

**RAQAMLI MARKETINGDA SUN'IY INTELEKTDAN FOYDALANISH
IMKONIYATLARI VA XAVFLARI****Xabibov Shamshod Akbar o'g'li***BuxDU Iqtisodiyot (tarmoqlar va sohalar bo'yicha) ta'lim yo'nalishi 3-bosqich
talabasi*

Annotatsiya: *Ushbu maqolada raqamli marketingda sun'iy intellekt (SI) texnologiyalaridan foydalanish imkoniyatlari va u bilan bog'liq xavf-xatarlar tahlil qilinadi. Bugungi kunda marketing sohasi mijozlarga shaxsiylashtirilgan xizmatlar ko'rsatish, reklama kampaniyalarini avtomatlashtirish va xatti-harakat tahlili orqali samaradorlikni oshirishda SI yondashuvlariga tobora ko'proq tayanmoqda. Shu bilan birga, sun'iy intellektdan foydalanishda axborot xavfsizligi, ma'lumotlarni noto'g'ri talqin qilish, inson omilining chetlab o'tilishi kabi salbiy jihatlar ham mavjud. Maqolada bu imkoniyat va tahdidlar tahlil qilinib, ularni muvozanatlashtirish bo'yicha tavsiyalar ilgari surilgan.*

Kalit so'zlar: *sun'iy intellekt, raqamli marketing, shaxsiylashtirish, bashoratli tahlil, chatbot, ma'lumotlar xavfsizligi, avtomatlashtirish, marketing strategiyasi, algoritmik tarafkashlik, kontent yaratish.*

Raqamli texnologiyalar jadal rivojlanayotgan hozirgi davrda marketing sohasi ham o'z strategiya va vositalarini tubdan yangilamoqda. Ayniqsa, sun'iy intellekt (SI) texnologiyalarining marketingga kirib kelishi raqobatbardoshlikni oshirish, mijozlar ehtiyojini chuqurroq anglash va reklama samaradorligini kuchaytirish imkonini bermoqda. Dunyo miqyosida yetakchi brendlar SI asosidagi algoritmlar yordamida shaxsiylashtirilgan takliflar, mijoz xatti-harakatlarini prognoz qilish, kontentni avtomatik tarzda yaratish va tahlil qilish kabi zamonaviy yondashuvlarni keng qo'llamoqda.

Shu bilan birga, SI texnologiyalarining keng qo'llanilishi axborot xavfsizligi, shaxsiy ma'lumotlar himoyasi va inson ishtirokining cheklanishi kabi muhim muammolarni ham yuzaga keltirmoqda. Ushbu maqolada raqamli marketingda sun'iy intellektdan foydalanishning asosiy yo'nalishlari, afzalliklari va potentsial xavf-xatarlari tahlil qilinadi hamda ularning marketing amaliyotidagi o'rni baholanadi.

Raqamli marketingning rivojlanishi sun'iy intellekt texnologiyalarining integratsiyasini muhim bosqichga olib chiqdi. Zamonaviy kompaniyalar marketing strategiyalarini ishlab chiqishda SI'dan foydalanib, mijoz ehtiyojlarini chuqurroq anglash, moslashtirilgan reklama kampaniyalarini ishlab chiqish va savdo samaradorligini oshirishga erishmoqda. Quyida SI'ning asosiy qo'llanilish yo'nalishlari keltiriladi:

1. Shaxsiylashtirilgan marketing - Sun'iy intellekt vositalari mijozlarning tarixiy xarid ma'lumotlari, veb-saytga tashriflari va onlayn xatti-harakatlarini tahlil qilish

orqali ularga mos mahsulot yoki xizmatlarni taklif etadi. Bu esa reklama samaradorligini sezilarli darajada oshiradi.

2. Chatbotlar va virtual yordamchilar - AI asosidagi chatbotlar 24/7 rejimda mijozlarga xizmat ko'rsatadi, savollarga javob beradi va xarid qilish jarayonini soddalashtiradi. Bu kompaniyaga ishchi kuchi xarajatlarini kamaytirish hamda mijozlar bilan doimiy aloqada bo'lish imkonini yaratadi.

3. Predictive analytics – Bashoratli tahlil - SI yordamida kelajakdagi xarid tendensiyalari va mijoz xatti-harakatlari prognoz qilinadi. Masalan, Netflix yoki Amazon singari platformalar foydalanuvchining qiziqishlariga mos film yoki mahsulotni oldindan tavsiya qiladi.

4. Kontent yaratish va avtomatlashtirish - Sun'iy intellekt blog postlar, reklama matnlari, video kontent va ijtimoiy tarmoq postlarini avtomatik tarzda yaratish imkonini beradi. Bu marketing bo'limlari uchun vaqt va resurslarni tejashga xizmat qiladi.

5. Reklama kampaniyalarini optimallashtirish - Google Ads va Facebook Ads kabi platformalar AI asosida reklama kampaniyalarini optimallashtirib, kerakli auditoriyaga aniq vaqtda murojaat qilish imkonini beradi. Bu orqali ROI (investitsiya rentabelligi) ko'rsatkichi yaxshilanadi.

1-jadval

Raqamli marketingda sun'iy intellektidan foydalanish yo'nalishlari⁴

Yo'nalish	Vazifasi	Keltiradigan foyda
Shaxsiylashtirilgan marketing	Mijoz xatti-harakatlarini tahlil qilib, individual takliflar berish	Reklama samaradorligi oshadi, mijoz sadoqati kuchayadi
Chatbotlar va virtual yordamchilar	Mijozlarga avtomatik xizmat ko'rsatish	24/7 xizmat, ishchi kuchi xarajatlarini kamaytiradi
Bashoratli tahlil (Predictive analytics)	Kelajakdagi xarid tendensiyalarini prognoz qilish	Savdo strategiyalarini oldindan rejalashtirish imkonini beradi
Kontent yaratish va avtomatlashtirish	Reklama, blog yoki video kontentlarni avtomatik ishlab chiqish	Marketing jarayonlarini tezlashtiradi, resurslarni tejaydi
Reklama kampaniyalarini optimallashtirish	Reklamani kerakli auditoriyaga moslash	Reklama xarajatlari kamayadi, ROI oshadi

Ushbu jadvaldan ko'rinib turibdiki, sun'iy intellekt raqamli marketing sohasida mijozlarga xizmat ko'rsatish, ma'lumot tahlili, shaxsiylashtirilgan takliflar yaratish va kontent ishlab chiqish jarayonlarini sezilarli darajada takomillashtiradi. Ayniqsa, vaqt va xarajatlarni tejash, mijoz ehtiyojlarini oldindan aniqlash kabi ustunliklar marketing strategiyalarining samaradorligini oshirishga xizmat qiladi. Shu sababli, SI texnologiyalaridan oqilona foydalanish kompaniyalarga bozorda raqobatbardosh bo'lish imkonini beradi.

Raqamli marketingda sun'iy intellekt (SI) texnologiyalaridan foydalanish marketologlar uchun keng imkoniyatlar yaratmoqda. Birinchi navbatda, SI mijozlar haqidagi katta hajmdagi ma'lumotlarni tez va samarali tarzda tahlil qilish orqali

⁴ Chaffey, D. & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital Marketing. Pearson Education Limited. 7-nashr, 520 bet.

iste'molchilarning ehtiyojlarini chuqurroq tushunishga yordam beradi. Bu esa marketing strategiyalarini shaxsiylashtirish, ya'ni har bir mijozga individual yondashuvni joriy etish imkonini beradi.

Shuningdek, sun'iy intellekt yordamida avtomatlashtirilgan tizimlar, masalan, chatbotlar, mijozlarga 24/7 xizmat ko'rsatishni ta'minlaydi. Bu nafaqat xizmat ko'rsatish sifatini oshiradi, balki inson resurslariga bo'lgan ehtiyojni kamaytiradi. Natijada kompaniyalar vaqt va xarajat jihatidan sezilarli darajada yutadi.

Bundan tashqari, SI asosidagi bashoratli tahlil vositalari (predictive analytics) kelajakdagi mijoz xatti-harakatlarini oldindan taxmin qilish imkonini beradi. Bu esa reklama kampaniyalarini samarali rejalashtirish, mahsulot yoki xizmatni kerakli auditoriyaga aniq yo'naltirishga xizmat qiladi.

Yana bir muhim jihat – sun'iy intellekt kontent yaratish jarayonini tezlashtiradi. Blog postlar, e-mail xabarlar, reklama matnlari va hatto video kontentlar avtomatlashtirilgan tarzda ishlab chiqilishi mumkin. Bu marketologlarga kreativ ishga ko'proq vaqt ajratish va ish samaradorligini oshirishga yordam beradi.

Umuman olganda, sun'iy intellektdan foydalanish raqamli marketingda raqobatbardoshlikni oshirish, mijozlarga tezkor va sifatli xizmat ko'rsatish, xarajatlarni kamaytirish kabi ko'plab ijobiy natijalarga olib keladi.

Raqamli marketingning ilg'or texnologiyalariga sun'iy intellektni joriy etish reklamani shaxsiylashtirish, xaridor xatti-harakatlarini tahlil qilish, mijoz bilan muloqotni avtomatlashtirish kabi jihatlarida sezilarli natijalar berdi. Biroq, bu qulayliklar bilan birga, bir qator xavf-xatarlarni ham yuzaga keltirmoqda.

Quyidagi jadvalda raqamli marketingda sun'iy intellektdan foydalanishdagi asosiy xavflar va ularning mumkin bo'lgan salbiy oqibatlari keltirilgan.

2-jadval

Raqamli marketingda sun'iy intellektdan foydalanishdagi asosiy xavflar va ularning salbiy oqibatlari⁵

Xavf turi	Tavsifi	Salbiy oqibatlari
Ma'lumotlar maxfiylikining buzilishi	Foydalanuvchilarning ruxsatisiz ma'lumotlari yig'ilishi yoki tarqatilishi	Ishonch yo'qolishi, huquqiy muammolar, reputatsiya zararlari
Algoritmik noaniqlik (bias)	Sun'iy intellektning noto'g'ri yoki tarafkash qarorlar chiqarishi	Noto'g'ri auditoriyani nishonga olish, kamsitish holatlari
Haddan tashqari avtomatlashtirish	Hamma jarayonlar botlar orqali bajarilgani sababli insoniy aloqaning yo'qolishi	Mijozlar bilan iliq aloqaning pasayishi, brendga nisbatan befarqlik
Qonuniy cheklovlar va etik muammolar	Har bir davlatda raqamli ma'lumotlar bilan ishlash qonunlari farq qiladi	Marketing kampaniyalarining noqonuniy e'lon qilinishi, jarimalar
Soxta ma'lumotlar tarqalishi	Deepfake, yolg'on reklama yoki manipulyativ kontentlar yaratilishi	Brendga nisbatan salbiy munosabat, iste'molchilarning chalg'ishi

⁵ Kumar, V. et al. (2021). Artificial Intelligence in Marketing: Emerging Applications and Ethical Challenges. Journal of Business Research, 125, 798–809. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.02.047>

Ushbu jadvaldan ko'rinib turibdiki, raqamli marketingda sun'iy intellektdan foydalanish nafaqat samaradorlikni oshiradi, balki marketing strategiyalariga salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin bo'lgan murakkab muammolarni ham yuzaga keltiradi. Shuning uchun kompaniyalar faqat texnologik yutuqlarga emas, balki axloqiy va huquqiy tamoyillarga ham e'tibor qaratishlari zarur.

Zamonaviy raqamli marketingda sun'iy intellekt (SI) texnologiyalarining joriy etilishi sohaning sifat jihatdan yangi bosqichga ko'tarilishiga olib keldi. SI orqali brendlar mijozlarga moslashtirilgan, interaktiv va tezkor xizmat ko'rsatish imkoniyatiga ega bo'lishmoqda. Jumladan, mijoz xatti-harakatlarini oldindan aniqlash, mahsulotni shaxsiylashtirish, chatbotlar orqali 24/7 xizmat ko'rsatish, reklama samaradorligini tahlil qilish kabi yo'nalishlar marketing strategiyasining ajralmas qismiga aylanmoqda.

Biroq, har qanday texnologik yutuqning ikkinchi tomoni mavjud. Sun'iy intellektdan foydalanishda shaxsiy ma'lumotlar xavfsizligi, algoritmik tarafkashlik (bias), mijoz bilan insoniy muloqotning yo'qolishi, noto'g'ri ma'lumotlar tarqalishi kabi xavf-xatarlar kuchaymoqda. Shuningdek, turli davlatlarda AI bilan bog'liq qonunchilikning farqli bo'lishi marketing strategiyalarini tuzishda muhim huquqiy to'siqlarga sabab bo'lmoqda.

Yuqoridagi tahlillar asosida quyidagi takliflarni ilgari surish mumkin:

- AI siyosatini ishlab chiqish: Kompaniyalar o'zlarining raqamli marketing siyosatida sun'iy intellektdan foydalanish bo'yicha alohida strategik hujjatga ega bo'lishlari lozim.

- Ma'lumotlar xavfsizligini kuchaytirish: Foydalanuvchi ma'lumotlarini yig'ish va qayta ishlashda xalqaro standartlarga, xususan GDPR yoki unga teng me'yorlarga qat'iy rioya qilinishi zarur.

- Algoritmnlarni monitoring qilish: SI tizimlarining tarafkashlik darajasi, noto'g'ri qarorlar chiqarish ehtimoli muntazam tekshiruvdan o'tkazilishi kerak.

- Mijoz bilan "insoniy aloqa"ni saqlash: Hattoki chatbotlar yoki avtomatlashtirilgan tizimlar orqali xizmat ko'rsatilayotgan holatlarda ham mijozga insoniy yondashuv va samimiylilik hissi berilishi lozim.

- Huquqshunos va IT mutaxassislari bilan hamkorlik: Sun'iy intellekt asosida yaratilgan marketing kampaniyalari huquqiy jihatdan ekspertlar tomonidan oldindan tahlil qilinishi kerak.

Shu bois, sun'iy intellektdan foydalangan holda raqamli marketing yuritish nafaqat innovatsion yondashuvni, balki yuksak ijtimoiy va axloqiy mas'uliyatni ham talab qiladi. Kelajakda sun'iy intellektning imkoniyatlari kengayib borar ekan, uni oqilona va mas'uliyatli qo'llash marketing sohasida muvaffaqiyat kalitiga aylanadi.

Xulosa qilib aytganda, sun'iy intellekt raqamli marketingda innovatsion yechimlar yaratishda muhim o'rin tutmoqda. U orqali mijozlarga shaxsiylashtirilgan xizmat ko'rsatish, kontentni avtomatlashtirish, xarid tendensiyalarini prognoz qilish kabi jarayonlar sezilarli darajada takomillashmoqda. Biroq, SI bilan bog'liq xavflar – ma'lumotlar maxfiylikning buzilishi, algoritmik xatoliklar va insoniy omilning yo'qolishi – marketing amaliyotida ehtiyotkorlik bilan yondashishni talab qiladi. Shu sababli,

kompaniyalar sun'iy intellekt imkoniyatlaridan oqilona va mas'uliyatli foydalanish orqali raqobatbardoshlikni oshirishi va mijozlar ishonchini saqlab qolishi mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Agzamov, A. T., Rakhmatullaeva, F. M., & Giyazova, N. B. (2021). Marketing strategy for the competitiveness of modern enterprises. In E-Conference Globe (pp. 1-3).
2. Tairova, M. S. M., Giyazova, N. B., & Dustova, A. K. (2020). Goal and objectives of integrated marketing communications. Economics, 2, 5-7.
3. Giyazova, N. B., & Zayniev, A. A. (2020). Types of marketing communications and their classification. In International scientific review of the problems of economics, finance and management (pp. 32-38).
4. Giasova, N. B., Davlatov, S. S., & Narzullayeva, G. S. (2021). Role Of Marketing Strategies in Increasing Company Competitiveness. International Journal of Academic Management Science Research, 5(3), 99-102.
5. Bayazovna, G. N. (2025). KIBERXAVFSIZLIK VA RAQAMLI IQTISODIYOTDA XAVLARNI BOSHQARISH. INNOVATION IN THE MODERN EDUCATION SYSTEM, 6(52), 113-121.
6. Giyazova, N. (2023). The share of world countries in the textile industry and the importance of marketing in its development. Центр Научных Публикаций (Buxdu. Uz), 27, 27.
7. Shukhratovna, U. M., & Bayazovna, G. N. (2025). FOREIGN EXPERIENCE IN THE DEVELOPMENT OF MOBILE INTERNET. INNOVATION IN THE MODERN EDUCATION SYSTEM, 6(49), 250-256.
8. Bayazovna, G. N. (2022). Ensuring the development of textile enterprises on the basis of competitive advantage. Central Asian Journal of Arts and Design, 3(6), 40-45.
9. Giyazova, N. B., & Sh, B. S. (2024). ZAMONAVIY RAQAMLI IQTISODIYOTDAGI MUAMMOLAR VA CHORA-TADBIRLAR. Science and innovation, 3(Special Issue 42), 482-489.
10. Giyazova, N. B., & Davlatov, S. S. (2021). The relevance of a small business marketing strategy. In E-Conference Globe (Vol. 1, No. 1, pp. 4-6).
11. Ahmedov, A. ., Xabibov, S., & Mirzayev, S. . (2025). ARTIFICIAL INTELLIGENCE AS AN IMPORTANT DIRECTION FOR THE DEVELOPMENT OF THE GREEN ECONOMY. Академические исследования в современной науке, 4(5), 56–59. извлечено от <https://econferences.ru/index.php/arims/article/view/24200>
12. Kumar, V. et al. (2021). Artificial Intelligence in Marketing: Emerging Applications and Ethical Challenges. Journal of Business Research, 125, 798–809. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.02.047>
13. Chaffey, D. & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital Marketing. Pearson Education Limited. 7-nashr, 520 bet.