

KORXONALAR IQTISODIY SAMARADORLIGINI OSHIRISHDA RAQAMLI STRATEGIYALAR VA INNOVATSION BOSHQARUV

Abduvaxobov Shohijahon Muhammadjanovich

Namangan davlat texnika universiteti

“Menejment” kafedrası assistenti

E-mail: abduvahobovshohjahon50@gmail.com

Annotatsiya

Mazkur maqolada korxonalar iqtisodiy samaradorligini oshirishda raqamli strategiyalar va innovatsion boshqaruvning o‘zaro bog‘liqligi ilmiy jihatdan tahlil qilindi. Tadqiqot davomida raqamli transformatsiya jarayonining bosqichlari, boshqaruv yondashuvlari va innovatsion mexanizmlarning korxonalar faoliyatiga ta’siri o‘rganildi. Raqamli strategiyani biznes-jarayonlarni optimallashtirish, boshqaruv samaradorligini oshirish va mijozlar bilan aloqalarni takomillashtirishdagi roli asoslandi. Innovatsion boshqaruvning tashkiliy madaniyat, qaror qabul qilish sifati va raqobatbardoshlikni kuchaytirishga ta’siri baholandi. Tadqiqot natijasida korxonalarda raqamli yetuklik bosqichlarini joriy etish, boshqaruvning adaptiv modellarini rivojlantirish hamda ma’lumotlarga asoslangan strategik qarorlar tizimini takomillashtirish bo‘yicha ilmiy-amaliy tavsiyalar ishlab chiqildi.

Kalit so‘zlar: raqamli strategiya, innovatsion boshqaruv, raqamli transformatsiya, korxonalar samaradorligi, raqamli yetuklik, biznes-jarayon, strategik boshqaruv, sun‘iy intellekt.

Аннотация

В данной статье научно проанализирована взаимосвязь цифровых стратегий и инновационного управления в повышении эффективности предприятия. В ходе исследования были изучены этапы цифровой трансформации, управленческие подходы и влияние инновационных механизмов на деятельность предприятий. Обоснована роль цифровой стратегии в оптимизации бизнес-процессов, повышении эффективности управления и совершенствовании взаимодействия с клиентами. Оценено влияние инновационного управления на организационную культуру, качество принятия решений и усиление конкурентоспособности. По результатам исследования разработаны научно-практические рекомендации по внедрению этапов цифровой зрелости, развитию адаптивных моделей управления и совершенствованию системы стратегических решений на основе данных.

Ключевые слова: цифровая стратегия, инновационное управление, цифровая трансформация, эффективность предприятия, цифровая зрелость, бизнес-процесс, стратегическое управление, искусственный интеллект.

Abstract

This article scientifically analyzed the relationship between digital strategies and innovative management in improving enterprise efficiency. The study examined the stages of digital transformation, management approaches, and the impact of innovative mechanisms on enterprise performance. The role of digital strategy in optimizing business processes, improving management efficiency, and enhancing customer

interaction was substantiated. The influence of innovative management on organizational culture, decision-making quality, and competitiveness was evaluated. Based on the research findings, scientific and practical recommendations were developed for implementing digital maturity stages, improving adaptive management models, and strengthening data-driven strategic decision-making systems.

Keywords: digital strategy, innovative management, digital transformation, enterprise efficiency, digital maturity, business process, strategic management, artificial intelligence.

KIRISH

Zamonaviy iqtisodiy munosabatlarning shakllanishi va rivojlanishi raqamli texnologiyalarning korxonalar boshqaruvidagi oʻrni bilan chambarchas bogʻliq boʻlib bormoqda. Jahon iqtisodiyoti chuqur tarkibiy oʻzgarishlar bosqichini boshdan kechirmoqda. Shu jarayonda raqamli texnologiyalar nafaqat alohida biznes jarayonlarini avtomatlashtirish, balki boshqaruv tizimini tubdan yangilash imkoniyatini ham yaratmoqda [1]. Korxonalar samaradorligini oshirish masalasi iqtisodiy nazariyalarda uzoq yillardan buyon oʻrganib kelinayotgan boʻlsa-da, raqamli iqtisodiyot sharoitida ushbu masala innovatsion boshqaruv bilan uygʻunlashib, yangi ilmiy mazmun kasb etmoqda.

Oʻzbekiston Respublikasida ham raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish davlat siyosatining ustuvor yoʻnalishlaridan biri sifatida shakllanmoqda. “Raqamli Oʻzbekiston - 2030” strategiyasi doirasida raqamli infratuzilmani modernizatsiya qilish, davlat xizmatlarini elektron shaklga oʻtkazish hamda xususiy sektorda raqamli texnologiyalardan foydalanishni kengaytirish boʻyicha muhim vazifalar belgilangan [2]. Ushbu jarayon korxonalarni ham boshqaruv tizimlarini qayta koʻrib chiqishga, zamonaviy raqamli yechimlarni biznes strategiyasining ajralmas qismiga aylantirishga undamoqda.

Mazkur maqolaning maqsadi - korxonalar samaradorligini oshirishda raqamli strategiyalar va innovatsion boshqaruvning oʻzaro bogʻliqligini nazariy jihatdan asoslash hamda zamonaviy menejment amaliyotida qoʻllanilayotgan yondashuvlarni umumlashtirishdan iborat. Tadqiqotda raqamli strategiya biznes jarayonlarini raqamli vositalar yordamida takomillashtirish, boshqaruv samaradorligini oshirish va qiymat yaratish tizimini qayta shakllantirishga qaratilgan kompleks yondashuv sifatida talqin qilindi [3]. Innovatsion boshqaruv esa yangiliklarni izlash, ishlab chiqish va amaliyotga joriy etishga yoʻnaltirilgan boshqaruv usuli hamda tashkiliy madaniyat sifatida izohlandi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Raqamli biznes-strategiya nazariyasining shakllanishida 2010-yillar boshidagi ilmiy izlanishlar muhim oʻrin tutadi. Bxaradvaj va hammualliflari raqamli strategiyani axborot texnologiyalari strategiyasidan farqlash zaruriyatini asoslab, uni umumiy biznes-strategiyaning ajralmas qismiga aylantirgan konseptual asosni taqdim etdilar [4]. Ularning fikriga koʻra, raqamli biznes-strategiya tezlik, hajm, qamrov va

manbalardan foydalanish bo'yicha klassik strategiyadan tubdan farqlanadi. Bu yondashuv keyingi tadqiqotlar uchun nazariy asos bo'lib xizmat qildi.

Vial raqamli transformatsiyani sistemali tarzda o'rganib, uni tashkilot tomonidan axborot, hisoblash, kommunikatsiya va birlashtirish texnologiyalarining birikmasi orqali boshqaruv jarayonlarining sezilarli qayta qurilishi sifatida ta'rifladi [5]. Vial yondashuvi raqamli o'zgarishni shunchaki texnologik yangilanish emas, balki strategik qayta tashkillashtirish jarayoni sifatida ko'rsatadi. Tadqiqotda raqamli transformatsiyaning sakkizta asosiy komponenti aniqlangan: foydalanuvchilar, qiymat takliflari, tashkiliy struktura, ish jarayonlari, individual yondashuv va boshqalar.

Verxof va hammualliflari raqamli transformatsiyaning uch bosqichli evolyutsion modelini ishlab chiqdilar: raqamlashtirish, raqamli darajaga o'tish va raqamli o'zgartirish [6]. Birinchi bosqichda analog jarayonlar raqamli formatga o'tkaziladi, ikkinchi bosqichda biznes jarayonlari raqamli vositalar yordamida qayta loyihalanadi, uchinchi bosqichda esa biznes-modelning o'zi qayta tuziladi. Bunday modelning qimmati u korxonaga raqamli rivojlanishning aniq bosqichini aniqlashga va keyingi qadamlar bo'yicha mantiqiy yo'l xaritasi tuzishga imkon beradi.

Innovatsion boshqaruv konsepsiyasi nazariy jihatdan Shumpeter merosiga borib taqalsa-da, zamonaviy talqinda u tashkilot ichidagi bilim yaratish, o'rganish va moslashish qobiliyatini boshqarish bilan bog'lanadi. Vesterman va hammualliflari raqamli yetuk korxonalar boshqaruvning oltita asosiy yo'nalishi bo'yicha innovatsion yondashuvni qo'llashini ko'rsatib berdilar: mijozlar tajribasi, ishlash jarayonlari, biznes-modeli, raqamli imkoniyatlar, liderlik va madaniyat [7]. Ularning fikriga ko'ra, har bir yo'nalish bo'yicha texnologik komponent va boshqaruv komponenti bir-birini muvozanatli qo'llab-quvvatlashi lozim.

Porter va Xepelman "aqlli, ulangan mahsulotlar" konsepsiyasini taklif qilib, raqamli vositalarning raqobatchilikni qayta shakllantirishidagi rolini batafsil yoritdilar [8]. Ularning yondashuvida raqamli imkoniyatlar mahsulotning o'zi, jarayonlar va biznes-modelning bir butunligida ko'rib chiqiladi. Aqlli, ulangan mahsulotlarning paydo bo'lishi korxonalarini mijozlar bilan yangi tipdagi munosabatlarga, mahsulot xizmatining uzluksizligiga va ma'lumot oqimini boshqarishga undaydi.

Davenport va Vesterman raqamli transformatsiya muvaffaqiyatining tashkiliy omillariga alohida e'tibor qaratdilar va tashkiliy madaniyat, liderlik hamda jarayonlarning sinxron o'zgarishi muvaffaqiyatning hal qiluvchi sharti ekanligini ta'kidladilar [14]. Mahalliy ilmiy adabiyotda O'zbekiston korxonalarining raqamli transformatsiyaga tayyorgarligi va raqamli iqtisodiyotning makroiqtisodiy ta'siri masalalari o'rganilgan. Davlat statistika qo'mitasi ma'lumotlariga ko'ra, mamlakatda axborot-kommunikatsiya texnologiyalari sektori barqaror o'sish dinamikasini ko'rsatib kelmoqda [9]. Mavjud adabiyotlar tahlili raqamli strategiya va innovatsion boshqaruv o'rtasidagi sistemali bog'lanish masalasi yetarlicha chuqur o'rganilmaganligini, ayniqsa rivojlanayotgan iqtisodiyotlar kontekstida bu mavzuning yangi nazariy umumlashmalarni talab qilishini ko'rsatadi.

METODOLOGIYA

Mazkur tadqiqotda korxonalar samaradorligini oshirishda raqamli strategiyalar va innovatsion boshqaruvning o'zaro bog'liqligini o'rganishda tizimli, qiyosiy va kompleks yondashuvlardan foydalanildi. Tadqiqot jarayonida ilmiy adabiyotlarni tahlil qilish, umumlashtirish, taqqoslash va kontent-tahlil usullari qo'llanildi. Raqamli transformatsiya bosqichlari, boshqaruv mexanizmlari hamda innovatsion yondashuvlarning korxonalar faoliyatiga ta'siri nazariy jihatdan baholandi.

Raqamli yetuklik darajalari va boshqaruv samaradorligi o'rtasidagi bog'liqlikni aniqlashda matritsali va konseptual tahlil usullaridan foydalanildi. Tadqiqotda xalqaro ilmiy maqolalar, rasmiy statistik ma'lumotlar va raqamli iqtisodiyotga oid hisobotlar asosiy manba sifatida xizmat qildi. Olingan natijalar asosida korxonalarda raqamli strategiyalarni joriy etish, innovatsion boshqaruvni rivojlantirish va ma'lumotlarga asoslangan qaror qabul qilish tizimini takomillashtirish bo'yicha ilmiy-amaliy xulosalar shakllantirildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Korxonalar samaradorligini oshirishda raqamli strategiya va innovatsion boshqaruvning birgalikdagi ta'sirini tushunish uchun avvalo bu kategoriyalarning o'zaro nisbatini aniqlashtirish lozim bo'ladi. Raqamli strategiya - bu korxonaning raqamli imkoniyatlardan tizimli foydalanishini ta'minlovchi uzoq muddatli strategik yo'nalish bo'lib, biznes-jarayonlar, mijozlar bilan o'zaro munosabatlar va ichki boshqaruv tizimlarining barchasini qamrab oladi [4]. Innovatsion boshqaruv esa yangiliklarni izlash, ishlab chiqish, joriy etish va monitoring qilishga yo'naltirilgan boshqaruv falsafasi va amaliyotini ifodalaydi.

Bu ikki kategoriya bir-birini to'ldiradi. Raqamli strategiya innovatsion boshqaruv uchun texnologik infratuzilma va analitik baza yaratib, innovatsion boshqaruv raqamli strategiyani amalga oshirish uchun zarur bo'lgan tashkiliy madaniyat va qaror qabul qilish mexanizmlarini ta'minlaydi. Vial ko'rsatganidek, raqamli transformatsiyaning muvaffaqiyati texnologik komponentdan ko'ra ko'proq tashkiliy va boshqaruv komponentiga bog'liq [5]. Bu xulosa raqamli strategiya va innovatsion boshqaruvning ajralmas birligini empirik dalillar bilan tasdiqlaydi.

Korxonalar raqamli yetukligi turli darajalarda namoyon bo'ladi. Xalqaro maslahat firmalari va akademik adabiyotlarda taklif qilingan modellarni umumlashtirib, raqamli yetuklikning to'rt bosqichini ajratish maqsadga muvofiq deb topildi: dastlabki, rivojlanayotgan, integratsiyalashgan va optimal. Har bir bosqichga o'ziga xos boshqaruv yondashuvi, raqamli vositalarning qo'llanish darajasi va innovatsion komponentning roli mos keladi. Quyidagi jadvalda raqamli yetuklik bosqichlari, ularga xos boshqaruv xususiyatlari va innovatsion yondashuvning kuchayish dinamikasi sistemali tarzda taqdim etilgan.

1-jadval tahlili raqamli yetuklikning oshib borishi bilan boshqaruv falsafasi ham tubdan o'zgarishini ko'rsatdi. Dastlabki bosqichda asosiy e'tibor xarajatlarni qisqartirish va alohida operatsiyalarni avtomatlashtirishga qaratilgan bo'lsa, optimal bosqichda raqamli imkoniyatlar yangi qiymat yaratishning asosiy manbai sifatida namoyon bo'ladi. Verxof va hammualliflari integratsiyalashgan bosqichdan optimal

bosqichga o'tish biznes-modelning tubdan o'zgartirilishini talab qilgan [6]. Bu o'tish jarayoni nafaqat texnologik investitsiyalarni, balki tashkiliy madaniyatning chuqur transformatsiyasini ham nazarda tutilgan.

1-jadval

Korxonalarining raqamli yetuklik bosqichlari va innovatsion boshqaruv xususiyatlari¹

Bosqich	Raqamli vositalarning qo'llanish darajasi	Boshqaruv yondashuvi	Innovatsion komponentning roli
Dastlabki	Alohida funksiyalar avtomatlashtiriladi	Iyerarxik, jarayonga yo'naltirilgan	Reaktiv, qisqa muddatli
Rivojlanayotgan	Asosiy biznes-jarayonlar raqamli platformaga ko'chiriladi	Jarayon va loyihaga yo'naltirilgan aralash model	Loyihaga asoslangan, eksperimental
Integratsiyalashgan	Yagona raqamli ekotizim shakllantiriladi	Tarmoqli, ma'lumotga asoslangan	Sistemali, jarayonga singdirilgan
Optimal	Ma'lumot va sun'iy intellektga asoslangan biznes-model	Adaptiv, o'zini o'rgatuvchi	Strategik, qiymat yaratishning yadrosi

Korxonalar samaradorligini oshirishda raqamli strategiya va innovatsion boshqaruv o'zaro ta'sir qiluvchi bir nechta mexanizm orqali ishga tushadi. Birinchi mexanizm - bu ma'lumotga asoslangan qaror qabul qilish. Raqamli vositalar real vaqt rejimida katta hajmdagi ma'lumotlarni to'plash va tahlil qilishga imkon beradi, innovatsion boshqaruv esa bu ma'lumotlarni strategik qarorlar darajasiga ko'tarishga zamin yaratadi [10]. Ma'lumotga asoslangan boshqaruv qaror qabul qilish sifatini oshiradi, prognoz xatoliklarini kamaytiradi va resurslardan oqilona foydalanish imkoniyatini yaratadi.

Ikkinchi mexanizm - jarayonlarni doimiy takomillashtirish. Raqamli platformalar biznes-jarayonlarning shaffofligini ta'minlasa, innovatsion madaniyat ularni doimiy ravishda yaxshilash motivatsiyasini yaratadi. Uchinchi mexanizm - mijozga yo'naltirilganlik darajasini oshirish. Raqamli kanallar mijozlar bilan ikki tomonlama o'zaro munosabatni mumkin qilsa, innovatsion yondashuv mijoz tajribasini muntazam yangilab borishni taqozo etadi. To'rtinchi mexanizm - tashkilotning ekotizimga integratsiyasi. Raqamli platformalar orqali korxonalar yetkazib beruvchilar, hamkorlar va mijozlar bilan tezkor ma'lumot almashuvini ta'minlaydi, innovatsion boshqaruv esa bu integratsiyadan strategik foyda olish mexanizmlarini ishlab chiqadi.

Mijozlar tajribasi sohasidagi o'zgarishlar alohida ahamiyat kasb etadi. Porter va Xepelman ta'kidlaganidek, aqlli, ulangan mahsulotlar nafaqat mahsulot funktsionalligini, balki mijoz bilan o'zaro munosabat tabiatini ham qayta shakllantiradi [8]. Bunday sharoitda korxonalar faqatgina mahsulot ishlab chiqaruvchi emas, balki mijoz bilan uzluksiz qiymat yaratuvchi xizmat tizimi sifatida ish ko'radi. Innovatsion

¹ Muallif tomonidan manbalar asosida tuzilgan.

boshqaruv tizimi bu o'zgarishni tashkiliy strukturada qo'llab-quvvatlashga, mijoz ma'lumotlaridan tezkor qaror qabul qilishda foydalanishga zamin yaratadi.

Raqamli vositalarning korxonalar samaradorligiga ta'siri xalqaro tadqiqotlarda izchil tasdiqlangan. Xalqaro Hamkorlik va Taraqqiyot Tashkiloti ma'lumotlari bo'yicha, raqamli yetukligi yuqori bo'lgan korxonalar mehnat unumdorligi, innovatsion mahsulotlar ulushi va xalqaro bozorlarga chiqish ko'rsatkichlari bo'yicha sezilarli ustunliklarga ega [11]. Bu ustunliklar bir qator omillarga bog'liq: jarayonlarning avtomatlashtirilishi, qaror qabul qilishning tezlashishi, mijozlar talabini aniqroq prognozlash imkoniyati va resurslardan oqilona foydalanish.

Innovatsion boshqaruvning markaziy o'rni tashkilot ichidagi o'rganish jarayonlarini tashkil etishida ko'rinadi. Vesterman va hammualliflari raqamli yetuk korxonalarda boshqaruv madaniyati eksperimentlarni rag'batlantiradigan, xatolardan o'rganadigan va o'zgarishlarga moslashishni qadrlaydigan tarzda qurilganligini ko'rsatdilar [7]. Bunday muhitda raqamli vositalar nafaqat texnik infratuzilma, balki bilim va innovatsiyalar tizimining tarkibiy qismi sifatida xizmat qiladi.

Jahon Iqtisodiy Forumi ma'ruzasida raqamli transformatsiya korxonalar uchun strategik ustuvorlik sifatida belgilanib, uning muvaffaqiyati uchun zarur bo'lgan asosiy tashkiliy qobiliyatlar tasniflangan [12]. Ushbu qobiliyatlar orasida liderlikning raqamli ko'nikmalari, ma'lumotlarni boshqarish madaniyati, kross-funksional jamoaviy ish va doimiy o'rganish tizimi alohida ajratilgan. Birlashgan Millatlar Tashkilotining elektron hukumat tadqiqoti milliy darajadagi raqamli infratuzilma sifatining korxonalar samaradorligiga ta'sirini ko'rsatadi [13]. Raqamli infratuzilma yaxshi rivojlangan davlatlarda korxonalar raqamli vositalarni tezroq joriy etadi, boshqaruv tizimlarini chuqurroq qayta loyihalaydi va innovatsion mahsulotlarni keng bozorga olib chiqishga muvaffaq bo'ladi.

O'zbekiston Respublikasi sharoitida raqamli strategiya va innovatsion boshqaruvning birgalikdagi tatbiqi alohida amaliy ahamiyatga ega. "Raqamli O'zbekiston - 2030" strategiyasi mamlakatda raqamli infratuzilmaning rivojlanishi uchun mustahkam asos yaratdi [2]. Korxonalar darajasida bu imkoniyatlardan samarali foydalanish uchun esa boshqaruvning innovatsion modelini izchil joriy etish talab qilinadi. Davlat statistika qo'mitasi ma'lumotlariga ko'ra, milliy iqtisodiyotda raqamli iqtisodiyotning ulushi izchil ko'rinishda oshib bormoqda, bu tendensiya korxonalarining raqamli vositalarga investitsiyalarini ortib borishini bildiradi [9]. Mavjud yutuqlar fonida korxonalarda raqamli yetuklikni oshirishga qaratilgan tashabbuslar yangi imkoniyatlar maydonini ochadi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Tadqiqot korxonalar samaradorligini oshirishda raqamli strategiya va innovatsion boshqaruvning o'zaro to'ldiruvchanlik xususiyatiga ega ekanligini ko'rsatdi. Raqamli strategiya texnologik va analitik infratuzilmani ta'minlasa, innovatsion boshqaruv bu infratuzilmani strategik qiymatga aylantirishning tashkiliy mexanizmi vazifasini bajaradi. Ikkala komponentni bir-biri bilan muvofiqlashtirilgan tarzda rivojlantirish korxonalarining uzoq muddatli raqobatchilik salohiyatini mustahkamlashga xizmat qiladi. Ishlab chiqilgan to'rt bosqichli raqamli yetuklik modeli korxonalariga o'z

holatini obyektiv baholash va keyingi qadamlar uchun amaliy yoʻnalishni belgilash imkoniyatini yaratadi.

Amaliy nuqtai nazardan quyidagi tavsiyalar shakllantirildi. Birinchidan, korxonalar raqamli strategiyani umumiy biznes-strategiyaning ajralmas qismi sifatida shakllantirish, uni alohida texnologik loyiha sifatida koʻrib chiqmaslikka eʼtibor qaratishi maqsadga muvofiqdir. Bunday yondashuv raqamli vositalarning haqiqiy strategik qiymatga aylanishiga zamin yaratadi va tashkilot ichidagi resurslarni samarali yoʻnaltirishga xizmat qiladi.

Ikkinchidan, raqamli yetuklik bosqichini obyektiv baholash va keyingi bosqichga oʻtish uchun bosqichma-bosqich yoʻl xaritasini ishlab chiqish muhim ahamiyatga ega. Yetuklik bosqichini aniqlash maxsus tashxis vositalari, tashqi ekspertlarni jalb qilish va xalqaro standartlarga muvofiq baholash usullari yordamida amalga oshirilishi mumkin. Uchinchidan, innovatsion madaniyatni shakllantirish - eksperimentlarni ragʻbatlantirish, xatolardan oʻrganish, kross-funksional jamoalar tashkil etish - orqali raqamli oʻzgarishlarning tashkiliy zamini mustahkamlanadi.

Toʻrtinchidan, mijoz tajribasini boshqarish raqamli vositalar va innovatsion yondashuvlar yordamida sistemali ravishda takomillashtirilishi lozim. Mijozlar bilan oʻzaro munosabatlarning raqamli kanallari, maʼlumotlarni tahlil qilish vositalari va shaxsiylashtirilgan texnologiyalari korxonaga mijozlar talabini aniqroq tushunish imkoniyatini beradi. Beshinchidan, boshqaruv kadrlarining raqamli koʻnikmalarini izchil rivojlantirish, ichki oʻrgatish dasturlari va tashqi hamkorliklar orqali bilim manbalarini muntazam yangilab turish maqsadga muvofiqdir.

Olingan natijalar Oʻzbekiston korxonalari uchun raqamli transformatsiya yoʻnalishlarini aniqlashtirishga, milliy raqamli ekotizim sharoitida samarali boshqaruv modellarini ishlab chiqishga ilmiy zamin yaratadi. Kelajakdagi tadqiqotlar tarmoq xususiyatlariga koʻra raqamli yetuklik bosqichlarini moslashtirish, raqamli boshqaruvning empirik koʻrsatkichlarini ishlab chiqish va kichik hamda oʻrta biznes uchun maxsus modellar yaratish yoʻnalishlarida olib borilishi maqsadga muvofiqdir. Mahalliy korxonalarining raqamli yetuklik darajasini oʻlchashga qaratilgan empirik tadqiqotlar nazariy umumlashmalarni amaliyotdagi haqiqiy holat bilan bogʻlash imkoniyatini yaratadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR ROʻYXATI

1. World Bank. World Development Report 2024: The Middle-Income Trap. - Washington, DC: World Bank, 2024. URL: <https://www.worldbank.org/en/publication/wdr2024>

2. Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 5-oktabr PF-6079-son “Raqamli Oʻzbekiston - 2030” strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari toʻgʻrisida”gi Farmoni <https://lex.uz/docs/5031048>

3. UNCTAD. Digital Economy Report 2024: Shaping an Environmentally Sustainable and Inclusive Digital Future. - Geneva: United Nations, 2024. URL: <https://unctad.org/publication/digital-economy-report-2024>

4. Bharadwaj A., El Sawy O.A., Pavlou P.A., Venkatraman N. Digital Business Strategy: Toward a Next Generation of Insights // MIS Quarterly. - 2013. - Vol. 37, No. 2. - P. 471-482. URL: <https://www.jstor.org/stable/43825919>
5. Vial G. Understanding digital transformation: A review and a research agenda // The Journal of Strategic Information Systems. - 2019. - Vol. 28, No. 2. - P. 118-144. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2019.01.003>
6. Verhoef P.C., Broekhuizen T., Bart Y., Bhattacharya A., Dong J.Q., Fabian N., Haenlein M. Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda // Journal of Business Research. - 2021. - Vol. 122. - P. 889-901. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.022>
7. Westerman G., Bonnet D., McAfee A. The Nine Elements of Digital Transformation // MIT Sloan Management Review. - 2014. URL: <https://sloanreview.mit.edu/article/the-nine-elements-of-digital-transformation/>
8. Porter M.E., Heppelmann J.E. How Smart, Connected Products Are Transforming Competition // Harvard Business Review. - 2014. - November. URL: <https://hbr.org/2014/11/how-smart-connected-products-are-transforming-competition>
9. O‘zbekiston Respublikasi Milliy Statistika qo‘mitasi. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari bo‘yicha rasmiy statistik ma’lumotlar. <https://stat.uz/uz/>
10. McKinsey & Company. The keys to a successful digital transformation. - 2023. URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/people-and-organizational-performance/our-insights/the-keys-to-a-successful-digital-transformation>
11. OECD. OECD Digital Economy Outlook 2024. - Paris: OECD Publishing, 2024. URL: <https://www.oecd.org/digital/oecd-digital-economy-outlook/>
12. World Economic Forum. Digital Transformation: Powering the Great Reset. - Geneva, 2023. URL: <https://www.weforum.org/reports/digital-transformation-powering-the-great-reset/>
13. United Nations Department of Economic and Social Affairs. United Nations E-Government Survey 2024. - New York: UN, 2024. URL: <https://publicadministration.un.org/egovkb/en-us/Reports/UN-E-Government-Survey-2024>
14. Davenport T.H., Westerman G. Why So Many High-Profile Digital Transformations Fail // Harvard Business Review. - 2018. - March. URL: <https://hbr.org/2018/03/why-so-many-high-profile-digital-transformations-fail>



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

2026-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**