



O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA RAQAMLI MARKETINGNI RIVOJLANTIRISH TENDENTSIYALARI

Raxmatova Shaxnoza Rustamovna

Navoiy Innovatsiyalar universiteti o‘qituvchisi

Osiyo Xalqaro Universiteti magistranti

Annotatsiya: Raqamli asrda marketing transformativ o‘zgarishlarni boshdan kechirdi, O‘zbekiston Respublikasi bu evolyutsiyani qabul qildi. Mamlakat internetga ulanishni kengaytirib, raqamli savodxonlikni oshirar ekan, korxonalar iste’molchilar bilan muloqot qilish uchun raqamli platformalardan tobora ko‘proq foydalanmoqda. Ushbu maqola texnologik taraqqiyot, siyosat islohotlari va madaniy siljishlar ta’sirida O‘zbekistonda raqamli marketingning rivojlanayotgan tendensiyalarini o‘rganadi. U ushbu dinamik sohadagi asosiy omillar, muammolar va kelajak istiqbollari haqida umumiy ma’lumot beradi.

Kalit so‘zlar: Raqamli marketing, O‘zbekiston, ijtimoiy media, elektron tijorat, AI, mobil-birinchi strategiyalar.

Kirish

Markaziy Osiyoning jadal rivojlanayotgan davlati bo‘lgan O‘zbekiston Respublikasi o‘zining iqtisodiy va texnologik landshaftlarida sezilarli o‘zgarishlarni boshdan kechirmoqda. Raqamli iqtisodiyot global miqyosda jadal rivojlanar ekan, O‘zbekiston ham bundan mustasno emas, uning hukumati va korxonalari raqamlashtirishni rivojlanishning asosi sifatida qabul qilmoqda. So‘nggi yillarda raqamli marketing dinamik va ta’sirchan



sektor sifatida paydo bo'ldi, bu butun mamlakat bo'ylab internet, mobil texnologiyalar va elektron tijoratning tobora ortib borayotgan kirib borishini aks ettiradi.

Aholisi smartfonlar va ijtimoiy tarmoqlar orqali tobora ko'payib borayotgan O'zbekistonda onlayn reklama, ta'sirchan marketing va mahalliyashtirilgan raqamli kampaniyalar ko'payganiga guvoh bo'ldi. Bundan tashqari, hukumatning "Raqamli O'zbekiston 2030" strategiyasi kabi raqamli transformatsiyani rag'batlantirish bo'yicha tashabbuslari raqamli marketingning o'sishini yanada kuchaytirdi.

Ushbu maqola O'zbekistonda raqamli marketingni shakllantiruvchi asosiy tendentsiyalarni o'rganish uchun zamin yaratadi, jumladan, mahalliyashtirilgan kontentning o'sishi, ijtimoiy tarmoqlarning ustunligi, ma'lumotlar tahlilidagi yutuqlar va sun'iy intellekt kabi innovatsion texnologiyalar integratsiyasi. Bu yo'nalishlar birgalikda O'zbekiston raqamli marketing ekotizimining zamonaviy, texnologiyani yaxshi biladigan auditoriya talablariga javob berish uchun qanday rivojlanayotgani haqida yorqin tasavvur beradi.

Rasmiy statistik ma'lumotlarga ko'ra, arzon mobil internet va "Raqamli O'zbekiston 2030" dasturi kabi hukumat tashabbuslari tufayli 2023-yilga borib O'zbekistonda internetning kirib borishi 80 foizdan oshdi. Ijtimoiy media platformalari, xususan Instagram, Telegram va TikTok raqamli ekotizimda hukmronlik qiladi, korxonalar reklama va mijozlarni jalb qilish uchun ushbu kanallardan faol foydalanadilar.

"Uzum Market" va "Apelsin" kabi elektron tijorat platformalari mashhurlikka erishdi, bu esa onlayn xaridlarning ko'payishiga sabab bo'ldi. Ushbu siljish korxonalarni raqamli marketing strategiyalariga, jumladan maqsadli reklamalar, ta'sirchan hamkorlik va kontent marketingiga sarmoya kiritishga undadi.

Raqamli marketingning rivojlanayotgan tendentsiyalari esa ijtimoiy media platformalari O'zbekistonning raqamli marketing strategiyasida markaziy o'rin tutadi.



Korxonalar mijozlarni bevosita jalb qilish uchun Telegram va vizual brending uchun Instagram kabi platformalardan foydalanadilar. Influencer marketingi ayniqsa samarali bo'lib, mahalliy ta'sir o'tkazuvchilar mahsulot va xizmatlarni ilgari surishda muhim rol o'ynaydi.

O'zbekistonning rang-barang madaniy merosi iste'molchilarning xohish-istaklariga ta'sir qiladi. Korxonalar o'zlarining raqamli kontentini mahalliy an'analar, tillar va qadriyatlarni aks ettirish uchun tobora ko'proq moslashtirmoqda, bu esa kampaniyalarni o'zaro bog'liq va samaraliroq qiladi.

Mijozlarni segmentatsiyalash, bashoratli tahlillar va chatbotlar uchun sun'iy intellekt (AI) vositalarini qo'llash jadal rivojlanmoqda. AIga asoslangan platformalar korxonalarga foydalanuvchi tajribasini yaxshilash va marketing kampaniyalarini optimallashtirish imkonini beradi.

Foydalanuvchilarning ko'pchiligi smartfonlar orqali internetga kirishlari sababli, korxonalar mobil qurilmalarga mos veb-saytlar va ilovalarga ustunlik beradi. Mobil reklama, ayniqsa TikTok va Instagram Stories kabi platformalarda, tobora ommalashib bormoqda.

Ma'lumotlar tahlili raqamli marketing strategiyalarini shakllantirishda hal qiluvchi rol o'ynaydi. Korxonalar foydalanuvchilarning xatti-harakatlari va afzalliklaridan olingan ma'lumotlardan shaxsiylashtirilgan marketing kampaniyalarini ishlab chiqish, mijozlar ehtiyojini qondirish va ushlab turishni yaxshilash uchun foydalanadilar.

Shu jumladan raqamli marketingdagi qiyinchiliklar tez o'zgarishlarga qaramay, O'zbekistonning raqamli marketing ekotizimida muammolar saqlanib qolmoqda:

- Cheklangan raqamli savodxonlik: Aholining bir qismi hali ham raqamli platformalar bilan to'liq shug'ullanish ko'nikmalariga ega emas.



- Regulyativ to'siqlar: Raqamli reklama va elektron tijorat bilan bog'liq siyosatlar hali ham rivojlanib bormoqda va bu biznes uchun noaniqliklarni keltirib chiqarmoqda.
- Raqobat: Raqamli marketingdan foydalanadigan korxonalar sonining ortib borishi raqobatni kuchaytirib, ajralib turishni qiyinlashtiradi.

O'zbekistonda raqamli marketing kelajagi istiqbolli va rivojlanish uchun bir qancha imkoniyatlar mavjud:

- 5G tarmoqlarini kengaytirish: Kengaytirilgan ulanish raqamli aloqani yanada kuchaytiradi.
- Ta'limga investitsiyalarning ko'payishi: Hukumat va xususiy sektorning raqamli savodxonlikni oshirish bo'yicha tashabbuslari ko'proq iste'molchilar va korxonalarga imkoniyat yaratadi.
- Barqarorlik tendentsiyalari: Ekologik toza va ijtimoiy mas'uliyatli marketing strategiyalari yosh, ijtimoiy ongli auditoriya bilan rezonanslashishi kutilmoqda.

O'zbekistonda raqamli marketing texnologik taraqqiyot, madaniy moslashuv va iste'molchilar talabi asosida tez rivojlanmoqda. Ushbu tendentsiyalarni qabul qilgan va qiyinchiliklarni engib o'tgan korxonalar raqobatbardosh bozorda muvaffaqiyat qozonish uchun yaxshi mavqega ega bo'ladi. Mamlakat raqamlashtirishda davom etar ekan, raqamli marketing O'zbekistonning iqtisodiy va madaniy landshaftini shakllantirishda hal qiluvchi rol o'ynaydi.

Xulosa

O'zbekiston Respublikasidagi raqamli marketing landshafti texnologiya taraqqiyoti, hukumat tomonidan qo'llab-quvvatlanayotgan raqamlashtirish tashabbuslari va rivojlanayotgan iste'molchilarning xulq-atvori asosida o'zgaruvchan davrni boshidan kechirmoqda. Mobil internetning keng miqyosda qo'llanilishi, ijtimoiy media platformalarining ko'payishi va elektron tijoratning yuksalishi korxonalarning o'z



auditoriyalari bilan o‘zaro munosabatini umumiy tarzda o‘zgartirib, maqsadli va samarali marketing strategiyalarini amalga oshirish imkonini berdi.

Ushbu tendentsiyalarning ilmiy tahlili mahalliyashtirilgan kontentning ortib borayotgan ahamiyatini, ma’lumotlar tahlilidan strategik foydalanishni va raqamli marketing amaliyotida sun’iy intellekt va mashinani o‘rganish kabi rivojlanayotgan texnologiyalarni integratsiyalashuvini ta’kidlaydi. Ushbu ishlanmalar nafaqat marketing kampaniyalari samaradorligini oshiribgina qolmay, balki korxonalar uchun innovatsion va shaxsiylashtirilgan usullarda iste’molchilar bilan muloqot qilish uchun yangi imkoniyatlar yaratmoqda.

Bundan tashqari, hukumatning “Raqamli O‘zbekiston 2030” strategiyasi raqamli iqtisodiyotning barqaror o‘sishi, texnologik innovatsiyalar va raqamli marketing sektorini kengaytirish uchun qulay muhitni mustahkamlash uchun mustahkam poydevor yaratdi. Biroq, raqamli savodxonlikdagi bo’shliqlar, kiberxavfsizlik muammolari va tartibga solishni moslashtirish zarurati kabi muammolar kelajakdagi rivojlanish uchun muhim sohalar bo‘lib qolmoqda.

Xulosa qilib aytganda, O‘zbekistonning raqamli marketing ekotizimi ilg‘or yo‘nalishda bo‘lib, kengroq global tendentsiyalarni aks ettirib, mahalliy madaniyat va bozor dinamikasi bilan shakllangan o‘ziga xos xususiyatlarni saqlab qoladi. Texnologiya, ta’lim va infratuzilmaga doimiy sarmoya kiritish O‘zbekistonning iqtisodiy o‘sish va modernizatsiya uchun raqamli marketing salohiyatidan to‘liq foydalanishini ta’minlashda muhim ahamiyatga ega bo‘ladi.



Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Akhmedov Sh.X -"Prospects for identifying digital marketing in Uzbekistan" 2020 156 b
2. Abdurahmonov O.R -"Raqamli xarid va marketingning o'zaro boshqaruvi" 2021 yil 98 bet
3. Jo'raev A.Q-"O'zbekiston bozorida raqamli marketingning ma'lumotlari" 2019 yil 72 bet
4. Ismoilov B.B -"Turizm sohasida raqamli marketing: O'zbekiston tajribasi"2022, 110 bet
5. Qurbonov A.N-"Raqamli reklama texnologiyalari va tajriba samarasi" 2020, 134 sahifalar
6. To'xtamurodov N.T-"O'zbekistonda internet marketing va tadqiqot rivojlanish istiqbollari" 2021 yil, 89 bet
7. Safarov J.X.-"Tadbirkorlikda raqamli marketing vositalarining vositalari" 2022, 143 bet