



ISSN (E): 2181-4570

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГДАН ФОЙДАЛАНИШНИНГ АСОСИЙ ЙЎНАЛИШЛАРИ

Ахмаджонов Абдулбоситхон Камолхон угли

Аннотация: Ушбу мақолада Интернет-маркетинг тушунчасига ёндошувлар, корхоналарда Интернет-маркетингдан фойдаланишнинг асосий йўналишлари, Интернет-маркетинг ривожланиши билан боғлиқ бўлган омиллар ва ривожланиш истикболлари ёритилган.

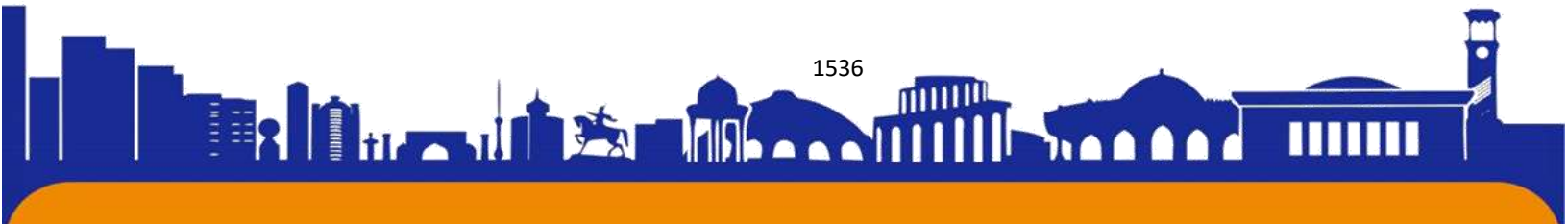
Калит сўзлар: Интернет-маркетинг, маркетинг комплекси, товар, нарх, жой, силжитиш, маркетинг тадқиқотлари, сегментация. Истеъмолчиларни жалб қилиш.

Abstract: This article describes the approaches to the concept of Internet marketing, the main directions of use of Internet marketing in enterprises, the factors associated with the development of Internet marketing and development prospects.

Keywords: Internet marketing, marketing complex, brand, price, location, promotion, marketing research, segmentation. Consumer engagement.

Кириш Мамлакатимиз иқтисодиётида чуқур таркибий ўзгаришлар ва диверсификацияни амалга оширилиши натижасида хўжалик юритувчи субъектлар ўртасида иқтисодий ўсиш таъминлани рақобат кучаймоқда. Ишлаб чиқарилган ва сотилаётган товарлар ва хизматлар ҳажми, маълумотлар узатилиши ва технологиялар тубдан ўзгариши кузатилмоқда. Корхоналар ва ташкилотлар учун бозорда “яшаб” қолиш масаласи жуда долзарбдир. Бу ҳолат корхоналарни ўзларининг товарлари ёки хизматларини бозорда силжитиш ва жойлаштиришнинг янги самарали шакллари излашга мажбур қилмоқда. Замонавий ахборот ва телекоммуникация технологиялари истеъмолчилар ва корхоналар учун янги имкониятлар ва истикболларни очиб бермоқда.

Ахборот технологиялари ҳаётимизнинг барча соҳаларини қамраб олмоқда. Маркетинг ҳам бундан мустасно эмас. Тезкор қурилмаларнинг ишлаб чиқарилиши интернетга тезкорлик билан кириш имкониятларини оширмоқда. Бу эса ўз навбатида корхона ва истеъмолчилар ўртасида интерактив муносабатларнинг ривожланишига олиб келмоқда. Маркетинг келажаги инновацион технология воситалари сотувчи ва харидорларнинг ўзаро муносабатларида марказий ўринни эгаллашига асосланади.





Инновацион иқтисодиёт шароитида тез ривожланаётган савдо оқимлари туфайли ишлаб чиқарувчилар ўз маҳсулотлари тақсимотини кенгайтиришлари керак. Технологик соҳанинг ривожланиши туфайли сўнгги йилларда маҳсулот ишлаб чиқариш ва сотишда Интернет-маркетинг технологияларидан фойдаланиш жуда долзарб бўлиб қолди.

Мавзуга оид адабиётлар таҳлили Интернет-маркетинг – бу янги мижозларни жалб қилиш ва сақлашга ёрдам берадиган маркетинг воситалари комплекси дир. Илмий адабиётларда Интернет-маркетинг тушунчасига турли хил ёндашувлар мавжуд. Уларнинг баъзи бир муҳимларини таҳлил қилиб чиқамиз.

М.В.Акулич Интернет-маркетинг билан рақамли бозор тушунчаларини битта тушунча, ўхшаш эканлигини ўз тадқиқотларида қайд этиб ўтган. Товар ҳаракати каналларини ва маркетинг комплекси элементларини режалаштириш бўйича Интернет-маркетинг жуда рақамли бозорга ўхшайди [4, с. 25]. И.В.Алексеев Интернет-маркетингни фойда олиш учун универсал тизимларни ишлаб чиқиш ва жамиятнинг ижтимоий эҳтиёжларини қондириш учун Интернет тармоғида хўжалик юритувчи субъектларнинг ўзаро ишлаш тамойилларини ўрганишга йўналтирилган маркетингнинг бир қисми сифатида кўриб чиқади [5, с. 2].

А.А.Векшинский “интернет-маркетинг” атамаси Интернетнинг гипермедиа муҳитида маркетингни ташкил этиш назарияси ва методологиясидан иборатлигини таъкидлайди [8, с. 103].

Е.О.Китаева Интернет-маркетинг исталган товар ва хизматларни Интернет орқали силжитиш бўлиб, бутун дунё реклама тўри, баннерли реклама деб ҳисоблайди [9, с. 66]. Худди шундай қарашлар А.Д.Барановга ҳам тегишли. Унинг фикрича интернет-маркетинг тушунчаси бир вақтнинг ўзида бу реклама, баннерли реклама, SEO, SMM ёки хаттоки e-mail маркетинг ҳамдир [6, с. 15].

Маҳаллий олимларимиздан Ш.Ж.Эргашходжаева интернет-маркетинг бўйича ўз тадқиқотларини олиб бормоқда. Ш.Ж.Эргашходжаева фикрича Интернет тизими бу – инновацион маркетингнинг оддий бир янги воситасигина эмас, балки корхонада маркетинг мажмуини кенгайтириш воситаси ҳамдир. Энг янги ахборот технологияларининг улкан роль ўйнашига қарамай, электрон маркетинг анъанавий маркетинг ўрнини босмасдан, уни фақат тўлдириб туради, шу тариқа маркетинг фаолияти мажмуини кенгайтиради, яъни амалиётда



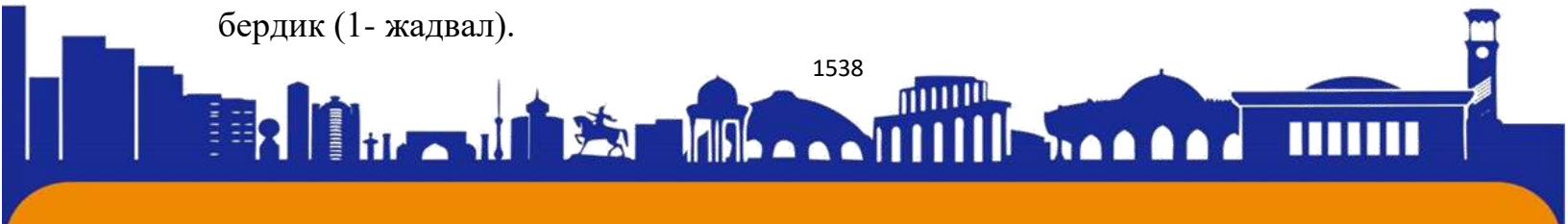


интеграцияланган ёндашув қўлланилади. Шу сабабли компания фаолиятининг муваффақияти анъанавий ва электрон инновацион маркетинг оқилона уйғунлашувига эришиш билан белгиланиши лозим. Бу уйғунлашувнинг оқилоналиги қуйидаги асосий омиллар билан изоҳланади [11, б. 88].

Л.Т.Абдухалилова ўз илмий изланишларида Интернет-маркетингнинг мазмунмоҳиятини асослаб берган. Интернет маркетинг – замонавий компьютер ва ахборот технологиялари ёрдамида хусусан, Интернет глобал тармоғидан фойдаланган ҳолда бозорда қужудга келадиган иқтисодий муносабатларни фаоллаштириш услубларини, товарларни ишлаб чиқариш ҳамда сотиш муаммоларини комплекс, тизимли ечиш услубларини, бозорда вужудга келадиган ўзгаришларга тезда мослашиш, истеъмолчиларга табақали ёндошиш, рақобатбардош янги товарларни яратиш ва уларни ишлаб чиқаришни ташкил этиш, конъюнктурани ўрганиш ва башорат қилиш ҳамда таъсирчан рекламани ривожлантириш масалаларини ўрганишни ўз олдига мақсад қилиб қўйган [3, б. б].

Шундай қилиб, тезкор қурилмаларнинг жадал ривожланиши, дунёнинг исталган бурчагидан Интернетга уланиш маркетинг ривожланиш тенденцияларига таъсир қилувчи асосий омиллардан бўлиб, ҳозирги босқичда Интернет-маркетинг долзарб мавзу ҳисобланади.

Тадқиқот методологияси Илмий-тадқиқот ишида статистик ва иқтисодий таҳлил усуллари, таҳлил, синтез, мавҳумий-мантиқий таҳлил, шунингдек, танловли кузатув, онлайн сўров, таққослаш, лотериал маркетинг усулларида фойдаланилган. Таҳлил ва натижалар Интернет-маркетинг электрон тижоратнинг муҳим таркибий қисми ҳисобланади. Одатда Интернет-маркетинг интернетга интеграциялаш, ахборотни бошқариш, мижозларга хизмат кўрсатишни ташкил этиш, товар, нарх, сотиш ва силжитиш орқали амалга оширилади. Интернетга киришни кенгайтириш туфайли электрон тижорат ва Интернет-маркетинг оммалашиб кетди. Бугунги кунда Интернет-маркетинг ҳар қандай корхона ва ташкилотлар маркетинг фаолиятининг ажралмас қисми ҳисобланмоқда. Тадқиқотларимиздан келиб чиққан ҳолда, замонавий маркетингнинг муҳим таркибий қисмларидан бири сифатида Интернетмаркетингдан фойдаланишнинг баъзи бир йўналишларини асослаб бердик (1- жадвал).





Интернет-маркетингдан асосий фойдаланиш йўналишлари¹

| <i>Корхона маркетинг комплекси</i> | <i>Интернет-маркетингдан фойдаланиш йўналишлари</i> |
|------------------------------------|---|
| <i>Товар</i> | Сотув ва сотишдан кейинги хизматни ташкил қилиш. Товарларнинг қўшимча қийматини яратиш. Янги маҳсулотларни ишлаб чиқиш. |
| <i>Нарх</i> | Мослашувчан чегирмалар тизимини шакллантиришда иштирок этиш. |
| <i>Жой (сотиш) Силжитиш</i> | Интернет орқали Онлайн савдо. Интернет орқали тўлов. Интернет орқали силжитиш тизимини яратиш. Интернет-брендинг. Жамоатчилик билан алоқалар. |
| <i>Сегментация</i> | Мақсадли сегментларни танлаш ва "ҳар бири алоҳида" тамойили бўйича турли хил аудиториялар билан ўзаро муносабатларни шакллантириш. |
| <i>Маркетинг тадқиқотлари</i> | Истеъмолчиларни ўрганиш. Рақобатчиларни ўрганиш. Бозор таҳлили. |

Интернет-маркетингнинг хусусиятлари ҳақли равишда қуйидагича шакллантирилиши мумкин:

Биринчидан, талаб ва таклифни ҳисобга олган ҳолда бозорларда истеъмолчиларнинг ҳал қилувчи ролини фаоллаштириш, корхоналар қисқа вақт ичида харидорлар эътиборини жалб қилиш, Интернет муҳитида рақобатчилар стратегияларини ўрганиш, харидорлар билан ўзаро ишлаш сифатини яхшилаш.

Иккинчидан, кенг доирада маҳаллийлаштиришнинг мажбурий йўқлиги, яъни баъзи жойларда географик жиҳатдан узокроқ бўлиш муҳим омил бўлмаяпти. Ҳозирги вақтда маълум бир ҳудуд ёки маҳаллий бозорга мурожаат қилмасдан фаолиятни амалга ошириш мумкин. Етказиб берувчидан истеъмолчига бўлган масофа фақат мутахассис ёки экспертнинг шахсий иштирокини талаб қиладиган товарларни етказиб бериш ёки хизматларни кўрсатиш учун зарур бўлганда муҳимдир. Шундай қилиб, оффлайн маркетинг ва тарқатиш тизими алоҳида тартибга солинади.

Учинчидан, глобаллашув тезлигининг ошиши, бу корхоналар фаолиятининг ўзига хос хусусиятларини белгилайди. Интернет туфайли бизнеснинг фазовий ва вақтинчалик кўлами ўзгармоқда. Фойдаланувчилар ва компанияларга ҳудудий чегараланмаган глобал алоқалар учун имкониятлар тақдим этилади. Тармоқда





мавжуд бўлган маълумотларга киришнинг нархи, уни тақдим этувчиларнинг фойдаланувчилар томонидан қанчалик узок бўлишига боғлиқ эмас.

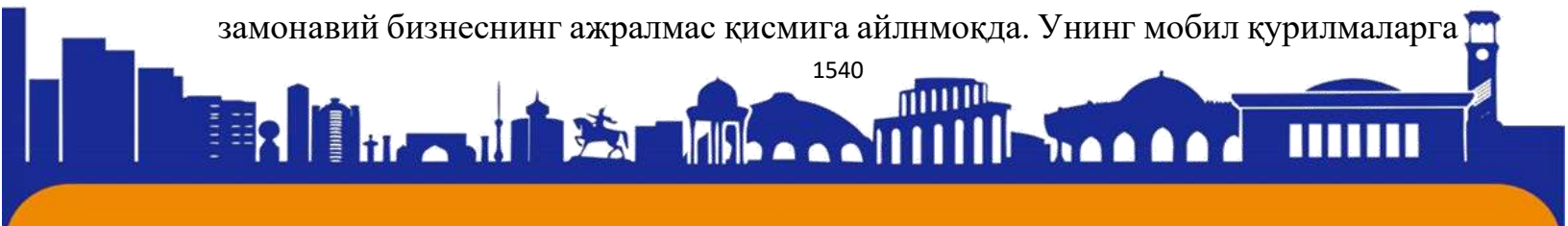
Тўртинчидан, муҳим қарорларни қабул қилиш тезлигининг ўсиши. Манфаатдор томонлар ўртасидаги алоқа босқичлари ўртасидаги вақт оралиғини қисқариши, алоқа ва битимлар учун умумий вақтни қисқартиришни англатади.

Бешинчидан, шерикчилик алоқалари ва шериклар сонининг ортиб бориши. Кўпгина корхоналар веб-сайтлар сифатида ўзларининг ваколатхоналарига эга, бу эса уларнинг фаолияти ҳақида умумий (ёки аксинча, батафсил - корxonанинг алоқа стратегиясига боғлиқ) маълумотларни беради. Кенг ахборот маконида бизнес тузилмалари стратегик альянсларга бирлаштирилиб, шерикнинг мақсадли аудиторияси эътиборини жалб қилади. Бунга кам алоқа харажатлари ва юқори функционалик ҳамда миқёслилик имконияти билан эришилади. Бундан ташқари, корхона ва унинг бозор шериклари ўртасидаги ўзаро муносабатларни ўрнатиш, қўллаб-қувватлаш ва ривожлантиришнинг асосий жиҳатлари билан боғлиқ транзакцион харажатлар минималлаштирилади; бир вақтнинг ўзида қўшимча харажатлар камайтиради (ходимлар учун саёҳат харажатлари, амалга оширилмаган, ноқонуний ёки адолатсиз битимлар натижасида етказилган зарарлар ва ҳк.)

Олтинчидан, корxonанинг мижозлари ва уларнинг талаблари тўғрисида тўлиқ маълумот билан таъминлаш, ўзаро муносабатларни такомиллаштириш. Буларнинг барчаси мижозларни автоматлаштирилган операциялар орқали сегментлашга, шунингдек, уларга шахсий эҳтиёжларига мос келадиган маҳсулотлар ва хизматларни таклиф қилишга ёрдам беради. Интернет-маркетингнинг ривожланиши бевосита интернет тезлиги, мобил қурилмалар, уларнинг ишлаш функциялари, мобил платформаларни яратилишига боғлиқдир.

Мамлакатимизда 2017-2019 йилларда интернет тезлиги, мобил қурилмалар хариди, мобил платформаларни яратиш кўлами сезиларли равишда юқори ўсиш суръатига эга бўлди. Интернет-маркетингни мобилизация қилишнинг асосий омилларидан бири мобил Интернетнинг юқори ўсиш суръати, деярли битта 4G тармоғининг қамрови потенциал харидорларнинг катта қисмини уяли алоқа секторига ўтказди.

Турли хил харид қилиш сайтлари учун мобил платформаларни яратиш замонавий бизнеснинг ажралмас қисмига айланмоқда. Унинг мобил қурилмаларга

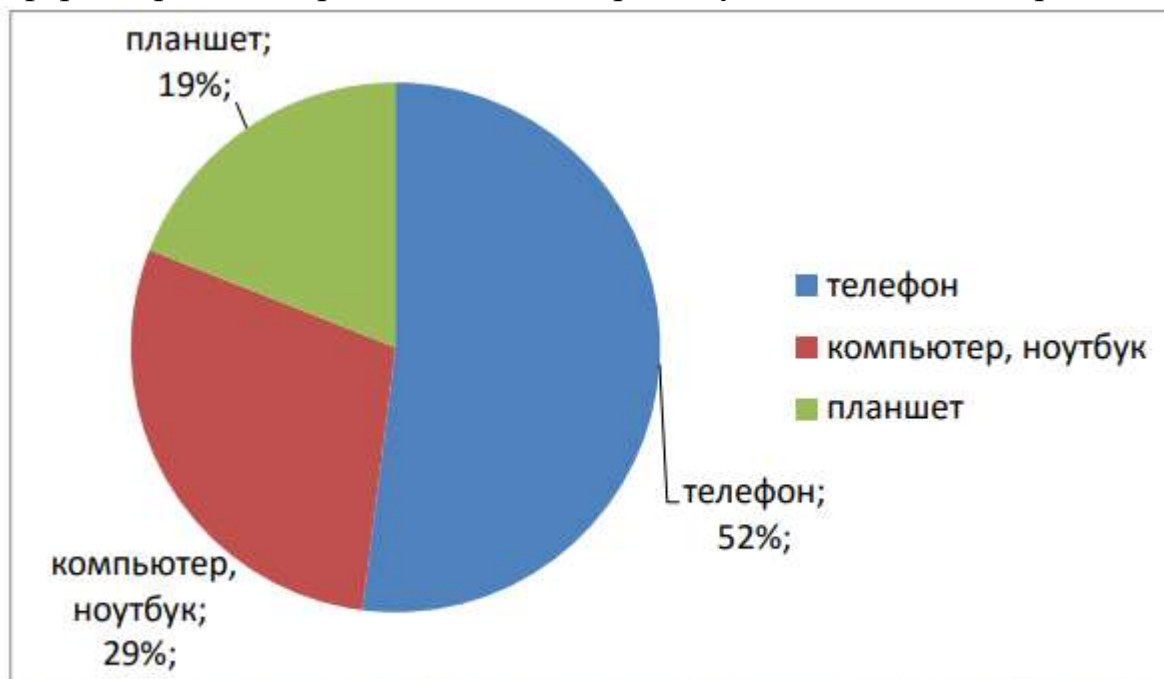




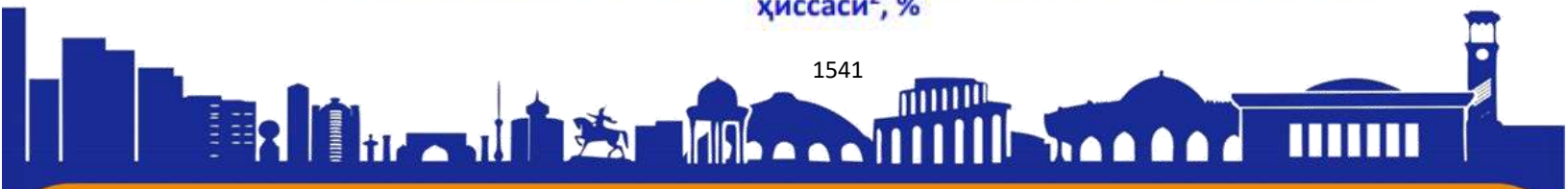
ёки бошқа электрон манбаларга мослашуви бугунги кунда Интернет-маркетингнинг асосий вазифасига айланиб бормоқда.

Интернет-маркетинг ривожланишида мобил қурилмаларнинг ҳам ўрни беқиёсдир. Потенциал харидорларимиз билан алоқаларни ўрнатишимизда уларнинг қайси мобил қурилмалар орқали корхона товарларини харид қилмоқда, корхона билан алоқалар ўрнатмоқда бу ҳам муҳим аҳамиятга эгадир. Шундан келиб чиққан ҳолда, тадқиқотларимиз давомида мобил қурилмалардан фойдаланиш ҳолатини ўрганиш мақсадида сўров ўтказилди. Ўтказилган онлайн сўровда шуни таъкидлаш керакки, 530 та респондент орасида 276 киши Интернетдан фойдаланадиган мобил қурилма сифатида телефонни афзал кўришини айтиб ўтди (1-расм).

Мамлакатимизда Интернет-маркетингни кенг қўлланилиши ўз бизнесини муваффақиятли амалга оширишни режалаштирган корхона, ташкилот ва компаниялар учун устувор йўналиш бўлиши керак. Жаҳонда рақамли иқтисодиётни шаклланиши ва электрон бозорнинг ривожланиши Ўзбекистон корхона, ташкилот ва компанияларида глобал тенденцияларни кузатиш ва ўз платформаларида Интернет технологияларини қўллаш имконини беради



1-расм. Интернетдан фойдаланишда ишлатиладиган мобил қурилмалар ҳиссаси², %





Шундай қилиб, ҳозирги вақтда Интернет-маркетингни ривожлантиришнинг муҳим бўлган қуйидаги йўналишларини аниқлашимиз мумкин:

–ўз маҳсулотлари ва брендларини реклама қилиш учун видео-хостинг хизматларидан фойдаланиш;

–реал бозор, ишлаб чиқарувчилар ва дистрибюторлар тўғрисидаги маълумотларни ўз ичига оладиган виртуал платформаларни яратиш;

–мобил тузилмаларни электрон бозорда қайта тақсимлаш;

–ижтимоий тармоқлардан кенг фойдаланилган ҳолда онлайн сўровномалар ўтказиш, экспертлар баҳосини йўлга қўйиш.

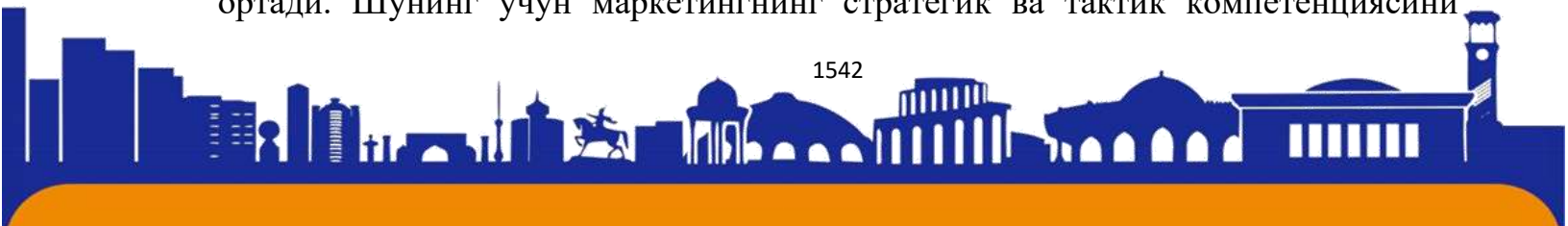
Хулоса ва таклифлар

Шундай қилиб, юқорида айтиб ўтилганларни умумлаштириб, қуйидаги хулосаларни чиқариш мақсадга мувофиқдир.

1. Замонавий ахборот ва телекоммуникация технологиялари истеъмолчилар ва корхоналар учун янги имкониятлар ва истикболларни очиб бериб, уларнинг ҳаракатчанлиги ва компютеризациясини оширади. Ушбу омиллар Интернетмаркетингини ривожлантириш учун энг муҳимдир. Интернет-маркетингни маҳсулот ёки хизматга эътиборни жалб қилиш, ушбу маҳсулотни Интернетда оммалаштириш ва уни мақсадли аудиторияга сотиш ва даромадни ошириш учун самарали тарғиб қилишга йўналтирилган воситалар, технологиялар ва техникалар тўплами сифатида тавсифлаш асослидир.

2. Замонавий шароитда Интернет-маркетинг амалиётида қўлланиладиган воситалар сони доимий равишда ўсиб бормоқда. Бу реклама бизнесининг ривожланиши ва Интернетдаги реклама тенденциясининг ўсиши билан боғлиқ. Интернет-маркетингнинг асосий ва самарали воситалари - бу матнли ва баннерли реклама, қидирув тизими рекламаси (SEO), ижтимоий тармоқларда реклама (SMM) ва e-mail маркетинги. Тақдим этилган воситаларнинг ҳар бири ўзининг афзалликларива камчиликларига эга, аммо уларнинг ўзига хос хусусиятлари ҳар бир лойиҳа учун энг самарали воситаларни танлашда ҳисобга олиниши керак.

3. Корхона, ташкилот ва компанияларнинг маркетинг компетенцияси, унинг доирасида шаклланган билимларнинг йиғиндисиди, биринчи навбатда компютерлаштириш, сунъий йўлдош алоқаси, оптик толалар ва, албатта, Интернетмаркетинг технологиялари каби янги технологияларни қўллаш билан ортади. Шунинг учун маркетингнинг стратегик ва тактик компетенциясини





ажратиш лозим. Маркетингнинг стратегик ваколати компаниянинг макро муҳитига йўналтирилган бўлиб, шериклар, истеъмолчилар, дистрибьюторлар ва бошқа бозор субектлари билан узоқ муддатли ва кучли ўзаро муносабатларни таъминлайди. Тактик маркетинг компетенцияси - бу жорий маркетинг муаммоларини ҳал қилиш учун компаниянинг макро ва микро муҳитидаги ўзгаришларга тезкор ва самарали жавоб бериш қобилияти.

Фойдаланилган адабиётлар

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг Олий Мажлисга Мурожаатномаси 2019 йил 24 январь. <https://president.uz/uz/lists/view/2228>
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Рақамли иқтисодиётни ривожлантириш мақсадида рақамли инфратузилмани янада модернизация қилиш чора-тадбирлари тўғрисида»ги Қарори// «Халқ сўзи» газетаси, 22 ноябрь 2018 йил
3. Абдухалимова Л.Т. Интернет - маркетинг. Ўқув қўлланма. – Т.: ТДИУ, 2011. - 285 б.
4. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг: Учебник для бакалавров / М.В. Акулич. - М.: Дашков и К, 2016. – 352 с.
5. Алексеев И.В. Теоретико-методологические аспекты исследования категории «Интернет-маркетинг» // Транспортное дело России. – 2014. – №3. – С. 14-18
6. Баранов, А.Д. Прогноз возврата инвестиций в интернет-маркетинг: Настольная книга маркетолога. Взгляд практика / А. Баранов. - М.: ИЦ РИОР, 2017. – 85 с.
7. Большакова, Л.В. Интернет-маркетинг санаторно-курортных услуг. Учебнометодическое пособие / Л.В. Большакова. - М.: Финансы и статистика, 2017. – 160 с.
8. Векшинский А.А., Тывин Л.Ф. Интернет-маркетинг как новое направление в современной концепции маркетинга взаимодействия // Техно-технологические проблемы сервиса. – 2017. – №2. – С. 103. 135 -Economy and BusinessJournal of Economy and Business, vol.9
9. Китаева Е.О. Интернет-маркетинг – инструмент бизнес-пространства Интернета // Вестник МГУП. – 2017. – №2. – С. 66.
10. Смирнов, А.Г. Лидовое побоище. Маркетинговые инструменты для продвижения бизнеса в Интернете / А. Смирнов, Ю. Суздаль. - СПб.: ИГ Весь, 2015. – 176 с.
11. Эргашходжаева Ш.Д. Инновацион маркетинг. Дарслик. –Т.: ТДИУ, Иқтисодиёт, 2014. –178 бет.

