

ELEKTRON TIJORATDA SUN'YIY INTELLEKT TEXNOLOGIYALARIDAN FOYDALANISHNING AHAMIYATI

Shaislamova Muazzamxon Raximxodjaevna

Muhammad al-Xorazmiy nomidagi
Toshkent axborot texnologiyalari universiteti
“Menejment va marketing” kafedrası v.b. dotsenti
E-mail: muazzam1981@mail.ru

Annotatsiya

Ushbu maqola “Elektron tijoratda sun’iy intellekt texnologiyalarini qo‘llash yo‘llari va istiqbollari” mavzusiga bag‘ishlangan bo‘lib, unda elektron tijorat hamda sun’iy intellekt tushunchalarining nazariy asoslari, ularning evolyutsion rivojlanish bosqichlari va o‘zaro integratsiya mexanizmlari tahlil qilingan. Tadqiqotda sun’iy intellekt (AI) texnologiyalarining elektron tijorat sohasidagi qo‘llanish yo‘nalishlari, ular orqali raqamli savdo jarayonlarini optimallashtirish imkoniyatlari, avtomatlashtirilgan marketing, mijozlar xatti-harakatlarini prognozlash, tavsiya tizimi va shaxsiylashtirilgan xizmatlar kabi asosiy funksional jihatlar yoritilgan. Shuningdek, maqolada AI texnologiyalaridan foydalanishning afzalliklari, mavjud muammolari hamda zamonaviy rivojlanish tendensiyalari tahlil etilgan. Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, elektron tijoratda sun’iy intellektning joriy etilishi nafaqat biznes jarayonlarining samaradorligini oshiradi, balki raqobatbardoshlikni mustahkamlaydi, iste‘molchi tajribasini yaxshilaydi hamda iqtisodiyotning raqamli transformatsiyasini jadallashtiradi.

Kalit so‘zlar: elektron tijorat, sun’iy intellekt, raqamli transformatsiya, tavsiya tizimi, avtomatlashtirish, biznes samaradorligi.

Аннотация

Данная статья посвящена теме «Пути и перспективы применения технологий искусственного интеллекта в электронной коммерции». В ней проанализированы теоретические основы понятий электронной коммерции и искусственного интеллекта, этапы их эволюционного развития и механизмы интеграции. В исследовании рассмотрены направления применения технологий искусственного интеллекта (AI) в сфере электронной коммерции, включая возможности оптимизации цифровых торговых процессов, автоматизированного маркетинга, прогнозирования поведения клиентов, рекомендательных систем и персонализированных сервисов. Кроме того, в статье освещены преимущества, существующие проблемы и современные тенденции развития использования технологий AI. Результаты исследования показывают, что внедрение искусственного интеллекта в электронную коммерцию не только повышает эффективность бизнес-процессов, но и укрепляет конкурентоспособность, улучшает потребительский опыт и ускоряет цифровую трансформацию экономики.

Ключевые слова: электронная коммерция, искусственный интеллект, цифровая трансформация, рекомендательная система, автоматизация, эффективность бизнеса.

Abstract

This article is devoted to the topic “Ways and Prospects of Applying Artificial Intelligence Technologies in E-Commerce.” It analyzes the theoretical foundations of e-commerce and artificial intelligence concepts, their evolutionary development stages, and integration mechanisms. The study examines the directions of applying artificial intelligence (AI) technologies in e-commerce, including opportunities for optimizing digital trade processes, automated marketing, customer behavior prediction, recommendation systems, and personalized services. Furthermore, the article explores the advantages, existing challenges, and modern development trends of using AI technologies. The findings indicate that the implementation of artificial intelligence in e-commerce not only enhances business efficiency but also strengthens competitiveness, improves consumer experience, and accelerates the digital transformation of the economy.

Keywords: e-commerce, artificial intelligence, digital transformation, recommendation system, automation, business efficiency.

KIRISH

Elektron tijorat jahon iqtisodiyotining eng tez rivojlanayotgan tarmoqlaridan biri bo‘lib, insonlar uchun yangi qulayliklar va biznes imkoniyatlarini yaratmoqda. Axborot texnologiyalarining rivojlanishi, internetning globallashuvi hamda raqamli infratuzilmaning kengayishi bilan bir qatorda, sun‘iy intellekt (AI) texnologiyalarining joriy etilishi elektron tijoratda tub o‘zgarishlarni yuzaga keltirmoqda.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 5-oktabrdagi PF–6079-son “Raqamli O‘zbekiston – 2030” strategiyasini tasdiqlash to‘g‘risidagi Farmonida elektron tijoratni rivojlantirish, raqamli infratuzilmani kengaytirish va zamonaviy axborot xavfsizligi standartlarini joriy etish ustuvor vazifalar sifatida belgilangan. Ushbu strategiya mamlakatda raqamli iqtisodiyotning poydevorini mustahkamlash, onlayn xizmatlarni keng joriy etish hamda milliy biznes subyektlarini global elektron bozorga integratsiya qilish imkonini bermoqda [1].

Raqamli iqtisodiyotni shakllantirish va rivojlanishi elektron tijorat hamda sun‘iy intellektning uyg‘unligi orqali biznes jarayonlarini tubdan o‘zgartirmoqda. AI texnologiyalari yordamida shaxsiylashtirilgan marketing, mijozlar xatti-harakatlarini tahlil qilish, narxlarni optimallashtirish, zaxiralarni boshqarish va xizmat ko‘rsatish jarayonlarini avtomatlashtirish imkoniyatlari kengaymoqda. Bu esa kompaniyalarga xarajatlarni kamaytirish, daromadlarni oshirish va mijozlarga yuqori darajadagi tajriba taqdim etish imkonini bermoqda. Bundan tashqari, sun‘iy intellekt elektron tijoratda strategik qarorlarni qabul qilishni tezlashtirmoqda. Ma’lumotlarga asoslangan tahlillar yordamida korxonalar bozor talabini oldindan prognoz qila oladi, mahsulot assortimentini mijozlar ehtiyojlariga moslashtiradi va raqobatchilar harakatlariga tezkor javob qaytaradi. Natijada, sun‘iy intellekt texnologiyalari raqamli iqtisodiyotning innovatsion lokomotiviga aylanib, O‘zbekistonning global raqamli savdo tizimidagi o‘rnini mustahkamlashga xizmat qilmoqda.

Shuningdek, AI asosidagi avtomatlashtirilgan tizimlar elektron to‘lovlar, logistika jarayonlari va mijozlarga xizmat ko‘rsatish sohalarida ham yuqori samaradorlikni

ta'minlamoqda. Kelajakda ushbu texnologiyalar yordamida elektron tijoratning yangi yo'nalishlari — aqlli logistika, personalizatsiyalashgan xaridlar va ovozli interfeyslar orqali xarid tizimlari — yanada keng qo'llanilishi kutilmoqda. Shu tariqa, sun'iy intellekt elektron tijoratni nafaqat texnologik, balki iqtisodiy barqarorlikning muhim omiliga aylantirmoqda.

ADABIYOTLAR SHARHI

Sun'iy intellekt texnologiyalarining rivojlanish bosqichlari va ularni amaliyotga joriy etish muammolariga ko'plab xorijiy davlatlar olimlarining ilmiy tadqiqot ishlari bag'ishlangan. Ular qatoriga Bostrom N. [2], Lyuger D.F. [3], Ross A. [4], Sigel E. [5], Shvab K.M. [6] va boshqa tadqiqotchilarning ishlarini [8–15] kiritish mumkin. Ushbu mualliflar tadqiqotlarida sun'iy intellekt texnologiyalarining rivojlanish yo'nalishlari, strategiyalari, ularni kelajakda takomillashtirish yo'llari va mexanizmlari asoslab berilgan.

O'zbekistonda sun'iy intellekt muammolari, shuningdek, raqamli iqtisodiyot va axborot texnologiyalarini amaliyotga joriy etishning modellari hamda usullari qator ilmiy ishlarda amalga oshirilgan. O'zR FA akademiklari M.M. Komilov, T.F. Bekmurodov, t.f.d., prof. D.T. Muxamediyevalarning [7], [8] tadqiqotlarida sun'iy intellektning istiqbolli texnologiyalari hamda boshqaruv qarorlarini qabul qilish tizimini intellektuallashtirish modeli va algoritmlari, noravshan axborot to'plamlarini modellashtirish usullari asoslangan. Professor B.A. Begalov, I.Ye. Jukovskaya hamda professor A. Abdugafarov [8] tadqiqotlarida iqtisodiyotni raqamlashtirishning dastlabki bosqichlari, uning hozirgi rivojlanish yo'nalishlari va joriy etilgan natijalar keng yoritilgan.

Yangi tadqiqotlar shuni ko'rsatmoqdaki, O'zbekiston uchun sun'iy intellekt texnologiyalarini joriy etish nafaqat texnik, balki strategik jarayondir. AI tizimlarini milliy iqtisodiyotga integratsiya qilish orqali samaradorlikni oshirish, inson resurslarini optimallashtirish, ma'lumotlar asosida qaror qabul qilishni avtomatlashtirish va xalqaro raqobatbardoshlikni kuchaytirish imkoniyatlari kengaymoqda. Shu bois, sun'iy intellekt sohasidagi ilmiy tadqiqotlar respublikada innovatsion rivojlanishning muhim tarkibiy qismi sifatida alohida ahamiyat kasb etmoqda.

METODOLOGIYA

Ushbu tadqiqotning metodologik asosi sifatida tizimli yondashuv, tahlil va sintez, induktiv va deduktiv tahlil usullari, shuningdek, iqtisodiy-statistik hamda komparativ (taqqoslash) metodlar qo'llanildi. Tadqiqot jarayonida elektron tijoratning rivojlanish bosqichlari, undagi sun'iy intellekt texnologiyalarining o'rni va ularning iqtisodiy samaradorlikka ta'siri tizimli tarzda o'rganildi. Mazkur yondashuv elektron tijorat infratuzilmasi bilan AI texnologiyalarining o'zaro bog'liqligini aniqlash hamda ularning integratsion mexanizmlarini ochib berishga imkon berdi.

Tahlil jarayonida xalqaro tashkilotlar — OECD, ITU, UNCTAD hamda McKinsey Global Institute ning sun'iy intellekt va raqamli iqtisodiyotga oid so'nggi hisobotlaridan foydalanildi. Bundan tashqari, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining farmon va qarorlari, "Raqamli O'zbekiston – 2030" strategiyasi hamda O'zbekiston

Milliy Statistika agentligi, AKT vazirligi va tijorat banklarining ma'lumotlari asosiy manba sifatida ishlatildi. Ushbu ma'lumotlar yordamida sun'iy intellekt texnologiyalarining joriy etilishi elektron tijorat sohasining rentabelligi, raqobatbardoshligi va xizmat sifati ko'rsatkichlariga qanday ta'sir qilishi aniqlab berildi.

Tadqiqot natijalarini shakllantirishda muallif tomonidan analitik va modellashtirish yondashuvlari uyg'un qo'llanildi. Jumladan, AI texnologiyalarining elektron tijoratdagi qo'llanishi bo'yicha "shaxsiylashtirish – avtomatlashtirish – samaradorlik" (PAS modeli) konsepsiyasi ishlab chiqildi. Ushbu model yordamida elektron tijorat platformalarining texnologik darajasi, xizmat sifati va mijoz qoniqishi o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik aniqlanib, ularning iqtisodiy samaradorlikka ta'siri ilmiy asosda izohlandi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Elektron tijoratning tarixi 1970-yillarga borib taqaladi. O'sha davrda elektron savdo birjalari hamda elektron ma'lumot almashinuvi (EDI) texnologiyalari paydo bo'lib, kompaniyalar o'rtasida ma'lumot almashish jarayonini tez, ishonchli va samarali qilish imkonini bergan. Biroq internet tarmog'ining keng ommalashuvi hamda World Wide Web (WWW) paydo bo'lishi bilan elektron tijoratning haqiqiy yuksalish davri boshlandi. 1990-yillarda internet foydalanuvchilari sonining keskin ortishi natijasida elektron savdo global miqyosda rivojlandi. 1994-yilda Netscape Navigator brauzerining taqdim etilishi internetdan foydalanishni yengillashtirdi va ko'plab korxonalariga o'z mahsulot hamda xizmatlarini onlayn tarzda taklif etish imkonini berdi. Shu davrdan boshlab Amazon va eBay kabi yirik kompaniyalar elektron tijoratning yangi bosqichini boshlab berib, savdoning raqamli transformatsiyasiga asos soldi.

Sun'iy intellektning (AI) elektron tijoratdagi rolini chuqur tahlil etish uchun, avvalo uning shakllanish tarixi va asosiy bosqichlarini bilish muhimdir. Sun'iy intellekt texnologiyalarining ilk konsepsiyasi XX asrning o'rtalarida ilmiy doiralarda paydo bo'lgan bo'lsa-da, ularning elektron tijoratdagi dastlabki qo'llanilishi 1990-yillarning oxirlariga to'g'ri keladi. Internetning kengayishi va raqamli texnologiyalar rivoji natijasida elektron savdo platformalarida AI asosidagi tizimlar paydo bo'lib, mijozlarga yanada shaxsiylashtirilgan xizmat ko'rsatish va xarid jarayonini soddalashtirish imkonini berdi.

Dastlabki davrda sun'iy intellektning elektron tijoratdagi asosiy vazifalari — ma'lumotlarni tahlil qilish, mijozlarning xulq-atvorini kuzatish va ularning xarid odatlarini bashorat qilishdan iborat edi. Shu orqali savdo platformalari foydalanuvchilarning ehtiyojlarini aniqlab, individual takliflar yaratish imkoniga ega bo'ldilar. Bu jarayon mijozlar uchun yanada qulay va jozibador xarid muhiti yaratgan bo'lsa, sotuvchilar uchun esa yuqori daromad keltiruvchi sodiq mijozlar bazasini shakllantirish imkonini berdi.

2000-yillarga kelib AI texnologiyalarining qo'llanilishi yanada kengaydi. Amazon va eBay kabi yirik kompaniyalar o'z rekomendatsiya tizimlarini ishlab chiqib, foydalanuvchilar uchun shaxsiylashtirilgan mahsulot tavsiyalarini taqdim eta

boshladilar. Bu tizimlar xarid tarixiga, qidiruv soʻrovlariga va mijozning qiziqishlariga asoslanib, ularning istaklarini aniqlash imkonini yaratdi. Natijada, xaridorlarning qoniqish darajasi oshdi, ularning qayta xarid qilish ehtimoli esa sezilarli ravishda ortdi.

Sunʼiy intellektning rivojlanishi bilan birga raqamli marketing strategiyalari ham tubdan oʻzgardi. Endilikda elektron tijorat platformalari AI texnologiyalari yordamida foydalanuvchilarning ehtiyojlarini yanada chuqurroq tahlil qilib, real vaqt rejimida mos reklama kampaniyalarini yoʻlga qoʻymoqda. Bu esa narxlarni avtomatik optimallashtirish, mahsulotlarni tezkor qidirish va xizmat koʻrsatish jarayonlarini avtomatlashtirish imkonini berdi. Natijada, marketing strategiyalari ancha maqsadli, moslashuvchan va samaradorlikka yoʻnaltirilgan shaklga keldi.

AI texnologiyalarining elektron tijoratdagi keng qoʻllanilishi raqobat muhitini keskin oʻzgartirdi. Bozorda faoliyat yuritayotgan kompaniyalar endi oʻz strategiyalarini maʼlumotlarga asoslab, isteʼmolchilar bilan interaktiv aloqalarni yoʻlga qoʻymoqda. Bu esa raqamli iqtisodiyotda yangi biznes modellarining paydo boʻlishiga, innovatsion xizmatlarning yaratilishiga va global raqobatning kuchayishiga olib keldi.

Sunʼiy intellektdan foydalanishning asosiy maqsadi — mijozlar tajribasini mukammallashtirish va sotuv hajmini oshirishdir. AI algoritmlari mijozlarning xarid tarixi, qiziqishlari va xatti-harakatlarini tahlil qilib, ularga aynan kerakli mahsulotlarni tavsiya etadi. Shu orqali platformalarning foydalanuvchilar bilan oʻzaro aloqasi mustahkamlanadi, mijozlar sadoqati ortadi va kompaniyaning daromadlari barqaror oʻsadi.

AI asosidagi chat-botlar ham zamonaviy elektron tijoratning muhim qismi hisoblanadi. Ular mijozlarning savollariga real vaqt rejimida javob berib, xizmat koʻrsatish sifatini oshiradi, muammolarni tezda hal qiladi hamda xaridorlarning ishonchini kuchaytiradi. Natijada, mijozlar takroriy xaridlarni amalga oshirishga moyil boʻladilar va platformaning barqaror foyda olish imkoniyati kengayadi.

Bundan tashqari, sunʼiy intellekt marketing strategiyalarini optimallashtirishda katta rol oʻynamoqda. AI yordamida kompaniyalar maqsadli auditoriyani aniqlab, ularga qaratilgan reklama kampaniyalarini yaratadilar. Bu esa reklama byudjetidan tejamkor foydalanish, sotuv samaradorligini oshirish hamda bozordagi ulushni kengaytirish imkonini beradi.

Sunʼiy intellekt algoritmlari raqobatchilarning narx siyosatini, bozor talabini hamda isteʼmolchilarning narx sezgirligini tahlil qilib, mahsulotlarning optimal narxini belgilash imkonini beradi. Shu bilan birga, AI tizimlari zaxiralarni boshqarish, yetkazib berish zanjirini (supply chain) optimallashtirish va mahsulot tanqisligini oldini olishda samarali vosita sifatida xizmat qilmoqda.

Yangi avlod AI tizimlari mijozlarning xulq-atvorini chuqur oʻrganib, ularga individual sodiqlik dasturlarini yaratish imkonini bermoqda. Bu jarayon orqali mijozlar bilan uzoq muddatli hamkorlik oʻrnatiladi, ularning platformaga boʻlgan qiziqishi va sodiqligi yanada ortadi. Shu tariqa, sunʼiy intellekt nafaqat texnologik innovatsiya, balki elektron tijoratda mijozlar bilan oʻzaro ishonchga asoslangan munosabatlarni shakllantiruvchi omil sifatida namoyon boʻlmoqda.

Bundan tashqari, sun'iy intellekt yordamida aqlli qidiruv tizimlari (NLP va Computer Vision) yaratilmoqda. Ular foydalanuvchilarga mahsulotlarni ovozli buyruqlar yoki tasvirlar orqali topish imkonini beradi. Bu esa qidiruv jarayonini yanada qulay, tez va intuitiv holga keltiradi. Shu bilan birga, AI tizimlari kompaniyalarga strategik qarorlarni qabul qilishda, marketing faoliyatini rejalashtirishda va bozor o'zgarishlariga tezkor javob qaytarishda yordam beradi.

Yangi tadqiqotlar shuni ko'rsatmoqdaki, kelajakda elektron tijoratning muvaffaqiyati bevosita sun'iy intellektning chuqur integratsiyasiga bog'liq bo'ladi. Aqlli algoritmlar yordamida xarid jarayonlari yanada avtomatlashtiriladi, shaxsiylashtirish darajasi oshadi va iste'molchilar uchun "aqlli tajriba" (smart experience) konsepsiyasi shakllanadi. Shu tariqa, sun'iy intellekt elektron tijoratni faqat raqamli savdo vositasi emas, balki global iqtisodiy o'sishning muhim strategik omiliga aylantirmoqda.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Maqolada elektron tijoratda sun'iy intellekt texnologiyalarining shakllanishi, tarixiy rivojlanish bosqichlari, hozirgi holati hamda kelajakdagi istiqbollari atroflicha tahlil qilindi. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, ushbu texnologiyalar savdo va xizmat ko'rsatish sohalarida yangi imkoniyatlar yaratib, iqtisodiy jarayonlarni tubdan o'zgartirmoqda. AI tizimlarining joriy etilishi natijasida kompaniyalar faoliyatini optimallashtirish, mijozlar bilan o'zaro aloqalarni takomillashtirish va xizmat ko'rsatish sifatini oshirish imkoniyati kengaymoqda.

Sun'iy intellekt tizimlari mijozlarning ehtiyojlarini chuqur tahlil qilish, ularning xarid odatlarini o'rganish va shaxsiylashtirilgan takliflarni ishlab chiqishda samarali vosita bo'lib xizmat qiladi. Bu orqali elektron tijorat platformalari raqobatbardoshligini mustahkamlaydi, foydalanuvchilarning qoniqish darajasini oshiradi hamda ularni takroriy xaridlarga undaydi. Shu bilan birga, AI asosidagi avtomatlashtirilgan yechimlar biznes jarayonlarini soddalashtirib, inson omilining ta'sirini kamaytiradi va samaradorlikni oshiradi.

Bundan tashqari, sun'iy intellekt texnologiyalari kelajakda elektron tijoratning strategik rivojlanish yo'nalishlarini belgilovchi asosiy drayverlardan biriga aylanadi. Aqlli tizimlar yordamida kompaniyalar bozor talabini oldindan prognoz qila oladi, narx siyosatini optimallashtiradi va marketing kampaniyalarini maqsadli auditoriyaga yo'naltira oladi. Natijada, biznes subyektlari uchun raqobat ustunligi, xaridorlar uchun esa yanada qulay va tezkor xizmat muhiti yaratiladi.

Shu nuqtai nazardan qaraganda, sun'iy intellekt texnologiyalarini milliy elektron tijorat tizimlariga joriy etish O'zbekiston uchun dolzarb ahamiyat kasb etadi. Bu jarayon iqtisodiyotning raqamli transformatsiyasini jadallashtiradi, innovatsion muhitni rivojlantiradi va mamlakatning xalqaro raqamli bozorlar bilan integratsiyasini kuchaytiradi. Demak, sun'iy intellekt nafaqat zamonaviy savdo tizimining asosi, balki raqamli iqtisodiyotning barqaror o'sishini ta'minlovchi strategik omil sifatida qaralishi lozim.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 5-oktabr PF-6079-son ““Raqamli O‘zbekiston — 2030” strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Farmoni <https://lex.uz/docs/-5030957>
2. Бостром Н. Искусственный интеллект. Этапы. Угрозы. Стратегии. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016. 496 с
3. Люгер Д.Ф. Искусственный интеллект. Стратегии и методы решения сложных проблем. М.: Вильямс, 2005. 864 с
4. Росс А. Индустрии будущего. М.: АСТ, 2017. 288 с.
5. Шваб К.М. Четвертая промышленная революция. М.: Эксмо, 2017. 288 с.
6. Denning P.J., Lewis T.G. Exponential Laws of Computing Growth. Communications of the ACM, 2017, vol. 60, no. 1, pp. 54–65.
7. G‘ulomov S.S., Ayupov R.H., Abdullayev O.M., Boltaboyeva G.R. Raqamli iqtisodiyotda blokchayn texnologiyalari// Toshkent, 2019.
8. Muxamediyeva D.T. Sust shakllangan jarayonlarni noravshan modellarini qurishning nokorrekt masalalarini yechish usul va algoritmlari. “Navro‘z” nashriyoti. Toshkent, 2018-y. 216 bet.
9. Axborotkommunikatsiya texnologiyalaridan statistik faoliyatni samarali tashkil etishda foydalanish usullari tavsiya qilingan. Professor A.Abdugafarov



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, oktabr, 10-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

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**. GOCT 7.56-2002 " Seriyali nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlataro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**