

ELEKTRON TIJORATDA INTERNET MARKETINGNING AHAMIYATI.

Shayzoqova Munisa Meliqo'zi qizi

munisa_shayzoqova8112@mail.ru

Muhammad al-Xorazmiy nomidagi TATU talabasi

Yusufbekova Fotima Holbek qizi

yusufbekovafotima3@gmail.com

Muhammad al-Xorazmiy nomidagi TATU talabasi

Olimova Barchinoy Jahongir qizi

olimovabarchinoy75@gmail.com

Muhammad al-Xorazmiy nomidagi TATU talabasi

Nizomiddinova Feruza G'iyosiddin qizi

nizomiddinovaferuza36@gmail.com

Muhammad al-Xorazmiy nomidagi TATU talabasi

Annotatsiya: Ushbu maqolada Internet Marketing haqida tushunchalar berilgan bo'lib, Internet Marketingni mamlakatimizda ommalashtirish bo'yicha fikrlar yuritiladi. Hozirgi kunda internet marketing elektron tijoratning ajralmas qismiga aylangan bo'lib, kompaniyaning taqdimot usullarining turli shakllarini o'z ichiga oladi, masalan, e-mail marketing, kontent marketing, ijtimoiy media marketing, sheriklik marketingi va boshqalar. Bundan tashqari Internet Marketingni iqtisodiyot yo'nalishidagi faoliyatlaridagi o'rni uning afzalliklari va kamchiliklari hamda shu kamchiliklarni bartaraf etish yo'llari aytib o'tilgan. Internet Marketing sohasini barcha yo'nalishlarda tarif va tavsiflar ham kiritilgan. Maqolaning yakuniy qismida internet marketing afzalliklari batafsil keltirilgan.

Kalit so'zlar: E-mail marketing, Kontent marketing, Ijtimoiy media marketing(SMM, brend, kontent, platforma)

Kirish

Hozirgi kunda dunyo bo'ylab milliardlab odamlarni bog'laydigan internet zamonaviy axborot jamiyatining asosiy ustunidir. So'nggi o'n yil ichida Internet keskin rivojlanib bormoqda. Ushbu tendensiya bir necha jihatdan namoyon bo'ladi. Dastlab **statista.com** xabar berishicha 2025-yil fevral holatiga ko'ra, dunyo bo'ylab 5,56 milliard kishi (dunyo aholisining 67,9 foizi) internetdan foydalanadi. Ularning 5,24 milliard (dunyo aholisining 63,9 foizi) ijtimoiy tarmoq foydalanuvchilaridir. Shimoliy Yevropa 2024-yilda internetdan foydalanadigan aholi ulushi bo'yicha dunyo mintaqalari orasida birinchi o'rinni egalladi. Niderlandiya, Norvegiya va Saudiya Arabistonida 2024-yil aprel holatiga ko'ra aholining 99 foizi internetdan foydalangan. Shimoliy Koreya bu ro'yxatning qarama-qarshi tomonida bo'lib, umumiy aholi orasida

internetdan foydalanish darajasi deyarli yo‘q, butun dunyo bo‘ylab oxirgi o‘rinda. Xitoy, Hindiston va Qo‘shma Shtatlar internet foydalanuvchilari soni bo‘yicha dunyoning boshqa davlatlaridan oldinda . Ikkinchidan, Internet keng iste'molchilar tomonidan turli maqsadlarda, masalan, ma'lumot qidirish va onlayn xarid qilishda keng foydalanilmoqda. Uchinchidan, Internet tarmog‘i elektron tijoratning butun dunyoda keng tarqalishi uchun eng asosiy vosita bo‘lib, u katta korporatsiyalargagina emas, balki kichik va o‘rta tadbirkorlarga hamda alohida shaxslarga ham foydalanish imkoniyatini berdi. Bu bilan mahsulot yetkazib beruvchilar va iste'molchilarning tobora kengroq doirasini elektron tijoratga jalb etish mumkin bo‘ldi. Bunda nafaqat mamlakatimizdagi nazariy va amaliy tajribalar, balki xorijiy davlatlar tajribasi ham muhim ahamiyat kasb etadi. Ushbu maqolaning maqsadi Internet-marketingning ba'zi jihatlarining nazariyalari va topilmalari bo'yicha mavjud tadqiqotlarni ko'rib chiqish va ushbu sohada keyingi tadqiqotlar uchun yo'nalishlarni taqdim etishdir.

Hozirda yurtimiz iqtisodiyotining ham bosqichma-bosqich rivojlanishi oqibatida biznes faoliyatini yuritishning yangi prinsiplari, ayniqsa elektron tijoratning ahamiyati juda oshdi. Xususan, 2022-yil 29-sentyabr 792-sonli O‘RQ davlatimiz rahbari tomonidan —Elektron tijorat to‘g‘risidagi qonunning yangi tahriri imzolandi. Qonunga ko‘ra, elektron tijoratda shartnoma taraflar o‘rtasida shartnoma shartlarini elektron hujjatlar va (yoki) xabarlarini tasdiqlash yo‘li bilan kelishish orqali elektron hujjat shaklida rasmiylashtirilishi, elektron tijoratdagi elektron hujjatlar qog‘ozda rasmiylashtirilgan va o‘z qo‘li bilan imzolangan hujjatlarga tenglashtirilishi keltirib o‘tilgan.

Metodologiya

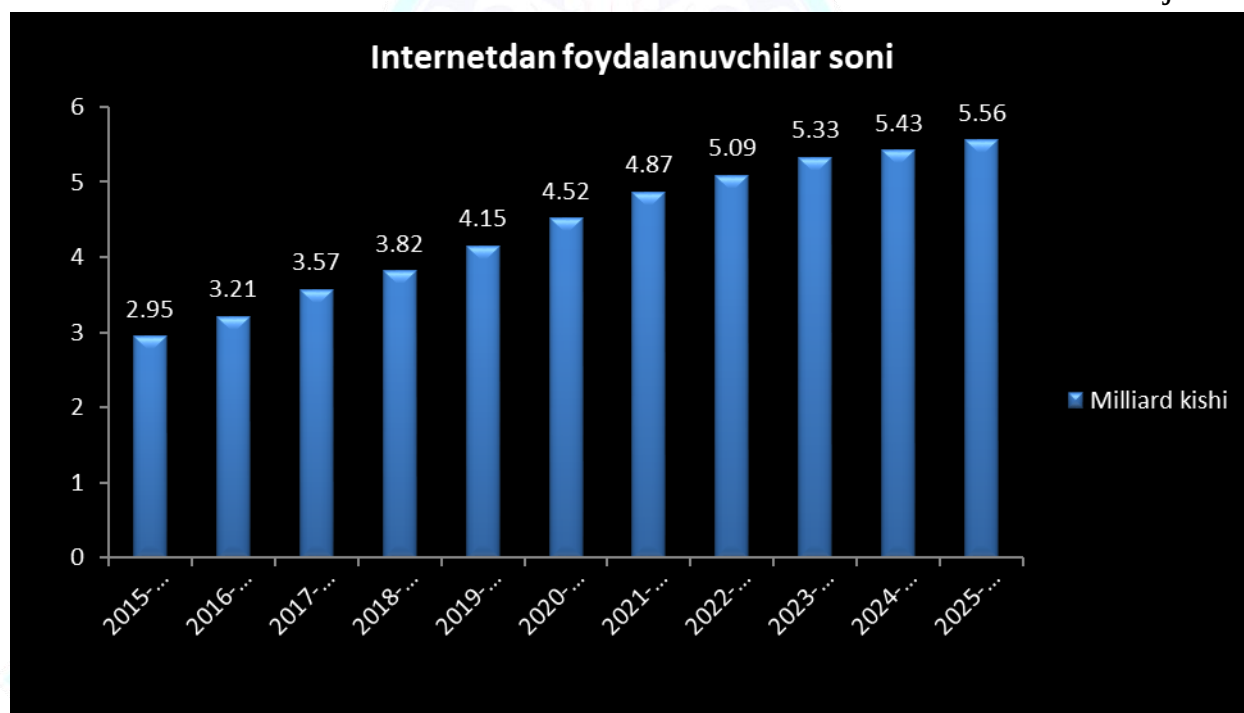
Ushbu maqolaning asosiy maqsadi elektron tijorat sharoitida internet marketing samaradorligini yoritish hisoblanadi. Ushbu maqsadga erishish uchun internet muhitida marketing faoliyatini amalga oshirish uchun zarur bo‘lgan asosiy elementlar tahlil qilingan. Jumladan, internet foydalanuvchilari soni, elektron xaridlarning ulushi, internet marketingdan foydalanuvchilari soni kabi ko‘rsatkichlar o‘rganilgan.

Muhokama va tahlil

Internet hozirgi kunning mo‘jizalaridan biridir. Bir necha yillar oldin masofadan turib ishlash imkoniyati bo‘lmaganligi hamda, boshqa davlatlar bilan masofadan turib hamkorlik qilish imkoni bo‘lamagan. O‘n yil oldin, hech kim dunyoning istalgan burchagidagi odamlar bilan muloqot qilish shunchalik tezlashishini xayoliga ham keltirmagan edi. Bugungi kunga kelib bir necha daqiqa ichida masofaviy bog‘lanibgina qolmay, ular bilan so‘zlashish, video muloqotlar, turli xil rasm va fayllar almashinishi mumkindir. Facebook, Instagram va Telegram kabi ijtimoiy media platformalari orqali jonli yangilanishlar, hikoyalar, tajribalar yoki lahzalarni almashish bugungi kunning oddiy holatidir. Bu holat insonlarning ish faoliyatlariga 90% gacha unumdorlik bermoqda. Aslida, ijtimoiy tarmoqlar

odamlarning kundalik hayotining ajralmas qismiga aylandi. O'smir yoshdan tortib keksa yosh vakillariga qadar har kim o'z mobil telefonidagi ijtimoiy tarmoq dasturlariga ulangan. Hozirgi vaqtda dunyo bo'ylab internetdan foydalanuvchilar soni yildan-yilga oshib bormoqda buni biz quyidagi 1-jadvaldan ham ko'rishimiz mumkin. Ushbu statistik ma'lumotlar 2025 boshlanish holatiga ko'ra taqdim etilgan.

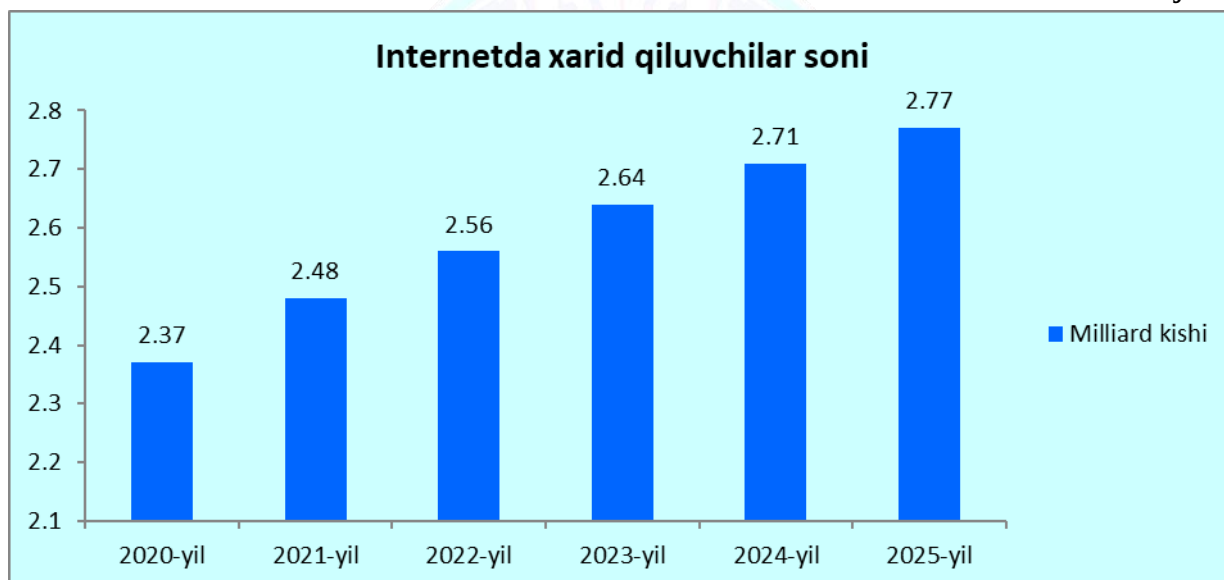
1.jadval



2025 yil yanvar oyi tahlillariga qarasak yer yuzidagi insonlarning taxminan 5,6 milliardini ya'ni 69% insonlar Internet foydalanuvchisi va 63,9 milliardga yaqin ijtimoiy media foydalanuvchilari qayd etilgan. 600 dan ortiq ijtimoiy tarmoq foydalanuvchilari o'rtasida o'tkazilgan —THE MANIFEST jurnalining so'rovnomasiga ko'ra, odamlar doimiy ravishda turli xil ijtimoiy tarmoq kanallariga mobil dastur yoki kompyuter veb-brauzeri orqali kirishadi. Bundan tashqari, hisobotdan olingan qiziqarli, ammo qo'rqinchli ma'lumot shundan iboratki, o'rtacha bir kishi o'z hayotining deyarli besh yildan ortiq vaqtini ijtimoiy tarmoqlarda o'tkazadi. Ijtimoiy tarmoqlarga sarf qilingan vaqt = 5 yil va undan ortiq, bir umr davomida odamlarning 86 foizi ijtimoiy tarmoqlardan kuniga kamida bir marta foydalanadi, shundan 72 foizi har kuni bir necha marta foydalanadi. Bu raqamlar o'sishdan to'xtamayapti, chunki aksariyat odamlar o'zlarining ijtimoiy tarmoqlariga maslahat olish uchun tobora ko'proq qaram bo'lib qolishmoqda. Odamlar do'stlari, qarindoshlari yoki hamkasblari bilan turli xil mavzularda maslahat va sayohat bo'yicha tavsiyalar kabi masalalar bo'yicha murojaat qilish, zarur mahsulotni topish va xarid qilish uchun ijtimoiy media platformalaridan foydalanadilar. Facebook ijtimoiy tarmog'idan asosan shimoliy amerikaliklarning 62 foizdan ortig'i undan foydalanadi. Va bu ko'plab ijtimoiy media platformalaridan biridir. Facebook,

Instagram, Twitter va boshqalar kabi ko‘plab ijtimoiy media platformalari butun dunyo bo‘ylab biznes uchun daromad keltiruvchi mijozlar bazasiga aylandi. Hozirgi vaqtdagi internetdan xarid qiluvchi foydalanuvchilarining soni 2-jadvalda keltirilgan. Ushbu statistik ma’lumotlar 2025 boshlanish holatiga ko‘ra taqdim etilgan.

2.jadval



Bu o‘shish onlayn savdoning tobora ommalashib borayotganini va raqamli bozorning kengayishini ko‘rsatadi.

Bugungi kunda internet marketing biznesni rivojlantirishning eng samarali vositalaridan biriga aylandi. Ilgari tadbirkorlar va korxonalar reklama qilish uchun asosan televizion roliklar, radio e’lonlari va bosma reklamalarga tayanishgan bo‘lsa, hozir esa internet vositalari orqali mijozlarni jalb qilishning zamonaviy usullari shakllangan. Raqamli marketing vositalari, jumladan, Google reklamasi (google adds), ijtimoiy media marketing, email marketing va kontent marketing bizneslarning muvaffaqiyatli faoliyat yuritishida katta rol o‘ynamoqda. Ayniqsa, Facebook, Instagram, YouTube va TikTok kabi platformalar orqali turli kompaniyalar o‘z auditoriyasiga bevosita yetib borish imkoniyatiga ega bo‘lishmoqda.

Internet marketing bugungi biznes dunyosida ajralmas strategiyaga aylangan bo‘lib, SEO optimizatsiya, SMM, va pullik reklama orqali kompaniyalar o‘z mahsulot va xizmatlarini ancha keng auditoriyaga targ‘ib qilishi va potentsial mijozlarni jalb qilmoqda. Internet marketing zamonaviy biznesning ajralmas qismiga aylangan bo‘lib, brendlarni rivojlantirish, mijozlar bazasini kengaytirish va mahsulotlarni samarali targ‘ib qilishda katta rol o‘ynaydi. Elektron tijorat muvaffaqiyatli bo‘lishi uchun turli marketing strategiyalaridan foydalanish ahamiyati kattadir.

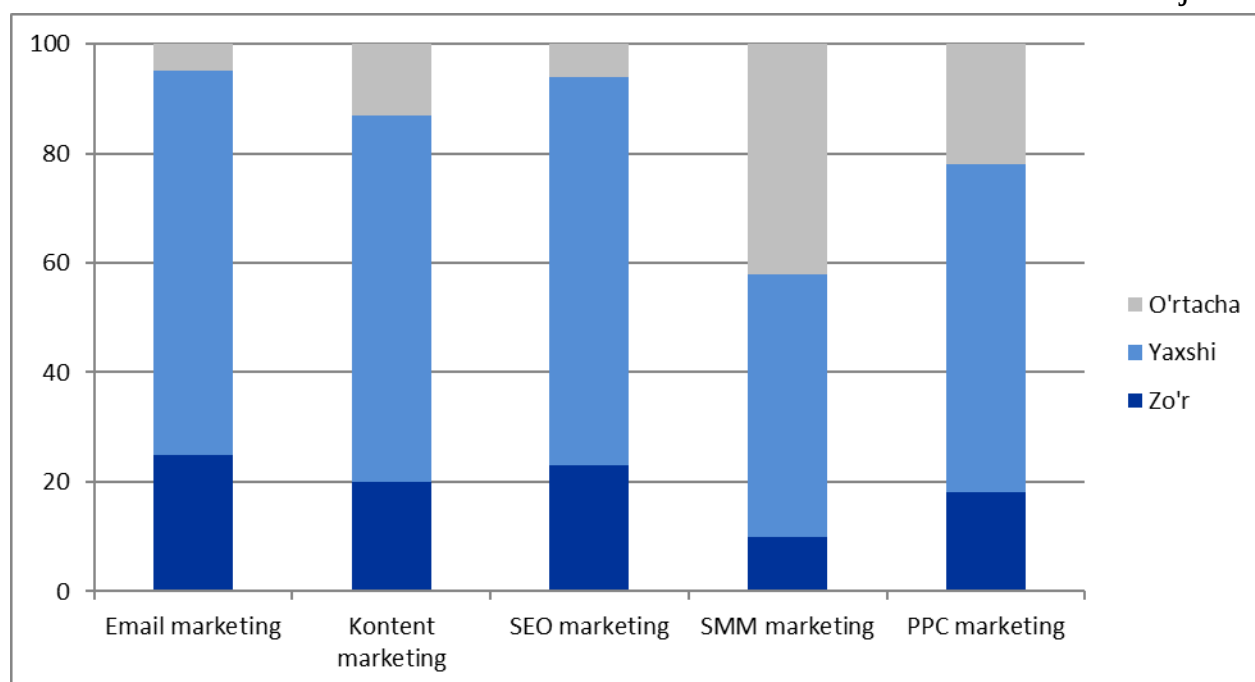
Internet marketing turli strategiyalar va vositalarni o‘z ichiga oladi:

1. E-mail marketing – mijozlar bilan aloqani mustahkamlash va sodiqlikni oshirish.
2. Kontent marketing – maqolalar, blog postlar va video materiallar orqali auditoriyani jalb qilish.

3. SEO (Search Engine Optimization) – qidiruv tizimlarida saytni yuqori o‘ringa chiqarish.
4. SMM (Social Media Marketing) – ijtimoiy tarmoqlarda marketing faoliyati olib borish.
5. PPC (Pay-Per-Click) – Google Ads yoki ijtimoiy tarmoqlardagi pullik reklamalar orqali mijozlarni jalb qilish.

Hozirgi vaqtdagi internet marketingda internet marketing vositalari samaradorlik ulushlari 3-jadvalda keltirilgan. Ushbu statistik ma’lumotlar 2025 boshlanish holatiga ko‘ra taqdim etilgan.

3-jadval



SEO (Search Engine Optimization) – Qidiruv tizimlariga moslashtirish

SEO – bu veb-saytlarni Google, Bing va boshqa qidiruv tizimlarida yuqori o‘rinlarga olib chiqish uchun qo‘llaniladigan usullar majmuasi. Elektron tijoratda SEO trafikni oshirish, brend ishonchliligini oshirish, xarajatlarni kamaytirish ga yordam beradi.

SMM (Social Media Marketing) – Ijtimoiy tarmoqlar orqali marketing

Ijtimoiy tarmoqlar bugungi kunda elektron tijorat uchun muhim yo‘nalish hisoblanadi. Facebook, Instagram, TikTok va Twitter kabi platformalar bizneslarga brendni targ‘ib qilish va auditoriya bilan muloqot qilish, to‘g‘ridan-to‘g‘ri mahsulot sotish, mijozlar bilan bog‘lanish va ularning fikr-mulohazalarini o‘rganish imkoniyatlarni taqdim etadi.

PPC (Pay-Per-Click) – To‘lov asosida reklama

PPC reklama tizimi yordamida elektron tijorat kompaniyalari Google Ads, Facebook Ads kabi platformalarda reklamalarni joylashtiradi va har bir bosish (click)

uchun to'lov qiladi. Bu saytga darhol trafik jalb qilish mumkin, maqsadli auditoriyani aniqlash, budjetni nazorat qilish afzalliklarga ega:

E-mail marketing

E-mail marketing elektron tijorat bizneslari uchun eng samarali usullardan biri hisoblanadi. Uning afzalliklari mijozlar bilan uzoq muddatli aloqani saqlab qolish, aksiya va chegirmalar haqida xabardor qilish, sodiqlik dasturlari orqali mijozlarni takroriy xarid qilishdan iborat.

Kontent marketing

Kontent marketing orqali mijozlarga qimmatli ma'lumotlar taqdim etilib, ularning e'tiborini jalb qilish mumkin. Blog postlar, video kontent, infografika va elektron kitoblar bu usulga misol bo'la oladi. Kontent marketing Brendga bo'lgan ishonchni oshirish, SEO natijalarini yaxshilash, mijozlarni tabiiy ravishda xarid qilishga undashga yordam beradi:

Bugungi kunda kompaniyalar an'anaviy marketing usullaridan ko'ra internet marketing strategiyalariga ko'proq e'tibor qaratmoqda. Uning asosiy ahamiyati quyidagilardan iborat:

1. Global qamrov – Internet orqali har qanday mahsulot yoki xizmatni jahon bo'ylab reklama qilish mumkin.
2. Mijozlar bilan bevosita muloqot – Ijtimoiy tarmoqlar va boshqa platformalar orqali mijozlar bilan tezkor bog'lanish imkoniyati mavjud.
3. Brend imidjini oshirish – Internet marketing kompaniyalar uchun ishonchni oshirish va mijozlar bazasini kengaytirishda muhim rol o'ynaydi.
4. Analitik tahlil imkoniyati – Reklama kampaniyalari samaradorligini o'lchash va marketing strategiyasini doimiy ravishda takomillashtirish imkonini beradi.
5. Xarajatlarning kamayishi – Internet marketing an'anaviy reklama turlariga qaraganda kam xarajat talab qiladi va yuqori natijalar beradi.

Internet Marketingning Afzalliklari

- 1 Keng auditoriyaga samarali ta'sir ko'rsatish.
2. Maqsadli auditoriya bilan real vaqtda muloqotni tashkil etish.
3. Xarajatlarning samaradorligi
4. Natijalarni o'lchash va tahlil qilish imkoniyati
5. 24/7 ish faoliyati
6. Uzoq muddatli mijozlar bazasini yaratish.

Elektron tijoratda internet marketingning ahamiyati juda katta bo'lib, u bizneslarning raqamli maydonda muvaffaqiyat qozonishida hal qiluvchi rol o'ynaydi. SEO, SMM, PPC, e-mail marketing va kontent marketing kabi vositalardan to'g'ri

foydalanish natijasida kompaniyalar o'z auditoriyasini kengaytirish, savdo hajmini oshirish va mijozlar sodiqligini mustahkamlash imkoniyatiga ega bo'ladilar. Internet marketing strategiyalarini to'g'ri ishlab chiqish va ularni samarali qo'llash orqali har qanday elektron tijorat subyekti raqobatbardoshligini saqlab qolishi va bozorda yetakchi o'rin egallashi mumkin.

Xulosa

Hozirgi raqamli davrda internet marketing elektron tijoratning ajralmas va asosiy tarkibiy qismiga aylangan. Internet orqali mahsulot va xizmatlarni global miqyosda targ'ib qilish, mijozlar bilan tezkor va bevosita aloqada bo'lish, shuningdek, marketing strategiyalarining samaradorligini real vaqt rejimida tahlil qilish imkoniyati mavjud. SEO, SMM, PPC, e-mail marketing, kontent marketing kabi raqamli vositalar kompaniyalarga o'z auditoriyasini kengaytirish, savdo hajmini oshirish va mijozlar sodiqligini mustahkamlash imkonini bermoqda.

Internet marketingning afzalliklari – arzonlik, keng qamrov, analitik tahlil imkoniyati va 24/7 faoliyat yuritish – uni zamonaviy bizneslar uchun eng muhim vositaga aylantirgan. Ayniqsa, elektron tijoratda bu strategiyalarni to'g'ri tanlash va qo'llash kompaniyaning raqobatbardoshligini ta'minlashda hal qiluvchi rol o'ynaydi. Shu boisdan, internet marketing imkoniyatlaridan to'liq va samarali foydalanish har bir tadbirkorlik subyekti uchun muhim vazifalardan biridir.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Internet Marketing: An Overview. Jianwei Houa and César Rego
2. Qanbarov, A. (2021). Raqamli iqtisodiyot sharoitida ijtimoiy media marketingning ahamiyati va afzalliklari. O'zbekiston Respublikasi Iqtisodiy tadqiqotlar jurnali.
3. Perner, L. (2020). Consumer Behavior and Marketing Strategy. University of Southern California.
4. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education.

Internet saytlari:

1. <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide>
2. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11365-024-00959-5#Sec9>
3. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11365-024-00959-5#Sec9>
4. <https://support.google.com/google-ads>