

Date: 27th October-2025

ZAMONAVIY MARKETING STRATEGIYALARINING KOMPANIYALARDA QO'LLANILISHI VA ULARNING SAMARASI

Oripova Durdona Baxodir qizi

Millat umidi universiteti Xalqaro biznes boshqaruvi fakulteti

4 kurs talabasi

Gmail: durdonaoripova008@gmail.com

Annotatsiya: Ushbu tezis zamonaviy marketing strategiyalarining kompaniya faoliyatidagi ahamiyati va ularning iqtisodiy samaradorligiga bag'ishlangan. Bugungi global raqobat sharoitida korxonalar bozorda barqaror o'rin egallashi uchun innovatsion yondashuvlar, raqamli texnologiyalar va mijoz markazli strategiyalarni qo'llashi zarur. Tadqiqotda raqamli marketing, neuromarketing, sun'iy intellekt asosidagi tahlil va ma'lumotlarga asoslangan qaror qabul qilish tizimlarining samaradorligi o'rganiladi. Shuningdek, O'zbekiston kompaniyalari misolida zamonaviy marketing yondashuvlarining amaliy natijalari tahlil qilinadi.

Kalit so'zlar: marketing strategiyasi, raqamli marketing, samaradorlik, neuromarketing, brend, innovatsiya.

Bugungi tez sur'atlar bilan rivojlanayotgan raqamli davrda marketingning roli tubdan o'zgardi. An'anaviy reklama shakllari o'rnini raqamli, interaktiv va maqsadli marketing usullari egallamoqda. Kompaniyalar endi faqat mahsulotni reklama qilish bilan cheklanmay, balki mijozlar bilan doimiy aloqada bo'lish, ularning ehtiyojlarini chuqur tahlil qilish va hissiy bog'liqlikni kuchaytirishga intilmoqda. Shu bois zamonaviy marketing strategiyalarini to'g'ri tanlash va amaliyotga tatbiq etish kompaniya muvaffaqiyatining asosiy omillaridan biridir.

Raqamli marketing vositalari kompaniyalarga auditoriyani aniq segmentlarga ajratish, reklama byudjetlarini optimallashtirish va natijalarni real vaqt rejimida tahlil qilish imkonini bermoqda. Masalan, 2024-yilda Statista tomonidan o'tkazilgan tadqiqot natijalariga ko'ra, raqamli marketingni faol qo'llayotgan korxonalar o'rtacha 30–35 foiz yuqori daromadga erishgan. Bunga sabab – maqsadli reklama, SEO, SMM va email-marketing kabi vositalarning yuqori samaradorligidir.

Neuromarketing esa marketing strategiyalarida inson psixologiyasi va hissiyotlarini chuqur o'rganish orqali yangi bosqichni boshlab berdi. U reklama ranglari, tovush, tasvir va hikoya (storytelling) orqali mijozlarda ishonch va iliqlik hissini uyg'otadi. Coca-Cola va Apple singari yirik brendlar neuromarketing texnologiyalaridan foydalangan holda brend esda qolish ko'rsatkichini 40 foizgacha oshirishga erishgan. Sun'iy intellekt va katta ma'lumotlar (big data) marketing strategiyalarini yanada samarali qiladi. Masalan, Amazon kompaniyasi prediktiv tahlil yordamida xaridorlarning keyingi xaridlarini 92 foiz aniqlik bilan bashorat qiladi. Bu yondashuv nafaqat sotuvni oshiradi, balki



Date: 27th October-2025

foydalanuvchilar bilan shaxsiy aloqani mustahkamlaydi. Netflix ham foydalanuvchilarning qiziqishlarini tahlil qilib, shaxsiylashtirilgan tavsiyalar asosida xizmat ko'rsatadi.

O'zbekiston misolida esa "Artel", "Makro", "Beeline Uzbekistan" kabi kompaniyalar raqamli marketingning barcha afzalliklaridan faol foydalanmoqda. Ayniqsa, ijtimoiy tarmoqlardagi reklama, video marketing, influencer marketing va storytelling usullari orqali brend sodiqligini oshirishda katta yutuqlarga erishilgan. Mahalliy tadqiqotlar natijasida aniqlanishicha, raqamli reklama kompaniyalarini yo'lga qo'ygan kompaniyalar yangi mijozlar sonini 1,5–2 barobarga ko'paytirgan.

Zamonaviy marketingda mijoz markazli yondashuv (customer-centric approach) muhim o'rin tutadi. Kompaniyalar endilikda faqat mahsulotni emas, balki tajriba, qulaylik va ishonchni ham "sotish" orqali sodiq auditoriya yaratadi. Shu ma'noda, marketing samaradorligi nafaqat moliyaviy ko'rsatkichlar, balki mijozlarning ishonch indeksi bilan ham o'lchanadi. Sun'iy intellekt asosidagi avtomatlashtirilgan tizimlar, masalan, CRM va ERP dasturlari, marketing jarayonlarini tezkor va aniq boshqarish imkonini beradi. CRM tizimlari orqali kompaniyalar mijozlar bilan aloqalarni tahlil qiladi, sodiqlik dasturlarini ishlab chiqadi va reklama kompaniyalarini avtomatik tarzda boshqaradi. Natijada, kompaniya samaradorligi 25–40 foizgacha ortadi. Zamonaviy marketing strategiyalarida shuningdek ijtimoiy mas'uliyat va ekologik qadriyatlarga asoslangan "purpose-driven marketing" yo'nalishi ham keng rivojlanmoqda. Bu yondashuv orqali kompaniyalar nafaqat mahsulotni, balki jamiyat uchun foydali g'oyani targ'ib qiladi. Shu orqali ular iste'molchilar orasida ishonch va ijobiy imidjni shakllantiradi.

Xulosa

Xulosa qilib aytganda, zamonaviy marketing strategiyalarining to'g'ri tanlanishi kompaniyaning raqobatbardoshligini ta'minlaydi, brend qadriyatini oshiradi va mijozlar bilan uzoq muddatli aloqalarni shakllantiradi. Raqamli texnologiyalar, neuromarketing, sun'iy intellekt va ma'lumotlarga asoslangan qaror qabul qilish tizimlari biznesni yangi bosqichga olib chiqmoqda. Kelgusida marketing sohasi yanada shaxsiylashtirilgan, axborotga asoslangan va inson qadriyatlariga yo'naltirilgan yo'nalishda rivojlanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Kotler P., Keller K. *Marketing Management*. Pearson, 2023.
2. Statista Report. *Digital Advertising Trends 2024*.
3. Green-Eco Journal. *Innovatsion marketing yondashuvlari*, 2024.
4. <https://ict.xabar.uz/uz/startap/raqamli-marketing-va-innovatsiyalar>
5. <https://www.statista.com/topics/1164/digital-marketing>

