

**RAQAMLI TRANSFORMATSIYA VA MARKETING**

Muhamedova Shoxista

Toshkent kimyo-texnologiya instituti dotsenti

Annotatsiya: *Ushbu maqolada raqamlashtirishning marketing strategik rejalashtirishga ta'siri, raqamli texnologiyalar marketing jarayonlarini optimallashtirish, ma'lumotlarga asoslangan qarorlar qabul qilish va mijozlarga moslashtirilgan xizmatlar taklif etish imkonini beradi. Tadqiqotda zamonaviy marketing strategiyalarida sun'iy intellekt, Big Data, avtomatlashtirilgan tizimlar va ijtimoiy media tahlillarining o'rni tahlil qilinadi. Natijalar raqamlashtirishning marketing rejalashtirish samaradorligini oshirishga va kompaniyalarning raqobatbardoshligini mustahkamlashga xizmat qilishini ko'rsatadi.*

Kalit so'zlar: *Raqamlashtirish, marketing strategik rejalashtirish, sun'iy intellekt, Big Data, avtomatlashtirish, mijozga yo'naltirilgan marketing, innovatsion marketing, raqobat ustunligi, ma'lumotlarga asoslangan qaror qabul qilish.*

Raqamlashtirish zamonaviy biznes muhitining ajralmas qismiga aylangan bo'lib, u turli sohalarga, ayniqsa marketingga katta ta'sir ko'rsatmoqda. Raqamli texnologiyalar kompaniyalarga iste'molchilar bilan samarali aloqa o'rnatish, aniq ma'lumotlarga asoslangan qarorlar qabul qilish va marketing strategiyalarini optimallashtirish imkonini beradi. Bugungi bozorda raqamlashtirish orqali kompaniyalar o'z mijozlari haqida chuqur ma'lumotlarga ega bo'lib, ularning ehtiyojlariga moslashtirilgan xizmatlarni taklif etishlari mumkin.

An'anaviy marketing strategiyalaridan farqli o'laroq, raqamlashtirish kompaniyalarga har bir mijozga individual takliflarni taqdim etish imkonini beradi. Masalan, Amazon, Netflix va Spotify kabi yirik kompaniyalar foydalanuvchilarning xatti-harakatlarini tahlil qilib, ularga mos mahsulot yoki xizmatlarni tavsiya qiladi. Natijada, mijoz sodiqligi oshib, brendga bo'lgan ishonch mustahkamlanadi. Bunday shaxsiylashtirilgan yondashuv marketing samaradorligini sezilarli darajada oshiradi.



Bugungi raqobatbardosh biznes muhitida kompaniyalar uchun raqamli texnologiyalardan foydalanish zaruriyatga aylangan. Katta ma'lumotlar (Big Data), sun'iy intellekt (AI), blokcheyn va IoT kabi ilg'or texnologiyalar iste'molchilarning xatti-harakatlarini tahlil qilish va ularga mos xizmatlarni taklif qilishda strategik ahamiyat kasb etadi. Shu sababli, raqamlashtirish marketing strategik rejalashtirishning markaziy elementiga aylanib, kompaniyalarga bozor talablariga tezkor moslashish va samarali marketing kampaniyalarini yuritish imkonini bermoqda. Statistika ma'lumotlar hamda olib borilgan tadqiqotlarga e'tibor qaratadigan bo'lsak, raqamli texnologiyalar kompaniyalar marketingida muhim o'rin tutib, marketing byudjetining katta qismini tashkil etmoqda:

- **Gartner tadqiqotiga ko'ra**, kompaniyalar o'zlarining umumiy marketing byudjetlarining o'rtacha 56% ini raqamli kanallarga yo'naltirmoqda.
- **eMarketer ma'lumotlariga ko'ra**, 2021 yilda global raqamli reklama xarajatlari 455 milliard AQSh dollarini tashkil etdi, bu esa umumiy reklama xarajatlarining 61,5% ini tashkil etadi.
- **PwC tomonidan o'tkazilgan tadqiqot** natijalariga ko'ra, mijozlarning 73% i yaxshi tajriba taqdim etadigan kompaniyalarga sodiq qoladi, raqamlashtirish esa bu tajribani yaxshilashda muhim rol o'ynaydi.
- **Epsilon tadqiqotiga ko'ra**, shaxsiylashtirilgan marketing xabarlarini mijozlarning 80% ini mahsulot yoki xizmatni sotib olishga undaydi.
- **Statista ma'lumotlariga ko'ra**, 2021 yilda kompaniyalarning 41% i sun'iy intellekt texnologiyalarini marketingda qo'llagan, bu esa marketing samaradorligini oshirishga yordam bergan.
- **Hootsuite va We Are Social hisobotiga ko'ra**, 2021 yilda dunyo bo'ylab 4,2 milliard kishi ijtimoiy tarmoqlardan foydalangan, bu esa kompaniyalar uchun ulkan marketing imkoniyatlarini yaratadi.

Ushbu statistik ma'lumotlar raqamlashtirishning marketingda strategik rejalashtirishga qanday katta ta'sir ko'rsatayotganini ko'rsatadi. Kompaniyalar raqamli kanallarga ko'proq e'tibor qaratib, mijozlar tajribasini yaxshilash va raqobatbardoshligini oshirishga intilmoqda.

Raqamlashtirish marketing strategiyasiga turli jihatlaridan ta'sir ko'rsatib, kompaniyalarning raqobatbardoshligini oshirish, mijozlar bilan samarali muloqot qilish va maqsadli auditoriyaga aniqroq yetib borish imkonini beradi. Quyida raqamlashtirish marketingda strategik rejalashtirishga qanday ta'sir qilishini asosiy yo'nalishlar bo'yicha ko'rib chiqamiz.

Raqamlashtirishning marketingda strategik rejalashtirishga ta'siri

№	Ta'sir etish yo'nalishlari	Izoh
1.	Ma'lumotlarga asoslangan qaror qabul qilish	Raqamlashtirish marketing strategiyalarini yaratishda real vaqt rejimidagi ma'lumotlarni tahlil qilish imkoniyatini beradi.
2.	Mijozlarga yo'naltirilgan strategiyalar	Raqamli texnologiyalar mijozlarga moslashtirilgan xizmat va mahsulotlarni taklif qilishni osonlashtiradi.
3.	Marketing kompaniyalarining avtomatlashtirilishi	Sun'iy intellekt va big data texnologiyalari reklama va savdo jarayonlarini optimallashtirish imkonini beradi.
4.	Raqobatbardoshlikning oshishi	Raqamlashtirish kompaniyalarga bozordagi o'zgarishlarga tez moslashish va innovatsiyalarni joriy etish imkonini beradi.
5.	Samaradorlik va xarajatlarni optimallashtirish	Raqamli yechimlar reklama budjetlarini yanada aniqroq taqsimlashga va samaradorlikni oshirishga yordam beradi.

Raqamlashtirish marketingda strategik rejalashtirishni sezilarli darajada o'zgartirmoqda. Kompaniyalar raqamli texnologiyalarni qo'llash orqali yanada



samarali va moslashtirilgan marketing strategiyalarini ishlab chiqish imkoniga ega bo'ladilar. Kelajakda raqamlashtirish jarayonlarining yanada rivojlanishi marketing sohasida yangi imkoniyatlarni ochib berishi kutilmoqda.

Ushbu statistik ma'lumotlar raqamlashtirishning marketingda strategik rejalashtirishga qanday katta ta'sir ko'rsatayotganini ko'rsatadi. Kompaniyalar raqamli kanallarga ko'proq e'tibor qaratib, mijozlar tajribasini yaxshilash va raqobatbardoshligini oshirishga intilmoqda. Raqamlashtirish nafaqat marketing jarayonlarini optimallashtiradi, balki kompaniyalarning bozor talablariga moslashish qobiliyatini ham kuchaytiradi. Raqamli texnologiyalarni to'g'ri qo'llagan holda, kompaniyalar o'z muvaffaqiyatlarini yanada oshirishlari mumkin.

ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. **Kotler, P. (2019).** *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. Wiley
2. Xaydarova K. A., Bakhtiyorova M. B. DIGITAL ECONOMY IN ENTERPRISES I // Экономика и социум. – 2022. – №. 11-1 (102). – С. 255-258..
3. **Chaffey, D. (2020).** *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice*. Pearson Education.
4. *Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*. Kogan Page.
5. Хайдарова К.А.: Влияние глобализации на выбор маркетинговых стратегий на предприятиях химической отрасли Узбекистана // In international scientific journal of "NEW RENAISSANCE", ResearchBib IF-2023: 11.01/ ISSN: 3030-3753 / Volume 2 Issue 2, pp.1237-1240
6. Shonazarova, F. & Hamroqulov M. (2024). CHAKANA SAVDODA KPI TURLARI: SAMARADORLIK VA XIZMAT SIFATINI OSHIRISHGA YONDASHUV. Modern Science and Research, 3(10), 15–19. Retrieved from <https://inlibrary.uz/index.php/science-research/article/view/45770>