



BIZNESNI RIVOJLANTIRISHDA IJTIMOY TARMOQLARNING O'RNI

Ismoilova Gulnora Fayzullaevna,

i.f.n, dotsent, "Menejment va marketing" kafedrası mudiri, Muhammad al-Xorazmiy nomidagi Toshkent Axborot Texnologiyalari Universiteti, Toshkent, O'zbekiston

Email: ismailova@tuit.uz, ORCID: 0000-0002-0740-3510

Ismoilov Izzatbek Ollayorovich,

"Elektron tijorat" yo'nalishi 2-kurs magistranti, Muhammad al-Xorazmiy nomidagi Toshkent Axborot Texnologiyalari Universiteti, Toshkent, O'zbekiston

Email: izzmoilov@gmail.com, ORCID: 0009-0008-7580-7892

THE ROLE OF SOCIAL NETWORKS IN BUSINESS DEVELOPMENT

Ismoilova Gulnora Fayzullaevna,

Ph.D., associate professor, Head of the "Management and Marketing" department, Tashkent University of Information Technologies named after Muhammad al-Khwarizmi, Tashkent, Uzbekistan.

Email: ismailova@tuit.uz, ORCID: 0000-0002-0740-3510

Ismoilov Izzatbek Ollayorovich,

2nd year graduate student of "Electronic commerce", Tashkent University of Information Technologies named after Muhammad al-Khwarizmi, Tashkent, Uzbekistan.

Email: izzmoilov@gmail.com, ORCID: 0009-0008-7580-7892

JEL Classification: D8,D85

Annotasiya. Ushbu maqolada biznesni rivojlantirishda ijtimoiy tarmoqlarning o'rni xaqida fikr yuritilgan bo'lib, barcha ijtimoiy tarmoqlar taxlil qilishga harakat qilingan. Shuningdek, ijtimoiy tarmoqlardan qanday va nima maqsadda foydalanuvchilarning statistik ma'lumotlari keltirilgan. Maqolada mualliflar ijtimoiy tarmoqlarning aynan qaysi soha va yo'nalishda foydalanayotganligini, ularning aynan qaysi biri muhim va dolzarb ekanligini ham tahlil qilishga harakat qilgan.

Abstract. This article discusses the role of social networks in business development and tries to analyze all social networks. Also, statistical data on how and for what purpose social networks are used are presented. In the

article, the authors tried to analyze the areas and directions in which social networks are used, and which of them are important and relevant.

Kalit so'zlar. Biznes, Ijtimoiy tarmoqlar, Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, Telegram.

Keywords. Business, Social Networks, Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, Telegram.

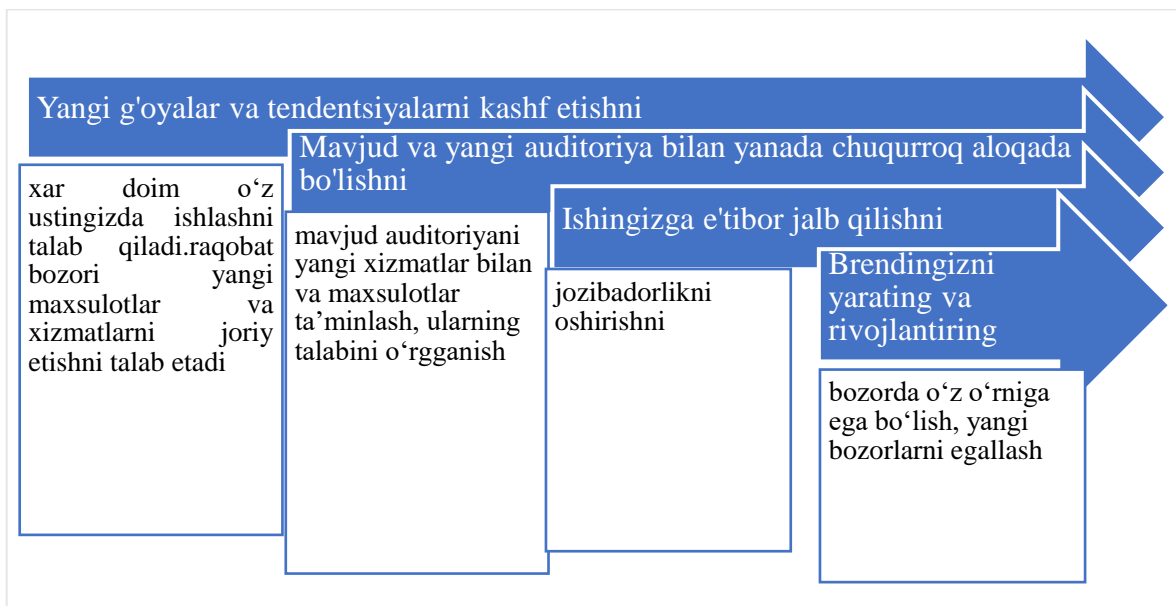
Kirish. Ma'lumki, Ijtimoiy tarmoqlar kundan kunga ommalashib, nafaqat aloqa vositasi, balki biznes jarayonlarini takomillashtirishda ham katta dastak bo'lib bormoqda. Statistik ma'lumotlarga ko'ra xozirgi kunga kelib dunyo bo'ylab 4.76

milliard foydalanuvchi ijtimoiy media akkauntiga ega bo'lib, bu esa dunyo aholisining 60%ini tashkil qilmoqda. Albatta bu foydalanuvchilarning hammasi ham ijtimoiy tarmoqlardan ijobiy va samarali foydaga erishmasligi ham mumkin. Ular Ijtimoiy tarmoqlarning imkoniyatlari tufayli yangi muammolarga ham duch kelgan holatlari ham ko'p kuzatiladi. Gap shundaki, ijtimoiy tarmoqdagi oddiy foydalanuvchini professionaldan ajratib bo'lmaydi va siz onlayn aytgan hamma narsa sizga qarshi ishlatilishi mumkin bo'ladi. Maxfiylikingizni himoya qilish va ma'lum kontentni kim ko'rishini nazorat qilishning usullari mavjud bo'lsada, hushyor bo'lish majburiyati sizni aslo tark qailmasligi kerak. Shunday qilib, ijtimoiy tarmoqlardagi faoliyatingizga qanchalik jiddiy yondashsangiz, shuncha yaxshi hisoblanadi. "...mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirish va uni boshqarish tizimini takomillashtirishni axborotsiz amalga oshirib bo'lmaydi. Axborot xalq xo'jaligining barcha tarmoqlari, tarmoqlari, bo'linmalari (ish joyidan vazirlikgacha) va shu kabilar o'rtasida uzluksiz axborot almashinuvidan iborat.[1]

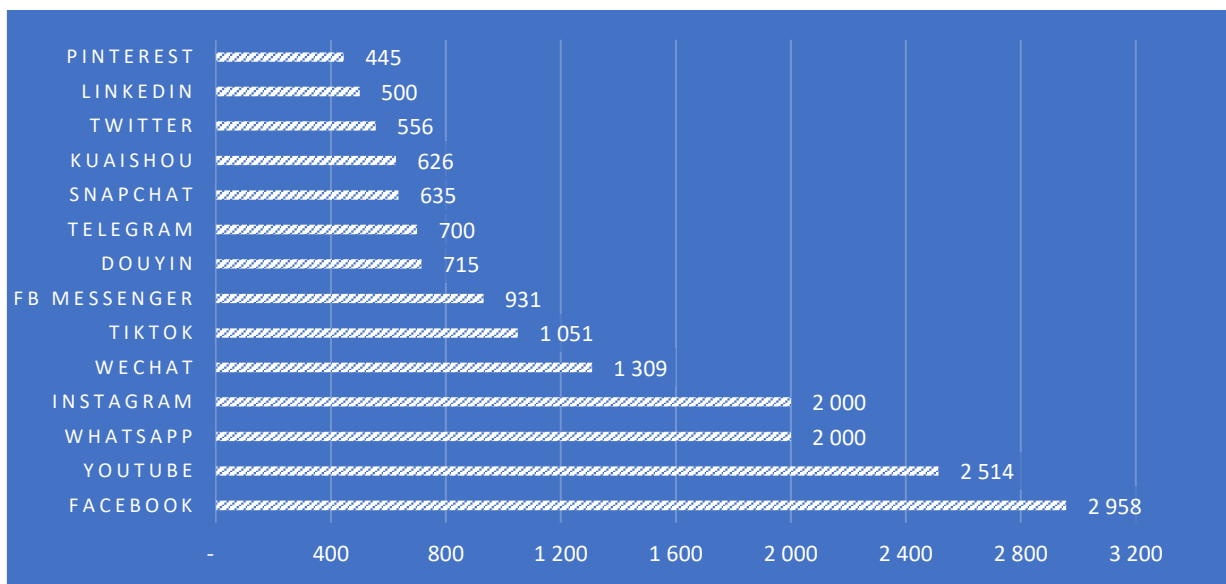
Material va method. Ushbu mavzu bo'yicha ko'pgina olimlar ilmiy ishlar olib borishgan. Buni internet ma'lumotlaridan ham, darsliklar va qo'llanmalardan xam bilish mumkin. Ismoilova G., Mirkhadja D., tomonidan chop etilgan «The Role of Processing Information in Digital Marketing In» maqolasida ijtimoiy tarmoqlardan internet marketingdan foydalanish xaqida

Ijtimoiy tarmoq sizga kamida to'rtta muhim narsani qilish imkonini beradi:

fikrlar bildirilgan. Ismailova G.F. "E-Commerce and Small Business" maqolasida esa kichik biznesni rivojlantirishda elektron tijoratning ahamiyati tahlil qilingan. Nasruddin, E. D THE ROLE OF INFORMATION TO DEVELOP MARKETING" maqolasida xam ijtimoiy tarmoqlarning biznes uchun ahamiyati taxlil qilingan. Xar bir tarbirkor tarmoqni kengaytirmoqchi, biznesni yo'lga qo'ymoqchi, yangi bozorlarni egallamoqchi bo'lsa eng avvalo eng mashhur ijtimoiy media platformalari haqida bilishi kerak. Tadqiqotlarga ko'ra bugungi kunda tadbirkorlarning asosiy foizi ijtimoiy tarmoqlardan reklama uchun foydalanmoqda. Ijtimoiy tarmoqlarning rivojlanishini bosqichma-bosqich taxlil qilamiz. Dastlabki davrlarda Ijtimoiy tarmoqlar faqat muloqat qilish, ko'ngil ochar dasturlarni namoyish qilish uchun xizmat qilar edi. Ammo bugungi kunda bu jarayonlar umuman boshqacha tus olgan. Ijtimoiy tarmoq endi hayotning ko'p qatlamlaridagi odamlar muloqot qilish usulining muhim qismidir va ish qanday bajarilishining asosiy qismidir - korporatsiyalardan tortib hukumatgacha. Ijtimoiy tarmoqlar biznesni rivojlantirish uchun qanchalik muhimligini va qanday imkoniyatlarga ega ekanligini quyida aks ettirishda harakat qilamiz. Ijtimoiy tarmoq har doim o'zgarib turadi, shuning uchun platformalar evolyutsiyasini kuzatib borish va mavjud vositalardan foydalanishni optimallashtirish yo'llarini izlashda davom etish muhimdir.



1-rasm. Ijtimoiy tarmoqlarning biznesdagi o'ri



2-rasm. Dunyo bo'yicha eng ko'p foydalaniladigan ijtimoiy tarmoqlar (millionda)

Jadvalda dunyo bo'yicha foydalaniladigan ijtimoiy tarmoqlar to'g'risida ma'lumot keltirilgan. Va bunda ko'rinib turibdiki birinchi o'rinlarni Facebook egallab turibdi. Statistik ma'lumotlarga ko'ra, 2023-yilning yanvarida O'zbekiston aholisi 34,90 million kishini tashkil etgan bo'lsa, bundan 26,74 million¹ internet foydalanuvchisi hisoblanadi, ya'ni jami aholining 76,6 foiz internetdan

foydalanadi. Kepios tahlili ma'lumotlariga ko'ra o'tgan yillarga nisbatan 2022-2023-yillarda O'zbekistonda internet foydalanuvchilari 421 mingga (+1,6 foiz) oshgan.

Shu davrda ijtimoiy tarmoq foydalanuvchilari soni 5,35 million kishini tashkil qilgan, bu son jami aholining 15,3 foiziga teng edi, biroq shuni ham ta'kidlash kerakki, ijtimoiy tarmoq foydalanuvchilari

¹ O'zbekiston Respublikasi Statistika qo'mitasi ma'lumotlari

unikal ya'ni har biri yagona shaxslarni ifodalamasligi mumkin. O'zbekistondagi jami internet foydalanuvchilar bazasining 20,0 foizi (yoshidan qat'iy nazar) kamida bitta ijtimoiy media platformasidan foydalanadi.

Dunyo bo'ylab eng ko'p foydalanuvchilariga ega ijtimoiy tarmoqlarni qanday imkoniyatlarni bera olishini va ularni O'zbekistondagi ulushini ko'rib chiqish orqali, turli yo'nalishdagi biznesga qanday imkoniyatlar berishini bilib olishimiz mumkin.

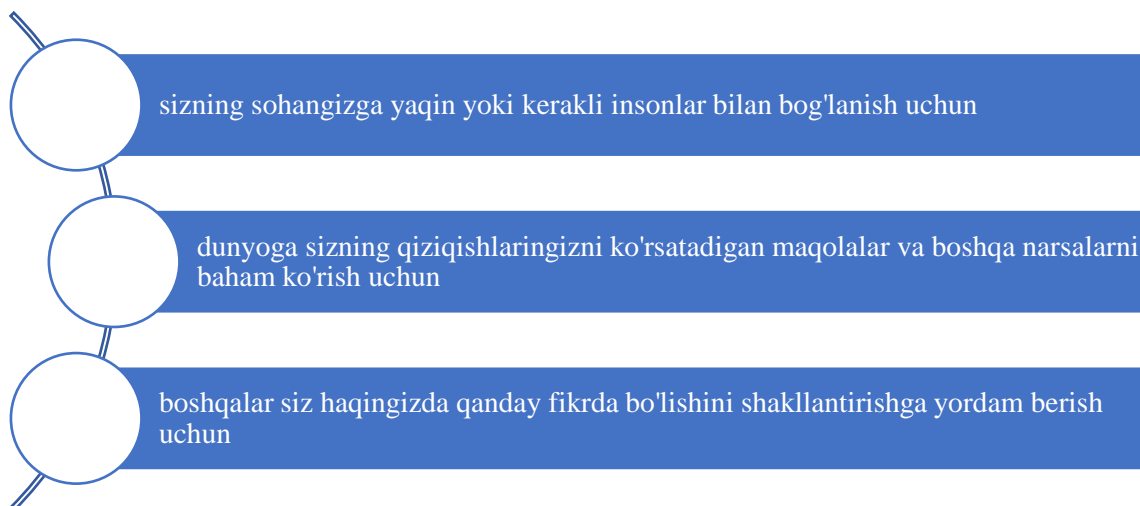
Ma'lumotlarga ko'ra dunyo bo'yicha eng ko'p foydalaniladigan ijtimoiy tarmoq bu **Facebook hisoblanadi.**

Tahlillarga ko'ra dunyo bo'ylab uch milliardga yaqin foydalanuvchiga ega Facebook ijtimoiy tarmoqlar ichida eng kuchli va ta'sirchan hisoblanadi. Bu oila, do'stlar va do'stlarning do'stlari bilan bog'lanishning ajoyib usulidir. Bu ko'pchilik uchun asosan shaxsiy tarmoq bo'lib qolmoqda, shuningdek u biznes va professional targ'ibot uchun ham yuqori vosita hisoblanadi. Ushbu ijtimoiy

tarmoqning ijobiy jihatlari bilan birga salbiy jihatlarni ham sanab o'tish mumkin. Uning eng ko'p tarqalgan usullaridan biri platforma axborot va dezinformatsiyani tarqatishda muhim rol o'ynagan.

Dunyo bo'ylab bir zumda translyatsiya qilish imkonini beruvchi Facebook Live foydali vosita bo'lishi mumkin. Jurnalistlardan tashqari, korxonalar sahna ortidagi kontentni baham ko'rish, xodimlarga savol-javob va boshqa tadbirlarni amalga oshirish uchun Live-dan foydalanmoqda.

Aksariyat platformalar singari, Facebook ham kontentingiz uchun maxfiylik sozlamalarini taklif qiladi, shunda siz kim nimani ko'rishini hal qilishingiz mumkin. Sozlamalar hamma onlayn yoki faqat do'stlaringiz yoki siz yaratgan moslashtirilgan guruhlar (hamkasblar, masalan, oila yoki o'rta maktabdagi jamoadoshlaringiz) tomonidan ko'rishi mumkin bo'lgan kontentni o'z ichiga oladi. Aksariyat odamlar ushbu sozlamalarga e'tibor bermaydilar va ba'zida ularning o'zgalari uchun mo'ljallanmagan fotosuratlarini ko'rgan kishi hayratda qoladi.



3-rasm. Facebookdan foydalanishning asosiy maqsadlari

Facebookka joylashtirilgan hamma ma'lumotni hamma uni ko'radi degani emas. Chunki "Facebook algoritmi" ma'lum odamlarga qanday kontent ko'rsatilishini aniqlaydi va sizning sozlamalaringizga, murojaat qilgan mavzularingizga qarab

ma'lumot uzatadi. Bularga kontentning auditoriyangizga qanchalik mos kelishi, odamlar uni sharhlashi yoki baham ko'rishi haqidagi fikrlari va ma'lum bir vaqtda ko'rsatilishi mumkin bo'lgan boshqa kontentga nisbatan baholanishi kiradi.

Facebook biznes jarayonlarini tashkil qilishning asosiy vositasi hisoblanadi. Masalan, *biznesni tashkil qilish va kengaytirish maqsadida* shaxsiy profilga qo'shimcha ravishda, biznes sahifasini yaratish sizning ishingiz haqida ko'proq bilmoqchi bo'lgan odamlar bilan bog'lanish imkonini beradi. Siz yangilanishlar, taraqqiyot hisobotlari va g'oyalarni veb-saytingizga muntazam ravishda tashrif buyurmaydigan keng doiradagi odamlar bilan bo'lishishingiz mumkin. Bu biznesingizni reklama qilishda mijozlarni innovatsion jarayonlar bilan tanishtirishda muhim ahamiyat kasb etadi.

"Facebook Live"dan strategik foydalanish kuzatuvchilaringizni biznesingiz sahnasiga olib borishi mumkin va Facebookning mustahkam reklama vositalari sizga potentsial mijozlar va mijozlarni aniq mezonlar asosida yo'naltirish imkonini beradi. Facebook reklamalari qanday ishlashini o'rganish raqamli marketingning vazifalaridan bo'lib, rejalaringiz uchun juda muhimdir. Kontentingizni hammaga yetkazish qanchalik qiyinligini hisobga olsak, siz o'z postlaringizni targ'ib qilish uchun pul to'lashga majbur bo'lasiz. Biznesingizning Facebookda muvaffaqiyat qozonishi uchun bu sizning kontentingiz bilan shug'ullanadigan hamjamiyat bilan bog'lanishdir. Xuddi oflayn dunyoda bo'lgani kabi, agar sizning mahsulotingiz, xizmatigingiz yoki g'oyangiz odamlarga yoqadigan narsa bo'lsa va ular bilan bog'lanishni xohlasa, ular Facebookda ham shunday qilishni xohlashadi. Facebook-dan biznes uchun foydalanish haqida ko'proq bilish uchun uning rasmiy qo'llanmasini ko'rib chiqishingiz, siz uchun foydadan holi bo'lmaydi.

Shuningdek, Facebook "Ish qidirish" qidirish uchun ham qulay vosita hisoblanadi. O'zingizni qiziqtirgan kompaniyalarni kuzatib borish, yangi ish va imkoniyatlar haqida g'oyalarni olish uchun Facebook-dan foydalaning. Mijoz yoki xodimlarning yetakchilarini aniqlashga

yordam berish uchun shaxsiy tarmog'ingizni ishga tushiring. Do'stlaringiz va oilangiz nima qidirayotganingizni bilishsa, sizga vositachi sifatida yordam berishlari mumkin.

Shu o'rinda METAning reklama resurslarida chop etilgan ma'lumotlarga ko'ra *O'zbekistondagi Facebook foydalanuvchilarisoni* 2023-yil boshida 1,65 million kishini tashkil qilgan va o'tgan bir yil ichida Facebook'ning O'zbekistondagi foydalanuvchilari 100 mingga (+6,5 foiz) oshdi.

Dunyo bo'yicha Instagramdan foydalanish ijtimoiy tarmoqlar ichida to'rtinchi o'rinni egallaydi.

Dastlab Instagram "chiroyli" rasmlarni namoyon qiladigan vosita sifatida tushunilar edi. Lekin bugungi kunda biznes uchun eng muhim tarmoq vazifasini bajarmoqda.

Tahlillarga ko'ra fotosuratlar, videolar va taglavhalar asosida qurilgan Instagram ikki milliard foydalanuvchiga yetdi va borgan sari biznes olamining bir qismiga aylandi. Agar siz va sizning ishingiz vizual tarzda boshqariladigan bo'lsa, Instagram sizning biznes qurilmalar to'plamining bir qismi bo'lishi kerak. Iste'molchilarga yo'naltirilgan har qanday kompaniya, jumladan, sayohat, go'zallik va boshqalar Instagramda yaxshi ishlashi mumkin, va biz shuningdek, General Electric va IBM kabi eski B2B kompaniyalarini Instagram'dan foydalanayotganini ko'rmoqdamiz.

Instagramning asosiy auditoriyasi ajoyib tasvirlarni yaxshi ko'radilar va siz bu yerda qulay auditoriyani yaratish uchun kontentingizdan foydalanishingiz mumkin.

Tarmoqning imkoniyatlarini yaxshi bilishingiz va tajriba siz uchun mos keladigan to'g'ri formulani topishda muhim ahamiyatga ega. Masalan, ko'proq odamlar sizni "kashf" qilishlari uchun, sizning postingiz mos yoki yo'qligini bilish uchun mashhur hashtaglarni ko'rib chiqishga vaqt ajrating. Xuddi shu narsa boshqa foydalanuvchilarga tegishli bo'lsa @ belgisi orqali ularni belgilashingiz mumkin.

Yuqorida instagramning biznes uchun ahamiyati haqida aytib o'tgan edik. Bir nechta fotosuratlar va videolardan foydalangan holda hikoya qilish imkonini beruvchi "Instagram Stories" Instagramdan biznes muhitida foydalanishning eng asosiy usullaridan biridir. Ushbu hikoyalar, ya'ni jarayon 24 soat davom etadi va shu vaqt oralig'i ularni qabul qilish qaroringizga ta'sir qilishi kerak bo'lgan muddatdir. Ko'pincha siz bir nechta platformalarda foydalanishingiz mumkin bo'lgan vizual va grafiklarni yaratganingiz ma'qul, bu sizga postlaringizni uzoqroq saqlash imkoniyatini beradi.

Shuningdek, siz Instagramning reklama imkoniyatlaridan foydalanishingiz va ularning umumiy strategiyangizga qanday mos kelishini ko'rishingiz kerak. Instagram mavjud va potentsial mijozlarni nima qilayotganingizdan hayajonlantirishga qaratilgan tarmoqdir. Instagram xam xuddi Facebook kabi ish qidiruvchilar uchun muhim dastak hisoblanadi.

Boshqa ko'plab platformalarda bo'lgani kabi, Instagramda ish qidirish tegishli kompaniyalar va shaxslarni tinglash va muloqot qilishdir. Siz Instagramdan ma'lum kompaniyalar va ularning madaniyati haqida bilish, shuningdek, turli sohalarida qaror qabul qiluvchilarga nima ta'sir qilishini bilish uchun foydalanishingiz mumkin.

Statistik ma'lumotlarga ko'ra O'zbekistondagi Instagram foydalanuvchilari soni "Meta reklama vositalari"da e'lon qilingan raqamlarga ko'ra 2023-yil boshida **4,20 million kishini tashkil qilmoqda** va bu ko'rsatkich 2022-2023 yillarda nisbatan 600 mingga **(-12,5 foiz)** kamaydi.

Shuningdek, ijtimoiy tarmoqlarda juda ham ko'p foydalanuvchilarni qamrab olmagan **LinkedIn, Twitter** deb nomlangan tarmoqlar ham mavjud. Bu tarmoqlar juda ko'p ommalashmagan bo'lsada biznes yaratishda, yangi ish o'rinlarini topishda muhim vosita bo'lib xizmat qiladi.

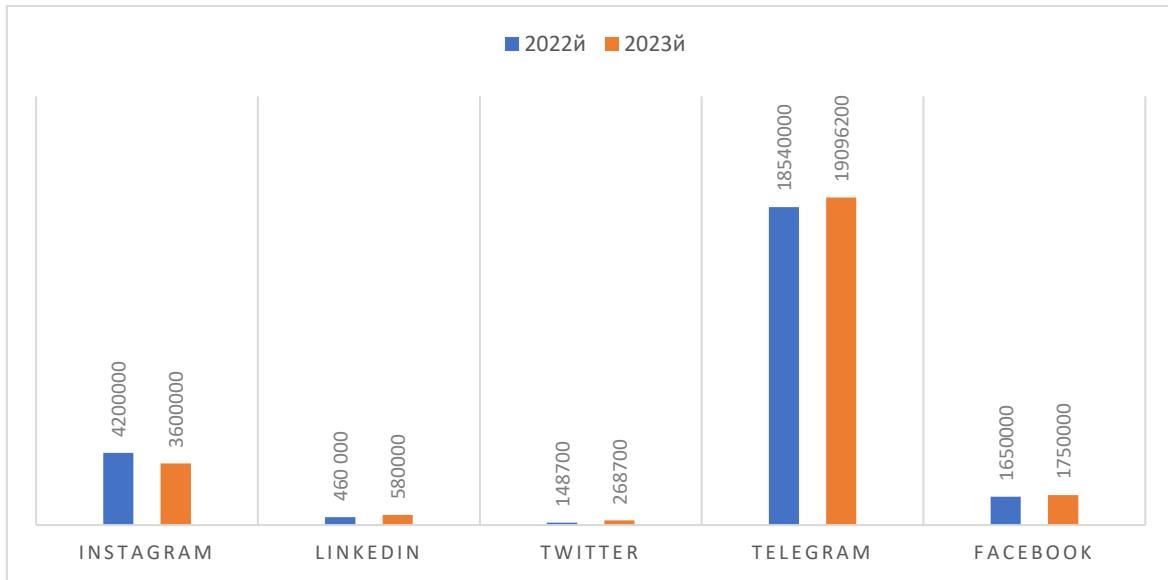
Statistik ma'lumotlarga ko'ra 2023-yil boshida LinkedIn'ning O'zbekistonda **460,0 ming "a'zosi"** (2022-2023 yillar oralig'ida 120 mingga (+35,3 foiz) oshgan), Twitter'ning 148,7 ming foydalanuvchisi (120 mingga (+41,3 foiz)) bo'lganini ko'rsatadi.

Shuningdek, maqolamizda O'zbekistonda eng ko'p tarqalgan ijtimoiy tarmoq turi Telegramni taxlil qilamiz.

Ma'lumki, Telegram - bu Metaga tegishli bo'lgan WhatsApp va Facebook Messengerga o'xshash chat xizmatidir.

2013-yil avgust oyida ishga tushirilgandan beri Telegram umuman sevimli platformalardan bo'lib kelgan, chunki u bepul va qat'iy maxfiylik siyosatiga ega. Ko'pchilik Telegramni o'yinni o'zgartiruvchi deb hisoblaydi, chunki u butunlay foydalanuvchiga qaratilgan: u nafaqat shifrlangan qo'ng'iroqlar va matnlarni o'z ichiga oladi, balki unda reklama ham yo'q va cheksiz muddatga bepul qolishga bag'ishlangan.

So'nggi yillarda Telegram mashhurligi oshdi. Telegram o'zini oxirigacha shifrlangan platforma sifatida ko'rsatadi, shuning uchun Meta messenjeri bo'lgan WhatsApp ning minglab foydalanuvchilari 2021 yil yanvar oyida WhatsApp maxfiylik siyosatini yangilagandan so'ng unga o'tishdi. Natijada 2021-yilning birinchi choragida Telegram'ning bozor ulushi olti foizga oshdi. Telegram foydalanuvchilari maxfiy chatlar yaratish, o'z-o'zini yo'q qiluvchi xabarlar yuborish, kanallarni kuzatish va guruhlariga qo'shilishlari mumkin. Bundan tashqari, ishlab chiquvchilar botlarni, chatlarda xabarlarni yuboradigan avtomatlashtirilgan dasturlarni ishga tushirishlari mumkin. Telegram elektron bozor sifatida ham qo'llaniladi, chunki u foydalanuvchilarga o'zining integratsiyalashgan to'lov botlari yordamida to'g'ridan-to'g'ri platformada pul yig'ish imkonini beradi.



4-rasm. O‘zbekistonda ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish

Bugungi kunga kelib, dunyo bo‘yicha telegram **700 million**dan ortiq faol foydalanuvchilarga ega va marketologlar uchun katta platforma hisoblanadi.

Xulosa. Xulosa o‘rnida shuni aytib o‘tish kerakki, Global axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini rivojlantirish natijasida elektron muhitning vujudga kelganligi va o‘z faoliyatida ushbu muhitdan foydalanadigan korxonalarining yetarlicha mavjudligi O‘zbekistonning bugungi iqtisodiyotini o‘ziga xos xususiyati hisoblanadi. Mamlakat iqtisodiyotining muvozanatli o‘sishi, iqtisodiyotning an’anaviy tarmoqlari hamda axborot texnologiyalaridan[2] foydalangan holda tadbirkorlik faoliyatining yangi yo‘nalishlarining vujudga kelishi va o‘sishi bilan belgilanadi. XX asrda axborot texnologiyalarining eng muhim yutuqlaridan biri internetning paydo bo‘lishi va rivojlanishidir. Internet orqali ma’lumotlarni uzatish texnologiyalari va standartlari tijorat ma’lumotlarini almashish uchun universal

vosita bo‘lib, asosan elektron tijorat sohasida tadbirkorlikni yuritish tamoyillarini belgilab berdi. Internet - har qanday firma o‘z mahsulotlari va xizmatlari haqida ma’lumot tarqatadigan, marketing[3] tadqiqotlarini olib boradigan va xaridorlarga savdodan so‘ng mahsulotlarni qo‘llash bo‘yicha maslahatlar bilan ta’minlaydigan noyob muhitdir. "Hozirgi vaqtda biz ...yangi davrini ochmoqdamiz va unga kirmoqdamiz, eng yangi axborot texnologiyalari, jumladan sun’iy intellekt, bulutli hisoblash, narsalar interneti va katta ma’lumotlar keng miqyosda takomillashtirildi va joriy etildi. Bunday o‘zgarishlar rivojlangan va rivojlanayotgan iqtisodlar o‘rtasidagi tafovutni tezlashtiradi, bu esa pirovardida ko‘proq e’tiborni tortadi. [4]. Biz tahlillarimizda biznesda ijtimoiy tarmoqlarni o‘rganar ekanmiz. Bugunni kunda zamonaviy iqtisodiyotning eng muhim omillaridan biri bo‘lib qolgan ijtimoiy tarmoqlarni tahlil qildik.



FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Ismailova G.F. E-Commerce and Small Business. scholar.google.ru/citations?view_op=view_citation&hl=ru&user=hPlpc4IAAAAJ&citation_for_view=hPlpc4IAAAAJ:Se3iqnhoufwC
2. Ismoilova, G., Mirkhadja, D., & Nabieva, F. (2021, November). The Role of Processing Information in Digital Marketing. In 2021 International Conference on Information Science and Communicatins Technologies (ICISCT) (pp. 1-4). IEEE.
3. Nasruddin, E. D., & Ismoilova, G. P. Rakhmatullaeva, Nargiza Associate Prof.; and Khodjaeva, Shodiyabonu Associate Prof.(2021)" THE ROLE OF INFORMATION TO DEVELOP MARKETING,". International Finance and Accounting, 2021(6).
4. Makhkamov, B. Sh. "The current state of development of the mobile services market in Uzbekistan. Marketing in Russia and abroad" (6), 85-88.
5. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-uzbekistan>
6. <https://www.nytimes.com/guides/business/social-media-for-career-and-business>
7. <https://www.demandsage.com/telegram-statistics/>