

MARKETING



ILMIY, AMALIY VA OMMABOP JURNAL

MARKETING
INNOVATSIYA
BRENDING
SAVDO
RAQAMLI
TADQIQOT
BIZNES



№5 - SON

2025-YIL, MAY

9710 xalqaro daraja



№240874



ISSN: 3060-4621



OPEN ACCESS





JURNALNING MAQSADI

Tadbirkorlik-biznes faoliyatini tashkil etishning marketing asoslarini, yo'nalishlari, echimlari, vositalarini yaratish va rivojlantirish

ALOQA UCHUN MA'LUMOTLAR

TEL: (97) 783-84-64

VEB-SAYT

www.marketingjournal.uz

ELEKTRON POCHTA:

info@marketingjournal.uz

TELEGRAM BOT:

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

TELEGRAM KANAL:

<https://t.me/tdiumarketingjournal>

MUASSIS

“Tadbirkor va ishbilarmon” MCHJ

JURNALNING ILMIYLIGI

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

INDEKSATSIYA



BOSH MUHARRIR

Xakimov Ziyodulla Axmadovich, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent;

BOSH MUHARRIR O'RINBOSARI:

Yusupov Muxamadamin, iqtisodiyot fanlari nomzodi, professor;

TAHRIR HAY'ATI:

Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, i.f.d., prof., TDIU Ilmiy ishlar va innovatsiyalar bo'yicha prorektori;

Ergashxodjayeva Shaxnoza Djasurovna, i.f.d., prof., TDIU Marketing kafedrasini mudiri;

Soliyev Axmadjon Soliyevich, i.f.d., NaMTI Marketing kafedrasini professori;

Ikramov Murad Akramovich, i.f.d., TDIU Marketing kafedrasini professori;

Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich, i.f.d., prof., TDIU Iqtisodiy xavfsizlik kafedrasini mudiri, Xalqaro statistika instituti kengashi doimiy a'zosi;

Zarova Elena Viktorovna, i.f.d., G.V.Plexanov nomidagi Rossiya iqtisodiyot universiteti professori, Xalqaro statistika instituti kengashi doimiy a'zosi

Akramov Tohir Abdirahmonovich, i.f.d., TDIU Marketing kafedrasini professori;

Ostonaqulova Gulsaraxon Muhammadyoqub qizi, i.f.d., TDIU Marketing kafedrasini professori;

Samadov Asqarjon Mishomovich, i.f.n., TDIU Marketing kafedrasini professori;

Shamshiyeva Nargizaxon Nosirxo'ja qizi, i.f.n., dots., TDIU Kengash kotibi;

Sobirov Azizbek Avazbekovich, PhD., TDIU Marketing kafedrasini dotsenti;

Sadikov Shoxrux Shuxratovich, PhD, dots., TIU Departament boshlig'i;

Musyeva Shoirazimovna, i.f.n., SamISI Marketing kafedrasini professori;

Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li, PhD., TDIU Marketing kafedrasini dotsenti;

Djurabayev Otabek Djurabayevich, i.f.d., TDIU Innovatsion menejment kafedrasini dotsenti;

Karimova Shirin Zoxid qizi, PhD, TDIU Axborot texnologiyalari kafedrasini katta o'qituvchisi;

Mullabayev Baxtiyarjon Bulturbaevich, DSc., Namangan muhandislik-qurilish instituti dotsenti;

Fayzullayev Javlonbek Sultonovich, DSc., TDIU, Yashil iqtisodiyot kafedrasini dotsenti;

Aliyev Yashnarjon Egamberdiyevich, DSc., TDIU, "Iqtisodiy va moliyaviy xavfsizlik" kafedrasini professori

Bobojonov Azizjon Babaxanovich, DSc, TDIU, "Raqamli iqtisodiyot" kafedrasini dotsenti

Allayarov Shamsiddin Amanullayevich, DSc, prof., TDIU, "Savdo ishi" kafedrasini mudiri

Jumaev Olimjon Sadulloevich, DSc, Raqobat siyosati va iste'molchilar huquqlari tadqiqotlari markazi direktori

Maxamadjanov Akbar Maxamadaliyevich, PhD., TDIU Raqamli iqtisodiyot va axborot texnologiyalari fakulteti dekan muovini

Eshov Mansur Po'latovich, i.f.d., prof., Alfraganus universiteti "Menejment va marketing" kafedrasini mudiri

Kucharov Abrorjon Sobirjanovich, TDIU biznes boshqaruvi va logistika kafedrasini professori

Nazarova Ra'no Rustamovna, TDIU "Yashil" iqtisodiyot kafedrasini mudiri, Iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Usmonov Bunyod Aktam o'g'li, PhD, TDIU Moliyaviy tahlil kafedrasini v.b.dotsenti;

Dehqonov Burxon Rustamovich, PhD., TDIU Ilmiy tadqiqot faoliyatini tashkil etish bo'limi bosh mutaxassisi;

Turobova Hulkar Rustamovna, PhD., BuxDU, Yashil iqtisodiyot va agrobiznes kafedrasini dotsenti;

Elektron nashr 582 sahifa. E'lon qilishga 2025-yil 31-mayda ruxsat etildi

MUNDARIJA

ASSESSMENT OF E-COMMERCE'S ROLE IN ECONOMIC DEVELOPMENT	8
Sharipov Kongratbay Avezimbetovich, Karimova Shirin Zoxid qizi, Sodiqova Dilafruz Zoxid qizi	
BIG DATA И АНАЛИТИКА ДЛЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МОНИТОРИНГА	26
Маликов Шохрух Шокирович	
PAXTA-TO‘QIMACHILIK KLASSTERLARIDA ISHLAB CHIQARISH ZAHIRALARINI BOSHQARISHDA USTUVOR ILMIY YONDASHUVLAR VA INNOVATSIYALAR	36
Nurimbetov Ravshan Ibragimovich	
IQTISODIY XAVFSIZLIK VA “YASHIL” IQTISODIYOT UYG‘UNLIGIDA “YASHIL” EKSPORT MODELINI JORIY ETISHNING ISTIQBOLLARI	46
Muratova Shohista Nimatullayevna	
QISHLOQ VA SHAHARLARDA ZAMONAVIY SAVDO SHAHOBCHALARINI RIVOJLANISHI VA ULARDA XIZMAT KO‘RSATISH MADANIYATINI OSHIRISHDA MARKETING TEXNOLOGIYALARDAN FOYDALANISH	55
Soliyeva Gulbahor Axmadjanovna	
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО ОБМЕНА МЕЖДУ УЗБЕКИСТАНОМ И КИТАЕМ	62
Мухитдинов Алим Изатуллаевич, Халилова Нодира Абдухамид кизи	
RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA STRATEGIK MENEJMENT YONDASHUVLARIDAN FOYDALANISHNING IJTIMOY-IQTISODIY MEXANIZMLARI	77
Saidqulova Firuza Farmonovna	
TO‘QIMACHILIK SANOATIDA EKSPORT MARKETINGI SAMARADORLIGINI OSHIRISH USULLARI	84
Bazarova Fayyoza Tuxtamurodovna	
IQTISODIY BARQARORLIKNI TA‘MINLASHDA INNOVATSION MENEJMENTNI O‘RNI	91
Ismailov Dilshod Anvarjonovich, Akramova Aziza Abduvohidovna	
MARKETINGDA SUN‘IY INTELLEKTDAN FOYDALANISH IMKONIYATLARI VA TAHDIDLARI	102
Jo‘rabayev Ibragim	
O‘ZBEKISTONDA ELEKTRON TIJORATNING RIVOJLANISHI VA UNING AHAMIYATI	109
Jo‘rayeva Gulzira Ilhomjon qizi	
NAMANGAN VILOYATIDA XIZMATLAR BOZORINI RIVOJLANTIRISHDA INNOVATSION MARKETING STRATEGIYASINI ISHLAB CHIQISH	116
Karimjanova Ra‘noxon Maxmudovna	

SANOAT KORXONALARIDA ISHLAB CHIQARISH SALOXITIDAN FOYDALANISH TAHLILI	124
Musayeva Shoirazimovna, Usmonova Dilfuza Ixomovna, Usmanov Shaxzod Shoxruxovich	
SANOAT KORXONALARIDA KAPITAL MABLAG‘LARDAN FOYDALANISH SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO‘LLARI	135
Muxtarov Maxmudjon Marifovich	
РОЛЬ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ТРАНСФОРМАЦИИ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ	142
Солиева Гулбахор Ахмаджановна	
LOYIHA BOSHQARUVIDA QO‘LLANILADIGAN USULLARNING TURLARI VA TAVSIFI.....	150
Po‘latov Shahron Axmedovich	
O‘ZBEKISTON HUDUDLARIDA BIOMAHSULOTLAR YETISHTIRISHNING HOLATI VA IQTISODIY SALOHİYATI.....	162
Soliyev Damirjon Nurmatovich	
INNOVATSION IQTISODIYOT SHAROITIDA AHOLI DAROMADLARINI DIVERSIFIKATSIYALASH OMILLARI.....	168
Qurbanov Ulug‘bek Erkinovich, Baxtiyorov Barhayotjon Azizjon o‘g‘li	
ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФИНАНСОВОГО ПОВЕДЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ УЗБЕКИСТАНА: ЭМПИРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ И МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНТЕКСТ	174
Захарова Ирина Борисовна, Непейвода Андрей Николаевич	
“AN IN-DEPTH ANALYSIS OF CRITERIA FOR EVALUATING THE BUSINESS STABILITY OF INDUSTRIAL AND ENERGY ENTERPRISES: A COMPREHENSIVE CASE STUDY OF JV UZCHASYS’ LLC”	182
Mahsudov Muzaffar Ikromjon ugli	
QORAQALPOG‘ISTONDA MEHMONXONA XO‘JALIGINING HOZIRGI HOLATI TAHLILI.....	188
Uralova Matlyuba	
O‘ZBEKISTON QURILISH SANOATIDAGI IQTISODIY ISLOHOTLAR: HOLAT VA RIVOJLANISH STRATEGIYALARI.....	194
Saidov Mash‘al Samadovich, Karimov Inomjon Ortikbaevich	
DIGITAL MARKETING FOR THE GREEN ECONOMY: TRENDS AND INNOVATIONS	206
Salayeva Quvonchoy Rustam qizi	
BLOKCHAYN TEXNOLOGIYASI ASOSIDA QIYMAT YARATISH RAQAMLI ZANJIRLARINI SHAKLLANTIRISH	214
Samadov Sevinchbek Dusbobo o‘g‘li	
MOSLASHUVCHAN (AGILE) VA YASHIL MENEJMENTNI RIVOJLANTIRISHNI ILMIY-NAZARIY JIHATLARI.....	224
Umarov Bexzod Batirovich	

MINTAQA XIZMAT KO'RSATISH TARMOQLARIDA KICHIK BIZNESNI RIVOJLANTIRISHNING ZAMONAVIY MEXANIZMLARI.....	232
Masharipova Manzura Alimbayevna	
TELEVIZYON REKLAMALARIDA RATSIONAL JOZIBADORLIK ELEMENTLARIDAN FOYDALANISH.....	239
Safarov Alisher Yunusaliyevich	
RAQAMLI MARKETING VOSITALARIDAN B2B BOZORIDA FOYDALANISH SAMARADORLIGI.....	250
Samadov Askarjon Nishonovich, Shovdirov Toxirmalik Nafasovich	
MENEJMENT FANIDA BOSHQARUV MODELLARI VA ULARNING XUSUSIYATLARI.....	262
Toshimov Azizbek Hakimovich	
OZIQ-OVQAT MAHSULOTLARI BREND QIYMATINI YARATISHNING KONSEPTUAL JIHATLARI	270
Xodjiyev Ibroxim Ikramovich	
XORIJIY INVESTITSİYALAR OQIMLARINI BOSHQARISHNING ZAMONAVIY MEXANIZMLARI VA YONDASHUVLARI	278
Nasritdinova Gulchexra Abdurashitovna	
TIJORAT BANKLARI AKTIVLARINI HIMOYALASHDA RISKLARNI BOSHQARISH YO'LLARI	288
Absamatov Anvar Ergashevich	
TIJORAT BANKLARIDA DIVIDENT SIYOSATINING NAZARIY ASOSLARI.....	296
Aliyev G'ulomnozir Maxamatjonovich	
O'ZBEKISTON METEOROLOGIYA XIZMATIDA RAQAMLI TRANSFORMATSIYA VA BIG DATA TEXNOLOGIYALARINI JORIY ETISH ISTIQBOLLARI	304
Anvarova Muqaddas Mahammadjanovna, Abduganiyeva Mavjuda Asattulayevna	
O'ZBEKISTONDA ISLOM MOLİYAVIY XIZMATLARIDAN FOYDALANISHNI SHAKLLANTIRISH YO'LLARI	311
Babamatov Tolib Hakimovich	
FERMER XO'JALIKLARIDA MARKETING STRATEGIYASINI SHAKLLANTIRISH VA RAQOBATDOSHLIKNI OSHIRISH OMILLARI	318
Baxtiyor Negmatovich Navruz-zoda, Nazarova Gulruh Umarjonovna	
FARMASEVTIKA MAHSULOTLARI BOZORIDA KOMPANIYANING MIJOZLAR BILAN MUNOSABATLARINI O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI	326
Bobojonov Baxrombek Ruzimovich	
MAHALLIY VA XORIJIY TURISTLAR UCHUN O'ZBEKISTONDA ALTERNATIV TURIZM TURLARINI RIVOJLANTIRISHNING NAZARIY VA AMALIY ASOSLARI.....	334
Egamnazarov Khusniddin	
IMPROVING THE EFFICIENCY OF IMPLEMENTING ARTIFICIAL INTELLIGENCE TECHNOLOGIES IN THE EDUCATIONAL PROCESS.....	347
Shoakhmedova Nozima Khairullaevna, Yusupova Dilbar Mirabidovna	

QISHLOQ XO‘JALIGI BUXGALTERIYASIDA BIOLOGIK AKTIVLARLARNI TAN OLISH MEZONLARI VA UNING KLASSIFIKATSIYASI.....	353
Tursunkulova Gulchiroy Burxonovna	
TIJORAT BANKLARI VALYUTA OPERATSIYALARI VA ULARNING TASNIFLANISHI	362
Yusupov Aziz Shuhratovich	
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ УПРАВЛЕНИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИМИ ОТХОДАМИ В СИСТЕМЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ И САНИТАРНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ.....	369
Мажидова Фарангиз Фуркатзода	
RAQAMLI CRM TEXNOLOGIYALARINING XORIJIY AMALIYOTI VA O‘ZBEKISTON BIZNES MUHITIDA QO‘LLASH ISTIQBOLLARI	380
Mirziyodova Gulnozaxon Ayubxon qizi	
COST OF CAPITAL. AS A CASE OF UZBEKISTAN COMPANY	391
Khurshid Khudoykulov	
QURILISH MATERIALLARI SANOATIDA STRATEGIK BOSHQARUVNING NAZARIY ASOSLARI.....	399
Musaxonov Rustam Musaxon o‘g‘li	
KORXONA MAHSULOTLARI ELEKTRON SAVDOSINI BOSHQARISH STRUKTURASI	406
Tuychiyev Shavkatjon Shokirali o‘g‘li, O‘ktamov Xamidillo Xabibillo o‘g‘li	
O‘ZBEKISTONDA DAVLAT BOSHQARUVLARINI RAQAMLIGA O‘TKAZISH: TAJRIBASI VA ISTIQLABLARI.	414
Yusupova Dilbar Mirabidovna	
ELEKTRON TIJORATDA MIJOZGA YO‘NALTIRILGAN MARKETING STRATEGIYALARI	419
Maxmudov Tohirjon Olimjonovich	
INSON KAPITALINI RIVOJLANTIRISH VA KREATIVLIK QOBILIYATLARINI RAG‘BATLANTIRISH: JAHON TAJRIBASI TAHLILI	429
Hulkar Turobova, Shahlo Musulmonova	
TAX DISCIPLINE AND ITS INFLUENCE ON FINANCIAL SECURITY	441
Shamsiddin Allayarov Amanullaevich	
TIKUV-TRIKOTAJ KORXONALARDA STRATEGIK MENEJMENTNING SAMARADORLIGINI BAHOLASHNING SKORING TIZIMI	450
Mamatraimov Islom Mamanazarovich	
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ВЫСШИМИ УЧЕБНЫМИ ЗАВЕДЕНИЯМИ	460
Бадалова Лола Борисовна	
ЭФФЕКТИВНОСТЬ МАРКЕТИНГА В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ СТОИМОСТЬЮ КОМПАНИИ	468
Уралов Акбарали Бабаназарович	
STAGES OF FOOD BRAND FORMATION IN THE FOOD MARKET	478
Eshmatov Sanjar Azimkulovich	

ONLAYN SAVDO MAYDONCHALARIDA TOVARLAR SAVDOSINI OSHIRISHDA MARKETING STRATEGIYALARINI SAMARALI QO‘LLASH USULLARI	489
Baxromov Xudoyor Xabibullo o‘g‘li	
ULGURJI SAVDODA MARKETING LOGISTIKASINI RIVOJLANTIRISHNING METODOLOGIK ASOSLARI.....	497
Xolmamatov Diyor Haqberdiyevich	
MOLIYAVIY XAVFSIZLIK SOHASIDA XALQARO HAMKORLIK VA UNING SAMARADORLIGI.....	511
Axmedov Bexzod Shuxratovich	
MAMLAKATDA RAQAMLI XIZMATLARNI RIVOJLANISHI VA UNING HUQUQIY VA IJTIMOY-IQTISODIY ASOSLARI	518
Xakimdjanova Dildora Kamilevna	
XIZMAT KO‘RSATISH KORXONALARIDA YASHIL IQTISODIYOTGA O‘TISH JARAYONIDA MOLIYAVIY HISOBOTNING XALQARO STANDARTLARIDAN FOYDALANISH IMKONIYATLARI	529
Narzullayeva Ozoda Qahramon qizi	
MADANIYAT SOHASI MUASSASALARINI AUDITDAN O‘TKAZISHNING O‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI	535
Annayev Abdurasul Abdurashidovich	
INNOVATSION RIVOJLANISH VA RAQAMLI IQTISODIYOT: ZAMONAVIY TENDENSIYALAR VA ISTIQBOLLAR	541
Fayzullayev Jonibek Mambetsaliy o‘g‘li, Ollayorov Behruzbek Sardor o‘g‘li	
MAMLAKATIMIZDA INVESTITSION JOZIBADORLIGI YUQORI BO‘LGAN HUDUDLARDA TURIZMNI RIVOJLANTIRISH TENDENSIYALARI	547
Astanov Sherzod Rustamovich	
AKSIYADORLIK JAMIYATLARIDA BOSHQARUV QARORLARINI TAKOMILLASHTIRISHDA QIYMATGA ASOSLANGAN BUDJETLASHTIRISH TIZIMINI TASHKIL ETISH	556
Sobirov Shoyadbek Kurbonaliyevich	
MILLIY TRANSPORT-LOGISTIKA TIZIMINI RAQOBATBARDOSH QILISHDA ZAMONAVIY YONDASHUVLAR VA STRATEGIYALAR	564
Rixsiboyev Nozimbek Abdurasul o‘g‘li	
MINTAQA IQTISODIY TIZIMINI RIVOJLANTIRISHDA EKSPORT SALOHIYATINI OSHIRISH ISTIQBOLLARI	571
Mamadjanova Tuyg‘unoy Axmadjanovna	

BLOKCHAYN TEXNOLOGIYASI ASOSIDA QIYMAT YARATISH RAQAMLI ZANJIRLARINI SHAKLLANTIRISH

Samadov Sevinchbek Dusbobo o'g'li

TDIU talabasi,

E-mail: samadovsevinchbek58@gmail.com

Annotatsiya

Ishlab chiqarish va savdo tashkilotlari boshqaruvida samaradorlik va xavfsizlikni oshirish uchun zamonaviy texnologiyalardan foydalanish muhim ahamiyat kasb etadi. Blokcheyn texnologiyalari ma'lumotlarni xavfsiz saqlash, operatsiyalarning shaffofligini ta'minlash va vositachilarni qisqartirish imkoniyatini beradi. Maqolada raqamli transformatsiya sharoitida raqamli iqtisodiyotda qiymat yaratish raqamli zanjirlarini shakllantirishning asoslari ko'rib chiqilgan.

Kalit so'zlar: biznes modellari, raqamli transformatsiya, raqamli iqtisodiyot, qo'shimcha qiymat, biznes jarayonlari, avtomatlashtirilgan tizim.

Аннотация

Для повышения эффективности и безопасности управления производственными и торговыми организациями важное значение приобретает использование современных технологий. Технологии блокчейн обеспечивают надёжное хранение данных, прозрачность операций и сокращение посреднических звеньев. В статье рассматриваются основы формирования цепочек цифровой ценности в условиях цифровой трансформации и цифровой экономики.

Ключевые слова: бизнес-модели, цифровая трансформация, цифровая экономика, добавленная стоимость, бизнес-процессы, автоматизированная система.

Abstract

The use of modern technologies plays a crucial role in improving the efficiency and security of management in manufacturing and trade organizations. Blockchain technologies enable secure data storage, ensure transparency of operations, and reduce the need for intermediaries. This article examines the fundamentals of building digital value chains in the context of digital transformation and the digital economy.

Keywords: business models, digital transformation, digital economy, added value, business processes, automated system.

KIRISH

Ishlab chiqarish va savdo tashkilotlari boshqaruvida samaradorlik va xavfsizlikni oshirish bugungi raqobatbardosh bozor sharoitida ustuvor ahamiyat kasb etmoqda. Zamonaviy texnologiyalardan samarali foydalanish orqali tashkilotlar nafaqat ichki jarayonlarni avtomatlashtirishi, balki tashqi hamkorlikni ham samarali tashkil etishi mumkin. Shu nuqtai nazardan, blokcheyn (Blockchain) texnologiyasi so'nggi yillarda alohida e'tiborga tushmoqda.

Blokcheyn – bu ma'lumotlarni markazlashtirilmagan, o'zgartirib bo'lmaydigan tarzda saqlash imkonini beruvchi raqamli texnologiya bo'lib, u orqali ma'lumotlar

yozuvlar bloklar ko‘rinishida tartibli ravishda zanjirga bog‘lanadi. Har bir blokda ma’lumotlar xavfsizlikni ta’minlovchi kriptografik algoritmlar orqali himoyalangan bo‘ladi. Shu bois, blokcheyn texnologiyasi ma’lumotlarning butunligini saqlash, operatsiyalar shaffofligini ta’minlash va ishonchli ekotizim yaratishda muhim o‘rin tutadi.

Bugungi kunda nafaqat moliya va kriptovalyuta sohasida, balki ta’minot zanjirini boshqarish, sog‘liqni saqlash, logistika, intellektual mulkni muhofaza qilish, kontraktlarni avtomatik bajarish (smart-kontraktlar) va hatto saylov jarayonlarida ham blokcheyn texnologiyasi keng qo‘llanilmoqda. Ishlab chiqarish va savdo tashkilotlari uchun esa bu texnologiya orqali tovarlarni kuzatish, manbani aniqlash, qalbakilashtirishga qarshi kurashish va jadal hisob-kitoblarni amalga oshirish mumkin.

So‘nggi paytlarda dunyoda va iqtisodiyotda Bitkoin, Efir, Laytkoin kabi kriptovalyutalarning keng tarqalishi blokcheyn texnologiyasining ommalashuviga turtki berdi. Ilgarilari bu texnologiya bilan asosan axborot texnologiyalari mutaxassislari yoki kriptovalyuta mayning bilan shug‘ullanuvchi tor doiradagilar ish olib borishgan bo‘lsa, hozirda uning imkoniyatlari ko‘plab sohalarida keng qo‘llanilib, amaliyotda tatbiq etilmoqda. Bunday vaziyatda har bir biznes egasi, ayniqsa ishlab chiqarish va savdo bilan shug‘ullanuvchi tadbirkorlar blokcheyn texnologiyasining imkoniyatlarini o‘rganishi va undan foydalanish yo‘llarini aniqlashi zarur.

Yakuniy qilib aytganda, blokcheyn texnologiyasini ishlab chiqarish va savdo sohalarida tatbiq etish orqali nafaqat operatsiyalarning shaffofligi va xavfsizligi ta’minlanadi, balki tashkilotning raqobatbardoshligi ham oshiriladi. Bu esa zamonaviy raqamli iqtisodiyot sharoitida juda muhim omil hisoblanadi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Hozirda A. Genkin, M. Svon kabi blokcheyn sohasidagi ko‘plab ekspertlarning fikricha [1], ushbu texnologiya beshinchi hisoblash paradigmasiga aylanishi mumkin. Birinchi paradigmaga EHMning paydo bo‘lishi, ikkinchisiga esa shaxsiy kompyuterning kirib kelishi kiradi. Uchinchi paradigma internetdan foydalanish, to‘rtinchi paradigma esa mobil kompyuterlar (planshetlar, smartfonlar) va ijtimoiy tarmoqlar hisoblanadi.

Blokcheyn texnologiyasi o‘zaro bog‘langan, tasdiqlangan va osongina tekshirilishi mumkin bo‘lgan yozuvlarning taqsimlangan tizimini ifodalaydi [2]. Bunday yozuvlarni zanjirning barcha ishtirokchilari tavsiflashi mumkin, bunda ushbu yozuvlardagi ma’lumotlar ishonchli va tasdiqlangan bo‘lishi shart.

Texnologiyaning mohiyati shundaki, blokcheyn — bu umumiy foydalanishdagi ulkan taqsimlangan ma’lumotlar bazasidir. Unda markaziy boshqaruv mavjud emas va tranzaksiyalarini tekshirish bilan foydalanuvchilarning maxsus toifasi shug‘ullanadi, ular odatda maynerlar deb ataladi. Maynerlar amalga oshirilgan tranzaksiyalarning haqiqiylikni tasdiqlab, ulardan zanjirga tiziladigan bloklarni shakllantiradilar. Bunday zanjirlarni tuzish har bir keyingi blok o‘zidan oldingi blok haqidagi ma’lumotni o‘z ichiga olishiga asoslanadi.

Bizning fikrimizcha, texnologiyaning asosiy afzalligi shundaki, u vositachilarni istisno qiladi va bu boshqaruvni osonlashtiradi. Masalan, hozirgi vaqtda pul, hujjatlar

va boshqa ma'lumotlar bilan bog'liq barcha operatsiyalar amalga oshirilgan operatsiyalarning haqiqiyligini tekshiruvchi vositachilar bo'lishini talab qiladi. Blokcheynda bunday vositachilar talab qilinmaydi, barcha tranzaksiyalar tizim ishtirokchilari tomonidan tekshiriladi va tasdiqlanadi.

Blokcheyn texnologiyasi faol rivojlanmoqda va allaqachon moliya bozorlari va kriptovalyutalar doirasidan chiqib ketdi. Jahon iqtisodiy forumi (WEF) tomonidan taqdim etilgan sharhga ko'ra, ko'plab davlat va tijorat tashkilotlari rahbarlari 5 yildan so'ng jahon yalpi ichki mahsulotining 10 foizi raqamli blokcheyn platformalariga joylashtirilishiga ishonishadi [3].

Jahon bozorida 2024-yildayoq faoliyati blokcheyn texnologiyalariga asoslangan bir necha ming startaplar taqdim etilgan. Jahon moliyaviy guruhlarining aksariyati bunday startaplarga faol sarmoya kiritadi.

Blokcheyn texnologiyasining asosiy tamoyillari quyidagicha:

- Detsentralizatsiya – ma'lumotlar yagona serverda emas, balki tarqatilgan tarmoqda saqlanadi;
- Himoya va shaffoflik – ma'lumotlar o'zgarmasligi va foydalanuvchilar tomonidan tekshirilishi ta'minlanadi;
- Aqlli kontraktlar (smart-kontraktlar) – avtomatik shartnomalar orqali ish jarayonlarini avtomatlashtirish imkonini.

O'zbekistonda blokcheyn texnologiyasi turlicha qabul qilingan. Bir tomondan, ko'pchilik uni Markaziy bank ularni tartibga solish imkoniyati yo'qligi sababli har tomonlama taqiqlashga uringan kriptovalyutalar bilan tenglashtirdi, boshqa tomondan, blokcheyn texnologiyasining o'zi nafaqat davlat ishtirokidagi yirik tijorat tuzilmalariga, balki davlat tashkilotlariga ham faol joriy etila boshlandi.

Blokcheynni faqat kriptovalyutalar formatida ko'rib chiqish prinsipial jihatdan noto'g'ri. Kriptovalyuta — bu raqamli valyutaning bir turi bo'lib, uni yaratish va nazorat qilish kriptografik usullar va biron bir operatsiyaning bajarilishini isbotlash sxemasiga asoslanadi. Kriptovalyuta juda mashhur hozirgi vaqtda, garchi bu haqda mish-mishlar tarqalgan bo'lsa-da, u blokcheynni rivojlantirishning asosiy yo'nalishi emas.

Ko'plab davlat organlari vaqti-vaqti bilan kriptovalyutalarni taqiqlashga urinadi, chunki ular aslida davlatchilikning asosiy shartlaridan biri — o'z tartibga solinadigan valyutasiga ega bo'lishni buzadi. Ammo bizning fikrimizcha, kriptovalyutalar rivojlanadi, chunki ilmiy-texnik taraqqiyotni to'xtatib bo'lmaydi.

M. Keysining fikricha, kriptovalyutalar davlat boshqaruvi, intellektual mulk yaratish, ishlab chiqarish va savdo, xizmat ko'rsatish va boshqa sohalarga faol joriy etila boshlagan blokcheyn texnologiyalarini qo'llashning mumkin bo'lgan sohalaridan biridir [4].

Blokcheyn texnologiyasi so'nggi paytlarda dunyoda keng tarqalgan eng dinamik innovatsiya bo'lib, turli sohalarning rivojlanishiga sezilarli ta'sir ko'rsatayotganini ishonch bilan aytish mumkin. Mazkur soha davlat va munitsipal organlar, xususiy boshqaruv kompaniyalari, pudrat tashkilotlari kabi ko'plab ishtirokchilar mavjudligi sababli yetarlicha shaffof emas. Shu bois, ushbu sohani blokcheyn texnologiyasi

asosida modernizatsiya qilish bu ijtimoiy-iqtisodiy muammoni hal etish imkonini beradi.

Bizningcha, blokcheyn texnologiyasi tashkilotlar va jismoniy shaxslar faoliyatining har qanday sohasida ma'lumotlarni saqlash va qayta ishlashning universal usuli hisoblanadi. Misol uchun, logistikada blokcheyn yetkazib beriladigan tovarlar bilan birga harakatlanadigan qog'oz hujjatlarni (transport yukxatlari va boshqalar) almashtirish imkonini beradi.

Blokcheyn marketing tadbirlarini samarali amalga oshirish uchun ham qulaydir, unda mijozlar ballarini hisobga olish, ularni mukofot dasturlari o'rtasida o'tkazish va ishonchli saqlash mumkin bo'ladi [5].

Tibbiyotda ham blokcheyn qo'llanilib, unda bemorlarning butun tibbiy kuzatuv tarixini saqlash imkonini beradi va bunda bemor boshqa tibbiyot markaziga murojaat qilganda, avvalgi shifokordan ko'chirma olish zaruriyati yo'qoladi [6].

Ko'chmas mulk bilan bog'liq bitimlarni davlat ro'yxatidan o'tkazish jarayonini ham ushbu texnologiya yordamida takomillashtirish mumkin. Bundan tashqari, blokcheyn hujjatlarni qalbakilashtirish, shu jumladan noqonuniy notarial tasdiqlash bilan bog'liq firibgarliklarni kamaytiradi. Har bir ko'chmas mulk obyekti yaratilgan paytdan boshlab raqamli tarixga ega bo'lishi va uni o'zgartirish imkonsiz bo'lishi lozim.

A. Genkinning ta'kidlashicha, blokcheyn tufayli moliyaviy operatsiyalar sifatini boshqarish sezilarli darajada oshirish mumkin. Moliya bozorlari ishtirokchilari blokcheyn ma'lumotlar bazasi bilan ishlashni ta'minlovchi dasturiy kodlar yordamida yaratilgan smart-shartnomalardan foydalangan holda vositachilarsiz faoliyat yuritishlari mumkin bo'ladi.

Chakana savdodagi blokcheyn — bu inqilobiy yangilik sifatida qaralishi lozim bo'lgan kuch, biroq ko'pchilik hamon uning asosiy biznes jarayonlarida qo'llanilishiga shubha bilan qaramoqda.

Chakana savdo platformasida blokcheynni qo'llashga misol sifatida INS platformasini keltirish mumkin. Bu global markazlashmagan ekotizim bo'lib, buyurtmalarni bajarish jarayonini soddalashtiradi va ishlab chiqaruvchilarga mustaqil faoliyat yuritish imkonini beradi. Unda sotuvchi, o'z mahsulotlarini sotuvga qo'yish, aksiyalar o'tkazish, sodiqlik dasturlarini amalga oshirish, mijozlardan fikr-mulohazalar olish mumkin bo'ladi. Shuningdek, chakana sotuvchilar emas, balki xaridorlarning o'zlari xohlagan tovarlarni tanlash, yangi mahsulotlarga ovoz berish va boshqa ishlab chiqaruvchilarning tovarlarini joylashtirish imkoniyatini taqdim etadi [7].

INS platformasi oziq-ovqat ishlab chiqaruvchilari va iste'molchilarni qulay ilova orqali to'g'ridan-to'g'ri bog'laydi. Oziq-ovqat bozori dunyodagi eng yirik iste'mol bozorlaridan biri hisoblanadi. 2020-yilda uning aylanmasi 8,5 milliard dollarga yetishi, internet-do'konlar aylanmasi esa 2015-yildagi 98 milliard dollardan 2025-yilda 290 milliard dollargacha o'sishi kutilmoqda.

TAHLIL VA NATIJALAR

Oziq-ovqat bozorining 90 foizigacha bo'lgan qismi bir nechta chakana savdogar nazoratida bo'lib, ular o'z mavqeyidan noto'g'ri foydalanmoqda: narxlarni asossiz

ravishda oshirmoqda, kichik savdogarlarni siqib chiqarmoqda va sifatsiz tovarlarni taqdim etmoqda. Chakana sotuvchilar daromadning juda katta ulushini egallab, ishlab chiqaruvchilar va xaridorlarga kuchli ta'sir o'tkazmoqda.

Ishlab chiqaruvchilar kuchli monopolistik raqobat sharoitida mijozlarni jalb qilish uchun marketingga katta mablag' sarflamoqda. Biroq marketing xarajatlarining 30 foizi samarasiz bo'lib, maqsadli mijozlargacha yetib bormaydi. INS platformasi iste'molchi va ishlab chiqaruvchi o'rtasida bevosita aloqani ta'minlab, ulgurji va chakana savdogarlarni chetlab o'tish imkonini beradi.

Blokcheyn yordamida qo'shimcha xarajatlar sezilarli darajada qisqaradi. Ombor hisobini avtomatlashtirish, jarayonlarni optimallashtirish ko'p vaqtни tejash imkonini beradi. Blokcheyn ta'minot zanjirini yanada samarali va tejamkor qiladi. Ekotizim modullari zarur infratuzilma bilan birgalikda dunyoning yirik shaharlarida joriy etiladi.

INS platformasi iste'molchilarga quyidagi afzalliklarni taqdim etadi:

- Ta'minotchilarning keng tanlovi – foydalanuvchilarga barcha resurs ta'minotchilari, ishlab chiqaruvchilar va chakana sotuvchilar mavjud bo'ladi

- Yuqori sifatli mahsulotlar – foydalanuvchilar tovarlar va ularning sifati haqida ma'lumot olish, boshqa xaridorlarning fikr-mulohazalari bilan tanishish imkoniyatiga ega bo'ladi

- Platformadagi tovarlarning arzon narxi – ulgurji savdo ustamalarining qisqarishi hisobiga narxlarning pasayishi (har bir vositachi narxga o'z xarajatlari va kutilgan foyda miqdorini qo'shadi)

- Ishlab chiqaruvchilardan chegirmalar va boshqa bonuslar – ishlab chiqaruvchilar mijozlarni jalb qilish va saqlab qolish uchun sodiqlik dasturlarini yo'lga qo'yishga intiladi

- Mahsulot haqida fikr bildirish imkoniyati – platforma bevosita aloqani ta'minlaydi;

- Mahsulot haqida o'z fikrini bildirish imkoniyati – platforma ishlab chiqaruvchi bilan bevosita aloqani ta'minlaydi, shu tufayli iste'molchi mahsulot haqida ma'lumot yuborishi yoki savollarini aniqlashtirishi mumkin

- Brendlar va tovarlarni erkin tanlash – iste'molchiga turli ishlab chiqaruvchilarning keng assortimentdagi mahsulotlarini buyurtma qilish imkoniyati beriladi

- Mustaqil mahalliy ishlab chiqaruvchilarga kirish imkoniyati – ko'pincha kichik ishlab chiqaruvchilar uchun o'z mahsulotlarini yakuniy iste'molchiga yetkazish ancha qiyin, ammo blokcheyn bu muammoni hal qiladi: raqamli texnologiyalar yordamida bunday ishlab chiqaruvchilar iste'molchilar bilan to'g'ridan-to'g'ri munosabatda bo'la oladilar

- Blokcheyn yordamida ma'lumotlarni himoya qilish – ushbu texnologiya axborotni shifrlash va ruxsatsiz kirish, buzish va boshqa xavflardan himoyalashni ta'minlaydi;

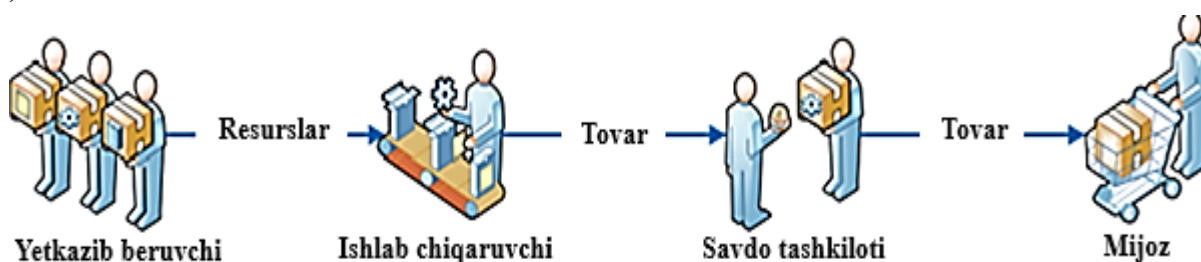
- vaqtни tejash – iste'molchilar kerakli mahsulotni topishga ancha kam vaqt sarflaydilar, chunki mahsulotlar haqidagi barcha ma'lumotlar platformada jamlangan.

INS platformasi ishlab chiqaruvchilarga quyidagi afzalliklarni taqdim etadi:

- Narxlar va listing ustidan nazorat – ishlab chiqaruvchi raqobatchilarning narx takliflarini ko‘ra oladi va bozor omillarini hisobga olgan holda narxlarni belgilaydi
- Halol raqobatda ishtirok etish – u yoki bu sababga ko‘ra ma’lum mahsulotlarga kirishni to‘suvcchi vositachilarning yo‘qligi
- Mijozlardan to‘g‘ridan-to‘g‘ri fikr-mulohaza olish imkoniyati – ishlab chiqaruvchi mahsulot ishlab chiqarishda iste’molchining xohish-istaklarini hisobga olish uchun undan fikr-mulohaza olishi mumkin
- O‘z mahsulotini e‘lon qilib, uni xarid qilish uchun qulay qilish imkoniyati – platforma har qanday ishlab chiqaruvchiga ulgurji va chakana vositachilarni chetlab o‘tib, o‘z mahsulotini bozorga olib chiqish imkonini beradi
- Mijozlarni jalb qilish uchun chegirma dasturlaridan foydalanish – ishlab chiqaruvchi mijozlar bilan munosabatlarni mustahkamlash maqsadida sodiqlik dasturini yo‘lga qo‘yishi mumkin (aksiyalarni tashkil etish, chegirmalar taqdim etish va hokazo)
- Vositachilarning yo‘qligi tufayli xarajatlarni kamaytirish – o‘z xarajatlari va foydalarini narxga qo‘shadigan vositachilar yo‘qligi hisobiga mahsulot narxi tuzilishini soddalashtirish
- Maqsadli iste’molchilar guruhini shakllantirish imkoniyati – raqamli texnologiyalar asosida mijozlar bilan munosabatlarni samarali boshqarish orqali doimiy mijozlar bazasini yaratish.

Keltirilgan afzalliklardan kelib chiqib, blokcheyn texnologiyasining vositachilarni istisno qilishga qaratilganligi ayon bo‘ladi. Bu esa onlayn biznesni tashkil etish va uni boshqarish uchun ma’lum talablarni qo‘yadi, chunki onlayn formatda boshqarishda, shunchaki, savdo vakili bo‘lish xavfli bo‘lib qolmoqda. “Arzon sotib olib, savdo ustamasi bilan sotish” tamoyili asosida ishlaydigan har qanday tashkilotni boshqaruv zanjiridan chiqarib tashlashga urinishadi, chunki u tovarlar qiymatini oshiradi va qo‘shimcha qiymat yaratmaydi.

Qiymat yaratish zanjirlarining ko‘pchiligi quyidagi tamoyil asosida qurilgan: yetkazib beruvchi – ishlab chiqaruvchi – savdo tashkiloti – yakuniy iste’molchi (1-rasm).



1-rasm. Qiymat yaratish zanjirlarini yaratish¹

¹ Muallif ishlanmasi

Bunday boshqaruv tuzilma ulgurji vositachilarni qo'shish hisobiga murakkablashishi mumkin (2-rasm).



2-rasm. Qiymat yaratish zanjirida ulgurji vositachilar¹

Ishlab chiqarish va savdoda qiymat yaratish zanjirlari ikki turli bo'lishi mumkin: itaruvchi va tortuvchi. Qiymat yaratishning itaruvchi zanjirlari resurslar va ishlab chiqarish quvvatlarini rejalashtirish asosida mahsulot ishlab chiqarish va sotishni nazarda tutadi. Ular tovarni bozorga suradi, shundan so'ng xaridor uni oldindan buyurtma bermasdan sotib oladi.

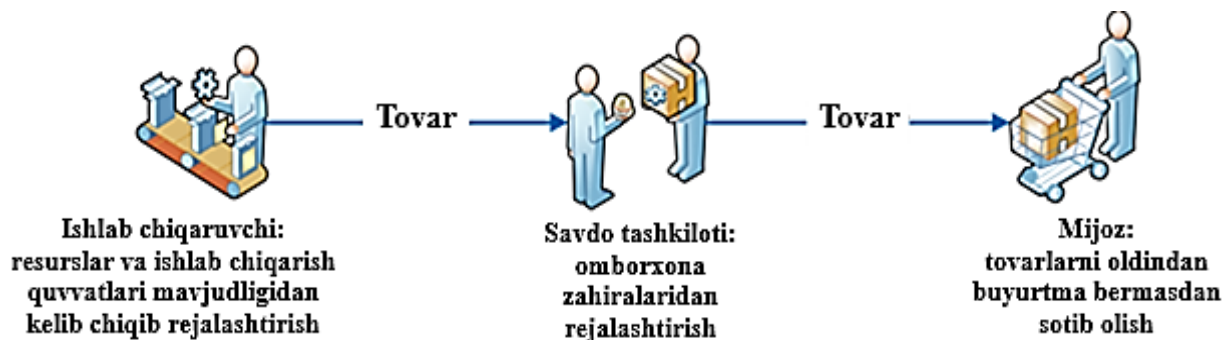
Ishlab chiqarishda qiymat yaratishning itaruvchi zanjirlari mijozlar ehtiyojlarini aniqlash yoki shakllantirish, resurslarni xarid qilish va saqlash, mahsulotni ishlab chiqarish va saqlash, tayyor mahsulotni jo'natish va keyingi qo'llab-quvvatlashni o'z ichiga olishi mumkin. Savdoda itaruvchi zanjirlarning asosiy bosqichlari xaridorlar ehtiyojlarini aniqlash yoki shakllantirish, tovarlarni xarid qilish, ularni saqlash, sotish va sotishdan keyingi xizmat ko'rsatishdan iborat.

Qiymat yaratishning tortuvchi zanjirlari mijozning buyurtmasini ularni amalga oshirishning dastlabki bosqichida olishni nazarda tutadi. Ushbu zanjirlarning afzalliklari shundaki, dastlab ishlab chiqaruvchi yoki savdo tashkiloti mijoz nimani xohlayotganini biladi, bundan tashqari, bunday zanjirlarda u allaqachon buyurtma bergan va oldindan to'lovni amalga oshirgan (agar talab etilsa).

M. Xappelmanning fikricha, ishlab chiqaruvchi va savdo tashkiloti o'rtasida qiymat yaratish zanjirlarining turli xillarini birlashtirish mumkin [90]. Model "ishlab chiqaruvchining itaruvchi zanjiri – savdo tashkilotining itaruvchi zanjiri" bozor ehtiyojlari, resurslar va ishlab chiqarish quvvatlarining mavjudligidan kelib chiqqan holda tovarlarni ishlab chiqarish va sotishni nazarda tutadi. Bunday modelga X5 Retail Group kabi yirik tarmoqlarda oziq-ovqat mahsulotlarini sotish misol bo'la oladi. Dastlab do'konlar tarmog'ida sotiladigan mahsulotlar ishlab chiqariladi. Mijozlar ularni oldindan buyurtma qilmaydilar, balki mavjud bo'lganida sotib oladilar (19-rasm).

¹ Muallif ishlanmasi

"Ishlab chiqaruvchining tortuvchi zanjiri – savdo tashkilotining tortuvchi zanjiri" modeli tovarlarni buyurtma asosida ishlab chiqarish va sotishni koʻzda tutadi (20-rasm). Savdo tashkiloti buyurtmani mijoz bilan kelishib oladi, shundan soʻng uni ishlab chiqarishga uzatadi. Ishlab chiqaruvchi tovarni tayyorlaydi va uni savdo tashkilotiga joʻnatadi, savdo tashkiloti esa uni mijozga yetkazib beradi.



3-rasm. "Ishlab chiqaruvchining siqib chiqaruvchi zanjiri – savdo tashkilotining siqib chiqaruvchi zanjiri" modeli¹

Bunday modelni amalga oshirishga misol qilib mebel, interyer elementlari va boshqalarga buyurtma berishni keltirish mumkin. Bunda mijoz katalog boʻyicha oʻziga yoqqan mahsulotga buyurtma beradi, oldindan toʻlovni amalga oshiradi, shundan soʻng mebel tayyorlanadi va bir necha oy ichida yetkazib beriladi.

"Ishlab chiqaruvchining tortib olish zanjiri – savdo tashkilotining siqib chiqarish zanjiri" modeli savdo tashkiloti tomonidan mijozlarning ehtiyojlarini hisobga olgan holda ishlab chiqaruvchidan oldindan buyurtma qilingan tovarlarni sotishni nazarda tutadi. Bunday zanjirga misol sifatida dehqon mahsulotlarini bozorlarda yoki dehqon doʻkonlarida sotishni koʻrsatish mumkin. Bu doʻkonlar oʻz assortimentini dehqonlardan mahsulot buyurtma qilish orqali shakllantiradi. Bunda dehqonlar bilan ishlash "sotish uchun" tamoyili asosida olib boriladi: agar tovar xaridorgir boʻlmasa, dehqon pul ololmaydi. Bu tamoyil mahsulot ishlab chiqaruvchilar uchun doim ham samarali boʻlmasa-da, baʼzida u sotish kanallarini kengaytirishning yagona usuli boʻlishi mumkin.

"Ishlab chiqaruvchining itaruvchi zanjiri – savdo tashkilotining tortuvchi zanjiri" modeli quyidagicha amalga oshiriladi: ishlab chiqaruvchi muayyan mahsulotni tayyorlaydi, uning xususiyatlari mijozlarning individual buyurtmalariga yoʻnaltirilgan savdo tashkilotining buyurtmalariga qarab oʻzgarishi mumkin. Bunday modelga misol qilib rasmiy dilerdan avtomobil buyurtma berishni keltirish mumkin. Ishlab chiqaruvchi maʼlum vaqt davomida avtomobillar turkumini ishlab chiqaradi. Savdo

¹ Muallif ishlanmasi

tashkiloti mijozdan erkin sotuvda bo'lmagan avtomobil konfiguratsiyasiga buyurtma oladi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Ushbu konfiguratsiya ishlab chiqaruvchiga yuboriladi, so'ngra u allaqachon rejalashtirilgan ishlab chiqarishga tuzatishlar kiritadi. Yuqorida ko'rib chiqilgan modellar ishlab chiqaruvchi va mijozdan tashqari majburiy ishtirokchi — savdo tashkiloti mavjudligini nazarda tutadi, u ma'lum darajada vositachi vazifasini bajaradi. Bunday vositachining mavjudligi narx tuzilishini murakkablashtiradi, natijada tovar qimmatlashadi.

M. Svonning ta'kidlashicha, zamonaviy raqamli texnologiyalar, jumladan blokcheyn, mijozlarga ishlab chiqaruvchilarning mahsulotlariga to'g'ridan-to'g'ri kirish imkonini berish orqali vositachilarni istisno qilishga qaratilgan. Shu sababli, bunday yondashuv qiymat yaratish zanjirlarining mavjud modellarini modernizatsiya qilishni talab etadi.

Dissertatsiya tadqiqotida raqamli iqtisodiyotda faoliyat yurituvchi tashkilotlar faoliyatiga moslashtirilgan qiymat yaratishning raqamli zanjiri modeli taklif etilgan.

Qiymat yaratishning raqamli zanjirining birinchi bosqichi — bu raqamli texnologiyalar asosida mijozlarning ehtiyojlarini aniqlash yoki shakllantirish bo'lib, bunda to'g'ridan-to'g'ri marketing, mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish tizimlari, onlayn portallar qo'llaniladi.

Onlayn biznesda nafaqat potensial xaridorlarning ehtiyojlarini to'g'ri aniqlash, balki ularning afzalliklaridagi o'zgarishlarni aniqlash, kompaniya foydasiga tanlov qilishga ishonitirish va boshqa maqsadlarda ular bilan munosabatlarni saqlab qolish ham muhimdir. Bunday vazifani quyidagi texnologiyalar yordamida samarali hal qilish mumkin:

- Mijozlar bilan o'zaro munosabatlarni boshqarishning intellektual tizimlari — mijozlarning maqsadli guruhlarini ajratish, ularning afzalliklarini kuzatib borish, dolzarb takliflarni shakllantirish, statistik tahlil o'tkazish, ehtiyojlarni to'g'ri aniqlash uchun ma'lumotlarni qazib olishni amalga oshirish imkonini beradi

- Chat-botlar — mijozlar bilan onlayn tarzda muloqot qiladigan, ularning istaklarini aniqlaydigan va asosiy savollarga javob beradigan robotlar

- Onlayn marketing texnologiyalari — mijozlar bilan tezkor aloqa o'rnatish uchun onlayn portallarda, shuningdek, mashhur ijtimoiy tarmoqlardagi sahifalarda mavjud bo'lgan vositalar, jumladan axborot tarqatmalari, video sharhlar, kengaytirilgan reallik va boshqa raqamli texnologiyalarni o'z ichiga oladi.

Qiymat yaratishning raqamli zanjirining keyingi bosqichi — tovarlarni ishlab chiqarish uchun zarur resurslarni xarid qilishdir. Ta'minotchilar bilan o'zaro aloqalar ta'minotchilar bilan munosabatlarni boshqarish tizimlari asosida, shuningdek, bunday ta'minotchilarning onlayn portallaridan foydalangan holda amalga oshirilishi lozim.

Demak, ishlab chiqarish va savdo tashkilotlari boshqaruvida samaradorlik va xavfsizlikni oshirish uchun zamonaviy texnologiyalardan foydalanish muhim ahamiyat kasb etadi. Blokcheyn texnologiyalari ma'lumotlarni xavfsiz saqlash,

operatsiyalarning shaffofligini ta'minlash va vositachilarni qisqartirish imkoniyatini beradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Генкин, А., Михеев, А. Блокчейн. Как это работает и что ждет нас завтра / А. Генкин, А. Михеев. – М. : Изд-во: «Альпина-Паблишер», 2018. – 592 с.
2. Свон, М. Блокчейн. Схема новой экономики / М. Свон. – М. : Изд-во: Олимп-бизнес, 2017. – 240 с.
3. Всемирный экономический форум [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.weforum.org> (дата обращения: 25.05.2018).
4. Винья, П., Кейси, М. Эпоха криптовалют. Как биткоин и блокчейн меняют мировой экономический порядок / П. Винья, М. Кейси. – М. : Изд-во: «Манн, Иванов и Фербер», 2018. – 432 с.
5. Свон, М. Блокчейн. Схема новой экономики / М. Свон. – М. : Изд-во: Олимп-бизнес, 2017. – 240 с.
6. Генкин, А., Михеев, А. Блокчейн. Как это работает и что ждет нас завтра / А. Генкин, А. Михеев. – М. : Изд-во: «Альпина-Паблишер», 2018. – 592 с.
7. Розничная платформа INS [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://ins.world/>



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
Musahhih: 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
Bot: [@marketingjournalbot](https://t.me/@marketingjournalbot)
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**