

Арзиева Севинч Шомурот кизи

независимый исследователь

Самаркандский институт экономики и сервиса

г. Самарканд, Республика Узбекистан

ПЕРСПЕКТИВЫ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ДОСТИЖЕНИЙ В УПРАВЛЕНИИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ПО ПРОИЗВОДСТВУ КОВРОВ

Аннотация: в статье проанализированы роль и значение современных технологических достижений в повышении эффективности маркетинговой деятельности и управлении ею на предприятиях по производству ковров. Рассмотрено влияние цифрового маркетинга, CRM-систем, искусственного интеллекта и платформ электронной коммерции на повышение конкурентоспособности предприятий.

Ключевые слова: маркетинг, технологические достижения, CRM, искусственный интеллект, электронная коммерция.

В условиях современной глобализации и цифровой экономики конкурентоспособность производственных предприятий зависит не только от качества продукции, но и непосредственно от эффективности маркетинговой деятельности. В ковровой промышленности быстрое изменение рыночных требований требует вывода маркетинга на новый уровень. Необходимо проводить глубокий анализ рынка с использованием современных технологий и налаживать эффективное взаимодействие с клиентами. Основная цель данного исследования заключается в определении перспектив технологических достижений в управлении маркетингом на предприятиях по производству ковров.

В Республике Узбекистан системно уделяется особое внимание развитию маркетинговой деятельности на производственных предприятиях на основе современных технологий. В частности, в соответствии с Указом Президента №ПФ-6079 принятие стратегии «Цифровой Узбекистан – 2030» создало институциональную основу для масштабной цифровизации отраслей экономики,

внедрения информационно-коммуникационных технологий, а также развития инфраструктуры электронной коммерции. В данном документе эффективное использование инструментов цифрового маркетинга, оптимизация взаимодействия с потребителями и автоматизация бизнес-процессов определены в качестве приоритетных задач.

Филип Котлер является одним из основателей теории маркетинга, и в его труде «Marketing Management» глубоко проанализированы цифровая трансформация современного маркетинга, создание ценности для клиентов и управление брендом. По мнению Котлера, цифровые технологии коренным образом изменяют маркетинговый процесс и позволяют устанавливать прямое и интерактивное взаимодействие с клиентами.

Рустамбеков А.А в своем труде «*Основы маркетинга*» осветил теоретические и практические аспекты маркетинга, вопросы сегментации рынка, изучения поведения потребителей, а также разработки маркетинговых стратегий. Автор рассматривает маркетинг как одну из основных функций управления деятельностью предприятия. Данный подход служит важной научной основой для разработки ориентированных на клиента маркетинговых стратегий на предприятиях по производству ковров.

В процессе исследования были использованы методы анализа и синтеза, сравнительный метод, а также методы статистического наблюдения. Кроме того, маркетинговые процессы были изучены на примере деятельности предприятий по производству ковров.

Из результатов исследования можно увидеть, что на предприятиях по производству ковров в маркетинговой деятельности существуют различные проблемы, такие как недостаточный анализ рынка, ограниченное использование инструментов цифрового маркетинга, а также слабое взаимодействие с клиентами.

Таблица 1

Динамика объёмов производства ковров в Узбекистане (2023–2025 гг.)

<i>Год</i>	<i>Объём производства</i>	<i>Рост (%)</i>
------------	---------------------------	-----------------

2023	18 401,7	-
2024	19 154,8	+4,1%
2025	21 055,2	+9,9%

Примечание: Данные составлены автором на основе информации Агентства статистики Республики Узбекистан.

В данной таблице можно наблюдать тенденцию роста объёмов производства ковров в Узбекистане в период 2023–2025 годов. В 2023 году объём производства составил 18 401,7 единиц. В 2024 году показатель достиг 19 154,8 единиц, что на 4,1% больше по сравнению с 2023 годом. Данный рост можно объяснить расширением производственных мощностей, увеличением спроса и улучшением экспортных возможностей в отрасли.

В 2025 году объём производства значительно увеличился и достиг 21 055,2 единиц, что соответствует росту на 9,9% по сравнению с 2024 годом. Ускорение темпов роста в этот период может быть связано с увеличением инвестиций в ковровую промышленность, технологической модернизацией и эффективным применением маркетинговых стратегий.

Из этого следует, что ковровая промышленность Узбекистана демонстрирует устойчивое развитие, а динамика роста является положительной.

В январе-апреле 2023 года экспорт узбекских ковров достиг 15 млн долларов США. Данный показатель увеличился на 5,2 млн долларов по сравнению с аналогичным периодом 2022 года.

В 2024 году ковровая промышленность Узбекистана, несмотря на существующие проблемы, продемонстрировала значительный рост и развитие. В январе-июне 2024 года крупными предприятиями страны было произведено 16,5 млн квадратных метров ковровой продукции, что на 12,4% больше по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года. Поставки осуществлялись в 12 стран мира.

Таблица 2

География экспорта ковров Узбекистана (июнь 2025 г.)

<i>Страна</i>	<i>Объём (тыс. м²)</i>
---------------	-----------------------------------

Кыргызстан	1086
Азербайджан	969
Афганистан	725
Россия	429
Казахстан	334
Другие страны	61

Примечание: Данные составлены на основе информации Агентства статистики Республики Узбекистан.

В результате исследования были сделаны следующие выводы. Необходимо управлять маркетинговой деятельностью на основе технологий и активно использовать цифровые платформы. Инновационные подходы способствуют повышению эффективности деятельности предприятий.

Было предложено внедрение CRM-систем на каждом предприятии, а также разработаны рекомендации по развитию экспортно-ориентированного маркетинга. Внедрение технологических достижений повышает экономическую эффективность предприятия и обеспечивает более эффективное управление маркетинговой деятельностью.

В производстве ковров технологические достижения (автоматизация, 3D-дизайн, искусственный интеллект) позволяют обеспечить индивидуализацию в управлении маркетингом, ускорение производства и увеличение экспорта через цифровые каналы. Технологии являются ключевым перспективным фактором в прогнозировании потребительского спроса, снижении затрат и обеспечении конкурентоспособности.

Перспективы технологических достижений в маркетинге.

1. Умное производство и кастомизация: появляется возможность производства индивидуальных ковров с использованием цифровых платформ, где клиенты могут самостоятельно создавать желаемый дизайн.

2. Цифровой маркетинг и технологии виртуальной/дополненной реальности: Покупатели смогут заранее визуализировать ковёр в своём интерьере с помощью виртуальных технологий, что ускоряет процесс принятия решения о покупке.

3. Большие данные и прогнозная аналитика: Изучение рыночной ситуации и прогнозирование будущего спроса (цвет, размер, дизайн и т. д.) позволяет более точно формировать маркетинговые стратегии.

4. Интеграция логистики и электронной коммерции: Производственные процессы связываются с онлайн-платформами продаж, улучшается система доставки, а также упрощается выход продукции на экспорт и в другие регионы.

Список литературы

1. Указ Президента Республики Узбекистан №ПФ-6079 от 05.10.2020 «Об утверждении стратегии «Цифровой Узбекистан – 2030» и мерах по её реализации». – URL: <https://lex.uz> (дата обращения: 20.04.2026).

2. Официальный сайт Агентства статистики Республики Узбекистан. – URL: <https://stat.uz> (дата обращения: 20.04.2026).

3. Philip Kotler, Kevin Lane Keller. Marketing Management. Pearson Education, 2016.

4. David Chaffey, Fiona Ellis-Chadwick. Digital Marketing. Pearson, 2020.

5. Рустамбеков А.А Основы маркетинга / А.А. Рустамбеков. – Ташкент: Узбекистан, 2021.

6. Саидов М.М Основы цифровой экономики и электронной коммерции / М.М. Саидов. – Ташкент: Экономика, 2022.