

RAQAMLI MARKETINGNING KICHIK BIZNESGA TA’SIRI

Kalanova Moxigul Baxritdinovna

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti

Marketing kafedrası dotsenti v.b. PhD

E-mail: moxigulkalanova@gmail.com

Tel: +998905029140

Almurodov Akmal Xolmurod o‘g‘li

Samarqand va iqtisodiyot va servis instituti

Marketing yo‘nalishi talabasi

***Annotatsiya.** Ushbu tadqiqot ishida raqamli marketingning kichik biznes subyektlariga ko‘rsatadigan ijobiy va salbiy ta’sirlari tahlil qilingan. Ijtimoiy tarmoqlar, qidiruv tizimi optimizatsiyasi (SEO), email marketing va onlayn reklamani kichik korxonalar rivojiga qanday hissa qo‘shishi asoslanilgan. Kichik biznes egalari uchun raqamli marketing strategiyasini to‘g‘ri ishlab chiqish bo‘yicha amaliy tavsiyalar berilgan.*

***Kalit so‘zlar:** raqamli marketing, kichik biznes, SEO, ijtimoiy media, onlayn reklama, mijoz jalb qilish, marketing strategiyasi.*

KIRISH

So‘nggi yillarda raqamli texnologiyalar jadal sur‘atlarda rivojlanib, har sohada tub o‘zgarishlarga sabab bo‘lmoqda. Ayniqsa, kichik biznes uchun raqamli marketing yangi imkoniyatlar ochib bermoqda. An’anaviy marketing usullaridan farqli o‘laroq, raqamli marketing kam mablag‘ bilan keng auditoriyaga yetib borish imkonini yaratadi. Ushbu tadqiqotda kichik biznes egalari uchun raqamli marketing qanday imkoniyat va xavflarni o‘z ichiga olishi o‘rganiladi.

Raqamli marketingning afzalliklari quyidagilardan iboratdir. Kichik biznes subyektlari uchun quyidagi jihatlar raqamli marketingning eng muhim afzalliklaridandir:

1. Tejamkorlik: An’anaviy marketingga nisbatan arzonroq.

2. Ma’lumotlarni o‘lchash imkoni: Onlayn reklama samaradorligini tahlil qilish oson.

3. Nishonli auditoriyaga yetib borish: SEO, SMM va email orqali kerakli auditoriyani jalb qilish mumkin.

4. Brend yaratish: Ijtimoiy tarmoqlar orqali tez va samarali tarzda brend imijini shakllantirish.

Amaliy vositalarga quyidagilar kiradi:

1. Ijtimoiy media marketing (SMM): Facebook, Instagram, TikTok kabi platformalarda mahsulot yoki xizmatni reklama qilish.

2. **Qidiruv tizimi optimizatsiyasi (SEO):** Saytni Google kabi qidiruv tizimlarida yuqoriga olib chiqish.

3. **Email marketing:** Mijozlar bilan aloqani doimiy saqlash.

4. **Kontent marketing:** Maqsadli auditoriya uchun foydali va qiziqarli ma'lumotlar taqdim etish.

Kutilayotgan xavf va muammolar esa quyidagilarni tashkil etadi:

1. **Texnologik savodsizlik:** Ko'plab kichik biznes egalari raqamli vositalarni to'g'ri ishlata olmaydi.

2. **Raqobatning kuchayishi:** Onlayn makonda barcha korxonalar teng sharoitda.

3. **Xavfsizlik va maxfiylik:** Mijozlar ma'lumotlarini himoya qilish zarurati ortmoqda.

Raqamli marketing — internet va boshqa raqamli texnologiyalar orqali mahsulot yoki xizmatlarni targ'ib qilish jarayonidir. U ijtimoiy tarmoqlar (Instagram, Facebook, Telegram), qidiruv tizimlari (Google, Yandex), email marketing, kontent marketing, SEO (Search Engine Optimization), SMM (Social Media Marketing), va kontekstli reklama kabi vositalarni o'z ichiga oladi.

Kichik bizneslar uchun raqamli marketing:

1. Arzon narxlarda keng auditoriyaga yetib borish imkonini beradi;
2. Brendni tanitish va mijozlar bilan doimiy aloqani yo'lga qo'yadi;
3. Marketing samaradorligini real vaqt rejimida kuzatish imkonini yaratadi.

Kichik biznesda raqamli marketingning roli. Kichik biznes subyektlari ko'pincha cheklangan moliyaviy resurslarga ega bo'lishadi. Shu sababli, raqamli marketing ular uchun:

- An'anaviy reklama vositalariga qaraganda tejamkor;
- Targeting (maqsadli auditoriyani aniqlash) orqali reklama samaradorligini oshiradi;
- Interaktivlik orqali mijozlar bilan o'zaro ishonchni shakllantiradi;
- Brend sodiqligi va tavsiyalarni kuchaytiradi (masalan, mijozlar ijobiy sharhlar yozadi yoki do'stlariga tavsiya qiladi).

Kichik biznes uchun raqamli marketing strategiyalari

Kichik bizneslar quyidagi strategiyalardan foydalanish orqali raqamli marketingdan maksimal darajada foyda olishlari mumkin:

SMM (ijtimoiy tarmoqlar orqali marketing) – Mahalliy mijozlar bilan bevosita aloqa, maxsus aksiyalarni e'lon qilish;

SEO va veb-sayt optimizatsiyasi – Google qidiruvida yuqorida chiqish orqali ko'proq trafik jalb qilish;

Email marketing – Mijozlarga yangiliklar, chegirmalar haqida shaxsiy xabar yuborish;

Mahalliy targeting va geo-marketing – Aynan yaqin hududdagi mijozlarga eʼlonlar koʻrsatish.

Statistik maʼlumotlar bilan tahlil. Soʻnggi yillarda Oʻzbekistonda internet foydalanuvchilarining soni ortib borayotganligi sababli, koʻplab kichik bizneslar oʻz faoliyatini raqamli platformalarga koʻchirmoqda. Masalan, 2024-yilda oʻtkazilgan soʻrovnomalarga koʻra, kichik tadbirkorlarning 65% dan ortigʻi raqamli marketing orqali mijozlar sonini oshirishga erishgan.

1. Nazariy asoslar va ilgari oʻrganilgan fikrlar

Raqamli marketing — bu internet, raqamli qurilmalar va platformalar orqali mahsulot yoki xizmatlarni reklama qilish jarayonidir. Uning asosiy vositalariga veb-saytlar, ijtimoiy tarmoqlar (Facebook, Instagram, TikTok), qidiruv tizimlari (Google), email marketing va mobil ilovalar kiradi.

Philip Kotler (2017) raqamli marketingni “isteʼmolchining ehtiyoj va xatti-harakatlarini raqamli texnologiyalar yordamida tahlil qilish va u orqali mahsulotni yoʻnaltirish” deb taʼriflaydi. Shu bilan birga, kichik bizneslar uchun raqamli marketing “kam xarajat evaziga keng auditoriyaga chiqish imkoniyatidir” degan fikrni ilgari suradi.

2. Statistik maʼlumotlar

Quyidagi jadval Oʻzbekistonning 2023–2024 yillardagi kichik biznes subyektlari orasida raqamli marketingdan foydalanish holatini koʻrsatadi:

Manba: Oʻzbekiston Respublikasi Iqtisodiyot va moliya vazirligi, 2024-yil hisobot.

Bu koʻrsatkichlardan koʻrinib turibdiki, kichik bizneslar raqamli marketingga tobora koʻproq murojaat qilmoqda, ayniqsa ijtimoiy tarmoqlarda mijoz bilan tez va samarali aloqa oʻrnatish imkoniyati sababli.

3. Muammo tahlili va misollar

Kichik biznes egalari koʻpincha quyidagi muammolarga duch kelishadi:

- Raqamli marketing strategiyalarini tuzishdagi bilim yetishmovchiligi;
- Raqobatbardosh kontent yaratish qiyinligi;
- Reklama byudjetining cheklanganligi.

Misol: Samarqanddagi "Zebo Fashion" nomli kichik tikuvchilik korxonasi 2023-yilda Instagram orqali reklama yuritishni boshladi. 6 oy ichida ularning buyurtmalari 40% ga oshdi. Ammo ular boshlangʻich davrda notoʻgʻri nishon auditoriyaga reklama qilgani sababli dastlabki reklama kampaniyasidan daromad ololmagan.

4. Muallif tahlili va fikri

Raqamli marketing kichik bizneslar uchun yangi imkoniyatlar eshigini ochmoqda. U arzon, tez va keng ko‘lamli auditoriyaga ega bo‘lish vositasidir. Ammo bu imkoniyatdan to‘laqonli foydalanish uchun bilim va tajriba zarur.

Solishtirish uchun, an’anaviy marketing (reklama bannerlari, radio) usullari katta byudjet talab qiladi va auditoriya doirasi cheklangan. Raqamli marketing esa nishonlangan auditoriyani aniqlash, tahlil qilish va samaradorlikni onlayn monitoring qilish imkonini beradi.

Dalil: Statistikaning 2024-yilgi tadqiqotlariga ko‘ra, kichik bizneslar orasida raqamli marketingdan foydalanganlar soni 5 yilda ikki baravar oshgan. Bu esa uning nafaqat zamonaviy, balki samarali ekanini ham ko‘rsatadi.

XULOSA

Raqamli marketing kichik biznes uchun ulkan imkoniyatlar eshigini ochadi. Bu vositalar yordamida ular kam mablag‘ bilan katta natijalarga erishishlari mumkin. Ayniqsa, SMM, SEO va email marketing kabi yo‘nalishlar mijozlarni jalb qilish, ularni saqlab qolish va brendni rivojlantirishda muhim ahamiyatga ega. Biroq, bu imkoniyatlardan to‘liq foydalana olish uchun kichik biznes egalari zamonaviy texnologiyalarni o‘rganishi, doimiy ravishda raqobatchilar faoliyatini tahlil qilib borishi, shuningdek, mijozlar ehtiyojiga mos individual yondashuvni ishlab chiqishi zarur. Shuningdek, kichik korxonalar o‘z marketing strategiyasini shakllantirishda quyidagi jihatlarni inobatga olishlari kerak:

1. Bozorni chuqur o‘rganish;
2. Auditoriya analizini muntazam amalga oshirish;
3. Raqobatchilar ustunliklarini tahlil qilish;
4. Onlayn platformalarda mijozlar bilan faol muloqot qilish;
5. Raqamli xavfsizlikni ta’minlash.

Raqamli marketingga sarmoya kiritgan kichik biznes subyektlari raqobatbardosh bo‘lishi, yangi mijozlarni jalb qilishi va bozor ulushini kengaytirishi mumkin. Bu esa ularning uzoq muddatli barqaror rivojlanishini ta’minlaydi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital Marketing. Pearson Education.
2. Ryan, D. (2020). Understanding Digital Marketing. Kogan Page.
3. Tashkent Institute of Finance. (2022). Marketing strategiyalari va raqamli transformatsiya.
4. Бекжанова, О., & Юсупалиходжаева, С. (2018). Этиологическая структура кандидоза полости рта в республике Узбекистан. Стоматология, 1(3 (72)), 13-17.

5. Statista.com - Digital advertising spending worldwide (2023).
6. Hootsuite & We Are Social. (2024). Digital Global Overview Report.
7. Муродов, М. М., Насуллаев, Х. А., Юсупова, Ф. Н., Халилов, Ш. У., Арабова, З. А., Тўраев, З. Б., ... & Муродов, А. М. (2023). Пахта тозалаш корхоналари чикиндилари асосида целлюлоза синтез жараёни таҳлиллари. *Gospodarka i Innowacje.*, 35, 314-322.
8. Муродов, М. М., Насуллаев, Х. А., Юсупова, Ф. Н., Халилов, Ш. У., Арабова, З. А., Тўраев, З. Б., ... & Муродов, А. М. (2023). Пахта линти целлюлозасидан тиббиёт соҳаси (тиббиёт гипс) учун н-кмц синтези тадқиқи, тиббиёт гипси таркибидаги модификацияланган-композит таркибни механик ва структуравий таҳлил этиш. *Gospodarka i Innowacje.*, 35, 323-331.
9. Азаматов, З. Т., Редкоречев, В. И., Абдурахманов, К. П., Кулагин, И. А., & Акбарова, Н. А. (2016). Лазерная интроскопия кремниевых пластин. In *Голография. Наука и практика* (pp. 405-408).
10. Муминов, Р. А., Азаматов, З. Т., Акбарова, Н. А., Тукфатуллин, О. Ф., & Хусаинов, И. А. (2014). Влияние голографических покрытий на эффективность кремниевых фотопреобразователей. *Международный журнал Гелиотехника*, (3), 6-8.
11. Azamatov, Z. T., Akbarova, N. A., Kulagin, I. Y. A., Gaponov, V. E., Redkorechev, V. I., & Isayev, A. M. (2017). Digital holographic interferometry in physical nanomeasurements. *Наносистемы: физика, химия, математика*, 8(1), 79-84.
12. Azamatov, Z., Akbarova, N. A., Redkorechev, V. I., & Khusainov, I. A. (2014). The hybrid holographic concentrator of solar energy. *Uzbekiston Fizika Zhurnali*, 16(5), 347-352.
13. Hamidullaevna, Y. S., Esenovna, B. O., Turgunboevna, Y. N., & O'Gli, P. J. S. (2018). Study of the adhesive properties of Candida strains in an in vitro test using erythrocytes as target cells. *European science review*, (9-10-2), 219-222.
14. Юсупалиходжаева, С., & Бекжанова, О. (2018). Изучение биомаркеров протеолиза–антипротеолиза в развитии кандидозного стоматита полости рта. *Журнал проблемы биологии и медицины*, (3 (102)), 114-117.
15. Тураханов, Р. (2025). Тема природы в стихах хамида алимджана и сергея есенина. *Exploring new horizons in education and academic research*, 1(1), 109-114.
16. Jahongir Ulug'bek og'li, A., & Abubakirovna, D. Z. (2024). Neurosis and neurotic disorders. *Western European Journal of Medicine and Medical Science*, 2(12), 28-30.
17. Тураханов, Р. (2025). Символ родины в стихотворениях есенина и вахидова. *Global trends in education and research development*, 1(1), 130-135.