



MARKETING TADQIQOTLARINI AMALGA OSHIRISHNING EVOLYUTSIYASI VA ZAMONAVIY TENDENSIYALARI

Bobojonov Hasan Karimovich

Buxoro arxitektura va qurilish texnikumi direktori

<https://doi.org/10.5281/zenodo.14649516>

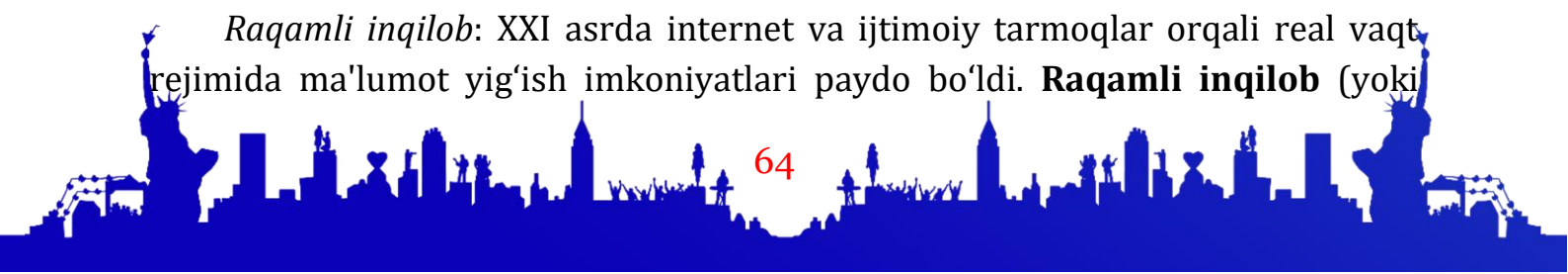
Marketing tadqiqotlari biznes muvaffaqiyatining asosiy omillaridan biridir. Ularning rivojlanishi texnologik taraqqiyot, iste'molchilarning ehtiyojlari o'zgarishi va globalizatsiya jarayonlariga bog'liq bo'lib, bugungi kunda yangi tendensiyalar va innovatsion usullarni joriy qilishni talab qilmoqda.

Boshlang'ich davr: Marketing tadqiqotlari XX asr boshida shakllanib, birinchi bosqichda oddiy statistik ma'lumotlarni yig'ish va tahlil qilishga asoslangan. Marketing tadqiqotlarining boshlang'ich davri o'zining oddiy va ko'p jihatdan intuitiv yondashuvlari bilan ajralib turdi. Bu davrda marketing tadqiqotlari ko'pincha bozorning umumiy holatini o'rganishga qaratilgan bo'lib, iste'molchilarni tushunish va marketing qarorlarini qabul qilishda asosiy vosita sifatida ishlatilgan. Bu boshlang'ich davr marketing tadqiqotlarining keyinchalik rivojlanishi uchun mustahkam poydevor yaratdi.

Ijtimoiy-psixologik yondashuv: 1950-yillarda iste'molchilar xatti-harakatlarini o'rganish uchun sotsiologiya va psixologiya usullari joriy qilindi. **Ijtimoiy-psixologik yondashuv** — bu insonlarning xatti-harakatlarini, qarorlarini, fikrlarini va hissiyotlarini ijtimoiy va psixologik omillar orqali tushunishga yo'naltirilgan yondashuvdir. U, asosan, ijtimoiy va psixologik jarayonlarning insonlarning shaxsiy va jamiyatdagi rollari, munosabatlari va faoliyatlariga qanday ta'sir qilishini o'rganadi. Ijtimoiy-psixologik yondashuv ijtimoiy guruhlar, psixologik xususiyatlar, ijtimoiy ta'sir va kommunikatsiyalarni chuqurroq tahlil qilishga imkon beradi.

Texnologiyalar rivoji: 1980-yillarda kompyuter texnologiyalarining rivojlanishi marketing tadqiqotlarini ancha tezlashtirdi va avtomatlashtirdi. Texnologiyalar rivoji insoniyatni yangi bosqichlarga olib bormoqda, ularning ta'siri nafaqat iqtisodiyotga, balki ijtimoiy hayot, madaniyat, ekologiya va jamiyatning har bir sohasiga ham keng yoyilmoqda. Yangi texnologiyalar insoniyatga ko'plab imkoniyatlar yaratib, hayot sifatini yaxshilashga yordam beradi, ammo ular bilan bog'liq xavf-xatarlar va axloqiy masalalar ham mavjud. Shuning uchun texnologiyalar rivojlanishida nafaqat innovatsiyalar, balki ularning to'g'ri va etik qo'llanilishini ham ta'minlash zarur.

Raqamli inqilob: XXI asrda internet va ijtimoiy tarmoqlar orqali real vaqt rejimida ma'lumot yig'ish imkoniyatlari paydo bo'ldi. **Raqamli inqilob** (yoki





raqamli transformatsiya) — bu texnologiyaning, ayniqsa, raqamli texnologiyalar va internetning tezkor rivojlanishi natijasida yuzaga kelgan ijtimoiy, iqtisodiy va texnologik o'zgarishlar jarayonidir. Bu inqilob nafaqat yangi texnologiyalarni yaratishni, balki mavjud biznes jarayonlari, ijtimoiy tizimlar, ta'lim, sog'liqni saqlash, kommunikatsiya, ishlab chiqarish va kundalik hayotning har bir jabhasida kengaytirilgan raqamli vositalarni qo'llashni ham o'z ichiga oladi.

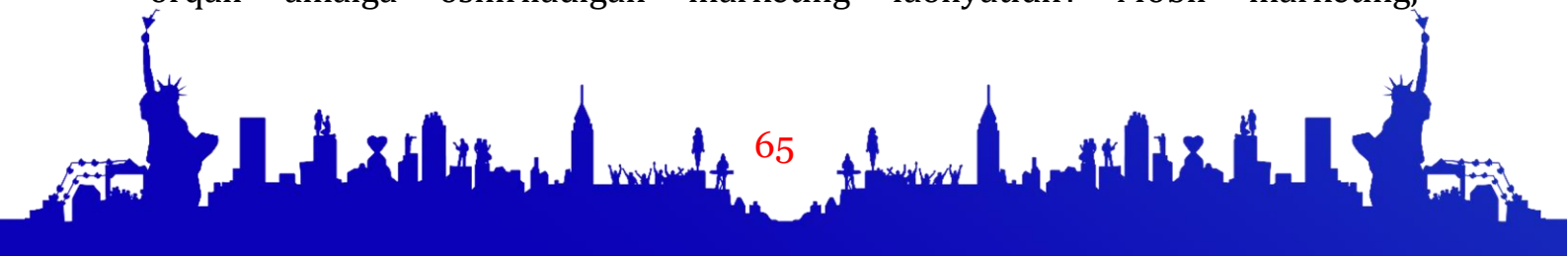
Raqamli inqilob o'zining tezkor rivojlanishi, yangi imkoniyatlarni yaratishi va muammolarni hal qilishda innovatsion yondashuvlarni taklif etishi bilan ajralib turadi. Bunda ma'lumotlar almashishning samaradorligi va tezligi, avtomatlashtirish, sun'iy intellekt va big data (katta ma'lumotlar) kabi texnologiyalar muhim o'rin tutadi.

Big Data (Katta ma'lumotlar): Katta hajmdagi ma'lumotlarni yig'ish va tahlil qilish zamonaviy marketing tadqiqotlarining asosiy yo'nalishiga aylandi.

Sun'iy intellekt va algoritmlar: Sun'iy intellekt orqali ma'lumotlarni chuqur tahlil qilish, iste'molchilar xulq-atvorini prognoz qilish va segmentatsiya samaradorligini oshirish imkonini bermoqda. **Big Data** (Katta ma'lumotlar) — bu juda katta hajmdagi, turli formatdagi va tezda o'zgaradigan ma'lumotlar to'plamlarini anglatadi. Bu ma'lumotlar o'zining hajmi, tezligi, xilma-xilligi va qiymati bilan ajralib turadi. Big Data texnologiyalari, ma'lumotlarni to'plash, saqlash, tahlil qilish va ishlashga yordam beradi, bu esa tashkilotlarga yangi bilimlarni olish, qarorlar qabul qilish va raqobat ustunligini yaratishga imkon beradi.

Ijtimoiy tarmoqlar monitoringi: Iste'molchilar fikr-mulohazalari va xatti-harakatlari ijtimoiy tarmoqlar orqali real vaqt rejimida kuzatilmoqda. Ijtimoiy tarmoqlar monitoringi, zamonaviy biznes va tashkilotlar uchun zarur bo'lgan vosita hisoblanadi. Bu, bir tomondan, mijozlar bilan aloqani yaxshilash va marketing strategiyalarini takomillashtirishga yordam berar ekan, boshqa tomondan, brendni boshqarish va xavfsizlikni ta'minlashda ham muhim rol o'ynaydi. Monitoring vositalari orqali ijtimoiy tarmoqlarda mavjud bo'lgan ma'lumotlardan to'liq foydalanish, tashkilotlarga samarali qarorlar qabul qilish imkoniyatini yaratadi.

Mobil marketing: Mobil ilovalar va qurilmalar orqali marketing tadqiqotlarini o'tkazish tez va interaktiv usulga aylandi. **Mobil marketing** — bu mobil qurilmalar, ya'ni smartfonlar, planshetlar va boshqa mobil platformalar orqali amalga oshiriladigan marketing faoliyatidir. Mobil marketing,





foydalanuvchilarga mobil ilovalar, veb-saytlar, SMS xabarlar, mobil reklamalar va boshqa shakllarda marketing maqsadlarida xizmat ko'rsatishga qaratilgan.

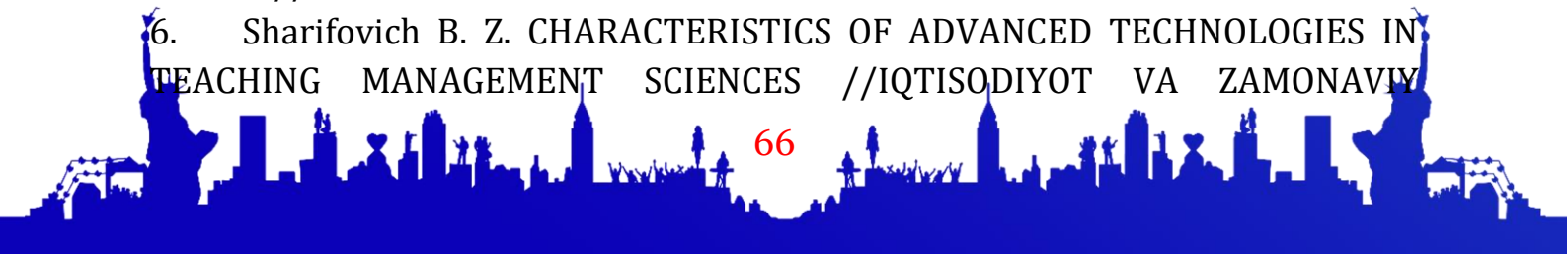
Mobil marketingning asosiy maqsadi — mobil qurilmalar orqali foydalanuvchilarga individual, shaxsiylashtirilgan va samarali reklama va marketing xabarlarini yetkazishdir. Bugungi kunda, mobil qurilmalar hayotimizning ajralmas qismiga aylanganligi sababli, mobil marketing kompaniyalar uchun muhim marketing kanali hisoblanadi.

Etika va shaffoflik: Tadqiqotlarda ma'lumotlarning maxfiyligini ta'minlash va iste'molchilarning roziligini olish muhim ahamiyat kasb etmoqda. **Etika va shaffoflik** — bu har qanday biznes yoki tashkilot faoliyatida muhim tamoyillar bo'lib, ular jamoatchilik va mijozlar bilan o'zaro munosabatlarni halol, ishonchli va adolatli olib borishni ta'minlaydi. Ushbu tamoyillar, ayniqsa, marketing, biznes yuritish, siyosat va ijtimoiy masalalarda zarur bo'lib, tashkilotlarning muvaffaqiyatli va uzoq muddatli faoliyatini ta'minlashda muhim ahamiyatga ega.

Marketing tadqiqotlari dinamik rivojlanayotgan soha bo'lib, innovatsiyalar va texnologiyalarga asoslangan holda o'zgarib bormoqda. Zamonaviy tendensiyalarni o'zlashtirish va ulardan samarali foydalanish biznes muvaffaqiyati uchun zarurdir. Shu bilan birga, shaffoflik va iste'molchi huquqlarini himoya qilish kelajakda marketing tadqiqotlarining muhim jihatlaridan biri bo'lib qoladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Umida M. O 'zbekistonda oliy ta'lim tizimini rivojlantirishning marketing strategiyasi va uning amal qilish mexanizmi. – 2023.
2. Sharifovich B. Z. FOREIGN EXPERIENCE IN THE USE OF MARKETING COMMUNICATIONS IN BUSINESS ACTIVITIES //IMRAS. – 2024. – T. 7. – №. 6. – C. 487-492.
3. Sharifovich B. Z. CHARACTERISTICS OF ADVANCED TECHNOLOGIES IN TEACHING MANAGEMENT SCIENCES //IQTISODIYOT VA ZAMONAVIY TEXNOLOGIYA JURNALI| JOURNAL OF ECONOMY AND MODERN TECHNOLOGY. – 2023. – T. 2. – №. 8. – C. 24-31.
4. Khamidov O. et al. Trajectory of economic development of the Republic of Uzbekistan in the process of digitization //E3S Web of Conferences. – EDP Sciences, 2023. – T. 431. – C. 07049.
5. Ganiyevna K. N., Sharifovich B. Z. ENGLISH EXPRESSION OF ECONOMIC CONCEPTS SUCH AS STRATEGY, MISSION, ORGANIZATIONAL POTENTIAL, SMART //E-Conference Globe. – 2021. – C. 24-27.
6. Sharifovich B. Z. CHARACTERISTICS OF ADVANCED TECHNOLOGIES IN TEACHING MANAGEMENT SCIENCES //IQTISODIYOT VA ZAMONAVIY





TEXNOLOGIYA JURNALI| JOURNAL OF ECONOMY AND MODERN TECHNOLOGY.
– 2023. – T. 2. – №. 8. – C. 24-31.

