

SUN'IY INTELLEKT VA MARKETING: YANGI IMKONIYATLAR VA MUAMMOLAR

*Samarqand iqtisodiyot va servis
instituti marketing kafedrası
dotsent v.b. M.Kalanova
Samarqand iqtisodiyot va servis
instituti talabasi
Rustamova Muxlisa*

Annotatsiya

Ushbu maqolada sun'iy intellekt texnologiyalarining marketing sohasiga ta'siri, uning biznes jarayonlaridagi ahamiyati hamda amaliy qo'llanilish yo'nalishlari tahlil qilinadi. Sun'iy intellekt marketing strategiyalarini optimallashtirish, iste'molchilar xatti-harakatlarini prognoz qilish, reklama kampaniyalarining samaradorligini oshirish va mijozlarga xizmat ko'rsatish sifatini yaxshilashda muhim vosita sifatida namoyon bo'lmoqda. Shu bilan birga, ma'lumotlar xavfsizligi, maxfiylik, algoritmik xatoliklar va etik muammolar kabi qator masalalar ham yuzaga kelmoqda. Tadqiqot natijalari sun'iy intellektning marketingdagi istiqbollari va uni samarali qo'llashning ilmiy-amaliy jihatlarini yoritishga qaratilgan.

Kalit so'zlar: sun'iy intellekt, marketing, raqamli marketing, big data, mashinali o'rganish, iste'molchi xulq-atvori, reklama, biznes strategiyasi, avtomatlashtirish, innovatsiya.

Abstract

This article analyzes the impact of artificial intelligence technologies on the field of marketing, their importance in business processes, and their practical applications. Artificial intelligence has emerged as an important tool for optimizing marketing strategies, predicting consumer behavior, increasing the effectiveness of advertising campaigns, and improving customer service quality. At the same time, a number of challenges have arisen, including data security, privacy concerns, algorithmic errors, and ethical issues. The results of the study are aimed at highlighting the prospects of artificial intelligence in marketing and the scientific and practical aspects of its effective implementation.

Keywords: artificial intelligence, marketing, digital marketing, big data, machine learning, consumer behavior, advertising, business strategy, automation, innovation.

Аннотация

В данной статье анализируется влияние технологий искусственного интеллекта на сферу маркетинга, их значение в бизнес-процессах, а также

основные направления практического применения. Искусственный интеллект становится важным инструментом для оптимизации маркетинговых стратегий, прогнозирования поведения потребителей, повышения эффективности рекламных кампаний и улучшения качества обслуживания клиентов. Вместе с тем возникают такие проблемы, как безопасность данных, защита конфиденциальности, алгоритмические ошибки и этические вопросы. Результаты исследования направлены на раскрытие перспектив использования искусственного интеллекта в маркетинге, а также научно-практических аспектов его эффективного применения.

Ключевые слова: искусственный интеллект, маркетинг, цифровой маркетинг, большие данные, машинное обучение, поведение потребителей, реклама, бизнес-стратегия, автоматизация, инновации.

1. Sun'iy intellektning marketing sohasidagi imkoniyatlari

XXI asrda raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi natijasida sun'iy intellekt (SI) marketing faoliyatining ajralmas qismiga aylandi. Korxonalar tobora ko'proq ma'lumotlarga ega bo'lib borayotgan bir sharoitda ushbu ma'lumotlarni tahlil qilish, ulardan foydali xulosalar chiqarish va biznes qarorlarini qabul qilishda sun'iy intellekt muhim rol o'ynamoqda. SI texnologiyalari marketing faoliyatini yanada samarali, tezkor va aniq amalga oshirish imkonini bermoqda.

Marketingning asosiy maqsadlaridan biri iste'molchilar ehtiyojlarini aniqlash va ularga mos mahsulot hamda xizmatlarni taklif etishdan iborat. Sun'iy intellekt katta hajmdagi ma'lumotlarni qayta ishlash orqali xaridorlarning qiziqishlari, afzalliklari va xarid qilish odatlarini tahlil qiladi. Natijada kompaniyalar har bir mijoz uchun individual marketing strategiyalarini ishlab chiqish imkoniyatiga ega bo'ladi. Masalan, elektron tijorat platformalari foydalanuvchilarning avvalgi xaridlariga asoslanib mahsulot tavsiyalarini shakllantiradi. Bu esa sotuv hajmini oshirish bilan birga mijozlarning qoniqish darajasini ham yaxshilaydi.

Sun'iy intellekt reklama faoliyatida ham keng qo'llanilmoqda. Algoritmalar internet foydalanuvchilarining qidiruv tarixi, ijtimoiy tarmoqlardagi faolligi va qiziqishlarini o'rganib, maqsadli reklama kampaniyalarini tashkil etadi. Bunday yondashuv reklama xarajatlarini kamaytirish va reklama samaradorligini oshirish imkonini beradi. Shu sababli bugungi kunda ko'plab yirik kompaniyalar marketing byudjetlarini optimallashtirishda SI texnologiyalaridan faol foydalanmoqda.

Bundan tashqari, chatbotlar va virtual yordamchilar mijozlarga xizmat ko'rsatish jarayonlarini avtomatlashtirishda muhim ahamiyat kasb etmoqda. Ular kunning istalgan vaqtida mijozlarning savollariga javob berib, buyurtmalarni qabul qilish va muammolarni hal qilish imkoniyatini yaratadi. Natijada korxonalarining operatsion xarajatlari kamayadi va xizmat ko'rsatish sifati oshadi.

Shuningdek, sun'iy intellekt prognozlash imkoniyatlari orqali bozor tendensiyalarini oldindan aniqlashga yordam beradi. Kompaniyalar kelajakdagi talab hajmini, mahsulotlarga bo'lgan ehtiyojni hamda iste'molchilarning xatti-harakatlarini oldindan baholash orqali strategik qarorlar qabul qilishlari mumkin. Bu esa raqobat muhitida ustunlikka erishish uchun muhim omil hisoblanadi.

2. Sun'iy intellektni marketingda qo'llash bilan bog'liq muammolar va istiqbollar

Sun'iy intellekt marketing sohasida katta imkoniyatlar yaratishiga qaramay, uni qo'llash jarayonida qator muammolar ham yuzaga kelmoqda. Eng dolzarb masalalardan biri ma'lumotlar xavfsizligi va shaxsiy ma'lumotlarni himoya qilish hisoblanadi. Marketing tizimlari iste'molchilarning katta hajmdagi shaxsiy ma'lumotlarini yig'adi va qayta ishlaydi. Ushbu ma'lumotlarning noqonuniy foydalanilishi yoki uchinchi shaxslarga tarqalishi iste'molchilar ishonchining pasayishiga olib kelishi mumkin.

Yana bir muhim muammo algoritmik xatoliklar bilan bog'liq. Sun'iy intellekt tizimlari o'quv ma'lumotlariga asoslangan holda qarorlar qabul qiladi. Agar ma'lumotlar noto'g'ri yoki bir tomonlama bo'lsa, algoritmlar ham xato natijalar beradi. Bu esa marketing qarorlarining samaradorligini pasaytirishi va ayrim iste'molchilar guruhlariga nisbatan adolatsiz munosabatlarni yuzaga keltirishi mumkin.

Etik muammolar ham SI texnologiyalarini qo'llashda alohida ahamiyatga ega. Ayrim hollarda kompaniyalar iste'molchilarning psixologik xususiyatlarini chuqur tahlil qilib, ularga ta'sir ko'rsatish orqali xarid qilishga undaydi. Bunday amaliyotlar iste'molchilarning mustaqil qaror qabul qilish huquqiga salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin. Shu sababli sun'iy intellektdan foydalanishda axloqiy me'yorlarga rioya qilish muhim hisoblanadi.

Bundan tashqari, SI texnologiyalarini joriy etish katta moliyaviy investitsiyalarni talab qiladi. Zamonaviy dasturiy ta'minot, ma'lumotlar bazalari va malakali mutaxassislarni jalb qilish ko'plab tashkilotlar uchun qo'shimcha xarajatlarni yuzaga keltiradi. Ayniqsa, kichik va o'rta biznes subyektlari uchun bu muhim to'siqlardan biri bo'lib qolmoqda.

Kelgusida sun'iy intellekt marketingning yanada rivojlanishiga xizmat qilishi kutilmoqda. Generativ SI, tabiiy tilni qayta ishlash texnologiyalari va real vaqt rejimida ma'lumotlarni tahlil qilish tizimlari marketing strategiyalarini yangi bosqichga olib chiqadi. Shaxsiylashtirilgan reklama, avtomatik kontent yaratish va aqlli analitika vositalari korxonalarga yanada yuqori samaradorlikka erishish imkonini beradi. Shu bilan birga, davlatlar va xalqaro tashkilotlar tomonidan SI texnologiyalaridan foydalanishni tartibga soluvchi huquqiy-me'yoriy bazani takomillashtirish zarurati ortib bormoqda.

Xulosa

Xulosa qilib aytganda, sun'iy intellekt marketing sohasida tub o'zgarishlarni amalga oshirayotgan innovatsion texnologiyalardan biridir. U iste'molchilar ehtiyojlarini chuqur tahlil qilish, marketing kampaniyalarini optimallashtirish, xarajatlarni kamaytirish va biznes samaradorligini oshirish imkonini bermogda. Biroq ma'lumotlar xavfsizligi, maxfiylik, algoritmik xatoliklar va etik muammolar kabi omillar ushbu texnologiyalardan oqilona foydalanishni talab etadi. Kelajakda sun'iy intellekt marketingning asosiy harakatlantiruvchi kuchlaridan biriga aylanishi kutilmogda. Shu sababli korxonalar ushbu texnologiyalarning imkoniyatlaridan samarali foydalanish bilan birga, ularning salbiy oqibatlarini minimallashtirish choralarini ham ko'rishlari lozim.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Kotler P., Keller K. L. *Marketing Management*. 16th Edition. Pearson Education, 2022.
2. Chaffey D., Ellis-Chadwick F. *Digital Marketing*. Pearson, 2023.
3. Russell S., Norvig P. *Artificial Intelligence: A Modern Approach*. Pearson, 2021.
4. Davenport T., Guha A., Grewal D., Bressgott T. "How Artificial Intelligence Will Change the Future of Marketing". *Journal of the Academy of Marketing Science*, 2020.
5. Kumar V., Reinartz W. *Customer Relationship Management: Concept, Strategy and Tools*. Springer, 2018.
6. Wedel M., Kannan P. K. "Marketing Analytics for Data-Rich Environments". *Journal of Marketing*, 2016.
7. Brynjolfsson E., McAfee A. *The Second Machine Age*. W.W. Norton & Company, 2018.
8. Bughin J., Seong J., Manyika J. *Notes from the AI Frontier: Applications and Value of Deep Learning*. McKinsey Global Institute, 2019.