

## KOMPANIYALARDA MARKETING FAOLIYATINI STRATEGIK RIVOJLANTIRISH YO'LLARI

**Ostonova Sayyora Rustam qizi**

*Osiyo xalqaro universiteti magistranti*

**Annotatsiya:** *Mazkur maqolada kompaniyalarda marketing faoliyatini strategik rivojlantirish masalalari chuqur tahlil qilinadi. Tadqiqotda marketingni xarajatlar markazidan daromad generatoriga aylantirish mexanizmlari, innovatsion yondashuvlar va raqamli transformatsiya jarayonlari o'rganilgan. Shuningdek, O'zbekiston iqtisodiyoti misolida marketingning rivojlanish tendensiyalari statistik ma'lumotlar asosida tahlil qilinadi. Tadqiqot natijalari marketingni korxonalar strategiyasiga integratsiya qilish orqali samaradorlikni oshirish mumkinligini ko'rsatadi.*

**Kalit so'zlar:** *Strategik marketing, raqamli transformatsiya, marketing samaradorligi, mijoz tajribasi, innovatsiya, marketing boshqaruvi*

Zamonaviy iqtisodiyotda marketing korxonaning asosiy strategik funksiyalaridan biriga aylanib bormoqda. Avval marketing faqat reklama va sotuvni qo'llab-quvvatlovchi vosita sifatida qaralgan bo'lsa, bugungi kunda u biznes qiymatini yaratishda hal qiluvchi rol o'ynaydi.

O'zbekiston sharoitida iqtisodiy islohotlar va raqamli infratuzilmaning rivojlanishi marketing tizimlarini tubdan yangilashni talab qilmoqda.

Marketingni strategik darajada rivojlantirish korxonaning umumiy maqsadlari bilan uyg'unlashgan holda amalga oshirilishi zarur. Bu esa marketingni boshqaruv tizimining ajralmas qismiga aylantiradi.

Zamonaviy yondashuvda marketing qarorlari ma'lumotlarga asoslanadi, bu esa risklarni kamaytiradi va samaradorlikni oshiradi.

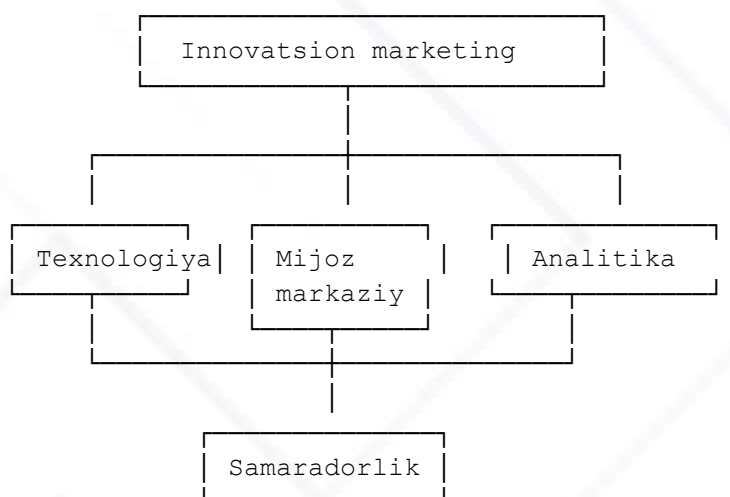
Raqamli texnologiyalar marketing faoliyatini tubdan o'zgartirdi. Ayniqsa, sun'iy intellekt, CRM tizimlari va avtomatlashtirish vositalari marketing jarayonlarini optimallashtirish imkonini bermoqda.

**Jadval 1: O'zbekistonda raqamli marketing rivojlanish ko'rsatkichlari**

Ko'rsatkich	Qiymat (2023–2024)
Internet foydalanuvchilari	30 mln+

Mobil internet ulushi	70%
E-commerce o'sish sur'ati	25–30%
Ijtimoiy tarmoq foydalanuvchilari	25 mln+

### Innovatsion marketing modeli



Ushbu model marketingning uchta asosiy ustunini ko'rsatadi: texnologiya, mijozga yo'naltirilganlik va analitika.

Marketing samaradorligini aniqlash uchun zamonaviy ko'rsatkichlardan foydalanish zarur.

#### 2- Jadval: Marketing KPI tizimi

Ko'rsatkich	Tavsif
CAC	Mijoz jalb qilish xarajati
LTV	Mijozdan olinadigan umumiy foyda

Konversiya darajasi	Xaridga aylanish foizi
Retention	Mijozni ushlab qolish darajasi

O‘zbekistonda marketingning rivojlanishi quyidagi omillar bilan belgilanadi: raqamli infratuzilmaning kengayishi, yosh aholi ulushining yuqoriligi va mobil texnologiyalarning ommalashuvi.

Shu bilan birga, kompaniyalar uchun asosiy muammo — zamonaviy marketing kompetensiyalarining yetishmasligi hisoblanadi.

Marketingni strategik rivojlantirish korxonaning uzoq muddatli muvaffaqiyati uchun zarur hisoblanadi. Raqamli texnologiyalarni joriy etish, ma’lumotlarga asoslangan qarorlar qabul qilish va mijoz tajribasini yaxshilash orqali kompaniyalar yuqori raqobatbardoshlikka erishadi.

O‘zbekiston sharoitida marketingni rivojlantirish iqtisodiy o‘shning muhim omillaridan biri bo‘lib qoladi.

#### FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Kotler F. Marketing asoslari
2. Chaffey D. Raqamli marketing strategiyasi
3. Jahon banki hisobotlari (2023)
4. OECD raqamli iqtisodiyot hisobotlari
5. O‘zbekiston statistika agentligi ma’lumotlari (2024)