

## The Role of Digital Marketing in Modern Business

**Islomova Mohlaroyim Ilyosbek qizi**

**2nd-year Student, Economics Program Faculty of Economics and  
Information Technologies Navoi Innovation University**

**Gafurova Dilobar Karamatovna**

**Lecturer, PhD in Economics Navoi Innovation University**

**Abstract.** In this article, we will discuss how digital marketing has become an integral part of business today. Through the Internet, social networks and mobile platforms, companies have the opportunity to communicate directly with customers, promote their brand and increase sales. This article discusses the main tools of digital marketing, their importance in modern business, effective strategies and future prospects. The article also analyzes the role of digital marketing in optimizing business processes, strengthening customer relationships and increasing brand loyalty.

**Keywords:** digital, marketing, advertising, social network, brand

### **RAQAMLI MARKETINGNING ZAMONAVIY BIZNESDAGI O‘RNI**

**Islomova Mohlaroyim Ilyosbek qizi**

**Navoiy innovatsiyalar universiteti, Iqtisodiyot va axborot texnologiyalari  
fakulteti, Iqtisod yo‘nalishi, 2-bosqich talabasi**

**Gafurova Dilobar Karamatovna**

**Navoiy innovatsiyalar universiteti o‘qituvchisi (iqtisod fanlari falsafasi doktori Ph.d)**

**Annotatsiya.** Ushbu maqolada, raqamli marketing bugungi kunda biznesning ajralmas qismiga aylangan. Internet, ijtimoiy tarmoqlar va mobil platformalar orqali kompaniyalar mijozlar bilan bevosita muloqot qilish, brendni targ‘ib qilish va sotuvni oshirish imkoniga ega. Ushbu maqolada raqamli marketingning asosiy vositalari, ularning zamonaviy biznesdagi ahamiyati, samarali strategiyalar va kelajak istiqbollari yoritilgan. Maqola shuningdek, raqamli marketingning biznes jarayonlarini

optimallashtirishdagi rolini, xaridor bilan aloqalarni kuchaytirish va brend sodiqligini oshirishdagi muhimligini tahlil qiladi.

**Kalit soʻzlar:** raqamli, marketing, reklama, ishtimoiy tarmoqlar, brend

**Аннотация.** В этой статье, цифровой маркетинг стал неотъемлемой частью современного бизнеса. Благодаря Интернету, социальным сетям и мобильным платформам компании получают возможность напрямую общаться с клиентами, продвигать свой бренд и увеличивать продажи. В данной статье рассматриваются основные инструменты цифрового маркетинга, их значение в современном бизнесе, эффективные стратегии и перспективы развития. Также анализируется роль цифрового маркетинга в оптимизации бизнес-процессов, укреплении отношений с клиентами и повышении лояльности к бренду.

**Ключевые слова:** цифровой, маркетинг, реклама, социальные сети, бренд

Bugungi globallashtirish va raqamlashtirish jarayoni jadal kechayotgan davrda biznesning barcha yoʻnalishlari innovatsion texnologiyalar asosida qayta shakllanmoqda. Xususan, marketing sohasi ilgari asosan anʻanaviy uslublar – televideniye, radio, tashqi reklama, gazetalar orqali olib borilgan boʻlsa, hozirda uning mazmuni, metodlari va strategiyalari tubdan yangilandi. Internetning keng ommalashuvi, smartfonlardan foydalanish darajasining ortishi, ijtimoiy tarmoqlarning kundalik hayotda muhim oʻrin egallashi biznesning raqamli makonga koʻchishini tezlashtirdi.

Shu bois raqamli marketing hozirgi kunda nafaqat yordamchi boʻlim, balki korxonani bozor sharoitida muvaffaqiyatga olib chiqadigan asosiy omillardan biriga aylandi. Har bir kompaniya mijoz bilan doimiy aloqada boʻlish, uning ehtiyojlarini chuqur tahlil qilish, ularni qiziqtiruvchi kontent yaratish hamda aniq segmentga yoʻnaltirilgan reklama kampaniyalarini amalga oshirish uchun raqamli vositalardan foydalanmoqda. Raqamli marketingning afzalligi shundaki, u real vaqt rejimida

natijalarni kuzatish, investitsiya samaradorligini o‘lchash va strategiyani tezkor ravishda o‘zgartirish imkonini beradi.

Raqamli marketing – bu internet va raqamli texnologiyalar yordamida mahsulot yoki xizmatni targ‘ib qilish, mijozlar bilan o‘zaro aloqani rivojlantirish va bozorni tahlil qilish jarayonidir. Uning asosiy ustunligi an‘anaviy marketingdan farqli ravishda, maqsadli auditoriyani aniq tanlash, ular bilan interaktiv aloqa o‘rnatish va natijalarni aniqlik bilan o‘lchash imkoniyatiga egaligidir.

Bugungi kunda raqamli marketing har qanday biznes modeli uchun muhim strategik vosita hisoblanadi. Chunki mijozlarning katta qismi onlayn makonda vaqt o‘tkazadi, xarid qilishdan oldin internetdan ma‘lumot qidiradi va ijtimoiy tarmoqlardagi fikrlardan ta’sirlanadi.

Raqamli iqtisodiyot — bu raqamli texnologiyalar, internet, sun‘iy intellekt, katta ma‘lumotlar, bulutli hisoblash va boshqa raqamli vositalar yordamida iqtisodiy faoliyat yuritish tizimidir. Raqamli iqtisodiyotning asosiy xususiyatlari: Ma‘lumotga asoslangan qaror qabul qilish; Moslashuvchan va tezkor innovatsiya jarayoni; Global miqyosdagi raqobat; Raqamli infratuzilmaga tayanish. Raqamli marketing rivojlanishi bilan yangi kasblar paydo bo‘lmoqda: SEO mutaxassisi, data-analitik, digital strateg, kontent-menejer. Shu bilan birga, an‘anaviy sohalardagi ish O‘rinlari qisqarishi mumkin. Raqamli marketing orqali mahsulot dizayni va narx siyosati bozordagi haqiqiy talab asosida shakllantiriladi. Katta reklama byudjetisiz ham SMM, SEO orqali raqobatbardosh bo‘lish mumkin.

O‘zbekistonda raqamli marketing va yangi biznes modellarining rivojlanishda O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Raqamli O‘zbekiston 2030 strategiyasi doirasida AKT sohasiga katta e‘tibor qaratilmoqda. Elektron savdo, raqamli to‘lovlar, davlat xizmatlarining raqamlashtirilishi raqamli iqtisodiyotga asos yaratmoqda.

O'zbekistonda OLX.uz, Zoodmall, BookCafe.uz, Express24 kabi platformalar turli biznes modellar asosida faoliyat yuritmoqda. Tez o'zgaruvchan bozor muhitiga moslasha olish muvaffaqiyat garovi. Raqamli texnologiyalar mijozni chuqur tahlil qilish, individual yondashuvni ta'minlaydi. Katta ma'lumotlarni tahlil qilish orqali raqobatdosh strategiyalar ishlab chiqish mumkin.

Iqtisodiyotda raqamli transformatsiyaning jadal rivojlanishi, tashkilotlarning mijozlar bilan o'zaro aloqalarini o'zgartirib, ularni yanada shaxsiylashtirilgan va samarali qilish imkoniyatlarini yaratmoqda. Shuningdek, yangi biznes modellarining rivojlanishi nafaqat kompaniyalar uchun, balki butun iqtisodiy tizimning samaradorligini oshirishga ham imkon bermoqda. Xususan, platformaviy iqtisodiyot, freemium modeli, abonentlik tizimi va boshqa raqamli modellarning o'zgaruvchan bozor sharoitlariga moslashishda qanday rol o'ynayotganini tushunish muhimdir.

O'zbekiston iqtisodiyotida ham raqamli transformatsiya jarayonlari avj olishda. Davlat tomonidan ishlab chiqilgan "Raqamli O'zbekiston – 2030" strategiyasi doirasida raqamli texnologiyalarga kengroq e'tibor qaratilmoqda. Shuningdek, raqamli marketingning keng tarqalishi va yangi biznes modellarining joriy qilinishi O'zbekiston biznes muhiti uchun katta imkoniyatlar yaratmoqda. Biroq, bu jarayonlar ham o'z muammolari va qiyinchiliklariga duch kelmoqda, jumladan raqamli savodxonlikning past darajasi, internet infratuzilmaning rivojlanmaganligi va boshqa cheklovlar mavjud. Shunday qilib, raqamli marketing va yangi biznes modellarini o'rganish, ayniqsa O'zbekiston iqtisodiyoti uchun muhim ahamiyatga ega. Ushbu tadqiqot, raqamli texnologiyalar va marketingning iqtisodiyotdagi rolini chuqur tahlil qilish orqali, biznesni muvaffaqiyatli rivojlantirishda qanday imkoniyatlar mavjudligini aniqlashga qaratilgan. Tadqiqot natijalari, raqamli transformatsiyaning iqtisodiyotni rivojlantirishdagi ahamiyatini o'rganishda, amaliy tavsiyalar berishda va

O'zbekistonning raqamli iqtisodiyotga o'tish jarayonlarini tezlashtirishda foydali bo'ladi.

Raqamli marketingning iqtisodiyotdagi roli bo'yicha turli tadqiqotlar mavjud. Kotler, Kartajaya va Setiawan o'zlarining marketingning raqamli shakliga o'tishning asosiy omillarini va uning kompaniyalar va iste'molchilar o'rtasidagi aloqalardagi o'zgarishlarni ko'rsatgan. Ular raqamli marketingning iqtisodiy rivojlanishdagi ahamiyatini, shu jumladan, kompaniyalar uchun brend yaratish va mijozlar bilan doimiy aloqalar o'rnatish imkoniyatlarini ta'kidlashgan. Bundan tashqari, Chaffey va Ellis-Chadwick o'zining "Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice" asarida raqamli marketingning metodologiyasi va usullarini keng yoritib, raqamli kanallar orqali brendlarning global miqyosda qanday muvaffaqiyatga erishayotganini ko'rsatgan. Ular raqamli marketingning yangi biznes modellarini shakllantirishdagi rolini va bu jarayonning iqtisodiy o'sishga qanday ta'sir qilishini ta'minlashga qaratilgan strategiyalarga e'tibor qaratadilar.

Yangi biznes modellarining rivojlanishini o'rganish bo'yicha ilmiy adabiyotlar raqamli texnologiyalar va internet platformalarining o'zgaruvchan iqtisodiy sharoitlarga moslashishda qanday yordam berishini ko'rsatadi. Platforma asosidagi biznes model va freemium model kabi yangi biznes shakllari haqida qator tadqiqotlar mavjud. Tirole "Economics for the Common Good" asarida yangi biznes modellarining iqtisodiy samaradorligini va platformaviy iqtisodiyotning rivojlanishidagi rolini tahlil qilgan.

Raqamli iqtisodiyotning O'zbekiston kontekstida rivojlanishi haqida mavjud adabiyotlar cheklangan bo'lsa-da, ba'zi muhim tadqiqotlar mavjud. Murodov "O'zbekiston Respublikasida raqamli iqtisodiyotning rivojlanish tendensiyalari" maqolasida, O'zbekistondagi raqamli iqtisodiyotning asosiy xususiyatlari va rivojlanish istiqbollari haqida so'z yuritgan. U o'z tadqiqotida davlat siyosatining roli, raqamli texnologiyalar va ularning iqtisodiyotni modernizatsiyalashdagi o'rni haqida muhim

ma'lumotlar taqdim etgan. Shuningdek, Jahon Bankining "Raqamli iqtisodiyot va rivojlanish" hisobotida, raqamli texnologiyalarning rivojlanayotgan mamlakatlarda iqtisodiy o'sishga qanday yordam berishi va raqamli transformatsiyaning turli sohalarda qanday innovatsiyalarni keltirib chiqarganini yoritgan. O'zbekistonda raqamli marketing va yangi biznes modellarining rivojlanishi haqida maxsus tadqiqotlar, ayniqsa, "Raqamli O'zbekiston – 2030" strategiyasi doirasida olib borilayotgan ishlar bu boradagi dolzarb masalalarni yoritishga yordam beradi. Raqamli marketing va yangi biznes modellarining iqtisodiyoti haqidagi ilmiy asarlar ko'plab o'zgaruvchan tendensiyalarni ko'rsatadi. Shu bilan birga, iqtisodiy jarayonlarga ta'sir etuvchi asosiy omillar va raqamli transformatsiya jarayonida yuzaga kelgan yangi strategiyalarni o'rganish orqali bizneslar samarali rivojlanishi mumkin. O'rganilgan adabiyotlar va amaliy tajribalar, raqamli marketingning nafaqat katta kompaniyalar, balki kichik va o'rta bizneslar uchun ham qanchalik muhimligini ta'kidlaydi.

Raqamli marketing va yangi biznes modellarining shakllanishi zamonaviy iqtisodiyotda muhim burilish nuqtasini yuzaga keltirmoqda. Bugungi raqamli muhitda korxonalar nafaqat raqobatbardosh bo'lish uchun, balki mavjud bozorga moslashish, mijozlar ehtiyojlarini aniqlash va ularga tezkor javob bera olish uchun ham innovatsion yondashuvlarga tayanishga majbur. Shu ma'noda, raqamli marketing an'anaviy marketing shakllariga nisbatan ko'proq moslashuvchanlikni, ma'lumotlarga asoslangan qaror qabul qilish mexanizmini va interaktivlikni ta'minlashi bilan ajralib turadi. Yangi biznes modellarining rivojlanishi aynan raqamli platformalarning kengayishi bilan chambarchas bog'liq. Masalan, platformaviy biznes modeli orqali yaratilgan qiymat ko'plab foydalanuvchilar ishtirokida shakllanadi, bu esa iqtisodiy faoliyatning markazlashmagan, ko'proq ochiq va kooperativ shaklini yuzaga keltiradi. Shu bilan birga, freemium va abonentlik asosidagi modellar foydalanuvchilarning uzoq muddatli sodiqligini oshirish va daromad oqimini barqarorlashtirish imkonini beradi. Bu modellar

iqtisodiy jarayonlarni xizmatga asoslangan yondashuv tomon yo'naltiradi, bu esa mahsulotdan ko'ra mijoz bilan aloqaning o'ziga ustunlik beradi.

Shu bilan birga, raqamli transformatsiya kompaniyalar oldiga qator muammolarni ham qo'ymoqda. Jumladan, shaxsiy ma'lumotlar xavfsizligi, axborotning ishonchliligi va texnologik tengsizliklar rivojlanayotgan mamlakatlar uchun muhim muammolardan sanaladi. Ayniqsa, internet infratuzilmasining cheklanganligi, raqamli savodxonlikning past darajasi va innovatsion faoliyatga yetarli darajadagi investitsiya yo'qligi O'zbekiston singari davlatlarda raqamli iqtisodiyotning to'laqonli shakllanishiga to'siq bo'lib kelmoqda. Bundan tashqari, raqamli marketingning samaradorligi ko'p hollarda ma'lumotlar bazasining to'liqligi va tahlil qilish imkoniyatlariga bog'liq. Demak, bu boradagi ilg'or texnologiyalarning qo'llanilishi va yuqori malakali mutaxassislar tayyorlash jarayoni raqamli transformatsiyaning muvaffaqiyatini belgilovchi asosiy omillardan biridir. Aks holda, raqamli marketing tashabbuslari yuzaki ko'rinishda bo'lib qoladi va kutilgan natijalarni bermaydi.

Tahlillar shuni ko'rsatmoqdaki, yangi biznes modellar – xususan, platformaviy iqtisodiyot, freemium yondashuvi, obuna asosidagi xizmatlar – bozorlarda raqobatni kuchaytirish, xaridorlar bilan uzviy aloqani yo'lga qo'yish va raqamli qiymat yaratish imkoniyatini kengaytirmoqda. Shu bilan birga, bu jarayonlar raqamli transformatsiyani chuqurlashtirish, ma'lumotlarga asoslangan boshqaruv madaniyatini joriy qilish va yuqori texnologiyalarga tayangan iqtisodiy muhitni shakllantirishni taqozo etadi. O'zbekiston misolida olib qaralganda, "Raqamli O'zbekiston – 2030" strategiyasi doirasida amalga oshirilayotgan ishlar – raqamli infratuzilmani rivojlantirish, biznesda innovatsion yondashuvlarni joriy qilish va raqamli savodxonlikni oshirish bo'yicha bosqichma-bosqich harakatlar – ushbu tendensiyalarga mos kelishini ko'rsatmoqda. Biroq, bu yo'nalishda barqaror va kompleks yondashuv, shuningdek, ilmiy asoslangan strategiyalar va xalqaro tajribalarni chuqur o'rganish muhim ahamiyatga ega.

Raqamli marketing va yangi biznes modellarining jadal rivojlanishi hozirgi zamonaviy iqtisodiyotning tub mohiyatini o'zgartirib, korxonalar, iste'molchilar va davlatlar o'rtasidagi iqtisodiy munosabatlarga yangi mazmun bag'ishlamoqda. Raqamli texnologiyalar nafaqat marketing strategiyalarini transformatsiya qilmoqda, balki butun iqtisodiy jarayonlarga chuqur kirib borib, innovatsion va samarali biznes yondashuvlarini shakllantirmoqda. Raqamli marketing va iqtisodiyot o'rtasidagi integratsiya – kelajak biznesining tayanch omillaridan biri hisoblanadi. Mazkur maqolada olib borilgan tahlillar va munozaralar shuni ko'rsatadiki, raqamli texnologiyalarga asoslangan marketing yondashuvlari va zamonaviy biznes modellarining uyg'unlashuvi global raqobat muhitida muvaffaqiyatli faoliyat yuritishning muhim garovidir. Kelajakda bu sohadagi izlanishlar va amaliy tajribalar nafaqat iqtisodiy samaradorlikni oshirish, balki innovatsion ijtimoiy-iqtisodiy muhitni shakllantirishda muhim o'rin egallaydi.

#### **Foydalanilgan adabiyotlar:**

- 1.Kotler P., Keller K. Marketing Management – Marketing asoslari va strategiyalari bo'yicha klassik qo'llanma.
- 2.Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I. Marketing 4.0 – Raqamli marketingning zamonaviy yo'nalishlari haqida.
- 3.Chaffey D. Digital Marketing – Raqamli marketing strategiyalari va amaliyoti.
- 4.O'zbekiston Respublikasi Axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalarini rivojlantirish vazirligi rasmiy sayti materiallari.
- 5.Statistika agentligi – O'zbekistonda internet va raqamli iqtisodiyot ko'rsatkichlari.
- 6.www.lex.uz – Raqamli iqtisodiyot va biznesga oid normativ hujjatlar.