



РАЗВИТИЕ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА В УЗБЕКИСТАНЕ

Базарова Файёза Тухтамуродовна,

доцент кафедры "Менеджмент и маркетинг", Ташкентский финансовый институт, Ташкент, Узбекистан. Почта: f_bazarova@tfi.uz.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0777-5469>

DEVELOPMENT OF DIGITAL MARKETING IN UZBEKISTAN

Bazarova Fayyoz Tukhtamurodovna,

Associate Professor, Department of Management and marketing, Tashkent Financial Institute, Tashkent, Uzbekistan. Email: f_bazarova@tfi.uz. Menej@12345

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0777-5469>

JEL Classification: D4, D49

Аннотация: Цифровой маркетинг является одним из наиболее динамично развивающихся сегментов маркетинга в мире, и аналогичная ситуация наблюдается и в Узбекистане. Сейчас все больше компаний в Узбекистане осознают необходимость наличия эффективной цифровой стратегии для привлечения и удержания клиентов. Поэтому, мы можем увидеть повсеместный рост спроса на услуги по созданию и продвижению сайтов, социальных медиа и мобильных приложений. Также, в Узбекистане все больше людей пользуются интернетом, что открывает большие возможности для цифрового маркетинга. В результате, компании все больше смотрят на цифровые каналы как на эффективный способ достижения своих бизнес-целей.

В целом, перспективы развития цифрового маркетинга в Узбекистане являются весьма обнадеживающими. В сфере маркетинга есть много возможностей для роста и инноваций, и цифровые технологии играют важную роль в этом процессе, хотя и наблюдаются некоторые сдерживающие факторы роста.

В последние годы уровень развития цифрового маркетинга в Узбекистане значительно улучшился. Многие крупные и малые компании в стране осознали важность наличия цифровой стратегии для привлечения и удержания клиентов, и начали активно использовать цифровые каналы для продвижения своих брендов.

В настоящее время большинство компаний Узбекистана имея свои сайты, профили в социальных сетях активно используют email-рассылки для коммуникации с клиентами. Также все более популярными становятся контекстная и социальная реклама, которые раньше не были характерны для Узбекистана.

Тем не менее, есть еще много возможностей для улучшения уровня развития цифрового маркетинга в Узбекистане. Например, компании могут больше использовать инструменты аналитики для измерения эффективности своих кампаний и оптимизации их результатов. Также важно развивать навыки цифрового маркетинга у молодых специалистов и предоставлять более качественные услуги в этой области для клиентов.

В целом, уровень развития цифрового маркетинга в Узбекистане и его потенциал продолжает расти, и существуют многообещающие возможности для дальнейшего развития в этой области.

Abstract: Digital marketing is one of the fastest growing marketing segments in the world, and a similar situation is observed in Uzbekistan.

Now more and more companies in Uzbekistan are realizing the need for an effective digital strategy to attract and retain customers. Therefore, we can see a worldwide increase in demand for services for the creation and promotion of websites, social media and mobile applications.

Also, in Uzbekistan, more and more people use the Internet, which opens up great opportunities for digital marketing. As a result, companies are increasingly looking to digital channels as an effective way to achieve their business goals.

In general, the prospects for the development of digital marketing in Uzbekistan are very encouraging. There is a lot of room for growth and innovation in marketing, and digital technologies play an important role in this process, although there are some growth constraints.

Now in Uzbekistan, many companies have their own websites, social media profiles and use email newsletters to communicate with customers. Also, contextual and social advertising, which were not previously typical for Uzbekistan, are becoming more and more popular.

The level of development of digital marketing in Uzbekistan has improved significantly in recent years. Many large and small companies in the country have realized the importance of having a digital strategy to attract and retain customers, and have begun to actively use digital channels to promote their brands.

However, there is still a lot of room to improve the level of development of digital marketing in Uzbekistan. For example, companies can use analytics tools more to measure the effectiveness of their campaigns and optimize their results. It is also important to develop digital marketing skills in young professionals and provide better digital marketing services to clients.

In general, the level of development of digital marketing in Uzbekistan continues to grow, and there are promising opportunities for further development in this area.

Ключевые слова: цифровой маркетинг, коммуникация, контент-маркетинг, социальная сеть, целевая аудитория, цифровая платформа.

Key words: digital marketing, communication, content marketing, social network, target audience, digital platform.

Введение. Цифровой маркетинг - это комплекс мероприятий, направленных на продвижение товаров и услуг в интернете с использованием различных инструментов и технологий. Цифровой маркетинг включает в себя такие компоненты, как поисковая оптимизация с использованием современных средств коммуникации, контент-маркетинг, социальные сети, контекстная реклама и другие[1]. Ожидается, что наблюдаемый нами динамичный рост данного направления приведет к существенному расширению существующего арсенала средств, так и к появлению новых форматов цифрового взаимодействия в бизнес среде Узбекистана[2].

Особенность современного развития человеческого общества такова, что роль цифрового маркетинга в современном бизнесе будет расти опережающими темпами и будет трудно представить дальнейший прогресс

отрасли без средств коммуникации. Это означает, что со временем все больше людей будут использовать интернет для поиска информации, покупок товаров и услуг, связи с друзьями и коллегами. Появятся новые технологии эффективно связывающие производителей и потребителей через коммуникативные каналы. Компании, которые не используют цифровой маркетинг или не придающие особенное внимание на технологичные нововведения упускают множество возможностей для привлечения новых клиентов и увеличения прибыли.

Цифровой маркетинг позволяет компаниям эффективно взаимодействовать с аудиторией, развивать свои бренды, увеличивать узнаваемость и продажи. Кроме того, цифровой маркетинг дает компаниям возможность быстро адаптироваться к изменяющимся требованиям рынка и потребностям клиентов.

В целом, цифровой маркетинг является неотъемлемой частью современного бизнеса и является ключевым фактором успеха для компаний, которые стремятся оставаться конкурентоспособными и привлекательными для своей аудитории.

Цифровой маркетинг, хотя и является относительно новым явлением в нашей стране, однако, в зарубежной экономической и специальной литературе существуют большое количество публикаций по этой тематике. Обзор публикаций авторов по тематике цифрового маркетинга выявил отсутствия четкого и устоявшегося понимания понятий среди авторов. Также позиция авторов существенно отличаются друг от друга. Однако, практически все авторы согласны в том, что цифровой маркетинг это продвижение (предоставление)

услуги (продукции) к потребителю посредством современных информационно-коммуникационных систем (платформ)[3]. Данная группа авторов в большинстве своем при определении цифрового маркетинга на первый план выводят электронные технологии.

Другая малочисленная группа авторов идентифицирует цифровой маркетинг в основном как реклама и рекламная деятельности, при этом роль современных средств коммуникации отодвигается на второй план.

Несмотря на различные интерпретации цифрового маркетинга различными авторами и специалистами отрасли практически все признают и подчеркивают важную роль современных средств электронной коммуникации.

Материалы и методы.

Систематизированной информации, раскрывающая тенденции развития цифрового маркетинга в Узбекистане в открытой печати трудно найти, однако, есть достаточно большое количество обзоров или материалов раскрывающих те или иные аспекты изучаемой тематики. В этой связи, основой для исследования послужили публикации и обзоры государственных и частных структур посвященные современным проблемам и перспективам развития цифрового маркетинга в Узбекистане. Также были использованы материалы международных институтов в части где даны обзоры и оценки уровня развития цифрового маркетинга в Узбекистане.

В процессе написании статьи использовались такие методы как, наблюдение, описание, анализ, синтез, абстрагирование и другие.

Результаты.

Цифровой маркетинг, как относительно новое направление в бизнес деятельности

Узбекистана только начинает развиваться, но есть яркие примеры компаний, которые успешно используют цифровые инструменты для продвижения своих продуктов и услуг.

В Узбекистане, как и во многих других странах, цифровой маркетинг играет все более важную роль. Ниже перечислены некоторые из наиболее популярных инструментов цифрового маркетинга, используемых в Узбекистане.

Социальные сети: Facebook, Instagram, Telegram, Youtube и другие - это популярные социальные сети в Узбекистане. Они используются для продвижения бренда, привлечения трафика на сайты и укрепления отношений с клиентами.

Поисковая оптимизация (SEO): Это группа методов, которые используются для улучшения позиций в поисковой выдаче. SEO-оптимизация является одним из самых эффективных инструментов цифрового маркетинга в Узбекистане.

Платная реклама: Google AdWords и Яндекс Директ используются для контекстной рекламы, когда рекламодатель платит за каждый клик на свою рекламу. В Узбекистане стали часто использоваться рекламные сети, такие как AdRoll и DoubleClick.

Электронная рассылка: Это инструмент, который позволяет отправлять информацию людям по электронной почте. Это может быть использовано для распространения новостей, продвижения продуктов и т.д.

Блоги и контент: Создание интересных статей и видео контента, может помочь привлечь трафик на сайты и укрепить бренд.

Это лишь несколько из множества инструментов, доступных для использования в Узбекистане[4].

Цифровой маркетинг оказывает значительное влияние на поведение различных групп населения, как потенциальных потребителей, особенно в современном мире, где все больше людей используют Интернет и социальные медиа. Некоторые из наиболее заметных влияний включают:

- большая доступность информации: цифровой маркетинг позволяет людям быстро и легко получать информацию о продуктах, услугах и компаниях.

- увеличенное взаимодействие: социальные медиа и другие онлайн-платформы создают новые возможности для взаимодействия между потребителями и брендами.

- более персонализированный опыт: цифровой маркетинг позволяет компаниям лучше понимать своих клиентов и предоставлять более индивидуальные услуги и продукты.

- рост потребления: цифровой маркетинг может стимулировать потребление, поскольку он облегчает доступ к новым продуктам и услугам.

- улучшение образования: Интернет и цифровой маркетинг могут улучшить доступ к образованию и обучению, что является особенно важным для людей, живущих в удаленных или малонаселенных областях.

В целом, цифровой маркетинг имеет глубокие и многогранные последствия для населения, и его влияние будет продолжаться, поскольку он остается одним из основных способов рекламы и продвижения бизнеса в мире.

Цифровой маркетинг имеет большое влияние на бизнес в

современном мире. Он позволяет компаниям эффективно достигать своей целевой аудитории и продвигать свой бренд через различные цифровые каналы, такие как социальные сети, поисковые системы и электронная почта.

Цифровой маркетинг также обеспечивает компаниям возможность собирать и анализировать данные о своей аудитории, что позволяет им создавать более персонализированные и эффективные кампании. Благодаря этому компании могут улучшить свою конверсию, повысить лояльность клиентов и увеличить продажи.

Однако, чтобы достигнуть успеха в цифровом маркетинге, компании должны быть готовы к постоянным изменениям в технологиях и тенденциях, а также быть готовыми инвестировать в высококачественный контент, рекламу и аналитику.

Как мы уже выше упомянули, одним из основных каналов цифрового маркетинга в Узбекистане являются социальные сети, такие как Facebook, Instagram, Telegram и другие. Многие компании используют эти платформы для продвижения своих брендов и привлечения новых клиентов.

В Узбекистане также появляются онлайн-магазины, которые могут предложить потребителям товары и услуги на дистанционной основе. Среди них можно назвать такие бренды как, abad.uz, alibazar, asahiy.uz, olcha, uzummarket, zoodmall и другие. Однако, такие магазины не всегда имеют качественные веб-сайты, что может повлиять на уровень доверия клиентов к ним.

Предоставление онлайн финансовых услуг посредством цифровых платформ различного формата

является сектор банковских услуг узбекских коммерческих банков и финансовых компаний. Данное направление показывает наибольший динамизм и масштабы распространения как среди физических лиц, так и среди юридических лиц страны. Несмотря на стабильно высокие показатели расширения предоставляемых сервисов, данное направление имеет огромный потенциал роста. Низкая база и факторы доверия со стороны населения Узбекистана пока, что сдерживают имеющийся потенциал роста данного сегмента. Среди них можно отметить сервисы таких банков и финансовых структур Узбекистана как Anorbank, NBU, Bank Apelsin, Click, Payme, TBC Bank, Банк «Ипак Йули», Invest Finance Bank и другие.

Еще одним перспективным направлением развития цифрового маркетинга в Узбекистане является использование SEO (поисковая оптимизация) и контекстной рекламы для продвижения бизнеса в поисковых системах.

На данный момент, уровень развития цифрового маркетинга в Узбекистане остается относительно низким, но направлен на постоянное развитие и модернизацию. Отрасль нуждается в дополнительной поддержке со стороны государства и бизнес сообщества для более быстрого развития и совершенствования. В нее на добровольной и безвозмездной основе включаются юридические лица и индивидуальные предприниматели, доходы которых от реализации товаров и услуг посредством электронной коммерции составляют как правило, не менее 80% от их общего объема реализации товаров и услуг[4].

Благодаря принятым мерам со стороны правительства Узбекистана, была запущена электронная платформа обращения граждан страны к государственным и другим услугам официального характера. В результате, предпринятых в короткое время усилий, у всех граждан Узбекистана появилась реальная возможность получения огромного количества государственных услуг напрямую, минуя бюрократические барьеры. Удобный и продуманный интерфейс в браузере государственных услуг - my.gov.uz дает возможность людям удаленно, без каких-либо очередей, и в кратчайшие сроки получить услугу или решать разного рода задач, на которых раньше уходило много времени, денег и нервов. В настоящее время через единый портал (my.gov.uz) соотечественники могут воспользоваться около 300 госуслугами в электронном виде. Стоит отметить, что 185 из этих услуг предоставляются бесплатно, а 181 услуга не требует электронной цифровой подписи[5].

По мнению эксперта Центра экономических исследований и реформ основную и ведущую роль в цифровой экономике должен играть частный бизнес, а государство должно создавать инфраструктуру для частной инициативы[6]. Анализ развития цифровой инфраструктуры бизнес процессов Узбекистана демонстрирует осторожный оптимизм как со стороны частного сектора, так и со стороны правительственных структур. В частности, особое внимание вопросам развития цифровой экономики и инновационного развития стало уделяться в Узбекистане в последние несколько лет. Так, в структуре Мининфокома были созданы управления развития цифровой экономики и

электронного правительства. В мае 2018 года принято постановление Президента «О мерах по ускоренному развитию электронной коммерции», в июле - постановление «О мерах по развитию цифровой экономики в Республике Узбекистан», в ноябре - постановление «О мерах по дальнейшей модернизации цифровой инфраструктуры в целях развития цифровой экономики», которым образован Фонд поддержки развития цифровой экономики «Цифровое доверие». Был принят Указ Президента Узбекистана «О дополнительных мерах по внедрению цифровой экономики, электронного правительства, а также информационных систем в государственном управлении Республики Узбекистан»[7].

Таким образом, в стране создаются необходимая правовая база и условия для развития цифровой экономики. И Узбекистану необходимо не отставать от мировых процессов технологического развития, в том числе связанных с развитием электронной коммерции и внедрением цифровых технологий во все сферы экономики и государственного управления. Скорейшее внедрение в бизнес-процессы новейших разработок и достижений в области цифровой экономики даст возможность для нелинейного (скачкообразного) рывка в росте производительности труда, снижения издержек, а также создания конкурентоспособной продукции во многих сферах экономики[8].

Заключение. Несмотря на позитивную динамику в сфере развития цифровой экономики в целом, и цифрового маркетинга, в частности, существуют все еще ряд проблем и препятствий на пути развития цифрового маркетинга в Узбекистане.



Одной из главных проблем является неравномерный охват широкополосным интернетом различных территорий страны и недостаточная доступность онлайн-платформ для большого количества населения. Это затрудняет доступ к цифровым технологиям и услугам, которые могут помочь предпринимателям и компаниям находить новых клиентов и расширять свой бизнес.

Второй проблемой является недостаток местных профессионалов в области цифрового маркетинга, что делает труднее найти квалифицированных специалистов для работы в этой области.

Третьей проблемой является отсутствие законодательной базы для цифрового маркетинга в Узбекистане, которая может ускорить развитие отрасли и обеспечить ее более быстрый рост.

Несмотря на эти проблемы, есть много возможностей для развития цифрового маркетинга в Узбекистане. Некоторые из них включают использование социальных сетей для продвижения бизнеса, создание локальных онлайн-платформ для продажи товаров и услуг, а также поддержку и содействие в развитии малых и средних предприятий.

Масштабы цифрового маркетинга в Узбекистане сегодня еще очень невелики, однако, с каждым годом отрасль все больше и больше

развивается. Некоторые исследования показывают, что сейчас около 10% компаний в Узбекистане активно используют цифровые каналы маркетинга. Социальные сети являются одним из наиболее популярных инструментов цифрового маркетинга в Узбекистане, среди которых Facebook и Instagram наиболее популярны[9].

Также набирают популярность онлайн-магазины, которые предоставляют клиентам возможность покупать товары и услуги онлайн. Однако, на данный момент они представляют собой небольшую долю отрасли маркетинга.

SEO и контекстная реклама также используются в Узбекистане для продвижения бизнеса в поисковых системах. Однако, развитие данной области все еще находится на начальном этапе.

Кроме того, в Узбекистане имеются некоторые компании, которые оказывают услуги по цифровому маркетингу, но их количество все еще невелико.

В целом, масштабы цифрового маркетинга в Узбекистане пока еще недостаточно большие и не удовлетворяют ожидания общества и официальных структур. Однако, имеющаяся динамика и индикаторы развития показывает, что отрасль находится на стадии активного роста и становления[10].

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. А.Гавриков, В.Давыдов, М.Федоров. Digital маркетинг. – Москва: Издательство АСТ 2022 – 480 стр.
2. Цой, М., Ибрахимов, Ш., Холмирзаев, Н. (2022). Развитие цифровой экономики в Узбекистане: состояние и перспективы. Современные инновационные исследования



актуальные проблемы и развитие тенденции: решения и перспективы, 233–235.
<https://inlibrary.uz/index.php/zitdmrt/article/view/5184>

3. Д. Шевченко Д. А. Цифровой маркетинг: учебник – Москва: Директ-Медиа, 2022 – 185 стр.

4. <https://uzdaily.uz/ru/post/76280> Итоги Первого международного Tashkent Digital Marketing Forum 2023.

5. <https://my.gov.uz>

6. Ю. Кутбиддинов. Цифровая экономика в центре внимания - Review.uz. <https://review.uz/post/cifrovaya-ekonomika-v-centre-vnimanija> Доступ 2023-04-10

7. <https://www.lex.uz>. Закон Республики Узбекистан "Об электронном правительстве", Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан №728 от 27 сентября 2017 года «О мерах по совершенствованию порядка оказания электронных государственных услуг через единый портал интерактивных государственных услуг Республики Узбекистан», Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан №181 от 23 августа 2007 года «О мерах по дальнейшему совершенствованию взаимодействия органов государственного и хозяйственного управления, государственной власти на местах с юридическими и физическими лицами с использованием информационно-коммуникационных технологий

8. Касимова, Ф. (2022). Направления цифровизации и цифрового маркетинга в малом бизнесе и предпринимательстве. Экономика и образование, 23(1), 55–62. <https://cedr.tsue.uz/index.php/journal/article/view/349>

9. Д. Григорьев. Дорогой интернет, инфлюенсеры и рост объемов: что происходит на рынке digital-рекламы в Узбекистане. <https://marketing.uz/novosti/novosti-partnerov/digital-.htm>

10. <https://www.cer.uz/en/post/civil/razvitie-cifrovoj-ekonomiki-v-uzbekistane-v-2016-2020-gg>