

SUN'IY INTELLEKT DAVRIDA STRATEGIK MARKETING

Shomirzayeva Nozima Timur qizi

Toshkent kimyo texnologiya instituti 3-kurs talabasi, Toshkent

nshamirzayeva@gmail.com

Annotatsiya. Ushbu maqolada sun'iy intellektning strategik marketingga ta'siri tahlil qilinadi. Sun'iy intellekt mijozlar xulq-atvorini tahlil qilish, shaxsiylashtirilgan kontent yaratish, reklama kampaniyalarini optimallashtirish va raqobat tahlilini avtomatlashtirish orqali marketing strategiyalarini takomillashtirishga yordam beradi. Maqolada SI texnologiyalarining marketingda qo'llanilishi, asosiy afzalliklari va kelajak tendensiyalari yoritiladi. Shuningdek, real misollar orqali SI strategik marketingga qanday inqilobiy o'zgarishlar olib kelayotgani ko'rsatiladi. Tadqiqot natijalari sun'iy intellektdan foydalanish marketing samaradorligini oshirishini tasdiqlaydi.

Kalit so'zlar: Sun'iy intellekt, strategik marketing, shaxsiylashtirish, raqamli transformatsiya, ma'lumotlar tahlili, mijoz tajribasi, avtomatlashtirilgan marketing, reklama optimallashtirish, raqobat tahlili, kelajak tendensiyalari.

Kirish: Raqamli transformatsiya va texnologik taraqqiyot tufayli marketing sohasi tubdan o'zgarib bormoqda. Ayniqsa, sun'iy intellekt (SI) strategik marketingda inqilobiy o'zgarishlarni keltirib chiqarmoqda. SI mijozlar xulq-atvorini tahlil qilish, shaxsiylashtirilgan reklama yaratish va samaradorlikni oshirishda muhim rol o'ynamoqda. Ushbu maqolada sun'iy intellektning strategik marketingdagi ahamiyati, afzalliklari va kelajak tendensiyalari tahlil qilinadi. Harvard Business Review tadqiqotlariga ko'ra, AI marketingda ma'lumotlarga asoslangan qaror qabul qilish jarayonini tezlashtiradi va natijadorlikni oshirishga yordam beradi. <https://hbr.org/>

Adabiyot manbalari:¹

Olim	Asarlari	Ilmiy hissasi
Flipp Kotler	Marketing Management	Strategik marketingning asoschisi, marketing aralashmasi (4P) va bozor segmentatsiyasi konsepsiyalarini rivojlantirgan.
Michael Porter	Competitive Advantage, The Five Competitive Forces	Raqobat ustunligi va strategik menejment bo'yicha tadqiqotlari bilan mashhur, «Porter kuchlar modeli»ni ishlab chiqqan.

¹ Muallif tomonidan ilmiy ma'lumotlarga asoslanib shakillantirilgan

John McCarthy	SI sohasida ilk tadqiqotlar	Sun'iy intellekt atamasini birinchi bo'lib kiritgan va uning rivojlanishiga katta hissa qo'shgan.
Andrew Ng	Machine Learning Yearning	Sun'iy intellekt va mashinano'rganish bo'yicha yetakchi mutaxassis, biznesda SIni qo'llash bo'yicha tadqiqotlar olib borgan.
Byron Sharp	How Brands Grow	Brend rivojlanishi va iste'molchilarning xarid qilish odatlari bo'yicha tadqiqotlari bilan mashhur.

Metodologiya: Ushbu maqolada sun'iy intellektning strategik marketingdagi rolini tahlil qilish uchun kombinatsiyalangan tadqiqot metodologiyasidan foydalandik. Ishning asosiy metodologik yondashuvlari quyidagilardan iborat:² Dunyoning yetakchi kompaniyalari (Amazon, Netflix, Coca-Cola, Google, Nike, Tesla) marketing strategiyalarining sun'iy intellekt bilan qanday o'zgarayotganligi tahlil qilindi. Ushbu maqolada tahlil, kuzatish metodlaridan foydalanilgan.

Sun'iy intellektning strategik marketingdagi asosiy afzalliklari

1. Shaxsiylashtirish – SI mijozlarga individual yondashuv yaratish imkonini beradi. Masalan, Amazon va Netflix algoritmlari foydalanuvchilarning qiziqishlariga asoslangan tavsiyalar beradi.
2. Ma'lumotlarga asoslangan qaror qabul qilish – AI bozor tendensiyalarini oldindan bashorat qilish va samarali strategiyalar ishlab chiqishga yordam beradi.
3. Marketing xarajatlarini optimallashtirish – SI ortiqcha reklama xarajatlarini kamaytirish va eng samarali kanallarni aniqlash imkonini beradi.
4. Tezkor va samarali aloqa – Chatbotlar va avtomatlashtirilgan mijozlarga xizmat ko'rsatish tizimlari 24/7 ishlaydi.
5. Moslashuvchan strategiyalar – SI dinamik bozor sharoitlariga tezda moslashish imkonini beradi.

SI strategik marketingni quyidagi jihatlari orqali o'zgartirmoqda:³

Yo'nalish	Sun'iy intellektning ta'siri
Ma'lumotlar tahlili	Katta hajmdagi ma'lumotlarni qayta ishlash va mijozlar xulq-atvorini bashorat qilish.
Mijozlar tajribasi	Shaxsiylashtirilgan kontent va xizmatlar yaratish.
Rekalma va targ'ibot	Dinamik va avtomatlashtirilgan reklama kampaniyalari.

² Muallif tomonidan ilmiy ma'lumotlarga asoslanib shakillantirilgan

³ Muallif tomonidan ilmiy ma'lumotlarga asoslanib shakillantirilgan

Narx strategiyasi	belgilash	Bozor sharoitiga qarab moslashuvchan narxlash tizimlarini joriy etish.
Raqobat tahlili		Raqobatchilarning harakatlarini real vaqtda kuzatish va tahlil qilish.

Marketingning sun'iy intellekt bilan integratsiyasi⁴

Kampaniya	SI texnologiya	Natija	Marketing strategiya
Amazon	Mashinani o'rganish (ML), ma'lumotlar tahlili	Sotuvlarning 35% tavsiyalar tizimi orqali amalga oshiriladi	1. Mijozlarga moslashtirilgan tavsiyalar 2. Dinamik narxlash (real vaqtda narxlarni o'zgartirish) 3. AI yordamida avtomatlashtirilgan mijozlarga xizmat ko'rsatish (Alexa)
Netflix	Neyron tarmoqlar, Deep Learning	Tomoshabinlar ning 80% tavsiya qilingan kontentni tomosha qiladi	1. Tomoshabinlar uchun shaxsiylashtirilgan tavsiyalar 2. Kontentning qiziqarliligini oldindan bashorat qilish 3. Foydalanuvchi xulq-atvoriga asoslangan dinamik reklama
Coca-Cola	Big Data, Computer Vision	Yangi ichimliklar yaratishda sun'iy intellektdan foydalanish	1. Mijoz ma'lumotlarini tahlil qilish orqali yangi mahsulot yaratish 2. Shaxsiylashtirilgan reklama kampaniyalari 3. Ijtimoiy tarmoqlarda SI yordamida brend obro'sini boshqarish
Google	Google Ads, NLP (Natural Language Processing)	Reklama samaradorligi 30% ga oshdi	1. Kontekstual va moslashuvchan reklama 2. Raqobatchilarning harakatlarini real vaqtda tahlil qilish 3. Google AI yordamida reklama xarajatlarini optimallashtirish
Nike	Raqamli fitnes trenerlar, AR (Augmented Reality)	Mijoz sodiqligi oshdi, yangi modellar muvaffaqiyatli sotildi	1. Shaxsiylashtirilgan sport mahsulotlari 2. Sun'iy intellekt yordamida fitnes dasturlari yaratish 3. AR va VR texnologiyalari orqali interaktiv marketing

⁴ Muallif tomonidan ilmiy ma'lumotlarga asoslanib shakillantirilgan

Tesla	Kompyuter ko‘rish, Machine Learning	Brend sodiqligi oshdi, mijozlar tajribasi yaxshilandi	1. Raqamli mijoz tajribasi orqali brend sodiqligini oshirish 2. Sun‘iy intellekt yordamida avtomatlashtirilgan xizmat ko‘rsatish 3. Tesla AI orqali doimiy avtomobil yangilanishlarini ta‘minlash
-------	-------------------------------------	---	---

SI vazifasi:⁵

Amazon sun‘iy intellektdan foydalangan holda mijozlarning xarid qilish odatlarini tahlil qiladi va ular uchun mos mahsulotlarni tavsiya etadi. Kompaniyaning "Recommendation Engine" algoritmi har bir foydalanuvchining oldingi xaridlaridan kelib chiqib, mos mahsulotlarni ko‘rsatadi.

Netflix o‘zining kuchli sun‘iy intellekt tizimi orqali foydalanuvchilarning qiziqishlarini aniqlab, ularga mos keladigan filmlar va seriallarni tavsiya qiladi. SI har bir foydalanuvchi uchun maxsus “shaxsiylashtirilgan ekran” yaratadi va kontent saralash algoritmlarini doimiy ravishda yangilab boradi.

Coca-Cola sun‘iy intellektdan foydalanib, mijozlarning didini tahlil qiladi va bozorga yangi mahsulotlar olib chiqadi. Masalan, Coca-Cola Freestyle ichimlik avtomati orqali mijozlarning ichimlik aralashmalarini kuzatib boradi va eng mashhur kombinatsiyalar asosida yangi mahsulotlar ishlab chiqaradi.

Google Ads platformasi sun‘iy intellekt yordamida reklama kampaniyalarini avtomatlashtiradi. Algoritmlar foydalanuvchilarning qidiruv so‘zlarini, xulq-atvorini va joylashuvini tahlil qilib, eng mos reklamalarni namoyish etadi.

Nike mijozlarga maxsus tajriba yaratish uchun sun‘iy intellektdan foydalanadi. Nike Fit texnologiyasi foydalanuvchilarga to‘g‘ri oyoq kiyim o‘lchamini tanlashga yordam beradi. SI foydalanuvchi harakatlarini tahlil qilib, eng mos krossovka modelini tavsiya etadi.

Tesla o‘zining marketing strategiyasida sun‘iy intellektga asoslangan mijoz tajribasiga katta e‘tibor qaratadi. Masalan, avtopilot tizimi orqali foydalanuvchilarning avtomobilni boshqarish odatlari o‘rganiladi va ularga mos keladigan haydash sozlamalari avtomatik ravishda moslashtiriladi.

Kelajak tendensiyalari⁶

Trend	Tavsif
Giper-shaxsiylashtirish	Sun‘iy intellekt mijozlarning ehtiyojlarini yanada chuqurroq o‘rganib, ularga individual xizmat va mahsulot taklif qiladi.

⁵ Muallif tomonidan tahlil qilindi

⁶ Muallif tomonidan ilmiy ma‘lumotlarga asoslanib shakillantirilgan

	Reklamalar, tavsiyalar va kontent shaxsiy xatti-harakatlarga asoslangan holda real vaqtda moslashtiriladi..
Avtomatlashtirilgan marketing	Mashinani o'rganish algoritmlari marketing qarorlarini avtonom tarzda qabul qilib, eng samarali strategiyalarni tanlaydi. Kampaniyalar real vaqtda optimallashtiriladi.
SI orqali kognitiv tahlil	Sun'iy intellekt mijozlarning ovoz ohangi, yuz ifodasi va xatti-harakatlarini tahlil qilib, ularning his-tuyg'ulariga mos xizmat yoki mahsulot taklif qiladi.
SI va axborot xavfsizligi muammolari	Sun'iy intellektning kuchayishi bilan shaxsiy ma'lumotlarni himoya qilish muhim ahamiyat kasb etadi. Kelajakda kompaniyalar mijoz ishonchini saqlash uchun SI asosidagi shaffof algoritmlar yaratishga e'tibor qaratadilar.

Xulosa: Xulosa qilib aytganda, sun'iy intellekt marketingni yanada aqlli, moslashuvchan va avtomatlashtirilgan tizimga aylantirdi. Sun'iy intellekt strategik marketingni tubdan o'zgartirib, kompaniyalarga mijozlarga moslashtirilgan xizmat ko'rsatish, samarali reklama yuritish va bozor talablariga tez moslashish imkonini bermoqda. Kelajakda sun'iy intellekt marketingni yanada avtomatlashtirib, hissiy marketing, mijozlarning xatti-harakatlarini oldindan bashorat qilish va real vaqtda moslashuvchan strategiyalar ishlab chiqish kabi imkoniyatlarni kengaytiradi. Shu sababli kompaniyalar sun'iy intellekt texnologiyalarini o'z marketing tizimlariga integratsiya qilishni ustuvor yo'nalish sifatida ko'rib chiqishlari kerak. Shu bilan birga AIning marketingdagi inqilobi haqida McKinsey Digital tomonidan chop etilgan maqolada to'liqroq o'qishingiz mumkin. <https://www.mckinsey.com/capabilities/mckinsey-digital/how-we-help-clients>

Foydalangan adabiyotlar ro'yxati:

1. "Sun'iy intellekt texnologiyalarini 2030-yilga qadar rivojlantirish strategiyasini tasdiqlash to'g'risida." O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori PQ-358-son, 2024-yil.
2. Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F. "Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice." Pearson, 2020-yil.
3. Bala, M., Verma, D. "Artificial Intelligence and its Role in Marketing." International Journal of Research in Engineering, Science and Management, 2022-yil.
4. Davenport, T., Guha, A. "The AI Advantage: How to Put the Artificial Intelligence Revolution to Work." MIT Press, 2018-yil.

5. Axinjanovna X. K. CURRENT PROBLEMS OF THE CHEMICAL INDUSTRY OF THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN //JOURNAL OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT. – 2023. – Т. 6. – №. 4. – С. 53-58.
6. Kasimova F. НАПРАВЛЕНИЯ ЦИФРОВИЗАЦИИ И ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА В МАЛОМ БИЗНЕСЕ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ //Iqtisodiyot va ta'lim. – 2022. – Т. 23. – №. 1. – С. 55-62.
7. "Sun'iy intellekt – xavf, qulaylik va kelajakdagi o'zgarishlar." Xabardor.uz, 2023-yil. <https://xabardor.uz/uz/post/suniy-intellekt-xavf-qulaylik-va-kelajakdagi-ozgarishlar>
8. Хайдарова К. А., Бакhtiёрова М. В. DIGITAL ECONOMY IN ENTERPRISES II //Экономика и социум. – 2022. – №. 11-1 (102). – С. 348-351.