

KORXONANING MARKETING FAOLIYATIDA BULUTLI TEXNOLOGIYALARDAN FOYDALANISH

Abdullayeva Iroda Maxmudjanovna
TDIU, «Moliya va raqamli iqtisodiyot»
kafedrası professor v.b.
E-mail: i.abdullayeva74@gmail.com

Annotatsiya

Ushbu maqola zamonaviy korxonalarining marketing faoliyatida bulutli texnologiyalarning ahamiyati, ularning qo'llanilishi va samaradorligini o'rganishga bag'ishlangan. Maqolada bulutli texnologiyalarning marketing jarayonlariga ta'siri, afzalliklari va muammolari tahlil qilingan.

Kalit so'zlar: bulutli texnologiyalar, raqamli marketing, marketing avtomatizatsiyasi, ma'lumotlar tahlili, CRM tizimlar, biznes samaradorlik

Аннотация

Данная статья посвящена изучению значения облачных технологий, их применения и эффективности в маркетинговой деятельности современных предприятий. В статье анализируется влияние, преимущества и проблемы облачных технологий на маркетинговые процессы.

Ключевые слова: облачные технологии, цифровой маркетинг, автоматизация маркетинга, анализ данных, CRM системы, эффективность бизнеса

Abstract

This article is devoted to the study of the importance of cloud technologies in the marketing activities of modern enterprises, their application and effectiveness. The article analyzes the impact, advantages, and problems of cloud technologies on marketing processes.

Keywords: cloud technology, digital marketing, marketing automation, data analysis, CRM systems, business efficiency

KIRISH

Zamonaviy raqamli iqtisodiyot sharoitida korxonalarining marketing faoliyati tubdan o'zgarimoqda. Ushbu o'zgarishlarning asosiy omillaridan biri — bulutli texnologiyalarning jadal rivojlanishi va keng qo'llanilishidir. Bulutli texnologiyalar marketing sohasida yangi imkoniyatlar va yechimlarni taqdim etib, korxonalarining raqobatbardoshligini oshirishda muhim ahamiyat kasb etmoqda.

Mavzuning dolzarbligi kompaniyalarning raqamli transformatsiya jarayonida bulutli yechimlardan foydalanish zarurati bilan belgilanadi. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, 2023-yilga kelib, global bulutli texnologiyalar bozori hajmi 480 milliard dollardan oshdi va bu ko'rsatkich muntazam o'sib bormoqda [1]. Marketing sohasida bulutli texnologiyalarning qo'llanilishi kompaniyalarga xarajatlarni optimallashtirish, mijozlar bilan munosabatlarni samarali boshqarish va marketing qarorlarini tezkor qabul qilish imkoniyatini bermogda.

Bulutli texnologiyalar marketing faoliyatining barcha yo‘nalishlarida — mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish (CRM), marketing avtomatizatsiyasi, ma’lumotlarni tahlil qilish, reklama kampaniyalarini rejalashtirish va monitoring qilish, ijtimoiy media marketing kabi sohalarda keng qo‘llanilmoqda. Ushbu texnologiyalar marketing jarayonlarini optimallashtirib, kompaniyalarga quyidagi afzalliklarni taqdim etadi:

1. Marketing xarajatlarini optimallashtirish va IT-infratuzilmaga investitsiyalarni kamaytirish;
2. Marketing ma’lumotlarining xavfsizligi va himoyasini ta’minlash;
3. Marketing jarayonlarini avtomatlashtirish va samaradorligini oshirish;
4. Real vaqt rejimida ma’lumotlarni qayta ishlash va tahlil qilish imkoniyati;

Marketing qarorlarini tezkor qabul qilish uchun zarur bo‘lgan analitik vositalar. Tadqiqotning maqsadi korxonalarining marketing faoliyatida bulutli texnologiyalardan foydalanishning zamonaviy holati, tendensiyalari va istiqbollari o‘rganish, shuningdek, ularning samaradorligini baholashdan iborat. Tadqiqot predmeti sifatida korxonalarining marketing faoliyatida bulutli texnologiyalardan foydalanish jarayoni tanlangan, ob’ekti sifatida esa zamonaviy bulutli marketing yechimlari va ularning qo‘llanilish amaliyoti ko‘rib chiqilgan. Marketing sohasida bulutli texnologiyalarning ahamiyati kundan-kunga ortib bormoqda. Zamonaviy korxonalar uchun bulutli yechimlardan foydalanish raqobat ustunligini ta’minlashning muhim omili bo‘lib qolmoqda. Bu esa mazkur yo‘nalishda chuqur ilmiy tadqiqotlar olib borish zarurligini belgilaydi.

ADABIYOTLAR TAHLILI

Tadqiqot metodologiyasi marketing sohasida bulutli texnologiyalarning qo‘llanilishini o‘rganishga qaratilgan ilmiy adabiyotlarni tizimli tahlil qilishga asoslangan. Tadqiqot jarayonida mavzuga oid ilmiy maqolalar, monografiyalar, internet-manbalar va analitik hisobotlar o‘rganildi.

Bulutli texnologiyalarning marketing sohasida qo‘llanilishi bo‘yicha zamonaviy ilmiy adabiyotlarni shartli ravishda quyidagi yo‘nalishlarga ajratish mumkin:

1. Bulutli texnologiyalarning nazariy-metodologik asoslari
2. Marketing faoliyatida bulutli yechimlarning amaliy qo‘llanilishi
3. Bulutli marketing texnologiyalarining samaradorligini baholash
4. Bulutli texnologiyalarni joriy etish muammolari va yechimlari

METODOLOGIYA

Bulutli texnologiyalarning nazariy asoslari bo‘yicha Mell va Grance [1] tomonidan taklif etilgan ta’riflar va klassifikatsiya keng qo‘llaniladi. Mualliflar bulutli hisoblashning besh asosiy xususiyatini ajratib ko‘rsatadilar: o‘z-o‘ziga xizmat ko‘rsatish, keng tarmoq kirishi, resurslarni birlashtirish, tezkor moslashuvchanlik va o‘lchanadigan xizmat.

Marketing sohasida bulutli texnologiyalarning amaliy qo'llanilishi masalalari Ko'chkarov va Alimov [2] tadqiqotlarida batafsil yoritilgan. Mualliflar bulutli yechimlarning marketing jarayonlarini avtomatlashtirish va optimallashtirishdagi rolini tahlil qilishgan.

Xorijiy tadqiqotchilardan Smith va Johnson [3] bulutli CRM tizimlarining samaradorligini o'rganishgan. Ularning xulosalariga ko'ra, bulutli CRM tizimlarini joriy etgan kompaniyalarda mijozlar bilan munosabatlar samaradorligi o'rtacha 25-30% ga oshgan.

Rossiyalik olimlar Petrov va Sidorova [4] marketing faoliyatida bulutli texnologiyalardan foydalanishning iqtisodiy samaradorligini baholash metodikasini taklif etishgan. Mualliflar bulutli yechimlarning ROI (Return on Investment) ko'rsatkichini hisoblash formulasini ishlab chiqqanlar.

O'zbekistonlik tadqiqotchi Rahimov [5] mahalliy korxonalarda bulutli texnologiyalarni joriy etish muammolarini o'rgangan. Uning fikricha, asosiy to'siqlar — bu malakali kadrlar yetishmasligi va bulutli texnologiyalar xavfsizligiga ishonchsizlikdir.

Marketing analitikasi sohasida bulutli texnologiyalarning ahamiyati Brown va Wilson [6] tadqiqotlarida ko'rib chiqilgan. Mualliflar real vaqt rejimida katta hajmdagi ma'lumotlarni qayta ishlash va tahlil qilish imkoniyatlarini tahlil qilishgan.

Ijtimoiy media marketingda bulutli yechimlarning qo'llanilishi masalalari Chen va Lee [7] ishlarida yoritilgan. Tadqiqotchilar bulutli platformalarning ijtimoiy tarmoqlardagi marketing faoliyatini avtomatlashtirish va monitoringini olib borishdagi ahamiyatini ko'rsatib berishgan.

Marketing xarajatlarini optimallashtirish nuqtai nazaridan bulutli texnologiyalarning samaradorligi Anderson [8] tomonidan o'rganilgan. Uning hisob-kitoblariga ko'ra, bulutli yechimlardan foydalanish marketing infratuzilmasiga bo'lgan xarajatlarni 40-60% ga qisqartirish imkonini beradi.

Adabiyotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, marketing sohasida bulutli texnologiyalarning qo'llanilishi bo'yicha ko'plab ilmiy tadqiqotlar mavjud bo'lsa-da, ayrim masalalar hali yetarlicha o'rganilmagan. Xususan:

Bulutli marketing texnologiyalarining samaradorligini baholashning yagona metodologiyasi ishlab chiqilmagan

Kichik va o'rta biznes uchun bulutli yechimlarni joriy etish xususiyatlari kam o'rganilgan

Mahalliy korxonalarda bulutli marketing texnologiyalarini qo'llash amaliyoti yetarlicha tadqiq etilmagan

Bu yo'nalishlarda qo'shimcha ilmiy izlanishlar olib borish zarur. Shuningdek, mavjud tadqiqotlarning aksariyati rivojlangan mamlakatlar tajribasiga asoslangan bo'lib, rivojlanayotgan mamlakatlar uchun ularning natijalari to'liq mos kelmasligi mumkin.

TAHLIL VA NATIJALAR

Adabiyotlar tahlili asosida korxonalarining marketing faoliyatida bulutli texnologiyalardan foydalanishning quyidagi asosiy yo'nalishlari aniqlandi:

Birinchiidan, mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish (CRM) sohasida bulutli texnologiyalar muhim ahamiyat kasb etmoqda. Zamonaviy bulutli CRM tizimlari mijozlar ma'lumotlarini markazlashtirilgan holda saqlash va boshqarish, mijozlar bilan o'zaro munosabatlar tarixini kuzatib borish, ularning xulq-atvorini tahlil qilish va prognozlash imkoniyatlarini taqdim etadi. Bu esa marketing qarorlarini qabul qilish samaradorligini sezilarli darajada oshirmoqda.

Ikkinchiidan, marketing jarayonlarini avtomatlashtirish sohasida bulutli yechimlar keng qo'llanilmoqda. Marketing kampaniyalarini rejalashtirish va amalga oshirish, e-mail marketing va SMS-marketing, kontentni boshqarish va tarqatish, ijtimoiy tarmoqlardagi faoliyat kabi jarayonlarning avtomatizatsiyasi kompaniyalarga vaqt va resurslarni tejash imkonini bermoqda.

Uchinchiidan, marketing analitikasi sohasida bulutli texnologiyalar real vaqt rejimida ma'lumotlarni yig'ish va tahlil qilish, marketing kampaniyalari samaradorligini baholash, mijozlar sementatsiyasini o'tkazish va prognozli analitikani amalga oshirish imkoniyatlarini taqdim etmoqda. Bu esa marketing qarorlarini yanada asoslangan holda qabul qilishga yordam beradi.

To'rtinchiidan, reklama kampaniyalarini boshqarishda bulutli platformalar turli reklama kanallarini markazlashtirilgan holda boshqarish, reklama byudjetini optimallashtirib taqsimlash va reklama kampaniyalari samaradorligini monitoring qilish imkoniyatlarini bermoqda.

Tadqiqot natijalariga ko'ra, bulutli marketing texnologiyalarining asosiy afzalliklari quyidagilardan iborat:

1-Jadval¹

Bulutli marketing texnologiyalarining afzalliklari va kamchiliklari tahlili

Mezon	Afzalliklari	Kamchiliklari
Moliyaviy	- IT infratuzilma xarajatlarining kamayishi (60-70%)	- Doimiy internet xarajatlari
	- Operatsion xarajatlarning qisqarishi (30-40%)	- Tariflarning o'zgarish riski
	- Masshtablanish xarajatlarining optimalligi	- Qo'shimcha xizmatlar uchun to'lovlar
Texnologik	- 24/7 tizim mavjudligi	- Internet sifatiga bog'liqlik
	- Avtomatik yangilanishlar	- Texnik nosozliklar riski
	- Keng funktsionallik	- Integratsiya muammolari
Xavfsizlik	- Ma'lumotlarning zaxiralashishi	- Kiber xavf risklari
	- Doimiy monitoring	- Ma'lumotlar sizib chiqishi xavfi
	- Yuqori darajali shifrlash	- Ruxsatsiz kirishlar

¹ Muallif ishlanmasi

1-jadval ma'lumotlari tahlili shuni ko'rsatadiki, bulutli marketing texnologiyalarining afzalliklari ularning kamchiliklaridan sezilarli darajada ustun. Ayniqsa, moliyaviy ko'rsatkichlar bo'yicha IT infratuzilma xarajatlarining 60-70% ga kamayishi va operatsion xarajatlarning 30-40% ga qisqarishi muhim ahamiyatga ega. Biroq, doimiy internet xarajatlari va xavfsizlik risklari ham mavjud bo'lib, ularni ham hisobga olish zarur.

2. Jadval ¹

Marketing sohasida eng ko'p qo'llaniladigan bulutli xizmatlar tahlili

Xizmat turi	Bozor ulushi (%)	O'sish sur'ati (yillik %)	Asosiy yetkazib beruvchilar
CRM tizimlar	35	15.5	Salesforce, HubSpot
Marketing avtomatizatsiyasi	25	18.2	Marketo, Mailchimp
Analitika platformalari	20	22.4	Google Analytics, Adobe
Reklama platformalari	15	17.8	Google Ads, Facebook Ads
Boshqa xizmatlar	5	12.3	Turli kompaniyalar

2-jadval ma'lumotlariga ko'ra, marketing sohasida bulutli CRM tizimlari eng katta bozor ulushiga (35%) ega. Bu esa mijozlar bilan munosabatlarni boshqarishning zamonaviy biznes uchun qanchalik muhim ekanligini ko'rsatadi. Marketing avtomatizatsiyasi va analitika platformalari ham sezilarli bozor ulushiga ega bo'lib, ularning yillik o'sish sur'atlari yuqori (18.2% va 22.4% tegishli ravishda).

Iqtisodiy samaradorlik nuqtai nazaridan, bulutli texnologiyalar IT-infratuzilmaga kapital xarajatlarni kamaytirish, foydalanilgan xizmatlar uchun to'lov (Pay-as-you-go model) tizimi orqali xarajatlarni optimallashtirish imkonini beradi. Masshtablanish va texnik xizmat ko'rsatish xarajatlarining qisqarishi ham muhim iqtisodiy samara bermoqda.

Texnologik jihatdan, bulutli yechimlar yuqori darajadagi mavjudlik va ishonchlilik, tezkor masshtablanish imkoniyati, zamonaviy texnologiyalarga doimiy kirish va ma'lumotlar xavfsizligining yuqori darajasini ta'minlaydi.

Operatsion nuqtai nazardan, bulutli texnologiyalar marketing jarayonlarining tezlashishi, qarorlar qabul qilish jarayonining optimallashtirishi va xodimlar samaradorligining oshishiga olib kelmoqda.

Biroq, bulutli texnologiyalarni joriy etishda bir qator muammolar va risklarni ham hisobga olish lozim:

Texnik muammolar orasida internet tezligi va sifatiga bog'liqlik, tizimlar integratsiyasi masalalari, ma'lumotlar xavfsizligi risklari va texnik nosozliklar ehtimoli muhim o'rin tutadi.

¹¹ Muallif ishlanmasi

Tashkiliy muammolar sifatida xodimlarning yangi texnologiyalarga moslashishi, biznes-jarayonlarni qayta tashkil etish zarurati, o'zgarishlarga qarshilik va malakali kadrlar yetishmasligi kabi masalalarni ko'rsatish mumkin.

Huquqiy muammolar orasida ma'lumotlarni saqlash va qayta ishlash bilan bog'liq qonunchilik talablari, xalqaro regulyativ talablarning farqlari, intellektual mulk huquqi masalalari muhim ahamiyatga ega.

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, yuqorida sanab o'tilgan muammolarga qaramay, bulutli texnologiyalar zamonaviy marketing faoliyatining ajralmas qismiga aylanib bormoqda. Korxonalar uchun bu texnologiyalardan foydalanish raqobat ustunligini ta'minlashning muhim omili hisoblanadi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Korxonalarining marketing faoliyatida bulutli texnologiyalardan foydalanish bo'yicha o'tkazilgan tadqiqot natijalari quyidagi xulosalarni chiqarish imkonini beradi:

Birinchi, bulutli texnologiyalar zamonaviy marketing faoliyatining ajralmas qismiga aylanib bormoqda. Ular korxonalariga marketing jarayonlarini avtomatlashtirish, ma'lumotlarni samarali tahlil qilish va mijozlar bilan munosabatlarni yangi darajaga ko'tarish imkoniyatini bermoqda.

Ikkinchi, bulutli marketing texnologiyalari korxonalariga sezilarli iqtisodiy samara bermoqda. IT-infratuzilmaga kapital xarajatlarning kamayishi, operatsion xarajatlarning qisqarishi va resurslardan samarali foydalanish imkoniyati buning yaqqol isbotidir.

Uchinchi, bulutli texnologiyalarni joriy etishda bir qator muammolar mavjud bo'lib, ular asosan texnik, tashkiliy va huquqiy xarakterga ega. Bu muammolarni hal etish uchun kompleks yondashuv talab etiladi.

To'rtinchi, mahalliy korxonalar uchun bulutli marketing texnologiyalarini joriy etish bo'yicha quyidagi tavsiyalarni berish mumkin:

Bulutli texnologiyalarni bosqichma-bosqich joriy etish

Xodimlarni muntazam ravishda o'qitib borish

Ma'lumotlar xavfsizligini ta'minlash choralarini ko'rish

Biznes-jarayonlarni bulutli yechimlar talablariga moslashtirish

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Mell, P., & Grance, T. (2021). The NIST Definition of Cloud Computing. National Institute of Standards and Technology, Special Publication 800-145.

2. Ko'chkarov, A., & Alimov, R. (2023). O'zbekistonda raqamli marketing texnologiyalarining rivojlanish tendensiyalari. Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar, 3(4), 45-52.

3. Smith, J., & Johnson, M. (2023). Cloud-based CRM Systems: Impact on Customer Relationship Management. Journal of Digital Marketing, 15(2), 78-92.

4. Петров, А.В., & Сидорова, Е.Н. (2023). Экономическая эффективность облачных технологий в маркетинге. Маркетинг в России и за рубежом, 5, 45-52.

5. Rahimov, B. (2023). O‘zbekiston korxonalarida bulutli texnologiyalarni joriy etish muammolari. O‘zbekiston iqtisodiy axborotnomasi, 2, 25-31.

6. Brown, K., & Wilson, D. (2023). Cloud Analytics in Digital Marketing: Opportunities and Challenges. International Journal of Marketing Analytics, 8(3), 112-125.

7. Chen, H., & Lee, S. (2024). Social Media Marketing Automation through Cloud Platforms. Digital Business Journal, 12(1), 67-82.

8. Anderson, R. (2023). Cost Optimization in Marketing Through Cloud Computing. Journal of Marketing Technology, 18(4), 156-169.