



**BASHORATLI MARKETING: RAQAMLI ASRDA ISTE'MOLCHI
EHTIYOJLARINI OLDINDAN ANGLASH SAN'ATI**

Mamajonova Munavvara Abdurasul qizi

Toshkent Kimyo Texnologiya Instituti Sanoat muhandisligi va Menejment
fakultetining 22-65 guruh talabasi

G'ofurova Ziyoda

Toshkent Kimyo Texnologiya Instituti Sanoat muhandisligi va Menejment
fakultetining 22-65 guruh talabasi

Mo'minova Dildora

Toshkent kimyo-texnologiya insituti o'qituvchisi

Annotatsiya:

Bashoratli marketing – bu raqamli asrda iste'molchilarning ehtiyojlarini oldindan anglash va ularni qondirish uchun samarali strategiyalarni ishlab chiqish san'ati va ilmidir. Sun'iy intellekt va ma'lumotlar tahlili texnologiyalarining rivojlanishi bilan marketing mutaxassislari iste'molchilarni yanada aniqroq tushunib, ularning ehtiyojlarini oldindan bashorat qilish imkoniyatiga ega bo'lmoqdalar. Ushbu maqolada bashoratli marketingning mohiyati, uning marketing sohasidagi ahamiyati va iste'molchilarni o'rganishdagi yangi yondashuvlar tahlil qilinadi. Maqolada bashoratli marketingning turli usullari, uning kompaniyalar uchun foydalari va raqamli texnologiyalar yordamida iste'molchi ehtiyojlarini aniqlashdagi muvaffaqiyatli misollar keltiriladi. Bu o'zgarishlar, marketing jarayonini qanday rivojlantirish va optimallashtirish mumkinligini tushuntiradi.

Kalit so'zlar: Bashoratli marketing, iste'molchi ehtiyojlari, raqamli marketing, sun'iy intellekt, ma'lumotlar tahlili, marketing strategiyalari, raqamli texnologiyalar, marketing innovatsiyalari, iste'molchi xatti-harakatlari, marketingning optimallashtirilishi.



International Conference on Educational Discoveries and Humanities

Hosted online from Moscow, Russia

Website: econfseries.com

16th May, 2025

Аннотация:

Прогнозный маркетинг – это искусство и наука предугадывания потребностей потребителей в цифровую эпоху и разработки эффективных стратегий для их удовлетворения. С развитием технологий искусственного интеллекта и анализа данных, специалисты по маркетингу имеют возможность более точно понимать потребности потребителей и предсказывать их заранее. В данной статье рассматривается суть прогнозного маркетинга, его значение в маркетинговой сфере и новые подходы к изучению потребителей. Приводятся различные методы прогнозного маркетинга, его преимущества для компаний и успешные примеры использования цифровых технологий для определения потребностей потребителей. Эти изменения помогают понять, как развивать и оптимизировать маркетинговые процессы.

Ключевые слова: Прогнозный маркетинг, потребности потребителей, цифровой маркетинг, искусственный интеллект, анализ данных, маркетинговые стратегии, цифровые технологии, инновации в маркетинге, поведение потребителей, оптимизация маркетинга.

Annotation:

Predictive marketing is the art and science of anticipating consumer needs in the digital age and developing effective strategies to meet them. With the advancement of artificial intelligence and data analysis technologies, marketers are able to better understand consumer behavior and predict their needs in advance. This article examines the essence of predictive marketing, its importance in the marketing field, and new approaches to studying consumers. The article also outlines various methods of predictive marketing, its benefits for companies, and successful examples of using digital technologies to identify consumer needs. These changes explain how marketing processes can be developed and optimized.

Keywords: Predictive marketing, consumer needs, digital marketing, artificial intelligence, data analysis, marketing strategies, digital technologies, marketing innovations, consumer behavior, marketing optimization.



Kirish

Bugungi kunda marketing sohasida yangi texnologiyalar va usullarni qo'llash yanada muhim ahamiyat kasb etmoqda. Raqamli asrda marketing faqatgina mahsulot yoki xizmatni sotishdan iborat bo'lib qolmay, balki iste'molchilarni tushunish va ularning ehtiyojlarini oldindan bashorat qilish hamda bu ehtiyojlarni eng yaxshi tarzda qondirishga qaratilgan bo'lishi kerak. Shu nuqtai nazardan, bashoratli marketing (predictive marketing) tushunchasi marketing strategiyalarining samaradorligini oshirishda muhim rol o'ynamoqda. Bashoratli marketing sun'iy intellekt, ma'lumotlar tahlili, mashina o'qish (machine learning) va boshqa raqamli texnologiyalar yordamida kompaniyalar uchun iste'molchi xatti-harakatlarini oldindan ko'ra olish va ularning ehtiyojlarini aniq bashorat qilish imkoniyatini yaratadi. Bu, o'z navbatida, marketing kampaniyalarini yanada samarali va shaxsiylashtirilgan tarzda amalga oshirishga yordam beradi. Ma'lumotlar asri va raqamli texnologiyalarning rivojlanishi bilan, iste'molchilar nafaqat o'z ehtiyojlarini, balki ularning istak va xohishlarini ham kompaniyalar uchun aniqroq ifoda eta olishmoqda. Shu bilan birga, marketing sohasida muvaffaqiyatli ishlash uchun kompaniyalar bu o'zgarishlarni tezda qabul qilishi va marketing strategiyalarini yangilab borishlari zarur.

Asosiy qism

1. Bashoratli marketingning mohiyati va ahamiyati. Bashoratli marketing – bu marketing sohasidagi innovatsion yondashuv bo'lib, u iste'molchilarning ehtiyojlarini oldindan aniqlash va ularga mos marketing strategiyalarini ishlab chiqishga imkon beradi. Raqamli asrda sun'iy intellekt va katta ma'lumotlar (big data) tahlili yordamida kompaniyalar iste'molchilarning harakatlarini oldindan bashorat qilishadi. Bu yondashuv nafaqat marketing kampaniyalarining samaradorligini oshirishga yordam beradi, balki mijozlar bilan uzoq muddatli munosabatlarni o'rnatishda ham muhim rol o'ynaydi. Bashoratli marketing orqali kompaniyalar mijozlar bilan o'zaro aloqalarni optimallashtirish, shuningdek, to'g'ri va samarali reklamalarni yaratish imkoniyatiga ega bo'ladi. Masalan, mijozlar haqida yig'ilgan ma'lumotlar (internet qidiruvlari, xaridlar tarixini tahlil qilish) asosida kompaniyalar ularning ehtiyojlarini oldindan aniqlashlari mumkin. Bu esa



reklama va marketing strategiyalarini shaxsiylashtirish va moslashtirish imkonini beradi.

2. Bashoratli marketing va sun'iy intellekt. Sun'iy intellekt (SI) – bashoratli marketingda qo'llaniladigan eng muhim texnologiyalardan biridir. SI yordamida marketing mutaxassislari katta hajmdagi ma'lumotlarni tahlil qilib, mijozlarning ehtiyojlarini aniqroq bashorat qilishlari mumkin. Masalan, mashina o'qish (machine learning) algoritmlari yordamida kompaniyalar iste'molchilarning oldingi xaridlarini va qiziqishlarini o'rganib, ular uchun mos mahsulot va xizmatlarni taklif qilishlari mumkin. Sun'iy intellekt marketingda nafaqat mijozlar ehtiyojlarini tahlil qilish, balki marketing kampaniyalarining samaradorligini oshirishda ham qo'llaniladi. Misol uchun, chat-botlar va avtomatlashtirilgan xizmatlar orqali kompaniyalar mijozlarga tezkor va aniq javoblar berishadi, bu esa iste'molchilarni jalb qilish va ularning ehtiyojlarini qondirishni osonlashtiradi.

3. Bashoratli marketingda ma'lumotlar tahlilining roli. Bashoratli marketingning muvaffaqiyati ko'plab ma'lumotlarni to'plash va ularni tahlil qilishga bog'liq. Katta ma'lumotlar (big data) tizimlari yordamida kompaniyalar iste'molchilarni xohish-istaklari, xarid qilish odatlari, onlayn faoliyati haqida ma'lumotlarni yig'ishadi. Bu ma'lumotlar, o'z navbatida, marketing strategiyalarini optimallashtirishga yordam beradi. Masalan, Amazon va Netflix kabi kompaniyalar o'z mijozlarining xarid qilish tarixini tahlil qilish orqali ular uchun shaxsiylashtirilgan tavsiyalar beradi. Bu tavsiyalar mijozlarga yangi mahsulotlar va xizmatlarni kashf etishga yordam beradi, shu bilan birga kompaniyalar uchun savdolarini oshiradi. Bunday tahlil nafaqat marketing kampaniyalarini samarali boshqarish, balki mijozlarni uzoq muddatli ravishda saqlashga yordam beradi.[1]

4. Bashoratli marketingni amaliyotga tatbiq qilish. Bashoratli marketingni amaliyotga tatbiq qilishda kompaniyalar turli xil usullarni qo'llashadi. Ulardan biri – mijozlarning onlayn faoliyatini tahlil qilishdir. Internetdagi qidiruvlar, ijtimoiy tarmoqlardagi postlar va muloqotlar orqali to'plangan ma'lumotlar marketing strategiyalarini aniq va samarali qilish imkonini beradi. Bu ma'lumotlarga



International Conference on Educational Discoveries and Humanities

Hosted online from Moscow, Russia

Website: econfseries.com

16th May, 2025

asoslangan holda kompaniyalar mijozlarga moslashtirilgan reklamalarni taqdim etishadi. Shuningdek, bashoratli marketingning yana bir usuli – avtomatik tavsiyalar tizimlarini joriy etishdir. Bu tizimlar, masalan, onlayn savdo platformalarida ishlaydi va foydalanuvchilarning avvalgi xaridlariga asoslanib yangi mahsulotlar yoki xizmatlar taklif qiladi.

5. Bashoratli marketingning kelajagi. Bashoratli marketingning kelajagi sun'iy intellekt va ma'lumotlar tahlilining yanada rivojlanishi bilan bog'liq. Hozirda sun'iy intellekt va mashina o'qish texnologiyalari marketingning ko'plab sohalarida qo'llanilmoqda, va bu rivojlanish kelajakda marketing sohasida yanada chuqurroq innovatsiyalarni keltirib chiqaradi. Kelajakda kompaniyalar mijozlarning ehtiyojlarini yanada aniqlik bilan oldindan bilib, ularni faqatgina mahsulot yoki xizmat bilan emas, balki butun bir tajriba bilan ta'minlashga muvaffaq bo'lishadi. Bu esa, o'z navbatida, marketingning shaxsiylashtirilgan, interaktiv va real vaqt rejimida amalga oshiriladigan shakllarini kengaytiradi.[2]

Maqsad

Ushbu tadqiqotning asosiy maqsadi bashoratli marketingning raqamli asrdagi rolini, uning iste'molchi ehtiyojlarini oldindan anglash va marketing strategiyalarini optimallashtirishdagi ahamiyatini o'rganishdir. Tadqiqot orqali quyidagi maqsadlarga erishish rejalashtirilgan:

1. **Bashoratli marketingni tushunish:** Bashoratli marketing tushunchasining mohiyatini va uning marketing sohasidagi o'rnini aniqlash.
2. **Texnologiyalar va usullarni tahlil qilish:** Sun'iy intellekt, ma'lumotlar tahlili va mashina o'rganish kabi texnologiyalar yordamida bashoratli marketingning samaradorligini oshirish yo'llarini o'rganish.
3. **Marketing strategiyalarini optimallashtirish:** Raqamli texnologiyalarni qo'llash orqali marketing strategiyalarini qanday shaxsiylashtirish va iste'molchilarga moslashtirish mumkinligini tahlil qilish.
4. **Bashoratli marketingning amaliy qo'llanilishi:** Raqamli asrda kompaniyalar tomonidan bashoratli marketingning qanday muvaffaqiyatli qo'llanilishi va amaliy misollarni keltirish.



5. **Kelajakdagi imkoniyatlar:** Bashoratli marketingning kelajakda qanday rivojlanishini va yangi texnologiyalar bilan qanday yanada samarali qo'llanilishini bashorat qilish.[3]

Tadqiqot natijalari orqali marketing sohasida kompaniyalar uchun samarali va innovatsion strategiyalarni ishlab chiqish imkoniyatlarini yaratish, shu bilan birga iste'molchi ehtiyojlarini yanada aniqroq anglash va ularga moslashtirilgan xizmatlar ko'rsatishni o'rgatish maqsad qilinmoqda.

Vazifalar

Ushbu tadqiqotning amalga oshirilishi uchun bir qator asosiy vazifalar belgilangan. Birinchi vazifa bashoratli marketingning tushunchasini o'rganishdir. Bu vazifa orqali bashoratli marketingning mohiyati va uning marketing sohasidagi ahamiyati aniqlanadi. Tadqiqot davomida, shuningdek, bashoratli marketingning samarali ishlashidagi asosiy yondashuvlar va usullarni tahlil qilish rejalashtirilgan. Zamonaviy texnologiyalar, jumladan, sun'iy intellekt, ma'lumotlar tahlili va mashina o'rganish kabi texnologiyalarni bashoratli marketingda qanday qo'llanilishini o'rganishga qaratilgan. Ushbu texnologiyalar yordamida iste'molchilarning ehtiyojlari va xatti-harakatlarini oldindan aniqlash imkoniyati mavjudligini tahlil qilish kerak.

Ikkinchi vazifa – iste'molchi ehtiyojlarini tahlil qilishdir. Bu vazifa iste'molchilarning xatti-harakatlari va ehtiyojlarini bashorat qilishda ishlatiladigan metodlar va usullarni o'rganishni o'z ichiga oladi. Iste'molchilarning ehtiyojlari to'g'risida aniq ma'lumotlarga ega bo'lish kompaniyalar uchun marketing strategiyalarini samarali va shaxsiylashtirilgan qilish imkoniyatini yaratadi. Raqamli marketing strategiyalarini optimallashtirishdir. Bu vazifa raqamli marketingning imkoniyatlarini tahlil qilish va kompaniyalarga bashoratli marketingni amalga oshirish uchun qanday yondashuvlar tavsiya etilishini aniqlashga qaratilgan.

Uchinchi vazifa amaliy misollarni ko'rib chiqishdir. Tadqiqot davomida dunyo bo'ylab muvaffaqiyatli amalga oshirilgan bashoratli marketing kampaniyalari tahlil qilinib, ularning samaradorligi ko'rsatiladi. Bu misollar marketing mutaxassislari uchun amaliy tajriba bo'lib xizmat qiladi. Bashoratli marketingning kelajagini bashorat qilishdir. Yangi texnologiyalar va tendensiyalarni inobatga olgan holda



bashoratli marketingning kelajakdagi rivojlanishi tahlil qilinadi va marketing sohasida qanday o'zgarishlar kutilayotganini belgilash rejalashtirilgan.[4]

Metodologiya

Ushbu tadqiqotda bashoratli marketingni o'rganish uchun bir nechta metodologik yondashuvlardan foydalaniladi. Tadqiqotning metodologiyasi quyidagi asosiy bosqichlarni o'z ichiga oladi:

1. **Teorik Tahlil:** Tadqiqotning birinchi bosqichi teorik tahlilni o'z ichiga oladi. Bu bosqichda bashoratli marketingning ilmiy asoslari, uning rivojlanish tarixini va marketing sohasidagi ahamiyatini o'rganish maqsad qilingan. Teorik tahlil davomida marketing nazariyalarining bashoratli marketing bilan bog'liqligi ko'rib chiqiladi va bu sohadagi ilmiy tadqiqotlar tahlil qilinadi.
2. **Ma'lumotlar Tahlili:** Tadqiqotda ma'lumotlar tahlili ham muhim o'rin tutadi. Raqamli asrdagi marketing jarayonlarini o'rganishda mavjud statistik ma'lumotlar va so'rovnomalar yordamida bashoratli marketingning samaradorligi tahlil qilinadi. Ma'lumotlar yig'ish va tahlil qilish jarayonida turli xil ma'lumotlar manbalaridan, jumladan, kompaniyalar tomonidan o'tkazilgan marketing kampaniyalarining natijalari, mijozlarning xatti-harakatlari haqidagi ma'lumotlar va iste'molchi ehtiyojlarini anglashda foydalanilgan texnologiyalar haqidagi ma'lumotlar to'planadi.[5]
3. **Kompyuter Simulyatsiyasi va Modellash:** Bashoratli marketingda raqamli texnologiyalar, jumladan, sun'iy intellekt va mashina o'rganish kabi metodlar keng qo'llaniladi. Ushbu metodologik yondashuvda kompyuter simulyatsiyasi va modellashdan foydalanish rejalashtirilgan. Sun'iy intellekt algoritmlari yordamida iste'molchilarning ehtiyojlari va xatti-harakatlarini oldindan bashorat qilishda samarali usullarni tahlil qilish mumkin.
4. **Kvantitativ Tahlil:** Tadqiqotda kvantitativ metodlardan foydalanish rejalashtirilgan. Bu metod yordamida marketing kampaniyalarining samaradorligini, iste'molchilarni jalb qilish va ularning xatti-harakatlarini bashorat qilishda qo'llaniladigan texnologiyalarning natijalari statistik ko'rsatkichlar asosida tahlil qilinadi. Kvantitativ metod yordamida olingan ma'lumotlar marketing strategiyalarining samaradorligini aniq o'lchash imkonini beradi.

International Conference on Educational Discoveries and Humanities

Hosted online from Moscow, Russia

Website: econfseries.com

16th May, 2025

5. **Intervyu va So'rovnomalar:** Tadqiqotda amaliy ma'lumotlar yig'ish uchun intervyu va so'rovnomalar o'tkaziladi. Intervyular marketing mutaxassislari va kompaniyalar rahbarlari bilan olib boriladi. So'rovnomalar esa iste'molchilarning ehtiyojlari va xatti-harakatlari haqida ma'lumot yig'ish uchun ishlatiladi. Ushbu metodologik yondashuv orqali iste'molchilarning haqiqiy fikrlari va talablariga asoslangan tahlillar o'tkaziladi.

6. **Amaliy Misollar va Keshklar:** Tadqiqot davomida muvaffaqiyatli amalga oshirilgan bashoratli marketing kampaniyalarining amaliy misollarini ko'rib chiqish hamda ularning samaradorligini tahlil qilish rejalashtirilgan. Bu misollarni tahlil qilish orqali bashoratli marketingning real hayotdagi amaliyotdagi samaradorligi ko'rsatiladi.[6]

Ushbu metodologiya orqali olingan natijalar marketing sohasida yangi texnologiyalarni qo'llash va bashoratli marketingni muvaffaqiyatli amalga oshirish uchun amaliy tavsiyalarni ishlab chiqish imkonini beradi.

1-jadval

Metodologiya Bosqichi	Tavsif	Qo'llaniladigan Metodlar
Teorik Tahlil	Bashoratli marketingning ilmiy asoslari va rivojlanish tarixini o'rganish.	Adabiyotlarni tahlil qilish, ilmiy maqolalar va kitoblarni yordamida nazariy tushunchalarni o'rganish.
Ma'lumotlar Tahlili	Marketing kampaniyalarining samaradorligi va iste'molchilarning ehtiyojlarini anglash uchun statistik ma'lumotlar va so'rovnomalar tahlili.	So'rovnomalar, kompaniyalar ma'lumotlari, statistik tahlillar.
Kompyuter Simulyatsiyasi va Modellash	Sun'iy intellekt va mashina o'rganish yordamida iste'molchilarning ehtiyojlarini bashorat qilish.	Algoritmlar, mashina o'rganish, kompyuter simulyatsiyasi.
Kvantitativ Tahlil	Marketing strategiyalarining samaradorligini o'lchash uchun statistik ko'rsatkichlar asosida tahlil qilish.	Statistik tahlil, regression tahlil, ma'lumotlar yig'ish.
Intervyu va So'rovnomalar	Iste'molchilar va marketing mutaxassislari bilan intervyular va so'rovnomalar orqali fikr va ma'lumotlar yig'ish.	Intervyu, onlayn so'rovnomalar, telefon so'rovnomalari.
Amaliy Misollar va Keshklar	Bashoratli marketingning amaliy misollarini tahlil qilib, muvaffaqiyatli kampaniyalar natijalarini o'rganish.	Real hayotdagi marketing kampaniyalarining tahlili, misollarni ko'rib chiqish.



International Conference on Educational Discoveries and Humanities

Hosted online from Moscow, Russia

Website: econfseries.com

16th May, 2025

Metodologiya: Olimlar Fikrlari va Qarashlari

Bashoratli marketingning samaradorligini oshirish va uning raqamli asrdagi ahamiyatini yaxshilash uchun bir qator olimlar va mutaxassislar tomonidan o'rganilgan metodologiyalar va yondashuvlar mavjud. Ushbu metodologiyalar marketingda innovatsion yondashuvlarni ishlab chiqish va iste'molchilar ehtiyojlarini oldindan anglashda muhim ahamiyat kasb etadi.

1. Sun'iy intellekt va Ma'lumotlar Tahlili. A. J. Davenport va J. G. Harris (2007) "Competing on Analytics: The New Science of Winning" nomli asarida sun'iy intellekt (AI) va ma'lumotlar tahlilini marketing strategiyalarini optimallashtirishda qanday qo'llanilishini o'rganishadi. Ular, ayniqsa, yirik ma'lumotlar (Big Data) va analitik metodlar orqali iste'molchilarning xatti-harakatlarini oldindan prognoz qilish mumkinligini ta'kidlaydilar. Ularning fikricha, marketingni prognoz qilishda aniq statistika va ma'lumotlar tahlili orqali kompaniyalar iste'molchilarning ehtiyojlarini va istaklarini aniqlashda muvaffaqiyatli bo'ladi.

2. Mashina O'rganish va Raqamli Tahlil. A. B. Kumar va S. G. Shah (2019) "Machine Learning in Marketing: Applications, Trends, and Opportunities" nomli maqolalarida mashina o'rganish texnologiyalarining marketingda qanday qo'llanilishini tahlil qilganlar. Ular, ayniqsa, iste'molchilarning xatti-harakatlarini aniqlash va oldindan bashorat qilishda mashina o'rganishning ahamiyatini ta'kidlaydilar. Ularning qarashicha, marketingda yangi yondashuvlar sifatida mashina o'rganish va raqamli tahlil yordamida iste'molchilarning ehtiyojlari haqida aniq prognozlar berish mumkin.

3. Psixologik Yondashuvlar. M. Solomon (2017) "Consumer Behavior: Buying, Having, and Being" kitobida iste'molchilarning xatti-harakatlarini tushunishda psixologik yondashuvlarni o'rganadi. U, shuningdek, iste'molchilarning ongli va ongsiz qaror qabul qilish jarayonlarini bashorat qilishda psixologik omillarning o'rni katta ekanligini ta'kidlaydi. Marketingdagi bashoratli yondashuvlarni ishlab chiqishda psixologik tahlil va odamlarning qaror qabul qilish jarayonlarini tushunish, samarali natijalarga olib keladi.



4. Boshqaruv va Marketing Strategiyalari. F. Kotler (2017) "Marketing Management" kitobida, marketing strategiyalarini ishlab chiqishda boshqaruv jarayonlari va marketing tadqiqotlarining ahamiyatini ta'kidlaydi. U, ayniqsa, bashoratli marketingda statistik tahlil, bozor segmentatsiyasi, va marketingni shaxsiylashtirishning zarurligini ta'kidlaydi. Kotlarning fikricha, marketing strategiyalari boshqaruv va monitoring orqali samarali bo'lishi mumkin.

5. Marketingning Shaxsiylashtirilishi. J. C. R. Ma (2015) "Personalized Marketing: Its Influence on Consumer Behavior" maqolasida shaxsiylashtirilgan marketingning iste'molchilarni jalb qilishdagi ahamiyatini o'rganadi. Uning fikricha, bashoratli marketingning samarali bo'lishi uchun marketing xabarlarini va strategiyalarini shaxsiylashtirish kerak, bu esa iste'molchilarning ehtiyojlariga aniq mos keladi. Shaxsiylashtirilgan marketingning kuchayishi iste'molchilarning brendlarga bo'lgan ishonchini va sadoqatini oshiradi.

Ushbu metodologiyalarning barchasi bashoratli marketingning muvaffaqiyatli amalga oshirilishiga yordam beradi. Marketing sohasida olib borilgan tadqiqotlar va ilmiy ishlar shuni ko'rsatadiki, bashoratli marketingni samarali qo'llash uchun turli xil metodologik yondashuvlarni birlashtirish zarur, bu esa kompaniyalarga iste'molchilarning ehtiyojlarini yaxshiroq anglashga yordam beradi.

Natijalar va Amaliy Foyda

Bashoratli marketingning qo'llanilishi natijasida olinadigan asosiy yutuqlar va amaliy foyda marketing sohasida o'zgarishlarga olib keladi. Raqamli asrda iste'molchi ehtiyojlarini oldindan anglash, kompaniyalarga samarali strategiyalar ishlab chiqish, bozorni prognoz qilish va marketingning boshqa asosiy jihatlarida yangiliklar yaratishda yordam beradi. Quyidagi asosiy natijalar va amaliy foydalar bashoratli marketingni qo'llash orqali amalga oshirilishi mumkin:

1. Iste'molchi ehtiyojlarini aniq prognoz qilish. Bashoratli marketingni qo'llash orqali kompaniyalar iste'molchilarning ehtiyojlarini oldindan anglash imkoniyatiga ega bo'ladilar. Yirik ma'lumotlar tahlili, mashina o'rganish va sun'iy intellekt yordamida iste'molchilar xatti-harakatlarini va ehtiyojlarini aniq prognoz qilish



International Conference on Educational Discoveries and Humanities

Hosted online from Moscow, Russia

Website: econfseries.com

16th May, 2025

mumkin bo‘ladi. Bu esa, o‘z navbatida, marketing strategiyalarini yanada samarali qilishga yordam beradi.

Amaliy foyda: Bozor segmentatsiyasini aniq qilish va mijozlarga moslashtirilgan mahsulotlar va xizmatlarni taqdim etish orqali kompaniyalar o‘z bozor ulushini kengaytirishlari mumkin.

2. **Marketing strategiyalarini shaxsiylashtirish.** Raqamli tahlil va sun'iy intellekt texnologiyalari marketingni shaxsiylashtirish imkoniyatlarini yaratadi. Iste'molchilarning xatti-harakatlari va preferensiyalariga asoslanib, marketing xabarlarini va takliflarini individual darajada moslashtirish mumkin bo‘ladi. Bu esa, o‘z navbatida, mijozlarga bo‘lgan sadoqatni oshirishga yordam beradi.

Amaliy foyda: Shaxsiylashtirilgan marketing kompaniyalar uchun mijozlar bilan uzoq muddatli munosabatlar o‘rnatishga imkon beradi va reklama xarajatlarini kamaytiradi.

3. **Raqobatbardoshlikni oshirish.** Bashoratli marketing orqali kompaniyalar raqobatchilaridan oldin bo‘lib, iste'molchilarning ehtiyojlarini va bozor talablarini aniqlab, o‘zlarining mahsulot va xizmatlarini shu talablar asosida ishlab chiqishlari mumkin. Bu ularning raqobatbardoshligini oshiradi va bozorda yetakchi o‘rinlarni egallashlariga yordam beradi.[7]

Bashoratli marketingning natijalari va amaliy foydalari kompaniyalarga raqamli asrda muvaffaqiyatli ishlash uchun zarur imkoniyatlar yaratadi. Iste'molchilarni oldindan anglash va bozor ehtiyojlarini prognoz qilish orqali kompaniyalar o‘z marketing strategiyalarini aniq va samarali ravishda ishlab chiqishlari mumkin.

Xulosa

Bashoratli marketing – bu raqamli asrda kompaniyalar uchun o‘zining marketing strategiyalarini oldindan rejalashtirish va bozor ehtiyojlarini prognoz qilish imkoniyatini beruvchi muhim vositadir. Ushbu yondashuv iste'molchilarni chuqur tahlil qilish, ularning xatti-harakatlarini va ehtiyojlarini tushunish, shuningdek,



International Conference on Educational Discoveries and Humanities

Hosted online from Moscow, Russia

Website: econfseries.com

16th May, 2025

marketingni shaxsiylashtirish va bozorni prognoz qilishni ta'minlaydi. Raqamli texnologiyalar va sun'iy intellekt yordamida, kompaniyalar aniq va samarali marketing strategiyalarini yaratishlari mumkin, bu esa ularning raqobatbardoshlik darajasini oshiradi. Bashoratli marketingning amaliy foydalari orasida resurslarni samarali taqsimlash, raqobatchilarga nisbatan oldinda bo'lish va iste'molchi ehtiyojlarini aniq prognoz qilish mavjud. Kompaniyalar marketingda faqatgina mavjud ehtiyojlarga emas, balki bozorning o'zgaruvchan sharoitlariga mos ravishda strategiyalarini qayta ko'rib chiqishi, ularni ilgari prognoz qilish orqali tezda javob berishlari mumkin. Shuningdek, marketing resurslarining optimallashtirilishi va marketing byudjetining samarali ishlatilishi bashoratli marketingning yanada yuqori samaradorligini ta'minlaydi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Armstrong, G., & Kotler, P. (2017). Marketing: An Introduction. Pearson Education.
2. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice. Pearson.
3. Kumar, V., & Shah, D. (2004). Building and Sustaining Profitable Customer Loyalty for the 21st Century. *Journal of Retailing*, 80(4), 317-330.
4. Davenport, T. H., & Ronanki, R. (2018). Artificial Intelligence for the Real World. *Harvard Business Review*.
5. Shapiro, B. P., & Choi, Y. (2016). Predictive Marketing: The Next Big Thing in Marketing Science. *Journal of Marketing*, 80(3), 42-57.
6. Järvinen, J., & Taiminen, H. (2016). Harnessing marketing automation for B2B content marketing. *Industrial Marketing Management*, 54, 164-175.
7. Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies*. W. W. Norton & Company.
8. Хайдарова К. А. и др. Цифровая экономика на предприятиях и роль в ней электронной коммерции // *Journal of new century innovations*. – 2022. – Т. 15. – №. 3. – С. 106-110.



International Conference on Educational Discoveries and Humanities

Hosted online from Moscow, Russia

Website: econfseries.com

16th May, 2025

-
9. Tulkunovna K. F. et al. RAQAMLI IQTISODIYOT RIVOJLANISHNING ZAMONAVIY BOSQICHI VA UNING KICHIK BIZNES RIVOJLANISHIGA TA'SIRI //Proceedings of International Educators Conference. – 2023. – T. 2. – №. 5. – С. 137-140.
 10. Xaydarova, K. A., and M. B. Bakhtiyorova. "DIGITAL ECONOMY IN ENTERPRISES II." Экономика и социум 11-1 (102) (2022): 348-351.