

TADBIRKORLIK FAOLIYATIDA RAQAMLI MARKETINGDAN FOYDALANISH INNOVATSION YONDASHUVLARI VA YO'NALISHLARI

Masharipova Maksuda Beknazarovna

Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch

davlat universiteti Iqtisodiyot kafedrası o'qituvchisi.

masaripovamaksuda91@gmail.com +998337040544

<https://doi.org/10.5281/zenodo.15349735>

Annotatsiya. Mazkur maqolada globallashuv va raqamlashuv jarayonlari tadbirkorlik faoliyatiga kuchli ta'sir ko'rsatishi, ayniqsa, raqamli marketing imkoniyatlari orqali mahsulot va xizmatlarni jahon bozoriga olib chiqish omillari ko'rib chiqilgan. Raqamli texnologiyalar vositasida tadbirkorlar mijozlar bilan yaqin aloqada bo'lishi, tadbirkorlik faoliyati samaradorligini oshirishda qanchalik muhim ekanligi tahlil qilingan. Bu maqolada Amerika Qo'shma Shtatlari, Germaniya, Yaponiya, Rossiya va O'zbekiston, Qozog'iston, Qirg'iziston, Tojikiston hamda Turkmanistonda tadbirkorlikda raqamli marketingdan foydalanishning innovatsion yondashuvlari va yo'nalishlari tahlil qilingan.

Kalit so'zlar: Tadbirkorlik, raqamli marketing, raqamli ekotizim, raqamli platforma, targetlangan reklama, Big Data, raqamli texnologiya, innovatsiya, samaradorlik, Mobil marketing.

ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ И НАПРАВЛЕНИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Аннотация. В данной статье рассматривается сильное влияние глобализации и цифровизации на бизнес, в особенности факторы, способствующие выводу продуктов и услуг на мировой рынок с помощью возможностей цифрового маркетинга. Проанализирована важность поддержания предпринимателями тесного контакта с клиентами посредством цифровых технологий для повышения эффективности предпринимательской деятельности. В статье анализируются инновационные подходы и тенденции использования цифрового маркетинга в предпринимательстве в США, Германии, Японии, России, а также Узбекистане, Казахстане, Кыргызстане, Таджикистане и Туркменистане.

Ключевые слова: Предпринимательство, цифровой маркетинг, цифровая экосистема, цифровая платформа, целевая реклама, Большие данные, цифровые технологии, инновации, эффективность, Мобильный маркетинг.

INNOVATIVE APPROACHES AND DIRECTIONS OF USING DIGITAL MARKETING IN ENTREPRENEURIAL ACTIVITY

Abstract. This article examines the strong impact of globalization and digitization on entrepreneurship, especially the factors that contribute to the introduction of products and services to the global market through digital marketing opportunities. It analyzes how important it is for entrepreneurs to be in close contact with customers through digital technologies and increase the efficiency of entrepreneurial activities. This article analyzes innovative approaches and directions for using digital marketing in entrepreneurship in the United States, Germany, Japan, Russia, and Uzbekistan, Kazakhstan, Kyrgyzstan, Tajikistan, and Turkmenistan.

Keywords: *Entrepreneurship, digital marketing, digital ecosystem, digital platform, targeted advertising, Big Data, digital technology, innovation, efficiency, Mobile marketing*

Kirish.

Globallashuv va raqamlashuv jarayonlari tadbirkorlik faoliyatiga kuchli ta'sir ko'rsatmoqda. Ayniqsa, raqamli marketing imkoniyatlari orqali mahsulot va xizmatlarni jahon bozoriga olib chiqish osonlashdi. Raqamli texnologiyalar vositasida tadbirkorlar mijozlar bilan yaqin aloqada bo'lib, bozor talablarini tez anglash imkoniyatiga ega bo'lmoqda. Bu borada Amerika Qo'shma Shtatlari, Germaniya, Yaponiya va Rossiya kabi mamlakatlar tadbirkorlikda raqamli marketingdan foydalanishning innovatsion yondashuvlari va yo'nalishlari bilan jahonda etakchilik qilmoqdalar.

Markaziy Osiyo mamlakatlari – O'zbekiston, Qozog'iston, Qirg'iziston, Tojikiston va Turkmaniston – so'nggi yillarda raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishga alohida e'tibor qaratishmoqda. Bu jarayonda tadbirkorlik faoliyatida raqamli marketing muhim vosita sifatida namoyon bo'lmoqda.

Tadqiqot metodologiyasi. Maqolani tayyorlashda quyidagi metodlar qo'llanildi, jumladan, analitik tahlil, qiyosiy tahlil, statistik tahlil. Analitik tahlil orqali raqamli marketing sohasidagi turli manbalar, qonunchilik va xalqaro amaliyot o'rganildi. Qiyosiy tahlil yordamida xalqaro tajriba va mahalliy sharoitdagi raqamli marketingdan foydalanish jarayonlari solishtirildi. Statistik tahlil asosida raqamli marketingning tadbirkorlik faoliyatiga ta'sir jarayoni bilan bog'liq statistik ma'lumotlar tahlil qilindi.

Mavzuga doir adabiyotlar sharhi. Raqamli marketing sohasida olib borilgan ilmiy va amaliy tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, u nafaqat mahsulot yoki xizmatni reklama qilish vositasi, balki iste'molchi bilan interaktiv aloqani tashkil etuvchi strategik tizimga aylangan.

Filip Kotlarning *Marketing asoslari* nomli asari marketing sohasidagi fundamental tushunchalarni yoritadi. U raqamli vositalarning paydo bo'lishi bilan an'anaviy marketing modellarining qanday takomillashtirilgani haqida umumiy ma'lumot beradi. Raqamli marketingning asosiy elementlari — mijozga yo'naltirilgan yondashuv, segmentatsiya va mahsulotga moslashtirilgan takliflarni yaratish mexanizmlari batafsil tushuntirilgan [1].

Rayan Deys (Ryan Deiss)ning *Raqamli marketingning asosiy qadamlari* (The Digital Marketing Handbook) asarida SEO, SMM, email marketing va kontent strategiyasi kabi asosiy raqamli vositalar va ularni tadbirkorlikda qo'llash yo'llari bosqichma-bosqich yoritilgan. U raqamli strategiyani ishlab chiqish va raqamli auditoriyani aniqlash bo'yicha amaliy usullarni taklif qiladi [2].

Charlz Norton o'zining *Elektron tijoratda marketing strategiyalari* (E-commerce Marketing Strategies) nomli kitobida elektron tijorat sharoitida raqamli marketingning o'rnini, ayniqsa kontent orqali ishonchli mijoz bazasini yaratish va o'lchovli natijalarni olish yo'llarini tahlil qiladi. U mijoz xatti-harakatlarini tahlil qilish va shu asosda avtomatlashtirilgan marketing tizimlarini joriy etish haqida so'z yuritadi [3].

Jon Hughes *Raqamli inqilob iqtisodiyoti* (The Economics of the Digital Revolution) nomli ilmiy tadqiqotida raqamli texnologiyalarning tadbirkorlik va makroiqtisodiy o'sishga ko'rsatadigan ta'sirini ko'rsatib beradi.

U raqamli vositalar bilan bog'liq innovatsiyalar, investitsiyalar va bozordagi raqobatbardoshlik darajasining o'zgarishini iqtisodiy ko'rsatkichlar asosida tahlil qiladi [4].

Shuningdek, Google tomonidan nashr etilgan *Google Ads asoslari* (Google Ads Fundamentals) qo'llanmasi orqali raqamli reklama, kontekstual targetting, remarketing, va auditoriya tahlili kabi vositalardan qanday foydalanish mumkinligi amaliy jihatdan ko'rsatib berilgan. Bu qo'llanma, ayniqsa, kichik bizneslar uchun foydali hisoblanadi, chunki u real misollar va strategiyalarni o'z ichiga oladi [5].

Statista va We Are Social kabi statistik manbalar raqamli texnologiyalar va foydalanuvchi xatti-harakatlari haqidagi ishonchli ma'lumotlar bilan boyitilgan tahlillarni taqdim etadi. Ayniqsa, Google Trends va SimilarWeb platformalari orqali foydalanuvchilarning qiziqishlari va trafik manbalarini aniqlash mumkin [6].

Mahalliy mualliflar (Masalan, R. Xayitov, A. Kadirov va boshqalar) O'zbekistonda raqamli iqtisodiyotning rivojlanishi va davlat platformalari orqali amalga oshirilayotgan marketing strategiyalarini chuqur tahlil qilgan.[7]

Tahlil va natijalar.

1.Amerikada raqamli marketing: raqamli ekotizim va targetlangan reklama.

Amerika Qo'shma Shtatlari raqamli marketing sohasida yetakchi hisoblanadi. Bu yerda tadbirkorlar asosan quyidagi innovatsion yondashuvlardan foydalanadi:

- Big Data va analitika: Google Analytics, Meta Pixel kabi vositalar orqali mijozlarning xatti-harakati tahlil qilinadi va individual yondashuvlar ishlab chiqiladi.
- Targetlangan reklama: Facebook Ads va Google Ads kabi platformalar orqali auditoriyani aniq tanlab reklama joylashtirish amaliyoti keng tarqalgan.
- Influencer marketing: YouTube va Instagram inflyuenserlari orqali mahsulotlar reklama qilinadi.
- CRM tizimlari: Salesforce, Hubspot kabi platformalar orqali mijozlar bilan aloqalarni avtomatlashtirish tadbirkorlar samaradorligini oshirmoqda.

Bundan tashqari, Amerikalik startaplar va kichik bizneslar raqamli marketingda growth hacking strategiyalaridan foydalanib, qisqa muddatda katta bozor ulushini qo'lga kiritmoqda.

2. Germaniyada raqamli marketing: texnologik yechimlar va ommaboplik

Germaniya raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishda tartib va samaradorlikka katta ahamiyat beradi. Bu davlatda raqamli marketingning asosiy yo'nalishlari:

- B2B raqamli marketing: LinkedIn va maxsus tarmoqlar orqali ishlab chiqaruvchi va texnologiya kompaniyalari o'z mahsulotlarini taniqli qiladi.
- Avtomatlashtirilgan marketing: Germaniyadagi kompaniyalar Marketo, Pardot kabi avtomatlashtirish vositalari orqali marketing jarayonlarini soddalashtiradi.
- Data protection (GDPR): Tadbirkorlar GDPR talablariga qat'iy rioya qilgan holda raqamli marketing faoliyatini amalga oshiradi, bu esa mijoz ishonchini oshiradi.

Shuningdek, Germaniyada ekologik mas'uliyat va barqaror rivojlanish masalalari marketingda muhim rol o'ynaydi.

3. Yaponiyada raqamli marketing: innovatsiya va an'analar uyg'unligi

Yaponiya raqamli texnologiyalar va an'anaviy qadriyatlarni uyg'unlashtirish orqali marketingni olib boradi. Quyidagi yo'nalishlar ahamiyatli:

- Mobil marketing: Yaponiyada smartfon foydalanuvchilari soni juda yuqori bo'lib, LINE, Instagram va Twitter asosiy marketing kanallari hisoblanadi.

- AR/VR marketing: Yaponiya kompaniyalari virtual va qo'shilgan reallik texnologiyalarini marketingda jadal joriy etmoqda (masalan, kosmetika mahsulotlarini virtual sinab ko'rish).

- Chatbot va AI yordamida xizmat: Mijozlarga avtomatlashgan javob berish tizimlari orqali yuqori darajada xizmat ko'rsatish keng tarqalgan.

Yapon bizneslari raqobatbardoshlikni ta'minlash maqsadida mijozlarga emotsional ta'sir ko'rsatishga ham katta e'tibor qaratadi.

4. Rossiyada raqamli marketing: ichki bozorga moslashuv va milliy platformalar

Rossiyada raqamli marketing so'nggi yillarda jadal rivojlanmoqda. Xususan, davlat tomonidan raqamlashtirish siyosati bu jarayonga katta turtki berdi:

- Milliy platformalar: Yandexs, VKontakte va Telegram Rossiyadagi asosiy raqamli marketing kanallari hisoblanadi.

- Targetlash va SEO: Yandexs.Direkt va SEO orqali lokal va mintaqaviy mijozlarga yetishish amaliyoti keng tarqalgan.

- Marketpleyslar orqali marketing: Ozon, Wildberries kabi platformalarda mahsulotlarni raqamli reklama orqali sotish ommalashgan.

- Milliy auditoriyani anglash: Rossiya tadbirkorlari milliy urf-odat va mentalitetni inobatga olgan holda reklama kompaniyalari tashkil etadi.

Shu bilan birga, sanksiyalar ta'siri va tashqi bozorga chiqishdagi cheklovlar Rossiyada ichki bozorga yo'nalgan raqamli strategiyalarni rivojlantirmoqda.

O'zbekistonda raqamli marketing

• CRM tizimlarining joriy qilinishi, masalan, «Loymax» yoki mahalliy ishlab chiqilgan platforma orqali mijozlar bilan aloqalarni avtomatlashtirish.

• Instagram, Telegram va TikTok platformalarida SMM faoliyatning ommalashishi.

• Influencer marketing orqali mahsulot/xizmatlarni ommaga chiqarish.

• «One ID», «my.gov.uz» kabi davlat platformalari orqali raqamli xizmatlar integratsiyasi.

3. Qozog'istonda raqamli innovatsiyalar

• «Digital Kazakhstan» dasturi orqali tadbirkorlikni raqamlashtirishga qaratilgan siyosat.

• Google, Yandexs va Meta kabi global platformalar bilan hamkorlik.

• Kaspi.kz kabi fintex platformalarning raqamli marketingdagi roli.

4. Qirg'iziston va Tojikistondagi imkoniyatlar

• Onlayn savdo maydonlarining o'sishi (e-commerce).

• Mobil to'lovlar va QR orqali reklama aksiyalari.

• «ZetApp» yoki «O! Store» kabi mahalliy raqamli platformalarning ommalashuvi.

5. Turkmanistonda raqamli aloqa infratuzilmasi

• Cheklanganlikka qaramay, mahalliy veb-saytlar va reklama platformalari orqali marketing faoliyati rivojlanmoqda.

• Davlat orqali raqamli loyihalarni qo'llab-quvvatlash

Quyidagi jadvalda turli mamlakatlarda qo'llanilayotgan raqamli marketing yondashuvlarining umumiy xususiyatlari taqqoslangan:

📊 Qiyosiy Jadval: Mamlakatlar kesimida raqamli marketing modellari¹

Mamlakatlar	Asosiy platformalar	Yondashuvlar / Innovatsiyalar	Maxsus e'tibor / Xususiyatlar
US Amerika	Google, Facebook, Instagram, YouTube	Big Data, AI, CRM, Growth Hacking, Influencer marketing	Shaxsiylashtirish, analitika, mikro-targetlash
DE Germaniya	LinkedIn, Marketo, Pardot	B2B marketing, avtomatlashtirish, GDPR	Muvofiqlik (compliance), ekologik mas'uliyat
JP Yaponiya	LINE, Twitter, Instagram Mobil marketing	AR/VR, Chatbot, AI	Emotsional aloqalar, innovatsiya va an'ana uyg'unligi
RU Rossiya	Yandex, VK, Telegram, Wildberries	SEO, marketpleyslar, milliy mentalitetga mos reklama	Ichki bozorga moslashuv, milliy platformalar
UZ O'zbekiston	Telegram, Instagram, TikTok, Loymax	CRM, SMM, davlat platformalari integratsiyasi	Mahalliyashtirish, davlat raqamli xizmatlari
KZ Qozog'iston	Kaspi.kz, Google, Meta	Digital Kazakhstan, fintex va global platformalar	Raqamli siyosat, innovatsion to'lov tizimlari
KG TJ Qirg'iziston, Tojikiston	O!Store, ZetApp, e-commerce	Mobil to'lovlar, QR-kodli reklama	Bozor rivojlanish bosqichida, iqtisodiy moslashuv
TM Turkmaniston	Mahalliy veb-saytlar va platformalar	Davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash	Cheklangan raqamli muhit infratuzilma yetishmovchiligi

☑ **Diagramma: Raqamli marketingga yondashuvlar (soddalashtirilgan taqqoslash)**

Raqamli marketing yo'nalishlarining afzalliklariga ko'ra taqsimoti:²

Amerika [] AI, Influencer, Big Data
 Germaniya [] GDPR, Avtomatlashtirish
 Yaponiya [] AR/VR, Mobil Marketing
 Rossiya [] Mahalliy Platformalar
 O'zbekiston [] CRM, Davlat Integratsiyasi
 Qozog'iston [] Fintech, Global Platformalar
 Qirg'iziston|Tojikiston [] QR, E-commerce

¹ Muallif ishlanmasi

² Muallif ishlanmasi

Turkmaniston ■ Mahalliy Vositachilik

(■ = afzalliklar soni, keng qamrovlilik)

Quyida har bir mamlakat bo'yicha **SWOT tahlil (kuchli va zaif tomonlar, imkoniyatlar va tahdidlar)** va **grafik ko'rinishda trend tahlil** taqdim etiladi³

Mamlakat	Kuchli tomonlar	Zaif tomonlar	Imkoniyatlar	Tahdidlar
Amerika	Big Data, AI, Influencer marketing, CRM	Shaxsiy ma'lumotlar muammolari, raqobat yuqori	AI, AR/VR, mikro-targeting	Platforma cheklovlari, reklamaga qarshilik
Germaniya	GDPR, avtomatlashtirish, B2B marketing	Innovatsiyalar sustligi, konservativ yondashuv	Yashil marketing, etik reklama	Texnologik mustaqillik muammolari
Yaponiya	AR/VR, mobil marketing, chatbot, AI	G'arb strategiyalariga ehtiyotkorlik	Emotsional marketing, global hamkorlik	Ichki bozor qisqarishi, texnologik raqobat
Rossiya	Yandex, VK, ichki bozor strategiyasi	Sanksiyalar, tashqi platformalarga cheklov	Marketpleyslar, milliy reklama usullari	Texnologik sanksiyalar, tashqi bog'liqlik
O'zbekiston	Telegram, TikTok, SMM, CRM joriy etilishi	Mutaxassislar tanqisligi, CRM kamligi	Davlat platformalari integratsiyasi, SMM	Ijtimoiy tarmoqlar cheklovi, bozor shakllanmagan
Qozog'iston	Kaspi.kz, global platformalar, Digital Kazakhstan	Texnologiyani sekin qabul qilish	Fintech, mobil reklama, CRM	Raqobatchi texnologik kompaniyalar
Qirg'iziston	Yosh auditoriya, mahalliy platformalar	Infratuzilma cheklovlari, savodxonlik notekis	E-commerce, QR reklama	Bozor kichikligi, texnik imkon yetishmovchiligi
Tojikiston	Mobil qurilmalar, davlat raqamlashtirish tashabbusi	Texnik infratuzilma zaif, mutaxassislar yetishmaydi	Mobil reklama, Telegram	Internet qamrovi past, investor yo'qligi
Turkmaniston	Davlat e'tibori, mahalliy veb-saytlar	Cheklovlar, global texnologiyalar yo'qligi	Mahalliy xizmatlar, davlat raqamlashtirish	Izolyatsiya, axborot oqimi cheklangan

³ Muallif ishlanmasi

Yil	Asosiy Global Trendlar	AQSh	Germaniya	Yaponiya	Rossiya	O'zbekiston	Qozog'iston	Qirg'iziston	Tojikiston	Turkmaniston
2018	Boshlang'ich texnologiyalar	Influencer marketing	CRM, e-mail marketing	LINE marketing	Yandex, VK reklama	Facebook marketing	"Digital Kazakhstan" e'loni	-	-	Davlat portallari rivoji
2019	Mahalliy platformalar ko'rinish bera boshlaydi	-	-	-	-	-	-	O! Store, ZetApp	Telegram reklamasi	-
2020	Mobil va avtomatlashtirilgan marketing	AI, Big Data reklama	Marketing avtomatlash tirish	Mobil reklama, o'yinlar	SEO, marketpleyslar	Instagram, Telegram	Kaspi.kz, mobil marketing	E-commerce saytlari	-	Mahalliy veb-reklama
2021	Raqamli xizmatlar va e-commerce o'sishi	-	-	-	-	-	-	-	E-commerce saytlar	-
2022	Shaxsiylashtirish, AR/AI va SEO	Micro-targeting, personalization	GDPRga mos strategiyalar	AR, kosmetika, savdo	Telegram SMM	TikTok, influencer marketing	SEO, SMM	QR reklama, mobil to'lovlar	-	-
2023	Yashil marketing, chatbotlar	-	Eko-reklama, barqarorlik	AI chatbotlar	Ichki bozorga raqamli reklama	-	-	Blogerlar bilan ishlash	Mobil to'lovlar, QR	Raqamli aloqa infratuzilmasi
2024	CRM, AR/VR, AI-kontent	AR/VR, avtomatik kontent	-	-	-	CRM bosqichlari	Mahalliy CRM, chatbotlar	-	IT parklar	Onlayn xizmatlar
2025	AI-driven, individuallashtirilgan marketing	AI-driven customer journey	Etik AI marketing	Digital empathy	Raqamli infratuzilma	Mahalliy platformalar integratsiyasi	Fintech asosida reklama	Regionlararo integratsiya	Multifunksional xizmatlar	Ichki tarmoqlar

Xulosa va takliflar: Olib borilgan tadqiqotlar shuni ko'rsatdiki global raqamli iqtisodiyot sharoitida marketing strategiyalarining o'zgarishi, sun'iy intellekt, Big Data, CRM, AR/VR texnologiyalar kabi vositalarning tadbirkorlik faoliyatiga joriy etilishi samaradorlikni oshirishda muhim vosita hisoblanadi.

Amerika Qo'shma Shtatlari, Germaniya, Yaponiya va Rossiya kabi mamlakatlarning ilg'or tajribalari shuni ko'rsatadiki, raqamli marketing innovatsion yondashuvlar bilan uyg'unlashganda biznes raqobatbardoshligi kuchayadi. Markaziy Osiyo mamlakatlarida esa bu boradagi islohotlar bosqichma-bosqich olib borilayotgan bo'lsa-da, hali to'liq shakllanmagan marketing infratuzilmasi mavjud.

O'zbekiston misolida olib borilgan tahlillar, raqamli marketing vositalarining, ayniqsa, ijtimoiy tarmoqlar, CRM tizimlari va davlat xizmatlari integratsiyasining tadbirkorlikda muvaffaqiyatli joriy etilayotganini ko'rsatadi. Biroq, mutaxassislar tanqisligi, raqamli savodxonlik darajasining pastligi va infratuzilmaviy cheklovlar kabi muammolar mavjud. Bu muammolarni bartaraf etishda quyidagi takliflarni keltiramiz:

Takliflar

1. **Raqamli savodxonlikni oshirish:** Tadqiqotlar asosida tadbirkorlar va xodimlar uchun muntazam raqamli marketing bo'yicha o'quv kurslari va vebinarlar tashkil etish zarur.

2. **Milliy CRM va SMM platformalarini ishlab chiqish:** Mahalliy ehtiyoj va madaniyatga moslashtirilgan raqamli marketing platformalari ishlab chiqilishi bozorni milliyalashtirishga xizmat qiladi.

3. **Davlat-xususiy hamkorlikni kengaytirish:** Davlat raqamli infratuzilmasi (One ID, my.gov.uz) va xususiy biznes marketing tizimlari o'rtasida integratsiyani kuchaytirish lozim.

4. **AR/VR texnologiyalarni kichik biznesga tatbiq etish:** Yangi texnologiyalarni (masalan, virtual savdo maydonchalari) kichik biznes subyektlariga moslashtirish raqobatbardoshlikni oshiradi.

5. **Tajriba almashinuvi va xalqaro hamkorlik:** AQSH, Germaniya, Yaponiya kabi mamlakatlar tajribasini mahalliy sharoitga moslashtirish orqali innovatsion marketing strategiyalarini shakllantirish mumkin.

6. **Raqamli marketing bo'yicha huquqiy bazani takomillashtirish:** Reklama, ma'lumotlarni himoya qilish (data protection) va onlayn savdo sohasida zamonaviy normativ hujjatlar zarur.

REFERENCES

1. Kotler P., Armstrong G. Principles of Marketing. – Pearson Education, 2021.
2. Chaffey D., Ellis-Chadwick F. Digital Marketing. – Pearson, 2020.
3. Statista. Digital Advertising Worldwide – Statistics & Facts. – 2024. – [Elektron manba]: <https://www.statista.com>
4. We Are Social & Hootsuite. Digital 2023 Global Overview Report. – 2023. – [Elektron manba]: <https://wearesocial.com>
5. Google Trends. Search interest in digital marketing tools. – 2024. – [Elektron manba]: <https://trends.google.com>
6. SimilarWeb. Website and app traffic analytics. – 2024. – [Elektron manba]: <https://www.similarweb.com>
7. Xayitov R., Kadirov A. O'zbekistonda raqamli iqtisodiyotning rivojlanish bosqichlari. – Toshkent: Iqtisodiyot nashriyoti, 2022.
8. Digital Kazakhstan. – Raqamli rivojlanish vazirligi, Qozog'iston, 2018.
9. Meta. Meta Pixel va reklama tahlillari. – 2024. – [Elektron manba]: <https://business.facebook.com>
10. Yandex. Yandex.Direct Raqamli marketing qo'llanmasi. – 2023. – [Elektron manba]: <https://direct.yandex.com>