

Date: 27th October-2025

MARKETINGDA SUN'IY INTELLEKTDAN FOYDALANISH SAMARADORLIGI

Ilmiy rag'bar: **Ishmanova Dinara, DSc,**
Millat Umidi Universitetining rektori
Millat Umidi universitetining 4-kurs talabasi,
Asatullaeva Munisa Komil qizi,
asatullaeva04@mail.ru

Kirish: Bugungi kunda raqamli transformatsiya jarayonlari barcha sohalarda, xususan marketingda ham tub o'zgarishlarni yuzaga keltirmoqda. Bozor munosabatlarining keskin raqobat sharoitida sun'iy intellekt (SI) texnologiyalaridan foydalanish korxonalar uchun strategik ustunlik manbai sifatida qaralmoqda. Sun'iy intellekt marketing faoliyatida ma'lumotlarni chuqur tahlil qilish, mijozlar ehtiyojini aniq prognozlash, reklama kompaniyalarini avtomatlashtirish hamda shaxsiylashtirilgan takliflarni ishlab chiqishda keng imkoniyatlar yaratadi. Marketing jarayonlarida SI algoritmlarining qo'llanilishi korxonalarga xaridor xulq-atvorini aniqlash, sotuv kanallarini optimallashtirish va reklama byudjetidan samarali foydalanish imkonini beradi. Xususan, mijozlar segmentatsiyasi, kontentni moslashtirish, talab prognozlari va chatbotlar orqali xizmat ko'rsatish tizimlari marketing strategiyalarining asosiy bo'g'iniga aylanmoqda. Shuningdek, sun'iy intellekt asosidagi marketing tahlillari an'anaviy usullarga nisbatan tezroq va aniqroq natijalarni beradi, bu esa korxonaning raqobatbardoshligini oshiradi. Mazkur tezis ishida marketingda sun'iy intellektdan foydalanishning iqtisodiy va tashkiliy jihatlari, uning samaradorlikka ta'siri hamda amaliy qo'llanilish natijalari tahlil qilinadi.

Tahlil va natijalar: So'nggi yillarda dunyo miqyosida marketing sohasida sun'iy intellektdan foydalanish darajasi sezilarli ravishda oshmoqda. Statistika ma'lumotlariga ko'ra, **2024-yil** yakunlariga qadar yirik korxonalarning **84 foizi** marketing jarayonlariga SI texnologiyalarini joriy etgan. Shuningdek, HubSpot va Salesforce tadqiqotlariga ko'ra, sun'iy intellekt asosidagi marketing yechimlaridan foydalanuvchi kompaniyalar o'rtacha **35–45%** gacha daromad o'sishiga erishgan.

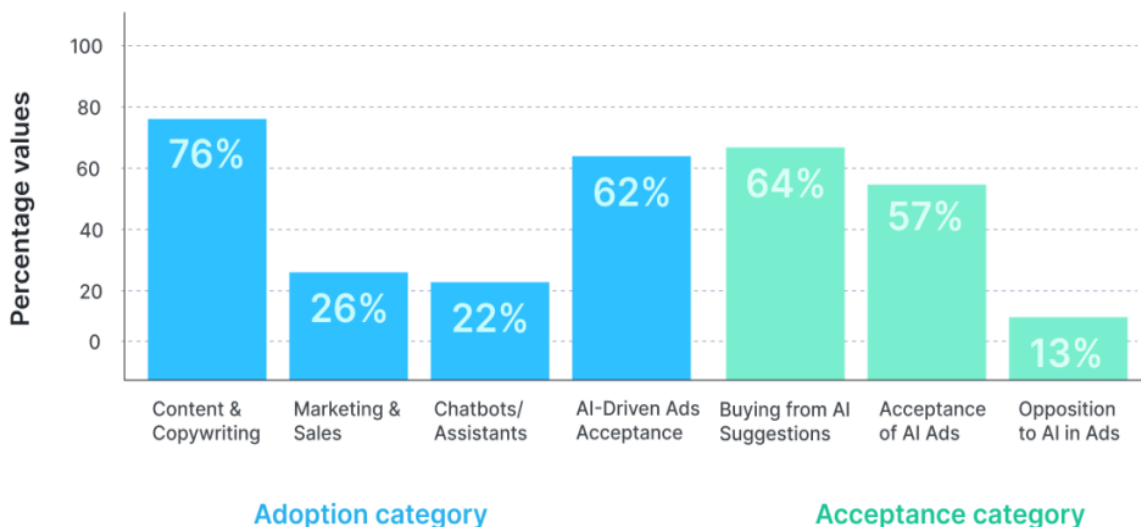
O'zbekiston misolida esa raqamli marketing bozorida faoliyat yuritayotgan kompaniyalarning taxminan **28 foizi** SI texnologiyalarini ma'lum darajada joriy qilgan bo'lib, ularning **62 foizi** mijozlar tahlili va reklama optimallashtirish yo'nalishida foydalanmoqda. Shu bilan birga, SI yordamida ishlab chiqilgan marketing kampaniyalari an'anaviy usullarga nisbatan o'rtacha **40%** ko'proq foyda keltirgani aniqlangan.

Marketingda SI dan foydalanishning afzalliklari: **Aniqlik va tezlik** - Sun'iy intellekt ma'lumotlarni real vaqt rejimida qayta ishlaydi va aniqlik darajasi **90–95%** gacha bo'lishi mumkin. **Shaxsiylashtirilgan marketing** - mijozlarning xatti-harakatlari, xarid tarixi va afzalliklari asosida individual takliflar yaratish imkonini beradi. **Samaradorlik va tejamlilik** - reklama xarajatlarini **25–30%** gacha qisqartirish bilan birga, sotuv samaradorligini oshiradi. **Prognozlash imkoniyatlari** - kelajakdagi talab va bozor tendensiyalarini **70–80%** aniqlik bilan oldindan baholash imkonini yaratadi.





AI in Marketing Statistics

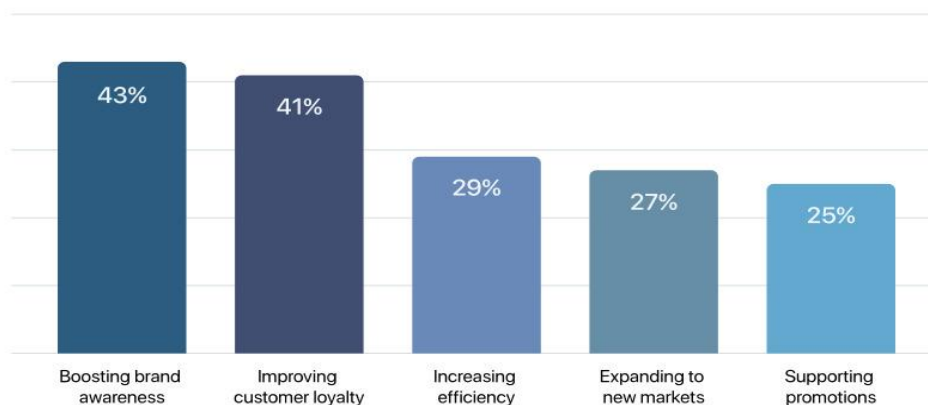


2-grafik. 2022-yilda SI Marketingda qo'llanilishi

Manba: <https://bluetree.digital/artificial-intelligence-ai-in-marketing-statistics/>

Marketingda SI dan foydalanishning kamchiliklari: **Yuqori xarajatlar** - SI tizimlarini joriy etish va texnik xizmat ko'rsatish korxona byudjetining 15–20% qismini talab qilishi mumkin. **Ma'lumot xavfsizligi muammolari** - mijoz ma'lumotlarini yig'ish va saqlashda maxfiylik xavflari mavjud. **Kadrlar yetishmasligi** - Sun'iy intellekt texnologiyalarini boshqaruvchi mutaxassislar yetarli emas, bu esa tizimlardan to'liq foydalanishni cheklaydi. **Texnologik qaramlik** - SI tizimlariga haddan tashqari tayanish ijodkorlik va inson omilini kamaytiradi.

Main Benefits of Digital Marketing



Source: Mailjet

 Fit Small Business

2-grafik. SI orqali digital marketingdagi samadorlik koeffitsientning o'sishi

Date: 27th October-2025

Manba: <https://fitsmallbusiness.com/digital-marketing-statistics/>

Xulosa va takliflar: O'tkazilgan tahlillar shuni ko'rsatadiki, sun'iy intellekt marketing sohasida samaradorlikni sezilarli darajada oshirib, an'anaviy yondashuvlardan ustun natijalar beradi. SI texnologiyalarining joriy etilishi natijasida korxonalar mijozlar bilan individual muloqot o'rnatish, reklama byudjetlarini optimallashtirish hamda raqobat muhitida ustunlikka erishish imkoniga ega bo'layotganini kuzatish mumkin. Statistik ma'lumotlar asosida shunday xulosa qilish mumkinki, SI asosidagi marketing strategiyalari korxona daromadini o'rtacha **40%** gacha oshirish, xarajatlarni esa **25–30%** gacha kamaytirish imkonini bermoqda.

Mahalliy bizneslar uchun SI joriy etish dasturlarini kengaytirish - O'zbekiston sharoitida kichik va o'rta biznes subyektlari uchun sun'iy intellektga asoslangan marketing platformalarini soddalashtirilgan shaklda joriy etish zarur. **Kadrlar salohiyatini oshirish** - marketing mutaxassislarini SI texnologiyalari, ma'lumotlar tahlili va raqamli marketing yo'nalishlarida o'qitish tizimini yo'lga qo'yish lozim. **Mahsulot va xizmatlarni shaxsiylashtirish tizimini kuchaytirish** - Sun'iy intellekt yordamida mijoz afzalliklarini chuqur o'rganish va mos takliflarni avtomatik shakllantirish mexanizmlarini rivojlantirish kerak. **Axborot xavfsizligi siyosatini takomillashtirish** - mijoz ma'lumotlarini himoya qilish va SI tizimlari bilan ishlashda maxfiylikni ta'minlash bo'yicha qat'iy me'yorlar ishlab chiqish zarur. **Innovatsion marketing startaplarni qo'llab-quvvatlash** - SI asosidagi marketing yechimlarini ishlab chiqayotgan startaplarni grantlar va imtiyozlar orqali rag'batlantirish foydali natija beradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. <https://fitsmallbusiness.com/digital-marketing-statistics/>
2. <https://bluetree.digital/artificial-intelligence-ai-in-marketing-statistics/>
3. Kotler, P., Keller, K. L. (2022). *Marketing Management*. 16th Edition. Pearson Education.
4. Davenport, T., & Ronanki, R. (2018). *Artificial Intelligence for the Real World*. Harvard Business Review, January–February Issue.
5. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2021). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson Education.
6. Kumar, V., Dixit, A., Javalgi, R. (2020). "Artificial Intelligence Applications in Marketing: A Review and Future Research Directions." *Journal of Business Research*, 116, 183–195.
7. HubSpot Research (2024). *The State of Marketing and AI Integration*. HubSpot Analytics Report.
8. Salesforce (2023). *AI in Marketing: Global Trends and Insights*. Salesforce Research Center.
9. O'zbekiston Respublikasi Raqamli texnologiyalar vazirligi (2023). *Raqamli iqtisodiyot va sun'iy intellektni rivojlantirish strategiyasi – 2030*. Toshkent.



Date: 27th October-2025

10. Mamatov, A. (2022). "Marketingda raqamli transformatsiya jarayonlari va ularning samaradorligi." *O'zbekiston Iqtisodiy Axborotnomasi*, №5, 45–50-betlar.
11. Jalilov, B. (2021). "Sun'iy intellektning biznes va marketingda qo'llanish istiqbollari." *Innovatsion rivojlanish jurnali*, №3, 67–72-betlar.
12. Statista (2024). *Global Artificial Intelligence in Marketing Market Report 2024*.

