



AKTUAR MOLIYA VA BUXGALTERIYA HISOBI ILMIY JURNALI

Vol. 4 Issue 04 | pp. 319-322 | ISSN: 2181-1865

Available online <https://finance.tsue.uz/index.php/afa>

TAYYOR KIYIMLAR BOZORI RAQOBATBARDOSHLIK JARAYONIDA ONLAYN MARKETING TADQIQOTLARINI TASHKIL QILISHNING SAMARALI USULLARI



Urazov Mansur Musurmanovich

Toshkent Davlat iqtisodiyot universiteti mustaqil izlanuvchi

urazomansur@gmail.com

Abstract: *The article aims to reveal and put into practice the importance of online marketing and the role of goods and services in the context of competitiveness of ready-to-wear garments in their national markets.*

Annotatsiya: *Maqolada tayyor kiyimlarni raqobatbardoshlik sharoitida, onlayn marketingning ahamiyati va ularning milliy bozorlar kesimida tavar va xizmatlarning rolini ochib berish va amaliyotga tadbiiq etishga qaratilgan.*

Аннотация: *Целью статьи является раскрытие и применение роли товаров и услуг в контексте важности интернет-маркетинга и конкурентоспособности готовой одежды на национальных рынках.*

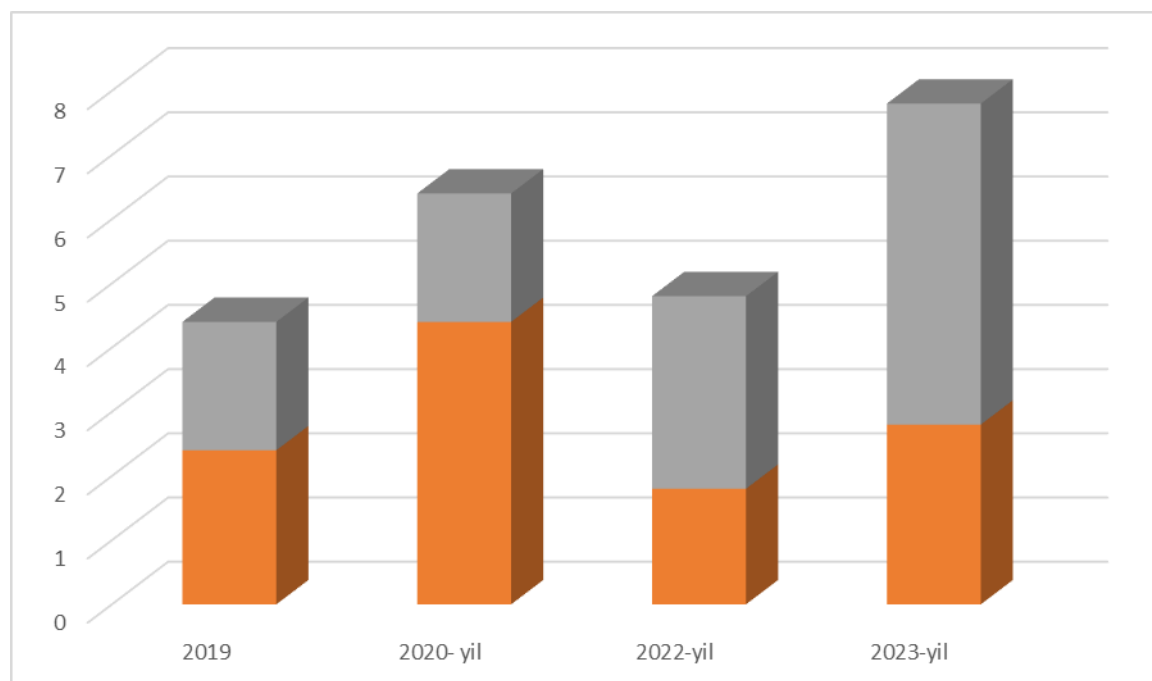
Kalit so'zlar: *onlayn marketing, veb-sayt, blogger, marketolog, onlayn- do'kon, onlayn-tijorat, YouTube, Facebook, olx, Twitter, Global, demografik, potensial, kontent.*

1. Kirish

Butun yer yuzida 2023-yilni har xil turdagi veb-saytlar, bloggerlar, marketologlar, kompaniyalar yoki onlayn-do'kon egalari uchun eng muvaffaqiyatli yil sifatida etirof etishmoqda, bu qarash bizning mamlakatimizni ham chetlab o'tmagan. Hozirgi davrni internetsiz hech bir sohani tasavvur qilib bo'lmaydi, har qanday yunalish zahirida internet yetakchi faoliyatni tashkil etadi. Bizning ko'zatishtlarimiz samarasi o'laroq, 2023-yilning 1-yanvar holatiga ko'ra mamlakatimizda internet tarmog'iga ulangan abonentlarimiz soni aqlbavar qilmas darajada yuksaldi bu ko'rsatkich 26,7 million nafarni tashkil etmoqda. Bu ko'rsatkich o'tgan yilning mos davri bilan solishtirilganda 16,3 foizga oshgan.

2. Tahlil va natijalar

Hududlar kesimida internet tarmog'idan eng ko'p foydalanuvchi abonentlar bo'yicha Toshkent shaxri yetakchil faollikni tashkil qilishi hech kimga sir emas.



1-rasm. O'zbekistonda internet abonentlarining o'sish ko'rsatgichlari

Ayni vaqtda o'z faoliyatini boshlamocqi bo'lgan har bir faoliyat egasi, o'z tadbirkorlik faoliyatida onlayn marketing faoliyatidan samarali foydalanishdan boshlashi lozim. Ushbu ko'p sonli tadqiqotlarimiz samarasi ularoq, tadqiqotlarimizning asosiy maqsadi jamiyatni o'rganishga qaratilgandir. Ba'zi katta kichik korxonalar rahbarlarining asosiy vazifasi onlayn marketingni amalga oshirish uchun foydalanadigan strategiyalarga qaratilgandir, bu esa sotish va sotib olish hajmini oshirishga yordam beradi. Ijtimoiy tarmoqlarning joriy etilishi biznes olami rahbarlari ulkan imkoniyatlar eshigini ochishga yordam beradi. Ideal g'oyalar, turli brenddagi korxonalar, eng sungi moda kolleksiyalari imkoniyatlarni yaratish va potentsial mijozlar bilan brend aloqasini osonlashtirish, kontent va mavjud mijozlarning ishonchini qozonish uchun foydalidir. Ijtimoiy media platformalarining hozirgi kundagi eng yetakchilari faoliyatidan bahramand bo'lgan holda foliyatni tashkil etish anchayin etiborli, masalan, YouTube, Facebook va olx, Twitter kabi ijtimoiy tarmoqlarning keng imkoniyatlaridan foydalanish, yangi g'oyalarini amalga oshirishga poydevor bo'lmoqda.

Global imkoniyatga ega bo'lgan firmalar ijtimoiy media, onlayn marketingini tan oladilar ijtimoiy media dasturlari yuqori tezlikda va samarali ish yo'ritishi har bir korxonalar rahbarini bee'tibor qoldirmaydi. Korxonalar faliyati yetakchilari kuchli raqobat va eng sungi tibdagi tavarlar majmuasi bilan onlayn hamjamiyatda tovarlar va xizmatlarni sotib olish uchun ko'proq iste'molchilarning fikrlari, ular uchun alohida ahamiyat kasb etadi. Ayrim tartibdagi markitologlarning ta'kidlashicha, kichik korxonalarining marketing faoliyatini, kuzatishga moyildirlar va faoliyatni ko'zatish asnosida onlayn marketing keraksiz deb hisoblaydi, bunga asosiy sabab shundaki, onlayn marketingni qimmat deb bilishadi. Aksincha, onlayn marketing qimmat emas, turli demografik foydalanuvchilar chegaradan oshib o'z mahsulotlari va tovarlar va xizmatlarni etkazib beradi. Bu holat sizningcha arzon baholanadimi, yo'q aksincha bu onlayin marketingning eng tijoratbop jihati sanaladi. Umuman olganda, ijtimoiy media, onlayn tijorat dukonlar hozirgi paytda eng kassabop

marketing ko'rinishi bo'lib qoldi. Onlayn marketingni rivojlantirishning asosiy mavjud to'rtta asosiy afzalliklari bu:

- * to'g'ridan-to'g'ri javob berish,
- * shaxsiy muloqotlar bilan faoliyat yuritish,
- * aniqlik va
- * muayyan auditoriyaga erishish

Reklama kompaniyalarida qo'llaniladigan innovatsiyalarga ega ishonchli onlayn marketing kanali ta'kidlashicha, kichik tijorat rahbarlari hozirda ijtimoiy saytlardan foydalanishmoqda, biznes faoliyatining hayotiyiligini, barqarorligini va ko'rinishini oshirish uchun onlay marketingdan foydalangan holda sotishni amalga oshirish, bu faoliyatning eng yaxshi usullaridan biri hisoblanadi. Turli yo'nalishlarda tadqiqot o'tkazish, bu kompaniyaning maqsadlarini ehtiyojlariga moslashtirish - u faoliyat yuritadigan bozorni o'rganish, taqqoslashlarni tahlil qilish, ma'lumotlarni to'plash, mijozlarga g'amxo'rlik qilish kabi tadqiqotlarni ilgari suradi. Onlayn marketing imkonini belgilaydigan katta hajmdagi ma'lumotlar, foydalanuvchilarni qo'llab-quvvatlash, o'sish potentsialining sxematik jarayonini, narx-navo, sotish va marketing tadqiqotlari sohasida ulardan foydalanish yo'nalishlari bilan aloqadorligini ifodalaydi. Onlayn marketing samaradorligini baholash, u manfaatdor tomonlarga eng katta foyda keltiradigan qurilish uchun asos yaratadi. Tayyor kiyimlar bozorida onlayn marketingning tadqiqotlarini asosiy ravishda quyidagicha shakllantirish mumkin.

Vaziyatni (mavsumiy vaziyat) hisobga olgan holda bozorlarda iste'molchilarning asosiy rolini amalga oshirish va takliflarini o'rganib chiqish: Individual kompaniyalarning qisqa vaqt ichida foydalanuvchilarning e'tiborini jalb qilish imkoniyatiga ega bo'lishlari lozim. Shuni ham takidlab o'tishimiz joizki, bir vaqtning o'zida, bir xil paytda, bir xil imkoniyat va raqobatchi kompaniya taqdim etilishi mumkin emasdek, shuning uchun biznes tuzilmalari iste'molchilar e'tiborini onlayn marketing muhitida modernizatsiya qilish va ular o'rtasidagi o'zaro aloqa sifatini yaxshilash uchun kurashadi.

Majburiy hududiy mahalliyashtirishning dalillari, ya'ni, mamlakatimizda geografik uzoqlik endi muhim dalil emas. Ayni paytda hudud yoki mahalliy bozor boshqaruviga bog'lanib qolmasdan tadbirkorlikni o'rganish imkoniyati mavjud. Yetkazib beruvchidan iste'molchigacha bo'lgan masofa faqat mutaxassis yoki ekspertning shaxsiy ishtirokini talab qiladigan tovarlarni yetkazib berish yoki xizmatlar ko'rsatish zarur bo'lganda muhim ahamiyatga ega. Shunday qilib, an'anaviy sotish va tarqatish tizimi alohida yo'lga qo'yiladi.

Mahsulot ishlab chiqarish hajmining o'sishi. globallashuv sur'ati, bu kompaniyalarning o'ziga xos g'oyasini oldindan belgilab beradi. Onlayn marketing tufayli biznes yuritishning davlatlararo sotish ko'lami o'zgarmoqda. Foydalanuvchilar va kompaniyalar uchun ta'minlangan jug'rofiya jihatdan cheklanmagan tashqi aloqa imkoniyatlari ham anchayin ommalashgan.

Asosiy qarorlarni qabul qilish tezligini oshirish. Vaqtdan unimli foydalanish - aloqa bosqichlari orasidagi ko'p vaqt, aloqa va tranzaksiyalarni amalga oshirish uchun umumiy vaqtni qisqartirishni taminlaydi.

Jamoalar inklyuziyalari darajasini va ishtirokchilar sonini oshirish – mini roliklar. Aksariyat kompaniyalarda veb-sayt mavjud bo'lib, u o'z faoliyatining muhim (yoki aksincha, kompaniyaning aloqa strategiyasiga qarab batafsil) tasvirini ta'minlaydi. Keng axborot maydonida biznes tuzilmalari va turlar strategik alyanslarni tashkil etish, boshqa hamkorning e'tiborini tortadi. Bu rang baranglikni, vedeoda milliylik bilan bir qatorda madaniylik ham tasvirlansa, yuqori darajadagi professanal funkSIONallikni tashkil etadi.

3.Xulosa

Xulosa o'rnida, yuqoridagilarni umumlashtirib, Zamonaviy axborot va telekommunikatsiya texnologiyalari, iste'molchilar uchun ochiq bo'lib, ularga yangi imkoniyatlar va istiqbollarni taqdim etadi. Aynan shu omillar onlayn marketingni rivojlantirish uchun eng muhim hisoblanadi. Internet-marketing qonuniy ravishda tovarlarga yoki tadqiqotlarga e'tiborni jalb qilishga, ushbu mahsulotni Internetda ommalashtirishga, uni maqsadli auditoriyaga sotish uchun samarali reklama qilishga qaratilgandir. Ayni vaqtda onlayn marketing amaliyotida qo'llaniladigan tadqiqotlar soni doimiy ravishda o'sib bormoqda. Bu reklama biznesining rivojlanishi va internetdagi reklamadagi o'zgarishlarning kuchayishi tufayli sodir bo'lmoqda. Onlayn marketingning asosiy va samarali tadqiqotlari bu kontekstli va bannerli reklamalarni hamda qidiruv tizimini reklamasi, ijtimoiy tarmoqlarda reklama qilishdir.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Кензина Ц.З., Манджиев Б.А. Интернет-маркетинг как инструмент развития пред-приятия// Молодой ученый, 2016. – №27- с.131.
2. Кетова Н.П., Натхина М.В. Обоснование коммуникативных стратегий современных интернет-компаний, ориентированные на целевые ресурсы. – Ростов-на-Дону: Медиа-Полис, 2018.
3. Кетова Н.П., Семенова Н.А. «Возможности развития маркетинговой компетенции в компаниях, действующих на рынке В2В (по типу ОАО «ТМЗ им. В.В.Воровского»)// Экономика и предпринимательство, 2016. – №3- с.68.

Copyright: © 2024 by the authors. This work is licensed under a Creative Commons Attribution- 4.0 International License (CC - BY 4.0)

