

O‘ZBEKISTONDA ELEKTRON TIJORATNING RIVOJLANISHI VA UNING AHAMIYATI

Jo‘rayeva Gulzira Ithomjon qizi

“Biznes va tadbirkorlik oliy maktabi” tadqiqotchisi

Annotatsiya

Ushbu maqolada O‘zbekiston Respublikasida elektron tijorat sohasining shakllanishi va rivojlanish tendensiyalari, mavjud muammolar hamda ularni bartaraf etish yo‘llari tahlil qilingan. Shuningdek, elektron tijorat infratuzilmasini yaratishda axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining (AKT) o‘rni va ahamiyati keng yoritilgan. Raqamli to‘lov tizimlari, mobil ilovalar, internet platformalari va ma‘lumotlar xavfsizligi masalalari bo‘yicha tahlillar keltirilib, elektron savdoning samaradorligini oshirishda innovatsion texnologiyalar muhim omil sifatida ko‘rsatilgan. Tadqiqot yakunida O‘zbekistonda elektron tijoratni yanada rivojlantirish bo‘yicha tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so‘zlar: elektron tijorat, axborot-kommunikatsiya texnologiyalari, elektron hujjat, internet resurslar, YaIM, yalpi qo‘shilgan qiymat.

Аннотация

В данной статье проанализированы процессы формирования и тенденции развития сектора электронной коммерции в Республике Узбекистан, а также существующие проблемы и пути их преодоления. Особое внимание уделено роли и значению информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в создании инфраструктуры электронной торговли. Проведён анализ цифровых платёжных систем, мобильных приложений, интернет-платформ и вопросов кибербезопасности. Также подчёркнута значимость инновационных технологий как ключевого фактора повышения эффективности электронной коммерции. В завершение представлены практические рекомендации по дальнейшему развитию электронной коммерции в Узбекистане.

Ключевые слова: электронная коммерция, информационно-коммуникационные технологии, электронные документы, интернет-ресурсы, ВВП, валовая добавленная стоимость.

Abstract

This article analyzes the formation and development trends of the e-commerce sector in the Republic of Uzbekistan, as well as the existing challenges and ways to overcome them. It also highlights the role and importance of information and communication technologies (ICT) in the creation of e-commerce infrastructure. The article presents an analysis of digital payment systems, mobile applications, internet platforms, and data security issues, emphasizing the role of innovative technologies as a key factor in increasing the efficiency of electronic commerce. The study concludes with practical recommendations for further development of e-commerce in Uzbekistan.

Keywords: E-commerce, information and communication technologies, electronic documents, internet resources, GDP, gross added value.

KIRISH

O‘zbekiston iqtisodiyotining bosqichma-bosqich rivojlanishida biznes faoliyatini yuritishning yangi prinsiplari, ayniqsa elektron tijoratning ahamiyati juda oshdi. Axborot texnologiyalarining tez rivojlanishi iqtisodda ham o‘z aksini topmasdan qolmaydi. Ayniqsa, tadbirkorlik sohasida erishilayotgan yutuqlar negizida aynan axborot texnologiyalari turli segmentlarining yuqori darajada rivojlanganligi va samarali qo‘llanishi yotadi. O‘zbekiston iqtisodiyotida ham hamma sohalarda axborot texnologiyalardan foydalanilmoqda.

O‘zbekistonda elektron tijoratning kelajagini belgilovchi muhim omillardan biri — sohani qonunchilik bilan tartibga solishdir. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 14-maydagi PQ-3724-son “Elektron tijoratni jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi¹ qarori, 2018-yil 13-oktyabrdagi PQ-825-son “Elektron tijoratni amalga oshirish qoidalariga o‘zgartish va qo‘shimchalar kiritish to‘g‘risida”gi qarori² va boshqa normativ-huquqiy hujjatlar, shuningdek, 2022-yilda yangilangan “Elektron tijorat to‘g‘risida”gi qonun qabul qilindi. Qonun iste‘molchilarni ham, tadbirkorlarni ham huquqiy himoya qiladi, elektron operatsiyalarni amalga oshirish va huquqbuzarliklar uchun javobgarlikni belgilash tartibini belgilaydi. [1] Ishonchli va barqaror elektron tijorat ekotizimini yaratishda qonunchilik va to‘lov tizimlari hal qiluvchi rol o‘ynaydi. Ular jarayonning barcha ishtirokchilari — ham xaridorlar, ham sotuvchilarning huquq va manfaatlarini himoya qilishni ta‘minlaydi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Elektron tijorat va uning mohiyati ko‘pgina iqtisodchi olimlar tomonidan o‘rganib chiqilgan bo‘lib, ulardan A.V. Yurasov, J.S. Vestland, T.K. Klark, D. Kozelar elektron tijorat va uning mohiyatini, M. Ramzayev, P. Chujanov, V. Tarasovlar elektron tijoratning rivojlangan va rivojlanayotgan davlatlar iqtisodiyotidagi o‘rni, V.V. Senkevin, N.I. Gerashchenko va boshqalar esa elektron tijoratni boshqarishda davlatning roli bo‘yicha ilmiy tadqiqotlar olib borganlar.

Ko‘plab tadqiqotchilar elektron tijoratni raqamli texnologiyalarga asoslangan savdo va xizmat ko‘rsatish tizimi sifatida izohlaydi. Xususan, Kotler va Armstrong (Marketing asoslari) elektron tijoratni an‘anaviy savdo tizimiga qaraganda tezkor, samarali va global tusga ega savdo modeli sifatida tavsiflagan. Mahsulotni internet orqali taklif qilish, buyurtma olish, to‘lovni amalga oshirish va yetkazib berish jarayonlari axborot texnologiyalariga tayangan holda amalga oshiriladi. [2]

Nurullayev, Sh.R. [6] O‘zbekistonda elektron tijoratning shakllanishini 3 bosqichda tahlil qilgan: boshlang‘ich (2010–2015), barqarorlashuv (2016–2020) va tizimlashtirish davri (2021-yildan hozirgacha). Tadqiqotda davlat tomonidan amalga oshirilayotgan raqamli iqtisodiyotga o‘tish siyosatining e-tijoratga ta‘siri o‘rganilgan. Tadqiqotda e-tijorat rivojlanishi uchun qonunchilik, infratuzilma va iste‘molchi

¹ O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 14-maydagi PQ-3724-son “Elektron tijoratni jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi qarori <https://lex.uz/docs/-3744594>

² O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 13-oktyabrdagi PQ-825-son “Elektron tijoratni amalga oshirish qoidalariga o‘zgartish va qo‘shimchalar kiritish to‘g‘risida”gi qarori <https://lex.uz/uz/docs/-3988250>

ishonchi asosiy omillar sifatida belgilangan.

To‘ychiyeva, G.A. [7] tadqiqotida O‘zbekistonda elektron tijorat hajmining o‘sishi ko‘p omilli regressiya modeli, Granger sababli testi asosida YaIM, chakana savdo aylanmasi va bandlikka qanday ta’sir qilayotganligi ekonometrik model asosida baholangan.

Rasulov, B.A. [8] O‘zbekiston Respublikasining “Elektron tijorat to‘g‘risida”gi qonuni, soliq imtiyozlari, elektron raqamli imzo (ERI) tizimi va boshqa tartibotlar qamrab olingan. Muallif amaldagi qonunchilikni xalqaro standartlar asosida yangilash va PayPal, Stripe kabi xalqaro to‘lov tizimlariga kirish imkoniyatini kengaytirish zarurligini ko‘rsatgan.

Karimova, M.I. [9] maqolasida iste’molchilarning onlayn xaridga nisbatan munosabati, e-tijoratga ishonch, onlayn to‘lovlar va qaytarib berish siyosatiga munosabati so‘rovnomasida tahlil qilingan. Tadqiqotda korrelyatsion tahlil amalga oshirilgan. Tadqiqotda o‘zbek iste’molchilari narx, qulaylik va ishonchlikka asoslangan holda xarid qilishi, to‘lov tizimi xavfsizligi ularning qarorlariga sezilarli ta’sir ko‘rsatishini aniqlagan.

Yusupov, Z.J. [10] maqolasida yetkazib berish tizimi, ombor logistika infratuzilmasi va sohada AI qo‘llanishi masalalari yoritilgan. E-logistika sohasidagi eng muhim to‘siqlar: yetkazib berishda kechikish, viloyatlarda logistika infratuzilmasining yetarli emasligi. YeCHIM sifatida dron yetkazib berish va omborlarni avtomatlashtirish taklif qilingan.

METODOLOGIYA

Tadqiqotda elektron tijorat va unda axborot texnologiyalarining o‘rni, O‘zbekistonda marketpleyslarning soni va ularning boshqa ko‘rsatkichlari bo‘yicha rasmiy statistika ma’lumotlaridan foydalanilgan. Iqtisodchi olimlarning fikrlari hamda qonunchilikdagi me’yoriy hujjatlarga asosanib, analiz, sintez, induksiya va deduksiya usullarini qo‘llagan holda mavzu bo‘yicha tadqiqot olib borilgan.

TAHLIL VA NATIJALAR

O‘zbekistonda elektron tijorat so‘nggi yillarda tez sur‘atlar bilan rivojlanmoqda. Bu jarayon raqamli texnologiyalarning keng joriy qilinishi, internet tarmog‘ining kengayishi, aholining raqamli savodxonligining ortib borishi va davlat tomonidan ko‘rsatilayotgan qo‘llab-quvvatlovlar bilan bog‘liq.

Zamonaviy raqamli davrda elektron tijorat (e-tijorat) an’anaviy savdo shakllariga jiddiy raqobatchi bo‘lib bormoqda. Elektron tijorat internet orqali mahsulot va xizmatlarni xarid qilish, sotish, reklama qilish va yetkazib berishni o‘z ichiga oladi. U xaridor va sotuvchini bir vaqtning o‘zida turli geografik hududlarda joylashgan bo‘lsa ham, savdo qilish imkoniyati bilan ta’minlaydi. An’anaviy savdo esa odatda do‘konlar, bozorlar yoki ofislar orqali mahsulotlarni shaxsan ko‘rib tanlash va sotib olishga asoslanadi.

1-jadval
Elektron tijoratning an'anaviy savdo turlaridan farqi[3]

| № | Elektron tijorat | An'anaviy tijorat |
|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Xaridor o'ziga qulay vaqt, joy va tezlikda mahsulotni tanlash va sotib olish imkoniyatiga ega | Xaridor vaqt ajratib, transport vositasida aytilgan manzilga borib xarid qilish kerak |
| 2 | Savdo-sotiq faoliyatini ish faoliyati bilan birga parallel ravishda, ya'ni ishlab chiqarishdan ajralmagan holda olib borish imkoniyati | Savdo sotiq aloxida faoliyat bo'lib, undan tashqari boshqa faoliyat bilan band bo'lish imkoni yo'q |
| 3 | Ko'p sonli xaridorlarning bir vaqtning o'zida bir nechta firmalarga murojaat qila olish imkoniyati | Murojaat qiluvchi xaridorlar soni cheklangan bo'lishi |
| 4 | Kerakli mahsulotlarni tezlikda izlab topish va ushbu mahsulotlar mavjud bo'lgan korxonalariga murojaat qilishda texnika va transport vositalaridan samarali foydalanish imkoniyati | Kerakli mahsulot izlashda bir qancha muammolar mavjudligi, masalan, vaqt sarflash, texnik va transport vositalaridan unumli foydalanmaslik |
| 5 | Xaridorning yashash joyi, sog'lig'i va moddiy ta'minlanish darajasidan qat'iy nazar hamma qatori teng huquqli mahsulot sotib olish imkoniyati | Xarid qilish xaridorning sog'ligi, moddiy ta'minlanganligiga bog'liq bo'ladi |
| 6 | Hozirgi kundagi mavjud jahon standartlariga javob beradigan mahsulotlarni tanlash va sotish imkoniyati | Bozorda taklif etilayotgan tovar assortimenti bilan cheklangan bo'ladi |
| 7 | Elektron tijoratda savdoni tashkil qilish korxonalarining raqobatini kuchaytiradi, monopoliyadan chiqaradi va mahsulotlarning sifatini oshirish imkoniyatini beradi | An'anaviy savdoda raqobat cheklangan bo'ladi, bu o'z navbatida sifatni oshirish va narxni barqarorlashuviga to'sqinlik qiladi |

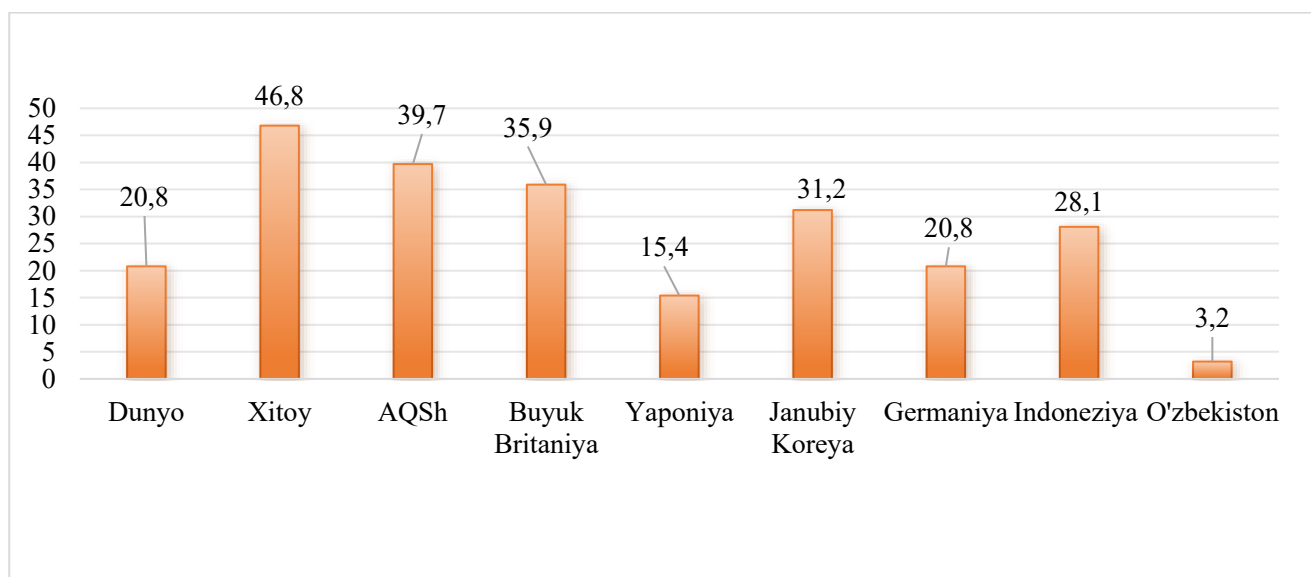
So'nggi yillarda axborot iqtisodiyoti va elektron tijorat hamda axborot-kommunikatsiya texnologiyalari (AKT) sektorlarida yalpi qo'shilgan qiymat (YQQ) hajmi izchil o'sib borgan. 2020–2023-yillar oralig'ida bu sohalarida sezilarli o'sish kuzatilgan bo'lib, ularning iqtisodiyotdagi ulushi ham oshgan. Xususan, axborot iqtisodiyoti va elektron tijorat sektori 2020-yilda 11,7 trillion so'mlik yalpi qo'shilgan qiymat yaratgan bo'lsa, 2023-yilga kelib bu ko'rsatkich 42,4 trillion so'mga yetgan, ya'ni 3,6 barobarga oshgan. Shu kabi, AKT sektori ham muhim o'sish sur'atlarini ko'rsatib, 2020-yildagi 9,9 trillion so'mdan 2023-yilda 25,6 trillion so'mga yetgan. Bunda ayniqsa, AKT xizmatlari sohasi yetakchi rol o'ynagan bo'lib, u 2023-yilda 23,7 trillion so'mlik yalpi qo'shilgan qiymat yaratgan va bu ko'rsatkich avvalgi yilga nisbatan 45,4 foizga oshgan. AKT ishlab chiqarish va savdo tarmoqlari esa nisbatan pastroq o'sish sur'atlarini namoyon etgan bo'lsa-da, ularning ham iqtisodiy ahamiyati ortib bormoqda.

Ushbu rivojlanishning iqtisodiyotdagi umumiy ta'siri ham sezilarli bo'lib, axborot iqtisodiyoti va elektron tijoratning YaIMdagi ulushi 2020-yildagi 1,88 foizdan 2023-yilga kelib 3,7 foizgacha o'sgan. AKT sektori ham xuddi shunday dinamika

namoyish etib, YaIMdagi ulushi 1,6 foizdan 2,24 foizgacha oshgan. Ayniqsa, elektron tijorat sohasi jadal rivojlanib, uning yalpi ichki mahsulotdagi ulushi 0,09 foizdan 1,23 foizgacha yetgan. Bu esa so‘nggi yillarda mamlakatda raqamli iqtisodiyot va elektron tijoratni rivojlantirishga qaratilgan chora-tadbirlarning natijadorligini ko‘rsatadi.

Internetdan xaridni amalga oshirishda internet to‘lov tizimlaridan foydalaniladi. Texnika vositalaridan, axborot texnologiyalaridan va axborot tizimlari xizmatlaridan foydalangan holda elektron to‘lov hujjatlari vositasida naqd pulsiz hisob-kitoblarni amalga oshirish elektron to‘lovdir.

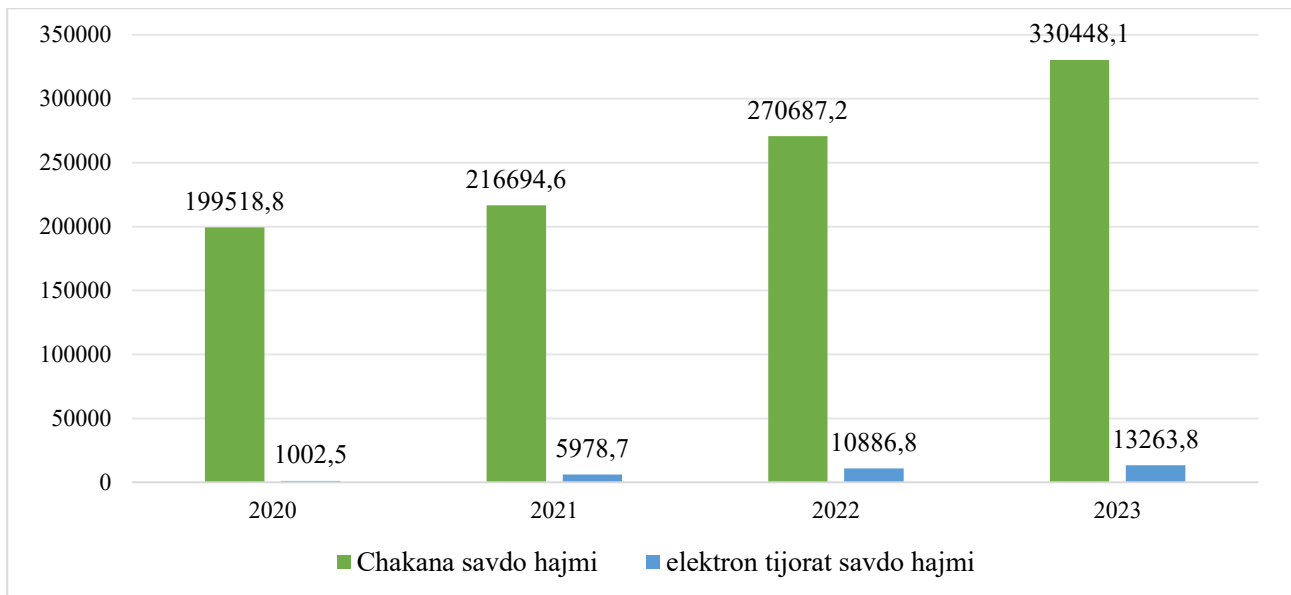
Elektron to‘lov tizimida tovar va xizmatlar to‘lovi xaridorning elektron hisobidan, shaxsiy bank raqami hisobiga pul mablag‘larini chiqarish imkoniga ega bo‘lgan sotuvchining elektron hisobiga pul mablag‘larini o‘tkazish yo‘li bilan amalga oshiriladi.



1-rasm. Rivojlangan mamlakatlar va O‘zbekistonda chakana savdo hajmida elektron tijoratning ulushi (2023 y) [4]

Xalqaro ekspertlarning hisobotlariga ko‘ra, 2023-yilda jahon chakana savdosida chakana elektron tijoratning ulushi 20,8 foizni tashkil etdi. Mazkur hisobotga ko‘ra, top-5 talikka Xitoy 46,8 %, AQSh 39,7 %, Buyuk Britaniya 35,9 %, Janubiy Koreya 31,2 % va Indoneziya 28,1 % mamlakatlari yetakchilik qilib kelmoqda. Ammo O‘zbekistonda chakana savdo hajmida elektron tijoratning ulushi 3,2 foizni tashkil etib, jahon o‘rta ko‘rsatkichlariga nisbatan ancha past hisoblanadi.

Shu bilan birga, O‘zbekistonda elektron tijoratni rivojlantirish uchun zarur shart-sharoitlar mavjud. Xususan, birinchidan, savdo munosabatlari ishtirokchilarining axborot xavfsizligi va kriptografik himoyasini ta‘minlash vositalari va texnik yechimlarining mavjudligi; ikkinchidan, mijozlarga banklararo va masofaviy xizmat ko‘rsatishga qaratilgan individual bank texnologiyalarining zarur ishlanmalarining mavjudligi; uchinchidan, jahon axborot makoniga chiqish imkonini beruvchi zarur texnik va texnologik bazaning jadal rivojlanishi.



2-rasm. O‘zbekistonda elektron tijorat va chakana savdo hajmi[5]

Statistik ma’lumotlarga ko‘ra, O‘zbekistonda elektron tijorat va chakana savdo hajmi 2020-yildan 2023-yilgacha barqaror o‘sganini ko‘rishimiz mumkin. Xususan, 2023-yilda elektron tijorat savdolari hajmi 2022-yilga nisbatan 1,2 barobar oshib, 13 263,8 milliard so‘mdan ortiqni tashkil etdi. Bu umumiy chakana savdo hajmining 4 foizdan ortig‘iga teng.

Ushbu ma’lumotlardan ko‘rinib turibdiki, elektron tijoratni rivojlantirish orqali mamlakat eksport salohiyatini oshirish ham mumkin. Xususan, milliy mahsulotlar — ipak, to‘qimachilik, hunarmandchilik buyumlari va boshqa an’anaviy mahsulotlarni xalqaro elektron platformalar orqali chet davlatlarga sotish orqali milliy brendlarni targ‘ib qilish imkoniyati ortadi. Shu ma’noda, bu yo‘nalish O‘zbekistonning dunyo bozoriga integratsiyalashuvi uchun strategik ahamiyatga ega.

Elektron tijorat O‘zbekistonda iqtisodiy islohotlarning muhim yo‘nalishlaridan biri bo‘lib, u nafaqat tadbirkorlar va iste’molchilar uchun qulayliklar yaratadi, balki iqtisodiy o‘rishni rag‘batlantirish, raqamli savodxonlikni oshirish, innovatsiyalarni ommalashtirish va global bozorlarga chiqishning samarali vositasidir. Kelgusida bu sohaning yanada kengayishi uchun logistika infratuzilmasini rivojlantirish, elektron to‘lov tizimlarini ishonchli va qulay qilish, fuqarolarning raqamli savodxonligini oshirish dolzarb vazifalardan hisoblanadi.

XULOSA VA TALIFLAR

O‘zbekiston uchun elektron tijoratning rivojlanishi katta imkoniyatlar yaratadi, bu nafaqat iqtisodiy samaradorlikni oshirishga, balki davlatning raqobatbardoshligini ham yaxshilashga xizmat qiladi. Shu bilan birga, axborot texnologiyalari va to‘lov tizimlarining barqaror va ishonchli ishlashi, mamlakatni global iqtisodiy aloqalarga integratsiyalashishga yordam beradi. Elektron tijoratning yanada rivojlanishi uchun mamlakatda texnologik infratuzilma va qonunchilikni yanada takomillashtirish zarurati mavjud.

O‘zbekistonda elektron tijoratni rivojlantirish va ahamiyatini oshirish bo‘yicha quyidagi tavsiyalar ishlab chiqdik:

- Elektron tijorat, elektron imzo, raqamli shartnomalar va onlayn to‘lov tizimlarini tartibga soluvchi qonunchilikni zamon talablariga moslashtirish, foydalanuvchi va sotuvchilar huquqini himoya qiluvchi aniq va qat’iy yondashuvlarni ishlab chiqish.

- Internet tarmog‘ining qamrovini va sifatini yaxshilash, ayniqsa qishloq va chekka hududlarda, elektron to‘lov tizimlarini integratsiyalashgan va qulay shaklda rivojlantirish (mobil banking, QR-kodli to‘lovlar va b.).

- Elektron savdoni boshlayotgan tadbirkorlarga subsidiya, soliq imtiyozlari yoki kreditlar berish, mahalliy ishlab chiqaruvchilar uchun elektron savdo maydonchalarida imtiyozli sharoitlar yaratish.

- Tijorat, IT va raqamli marketing sohalari bo‘yicha maxsus o‘quv kurslari, grantlar va onlayn ta’lim platformalarini yo‘lga qo‘yish, aholi va tadbirkorlar orasida raqamli savodxonlikni oshirish bo‘yicha targ‘ibot-tashviqot ishlarini kuchaytirish.

- Milliy elektron savdo platformalarini — Uzum Market, Asaxiy, Texnomart kabi yirik mahalliy platformalarni qo‘llab-quvvatlash, ularga logistika va texnologik yechimlar bilan yordam berish, mahalliy ishlab chiqaruvchilarni xalqaro elektron savdo platformalariga (Amazon, Alibaba) chiqarishda ko‘mak berish muhim deb bilamiz.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. O‘zbekiston Respublikasi 2022-yil 29-sentyabrdagi O‘RQ-792-sonli “Elektron tijorat to‘g‘risida”gi Qonun <https://lex.uz/uz/docs/-6213382>.

2. Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Marketing asoslari (10-nashr). Toshkent: “Sharq” nashriyoti.

3. <https://stat.uz/uz/rasmiy-statistika/raqamli-iqtisodiyot>

4. <https://www.oecd.org/en/topics/measuring-digital-trade.html>

5. Ahmedov, I. (2020). The Impact of Digital Economy on International Trade. European Journal of Business and Management Research, 5(4): 1–7.

6. Nurullayev, Sh.R. Elektron tijoratning O‘zbekistonda rivojlanish bosqichlari va istiqbollari // Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar. – 2022. – №5. – B. 45–51.

7. To‘ychiyeva, G.A. Elektron tijoratning makroiqtisodiy ko‘rsatkichlarga ta’siri // TDIU ilmiy axborotnomasi. – 2021. – №3. – B. 88–94.

8. Rasulov, B.A. Elektron tijoratning normativ-huquqiy asoslari va ularni takomillashtirish yo‘nalishlari // Yuridik fanlar. – 2020. – №2. – B. 52–58.

9. Karimova, M.I. Elektron tijoratda iste’molchi xulq-atvorining o‘zgarishi: O‘zbekiston misolida // Marketing va raqamli iqtisodiyot. – 2023. – №4. – B. 60–67.

10. Yusupov, Z.J. O‘zbekistonda elektron tijorat logistikasi: muammolar va yechimlar // Innovatsion iqtisodiyot va menejment. – 2021. – №2. – B. 73–79.



Marketing

ilmiy, amaliy va ommabop jurnali

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

2025-yil, may, 5-son

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

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

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

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

Jurnalning rasmiy sayti: <https://marketingjournal.uz>

Marketing jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2024-yil 04-oktabrdagi 332/5 sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan



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



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