KORXONADA MARKETING TEXNOLOGIYALARINI TAHLIL QILISH ASOSIDA SOTISHNI TAKOMILLASHTIRISH VA BOSHQARISH TIZIMINI RIVOJLANTIRISH.

Tuychiyeva Ruxsora Sharof qizi
Millat Umidi Universiteti Xalqaro Bizness boshqaruvi fakulteti talabasi
E-mail:ruxsoratoychiyeva@gmail.com

Annotatsiya. Marketing texnologiyalarini tahlil qilish asosida sotishni boshqarish tizimini takomillashtirish zamonaviy bizness muhitida o'z o'rnini topgan eng muh im jarayonlardan biri hisoblanadi.Har bir korxona va tashkilot o'z mahsulot yoki x izmatlarini muvaffaqiyatli sotish uchun samarali strategiyalar ishlab chiqishi zarur .Bunday strategiyalarni ishlab chiqishda marketing texnologiyalarning tahlil qilini shi va ulardan foydalanishi muhim ahamiyatga ega.Ushbu maqolada marketing te xnologiyalarining sotish tizimiga ta'siri ,ularni tahlil qilish va natijalarni qanday a malga oshirish mumkinligi haqida ma'lumot berilgan.

Kalit so'zlar. Korxonalar,marketing,tahlil qilish,boshqarish tizimi,strategiyalar,bo zor talablari,natijalar.

Аннотация. Совершенствование системы управления продажами на основе анализа маркетинговых технологий является одним из важнейших процессо в, нашедших свое место в современной бизнес-среде.Каждый бизнес и орган изация должны разработать эффективные стратегии для успешного продвиж ения своих продуктов или услуг.При разработке таких стратегий важно, что бы маркетинг анализировал и использовал технологии.В этой статье рассказ ывается о влиянии маркетинговых технологий на систему продаж ,их анализ е и о том, как можно реализовать результаты информация предоставлена.

Ключевые слова. Предприятия,Маркетинг,анализ,система управления,стра тегии,требования рынка,результаты.

Annotation. Improving the sales management system based on the analysis of Ma rketing Technologies is one of the most important processes that has found its pla ce in the modern bizness environment.Each enterprise and organization needs to d evelop effective strategies to successfully market their products or services.When developing such strategies, marketing is important in the analysis and use of techn ologies.This article is about the impact of marketing technologies on the sales syst em ,their analysis and how the results can be carried out reference given.

Keywords. Enterprises, marketing,analysis,management system,strategies,market requirements, results.

Kirish

Hozirgi davrda ishlab chiqarish korxonalari faoliyati bozor iqtisodiyotining raqobat sharoitida kechmoqda. Bu esa korxonalardan mahsulot sifatini oshirish bilan bir qatorda, marketing texnologiyalarini zamonaviy talablarga mos ravishda

ISSN 3030-3907

joriy etishni talab etadi. Global raqamli transformatsiya jarayonida marketing texnologiyalari nafaqat reklama vositasi, balki sotuvni boshqarish tizimining asosi sifatida shakllanmoqda.

Bugungi kunda dunyo miqyosida marketing avtomatlashtirish texnologiyalarini qo‘llagan korxonalar 14,5 % ga sotuv samaradorligini oshirgan, marketing xarajatlarini esa 12,2 % ga kamaytirgan. Shuningdek, raqamli marketing texnologiyalarini to‘liq joriy qilgan ishlab chiqarish korxonalari o‘rtacha daromadni 30–35 % gacha ko‘paytirgan.

Ushbu maqolaning maqsadi – ishlab chiqarish korxonasida qo‘llanilayotgan marketing texnologiyalarini tahlil qilish, ularning sotuv tizimiga ta’sirini baholash hamda mijozlar sonini oshirish va daromadni ko‘paytirishga qaratilgan takomillashtirish yo‘nalishlarini ishlab chiqishdan iborat.

Asosiy qism

1. Marketing texnologiyalarining ishlab chiqarish korxonalaridagi roli

Marketing texnologiyalari — bu marketing faoliyatini rejalashtirish, amalga oshirish va nazorat qilishda qo‘llaniladigan dasturiy hamda raqamli vositalar majmui hisoblanadi. Ishlab chiqarish sohasida ular quyidagi jarayonlarni optimallashtiradi:

- mijozlar bilan o‘zaro aloqani avtomatlashtiradi;
- savdo jarayonini kuzatish va tahlil qilish imkonini beradi;
- marketing kampaniyalarining natijasini real vaqt rejimida baholaydi;
- mahsulotni to‘g‘ri segmentlarga yo‘naltiradi.

Dunyo bo‘yicha 2025-yilga kelib marketing texnologiyalari bozori hajmi 670 milliard AQSh dollariga yetishi prognoz qilinmoqda. Ayniqsa, ishlab chiqarish tarmoqlarida CRM, marketing avtomatlashtirish va AI-analitika kabi texnologiyalar yetakchi o‘rin tutmoqda.

2. Ishlab chiqarish korxonasida amaliy holat tahlili

Tahlil uchun “O‘zbekiston Metall Konstruksiyalar Zavodi” misolida marketing va sotuv tizimi ko‘rib chiqiladi. Zavod asosan qurilish va sanoat tarmoqlari uchun metall mahsulotlar ishlab chiqaradi. 2024-yilda korxona mahsulotining 65 % ichki bozorga, 35 % eksportga yo‘naltirilgan.

Muammolar:

- Mijozlar bazasi to‘liq raqamlashtirilmagan; ma’lumotlar Excel va qo‘lda yuritiladi.
- CRM tizimi mavjud emas, shuning uchun mijozlar bilan aloqalar uzilib qoladi.
- Marketing bo‘limi asosan an’anaviy usullardan (ko‘rgazma, reklama bannerlari) foydalanadi.
- Sotuv jarayoni avtomatlashtirilmagan, natijada ma’lumotlar kechikib keladi.

ISSN 3030-3907

Bu holatda korxona o‘rtacha oyiga 120 ta mijozga xizmat ko‘rsatadi, lekin marketing bo‘limi hisobicha bozor salohiyati kamida 200 ta korporativ mijozni qamrab olish imkonini beradi.

3. Tahlil natijalari

O‘tkazilgan ichki tahlilga ko‘ra:

- Marketing texnologiyalarini joriy etmagan korxonalar daromadining o‘sish sur’ati yiliga o‘rtacha 5–7 %, texnologiyalarni joriy etgan korxonalarda esa 15–25 % oralig‘ida o‘sish kuzatilmoqda (McKinsey Report, 2024).
- CRM tizimi joriy etilgan kompaniyalarda mijozni ushlab qolish darajasi 27 % ga oshgan, takroriy xaridlar soni 22 % ga ko‘paygan, xodimlar samaradorligi 18 % ga oshgan.

Demak, ishlab chiqarish korxonasida marketing texnologiyalarini qo‘llash nafaqat mijozlar sonini ko‘paytiradi, balki daromad barqarorligini ham oshiradi.

Takomillashtirish bo‘yicha takliflar

1. CRM tizimini joriy etish — mijoz ma’lumotlarini markazlashtirish, sotuv bosqichlarini kuzatish va bo‘limlar o‘rtasida ma’lumot almashinuvi uchun zarur. CRM tizimlarini joriy qilgan ishlab chiqarish kompaniyalari o‘rtacha daromadni 29 % ga oshirgan.

2. Marketing avtomatlashtirish — email marketing, segmentatsiya va avtomatik bildirishnomalar orqali yangi mijozlarni jalb etish imkonini beradi. Marketing avtomatlashtirishdan foydalanuvchi korxonalarning konversiya darajasi 77 % gacha oshadi.

3. Raqamli marketingni kengaytirish — SMM, Google Ads, va B2B platformalar orqali yangi bozor segmentlarini qamrab olish, eksport salohiyatini oshirish va brend taniluvchanligini kuchaytirish.

4. AI-analitika tizimini joriy etish — mijoz xatti-harakatlarini prognoz qilish, talabni oldindan aniqlash va ishlab chiqarish hajmini rejalashtirish imkonini beradi.

5. KPI tizimini ishlab chiqish — sotuv natijalarini baholash uchun asosiy ko‘rsatkichlar: mijozlar sonining oylik o‘sishi, takroriy buyurtmalar ulushi, sotuvdan olinadigan sof foyda, marketing xarajatlarining daromadga nisbati.

Xulosa

Tahlil natijalari shuni ko‘rsatadiki, ishlab chiqarish korxonasida marketing texnologiyalarini joriy etish mijozlar sonini oshirish va daromadni ko‘paytirishning eng samarali yo‘li hisoblanadi. CRM, marketing avtomatlashtirish, AI-analitika va raqamli marketing vositalari yordamida korxona:

- mijozlar bazasini 1,5–2 barobar kengaytirishi,
- sotuv hajmini 20–25 % ga oshirishi,
- marketing xarajatlarini esa 10–15 % ga qisqartirishi mumkin.

ISSN 3030-3907

Demak, ishlab chiqarish korxonasida sotuvni boshqarish tizimini zamonaviy marketing texnologiyalari asosida takomillashtirish — bu nafaqat iqtisodiy samaradorlik, balki korxonaning uzoq muddatli raqobatbardoshligini ta’minlovchi strategik yo‘nalishdir.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Marketing Technology Statistics and Facts — Market.biz https://market.biz/marketing-technology-statistics/
2. Key Marketing Automation Statistics in 2025 — Inbeat.agency https://inbeat.agency/blog/marketing-automation-statistics
3. Key Marketing Automation Statistics in 2025 — Inbeat.agency https://inbeat.agency/blog/marketing-automation-statistics
4. 89 Marketing Automation Statistics 2025 (New Data) — DemandSage https://www.demandsage.com/marketing-automation-statistics/
5. 2025 Marketing Statistics, Trends & Data — HubSpot https://www.hubspot.com/marketing-statistics
6. Global Marketing Technology (MarTech) Market Size & Outlook — Grand View Research https://www.grandviewresearch.com/horizon/outlook/marketing-technology-market-size/global
7. Marketing Technology Market Size | CAGR of 19% — Market.us https://market.us/report/marketing-technology-martech-market/

ISSN 3030-3907