

## BANK XIZMATLARI MARKETINGIDA SUN'IY INTELLEKTNI QO'LLASHNING INNOVATSION IMKONIYATLARI VA RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI

**Maxamadjanov Akbar Maxamadaliyevich**

TDIU, Raqamli iqtisodiyot va axborot texnologiyalari fakulteti  
o'quv ishlari bo'yicha dekan muovini Phd, dotsent

### Annotatsiya

Maqolada bank marketingida sun'iy intellekt va raqamli texnologiyalarni integratsiya qilish imkoniyatlari tahlil qilindi. Tadqiqotda mashinaviy o'rganish, chuqur o'rganish, RPA va bulut texnologiyalarining bank xizmatlarini takomillashtirishdagi o'rni yoritildi. Konseptual model asosida ma'lumotlarni qayta ishlash, mijozlarni segmentatsiya qilish, xizmatlarni shaxsiylashtirish va jarayonlarni avtomatlashtirishning marketing samaradorligiga ta'siri ko'rsatildi. Natijalar ushbu texnologiyalar banklar uchun raqobatbardoshlikni oshirish, innovatsion rivojlanishni jadallashtirish va mijozlar bilan barqaror aloqalarni mustahkamlashda muhim ekanini tasdiqlaydi.

**Kalit so'zlar:** sun'iy intellekt, bank marketingi, raqamli transformatsiya, CLV, RPA, FinTech, bulut texnologiyalari.

### Аннотация

В статье рассмотрена интеграция искусственного интеллекта и цифровых технологий в банковский маркетинг. Исследование раскрывает роль машинного обучения, глубокого обучения, RPA и облачных технологий в повышении качества банковских услуг. На основе концептуальной модели показано, как обработка данных, сегментация клиентов, персонализация услуг и автоматизация процессов влияют на эффективность маркетинга. Результаты подтверждают, что данные технологии способствуют росту конкурентоспособности банков, ускорению инновационного развития и укреплению долгосрочных отношений с клиентами.

**Ключевые слова:** искусственный интеллект, банковский маркетинг, цифровая трансформация, CLV, RPA, FinTech, облачные технологии.

### Abstract

The article explores the integration of artificial intelligence and digital technologies in banking marketing. The study highlights the role of machine learning, deep learning, RPA, and cloud technologies in improving banking services. Based on a conceptual model, it demonstrates how data processing, customer segmentation, service personalization, and process automation enhance marketing efficiency. The findings confirm that these technologies strengthen banks' competitiveness, accelerate innovation, and support long-term customer relationships.

**Keywords:** artificial intelligence, banking marketing, digital transformation, CLV, RPA, FinTech, cloud technologies.

## **KIRISH**

Moliyaviy bozorlarning tezkor rivojlanishi bank marketingida yangicha yondashuvlarni talab etmoqda. Texnologiyalar taraqqiyoti bilan birga, bank xizmatlarini taklif etish uslublari ham tubdan oʻzgarib, yanada samarali, mijozga yoʻnaltirilgan va moslashuvchan shaklga aylanmoqda. Sunʼiy intellekt va raqamli texnologiyalar ushbu oʻzgarishlarning asosiy harakatlantiruvchi kuchlaridan biri boʻlib, banklarga mijozlar ehtiyojlarini chuqur oʻrganish, aniq prognozlash va maqsadli marketing strategiyalarini ishlab chiqishda keng imkoniyatlar yaratmoqda.

SI algoritmlari katta hajmdagi maʼlumotlarni qayta ishlash orqali banklarga maqsadli qarorlar qabul qilish, xizmatlarni individuallashtirish va marketing jarayonlarini optimallashtirish imkonini beradi. Mashinaviy oʻrganish va chuqur oʻrganish modellaridan foydalanish mijozlarning xulq-atvorini tahlil qilish, kreditga layoqatliligini baholash va investitsiya qarorlarini yanada asosli rejalashtirishda muhim ahamiyat kasb etadi. Shu bilan birga, CLV konsepsiyasining qoʻllanilishi yuqori qiymatga ega mijozlarga alohida eʼtibor qaratish va ularning sodiqligini mustahkamlash orqali banklarning foyda koʻrsatkichlarini oshirishga xizmat qiladi.

Bulut texnologiyalari va FinTech innovatsiyalari bank xizmatlarini tezkor, xavfsiz va xarajat jihatidan samarali qilishda muhim vosita boʻlib, yangi bozor segmentlarini egallash, xizmatlar sifatini oshirish va raqamli ekotizimlarda oʻz oʻrnini mustahkamlash imkonini beradi. RPA texnologiyalari bilan uygʻunlashgan SI jarayonlarni avtomatlashtirish, inson omilidan kelib chiqadigan xatolarni kamaytirish va yangi xizmatlarni tezkor joriy etishga yordam beradi.

Mazkur tadqiqotda sunʼiy intellekt va raqamli texnologiyalarning bank marketingiga integratsiyasini chuqur tahlil qilish, ilmiy asoslangan konseptual model ishlab chiqish hamda banklar uchun strategik rivojlanish boʻyicha tavsiyalar berish maqsad qilingan. Olingan natijalar bank marketingining samaradorligini oshirish, xizmatlarni shaxsiylashtirish va raqobatbardoshlikni mustahkamlashga xizmat qiluvchi istiqbolli yondashuvlarni koʻrsatadi.

## **ADABIYOTLAR SHARHI**

Bank marketingida sunʼiy intellekt (SI) va raqamli texnologiyalarni joriy etish boʻyicha soʻnggi tadqiqotlar ushbu yoʻnalishda sezilarli oʻzgarishlar sodir boʻlayotganini koʻrsatadi. SI asosidagi algoritmlar yordamida katta hajmdagi maʼlumotlarni yigʻish va tahlil qilish imkoniyati banklarga mijozlarning xulq-atvori va ehtiyojlarini chuqurroq tushunish, ularning kelajakdagi moliyaviy qarorlarini oldindan baholash va moslashtirilgan marketing strategiyalarini ishlab chiqishga yordam beradi

[2],[5]. Bu yondashuv bank xizmatlarini individuallashtirish, yangi mahsulotlarni yaratish va qarorlar qabul qilish jarayonini samarali qilishga imkon beradi.

Mashinaviy o'rganish modellaridan foydalanish banklarga investitsiya strategiyalarini yanada asosli shakllantirish, moliyaviy xavflarni aniqlash va kamaytirish, bozor tendensiyalarini prognozlash imkoniyatini beradi [7]. Ushbu texnologiyalar banklarning raqobatbardoshligini mustahkamlash, moliyaviy barqarorlikni ta'minlash va mijozlarga yo'naltirilgan yondashuvlarni kengaytirishda katta ahamiyat kasb etadi.

Bulut texnologiyalari raqamli transformatsiya jarayonining muhim qismi bo'lib, ular banklarga ma'lumotlarni xavfsiz saqlash, real vaqt rejimida ulardan foydalanish va xizmatlarni tezkor joriy etish imkonini beradi [9]. Shu bilan birga, FinTech innovatsiyalari banklarga yangi mahsulot va xizmatlarni ishlab chiqish, bozor segmentlarini kengaytirish va mijoz ehtiyojlariga moslashtirilgan yechimlar yaratishda yordam beradi [3],[10]. Bu texnologiyalar banklarning o'zgaruvchan bozor sharoitlariga moslashish qobiliyatini oshirib, raqobat ustunligini shakllantirishga ko'maklashadi.

Mijozning umrbod qiymati (Customer Lifetime Value – CLV) konsepsiyasi banklar uchun muhim strategik ko'rsatkich hisoblanadi. CLV orqali mijozlarni qiymat bo'yicha segmentatsiya qilish marketing resurslarini samarali taqsimlashga, yuqori qiymatga ega mijozlarga alohida e'tibor qaratishga va daromadlilikni oshirishga imkon yaratadi [1]. Mobil banking sohasida SI texnologiyalarining qo'llanishi foydalanuvchi tajribasini yaxshilash, avtomatlashtirilgan xizmatlar va moslashtirilgan tavsiyalar taklif etish orqali mijozlarning raqamli xizmatlardan foydalanish darajasini oshirishga xizmat qiladi [4].

SI va robotlashtirilgan jarayonlarni avtomatlashtirish (RPA) texnologiyalarining uyg'unlashtirilishi bank amaliyotida xizmat ko'rsatish tezligi va aniqligini oshirish, inson omilidan kelib chiqadigan xatolarni kamaytirish hamda xarajatlarni qisqartirish imkoniyatini yaratadi [8]. Shu bilan birga, chuqur o'rganish algoritmlari moliyaviy modellashtirish, daromadlilikni prognozlash va bozor tendensiyalarini oldindan baholashda keng qo'llanilmoqda [2]. Tadqiqotlar natijalariga ko'ra, ushbu texnologiyalar banklar uchun strategik qarorlar qabul qilish jarayonini yanada ishonchli va samarali qiladi hamda raqobatbardoshlikni mustahkamlaydi.

Adabiyotlarni umumiy tahlil qilish shuni ko'rsatadiki, SI va raqamli texnologiyalar bank marketingining kelajakdagi rivojlanishida markaziy o'rin tutadi. Ushbu texnologiyalarni biznes jarayonlariga keng tatbiq etish banklarga xizmatlarni shaxsiylashtirish, ichki jarayonlarni avtomatlashtirish va bozor ehtiyojlariga tez moslashish imkonini beradi [6],[7],[10]. Shu sababli, mavjud tadqiqotlar ushbu

maqolada ishlab chiqilgan konseptual modelni asoslash va tahlil natijalarini kengaytirishda muhim ilmiy manba sifatida xizmat qiladi.

## **METODOLOGIYA**

Tadqiqot bank marketingida sun'iy intellekt va raqamli texnologiyalarni integratsiya qilishning ilmiy va amaliy asoslarini o'rganishga qaratildi. Ilmiy maqolalar va xalqaro hisobotlar asosiy ma'lumot manbalari sifatida tanlanib, mavjud yondashuvlar tahlil qilindi va solishtirildi. Olingan natijalarga tayangan holda konseptual model ishlab chiqildi. Model SI va raqamli texnologiyalar yordamida ma'lumotlarni yig'ish, tahlil qilish, mijozlarni segmentatsiya qilish, xizmatlarni shaxsiylashtirish va jarayonlarni avtomatlashtirish bosqichlarini o'z ichiga oladi.

## **TAHLIL VA NATIJALAR**

Sun'iy intellekt (SI) texnologiyalari so'nggi yillarda bank marketingi jarayonlariga keng miqyosda tatbiq etilib, ushbu sohada yangi transformatsion imkoniyatlarni yaratmoqda. SI algoritmlari katta hajmdagi turli xil ma'lumotlarni yig'ish, ularni qayta ishlash va chuqur tahlil qilish orqali banklarga mijozlarning xatti-harakatlari, xarid qilish odatlari, ehtiyojlari va kelajakdagi moliyaviy xulq-atvorini prognozlashda beqiyos imkoniyatlar beradi. Bu texnologiyalar yordamida banklar ilgari mavjud bo'lmagan darajada aniq ma'lumotlarga asoslangan qarorlar qabul qilish, maqsadli marketing kampaniyalarini ishlab chiqish hamda xizmatlarni maksimal darajada shaxsiylashtirish imkoniyatiga ega bo'lmoqda [2][5]. Natijada, marketing samaradorligi oshibgina qolmay, balki mijozlarning bank xizmatlariga bo'lgan ishonchi va sodiqligi ham sezilarli darajada mustahkamlanadi.

Mashinaviy o'rganish modellarining keng qo'llanilishi banklar uchun alohida ahamiyatga ega. Ushbu modellar yordamida banklar investitsiya strategiyalarini yanada asosli ravishda rejalashtirishi, moliyaviy risklarni aniqlash va kamaytirishi hamda bozor tendensiyalarini oldindan prognozlash imkoniyatiga ega bo'ladi [7]. Ayniqsa, tarixiy ma'lumotlarni chuqur o'rganish orqali mijozlarning kreditga layoqatlilikini aniqlash, ularga mos moliyaviy xizmatlarni taklif qilish va foydani maksimal darajada oshirish imkoniyati paydo bo'ladi. Bunday yondashuvlar banklarning bozordagi o'zgarishlarga moslashish qobiliyatini oshiradi, raqobatbardosh ustunlikni shakllantiradi va moliyaviy barqarorlikni mustahkamlaydi.

Raqamli transformatsiya jarayonida bulut texnologiyalari alohida o'rin tutadi. Ular banklarga katta hajmdagi ma'lumotlarni xavfsiz va samarali tarzda saqlash, ulardan real vaqt rejimida foydalanish hamda xizmatlarni tezkor joriy etish imkonini beradi [9]. Bulut yechimlari xizmat tezligini oshirish, operatsion xarajatlarni kamaytirish, IT infratuzilmasini optimallashtirish va xavfsizlikni kuchaytirishda muhim rol o'ynaydi. Bunday texnologiyalar yordamida banklar yangi mahsulot va

xizmatlarni tezkor joriy etishi, bozorning o'zgaruvchan sharoitlariga moslashishi, raqobat muhitida ustunlikka erishishi va ichki jarayonlarni soddalashtirishi mumkin. Shu bilan birga, bulut platformalari ma'lumotlarni himoya qilish bo'yicha ilg'or mexanizmlarni taqdim etib, mijozlarning raqamli xizmatlarga bo'lgan ishonchini yanada oshiradi.

FinTech innovatsiyalari banklarning raqamli transformatsiyasini yanada tezlashtiradi. Bu texnologiyalar banklarga mijozlarning ehtiyojlariga moslashtirilgan yangi xizmat paketlarini yaratish, yangi bozor segmentlarini egallash, xalqaro bozorlarga chiqish va mijozlar bilan uzoq muddatli munosabatlarni shakllantirish imkoniyatini beradi [3],[10]. FinTech yechimlari, shuningdek, xizmatlarni diversifikatsiya qilish, mijozlarning raqamli tajribasini yaxshilash va raqamli ekotizimlarda banklarning o'rnini mustahkamlashga xizmat qiladi. Bu esa banklarga innovatsion mahsulotlar ishlab chiqish, raqobatbardosh strategiyalarni shakllantirish va moliyaviy bozorning o'zgarishlariga moslashish imkonini yaratadi.

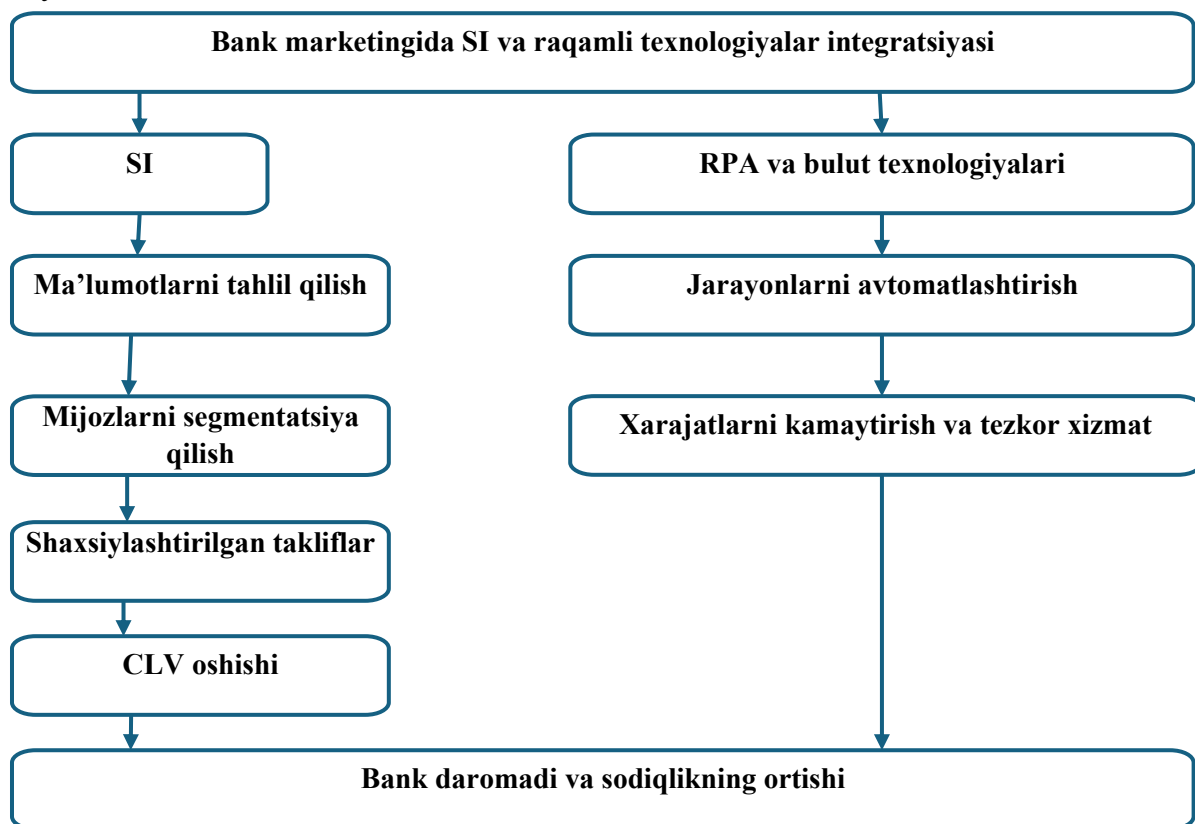
Mijozning umrbod qiymati (Customer Lifetime Value – CLV) ko'rsatkichining ahamiyati ham ortib bormoqda. CLV asosida mijozlarni qiymatiga qarab segmentatsiya qilish banklarga marketing resurslarini to'g'ri taqsimlash, yuqori qiymatga ega mijozlarga ko'proq e'tibor qaratish, foydani oshirish va mijozlar bilan uzoq muddatli sodiqlik asosida munosabatlarni shakllantirish imkonini beradi [1]. Shu bilan birga, mobil banking xizmatlarida SI texnologiyalarining qo'llanilishi foydalanuvchi tajribasini sezilarli darajada yaxshilaydi. AI asosidagi tizimlar yordamida banklar mijozlarga moslashtirilgan tavsiyalar berish, avtomatlashtirilgan xizmatlar ko'rsatish va tezkor maslahatlarni taqdim etish orqali ularning raqamli xizmatlardan foydalanish darajasini oshiradi [4].

SI va robotlashtirilgan jarayonlarni avtomatlashtirish (RPA) texnologiyalarining integratsiyasi banklar uchun jarayonlarni tezlashtirish, inson omilidan kelib chiqadigan xatolarni kamaytirish va xarajatlarni optimallashtirish imkonini beradi [8]. Ushbu texnologiyalar birgalikda banklarga yangi xizmatlarni tezroq joriy etish, bozor sharoitlariga tez moslashish, ichki jarayonlarni soddalashtirish va mijozlarga yanada yuqori sifatli xizmatlar ko'rsatish imkoniyatini beradi. RPA va SI integratsiyasi banklarning innovatsion salohiyatini oshiradi, operatsion samaradorlikni kuchaytiradi va raqobatbardoshligini mustahkamlaydi.

Chuqur o'rganish (deep learning) algoritmlaridan foydalanish esa banklar uchun moliyaviy modellashtirish, risklarni baholash, daromadlilikni prognozlash va bozor tendensiyalarini oldindan aniqlashda juda muhimdir [2]. Bunday algoritmlar katta hajmdagi tarixiy ma'lumotlarni chuqur tahlil qilish, investitsiya qarorlarini asoslash,

bozorning istiqboldagi o'zgarishlarini prognozlash va uzoq muddatli strategiyalarni rejalashtirishda keng imkoniyatlar yaratadi.

Umumiy natijalar shuni ko'rsatadiki, SI va raqamli texnologiyalarni integratsiya qilish bank marketingida samaradorlikni oshirish, xizmatlarni shaxsiylashtirish, mijozlar bilan uzoq muddatli aloqalarni shakllantirish va innovatsion rivojlanishni ta'minlashda hal qiluvchi ahamiyatga ega [7]. Ushbu texnologiyalar yordamida banklar bozor ehtiyojlariga tez moslashadi, raqobatda ustunlikka erishadi va yangi xizmatlarni samarali joriy etadi [10]. Fundamental tadqiqotlar ham SI va raqamli texnologiyalarni bank jarayonlariga tatbiq etishning istiqbolliligini tasdiqlaydi [6]. Bu jarayon texnologik yangilanish, bozor talablariga moslashish, barqaror biznes modeli shakllantirish va mijozlar bilan uzoq muddatli barqaror aloqalarni rivojlantirishda asosiy omil hisoblanadi.



**1-rasm. Bank marketingida sun'iy intellekt va raqamli texnologiyalar integratsiyasi konseptual modeli<sup>1</sup>**

1-rasmida SI va raqamli texnologiyalar bank marketingi jarayonida qanday integratsiya qilinishi bosqichma-bosqich ifodalangan. Modelda ma'lumotlarni yig'ish va tahlil qilish, mijozlarni segmentatsiya qilish, shaxsiylashtirilgan takliflar ishlab chiqish, jarayonlarni avtomatlashtirish va CLV ni oshirish orqali bankning daromadi va raqobatbardoshligini mustahkamlash ko'rsatilgan.

<sup>1</sup> Muallif ishlanmasi

## XULOSA VA TAKLIFLAR

Tadqiqot natijalari sun'iy intellekt va raqamli texnologiyalarni bank marketingiga integratsiya qilish xizmatlar sifatini oshirish, mijozlar bilan uzoq muddatli aloqalarni shakllantirish va banklarning raqobatbardoshligini mustahkamlashda muhim omil ekanini ko'rsatdi. SI algoritmlari yordamida katta hajmdagi ma'lumotlarni tahlil qilish, mijozlarni segmentatsiya qilish va shaxsiylashtirilgan takliflar ishlab chiqish imkoniyati bank marketingini yanada samarali qiladi. Bulut texnologiyalari va FinTech yechimlari xizmat ko'rsatish tezligini oshiradi, xarajatlarni kamaytiradi va xavfsizlikni kuchaytiradi. CLV modeli asosida mijozlarni baholash esa yuqori qiymatga ega mijozlarga e'tibor qaratish va ularning sodiqligini oshirish imkonini beradi.

Amaliy natijalar shuni ko'rsatadiki, SI va RPA texnologiyalarining uyg'unlashuvi jarayonlarni tezlashtiradi, inson omilidan kelib chiqadigan xatolarni kamaytiradi va yangi xizmatlarni tez joriy etish imkoniyatini yaratadi. Chuqur o'rganish algoritmlaridan foydalanish esa investitsiya qarorlarini yanada asosli qilish va bozor tendensiyalarini prognozlashda samarali natijalar beradi.

Banklar uchun quyidagi takliflar ishlab chiqildi:

- SI asosida mijoz ma'lumotlarini chuqur tahlil qilish va CLV modeli orqali segmentatsiyani takomillashtirish;
- Bulut texnologiyalari va FinTech innovatsiyalaridan foydalanib xizmatlarni tezkor, xavfsiz va moslashtirilgan shaklda taqdim etish;
- RPA va SI texnologiyalarini birgalikda qo'llab, jarayonlarni avtomatlashtirish va xarajatlarni kamaytirish;
- Chuqur o'rganish algoritmlaridan foydalangan holda investitsiya strategiyalarini puxta rejalashtirish va risklarni boshqarish;
- Bank marketingida innovatsion yondashuvlarni kengaytirib, yangi xizmat va mahsulotlarni tezkor ishlab chiqish va bozorga joriy etish.

Ushbu yondashuvlar banklar uchun barqaror rivojlanish, marketing samaradorligini oshirish va mijozlar bilan mustahkam aloqalar o'rnatishning asosiy omillari sifatida qaraladi.

## FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Adegoke, A. (2025). Leveraging predictive customer lifetime value in financial consulting to drive growth-focused service redesign strategies. *International Journal of Advance Research Publication and Reviews*, 2(6), 189–211. <https://doi.org/10.55248/gengpi.6.0625.2220>
2. Alao, O. (2025). Integrating business analysis with deep learning algorithms to enhance financial modelling and long-term ROI strategies. *International Journal of Research Publication and Reviews*. <https://doi.org/10.55248/gengpi.6.0125.0660>

3. Chad, F. (2025). Financial technology and digital transformation in Islamic banks: Current realities and future outlook – A comparative study of Al Rajhi Bank (Saudi Arabia) and Qatar Islamic Bank. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/391204557>
4. Lopes, J. M., Massano-Cardoso, I., & Pedrosa, L. (2025). The role of artificial intelligence in mobile banking: Decoding Portuguese consumers' perceptions and intentions to engage. *Future Business Journal*, 11, 125. <https://doi.org/10.1186/s43093-025-00510-0>
5. Mogili, V. B. (2025). Empowering human-AI collaboration: Enterprise technology platforms and human expertise synergy in healthcare, finance, and scientific research. *Journal of Computer Science and Technology Studies*, 7(7), 57. <https://doi.org/10.32996/jcsts.2025.7.7.57>
6. Moussa, M., & McMurray, A. (Eds.). (2025). *The Palgrave handbook of breakthrough technologies in contemporary organisations*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-981-96-2516-1>
7. Ni, W., Chen, Q., Guo, X., & Liu, Y. (2025). Enhanced securities investment strategy using ISSA–SVM: A hybrid model combining adaptive moving average, support vector machine, and multi-strategy sparrow search algorithm for improved trend tracking and risk adjustment. *Discover Applied Sciences*, 7, 536. <https://doi.org/10.1007/s42452-025-07016-y>
8. Sharma, V. (2021). The convergence of AI and RPA in financial services: Driving digital transformation in banking. *International Journal of Innovative Research and Creative Technology*, 7(5). <https://doi.org/10.5281/zenodo.14763539>
9. Shkarlet, S., Dubyna, M., Shchur, R., & Shyshkina, O. (2025). The role of cloud technologies in modern development of banking institutions. *Journal of Vasyl Stefanyk Precarpathian National University*, 12(2), 143–157. <https://doi.org/10.15330/jpnu.12.2.143-157>
10. Sunaryo, D., & Hamdan, D. A. P. (2025). Digital transformation in financial risk management: Opportunities, challenges, and future trends. *Management Dynamics*, 2(2). <https://doi.org/10.70062/managementdynamics.v2i2.65>
11. Vuvor, C. M., Epifani, S., & Pulina, G. (2025). Exploring opportunities in Africa's dairy production: Digital transition as a catalyst for marketing innovation and value chain synergies – a systematic review. *Frontiers in Animal Science*, 6, 1632532. <https://doi.org/10.3389/fanim.2025.1632532>



# Marketing

ilmiy, amaliy va ommabop jurnali

**Muharrir:**

**Ingliz tili muharriri:**

**Rus tili muharriri:**

**Musahhah:**

**Sahifalovchi va dizaynerlar:**

Xakimov Ziyodulla Axmadovich

Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich

Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li

Karimova Shirin Zoxid qizi

Sadikov Shoxrux Shuxratovich

Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

**2025-yil, iyul, 7-son**

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar mas'ul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelavermasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga murojaat qilish mumkin. Ilmiy maqola, ommabop maqola, reklama, hikoya va boshqa ilmiy-ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

Elektron pochta:

[info@marketingjournal.uz](mailto:info@marketingjournal.uz)

Bot:

[@marketinjournalbot](https://t.me/@marketinjournalbot)

Tel.:

+998977838464, +998939266610

Jurnalning rasmiy sayti: <https://marketingjournal.uz>

Marketing jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2024-yil 04-oktabrdagi 332/5 sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali 2024-yil 15-martdan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan **C-5669517** reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan. **Litsenziya raqami: №240874**



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnalining xalqaro darajasi: **9710**. GOST 7.56-2002 "Seriya nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlararo standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**