QURILISH MATERIALLARI BOZORIDA RAQAMLI MARKETING STRATEGIYALARI VA SUN'IY INTELLEKT TEXNOLOGIYALARIDAN FOYDALANISH IMKONIYATLARI

Usubjonov Zaxriddin Vasliddin O'g'li
Namangan muhandislik-texnologiya instituti,
"Menejment va Marketing" kafedrasi – assistenti,PhD
https://doi.org/10.5281/zenodo.14191927

Annotasiya. *Maqolada elektron savdoning rivojlanish va qurilish materiallari bozorini hozirgi xolati tahlil etilgan. Qurilish materiallari bozorida raqamli marketing strategiyalari va sun'iy intellekt texnologiyalaridan foydalanish imkoniyatlari va ularning ta'siri yoritilgan.*
Kalit so'zlar. *Kontent marketing, SEO, ijtimoiy tarmoq marketing,influencer marketing, video marketing, personalizatsiya, sun'iy intellect.*

So'nggi o'n yilliklarda dunyo sanoat jamiyatidan axborot jamiyatiga o'tishni boshdan kechirmoqda. Agar o'tgan asrda neft va gaz rivojlanishning asosi bo'lgan bo'lsa, bugungi kunda yangi ming yillikda asos iqtisodiy faoliyatning barcha subyektlariga va umuman jamiyat hayotiga ta'sir ko'rsatadigan axborot, axborot resurslari hisoblanadi. Zamonaviy axborot jamiyati bir qator muhim parametrlar bilan ajralib turadi, ular orasida: sayyoramizning istalgan nuqtasida yetkazib beruvchilar va iste'molchilarga kirishni ta'minlaydigan globallashuv, bir-birini tez almashtiradigan texnologik yechimlar, qo'shilgan qiymatni yaratish iste'molchilar farovonligining o'sishi, tanlov imkoniyatining ko'pligi, raqobatning kuchayishi kabilar alohida o'rin tutadi. Bunday xususiyatlar tijorat korxonasi faoliyatiga oid ba'zi an'anaviy qarashlarni sezilarli darajada o'zgartiradi. Axborot texnologiyalaridan keng miqyosda foydalanmasdan XXI asrda biznesda muvaffaqiyat qozonish mumkin emas. Hozirgi kunda axborotni qayta ishlash tezligi va axborot tizimlarining ishonchliligi roli ortib bormoqda. Zamonaviy biznes tizimida elektron tijorat alohida ahamiyatga ega. Turli xil biznes turlarini elektron tijorat bilan qamrab olishning kengayib borishi va uning tobora o'sib borayotgan hajmi zamonaviy tadbirkorlikning eng muhim xususiyatlaridan biriga aylanmoqda. Internet texnologiyalarining imkoniyatlarini o'rganish elektron tijoratga (kengroq ma'noda Internet-biznesga) ilmiy va amaliy qiziqishning ortib borishiga sabab bo'lmoqda.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022 yil 28 yanvardagi PF-60-sonli «2022-2026 yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida» gi farmoni bilan tasdiqlangan «Taraqqiyot strategiyasining» 25-maqsadida: Raqamli iqtisodiyotni asosiy «drayver» sohaga aylantirib, uning hajmini kamida 2,5 baravar oshirishga qaratilgan ishlarni olib borish etib belgilangan.

Tahlillar shuni ko'rsatmoqdaki, hozirgi kunda dunyo aholisining 10 foizi xaridlarni internet tarmog'i orqali amalga oshirmoqda va bu raqam kundan kunga o'sib bormoqda.

1-jadval

2017-2022-yillarda O'zbekiston Respublikasi va Namanagan viloyatida Elektron tijorat jami savdo aylanmasi tahlili

mlrd.so'm

№	Hududlar nomi	2017 y	2018 y	2019 y	2020 y	2021 y	2022 y
1	O‘zbekiston Respublikasi	12,1	40,9	275,3	1 002,5	5 978,7	10886,8
2	Namangan viloyati	0,0	0,2	5,2	19,1	32,7	47,3
Jami Elektron savdoda Namangan viloyati ulushi % da		0,0	0,6	1,9	1,9	0,5	0,4

Tahlil qilinayotgan davr oralig‘ida respublikamizda elektron savdo aylanmasi sezilarli darajada o‘sganligini ko‘rsatmoqda. Jumladan Namangan viloyatida 2018-2022 yillarda elektron savdo aylanmasi 47,1 mlrd so‘mga oshgan. Jami elektron savdoda Namangan viloyatining mazkur davr oralig‘ida o‘zgaruvchan bo‘lib 2019-2020 yillarda 1,9 % ni tashkil etgan bo‘lsa, 2021-2022 yillarda bu ko‘rsatkich 0,5 va 0,4 foizni tashkil etdi. Viloyatda elektron savdo aylanmasi o‘sgan bo‘lishiga qaramasdan Respublikada ulushi pasaydi. Elektron savdoning mazkur davrda bunday yuqori darajada o‘sishini internet tarmog‘idan foydalanuvchilar soni orti va elektron savdoning afzalliklari bilan izohlash mumkin.

Namangan viloyati qurilish materiallari bozorini tahlil qilish natijasida viloyatda qurilish materiallari online savdosi yetarli darajada rivojlanmaganligi va qurilish materiallari ishlab chiqaruvchilar, qurilish materiallar sotuvchilar va qurilish tashkilotlari tomonidan ananaviy savdo usulida ulushi yuqoriligi o‘rganildi. Viloyatda ishlab chiqarilayotgan qurilish materiallari raqobatbardoshligini oshirishda, tranzaksiya xarajatlarini kamaytirishda hamda qurilish materiallari ishlab chiqarish, sotish jarayonlarini tezlatirishda, naqt pulsiz hisob kitoblarni rivojlantirishda Namangan viloyati qurilish materiallari ishlab chiqaruvchilari, sotuvchilari va qurilish tashkilotlari, fuqarolarni birlashtirgan qurilish materiallari onlayn savdo platformasini tashkil etish zarur.

Qurilish materiallari bozorini yanada rivojlantirish va raqobatbardoshligini yanada oshirish uchun sohada raqamli marketing stgateyilaridan keng foydalanish va sun’iy intellekt texnologiyalarini keng joriy qilish lozim.

Qurilish materiallari bozorida raqamli marketing strategiyalari samaradorlikni oshirish va keng auditoriyaga erishish uchun muhim rol o‘ynaydi. Quyida bu bozorda qo‘llanilishi mumkin bo‘lgan asosiy strategiyalar keltirilgan:

Kontent marketing.

Ma’lumot beruvchi kontent: Qurilish materiallari bozorida mijozlar odatda mahsulot sifati va xususiyatlariga katta ahamiyat beradi. Shuning uchun, blog postlar, maqolalar va videolar orqali mahsulotlarning afzalliklari va ularni qo‘llash usullari haqida ma’lumot berish mijozlarning ishonchini qozonadi.

O‘quv materiallari: Qurilish usullari, mahsulotlar haqidagi qo‘llanmalar va maslahatlar orqali foydali kontent yaratish nafaqat auditoriyani jalb qiladi, balki brendni o‘z sohasida ekspert sifatida ko‘rsatadi.

SEO (Qidiruv tizimlarida optimizatsiya qilish)

Qurilish materiallari uchun tegishli kalit so‘zlar yordamida veb-saytlarni qidiruv tizimlarida optimallashtirish orqali organik trafikni jalb qilish. Masalan, “sifatli beton”, “muhandislik uchun materiallar”, “eng yaxshi izolyatsiya materiallari” kabi kalit so‘zlardan foydalanish.

Mahalliy SEO orqali qurilish materiallari bo‘yicha yaqin hududlardagi mijozlarni jalb qilish, masalan, “Namangandagi qurilish materiallari yetkazib beruvchisi.

Ijtimoiy tarmoq marketingi

Instagram, Facebook va telegram kabi platformalar orqali mahsulotlar va loyihalar haqida vizual kontent bilan bo‘lishish. Qurilish materiallarini vizual ko‘rinishda ko‘rsatish (masalan, ishlatilgan joylar, qurilish jarayonlari) mijozlarni qiziqtiradi.

Ma’lumotli postlar va tavsiyalar: Ijtimoiy tarmoqlarda materiallarning afzalliklari, foydalanish usullari yoki joriy tendensiyalar haqida tavsiyalar berish.

Email marketing va mijozlar bilan aloqa

Yangi mahsulotlar va maxsus takliflar haqida mijozlarga xabar berish uchun email marketingdan foydalanish. Mijozlar bazasini segmentatsiya qilib, aniq auditoriyaga mo‘ljallangan takliflarni yuborish va ular bilan aloqalarni mustahkamlash.

Qurilish loyihalari va mahsulot yangiliklari haqidagi tahliliy ma’lumotlar va o‘quv materiallari bilan email xabarnomalar jo‘natish.

Influencer marketing

Qurilish sohasidagi taniqli mutaxassislar yoki ta’sir ko‘rsatuvchi shaxslar bilan hamkorlik qilish orqali mahsulotlarni targ‘ib qilish. Masalan, loyihalash yoki qurilish bo‘yicha mutaxassislar tomonidan mahsulot tavsiyasi. Bunday hamkorlik orqali mahsulotlar haqida ma’lumot yetkazish ishonchni oshiradi va brend imidjini yaxshilaydi.

Video marketing

Mahsulotni tanishtiruvchi videolar: Qurilish materiallarining qanday ishlatilishini yoki ularning xususiyatlarini namoyish etuvchi qisqa videolar yaratish.

Case study yoki mijoz hikoyalari: Haqiqiy qurilish loyihalari yoki mijozlar tajribasi asosida videolar yaratish orqali bo‘lajak mijozlarda mahsulotlarga bo‘lgan qiziqishni oshirish.

Online savdo platformalari va marketpleyslar

Qurilish materiallarini marketpleyslar (masalan, UZUM yoki mahalliy platformalar) orqali sotish. Bu, ayniqsa, kichik va o‘rta hajmdagi ishlab chiqaruvchilar uchun yangi mijozlarga erishish imkoniyatini oshiradi.

E-commerce: Veb-sayt orqali online buyurtmalarni qabul qilish va mijozlarga qulay xizmat ko‘rsatishni taklif etish. Bu turli hududlardagi mijozlar uchun qulaydir.

Sun’iy intellekt asosida maqsadli reklama va mijoz tahlili

Reklama kompaniyalarini optimallashtirish: Sun’iy intellekt vositalari yordamida reklamalarni kerakli auditoriyaga yetkazish va samaradorlikni oshirish.

Mijoz tahlili va segmentatsiya: Ma’lumotlar tahlili orqali mijoz ehtiyojlarini o‘rganib, shunga mos takliflar va xizmatlarni taqdim etish.

Brendni rivojlantirish va ishonchni oshirish

Mijozlar bilan o‘zaro aloqani kuchaytirish: Brend imidjini yaxshilash uchun mijozlar bilan o‘zaro aloqa va shaxsiylashtirilgan yondashuv orqali yuqori darajadagi xizmat ko‘rsatish.

Reyting va sharhlar: Qurilish materiallari bozorida ijobiy mijoz sharhlari brendning ishonchliligini ko‘rsatadi va yangi mijozlarni jalb qilishda yordam beradi.

Mamlakatimizda qurilish materiallari bozorini yanada rivojlantirishda raqamli marketing va sun'iy intellekt texnologiyalaridan foydalanish ko'plab qulayliklar va afzalliklar beradi. Qurilish materiallari bozorini rivojlantirishda raqamli marketing va sun'iy intellekt texnologiyalari katta ahamiyatga ega bo'lib, ularning asosiy jihatlari quyidagilardan iborat.

Raqamli marketing oraqali tadbirkorlik subektlari mijozlarga erishishi.

- Oson aloqani yo'lga qo'yish: Raqamli marketing vositalari, masalan, ijtimoiy tarmoqlar, email marketing va veb-saytlar orqali qurilish materiallari ishlab chiqaruvchi tadbirkorlik subektlari mijozlar bilan oson aloqaga kirishishi mumkin. Bu esa mahsulot va xizmatlar haqida ko'proq ma'lumot olishni, mijozlarning savollariga tez javob berishni va shaxsiy yondashuvni ta'minlaydi.
- Mijozlarga maqsadli reklama yetkazish: Raqamli marketing orqali kerakli auditoriyaga mos reklamalarni yetkazish mumkin, bu esa kompaniyalarning reklama xarajatlarini tejashga va natijani oshirishga yordam beradi. Qurilish materiallari uchun maqsadli reklama qilish bozorni kengaytiradi va yangi mijozlarni oson jalb etadi va ularda korxona haqida ijobiy fikrlar paydo qiladi.

Sun'iy intellekt bilan bozorni tahlil qilish va talabni bashoratlash imkoniyati paydo

bo'ladi.

- Qurilish materiallari bozorini chuqur tahlil qilish: Sun'iy intellekt texnologiyalaridan foydalanish katta hajmdagi ma'lumotlarni o'rganib chiqish va ulardan foydali ma'lumotlar olish imkonini beradi. Bu esa bozor ehtiyojlarini, o'sish tendensiyalarini va mijozlarning afzalliklarini aniqlashda yordam beradi.
- Talabni bashoratlash: Sun'iy intellekt asosidagi tahlillar orqali kelajakdagi talabni aniqlash va mahsulot yetkazib berish jarayonini rejalashtirish osonlashadi. Bu esa ortiqcha ishlab chiqarishni oldini olishga va xarajatlarni kamaytirishga imkon beradi.

Personalizatsiya va mijoz tajribasini yaxshilash

- Mijozlarga shaxsiylashtirilgan takliflar yaratish: sun'iy intellekt yordamida mijozlarning xarid qilish odatlarini tahlil qilish va ularning ehtiyojlariga mos mahsulot va xizmatlarni taklif qilish mumkin. Bu esa tadbirkorlik subyekstlari uchun mijozlar bilan yanada kuchliroq aloqani yo'lga qo'yish imkonini beradi.
- Yuqori darajadagi mijoz tajribasi: Sun'iy intellektli chatbotlar va yordamchilar mijozlarga tez javob qaytarish, ularga maslahat berish va buyurtmalarni tezkor bajarish orqali tajribani yaxshilaydi. Bu esa mijozlarning kompaniyaga ishonchini oshiradi va brendning nufuzini mustahkamlaydi.Mizojlarga hizmat ko'rsatish sifatini oshishiga va ular bilan doimiy aloqalarni ta'minlashga xizmat qiladi.

Marketing strategiyalarini optimallashtirish

- Reklama samaradorligini oshirish: Sun'iy intellekt texnologiyalari reklama kompaniyalarining natijalarini tahlil qilib, eng yaxshi samaraga erishish uchun reklamalarni optimallashtiradi. Bu qurilish materiallari korxonalariga eng samarali strategiyalarni tanlashda yordam beradi.
- Kompaniyalar resurslarini tejamli ishlatish: Sun'iy intellekt marketing faoliyatini avtomatlashtirish va optimallashtirishda yordam beradi, bu esa kompaniyalarga vaqt va mablag'ni tejash imkoniyatini beradi.

Bozorda raqobatbardoshlikni oshirish

- Raqamli marketing va sun’iy intellekt yordamida kompaniyalar raqobatchilardan farq qiluvchi xizmat va mahsulotlarni taklif qilib, bozorda o‘z raqobatbardoshligini oshirishlari mumkin. Bu esa, o‘z navbatida, ularning bozordagi o‘rnini mustahkamlashga yordam beradi.
-

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati.

1.O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022 yil 28 yanvardagi PF-60 sonli «2022-2026 yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida»gi farmoni lex.uz

2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023 yil 11 sentabrdagi PF-158 sonli “O’zbekiston -2030”strategiyasi to’g’risidagi farmoni

2. O’zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi statistika agentligi ma’lumotlari stat.uz