

## MARKETINGDA SUN'IY INTELLEKTDAN FOYDALANISH IMKONIYATLARI VA TAHDIDLARI

**Jo'rabayev Ibragim**

Toshkent Amaliy Fanlar Universiteti

i.f.n. dotsent

E-mail: [ibrohimzuraboev710@gmail.com](mailto:ibrohimzuraboev710@gmail.com)

### Annotatsiya

Ushbu maqolada marketing sohasida sun'iy intellekt texnologiyalarining qo'llanilishi, ularning hozirgi holati va rivojlanish tendensiyalari ko'rib chiqilgan. Marketing strategiyalarini ishlab chiqish va amalga oshirishda sun'iy intellektdan foydalanishning asosiy yo'nalishlari, imkoniyatlari va mavjud tahdidlar tahlil qilingan. Mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish, marketing tadqiqotlari, kontent yaratish va shaxsiylashtirilgan marketing kampaniyalarini amalga oshirishda sun'iy intellekt texnologiyalarining samaradorligi baholangan. O'zbekiston sharoitida marketing sohasida sun'iy intellektdan foydalanishning istiqbolli yo'nalishlari va muammolari aniqlangan, hamda ularni hal qilish bo'yicha tavsiyalar berilgan.

**Kalit so'zlar:** sun'iy intellekt, marketing, raqamli marketing, mashina o'rganishi, katta ma'lumotlar, mijozlar tajribasi, kontentni avtomatlashtirish, marketing analitikasi, shaxsiylashtirish, axloqiy masalalar.

### Аннотация

В данной статье рассматривается применение технологий искусственного интеллекта в сфере маркетинга, их текущее состояние и тенденции развития. Проанализированы основные направления, возможности и существующие угрозы использования искусственного интеллекта при разработке и реализации маркетинговых стратегий. Оценена эффективность технологий искусственного интеллекта в управлении взаимоотношениями с клиентами, маркетинговых исследованиях, создании контента и реализации персонализированных маркетинговых кампаний. Определены перспективные направления и проблемы использования искусственного интеллекта в сфере маркетинга в условиях Узбекистана, а также даны рекомендации по их решению.

**Ключевые слова:** искусственный интеллект, маркетинг, цифровой маркетинг, машинное обучение, большие данные, клиентский опыт, автоматизация контента, маркетинговая аналитика, персонализация, этические вопросы.

### Abstract

This article examines the application of artificial intelligence technologies in the field of marketing, their current state, and development trends. The main directions, opportunities, and existing threats of using artificial intelligence in developing and implementing marketing strategies are analyzed. The effectiveness of artificial intelligence technologies in customer relationship management, marketing research, content creation, and implementation of personalized marketing campaigns is evaluated. Promising directions and problems of using artificial intelligence in the field

of marketing in Uzbekistan are identified, and recommendations for their solution are given.

**Keywords:** artificial intelligence, marketing, digital marketing, machine learning, big data, customer experience, content automation, marketing analytics, personalization, ethical issues.

## KIRISH

Raqamli transformatsiya sharoitida biznes va marketing sohasida sun'iy intellekt (SI) texnologiyalarining roli tobora oshib bormoqda. Sun'iy intellekt nafaqat oddiy operatsion jarayonlarni avtomatlashtirish, balki murakkab marketing qarorlarini qabul qilish, mijozlar xatti-harakatlarini bashorat qilish va yangi biznes imkoniyatlarini aniqlashda ham keng qo'llanilmoqda [1]. Biroq, sun'iy intellektning marketing sohasidagi qo'llanilishi faqat imkoniyatlarga emas, balki ma'lum xavf va tahdidlarni ham yuzaga keltirmoqda. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 18-maydagi PF-122-son "Sun'iy intellektni jadal joriy etish uchun shart-sharoitlar yaratish chora-tadbirlari to'g'risida"gi farmonida ham raqamli texnologiyalar va sun'iy intellektni joriy etish davlat siyosatining ustuvor yo'nalishlaridan biri sifatida belgilangan [2]. Bu esa O'zbekistonda sun'iy intellekt texnologiyalarini, jumladan marketing sohasida joriy etish uchun keng imkoniyatlar yaratmoqda. Mazkur maqolada marketing sohasida sun'iy intellektning qo'llanilishi, asosiy yo'nalishlari, imkoniyatlari va tahdidlari tahlil qilinib, O'zbekiston sharoitida sun'iy intellekt texnologiyalarini marketing sohasida joriy etishning istiqbolli yo'nalishlari ko'rib chiqiladi.

Jahon marketing amaliyotida sun'iy intellekt texnologiyalari faol qo'llanilmoqda. Gartner tadqiqot kompaniyasining ma'lumotlariga ko'ra, 2023-yilda global marketing rahbarlarining 60% dan ortig'i sun'iy intellekt va mashina o'rganishi texnologiyalarini o'z marketing strategiyalariga tatbiq etganlar [3]. Sun'iy intellekt asosidagi marketing texnologiyalari bozorining hajmi 2022-yilda 15,9 milliard AQSh dollarini tashkil etib, 2030-yilga kelib bu ko'rsatkich 107,5 milliard dollarga yetishi kutilmoqda [4].

Sun'iy intellekt marketing sohasida quyidagi asosiy yo'nalishlarda qo'llanilmoqda:

1. Mijozlar tajribasini optimallashtirilishi: Sun'iy intellekt mijozlarning xarid tarixini, afzalliklarini va xatti-harakatlarini tahlil qilib, ular uchun maksimal darajada shaxsiylashtirilgan tavsiyalar va takliflar yaratishga yordam beradi. Amazon, Netflix va Spotify kabi kompaniyalar sun'iy intellekt algoritmlari yordamida mijozlarga ularning qiziqishlariga mos mahsulot va xizmatlarni tavsiya etmoqda [5].

2. Marketing tadqiqotlari va analitikasi: Sun'iy intellekt katta hajmdagi ma'lumotlarni tahlil qilish, bozor tendensiyalarini aniqlash va iste'molchilar xatti-harakatlarini bashorat qilish uchun qo'llanilmoqda. McKinsey ma'lumotlariga ko'ra, sun'iy intellekt asosidagi marketing analitikasi marketing qarorlarining samaradorligini 20–30% ga oshirishi mumkin [6].

3. Kontent yaratish va optimizatsiya: Sun'iy intellekt algoritmlari marketing matnlari, ijtimoiy media postlari, bloglar va hatto reklama roliklarini yaratishda qo'llanilmoqda. Masalan, Coca-Cola, JPMorgan Chase va Mastercard kabi yirik

kompaniyalar reklama kontentini yaratishda ChatGPT kabi sun'iy intellekt vositalaridan foydalanmoqda [7].

4. Ijtimoiy media monitoringi: Sun'iy intellekt ijtimoiy media platformalarida brend haqidagi muhokamalarni real vaqt rejimida kuzatish va mijozlarning fikr-mulohazalariga tezkor javob berish imkonini beradi.

5. Chat-botlar va virtual yordamchilar: Sun'iy intellekt asosidagi chat-botlar mijozlar bilan 24/7 rejimida muloqot qilish, savollarga javob berish va xarid jarayonini soddalashtirish imkonini beradi. Gartner bashoratiga ko'ra, 2025-yilga kelib mijozlar xizmati muloqotlarining 95% dan ortig'i sun'iy intellekt orqali amalga oshiriladi [8].

O'zbekistonda sun'iy intellektning marketing sohasida qo'llanilishi hali rivojlanishning boshlang'ich bosqichida bo'lsa-da, so'nggi yillarda bu yo'nalishda sezilarli o'sish kuzatilmoqda. Ayniqsa, yirik telekommunikatsiya kompaniyalari (Ucell, Beeline), banklar (TBC Bank, Anorbank) va e-tijorat platformalari (Uzum Market, Asaxiy) sun'iy intellekt texnologiyalarini o'z marketing strategiyalarida faol qo'llamoqda [9]. Biroq, ko'plab mahalliy kompaniyalar va korxonalar uchun sun'iy intellekt texnologiyalaridan foydalanish imkoniyatlari va afzalliklari haqida bilimlar yetarli emas.

Marketing sohasida sun'iy intellektdan foydalanishning imkoniyatlari va tahdidlarini o'rganish uchun quyidagi asosiy masalalarni ko'rib chiqish zarur:

1. Marketing sohasida sun'iy intellekt texnologiyalarining qo'llanilish yo'nalishlari va ularning samaradorligini aniqlash;

2. Marketing strategiyalarini ishlab chiqish va amalga oshirishda sun'iy intellektdan foydalanishning afzalliklari va cheklovlarini tahlil qilish;

3. Sun'iy intellekt asosidagi marketing vositalarining shaxsiy ma'lumotlar xavfsizligi va etik masalalarga ta'sirini baholash;

4. O'zbekiston sharoitida marketing sohasida sun'iy intellektdan foydalanishning istiqbolli yo'nalishlari va muammolarini aniqlash.

## **METODOLOGIYA**

Tadqiqot jarayonida ilmiy-nazariy tahlil, statistik ma'lumotlarni qayta ishlash, qiyosiy tahlil, ekspert baholash usullari qo'llanildi. Marketing sohasida sun'iy intellektning qo'llanilishini o'rganish uchun jahon tajribasi va mahalliy amaliyot tahlil qilindi. Sun'iy intellekt texnologiyalarining marketing sohasidagi samaradorligini baholash uchun xalqaro konsalting kompaniyalari (McKinsey, Gartner, Deloitte) hisobotlari va ilmiy tadqiqotlar natijalari o'rganildi. O'zbekiston kompaniyalarining sun'iy intellektdan foydalanish tajribasini o'rganish uchun 25 ta mahalliy kompaniya bilan so'rovnomalar o'tkazildi.

Sun'iy intellektning marketing sohasida qo'llanilishi kompaniyalarga quyidagi muhim imkoniyatlarni taqdim etadi:

1) Mijozlar xatti-harakatlarini chuqur tahlil qilish: Sun'iy intellekt algoritmlari mijozlarning xarid tarixini, qidiruv so'rovlarini, veb-saytdagi harakatlarini va ijtimoiy media faolligini tahlil qilib, ularning keyingi xaridlarini bashorat qilish imkonini beradi. Bu ma'lumotlar asosida kompaniyalar o'z marketing strategiyalarini optimallashtirishi mumkin.

2) Marketing kampaniyalarining samaradorligini oshirish: Sun'iy intellekt real vaqt rejimida marketing kampaniyalarining samaradorligini tahlil qilish va zarur o'zgartirishlarni kiritish imkonini beradi. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, sun'iy intellekt asosidagi marketing kampaniyalari konversiya darajasini o'rtacha 30% ga oshiradi [10].

3) Marketing xarajatlarini optimallashtirish: Sun'iy intellekt algoritmlari marketing byudjetini samarali taqsimlash, eng yuqori ROI (Return on Investment)ni ta'minlaydigan kanallarga yo'naltirish va foydasiz xarajatlarni qisqartirish imkonini beradi. McKinsey ma'lumotlariga ko'ra, sun'iy intellekt yordamida marketing xarajatlarini 15–20% ga qisqartirish mumkin [6].

4) Kontent yaratish jarayonini avtomatlashtirish: Sun'iy intellekt vositalari turli formatdagi marketing kontentini (matnlar, tasvirlar, video) tez va samarali yaratishga yordam beradi. Bu esa marketing jamoasining vaqtini tejab, ularni strategik masalalarga ko'proq e'tibor qaratish imkonini beradi.

5) Shaxsiylashtirish darajasini oshirish: Sun'iy intellekt har bir mijoz uchun uning qiziqishlari, xarid tarixi va xatti-harakatlariga mos keluvchi shaxsiy takliflar, e-mail xabarlar va reklama materiallarini yaratadi. Bu esa mijozlar jalb qilinishini va ularning sodiqligini oshiradi.

1-jadvalda sun'iy intellektning marketing sohasidagi qo'llanilishi natijasida erishiladigan o'rtacha ko'rsatkichlar keltirilgan.

### 1-jadval.

#### Sun'iy intellektning marketing sohasidagi samaradorlik ko'rsatkichlari

Ko'rsatkichlar	Sun'iy intellektsiz	Sun'iy intellekt bilan	o'zgarish (%)
Konversiya darajasi	2,5%	3,8%	+52%
Mijozlarni jalb qilish narxi (CPL)	\$45	\$28	-38%
Mijozning o'rtacha qiymati (CLV)	\$550	\$720	+31%
Marketing ROI	175%	280%	+60%
Kontentni yaratish vaqti	5 soat	1,5 soat	-70%
Mijozlar shikoyatlariga javob berish vaqti	24 soat	5 daqiqa	-99%

*Manba: [4, 10, 11] ma'lumotlari asosida muallif tomonidan tuzildi.*

Sun'iy intellektning marketing sohasida qo'llanilishi bir qator tahdidlar va cheklavlarni ham yuzuga keltiradi:

1. Shaxsiy ma'lumotlar xavfsizligi muammolari: Sun'iy intellekt tizimlarining samarali ishlashi uchun katta hajmdagi mijozlar ma'lumotlari talab etiladi. Bu esa ma'lumotlar sizib chiqishi va shaxsiy ma'lumotlardan noqonuniy foydalanish xavfini oshiradi. Deloitte ma'lumotlariga ko'ra, kompaniyalarning 67%i sun'iy intellekt tizimlarida ma'lumotlar xavfsizligi bilan bog'liq muammolarga duch kelgan [12].

2. Algoritmik tarafkashlik (bias): Sun'iy intellekt algoritmlari ayrim mijozlar guruhlariga nisbatan noto'g'ri xulosalar chiqarishi va tarafkashlik ko'rsatishi mumkin. Bu esa marketing kampaniyalarining samaradorligini pasaytirishi va kompaniya reputatsiyasiga salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin.

3. Texnologik va moliyaviy to‘siqlar: Sun’iy intellekt texnologiyalarini joriy etish sezilarli moliyaviy va texnologik resurslarni talab qiladi, bu esa ko‘plab kichik va o‘rta biznes uchun jiddiy to‘siq bo‘lishi mumkin.

4. Insoniy omilning ahamiyati pasayishi: Marketing sohasida sun’iy intellektdan keng foydalanish insoniy omilning ahamiyatini pasaytirishi va kreativ qarorlarning sifatiga salbiy ta’sir ko‘rsatishi mumkin.

5. Etik masalalar: Sun’iy intellekt yordamida mijozlar haqida juda ko‘p ma’lumotlarni to‘plash va ulardan foydalanish bir qator etik masalalarni yuzaga keltiradi. Masalan, mijozlarning xarid qilish haqidagi qarorlariga haddan tashqari ta’sir ko‘rsatish yoki ularning zaif tomonlaridan foydalanish.

6. Huquqiy tartibga solish muammolari: Ko‘plab mamlakatlarda, jumladan O‘zbekistonda ham, sun’iy intellekt texnologiyalarining qo‘llanilishini tartibga soluvchi huquqiy baza hali to‘liq shakllanmagan. Bu esa kompaniyalar uchun huquqiy noaniqliklar va xatarlarni yuzaga keltiradi.

O‘zbekiston sharoitida marketing sohasida sun’iy intellektdan foydalanishning quyidagi istiqbolli yo‘nalishlari mavjud:

1) Elektron tijorat sohasida personalizatsiya: O‘zbekistonda elektron tijorat bozori jadal sur‘atlarda rivojlanmoqda. Sun’iy intellekt algoritmlari onlayn xaridorlar uchun shaxsiylashtirilgan tavsiyalar yaratish, xarid jarayonini optimallashtirish va konversiya darajasini oshirish imkonini beradi.

2) Banklar va moliyaviy xizmatlar marketingi: O‘zbekiston bank sektori raqamli transformatsiyani faol amalga oshirmoqda. Sun’iy intellekt mijozlar segmentatsiyasi, kredit skoringi va shaxsiylashtirilgan moliyaviy mahsulotlarni taklif etishda samarali qo‘llanilishi mumkin.

3) Turizm va mehmonxona biznesi marketingi: O‘zbekistonda turizm sektorining rivojlanishi sun’iy intellekt asosidagi marketing yechimlarini joriy etish uchun keng imkoniyatlar yaratadi. Chunonchi, potensial turistlarning qiziqishlariga qarab shaxsiylashtirilgan sayohat takliflarini yaratish, chat-botlar orqali turistlarga xizmat ko‘rsatish va boshqalar.

4) Telekommunikatsiya xizmatlari marketingi: O‘zbekistonda telekommunikatsiya operatorlari sun’iy intellektni mijozlarni saqlab qolish, qo‘shimcha xizmatlarni taklif etish va tarmoq trafigini bashorat qilishda qo‘llashi mumkin.

5) Kichik va o‘rta biznes uchun bulutli sun’iy intellekt xizmatlari: O‘zbekistondagi kichik va o‘rta biznes uchun maxsus bulutli sun’iy intellekt xizmatlarini yaratish, ular uchun marketing tadqiqotlari o‘tkazish, ijtimoiy media kontentini optimallashtirish va mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish imkoniyatlarini taqdim etish mumkin.

2-jadvalda O‘zbekiston kompaniyalari o‘rtasida o‘tkazilgan so‘rovnoma natijalari asosida marketing sohasida sun’iy intellektdan foydalanishning asosiy to‘siqlari keltirilgan.

**2-jadval.**

**O‘zbekiston marketing sohasida sun’iy intellektdan foydalanishning asosiy to‘siqlari**

To‘siqlar	Kompaniyalar ulushi (%)
Sun’iy intellekt texnologiyalarining qimmatligi	78%
Malakali mutaxassislarining yetishmasligi	65%
Ma’lumotlar sifati va hajmining yetarli emasligi	62%
Huquqiy va me’yoriy bazaning nomukammalligi	53%
Sun’iy intellekt texnologiyalari haqida bilim yetishmasligi	47%
IT-infratuzilmaning rivojlanmaganligi	42%
Xavfsizlik bilan bog‘liq muammolar	38%

*Manba: Muallif tomonidan o‘tkazilgan so‘rovnoma natijalari (n=25)*

O‘zbekiston kompaniyalari uchun sun’iy intellektga asoslangan marketing strategiyalarini ishlab chiqish va amalga oshirish bo‘yicha quyidagi tavsiyalar taklif etiladi:

1. Bosqichma-bosqich yondashuv: Sun’iy intellekt texnologiyalarini bir vaqtda to‘liq joriy etmasdan, bosqichma-bosqich amalga oshirish maqsadga muvofiq. Dastlab, aniq va o‘lchanadigan natijalar beruvchi loyihalardan boshlash lozim.

2. Ma’lumotlar sifatiga e’tibor qaratish: Sun’iy intellekt tizimlarining samaradorligi ma’lumotlar sifatiga bog‘liq. Shuning uchun kompaniyalar ma’lumotlarni to‘plash, tozalash va tayyorlash jarayonlariga alohida e’tibor qaratishlari zarur.

3. Malakali kadrlarni tayyorlash: Marketing mutaxassislari uchun sun’iy intellekt texnologiyalari bo‘yicha maxsus o‘quv dasturlarini ishlab chiqish va amalga oshirish lozim. Bu kompaniyalarga sun’iy intellekt texnologiyalaridan samarali foydalanish imkonini beradi.

4. Xavfsizlik va etik masalalarga e’tibor berish: Sun’iy intellekt texnologiyalarini joriy etishda ma’lumotlar xavfsizligi va etik masalalarni ta’minlash uchun aniq siyosat va jarayonlarni ishlab chiqish lozim.

5. Huquqiy va me’yoriy bazani takomillashtirish: Davlat darajasida sun’iy intellekt texnologiyalarini marketing sohasida qo‘llashni tartibga soluvchi me’yoriy-huquqiy bazani takomillashtirish, xalqaro standartlarga moslashtirishga erishish zarur.

6. Kichik va o‘rta biznes uchun qo‘llab-quvvatlash mexanizmlarini yaratish: Kichik va o‘rta biznes uchun sun’iy intellekt texnologiyalarini joriy etishda moliyaviy va texnik yordam ko‘rsatish, imtiyozli kreditlar va subsidiyalar berish mexanizmlarini yaratish lozim.

**XULOSA VA TAKLIFLAR**

Marketing sohasida sun’iy intellekt texnologiyalarining joriy etilishi kompaniyalarga raqobat ustunligini ta’minlash, mijozlar bilan munosabatlarni yaxshilash va marketing jarayonlarini optimallashtirishda keng imkoniyatlar yaratadi. Sun’iy intellekt texnologiyalari marketing sohasida inqilobiy o‘zgarishlarni amalga

oshirmoqda, biroq ulardan samarali foydalanish uchun kompaniyalar strategik yondashuvni qo'llashlari, xavfsizlik va etik masalalarga e'tibor qaratishlari hamda malakali kadrlarni tayyorlashlari zarur. O'zbekistonda sun'iy intellekt texnologiyalarini marketing sohasida joriy etishni qo'llab-quvvatlash uchun davlat darajasida huquqiy va me'yoriy bazani takomillashtirish, kichik va o'rta biznes uchun qo'llab-quvvatlash mexanizmlarini yaratish hamda malakali kadrlarni tayyorlashga alohida e'tibor qaratish lozim.

### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI**

- 1) Davenport, T., & Ronanki, R. Artificial Intelligence for the Real World. Harvard Business Review, 96(1), 108–116, 2018.
- 2) O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Sun'iy intellektni jadal joriy etish uchun shart-sharoitlar yaratish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PF-122-son farmoni, 18.05.2023.
- 3) Gartner. CMO Spend and Strategy Survey 2023. Retrieved from <https://www.gartner.com/en/marketing/research/cmo-spend-survey-2023>
- 4) Grand View Research. Artificial Intelligence In Marketing Market Size, Share & Trends Analysis Report By Application, By Technology, By Deployment Mode, By Organization Size, By End-use, By Region, And Segment Forecasts, 2023–2030, 2023.
- 5) Chui, M., Manyika, J., & Miremadi, M. What AI can and can't do (yet) for your business. McKinsey Quarterly, 2018.
- 6) McKinsey & Company. The State of AI in 2023: Generative AI's breakout year. <https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/the-state-of-ai-in-2023-generative-ais-breakout-year, 2023>.
- 7) Dwivedi, Y. K., Kshetri, N., Hughes, L., Slade, E. L., Jeyaraj, A., Kar, A. K., ... & Wright, R. Use of AI and ChatGPT for Marketing and Advertising. International Journal of Information Management, 74, 102624, 2023.
- 8) Gartner. Gartner Predicts 95% of Customer Interactions to Be AI Driven by 2025. Press Release, December 2022.



# Marketing

*ilmiy, amaliy va ommabop jurnali*

**Muharrir:** Xakimov Ziyodulla Axmadovich  
**Ingliz tili muharriri:** Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich  
**Rus tili muharriri:** Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li  
**Musahhah:** Karimova Shirin Zoxid qizi  
**Sahifalovchi va dizaynerlar:** Sadikov Shoxrux Shuxratovich  
Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

**2025-yil, may, 5-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. ГОСТ 7.56-2002** " Seriyali nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlataro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**