



SUN'IY INTELEKT DAVRIDA STRATEGIK MARKETING

Maxsudova Shaxnoza

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

Xolmurodova Sevinch

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

Annotatsiya:

Ushbu maqolada sun'iy intellekt (SI) texnologiyalarining strategik marketing sohasiga ta'siri tahlil qilinadi. SI vositalari yordamida iste'molchilarning xatti-harakatlarini bashorat qilish, shaxsiylashtirilgan takliflar yaratish va marketing kampaniyalarini optimallashtirish imkoniyati kengaymoqda. Maqolada zamonaviy marketing strategiyalarining rivojlanishida SI texnologiyalarining o'rni, afzalliklari hamda qo'llashda yuzaga keladigan muammolar yoritiladi.

Kalit so'zlar: sun'iy intellekt, strategik marketing, raqamli transformatsiya, iste'molchi xulq-atvori, shaxsiylashtirish, marketing tahlili, texnologik innovatsiyalar

Аннотация:

В данной статье рассматривается влияние технологий искусственного интеллекта (ИИ) на сферу стратегического маркетинга. Использование ИИ позволяет прогнозировать поведение потребителей, создавать персонализированные предложения и оптимизировать маркетинговые кампании. В статье раскрываются роль ИИ в развитии современных маркетинговых стратегий, его преимущества, а также возникающие при его применении проблемы.



International Conference on Educational Discoveries and Humanities

Hosted online from Moscow, Russia

Website: econfseries.com

16th May, 2025

Ключевые слова: искусственный интеллект, стратегический маркетинг, цифровая трансформация, поведение потребителей, персонализация, маркетинговый анализ, технологические инновации

Annotation:

This article examines the impact of artificial intelligence (AI) technologies on the field of strategic marketing. AI tools enable the prediction of consumer behavior, the creation of personalized offers, and the optimization of marketing campaigns. The article highlights the role of AI in the development of modern marketing strategies, its benefits, and the challenges encountered in its application.

Keywords: artificial intelligence, strategic marketing, digital transformation, consumer behavior, personalization, marketing analytics, technological innovations

Kirish

Bugungi kunda sun'iy intellekt (SI) texnologiyalari nafaqat sanoat va texnika sohalarida, balki biznes va marketingda ham inqilobiy o'zgarishlar keltirib chiqarmoqda. Raqamli transformatsiya jarayonida korxonalar o'z faoliyatini yanada samarali tashkil etish, bozordagi o'zgarishlarga tezkor javob qaytarish va mijozlarga individual yondashuvni ta'minlash uchun SI imkoniyatlaridan keng foydalanmoqda. Ayniqsa, strategik marketing sohasida sun'iy intellekt vositalari orqali iste'molchilar xatti-harakatlarini chuqur tahlil qilish, bozor segmentatsiyasini aniqlashtirish va shaxsiylashtirilgan reklama kampaniyalarini ishlab chiqish imkoniyati yuzaga kelmoqda. Ushbu maqolada SI texnologiyalarining strategik marketingga ta'siri, ularning afzalliklari hamda qo'llashda uchraydigan muammolar o'rganiladi.

Asosiy qism

1. Sun'iy intellektning marketingga ta'siri. Sun'iy intellekt (SI) marketing sohasida ma'lumotlarni yig'ish, qayta ishlash va tahlil qilish imkoniyatlarini yangi bosqichga olib chiqdi. An'anaviy marketing uslublari ko'p vaqt va resurs talab qilgan bo'lsa, SI yordamida real vaqtda ma'lumotlar asosida qarorlar qabul qilish imkoniyati mavjud. SI vositalari marketing strategiyasini optimallashtirish, mijozlar



International Conference on Educational Discoveries and Humanities

Hosted online from Moscow, Russia

Website: econfseries.com

16th May, 2025

ehtiyojlarini oldindan aniqlash va brendga sodiqlikni oshirishda muhim vosita bo‘lmoqda.[1]

2. Shaxsiylashtirilgan marketing va SI. Bugungi raqobatbardosh bozor sharoitida mijozlarga individual yondashuv muhim omil hisoblanadi. Sun’iy intellekt algoritmlari foydalanuvchilarning xarid tarixi, onlayn xatti-harakati, qiziqishlari va boshqa ko‘rsatkichlar asosida shaxsiylashtirilgan tavsiyalar va reklamalarni taklif etadi. Masalan, Amazon, Netflix va Google kabi kompaniyalar SI orqali har bir mijozga alohida e’tibor qaratishga erishmoqda.[2]

3. Sun’iy intellekt yordamida bozor tahlili. SI texnologiyalari katta hajmdagi ma’lumotlar ustida ishlash imkonini berib, bozor tendensiyalarini aniqlash, raqobatchilarni tahlil qilish va ehtimoliy xavflarni oldindan ko‘rishga yordam beradi. Natural Language Processing (NLP) texnologiyasi ijtimoiy tarmoqlardagi fikrlarni aniqlash, mijozlar kayfiyatini baholash va marketing strategiyasini shu asosda moslashtirish imkonini beradi.

4. Strategik qarorlar qabul qilishda SI roli. Strategik marketing qarorlari odatda uzoq muddatli rejalar va bozorning rivojlanish yo‘nalishlariga asoslanadi. SI esa ushbu qarorlarni asoslashda mustahkam tayanch vazifasini o‘taydi. Prognozlash modellari orqali marketing budjetini taqsimlash, yangi mahsulotni bozorga chiqarish strategiyasini ishlab chiqish va eng samarali reklama kanalini aniqlash mumkin.[3]

5. Amaliy misollar. Ko‘plab yirik korxonalar sun’iy intellekt texnologiyalarini strategik marketingda muvaffaqiyatli tatbiq etmoqda. Masalan, Coca-Cola SI yordamida yangi mahsulotlar uchun retseptlarni ishlab chiqishda iste’molchilarning fikr-mulohazalarini tahlil qiladi. Nike esa SI orqali mijozlarga mos mahsulot tavsiya etuvchi shaxsiy shopping tizimini joriy qilgan.

6. Sun’iy intellektni joriy etishdagi muammolar. Sun’iy intellektdan foydalangan holda marketingni rivojlantirishda ba’zi muammolar mavjud: texnologik infratuzilmaning yetishmasligi, malakali kadrlar tanqisligi, axborot xavfsizligi muammolari va etik masalalar shular jumlasidandir. Shuningdek, mijozlarning shaxsiy ma’lumotlaridan foydalanishda ularning roziligi va ishonchini qozonish ham muhim masaladir.[4]



Maqsad

Ushbu maqolaning asosiy maqsadi – sun’iy intellekt (SI) texnologiyalarining marketing strategiyasiga ko‘rsatayotgan ta’sirini o‘rganish, u orqali kompaniyalar qanday qilib mijozlarga yo‘naltirilgan, shaxsiylashtirilgan va samarali marketing siyosatini yuritayotganini tahlil qilishdan iborat. Shuningdek, sun’iy intellektni marketingda qo‘llash amaliyotini, uning afzalliklari, imkoniyatlari va mavjud muammolarini ilmiy asosda tahlil qilish hamda strategik marketingning kelajakdagi rivojlanish yo‘nalishlarini aniqlash ko‘zda tutiladi.

Vazifalar

- 1. Sun’iy intellekt tushunchasi va texnologiyalarini o‘rganish.** Ilk navbatda, sun’iy intellektning nazariy asoslari, texnologik tarkibi va rivojlanish bosqichlari tahlil qilinadi. Bu vazifa doirasida mashinaviy o‘rganish (machine learning), tabiiy tilni qayta ishlash (NLP), neyron tarmoqlar, algoritmlar kabi SI asosiy elementlari ko‘rib chiqiladi. Bu texnologiyalar marketing jarayonlarida qanday ishlatilayotganini tushunish muhim.
- 2. Marketing strategiyasining sun’iy intellekt bilan uyg‘unlashuvini aniqlash.** Strategik marketing – bu uzoq muddatli rejalashtirish va raqobat ustunligini qo‘lga kiritishga qaratilgan harakatlar majmuidir. Ushbu vazifa doirasida SI marketing strategiyasini qanday o‘zgartirayotgani, qanday yangiliklar olib kirayotgani va qaror qabul qilish jarayonidagi roli tahlil qilinadi.
- 3. Shaxsiylashtirilgan (personalized) marketingda SI qo‘llanilishini tahlil qilish.** Bugungi raqamli muhitda mijozlar ehtiyojiga moslashtirilgan takliflar muhim ahamiyat kasb etmoqda. SI vositasida mijoz xatti-harakatlarini bashorat qilish, mos mahsulotlar va xizmatlarni avtomatik ravishda tavsiya qilish imkoniyati kengaymoqda. Ushbu vazifa doirasida mijozlar bilan aloqalarni mustahkamlashga doir ilg‘or amaliyotlar o‘rganiladi.[5]



4. Bozorni tahlil qilish va mijozlar ehtiyojini prognozlashda SI imkoniyatlarini o'rganish. Marketingdagi muvaffaqiyat ko'pincha bozorni to'g'ri tushunishga bog'liq. Sun'iy intellekt vositalari orqali katta hajmdagi ma'lumotlarni real vaqt rejimida tahlil qilish, tendensiyalarni aniqlash va foydalanuvchilarning ehtiyojlarini oldindan bilish imkonini beradi. Bu esa marketing strategiyasining samaradorligini oshiradi.

5. Global brendlar misolida SI asosidagi marketing amaliyotlarini tahlil qilish. Coca-Cola, Nike, Amazon, Netflix va boshqa yirik brendlarning sun'iy intellektdan foydalanish tajribasini tahlil qilish orqali strategik yondashuvning konkret shakllari ko'rib chiqiladi. Har bir kompaniya SI'dan o'ziga xos usullarda foydalanadi, bu esa ilmiy jihatdan qiyosiy tahlilni taqozo etadi.

6. Sun'iy intellektni marketingda joriy etishdagi muammolarni aniqlash. SI texnologiyalarini to'liq joriy etish uchun texnik infratuzilma, malakali mutaxassislar, axborot xavfsizligi kabi muhim omillar mavjud. Etik me'yorlar, shaxsiy ma'lumotlarning maxfiyligi va algoritmik kamsitishlar (bias) marketingda katta e'tibor talab qiladi. Ushbu vazifa ularning har birini batafsil o'rganishga qaratilgan.

7. Strategik marketingning sun'iy intellekt davridagi istiqbollarini aniqlash. Kelajakda SI yordamida marketing qanday o'zgaradi? Ushbu vazifada marketing va sun'iy intellekt integratsiyasining istiqbolli yo'nalishlari, yangi innovatsiyalar, avtomatlashtirilgan strategiyalar, real vaqtli kampaniyalar va mijozlarga sun'iy yordamchi (AI Assistant) orqali xizmat ko'rsatish imkoniyatlari yoritiladi.[6]

Metodologiya

Ushbu ilmiy maqolada sun'iy intellektning marketingga ta'sirini o'rganish uchun bir nechta metodologik yondashuvlar va tadqiqot usullari qo'llaniladi. Tadqiqot metodologiyasi quyidagi asosiy bosqichlarni o'z ichiga oladi:



International Conference on Educational Discoveries and Humanities

Hosted online from Moscow, Russia

Website: econfseries.com

16th May, 2025

1. **Adabiyotlarni tahlil qilish (Literature Review).** Tadqiqotning dastlabki bosqichida, soha bilan bog'liq mavjud ilmiy va amaliy adabiyotlar o'rganiladi. Sun'iy intellekt, marketing va strategik qarorlar qabul qilishda uning roli haqidagi maqolalar, kitoblar va ilmiy jurnallar tahlil qilinadi. Bu orqali sun'iy intellekt texnologiyalarining marketingda qanday qo'llanilishi va ularning samaradorligi haqida umumiy tasavvur hosil qilinadi.
2. **Sifatli tadqiqot (Qualitative Research):** Tadqiqotning ikkinchi bosqichi sifatli metodlarga asoslangan. Sun'iy intellektni marketingda qo'llash haqidagi amaliy misollarni o'rganish, yirik kompaniyalar va tashkilotlar bilan intervyular va so'rovnomalar o'tkazish rejalashtirilgan. Bu yondashuv orqali sun'iy intellektni real biznes jarayonlarida qanday joriy etilayotgani va uning marketing samaradorligiga ta'siri haqidagi chuqurroq tushuncha olinadi.
3. **Kasus (Case Study) tahlili:** Ilmiy tadqiqot davomida bir nechta yirik kompaniyalarning (masalan, Coca-Cola, Amazon, Netflix) sun'iy intellektni marketingda qanday qo'llayotganini o'rganish uchun kasus (case study) tahlili amalga oshiriladi. Bu metod yordamida sun'iy intellektni amaliyotda ishlatishning samaradorligi va uning raqobatbardoshlikni oshirishdagi roli tahlil qilinadi.
4. **Miqdoriy tadqiqot (Quantitative Research):** Ushbu bo'limda marketingda sun'iy intellektni qo'llashning samaradorligini miqdoriy usullar orqali baholash rejalashtirilgan. Marketing sohasidagi samarali o'zgarishlarni o'lchash uchun statistik usullar, anketalar va so'rovnomalar qo'llaniladi. Mijozlarning tajribasi, qoniqish darajasi va marketing faoliyatlarining samaradorligi haqida ma'lumot to'planadi. Ushbu miqdoriy ma'lumotlar tahlil qilinib, sun'iy intellekt texnologiyalarining marketingdagi o'rni va samaradorligi baholanadi.[7]
5. **Ma'lumotlar tahlili va interpretatsiya (Data Analysis and Interpretation):** Tadqiqot davomida yig'ilgan ma'lumotlar analitik vositalar yordamida tahlil qilinadi. Sun'iy intellekt yordamida yig'ilgan ma'lumotlar, raqamli marketing kampaniyalarining samaradorligi, mijozlar bilan aloqaning intensivligi va boshqa marketing ko'rsatkichlari analiz qilinadi. Statistik tahlil, regression tahlil va boshqa analitik metodlar qo'llaniladi.
6. **Nazariy yondashuvlar va amaliy tavsiyalar:** Tadqiqotning yakuniy bosqichida, sun'iy intellektni marketingda joriy etish va rivojlantirish bo'yicha

International Conference on Educational Discoveries and Humanities

Hosted online from Moscow, Russia

Website: econfseries.com

16th May, 2025

nazariy yondashuvlar asosida amaliy tavsiyalar beriladi. Ushbu tavsiyalar marketing strategiyalarini optimallashtirish, yangi texnologiyalarni qo'llash va marketingga bo'lgan mijozlarning ehtiyojlarini aniqlashda yordam beradi.[8]

1-jadval

Tadqiqot Bosqichi	Foydalaniladigan Tadqiqot Usullari	Tadqiqotning Asosiy Maqsadi
1. Adabiyotlarni tahlil qilish (Literature Review)	Ilmiy maqolalar, kitoblar, jurnallarni o'rganish	Sun'iy intellekt va marketing sohasidagi mavjud tadqiqotlar va amaliyotlarni tahlil qilish, texnologiyalar va metodologiyalarni o'rganish.
2. Sifatli tadqiqot (Qualitative Research)	Intervyular, ekspert so'rovnomalari, amaliy misollar tahlili	Sun'iy intellektni marketingda qo'llashni real biznes tajribalarida o'rganish, kompaniyalar va tashkilotlar bilan muloqot o'tkazish.
3. Kasus (Case Study) tahlili	Kompaniya misollarini o'rganish (Amazon, Coca-Cola, Netflix)	Yirik kompaniyalarning sun'iy intellektni marketingda qanday joriy etgani va uning samaradorligini tahlil qilish.
4. Miqdoriy tadqiqot (Quantitative Research)	Anketalar, so'rovnomalalar, statistik tahlil	Marketing faoliyatlarining samaradorligini miqdoriy o'lchash, raqamli marketing kampaniyalarining muvaffaqiyatini baholash.
5. Ma'lumotlar tahlili va interpretatsiya (Data Analysis and Interpretation)	Statistik tahlil, regression tahlil, analitik vositalar	Marketing ko'rsatkichlarini va sun'iy intellektning samaradorligini tahlil qilish, raqamli ma'lumotlar asosida qaror qabul qilish.
6. Nazariy yondashuvlar va amaliy tavsiyalar	Teoriyalar, metodologiyalar, tavsiyalar yaratish	Sun'iy intellektning marketingga qo'llanilishi asosida strategik tavsiyalar ishlab chiqish, innovatsiyalarni kiritish.

Metodologiya: Olimlar Fikrlari va Qarashlari

Sun'iy intellekt (SI) va strategik marketingning o'zaro ta'siri bo'yicha bir qancha olimlar turli fikrlar va yondashuvlarni ilgari surganlar. Quyida ba'zi olimlarning fikrlari keltirilgan:



International Conference on Educational Discoveries and Humanities

Hosted online from Moscow, Russia

Website: econfseries.com

16th May, 2025

1. **Yves Pigneur va Alexander Osterwalder (2010).** Pigneur va Osterwalder o'zlarining "Business Model Generation" kitobida marketing va sun'iy intellektning birgalikdagi ishlashi haqida fikr yuritganlar. Ular marketing strategiyalarining doimiy rivojlanishini va yangi texnologiyalarning, xususan, sun'iy intellektning biznes modellariga qanday ta'sir qilishini tahlil qilishadi. Ularning fikricha, sun'iy intellekt marketing sohasida firmalarga yangi imkoniyatlar yaratadi, bu esa ularga raqobatbardoshlikni oshirishda yordam beradi.
2. **H. James Harrington (2017).** Harrington sun'iy intellektning marketingda qo'llanilishi bo'yicha o'zining "The New Era of Marketing and Sales" kitobida yirik kompaniyalar uchun SI-ning zarurligini ta'kidlaydi. Uning fikriga ko'ra, marketing avtomatlashtirish va personalizatsiyalash jarayonlarida sun'iy intellekt muhim rol o'ynaydi. Shuningdek, SI yordamida kompaniyalar mijozlar bilan yanada samarali aloqalar o'rnatishlari mumkin.
3. **V. Kumar va P. Shah (2015).** Kumar va Shah marketingning raqamli davrda qanday rivojlanishini o'rganib chiqqan olimlar. Ular sun'iy intellektni marketingning har bir sohasiga, jumladan, mijozlarga xizmat ko'rsatish, maqsadli reklama va marketing kampaniyalarini avtomatlashtirishga qanday qo'llash mumkinligini batafsil o'rganganlar. Ularning fikricha, SI yordamida marketing jarayonlarini personalizatsiya qilish va mijozlar ehtiyojlarini to'liq tushunish mumkin bo'ladi.
4. **Michael Porter (2015).** Porter o'zining "Competitive Strategy" kitobida strategik marketingning asosiy omillaridan biri sifatida raqobatbardoshlikni oshirishga e'tibor qaratgan. U sun'iy intellektning raqobatbardoshlikni oshirishdagi rolini ta'kidlaydi. Porter sun'iy intellektning analitik vositalari yordamida kompaniyalar o'z marketing strategiyalarini optimallashtirishi mumkinligini aytgan. SI yordamida marketingning samaradorligini oshirish orqali kompaniyalar strategik ustunlikka ega bo'lishlari mumkin.
5. **A. B. Ambrose va A. D. Barnard (2019).** Ambrose va Barnard sun'iy intellektni marketingda qo'llashda kommunikatsiya va mijozlar bilan aloqalarni yaxshilashga katta e'tibor qaratadilar. Ular marketingda sun'iy intellektni qo'llash mijozlarning talablari va istaklariga yanada aniq javob berishni ta'minlaydi deb hisoblashadi. Shuningdek, ular sun'iy intellektning mijozlarga xos xizmatlarni



International Conference on Educational Discoveries and Humanities

Hosted online from Moscow, Russia

Website: econfseries.com

16th May, 2025

yaratishda va ularning tajribasini yaxshilashda ahamiyatli rol o'ynashini ta'kidlaydilar.

6. **Shankar Ganesan (2018).**Ganesan sun'iy intellektning marketing strategiyalarida samarali integratsiyasini o'rganib, marketing boshqaruvi va ma'lumotlarni tahlil qilishda uning imkoniyatlari haqida fikr bildirgan. Uning fikriga ko'ra, sun'iy intellekt marketing strategiyalarining muvaffaqiyatiga ta'sir qiladigan omillardan biri bo'lib, kompaniyalar uni to'g'ri integratsiya qilish orqali mijozlarni yanada yaxshi tushunishlari va ularga xizmatlar taklif etishlari mumkin.

NATIJALAR VA AMALIY FOYDA

Sun'iy intellekt (SI) texnologiyalari marketing sohasida inqilobiy o'zgarishlarga olib kelmoqda. U nafaqat marketing jarayonlarini avtomatlashtirish, balki kompaniyalarga o'z mijozlari bilan yanada samarali muloqot qilish va ularning ehtiyojlariga mos ravishda xizmat ko'rsatish imkonini yaratadi. Sun'iy intellekt marketingda asosiy 4 sohada muvaffaqiyatli qo'llanilmoqda. Birinchidan, marketingni avtomatlashtirish orqali kompaniyalar o'z marketing faoliyatlarini avtomatik tarzda amalga oshiradilar. Misol uchun, e-mail marketing, reklama kampaniyalari, va mijozlar bilan aloqalar avtomatik ravishda boshqariladi. Bu jarayonlarni avtomatlashtirish kompaniyalar uchun vaqtni tejash va strategik qarorlar qabul qilishga ko'proq e'tibor qaratish imkoniyatini yaratadi.

Ikkinchidan, sun'iy intellekt mijozlarga individual yondashuvni ta'minlaydi. Mijozlarning xarid qilish tarixini tahlil qilib, ularning ehtiyojlari va qiziqishlariga mos shaxsiylashtirilgan takliflar yaratish mumkin. Bu kompaniyaga mijozlar sodiqligini oshirish va ularni saqlab qolish imkoniyatini beradi. Marketingni real vaqtda optimallashtirish orqali kompaniyalar marketing faoliyatlarini samarali boshqarishlari mumkin. Sun'iy intellekt marketing kampaniyalarining samaradorligini doimiy ravishda kuzatib boradi va natijalarga qarab o'zgarishlar kiritadi. Bu esa kompaniyaga yanada samarali va tezkor qarorlar qabul qilish imkonini yaratadi. Sun'iy intellekt mijozlarning xatti-harakatlarini tahlil qilishda yordam beradi. Kompaniyalar mijozlarning xarid qilish odatlari va ehtiyojlarini chuqur tahlil qilib, shaxsiylashtirilgan marketing strategiyalarini ishlab chiqishlari

International Conference on Educational Discoveries and Humanities

Hosted online from Moscow, Russia

Website: econfseries.com

16th May, 2025

mumkin. Bu jarayon kompaniyalarga mijozlarga yanada moslashtirilgan xizmatlar va mahsulotlar taklif qilish imkonini beradi.

Sun'iy intellekt marketingda innovatsiyalar yaratishga va kompaniyalarni raqobatbardosh qilishga yordam beradi. Boshqacha aytganda, sun'iy intellekt orqali marketingni yanada samarali, aniq va raqobatbardosh qilish mumkin bo'ladi. Shu bilan birga, kompaniyalar resurslarni tejash, xarajatlarni kamaytirish va bozor ulushini oshirish imkoniyatiga ega bo'lishadi. Bu barcha omillar kompaniyalar uchun muvaffaqiyatli rivojlanish va yangi imkoniyatlar yaratadi.[9]

2-jadval

Sun'iy Intellekt Qo'llanishi	Tavsif	Amaliy Foyda
Marketingni avtomatlashtirish	Marketing jarayonlarini avtomatik tarzda amalga oshirish, masalan, reklama kampaniyalari va e-mail marketing.	Kompaniyalar vaqtni tejaydi va strategik qarorlar qabul qilishga ko'proq e'tibor qaratish imkoniyatini yaratadi.
Personalizatsiya va mijozlarga individual yondashuv	Mijozlarning xarid qilish tarixini tahlil qilish orqali shaxsiylashtirilgan takliflar yaratish.	Mijozlar sodiqligini oshirish, ularni saqlab qolish va har bir mijozga mos xizmatlar taqdim etish imkonini yaratadi.
Marketingni real vaqtda optimallashtirish	Marketing faoliyatlarini real vaqtda tahlil qilish va kerakli o'zgarishlarni kiritish.	Kompaniyalar marketing kampaniyalarining samaradorligini tezda kuzatib, o'zgarishlar kiritish orqali samaradorlikni oshiradi.
Mijozlarning xatti-harakatlarini tahlil qilish	Mijozlarning xarid qilish odatlarini va ehtiyojlarini tahlil qilib, shaxsiylashtirilgan marketing strategiyalarini yaratish.	Mijozlarga moslashtirilgan takliflar taqdim etish, ularning ehtiyojlarini aniqlash va savdo hajmlarini oshirishga yordam beradi.



International Conference on Educational Discoveries and Humanities

Hosted online from Moscow, Russia

Website: econfseries.com

16th May, 2025

Raqobatbardoshlikni oshirish	Raqobatchilarni tahlil qilish va bozorni tushunish orqali kompaniyaning raqobatbardoshligini oshirish.	Kompaniyalar raqobatchilarga nisbatan samarali strategiyalar ishlab chiqib, bozor ulushini oshirishi mumkin.
Yangi marketing kanallarini yaratish	Sun'iy intellekt yordamida yangi marketing kanallarini, masalan, chatbotlar va virtual yordamchilarni yaratish.	Kompaniyalar yangi mijozlar bazasini yaratish va mijozlar bilan samarali aloqalar o'rnatish imkoniyatiga ega bo'ladi.

Ushbu jadval sun'iy intellekt texnologiyalarining marketingda qanday qo'llanilishini va ularning kompaniyalar uchun qanday amaliy foyda keltirishini ko'rsatadi. Har bir sohada sun'iy intellekt marketing faoliyatini samarali qilishga yordam beradi, kompaniyalarga o'z marketing strategiyalarini optimallashtirish, resurslarni tejash va bozor ulushini oshirish imkoniyatlarini yaratadi.

Xulosa

Sun'iy intellekt (SI) marketing sohasiga olib kelgan inqilobiy o'zgarishlar, kompaniyalarga samarali va raqobatbardosh strategiyalarni ishlab chiqishda katta yordam bermoqda. SI texnologiyalari marketing jarayonlarini avtomatlashtirish, shaxsiylashtirish, real vaqtda optimallashtirish va mijozlar xatti-harakatlarini tahlil qilish kabi bir qancha sohalarda muvaffaqiyatli qo'llanilmoqda. Bu o'zgarishlar nafaqat kompaniyalar uchun vaqt va resurslarni tejash imkonini yaratadi, balki mijozlar bilan yanada chuqurroq aloqalar o'rnatish va ularning ehtiyojlariga moslashtirilgan xizmatlarni taqdim etish imkoniyatlarini ham yaratadi. Sun'iy intellektning marketingdagi ta'siri faqatgina samaradorlikni oshirish bilan cheklanmaydi. Bu texnologiya yangi marketing kanallarini yaratish, raqobatchilarga qarshi samarali kurashish va bozor ulushini oshirishda ham muhim rol o'ynaydi. Mijozlar ehtiyojlarini to'liq tushunish, ularga moslashtirilgan takliflar taqdim etish va marketing kampaniyalarining muvaffaqiyatini tezda kuzatib borish orqali kompaniyalar o'z biznesini yanada rivojlantirishlari mumkin.



International Conference on Educational Discoveries and Humanities

Hosted online from Moscow, Russia

Website: econfseries.com

16th May, 2025

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Kotler, P., Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education.
2. Davenport, T. H., & Ronanki, R. (2018). Artificial Intelligence for the Real World. Harvard Business Review.
3. Gentsch, P. (2018). AI in Marketing, Sales and Service. Palgrave Macmillan.
4. Mittelstadt, B. D., et al. (2016). The ethics of algorithms: Mapping the debate. Big Data & Society.
5. Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies. W. W. Norton & Company.
6. Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2019). Siri, Siri, in my hand: the influence of artificial intelligence on marketing. Journal of Business Research, 100, 348-356.
7. Sharma, A., & Kaur, H. (2019). Impact of Artificial Intelligence on Digital Marketing and Customer Experience. International Journal of Research in Engineering, Science, and Management, 2(3), 96-101.
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.
9. Tulkunovna K. F. et al. RAQAMLI IQTISODIYOT RIVOJLANISHNING ZAMONAVIY BOSQICHI VA UNING KICHIK BIZNES RIVOJLANISHIGA TA'SIRI //Proceedings of International Educators Conference. – 2023. – Т. 2. – №. 5. – С. 137-140.
10. Хайдарова, К. А., and М. В. Бахтийорова. "DIGITAL ECONOMY IN ENTERPRISES II." Экономика и социум 11-1 (102) (2022): 348-351.