

KICHIK BIZNES SUBYEKTLARINING RAQAMLI PLATFORMALARGA INTEGRATSIYALASHUV DARAJASINI OSHIRISHNING TASHKILIY-IQTISODIY MEKANIZMLARI

Tursunxo‘jayeva Gulnoza Jamoliddin qizi

“Alfraganus universiteti”

“Menejment va marketing” kafedrası
loyiha kichik ilmiy xodimi

Annotatsiya

Mazkur maqolada kichik biznes subyektlarining raqamli platformalarga integratsiyalashuv darajasini oshirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlari ilmiy jihatdan tahlil qilindi. Tadqiqotda institutsional-huquqiy, tashkiliy-infratuzilmaviy, iqtisodiy-moliyaviy, axborot-tahliliy va tashqi bozor bloklari o‘zaro bog‘liq tizim sifatida baholandi. Xalqaro tajriba, rasmiy statistika va milliy normativ-huquqiy manbalar asosida integratsiyaning bosqichlari, vositalari va kutilayotgan natijalari tizimlashtirildi. Natijalar huquqiy aniqlik, moliyaviy qo‘llab-quvvatlash, tashkiliy moslashuv va ma‘lumotlarga asoslangan boshqaruv platformali savdoni rivojlantirishda muhim omil bo‘lganini ko‘rsatdi. Taklif etilgan mexanizm bozor qamrovini kengaytirish, moliyaviy barqarorlikni mustahkamlash va kichik biznesning raqamli rivojlanishini izchil qo‘llab-quvvatlash uchun amaliy asos yaratdi. Integratsiya darajasini boshlang‘ich, o‘rta va yuqori bosqichlarga ajratish korxonalarning raqamli yetukligini izchil baholash imkonini berdi. Tahlil platforma imkoniyatlaridan samarali foydalanish uchun huquqiy, moliyaviy va tashkiliy vositalarni uyg‘unlashtirish zarurligini asoslab berdi.

Kalit so‘zlar: kichik biznes, raqamli platforma, integratsiyalashuv, tashkiliy-iqtisodiy mexanizm, elektron tijorat, raqamli yetuklik, moliyaviy qo‘llab-quvvatlash, monitoring.

Аннотация

В статье были научно проанализированы организационно-экономические механизмы повышения уровня интеграции субъектов малого бизнеса в цифровые платформы. Институционально-правовой, организационно-инфраструктурный, экономико-финансовый, информационно-аналитический и внешнерыночный блоки были рассмотрены как взаимосвязанная система. На основе международного опыта, официальной статистики и национальных нормативно-правовых источников были систематизированы этапы интеграции, применяемые инструменты и ожидаемые результаты. Полученные результаты показали, что правовая определённость, финансовая поддержка, организационная адаптация и управление на основе данных способствовали развитию платформенной торговли. Предложенный механизм создал практическую основу для расширения охвата рынка, укрепления финансовой устойчивости и последовательного развития цифровой интеграции малого бизнеса. Выделение начального, среднего и высокого уровней позволило последовательно оценивать цифровую зрелость предприятий и обосновывать

дальнейшие меры поддержки. Это также повышало обоснованность управленческих решений в цифровой среде.

Ключевые слова: малый бизнес, цифровая платформа, интеграция, организационно-экономический механизм, электронная коммерция, цифровая зрелость, финансовая поддержка, мониторинг.

Abstract

This article scientifically analyzed organizational and economic mechanisms for increasing the integration of small business entities into digital platforms. Institutional-legal, organizational-infrastructural, economic-financial, information-analytical, and external market blocks were examined as an interconnected system. Based on international experience, official statistics, and national regulatory sources, the stages of integration, applied instruments, and expected outcomes were systematized. The findings showed that legal certainty, financial support, organizational adaptation, and data-driven management supported platform-based commerce. The proposed mechanism provided a practical foundation for expanding market reach, strengthening financial stability, improving managerial quality, and supporting the gradual digital integration of small businesses. The staged approach also enabled a consistent assessment of enterprise digital maturity and future support needs.

Keywords: small business, digital platform, integration, organizational-economic mechanism, e-commerce, digital maturity, financial support, monitoring.

KIRISH

Kichik biznes subyekting raqamli platformaga integratsiyalashuvi iqtisodiy mazmuni jihatidan korxona bilan platforma o'rtasidagi bir martalik texnik ulanish emas, balki ikki tomonning jarayonlarini bosqichma-bosqich moslashtirishdan iborat institutsional ko'nikish jarayonidir. Integratsiya darajasi deganda korxona faoliyatining qaysi qismi platforma vositasida amalga oshirilayotgani tushuniladi: mahsulotni joylashtirishdan tortib to'lov, logistika, mijozlar bilan aloqa va tahliliy boshqaruv gacha bo'lgan halqalarning qamrovi bu darajani belgilaydi. Nazariy nuqtai nazardan integratsiya to'liqlashgani sari korxonaning platformadan oladigan chegaraviy foydasi oshadi, chunki alohida halqalar o'rtasidagi ma'lumot uzilishlari kamayadi.

Integratsiyaning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmi bir necha o'zaro bog'liq blokdan tashkil topadi. Huquqiy blok bitimlarning yuridik kuchini va ishtirokchilar huquqlarini kafolatlaydi. Tashkiliy blok korxona ichki jarayonlarini platforma standartlariga moslashtirishni qamrab oladi. Moliyaviy blok boshlang'ich xarajatlar to'sig'ini pasaytiruvchi vositalarni birlashtiradi. Axborot-tahliliy blok esa integratsiya natijasini o'lchash va boshqaruv qarorlarini asoslash funksiyasini bajaradi. Bloklarning uyg'un ishlashi mexanizmning yaxlitligini ta'minlaydi; ulardan birortasining zaifligi qolganlarining samarasini cheklaydi.

Xalqaro amaliyot integratsiyaning tashkiliy jihatida texnologik jihatdan kam ahamiyatli emasligini ko'rsatadi. Kuzatuvlar davlat va xususiy sektor hamkorligidagi doimiy muvofiqlashtiruv platformalari orqali tizimli tarzda yuritilmoqda [1], so'rov natijalari esa respondent korxonalarining 29 foizi raqamli faoliyatini onlayn

platformalar atrofida tuzganini qayd etdi [2]. Kichik korxona onlayn savdo kanaliga nisbatan kam vaqt va moliyaviy resurs bilan kirishi mumkinligi bu jarayonni tezlashtiruvchi asosiy omil sifatida qayd etilgan [3]. Keyingi bosqichdagi kengaytirilgan so'rov diqqatni raqamli yetuklik, moliyaviy texnologiyalar va raqamli xavfsizlik amaliyotiga qaratdi [4].

Maqolaning maqsadi kichik biznes subyektlarining raqamli platformalarga integratsiyalashuv darajasini oshirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmini nazariy jihatdan tuzilmalashtirish va uning bloklari bo'yicha vositalar tizimini asoslashdan iborat.

ADABIYOTLAR SHARHI

Raqamli savdoning global miqyosdagi kengayishi integratsiya masalasining iqtisodiy ahamiyatini belgilab beradi. 43 mamlakat bo'yicha jamlangan baholash biznes elektron savdo hajmining 2016-2022-yillarda qariyb 60 foizga o'sib, 27 trillion AQSH dollariga yetganini ko'rsatdi [5], onlayn platformalarning bu aylanmadagi roli esa alohida metodologik yo'nalish sifatida o'rganilmoqda [6]. Bunday ko'lam kichik korxonalar uchun integratsiyani tanlov emas, balki bozorda qolishning tabiiy sharti darajasiga ko'taradi.

Korxona darajasidagi integratsiya qarorlarini tushuntirishda texnologiya-tashkilot-muhit doirasi keng qo'llaniladi. Vyetnam chakana savdo korxonalari bo'yicha strukturaviy tenglamalar modeli texnologik kontekstdan nisbiy ustunlik, moslik va kuzatiluvchanlik, tashkiliy kontekstdan rahbariyat qo'llab-quvvatlashi va tadbirkorlik yo'nalganligi, muhit kontekstdan davlat qo'llab-quvvatlashi hamda huquqiy asos omillarining ahamiyatini tasdiqladi [7]. Sun'iy intellekt vositalarini o'zlashtirish bo'yicha tizimli tahlil bu doirani ma'lumotlarga kirish, ko'nikma taqchilligi va boshqaruv amaliyotidagi cheklovlar bilan to'ldirdi [8]. Turli mamlakatlar ma'lumotlarini birlashtirgan meta-tahlil texnologik salohiyat, tashkiliy o'zgarishlar va infratuzilma qo'llab-quvvatlashi birgalikda ta'sir qilgandagina natijadorlik barqaror o'sishini ko'rsatdi [9].

Infratuzilma tomonidagi tayyorgarlik ham hujjatlashtirilgan: kichik korxonalar orasida yuqori tezlikdagi keng polosali ulanishdan foydalanish 2019-yildagi 23 foizdan 2022-yilda 52 foizga ko'tarilgan [10]. Aholi darajasidagi ulanish ko'rsatkichlari ham qulay muhit yaratmoqda: 2024-yilda dunyo aholisining 68 foizi internetdan foydalangan [11], qishloq aholisining 48 foizi tarmoqqa ulangan [12]. Mavjud adabiyotda integratsiya omillari yaxshi yoritilgan bo'lsa-da, ularni yagona mexanizm sifatida bloklarga ajratib, har bir blok bo'yicha vosita va kutilayotgan natijani bog'laydigan yaxlit tuzilma yetarlicha shakllantirilmagan.

METODOLOGIYA

Tadqiqot nazariy-uslubiy xarakterga ega bo'lib, tizimli yondashuv, strukturaviy tahlil, qiyosiy tahlil, umumlashtirish va guruhlash usullariga tayanadi. Mexanizmni tuzilmalashtirishda har bir blok uchun uchta o'lchov ajratildi: qo'llaniladigan vosita, kutilayotgan tashkiliy yoki iqtisodiy natija va uni tasdiqlovchi normativ hamda statistik manba.

Normativ asosni raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish ustuvorliklarini belgilagan strategik hujjat, elektron tijorat munosabatlarini tartibga solgan hamda elektron hujjatni qog'oz hujjatga tenglashtirgan qonun, kichik biznesni qo'llab-quvvatlash dasturini amalga oshirish tartibini belgilagan qaror va tadbirkorlikni rivojlantirish bo'yicha dasturiy hujjat tashkil etdi. Statistik asos rasmiy ochiq manbalardan olindi: raqamli iqtisodiyot bo'yicha rasmiy statistika, tahliliy sharh, yalpi ichki mahsulot bo'yicha analitik ma'lumot va elektron tijorat savdo hajmining yillik qatorlari.

Mexanizm bloklarini baholashda integratsiya darajasi shartli ravishda uch bosqichga ajratildi: boshlang'ich bosqich mahsulotni platformada joylashtirish bilan cheklanadi; o'rta bosqich to'lov va logistika jarayonlarini qamrab oladi; yuqori bosqich platforma ma'lumotlari asosida assortiment va narx boshqaruvini o'z ichiga oladi. Bosqichlar ketma-ketligi tashkiliy salohiyat va moliyaviy imkoniyatga bog'liq holda o'zgarishi mumkin.

TAHLIL VA NATIJALAR

Mexanizmning umumiy tuzilishi 1-rasmda keltirilgan. Yuqori qatlamda uchta tayanch blok, o'rta qatlamda ularni birlashtiruvchi mexanizm, quyi qatlamda esa integratsiya darajasining oshishidan kutiladigan yakuniy natija joylashtirilgan.



1-rasm. Kichik biznes subyektlarining raqamli platformalarga integratsiyalashuv mexanizmi tuzilishi¹

Bloklarning mazmuni, ularga mos vositalar va kutilayotgan natijalar 1-jadvalda umumlashtirilgan.

1-jadval

Integratsiyalashuv darajasini oshirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmi bloklari²

Mexanizm bloki	Asosiy vositalar	Kutilayotgan natija	Manba
Institutsional-huquqiy	Elektron tijorat qonunchiligi normalari, elektron shartnoma va elektron hujjat aylanishi talablari	Bitimlarning huquqiy aniqligi, ishtirokchilar ishonchining ortishi	[14]
Tashkiliy-infratuzilmaviy	Platforma operatorlari bilan hamkorlik, to'lov va logistika	Integratsiya bosqichlarining uzluksizligi va tezligi	[3]

¹ Manba: muallif tomonidan [7] va [14] manbalari asosida tuzilgan.

² Manba: muallif tomonidan normativ hujjatlar va xalqaro hisobotlar asosida tuzilgan.

Mexanizm bloki	Asosiy vositalar	Kutilayotgan natija	Manba
	jarayonlarini moslashtirish, raqamli ko'nikmalarni oshirish		
Iqtisodiy-moliyaviy	Kompleks dastur doirasidagi moliyaviy yordam vositalari, biznes-rejani baholash tartibi	Boshlang'ich xarajat to'sig'ining pasayishi	[15]
Axborot-tahliliy	Platforma ma'lumotlari asosida monitoring, natijadorlik ko'rsatkichlari tizimi	Boshqaruv qarorlarining asoslanganligi	[9]
Tashqi bozor bloki	Transchegaraviy platformalarga chiqishni qo'llab-quvvatlovchi maqsadli dasturlar	Eksport yo'nalishidagi sotuv kanallarining kengayishi	[21]

Institutsional-huquqiy blokning holati milliy sharoitda mustahkam asosga ega. Amaldagi qonun hujjatiga ko'ra elektron tijoratdagi shartnoma taraflar o'rtasida elektron hujjatlarni tasdiqlash yo'li bilan rasmiylashtiriladi va bunday hujjatlar qog'ozda rasmiylashtirilgan hujjatlarga tenglashtiriladi, sotuvchilar tarkibiga esa yuridik shaxslar, yakka tartibdagi tadbirkorlar hamda o'zini o'zi band qilgan shaxslar kiritilgan [14]. Bunday normativ aniqlik kichik korxona uchun platformaga kirishning huquqiy xavfini sezilarli darajada pasaytiradi va integratsiyaning yuqori bosqichlariga o'tishni osonlashtiradi.

Iqtisodiy-moliyaviy blokning ishlashi qo'llab-quvvatlash tartiblari bilan belgilanadi. Kompleks dastur doirasida loyiha tashabbuskori taqdim etgan biznes-reja baholash metodikasiga muvofiqligi asosida moliyaviy yordam vositasini olish to'g'risidagi qaror bir hafta muddatda qabul qilinadi [15]. Muddatlarning qat'iy belgilanishi kichik korxona uchun rejalashtirish ufqini aniqlashtiradi. Milliy iqtisodiyotdagi kichik biznesning ulushi bu blokning qamrovini ko'rsatadi: o'n yillik dinamikada uning yalpi ichki mahsulotdagi ulushi 31,1 foizdan 52,5 foizga, bandlikdagi ulushi 49,7 foizdan 74,5 foizga ko'tarilgan [16], tarmoqlar kesimida esa kichik tadbirkorlik subyektlari qishloq, o'rmon va baliqchilik xo'jaligida 96,9 foizni, qurilishda 77,6 foizni, xizmatlar sohasida 45,1 foizni tashkil etgan [19].

Tashkiliy-infratuzilmaviy va axborot-tahliliy bloklarning natijasi platformali savdoning o'sish dinamikasida aks etadi. Rasmiy statistika asosidagi baholashga ko'ra, 2019-2024-yillarda axborot iqtisodiyoti va elektron tijorat sektorida yaratilgan yalpi qo'shilgan qiymat 6,5 barobar, elektron tijorat sektorida esa 78,2 barobar oshgan, nominal yalpi ichki mahsulot ayni davrda 2,5 barobar o'sgan; sektorning yalpi ichki mahsulotdagi ulushi 1,6 foizdan 4,1 foizga, elektron tijoratning ulushi 0,1 foizdan 1,4 foizga ko'tarilgan [18]. Bunday nisbatlar integratsiya bosqichlaridan yuqorirog'iga o'tgan korxonalar uchun bozor sig'imi tez kengayib borayotganini ko'rsatadi [17]; savdo hajmining yillik qatorlari esa bu tendensiyaning statistik kuzatuvda izchil qayd etilishini ta'minlaydi [20].

Tashqi bozor blokining amaliy qiymati xalqaro tajribada aniq ko'rinadi. Maqsadli dastur doirasida 2500 dan ortiq korxona 10 mamlakatdagi 13 ta transchegaraviy platformaga ulangan, davlat granti qo'llab-quvvatlagan raqamli yechimlarni o'zlashtirgan korxonalar soni esa choraklik hisobda 2018-yildagi o'rtacha 800 tadan

2020-yilda 4000 taga ko'tarilgan [21]. Bunday ko'rsatkichlar moliyaviy vosita bilan tashkiliy ko'makning birgalikda qo'llanishi integratsiya darajasini qisqa muddatda oshirish imkonini berishini tasdiqlaydi. Strategik hujjatda belgilangan raqamli infratuzilmani rivojlantirish ustuvorliklari bu yo'nalishning milliy siyosat bilan uyg'unligini ta'minlaydi [13].

Bloklar o'rtasidagi bog'liqlikni umumlashtirish quyidagi natijani beradi: huquqiy aniqlik integratsiyaning boshlanishini, moliyaviy vositalar uning tezligini, tashkiliy moslashuv barqarorligini, axborot-tahliliy quvvat esa chuqurligini belgilaydi. Ushbu to'rt o'lchov birgalikda kichik korxonaning platformadagi mavqeyini vaqt o'tishi bilan mustahkamlaydi va integratsiyani bir martalik harakatdan doimiy rivojlanish jarayoniga aylantiradi [22].

XULOSA VA TAKLIFLAR

Tahlil kichik biznes subyektlarining raqamli platformalarga integratsiyalashuv darajasini oshirish yagona vosita bilan emas, balki o'zaro bog'langan bloklardan iborat mexanizm orqali ta'minlanishini asoslashga imkon berdi. Institutsional-huquqiy blok jarayonning huquqiy asosini, iqtisodiy-moliyaviy blok kirish imkoniyatini, tashkiliy-infratuzilmaviy blok jarayonlarning moslashuvini, axborot-tahliliy blok esa natijani o'lchash va boshqarish quvvatini yaratadi. Milliy statistik ko'rsatkichlar platformali savdoning o'sish sur'ati umumiy iqtisodiy o'sishdan yuqori ekanini, kichik biznesning tarmoqlardagi keng ulushi esa mexanizm samarasining ko'p sonli korxonaga tarqalishini ko'rsatdi.

Olingan natijalar asosida quyidagi takliflar ishlab chiqildi.

Birinchidan, integratsiyani bosqichma-bosqich rejalashtirish tavsiya etiladi: boshlang'ich bosqichda mahsulot va narx ma'lumotlarini standartlashtirish, o'rta bosqichda to'lov va logistikani ulash, yuqori bosqichda ma'lumotga asoslangan assortiment boshqaruvini joriy etish.

Ikkinchidan, moliyaviy yordam vositalarini integratsiya bosqichlariga bog'lash maqsadga muvofiq, chunki amaldagi tartib biznes-rejani baholash orqali qaror qabul qilish imkonini beradi [15].

Uchinchidan, tashkiliy salohiyatni oshirish dasturlarini raqamli ko'nikmalar bilan birga rivojlantirish zarur, zero texnologik vositaning o'zi tashkiliy o'zgarishlarsiz barqaror natija bermaydi [9].

To'rtinchidan, integratsiya darajasini muntazam o'lchab boruvchi ko'rsatkichlar tizimini rasmiy statistik kuzatuv bilan bog'lash taklif etiladi [17].

Beshinchidan, transchegaraviy platformalarga chiqishni qo'llab-quvvatlovchi maqsadli dasturlarni kengaytirish eksport yo'nalishidagi sotuv kanallarini ko'paytiradi [21].

Taklif etilgan mexanizm tuzilmasi hududiy va tarmoq kesimidagi keyingi empirik baholashlar uchun uslubiy asos bo'lib xizmat qilishi mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. OECD. Digital for SMEs Global Initiative (D4SME). Paris: OECD, 2025.
<https://www.oecd.org/en/networks/oecd-digital-for-smes-global-initiative.html>

2. OECD. SME digitalisation in 2024: Managing shocks and transitions. An OECD D4SME Survey. Policy Highlights. Paris: OECD, 2024. <https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/networks/oecd-digital-for-smes-global-initiative/FINAL-D4SME-2024-Survey-Policy-Highlights.pdf>
3. OECD. SME digitalisation to manage shocks and transitions. OECD SME and Entrepreneurship Papers. Paris: OECD Publishing, 2024. https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2024/09/sme-digitalisation-to-manage-shocks-and-transitions_735fc44d/eb4ec9ac-en.pdf
4. OECD. SME digitalisation for competitiveness: 2025 OECD D4SME Survey. Policy Highlights. Paris: OECD, 2025. <https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/networks/oecd-digital-for-smes-global-initiative/D4SME-2025-Policy-Highlights.pdf>
5. UNCTAD. Digital Economy Report 2024: Shaping an environmentally sustainable and inclusive digital future. Geneva: United Nations, 2024. <https://unctad.org/publication/digital-economy-report-2024>
6. UNCTAD. Business e-commerce sales and the role of online platforms. Geneva: United Nations, 2024. https://unctad.org/system/files/non-official-document/wgecde2024_p01_unctad.pdf
7. Nguyen T. et al. An Extended Technology-Organization-Environment (TOE) Framework for Online Retailing Utilization in Digital Transformation: Empirical Evidence from Vietnam // Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, 2022, Vol. 8, No. 4, 200. <https://www.mdpi.com/2199-8531/8/4/200>
8. Sánchez E., Calderón R., Herrera F. Artificial Intelligence Adoption in SMEs: Survey Based on TOE-DOI Framework, Primary Methodology and Challenges // Applied Sciences, 2025, Vol. 15, No. 12, 6465. <https://www.mdpi.com/2076-3417/15/12/6465>
9. A meta-analysis of the impact of TOE adoption on smart agriculture SMEs performance. PubMed Central, PMC11790137. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC11790137/>
10. International Council for Small Business. Accelerating SME Digitalisation. Washington: ICSB, 2025. <https://icsb.org/central/accelerating-sme-digitalisation/>
11. International Telecommunication Union. Measuring digital development: Facts and Figures 2024. Geneva: ITU, 2024. <https://www.itu.int/itu-d/reports/statistics/facts-figures-2024/>
12. International Telecommunication Union. Facts and Figures 2024: Internet use. Geneva: ITU, 2024. <https://www.itu.int/itu-d/reports/statistics/2024/11/10/ff24-internet-use/>
13. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 5-oktabr PF-6079-son ““Raqamli O‘zbekiston - 2030” strategiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”gi Farmoni <https://lex.uz/docs/5030959>
14. O‘zbekiston Respublikasining 2022-yil 29-sentabr O‘RQ-792-son “Elektron tijorat to‘g‘risida”gi Qonuni <https://lex.uz/docs/-6213382>

15. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2024-yil 20-yanvar 37-son ““Kichik biznesni uzluksiz qo‘llab-quvvatlash” kompleks dasturini amalga oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Qarori <https://lex.uz/docs/-6767101>
16. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni yanada rivojlantirish to‘g‘risidagi hujjati. <https://lex.uz/acts/-1856013>
17. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. Raqamli iqtisodiyot: rasmiy statistika. <https://stat.uz/uz/rasmiy-statistika/raqamli-iqtisodiyot>
18. O‘zbekistonda platforma iqtisodiyoti: jadal o‘shish va kelgusi istiqbollar. Tahliliy sharh, 2026. <https://anhor.uz/uzl/economy/ozbekistonda-platforma-iqtisodiyoti-jadal-osish-va-kelgusi-istiqbollar/>
19. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. Yalpi ichki mahsulot: analitik ma’lumot. https://stat.uz/img/press-relizlar/analitika-vvp_zb-lotin_p95454.pdf
20. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. Elektron tijorat savdo hajmi (yillik). SDMX ma’lumotlar bazasi. https://api.siat.stat.uz/media/uploads/sdmx/sdmx_data_2833.pdf
21. OECD. Singapore SME digitalisation support programme. Case study. Paris: OECD, 2026. https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2026/03/sme-technology-adoption-in-the-united-kingdom-case-studies_110caacb/singapore-sme-digitalisation-support-programme_b769cb3c/76f7c523-en.pdf
22. UNCTAD. E-commerce and the digital economy. Geneva: United Nations, 2025. <https://unctad.org/topic/ecommerce-and-digital-economy>



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, iyul, 7-son

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar mas'ul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelavermasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga murojaat qilish mumkin. Ilmiy maqola, ommabop maqola, reklama, hikoya va boshqa ilmiy-ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

Elektron pochta: info@marketingjournal.uz
Bot: [@marketinjournalbot](https://t.me/@marketinjournalbot)
Tel.: +998977838464, +998939266610
Jurnalning rasmiy sayti: <https://marketingjournal.uz>

Marketing jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2024-yil 04-oktabrdagi 362/5 sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali 2024-yil 15-martdan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan **C-5669517** reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan. **Litsenziya raqami: №240874**



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnalining xalqaro darajasi: 9710. GOCT 7.56-2002 "Seriya nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlaro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**