strategies in the
8. Italian wine sector. *International Journal of Globalisation and Small Business*, 11(4).
9. [https://en.wikipedia.org/wiki/Amazon_\(company\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Amazon_(company))
10. https://uz.wikipedia.org/wiki/Raqamli_marketing
11. Kadirovna, S. N. (2024). Importance of Foreign Experience for Uzbekistan in the Transition to a Green Economy. *European Journal of Business Startups and Open Society*, 4(4), 48-51.
12. Shoimardonkulovich, Y. D., Kadirovna, S. N., & Abdulaziz, R. (2024). Legal Framework for the Introduction of a Green Economy in Uzbekistan. *Excellencia: International Multi-disciplinary Journal of Education* (2994-9521), 2(4), 345-350.
13. Shoimardonkulovich, Y. D., Kadirovna, S. N., & Javohir, D. (2024). The Green Economy as a Factor of Sustainable Development. *Miasto Przyszłości*, 47, 133-135.
14. Shoimardonkulovich, Y. D., & Kadirovna, S. N. (2022). Green Factor Of Economic Growth In Uzbekistan. *Gospodarka i Innowacje.*, 23, 102-104.
15. Kadirovna, S. N., & Husen, R. (2024). ISLOMIY MOLIIYA, O'ZBEKISTON SHAROITIDA UNI TATBIQ ETISH TENDENSIYALARI. *INNOVATIVE ACHIEVEMENTS IN SCIENCE 2024*, 3(28), 21-24.
16. Kadirovna, S. N., & Hamidjon ogli, N. M. (2024). O'ZBEKISTONDA ISHSIZLIK MUAMMOSI VA UNI BARTARAF ETISH. *Gospodarka i Innowacje.* 46, 442-445.
17. Axrorovna, B. M. (2022). The Importance of Digitizing the Tax System. *European Journal Of Business Startups And Open Society*, 2(11), 1-5.
18. Giyazova, N.B. (2024). INCREAZING THE EFFICIENCY OF WASTE RECYCLING IN THE ECONOMY OF OUR COUNTRY. *MODELS AND METHODS FOR INCREASING THE EFFICIENCY OF INNOVATIVE RESEARCH*, 3(34), 455-461.
19. Gafurova, S. K. (2024). IMPORTANCE OF QUALITY MANAGEMENT IN IMPROVING THE QUALITY OF PERSONNEL TRAINING IN THE FIELD OF FOOD PRODUCTION. *Science and innovation*, 3(Special Issue 42), 508-511.
20. Низамов, А. Б. Очилов, А. О. Гафурова, Ш. К. & оглы Шаропов, Т. Р. (2024). Оценка эффективности обучения качественному менеджменту (TQM) в технических высших учебных заведениях. *Экономический профессиональный журнал*, 4(4).
21. Odinayeva, N. (2025). MODELS OF DEVELOPMENT AUTONOMY OF HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS IN THE MANAGEMENT OF THEIR ACTIVITIES. *International Journal of Artificial Intelligence*, 1(2), 127-133.
22. Abdulloev, A. J., Odinayeva, N. F., Adizov, B. B., & Furqatovna-master, O. N. (2021). Training highly qualified staff in development of Uzbekistan. *Research Innovation in Multidisciplinary Sciences*, 2021, 288-292.
23. Tairova, M. M., Aminova, N. B., & Kadirova, N. R. (2021, March). Use of Digital Technologies in Marketing. In *Proceedings of the International Conference on Research Innovation in Multidisciplinary Sciences*, New York, NY, USA (pp. 6-7).

24. Junaydullayevich, A. A., & Rasulovna, Q. N. (2024). Sanoat korxonalarining iqtisodiy salohiyatini baholash usullarini ishlab chiqish. *Journal of economy, tourism and service*, 3(2), 20-24.
25. Navruz-zoda Z.B. Three-Level Smart Model of Tourist Destination // Journal of Management Value & Ethics. July-Sept. 20, Vol.10 No3, 78-85-p. India. SJIF 7.201 & GIF 0.626.ISSN-2249-9512. (08.00.00; №6).
26. Z.B Navruz-zoda, S.K Imomova Concept of pilgrimage tourism and its specific characteristics. INTERNATIONAL JOURNAL OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE ISSN: 2692-5206, Impact Factor: 12,23 American Academic publishers, volume 05, issue 03,2025
27. Jamshedovna Q. H. GREEN ECONOMY AS A FACTOR OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT //AMERICAN JOURNAL OF EDUCATION AND LEARNING. – 2024. – T. 2. – №. 5. – C. 785-794.
28. Otabek o'g'li O. M., Jamshedovna Q. H. RAQAMLI IQTISODIYOTDA FOYDALANUVCHI MA'LUMOTLARINING XAVFSIZLIGINI TA'MINLASHDAGI MUAMMOLAR VA YECHIMLAR //INNOVATIVE ACHIEVEMENTS IN SCIENCE 2024. – 2025. – T. 4. – №. 38. – C. 167-174.
29. Jamshedovna Q. H., Lutfullayevna X. L. BUSINESS MANAGEMENT: WAYS TO ACHIEVE DOMINANCE IN THE MARKET //INNOVATION IN THE MODERN EDUCATION SYSTEM. – 2025. – T. 6. – №. 49. – C. 247-249.
30. Khurramov O. K., Kasimova H. J. The main advantages of internet marketing and differences from traditional marketing //Мировая наука. – 2019. – №. 4 (25). – C. 65-68.
31. Jamshedovna Q. H., Askarovich S. M. Effective Development of the Economy on the Basis of "Green Economy". – 2023.