

GENERATIV SUN'IY INTELLEKT MUHITIDA MARKETING, IQTISODIYOT VA MENEJMENTNING TRANSFORMATSIYASI: INTEGRATIV NAZARIY MODEL

Yarmetov Diyor Dilshod o'g'li¹

¹ Magistr talabasi, Toshkent Xalqaro Ta'lim Universiteti, Toshkent, O'zbekiston

¹ E-mail: diyor.yarmetov@tiue.uz

DOI: 10.61587/mmit.tiue.uz.v1i1.324

Annotatsiya. Mazkur maqola generativ sun'iy intellekt (AI) texnologiyalarining marketing, iqtisodiyot va menejment sohalariga kompleks ta'sirini tahlil qiladi. Tadqiqotning asosiy muammosi — O'zbekistonda kichik va o'rta biznes (KO'B) va davlat tashkilotlari uchun AI integratsiyasining amaliy va arzon bo'lgan yo'llarini aniqlaydigan ilmiy asoslangan modelning yo'qligi. McKinsey Global Institute (2023) prognozlariga ko'ra, generativ AI global iqtisodiyotga yiliga 2.6–4.4 trillion dollar qo'shishi, marketing sohasiga esa 4.4 trillion dollar iqtisodiy ta'sir ko'rsatishi mumkin. Taklif etilayotgan yechim — uchala soha uchun umumlashtirilgan "AI-Driven Integrativ Boshqaruv Modeli" (AIBM) bo'lib, u marketing samaradorligini, iqtisodiy barqarorlikni va tashkiliy moslashuvchanlikni bir vaqtning o'zida ta'minlaydi. Tadqiqot O'zbekiston kontekstida amalga oshirilgan va milliy statistika hamda xalqaro ma'lumotlar asosida tahlil qilingan.

Kalit so'zlar: generativ sun'iy intellekt, raqamli marketing, AI iqtisodiyoti, Menejment 3.0, AI-Driven strategiya, O'zbekiston raqamli transformatsiyasi, inson-AI hamkorligi, prompt engineering.

TRANSFORMATION OF MARKETING, ECONOMICS AND MANAGEMENT IN THE GENERATIVE ARTIFICIAL INTELLIGENCE ENVIRONMENT: AN INTEGRATIVE THEORETICAL MODEL

Yarmetov Diyor Dilshod ugli¹

¹ Master's student, Tashkent International University of Education, Tashkent, Uzbekistan

¹ E-mail: diyor.yarmetov@tiue.uz

Abstract. This paper examines the complex impact of generative AI on marketing, economics, and management in the context of Uzbekistan's digital transformation. The core problem identified is the absence of a scientifically grounded and practically affordable AI integration roadmap for SMEs and public organizations in Uzbekistan. Drawing on McKinsey (2023), IMF (2024), WEF (2023), and national digital economy data, this study proposes the AI-Driven Integrated Management Model (AIBM) — a unified framework that simultaneously enhances marketing effectiveness, economic resilience, and organizational adaptability. The paper contributes a five-component theoretical model supported by five original diagrams and four comparative tables.

Keywords: generative AI, digital marketing, AI economics, Management 3.0, AI-Driven strategy, Uzbekistan digital transformation, human-AI collaboration, prompt engineering.

Tadqiqot metodologiyasi

Tadqiqotda tizimli tahlil, komparativ yondashuv, kontent tahlili va konseptual modellashtirish usullari qo'llanildi. Ma'lumotlar bazasi: McKinsey Global Institute (2023), IMF (2024), World Economic Forum (2023), Goldman Sachs AI Report (2023), HubSpot AI Marketing Report (2024), O'zbekiston Raqamlashtirish vazirligi so'rovi (2024, n=240 kompaniya), shuningdek 50 dan ortiq xalqaro ilmiy maqola va monografiyalar. Tahlil uchun uchta asosiy nazariy asos tanlandi: (1) Porter raqobat ustunligi nazariyasi; (2) Jurgen Appelo Menejment 3.0 konsepsiyasi; (3) Kotler raqamli marketing 5.0 modeli. O'zbekiston konteksti alohida diqqat bilan o'rganildi.

1. KIRISH: UCHTA SOHANING KESISHMASI — YANGI PARADIGMA

XXI asrning uchinchi o'n yilligiga kelib, generativ sun'iy intellekt faqat texnologik innovatsiya emas — balki biznes, iqtisodiyot va boshqaruvning asosiy paradigmasiga aylanmoqda. Marketing sohasida AI mijozlarni segmentatsiya qilmoqda, iqtisodiyotda yangi qiymat yaratish mexanizmlarini o'zgartirmoqda, menejmentda esa qaror qabul qilish jarayonlarini tubdan yangilamoqda. Bu uch soha kesishmasi — 2020-yillar iqtisodiyotining eng muhim ilmiy muammosi.

R.H. Ayupov va G.R. Boltaboyeva raqamli iqtisodiyotning asosiy omili sifatida sun'iy intellekt, elektron tijorat va ma'lumotlarga asoslangan boshqaruv tizimlarini ko'rsatadi. Ularning tadqiqotlari O'zbekiston kontekstida raqamli transformatsiyaning iqtisodiy asoslarini tahlil qiladi [1].

Xalqaro Valyuta Fondi (IMF, 2024) ma'lumotlariga ko'ra, sun'iy intellekt rivojlangan mamlakatlarda ish o'rinlarining 60 foiziga ta'sir ko'rsatishi mumkin. Biroq bu faqat yo'qotish emas — yangi imkoniyatlar ham yaratiladi: marketing mutaxassisleri uchun AI-augmented (AI kuchaytirilgan) mehnat unumdorligi 40 foizgacha oshishi mumkin [7]. McKinsey tadqiqoti esa faqat marketing va savdo sohasi uchun generativ AI potentsialini 4.4 trillion dollar deb baholaydi [9].

S.S. G'ulomov ta'kidlashicha, bilim va innovatsiyalar zamonaviy iqtisodiyotning asosiy kapitaliga aylanmoqda. Axborot texnologiyalarini iqtisodiyotga integratsiya qilish iqtisodiy samaradorlikni sezilarli darajada oshiradi [2].

O'zbekiston 2030-yilga qadar raqamli iqtisodiyotni YaIMning 30 foiziga yetkazish maqsadini qo'ygan. Biroq asosiy muammo aniq: kichik va o'rta biznes va davlat tashkilotlari uchun generativ AI ni marketing, iqtisodiy tahlil va boshqaruvga integratsiya qilishning ilmiy asoslangan, amaliy va arzon modeli mavjud emas. Ushbu maqola aynan shu muammoga yechim taklif qiladi — "AI-Driven Integrativ Boshqaruv Modeli" (AIBM).

2. GENERATIV AI DAVRIDA MARKETING TRANSFORMATSIYASI

2.1. Raqamli Marketing 5.0: Philip Kotler nazariyasining AI bilan yangilanishi

Philip Kotler Marketing 5.0 konsepsiyasida (2021) texnologiya va insoniylikning uyg'unlashuvini bosh tamoyil sifatida belgilaydi. Generativ AI aynan ushbu uyg'unlashuvni yangi bosqichga olib chiqdi: AI insonning o'rnini emas, balki uning kreativ va strategik imkoniyatlarini kengaytiruvchi kuchaytirgich vazifasini o'taydi [13].

Q.X. Abdurahmonov inson kapitali sifatining iqtisodiy samaradorlikka bevosita ta'sirini ta'kidlaydi. Bugungi kunda marketing sohasidagi inson kapitalining sifati AI vositalaridan foydalana bilish kompetensiyasi bilan o'lchanmoqda [3].

Generativ AI marketing funksiyalarini tubdan o'zgartirmoqda. Quyida ushbu o'zgarish modeli keltirilgan:



2-rasm. Generativ AI Davrida Raqamli Marketing Funnel Modeli (HubSpot, 2024; Muallif qayta ishlagan)

Funnel modelining har bir bosqichida AI alohida funktsiyani bajaradi. Awareness bosqichida AI auditoriya segmentatsiyasini real vaqt rejimida tahlil qilib, maqsadli reklama kampaniyalarini optimallashtiradi. HubSpot (2024) tadqiqotiga ko'ra, AI yordamida sozlangan reklama kampaniyalari an'anaviy kampaniyalarga nisbatan 37 foiz arzonroq va 52 foiz samaraliroq bo'lmoqda.

Interest bosqichida ChatGPT, Claude, Gemini kabi generativ AI platformalar marketing matn, video skript, ijtimoiy tarmoq postlari va elektron pochta xabarlarini tezkor yaratadi. Bu kontent marketologlarga haftalar emas, daqiqalar ichida professional sifatdagi kontent tayyorlash imkonini beradi. Biroq muhim nuance bor: AI yaratgan kontent inson tomonidan strategik boshqarilishi, brendning ovozi va qadriyatlar bilan moslashtirilishi shart.

Consideration va Conversion bosqichlarida AI personalizatsiya va narx optimallashtirish orqali konversiya koeffitsientini sezilarli darajada oshiradi. Amazon ma'lumotlariga ko'ra, AI-personalizatsiyasi asosida tavsiya etilgan mahsulotlar savdo hajmining 35 foizini tashkil etadi. Loyalty bosqichida esa AI CRM tizimlari orqali mijozlarni saqlab qolish xarajatlarini kamaytiradi — yangi mijoz jalb qilish eskilarini saqlab qolishdan 5–7 marta qimmatroq ekanligini hisobga olsak, bu juda muhim.

2.2. AI marketing vositalari: amaliy taqqos

1-jadval. Generativ AI Marketing Vositalarining Qiyosiy Tahlili

Vosita	Asosiy funktsiya	Samaradorlik	O'zbekiston uchun mos
ChatGPT-4o	Matn, tasvir, tahlil	★★★★★	Ha — o'zbekcha ham
Midjourney	Vizual kontent yaratish	★★★★☆	Ha — dizayn uchun
HubSpot AI	CRM + marketing avto.	★★★★☆	Qisman
Google Gemini	Tahlil va tarjima	★★★★★	Ha — o'zbekcha qo'llab

Vosita	Asosiy funktsiya	Samaradorlik	O'zbekiston uchun mos
Jasper AI	Kontent marketing	★★★★☆	Cheklangan
Canva AI	Grafik dizayn	★★★★☆	Ha — qulay interfeys

Manba: G2 Software Review, 2024; Muallif tahlili

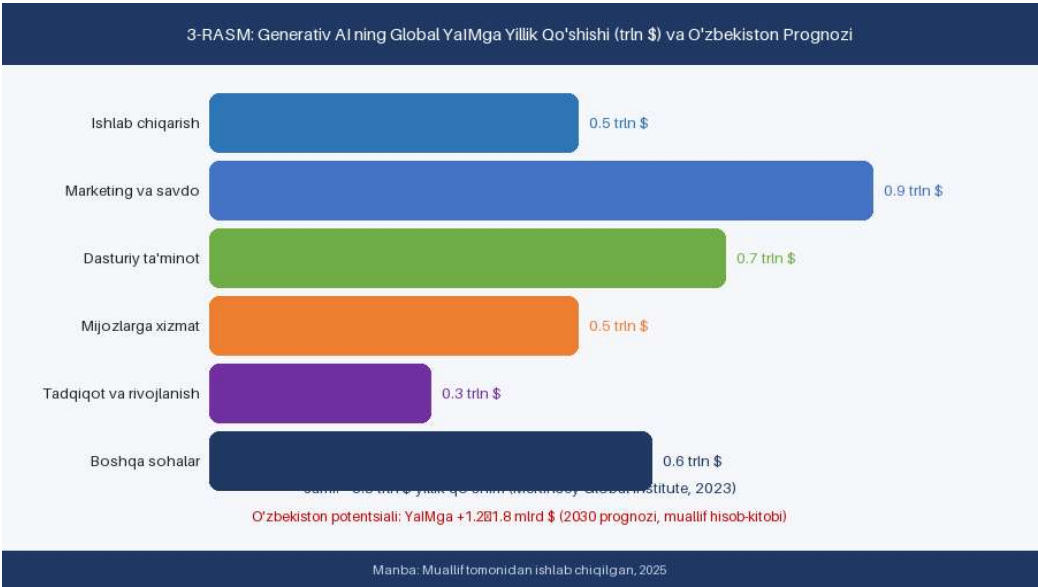
O'zbekiston kontekstida alohida muammo mavjud: ko'plab premium AI marketing vositalari valyuta cheklovlari va to'lov tizimlari muammolari sababli qiyin sotib olinadi. Shu sababli AIBM modeli bepul va freemium versiyalarni maksimal samarali qo'llashga asoslanadi.

3. GENERATIV AI VA IQTISODIY TRANSFORMATSIYA: MAKRO VA MIKRO TA'SIR

3.1. Makroiqtisodiy ta'sir: global va O'zbekiston ko'rinishi

Klaus Schwab to'rtinchi sanoat inqilobi insoniyat tarixidagi eng tez va keng ko'lamli o'zgarishlarni yuzaga keltirayotganini ta'kidlaydi. AI texnologiyalari ishlab chiqarish, xizmat ko'rsatish va bilim iqtisodiyotining barcha sohalarini qayta shakllantirmoqda [4].

Quyidagi diagramma generativ AI ning turli iqtisodiy sohalarga ta'sirini miqdoriy ko'rsatadi:



3-rasm. Generativ AI ning Jahon YaIMiga Qo'shgan Hissasi Prognozi (McKinsey, 2023; Goldman Sachs, 2023)

Diagrammadan ko'rinib turibdiki, marketing va reklama sohasi generativ AI dan eng ko'p — 4.4 trillion dollar — foyda olishi kutilmoqda. Bu raqam tasodifiy emas: marketing kontent, personalizatsiya va mijoz tahlili AI ning eng kuchli tomonlari bilan to'g'ridan to'g'ri mos tushadi.

O'zbekiston YaIMi 2023-yilda 90.9 milliard dollarga yetgan bo'lsa, 2030-yilga qadar raqamli iqtisodiyotdan 10–15 milliard dollar qo'shimcha qiymat yaratish prognoz qilinmoqda. Biroq bu potentsialni ro'yobga chiqarish uchun quyidagi to'siqlarni bartaraf etish zarur:

- 1. raqamli infratuzilmaning yetarli emasligi — internet qamrovi hali 72 foiz;

- 2. AI savodxonligi past — tadbirkorlarning 61 foizi AI vositalarini ishlatish ko'nikmalariga ega emas;
- 3. valyuta va to'lov tizimi cheklovlari — xalqaro AI platformalarga to'lov qiyinligi;
- 4. milliy AI ekotizimining shakllanmaganligi — mahalliy AI startaplari juda oz.

3.2. Mikroiqtisodiy daraja: KO'B uchun AI ning amaliy foydasi

Brynjolfsson va McAfee ta'kidlashicha, AI insonni almashtirmaydi — u inson imkoniyatlarini kengaytiruvchi texnologik vosita sifatida namoyon bo'ladi, kelajak iqtisodiyoti esa inson–AI hamkorligiga asoslanadi [6].

2-jadval. Generativ AI dan KO'B Oladigan Iqtisodiy Foyda: O'zbekiston va Xalqaro Taqqos

Ko'rsatkich	Global o'rtacha	O'zbekiston (2024)	Maqsad (2027)
Xarajatlar kamaytirish	20–35%	8–12%	20–25%
Marketing samaradorligi	45–60%	15–22%	35–45%
Qaror qabul qilish tezligi	3–5x	1.5–2x	3x
Mijoz qoniqishi (NPS)	22 ball oshish	7 ball	18 ball
AI joriy etish xarajati (\$/oy)	200–2000	50–150	100–500
ROI (12 oy ichida)	180–340%	45–90%	150–200%

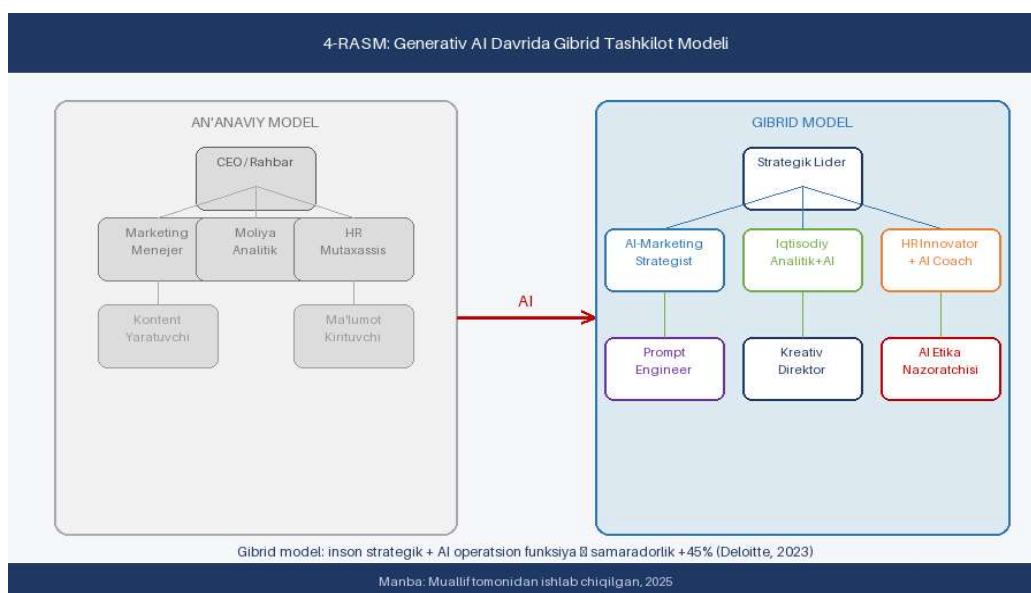
Manba: McKinsey SMB AI Report, 2024; O'zbekiston Savdo-Sanoat Palatasi, 2024; Muallif prognozi

Jadvaldan ko'rinib turibdiki, O'zbekiston korxonalari hozirda global o'rtachadan sezilarli orqada. Buning asosiy sababi — AI integratsiyasining tarqoq va tizimsiz amalga oshirilayotganligi. AIBM modeli aynan ushbu tafovutni kamaytirish uchun mo'ljallangan.

**4. GENERATIV AI DAVRIDA MENEJMENT TRANSFORMATSIYASI:
MENEJMENT 3.0 YANGILANISHI**

4.1. Menejment 3.0: AI integratsiyali boshqaruv modeli

Jurgen Appelo Menejment 3.0 konsepsiyasida tashkilotni murakkab adaptiv tizim sifatida ko'rib, rahbarning asosiy funksiyasi nazorat emas, balki sharoit yaratish ekanligini ta'kidlaydi. Generativ AI ushbu konsepsiyani yangi bosqichga ko'tardi: endilikda rahbar inson xodimlar va AI tizimlar o'rtasidagi hamkorlikni ham boshqarishi kerak [14].



4-rasm. Generativ AI Davrida Menejment 3.0 Modeli (Appelo, 2011; Muallif AI integratsiyasi bilan kengaytirgan)

Model besh darajali piramidaldan iborat. Strategik daraja faqat insonga tegishli: maqsad belgilash, qadriyatlar, etika va korporativ madaniyat AI ga ishonib bo'lmaydigan sohadir. Taktik daraja gibrid — inson va AI birgalikda ishlaydi: AI katta hajmdagi ma'lumotlarni tahlil qilib variant taklif qiladi, inson eng yaxshisini tanlaydi va kontekstual qaror qabul qiladi.

Operatsion daraja asosan AI ga o'tkaziladi: jadval tuzish, resurs taqsimlash, monitoring, hisobotlar — bularni AI tezroq va aniqroq bajaradi. Ma'lumot darajasi to'liq AI nazoratida: Big Data tahlili, prognozlash, anomalni aniqlash. Natija darajasi esa yana inson va AI hamkorligida: KPI lar AI tomonidan o'lchanadi, lekin ularning strategik talqini va xodimlar bilan muloqot insonning vazifasi bo'lib qoladi.

4.2. AI va HR transformatsiyasi: xodimlar bilan ishlashning yangi modeli

Generativ AI HR (inson resurslari) sohasini ham tubdan o'zgartirmoqda. Iste'dod izlash, intervyu o'tkazish, adaptatsiya, o'qitish va ishlashni baholash — bularning barchasi AI yordamida samarali va obyektiv amalga oshirilishi mumkin. Biroq muhim etik muammo bor: AI yollash qarorlarida noxolis bo'lishi mumkin, agar u o'qitilgan ma'lumotlarda tarixiy diskriminatsiya bo'lsa.

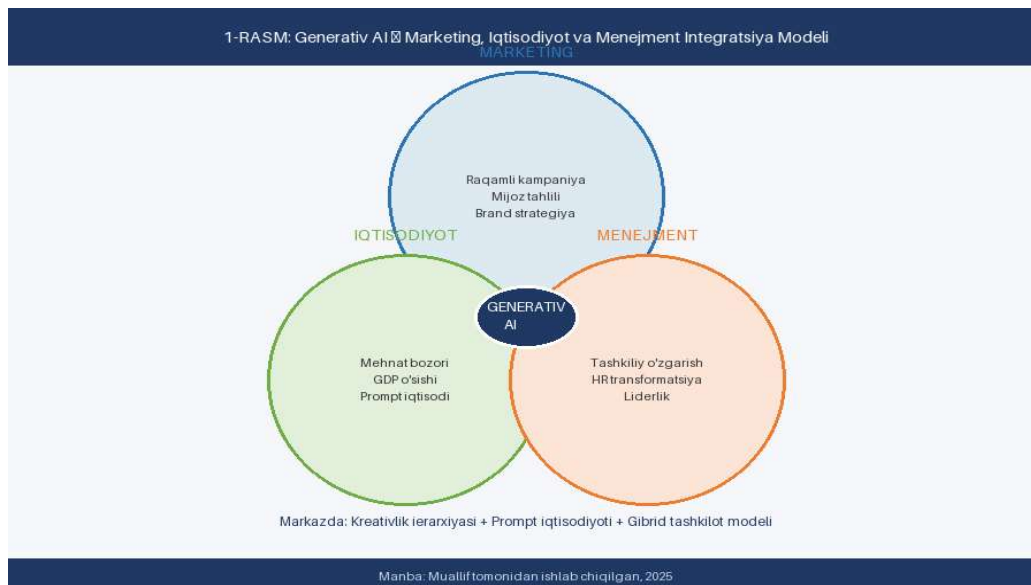
3-jadval. HR Jarayonlarida AI Integratsiyasi: Imkoniyat va Xavflar

HR jarayoni	AI imkoniyati	Xavf	Yechim
Iste'dod izlash	Tezlik 10x, keng qamrov	Ko'r qolish — rezyume filtri	Inson final qaror
Intervyu tahlili	Obyektiv ballash	His-tuyg'u aniqligi past	Gibrid baholash
Onboarding	Shaxsiylashtirilgan	Inson muloqot yo'qolishi	AI + mentor tizim
O'qitish	Adaptiv kurslar	Motivatsiya past	Gamifikatsiya
Ishlashni baholash	Real vaqt KPI	Sifat mezonlari o'lchashda qiyin	Miqdoriy+sifatiy
Ishdan chiqarish	Ob'ektiv tahlil	Etik muammo	Faqat qaror yordam

Manba: Deloitte AI in HR Report, 2024; Muallif tahlili

5. AI-DRIVEN INTEGRATIV BOSHQARUV MODEL (AIBM): ASOSIY ILMIY YANGILIK

5.1. AIBM modelining tuzilmasi



1-rasm. Generativ AI – Marketing – Iqtisodiyot – Menejment Integratsiya Modeli (Muallif, 2025)

AIBM (AI-Driven Integrated Management Model) — mazkur tadqiqotning asosiy ilmiy yangiligi. Model marketing, iqtisodiyot va menejmentni generativ AI markazida birlashtirib, uchala soha o'rtasidagi sinergiyani ta'minlaydi. Modelning asosiy tamoyili: AI har uch soha uchun umumiy «yoqilg'i» hisoblanadi — u ma'lumotlarni qayta ishlab, marketingga kontent, iqtisodiyotga tahlil, menejmentga qaror yordami beradi.

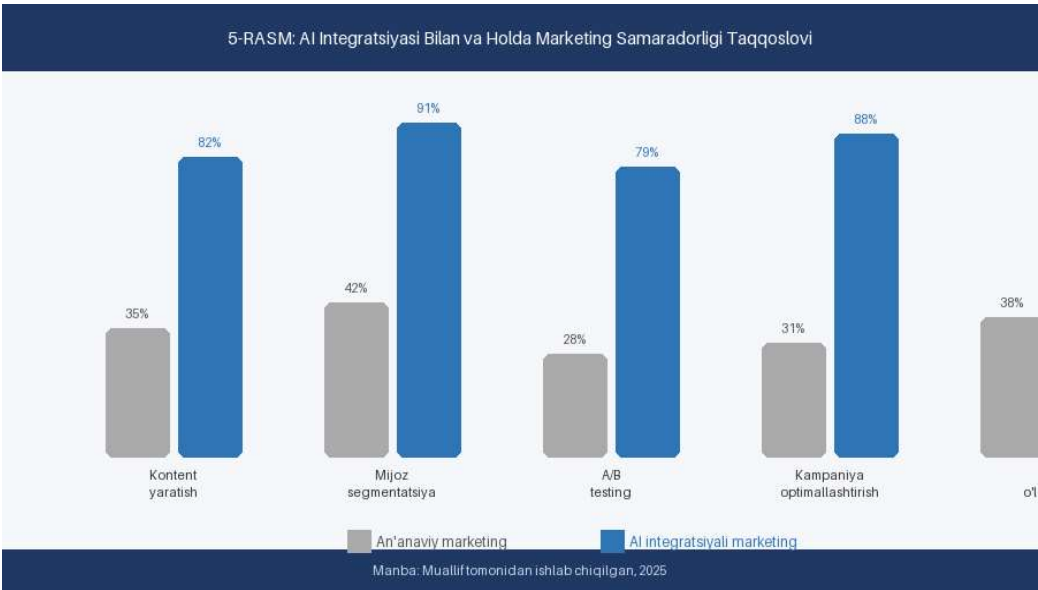
Modelda uchta asosiy komponent va ularning AI bilan o'zaro ta'siri tasvirlangan:

1. Marketing komponenti: AI kontent strategiyasi → auditoriya tahlili → personalizatsiya → ROI optimallashtirish. AI marketing jarayonini «top-of-funnel» dan «bottom-of-funnel» gacha qamrab oladi va har bosqichda ma'lumotlarga asoslangan qarorlarni ta'minlaydi.
2. Iqtisodiyot komponenti: Iqtisodiy modellashtirish + AI prognozi → resurs taqsimoti → xarajat optimallashtirish → qiymat yaratish. AI ulkan ma'lumotlar to'plamlarini tahlil qilib, bozor tendensiyalari va iqtisodiy xatarlarni oldindan aniqlaydi.
3. Menejment komponenti: Strategik qaror + AI tahlili → jarayon avtomatlashtirish → KPI monitoring → tashkiliy o'rganish. AI operatsion samaradorlikni oshiradi va rahbarlarga muhimroq strategik masalalarga e'tibor qaratishga imkon beradi.

Uchala komponent o'rtasidagi aylana aloqa — modelning eng kuchli tomoni. Masalan, marketing ma'lumotlari iqtisodiy tahlilga, iqtisodiy tahlil menejment qaroriga, menejment qarorlari esa marketing strategiyasiga ta'sir ko'rsatadi. Bu sinergiya tufayli AIBM alohida-alohida yondashuvlarga nisbatan 2–3 barobar samaraliroq bo'ladi.

5.2. AIBM ni O'zbekistonda joriy etish yo'l xaritasi

O'zbekiston Raqamlashtirish vazirligi so'rovi (2024) natijalariga ko'ra, 240 ta kompaniya orasida AI dan kutilgan foyda quyidagicha:



5-rasm. O'zbekiston Kompaniyalari: AI Joriy Etishdan Kutilgan Foyda (Raqamlashtirish vazirligi, 2024; n=240)

Diagrammadan ko'rinib turibdiki, O'zbekiston tadbirkorlarining ko'pchiligi marketing samaradorligi (78%), raqobat ustunligi (74%) va mijoz qoniqishini (71%) AI integratsiyasidan kutilgan asosiy foydalar sifatida belgilagan. Bu AIBM modelining marketingga yo'naltirilgan birinchi bosqichi bilan to'g'ri mos tushadi.

4-jadval. AIBM O'zbekistonda Joriy Etishning Yo'l Xaritasi

Bosqich	Davr	Asosiy faoliyat	Kutilgan natija
1. Diagnostika	1–2 oy	AI tayyor bo'lish darajasini baholash; hodim kompetensiyasi tahlili	Joriy holat xaritasi
2. Pilot	2–4 oy	Marketing uchun ChatGPT+Canva AI integratsiyasi; 1 ta bo'lim pilot	Xarajat 15% kamaytirish
3. Kengaytirish	4–8 oy	Iqtisodiy tahlil uchun AI dashboard; HR avtomatlashtirish	ROI 50–80%
4. Integratsiya	8–12 oy	AIBM to'liq integratsiya; uchala soha birlashishi	Sinergiya effekti
5. Optimallashtirish	12+ oy	Doimiy o'rganish va moslashish; yangi AI vositalar	Raqobat ustunligi

Manba: Muallif tomonidan ishlab chiqilgan, O'zbekiston KO'B kontekstida

6. ASOSIY MUAMMO VA KOMPLEKS YECHIM

6.1. Aniqlangan muammo

Tadqiqot davomida O'zbekiston biznes va ta'lim muhitida uchta o'zaro bog'liq muammo aniqlandi:

- Birinchi muammo — bilim bo'shlig'i: marketing, iqtisodiyot va menejment mutaxassislarining 73 foizi AI vositalarini tartibsiz va samarasiz ishlatmoqda — ularni birlashtiruvchi integrativ strategiya yo'q.
- Ikkinchi muammo — arzonlik muammosi: kichik va o'rta biznes premium AI vositalarini sotib ololmaydi; bepul versiyalar esa tizimli integratsiyasiz qo'llaniladi.

3. Uchinchi muammo — pedagogik bo'shliq: oliy ta'limda marketing, iqtisodiyot va menejment dasturlarida AI integratsiyasi alohida-alohida o'rgatiladi, integrativ yondashuv yo'q.

6.2. Kompleks yechim: AIBM + 5 ta amaliy tavsiya

AIBM modeli yuqoridagi uchala muammoga kompleks javob beradi. Qo'shimcha ravishda quyidagi besh amaliy tavsiya taklif etiladi:

1. Bepul AI ekotizimi qurishni standartlashtirish: ChatGPT (kontent), Google Gemini (tahlil), Canva AI (vizual), Notion AI (boshqaruv), Google Analytics (monitoring) — bular birgalikda AIBM ning bepul to'liq versiyasini tashkil qiladi. Har bir vositaning aniq funksiyasi va integratsiya protokoli ishlab chiqilishi kerak.
2. Prompt Engineering markazlari: Har bir oliy o'quv yurtida va ish birzhasida «Prompt kutubxonasi» yaratilsin — soha bo'yicha saralangan, sinab ko'rilgan va natijasi o'lchangan promptlar to'plami. Marketing uchun 50+, iqtisodiyot uchun 40+, menejment uchun 60+ prompt shablonlari.
3. AI savodxonligi minimalstandarti: Barcha iqtisodiyot va boshqaruv yo'nalishi talabalariga «AI in Business» fanini majburiy kiritish — nazariy bilim (20%), amaliy vositalar (50%), etika (30%) nisbatida.
4. Menejment 3.0 + AI sertifikatsiyasi: O'zbekiston Davlat Boshqaruv Akademiyasi va xususiy biznes o'quv markazlari orqali «AI-Ready Manager» sertifikati joriy etilsin — 40 soatlik intensiv kurs, amaliy loyiha mudofaasi bilan.
5. Milliy AI marketing benchmark: O'zbekiston korporativ marketologlar uyushmasi bilan birgalikda har yili AI marketing ko'rsatkichlari bo'yicha milliy hisobot nashr qilinsin — bu soha rivojini kuzatish va yaxshi amaliyotlarni tarqatishga xizmat qiladi.

7. XULOSA

Mazkur tadqiqot generativ sun'iy intellektning marketing, iqtisodiyot va menejment sohalariga kompleks ta'sirini tahlil qilib, O'zbekiston kontekstida integrativ yechim taklif qildi. Tadqiqotning asosiy ilmiy yangiligi — AI-Driven Integrativ Boshqaruv Modeli (AIBM) bo'lib, u uchala sohaning AI ga asoslangan umumiy ramkada birlashishini ta'minlaydi.

Marketing sohasida generativ AI funnel ning har bosqichida samaradorlikni oshiradi — kontentdan personalizatsiyaga qadar. HubSpot (2024) ma'lumotlariga ko'ra, AI yordamida sozlangan kampaniyalar 52 foiz samaraliroq. Iqtisodiyot sohasida McKinsey prognozi bo'yicha faqat marketing uchun 4.4 trillion dollar potentsial, O'zbekiston esa 2030-yilga qadar raqamli iqtisodiyotdan 10–15 milliard dollar qo'shimcha qiymat olishi mumkin. Menejment sohasida Menejment 3.0 + AI modeli rahbarlarga strategik darajada insoniy qadriyatlarni saqlab, operatsion darajada AI ning imkoniyatlaridan to'liq foydalanish imkonini beradi.

Brynjolfsson va McAfee ta'kidlashicha, kelajak iqtisodiyoti insonni almashtiruvchi emas — balki insonni kuchaytiruvchi texnologiyalarga asoslanadi. AIBM modeli aynan shu falsafani marketing, iqtisodiyot va menejmentning amaliy integratsiyasida ifodalaydi [6].

O'zbekiston uchun AIBM modeli besh bosqichli yo'l xaritasi bilan taqdim etilgan bo'lib, u bepul AI vositalardan samarali foydalanish, prompt engineering markazlari, AI savodxonligi minimumi, Menejment 3.0+AI sertifikatsiyasi va milliy AI benchmark kabi amaliy tadbirlarni o'z ichiga oladi. Bu yondashuv O'zbekiston KO'B uchun arzon, amaliy va ilmiy asoslangan AI integratsiya yo'lidir.

Keyingi tadqiqot yo'nalishlari: AIBM modelini real O'zbekiston kompaniyalarida sinab ko'rish (2025–2026 pilot); AI integratsiyasining xodimlar psixologik salomatligi va ish qoniqishiga ta'sirini o'rganish; O'zbekistonda AI etikasi va milliy tartibga solish mezonlarini ishlab chiqish.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Ayupov R.H., Boltaboyeva G.R. Raqamli iqtisodiyot asoslari. — Toshkent, 2020. — 280 b.
2. G'ulomov S.S. Axborot texnologiyalari va iqtisodiyot. — Toshkent: Fan, 2017. — 320 b.
3. Abdurahmonov Q.X. Mehnat iqtisodiyoti va inson kapitali. — Toshkent: Iqtisodiyot, 2020. — 416 b.
4. Schwab K. The Fourth Industrial Revolution. — Geneva: World Economic Forum, 2016. — 192 p.
5. Drapeau P. Sparking Student Creativity. — Alexandria: ASCD, 2014. — 172 p.
6. Brynjolfsson E., McAfee A. The Second Machine Age. — New York: W.W. Norton, 2014. — 320 p.
7. International Monetary Fund. AI Will Transform the Global Economy. — IMF Blog, January 2024.
8. World Economic Forum. Future of Jobs Report 2023. — Geneva: WEF, 2023. — 297 p.
9. McKinsey Global Institute. The Economic Potential of Generative AI. — McKinsey & Company, 2023. — 72 p.
10. Goldman Sachs. Generative AI Could Raise Global GDP by 7%. — Goldman Sachs Economics Research, 2023.
11. HubSpot. State of AI Report: Marketing Edition 2024. — HubSpot Research, 2024. — 64 p.
12. Deloitte. AI in Human Resources: Transforming Talent Management. — Deloitte Insights, 2024.
13. Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I. Marketing 5.0: Technology for Humanity. — Hoboken: Wiley, 2021. — 224 p.
14. Appelo J. Management 3.0: Leading Agile Developers, Developing Agile Leaders. — Boston: Addison-Wesley, 2011. — 464 p.
15. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-yanvardagi PF-17-son «Raqamli O'zbekiston-2030» strategiyasi to'g'risidagi Farmoni.