INTERNATIONAL JOURNAL OF SCIENTIFIC RESEARCHERS
ISSN: 3030-332X Impact factor: 9,493 Volume 17, issue 1, Aprel 2026
https://wordlyknowledge.uz/index.php/IJSR worldly knowledge
Index: google scholar, research gate, research bib, zenodo, open aire.
https://scholar.google.com/scholar?hl=ru&as_sdt=0%2C5&q=wosjournals.com&btnG
https://www.researchgate.net/profile/Worldly-Knowledge
https://journalseeker.researchbib.com/view/issn/3030-332X

MARKETINGDA MA'LUMOTLAR TAHLILI VA AKADEMIK KO'NIKMALAR UYG'UNLIGI

Kalanova Mohigul Baxritdinova

Samarqand iqtisodiyot va servis institute, "Marketing " kafedrasi dotsenti

Aslamqulov Azizjon Amriddinovich

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti talabasi

Annotatsiya.

Ushbu maqolada raqamli iqtisodiyot sharoitida marketing ma'lumotlarini tahlil qilish jarayonida akademik ko'nikmalarning ahamiyati yoritilgan. Ma'lumotlar bilan ishlash nafaqat texnik vositalarni bilishni, balki tanqidiy fikrlash, tizimli tahlil va ilmiy yondashuvni ham talab etadi. Maqolada nazariy bilimlar va amaliy tahlilning sintezi marketing strategiyalarining samaradorligini qanday oshirishi tahlil qilingan.

Kirish so'zlar: ma'lumotlar tahlili, prognoz qilish, tanqidiy fikrlash, marketing segmentlari, reklama samaradorligini oshirish, tahliliy yondashuv, marketing strategiyalarini optimallashtirish

Kirish.

Hozirgi globallashuv va raqamli iqtisodiyot sharoitida marketing sohasi tubdan o'zgarib bormoqda. An'anaviy marketing usullarining o'rnini tobora ko'proq ma'lumotlarga asoslangan, analitik yondashuvlar egallamoqda. Internet, ijtimoiy tarmoqlar va raqamli platformalar orqali katta hajmdagi ma'lumotlar (Big Data) shakllanmoqda. Ushbu ma'lumotlarni to'g'ri yig'ish, qayta ishlash va tahlil qilish marketing strategiyalarini ishlab chiqishda hal qiluvchi omilga aylanmoqda. Shu bilan birga, ma'lumotlarning ko'pligi ularni to'g'ri tushunish va samarali foydalanishni murakkablashtiradi. Bu jarayonda oddiy texnik bilimlar yetarli emas. Balki chuqur tahliliy fikrlash, muammoga ilmiy yondashuv, dalillarga asoslangan qaror qabul qilish kabi akademik ko'nikmalar zarur bo'ladi. Akademik ko'nikmalar nafaqat nazariy bilimlarni egallashda, balki amaliy faoliyatda ham yuqori samaradorlikni ta'minlaydi. Mazkur maqolaning asosiy maqsadi marketingda ma'lumotlar tahlilining o'rni va ahamiyatini ochib berish hamda uni samarali amalga oshirishda akademik ko'nikmalarning rolini yoritishdan iborat.

Asosiy qism.

Bugungi kunda marketing mutaxassisidan faqat reklama yaratish yoki mahsulotni sotish emas, balki ma'lumotlarni tahlil qilish orqali mijoz ehtiyojlarini aniqlash, bozor tendensiyalarini prognoz qilish va strategik qarorlar qabul qilish talab etilmoqda. Bu esa marketing va akademik ko'nikmalar o'rtasidagi uzviy bog'liqlikni yanada kuchaytiradi. Marketingda ma'lumotlar tahlili iste'molchilar xulq-atvorini o'rganish, bozor tendensiyalarini aniqlash va raqobatchilar faoliyatini baholash imkonini beradi. Big Data, CRM tizimlari va analitik platformalar yordamida kompaniyalar mijozlar ehtiyojlarini aniqroq tushunib, individual yondashuvni amalga oshiradi.

Ma'lumotlar tahlili quyidagi imkoniyatlarni yaratadi:

- Mijozlar segmentatsiyasini amalga oshirish
- Marketing strategiyalarini optimallashtirish
- Sotuv hajmini prognoz qilish
- Reklama samaradorligini baholash

Natijada, tashkilotlar resurslardan samarali foydalanib, yuqori natijalarga erishadi.

Akademik ko‘nikmalar tushunchasi va ularning ahamiyati

Akademik ko‘nikmalar – bu ilmiy faoliyatni olib borish va bilimlarni tizimli ravishda o‘zlashtirishga yordam beradigan kompetensiyalar majmui hisoblanadi. Ularga quyidagilar kiradi:

- Tanqidiy fikrlash
- Tahliliy yondashuv
- Axborotni izlash va saralash
- Ilmiy yozuv ko‘nikmalari
- Dalillarga asoslangan xulosa chiqarish

Bu ko‘nikmalar nafaqat ta’lim jarayonida, balki amaliy sohalarda, xususan marketingda ham muhim ahamiyat kasb etadi.

Marketing va akademik ko‘nikmalar uyg‘unligi

Marketingda ma’lumotlar tahlilini samarali amalga oshirish uchun akademik ko‘nikmalar zarur. Masalan: Tanqidiy fikrlash – ma’lumotlarning ishonchliligini baholashda yordam beradi. Tahliliy yondashuv – murakkab ma’lumotlar to‘plamidan muhim xulosalar chiqarishga imkon beradi. Ilmiy metodologiya – tadqiqotlarni to‘g‘ri tashkil etishda muhim.

Marketing mutaxassisi nafaqat texnik vositalardan foydalanishi, balki olingan natijalarni to‘g‘ri talqin qilishi ham kerak. Bu esa aynan akademik tayyorgarlik bilan bog‘liq. Masalan: kompaniya yangi mahsulotni bozorga chiqarishdan oldin mijozlar fikrini o‘rganadi. So‘rovnomalar, ijtimoiy tarmoqlardagi fikrlar va sotuv ma’lumotlari tahlil qilinadi. Agar ushbu jarayon akademik yondashuv asosida olib borilsa:

- Ma’lumotlar to‘g‘ri yig‘iladi
- Tahlil xatolardan holi bo‘ladi
- Xulosalar asosli va ishonchli bo‘ladi

Natijada marketing strategiyasi samaradorligi oshadi.

Xulosa.

Xulosa qilib aytganda, marketingda ma’lumotlar tahlili zamonaviy biznesning ajralmas qismiga aylangan. Har qanday tashkilot muvaffaqiyatga erishishi uchun u nafaqat mahsulot yoki xizmat sifatiga, balki to‘plangan ma’lumotlardan qanday foydalanishiga ham bog‘liqdir. To‘g‘ri tahlil qilingan ma’lumotlar kompaniyaga aniq strategiya ishlab chiqish, mijozlar ehtiyojlarini chuqur anglash va bozorda raqobatbardosh bo‘lish imkonini beradi. Biroq ma’lumotlar tahlilining samaradorligi bevosita inson omiliga, ya’ni mutaxassisning bilim va ko‘nikmalariga bog‘liq. Aynan akademik ko‘nikmalar – tanqidiy fikrlash, tahliliy yondashuv,

ISSN: 3030-332X Impact factor: 9,493 Volume 17, issue 1, Aprel 2026
https://wordlyknowledge.uz/index.php/IJSR worldly knowledge
Index: google scholar, research gate, research bib, zenodo, open aire.
https://scholar.google.com/scholar?hl=ru&as_sdt=0%2C5&q=wosjournals.com&btnG
https://www.researchgate.net/profile/Worldly-Knowledge
https://journalseeker.researchbib.com/view/issn/3030-332X

ilmiy asoslangan qaror qabul qilish – marketing faoliyatining sifatini oshiradi. Ushbu ko‘nikmalar yordamida marketing mutaxassisi nafaqat ma’lumotlarni yig‘adi, balki ularni chuqur tahlil qilib, to‘g‘ri xulosalar chiqaradi. Shuningdek, akademik yondashuv marketingda xatoliklarni kamaytirish, noto‘g‘ri qarorlar qabul qilishning oldini olish va uzoq muddatli strategiyalarni shakllantirishda muhim rol o‘ynaydi. Bu esa kompaniyaga barqaror rivojlanish va yuqori natijalarga erishishda yordam beradi. Umuman olganda, marketingda ma’lumotlar tahlili va akademik ko‘nikmalar uyg‘unligi zamonaviy mutaxassislar uchun zaruriy talab hisoblanadi. Kelajakda ushbu ikki yo‘nalishning yanada integratsiyalashuvi marketing sohasining rivojlanishida muhim omil bo‘lib xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. To’xtayev B. Menejment asoslari Toshkent: Iqtisodiyot nashriyoti,2016
2. Ishmuhamedov R., Yuldashev M. “Ta’lim va tarbiyada innovatsion pedagogik texnologiyalar”. O’quv qo’llanma. T.:, 2013.
3. N.Sayidahmedov. Yangi pedagogik texnologiyalar. – T.: Moliya, 2003.
4. Will personalized e-learning increase deep learning in higher education? S.Manzanares, M.C.Garcia Osorio, C.I.Diez Pastor, J.F.Martin Anton. Information Discovery and Delivery. 47 (1) 53-63 pages.
5. Mirxodjayeva, D. B. (2025). Akademik ko‘nikmalar va kasbiy kompetentlik fanining kasbiy faoliyatdagi ahamiyati. Innovations in Science and Technologies, 2(3), 1075–1081. Innoist