

## O‘ZBEKISTONDA ULGURJI SAVDONI RIVOJLANTIRISHNING MUAMMOLARI VA ISTIQBOLLARI

**Xolmamatov D.H.**

SamISI, professor, i.f.f.d.

ORCID: 0000-0002-8211-9309

### **Annotatsiya**

Mazkur maqolada O‘zbekistonda ulgurji savdoni rivojlantirishning dolzarb muammolari va istiqbollari yoritilgan. Tadqiqot davomida ulgurji savdoning mamlakat iqtisodiyotidagi o‘rni, tovar harakatini tashkil etishdagi ahamiyati hamda ishlab chiqaruvchi va iste‘molchi o‘rtasidagi vositachilik funksiyalari tahlil qilingan. Ulgurji savdo sohasida mavjud bo‘lgan infratuzilmaviy, tashkiliy, huquqiy va iqtisodiy muammolar aniqlanib, ularning ta‘minot zanjiri samaradorligiga ta‘siri o‘rganilgan. Marketing faoliyatini takomillashtirish, zamonaviy logistika infratuzilmasini rivojlantirish, raqamli texnologiyalarni joriy etish, ombor va taqsimot markazlari faoliyatini modernizatsiya qilish hamda investitsion faollikni oshirish orqali ulgurji savdo tizimining raqobatbardoshligini kuchaytirish imkoniyatlari asoslab berilgan.

**Kalit so‘zlar:** ulgurji savdo, logistika, marketing, ta‘minot zanjiri, tovar harakati, ombor infratuzilmasi, logistika markazi, taqsimot markazi, savdo faoliyati, raqamlashtirish, bozor infratuzilmasi, savdo logistikasini boshqarish, investitsiya, raqobatbardoshlik, ichki bozor.

### **Аннотация**

В данной статье рассмотрены актуальные проблемы и перспективы развития оптовой торговли в Узбекистане. В ходе исследования проанализированы роль оптовой торговли в национальной экономике, её значение в организации товародвижения, а также посреднические функции между производителями и потребителями. Кроме того, выявлены существующие инфраструктурные, организационные, правовые и экономические проблемы в сфере оптовой торговли и изучено их влияние на эффективность цепи поставок. Обоснованы возможности повышения конкурентоспособности системы оптовой торговли за счёт совершенствования маркетинговой деятельности, развития современной логистической инфраструктуры, внедрения цифровых технологий, модернизации складов и распределительных центров, а также активизации инвестиционной деятельности.

**Ключевые слова:** оптовая торговля, логистика, маркетинг, цепь поставок, товародвижение, складская инфраструктура, логистический центр, распределительный центр, торговая деятельность, цифровизация, рыночная инфраструктура, управление торговой логистикой, инвестиции, конкурентоспособность, внутренний рынок.

### **Abstract**

This article examines the current challenges and prospects for the development of wholesale trade in Uzbekistan. The study analyzes the role of wholesale trade in the national economy, its importance in organizing the movement of goods, and its intermediary functions between producers and consumers. In addition, the existing

infrastructural, organizational, legal, and economic problems in the wholesale trade sector are identified, and their impact on supply chain efficiency is investigated. The paper substantiates opportunities for enhancing the competitiveness of the wholesale trade system through the improvement of marketing activities, the development of modern logistics infrastructure, the implementation of digital technologies, the modernization of warehouses and distribution centers, and the promotion of investment activity.

**Keywords:** wholesale trade, logistics, marketing, supply chain, goods movement, warehouse infrastructure, logistics center, distribution center, trade activity, digitalization, market infrastructure, trade logistics management, investment, competitiveness, domestic market.

## KIRISH

Bozor iqtisodiyoti sharoitida ulgurji savdo mamlakat iqtisodiyotining muhim tarkibiy qismi bo‘lib, ishlab chiqaruvchi va yakuniy iste‘molchi o‘rtasidagi tovar harakatini tashkil etuvchi asosiy bo‘g‘in hisoblanadi. Ulgurji savdo nafaqat tovarlarni taqsimlash va sotish funksiyasini bajaradi, balki ishlab chiqarish va iste‘mol jarayonlari o‘rtasidagi mutanosiblikni ta‘minlash, logistika xarajatlarini qisqartirish hamda ichki bozorning barqaror faoliyat yuritishiga xizmat qiladi. Shu jihatdan ulgurji savdoning samarali faoliyati mamlakatning iqtisodiy rivojlanishi va tadbirkorlik muhitining shakllanishida muhim ahamiyat kasb etadi.

O‘zbekistonda ulgurji savdo sohasida ijobiy o‘sish tendensiyalari kuzatilmoqda. Statistik ma‘lumotlarga ko‘ra, ulgurji tovar aylanmasi hajmi 543,3 trillion so‘mga yetib, avvalgi yilga nisbatan 12,5 foizga oshgan. Mamlakatda ulgurji savdo faoliyati bilan shug‘ullanuvchi tijorat korxonalarini soni 51 mingdan ortiqni tashkil etmoqda<sup>1</sup>. Mazkur ko‘rsatkichlar ichki bozorda tovar aylanishining kengayib borayotganligini, tadbirkorlik faolligining ortayotganligini hamda ta‘minot zanjirlarining rivojlanayotganligini ko‘rsatadi.

Biroq ulgurji savdo hajmlarining o‘shishi ushbu sohada mavjud muammolar to‘liq bartaraf etilganligini anglatmaydi. Aksincha, bozor munosabatlarining chuqurlashuvi ulgurji savdo tizimi oldiga yangi talablarni qo‘ymoqda. Marketing nuqtai nazaridan iste‘molchilar ehtiyojlarini chuqur o‘rganish, talab prognozlarini aniq shakllantirish, mahsulot assortimentini boshqarish va hududlar bo‘yicha taqsimlash masalalari dolzarb ahamiyat kasb etmoqda. Ulgurji savdo korxonalarini tomonidan marketing tadqiqotlarining yetarli darajada qo‘llanilmasligi ayrim hollarda tovar zaxiralarining ortib ketishi yoki aksincha, talab yuqori bo‘lgan mahsulotlar taqchilligiga olib kelmoqda.

Logistika nuqtai nazaridan esa ulgurji savdo tizimining samaradorligi zamonaviy ombor infratuzilmasi, transport-logistika xizmatlari va taqsimot markazlarining rivojlanish darajasiga bog‘liqdir. Ayrim ulgurji savdo subyektlarining moddiy-texnik bazasi zamonaviy talablarga to‘liq javob bermasligi, ombor xo‘jaliklarida raqamli boshqaruv texnologiyalarining yetarlicha joriy etilmaganligi hamda logistika

<sup>1</sup> <https://everyday.uz/business/18274-post.html>. Everyday.uz rasmiy kanalining ma‘lumotlari.

jarayonlarining markazlashmaganligi ta'minot zanjiri samaradorligini pasaytirmoqda. Natijada tovar harakati xarajatlari ortib, yakuniy iste'mol narxlarining oshishiga sabab bo'lmoqda.

Bundan tashqari, ulgurji savdo tizimida elektron tijorat, raqamli logistika platformalari va zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalanish darajasining nisbatan pastligi bozor ishtirokchilari o'rtasida axborot almashinuvi samaradorligini cheklamoqda. Global tajriba shuni ko'rsatadiki, ulgurji savdoda raqamli texnologiyalarni keng joriy etish talabni prognozlash aniqligini oshirish, logistika xarajatlarini kamaytirish va xizmat ko'rsatish sifatini yaxshilash imkonini beradi.

### **ADABIYOTLAR SHARHI**

Ulgurji savdo iqtisodiyotning muhim infratuzilmaviy elementlaridan biri bo'lib, ishlab chiqarish va iste'mol o'rtasidagi bog'lovchi bo'g'in vazifasini bajaradi. Mazkur sohaning nazariy va amaliy jihatlari ko'plab xorijiy olimlar tomonidan o'rganilgan bo'lib, ularning ilmiy qarashlari ulgurji savdoni rivojlantirishning zamonaviy yo'nalishlarini aniqlashda muhim metodologik asos bo'lib xizmat qiladi.

Rossiyalik iqtisodchi olim Ye.A.Golikov ulgurji savdoni bozor infratuzilmasining asosiy tarkibiy qismi sifatida baholab, uning eng muhim vazifasi xo'jalik yurituvchi subyektlar, hududlar va davlatlar o'rtasidagi iqtisodiy aloqalarni ta'minlashdan iborat ekanligini ta'kidlaydi [3]. Olimning fikricha, ulgurji savdo tovarlarning ishlab chiqaruvchidan iste'molchigacha bo'lgan harakatini muvofiqlashtiradi, hududlararo va xalqaro tovar ayirboshlash jarayonlarini tashkil etadi hamda bozorning barqaror faoliyat yuritishiga xizmat qiladi. Ushbu yondashuv ulgurji savdoni logistika tizimining muhim elementi sifatida baholash imkonini beradi.

L.Yu.Ananyeva ulgurji savdoning asosiy funksiyalarini tahlil qilib, uning nafaqat taqsimot, balki marketing va axborot-kommunikatsiya funksiyalarini ham bajarishini qayd etadi [1]. Muallifning ta'kidlashicha, ulgurji savdo korxonalarini bozor konyunkturasini o'rganish, talabni prognozlash, assortiment siyosatini shakllantirish hamda ishlab chiqaruvchilar va chakana savdo korxonalarini o'rtasida axborot almashinuvini ta'minlash orqali marketing tizimining samaradorligini oshiradi. Bu esa ulgurji savdoni zamonaviy marketing infratuzilmasining muhim tarkibiy qismi sifatida ko'rishga asos yaratadi.

L.A.Bragina va T.P.Dankovlarning ilmiy ishlarida savdo faoliyatining iqtisodiy va marketing jihatlari kompleks ravishda o'rganilgan [2]. Mualliflar ulgurji savdoning samaradorligi ko'p jihatdan bozor talabini chuqur tahlil qilish, iste'molchilar ehtiyojlarini aniqlash va tovar assortimentini moslashtirishga bog'liqligini ta'kidlaydilar. Ularning fikricha, marketing tadqiqotlari ulgurji savdo korxonalariga bozor o'zgarishlariga tez moslashish va raqobatbardosh ustunliklarni shakllantirish imkonini beradi.

Savdo korxonalarining tashkiliy va texnologik jihatlari V.K.Pambuxchiyants tomonidan tadqiq etilgan [4]. Olim ulgurji savdo tizimining samaradorligi zamonaviy ombor xo'jaligi, yuklarni qayta ishlash texnologiyalari va transport-logistika infratuzilmasining rivojlanish darajasiga bog'liqligini asoslaydi. Uning fikriga ko'ra,

omborlar va taqsimot markazlarini zamonaviy texnologiyalar asosida tashkil etish tovar harakati xarajatlarini kamaytirish va xizmat ko'rsatish sifatini oshirishga xizmat qiladi.

D.L.Shchur va L.V.Truxanovich ulgurji savdoni tashkil etishning amaliy jihatlarini o'rganib, logistika jarayonlarini optimallashtirishning ahamiyatiga alohida e'tibor qaratganlar [8]. Mualliflar ulgurji savdo korxonalarining samaradorligi transport xarajatlari, ombor operatsiyalari va tovar zaxiralarini boshqarish bilan bevosita bog'liq ekanligini ta'kidlaydilar. Ularning tadqiqotlari logistika xarajatlarini kamaytirish orqali savdo faoliyatining rentabelligini oshirish mumkinligini ko'rsatadi.

L.V.Prushkovskiy va O.A.Glazunovalar ulgurji va chakana savdo o'rtasidagi iqtisodiy munosabatlarni tahlil qilib, ulgurji savdoning chakana savdo tarmog'ini uzluksiz tovar bilan ta'minlashdagi o'rnini asoslab berganlar [7]. Ularning fikriga ko'ra, ulgurji savdo tizimining rivojlanganligi chakana savdo samaradorligini oshiradi, iste'molchilarga mahsulotlarning keng assortimentda va maqbul narxlarda yetib borishini ta'minlaydi.

Tahlil qilingan ilmiy manbalar shuni ko'rsatadiki, ulgurji savdo iqtisodiyotning muhim bo'g'ini sifatida marketing va logistika funksiyalarining uyg'unlashuvini talab qiladi. Biroq mavjud tadqiqotlarning aksariyati ulgurji savdoning umumiy iqtisodiy jihatlariga qaratilgan bo'lib, O'zbekiston sharoitida logistika infratuzilmasini modernizatsiya qilish, raqamli texnologiyalarni joriy etish, talabni prognozlash tizimlarini takomillashtirish hamda ta'minot zanjirlarini samarali boshqarish masalalari yetarli darajada o'rganilmagan. Shu sababli ulgurji savdoni rivojlantirish muammolari va istiqbollarini marketing hamda logistika nuqtai nazaridan tadqiq etish dolzarb ilmiy vazifalardan biri hisoblanadi.

## **METODOLOGIYA**

Tadqiqotda O'zbekistonda ulgurji savdoni rivojlantirish muammolari va istiqbollarini marketing hamda logistika nuqtai nazaridan o'rganish maqsadida kompleks ilmiy yondashuvlardan foydalanildi. Tadqiqotning metodologik asosini bozor iqtisodiyoti sharoitida savdo faoliyatini tashkil etish, logistika tizimlarini boshqarish va marketing strategiyalarini shakllantirishga oid ilmiy nazariyalar hamda zamonaviy konsepsiyalar tashkil etdi.

Tadqiqot jarayonida tizimli yondashuv usuli qo'llanilib, ulgurji savdo mamlakat iqtisodiyotining ishlab chiqarish, logistika, transport, ombor xo'jaligi va chakana savdo bilan uzviy bog'liq bo'lgan murakkab iqtisodiy tizim sifatida o'rganildi. Ushbu yondashuv ulgurji savdo faoliyatining alohida elementlari o'rtasidagi o'zaro bog'liqlikni aniqlash va ularning umumiy samaradorlikka ta'sirini baholash imkonini berdi.

Tadqiqotda tahlil va sintez usullaridan keng foydalanildi. Mazkur usullar yordamida ulgurji savdo faoliyatining rivojlanishiga ta'sir etuvchi iqtisodiy, tashkiliy, marketing va logistika omillari alohida tahlil qilinib, keyinchalik yagona tizim sifatida umumlashtirildi. Shu asosda sohaning mavjud muammolari va istiqbolli rivojlanish yo'nalishlari aniqlashtirildi.

Qiyosiy tahlil usuli orqali xorijiy va mahalliy ilmiy adabiyotlarda keltirilgan nazariy qarashlar, ulgurji savdoni tashkil etish modellari hamda logistika infratuzilmasini rivojlantirish tajribalari o‘zaro taqqoslandi. Natijada rivojlangan davlatlar tajribasida qo‘llanilayotgan logistika markazlari, taqsimot tarmoqlari, raqamli savdo platformalari va marketing texnologiyalarining afzalliklari o‘rganilib, ularni O‘zbekiston sharoitida qo‘llash imkoniyatlari baholandi.

Tadqiqot natijalarini umumlashtirishda induksiya va deduksiya usullaridan foydalanildi. Bu usullar yordamida alohida kuzatish va tahlillardan umumiy ilmiy xulosalar chiqarildi hamda O‘zbekistonda ulgurji savdoni rivojlantirishning ustuvor yo‘nalishlari bo‘yicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqildi.

## **TAHLIL VA NATIJALAR**

O‘zbekistonda ulgurji savdo sektori so‘nggi yillarda barqaror o‘shish sur‘atlarini namoyon etayotgan bo‘lsa-da, uning samarali faoliyat yuritishiga to‘sqinlik qilayotgan qator tizimli muammolar mavjud. Statistik ma‘lumotlar ulgurji tovar aylanmasi hajmining ortib borayotganligini ko‘rsatsa-da, mazkur o‘shish ko‘rsatkichlari ulgurji savdo tizimining barcha tarkibiy elementlari bir xil darajada rivojlanayotganligini anglatmaydi. Tahlillar shuni ko‘rsatadiki, ulgurji savdo faoliyatida marketing va logistika jarayonlarini takomillashtirish bilan bog‘liq masalalar dolzarb bo‘lib qolmoqda.

Birinchi navbatda, ulgurji savdoning iqtisodiyotdagi roli va ahamiyatining ayrim hollarda yetarli darajada baholanmayotganligi kuzatiladi. Amaliyotda ko‘plab ishlab chiqaruvchilar va chakana savdo korxonalari ulgurji savdo tizimini faqat vositachilik faoliyati sifatida qabul qilmoqda. Holbuki, zamonaviy ulgurji savdo tovar oqimlarini boshqarish, talab va taklifni muvofiqlashtirish, logistika xarajatlarini kamaytirish hamda marketing axborotlarini uzatish kabi muhim funksiyalarni bajaradi. Mazkur holat ulgurji savdo korxonalarining bozor infratuzilmasidagi strategik ahamiyatini oshirish zarurligini ko‘rsatadi.

Ikkinchi muhim muammo sifatida sohada davlat tomonidan tartibga solish va qo‘llab-quvvatlash mexanizmlarining yetarli darajada rivojlanmaganligini qayd etish mumkin. Xususan, norasmiy savdo segmentining mavjudligi sog‘lom raqobat muhitiga salbiy ta‘sir ko‘rsatmoqda. Norasmiy savdo subyektlari ayrim hollarda soliq va hisobot majburiyatlaridan chetda qolishi natijasida rasmiy faoliyat yuritayotgan ulgurji savdo korxonalariga nisbatan ma‘lum ustunliklarga ega bo‘lmoqda. Bu esa bozor mexanizmlarining samarali ishlashiga to‘sqinlik qilmoqda.

Logistika infratuzilmasining yetarli darajada rivojlanmaganligi ulgurji savdo samaradorligiga salbiy ta‘sir etuvchi asosiy omillardan biridir. Ko‘plab ulgurji savdo korxonalarida zamonaviy omborlar, avtomatlashtirilgan yuklarni qayta ishlash texnologiyalari va raqamli logistika tizimlari yetarli darajada joriy etilmagan. Natijada mahsulotlarni saqlash va tashish xarajatlari ortib, ta‘minot zanjirining samaradorligi pasaymoqda. Ayrim hollarda ulgurji savdo korxonalari o‘z funksiyalarining bir qismini vositachilarga topshirishga majbur bo‘lmoqda. Bu esa tovar harakati bosqichlarining ko‘payishiga, natijada mahsulot tannarxi va chakana narxlarning oshishiga olib kelmoqda.

Marketing nuqtai nazaridan ham ulgurji savdo korxonalarida qator vazifalar mavjud. Zamonaviy ishlab chiqaruvchilar o'z mahsulotlarini qisqa muddatlarda keng hududlarga yetkazish, assortimentni tezkor yangilash va bozor talabidagi o'zgarishlarga moslashishni talab qilmoqda. Shu bilan birga, chakana savdo tarmoqlari keng assortimentga ega bo'lgan, moslashuvchan logistika xizmatlarini taklif etuvchi hamda marketing qo'llab-quvvatlashini ta'minlay oladigan ulgurji savdo hamkorlariga ehtiyoj sezmoqda. Amaliyotda esa barcha ulgurji savdo subyektlari ham ushbu talablarga to'liq javob bera olmayapti.

O'tkazilgan tahlillar natijasida ulgurji savdoni rivojlantirishning istiqbolli yo'nalishlari ham aniqlandi. Birinchidan, zamonaviy logistika markazlari va taqsimot markazlarini tashkil etish orqali tovar harakatining samaradorligini oshirish mumkin. Ikkinchidan, omborlarni boshqarishning raqamli tizimlarini joriy etish mahsulot zaxiralarini optimallashtirish va logistika xarajatlarini kamaytirishga xizmat qiladi. Uchinchidan, marketing tadqiqotlarini kengaytirish va talabni prognozlash mexanizmlarini takomillashtirish ulgurji savdo korxonalariga assortiment siyosatini yanada samarali shakllantirish imkonini beradi.

Elektron tijorat platformalari va B2B savdo tizimlarining rivojlanishi ulgurji savdo korxonalarining bozor qamrovini kengaytirish, mijozlar bilan aloqalarni mustahkamlash va operatsion xarajatlarni kamaytirish imkoniyatlarini yaratmoqda. Shu sababli ulgurji savdo faoliyatini raqamlashtirish kelgusida sohaning eng muhim rivojlanish yo'nalishlaridan biri sifatida baholanishi mumkin.

Ulgurji savdo faoliyatida kuzatilayotgan mavjud muammolar nafaqat korxonalar faoliyatidagi kamchiliklar, balki iqtisodiyotning tarkibiy transformatsiyasi bilan ham bog'liqdir. Bozor iqtisodiyotiga o'tish jarayonida shakllangan institutsional o'zgarishlar ulgurji savdo tizimining rivojlanishiga ma'lum darajada ijobiy ta'sir ko'rsatgan bo'lsa-da, ayrim yo'nalishlarda modernizatsiya jarayonlarining sust kechishi sohaning to'liq salohiyatini ro'yobga chiqarishga to'sqinlik qilmoqda. Xususan, innovatsion-investitsion rivojlanish sur'atlarining yetarli darajada shakllanmaganligi ulgurji savdo korxonalarining moddiy-texnik bazasini yangilash imkoniyatlarini cheklab qo'ymoqda.

Amaldagi normativ-huquqiy bazaning bozor talablariga to'liq mos kelmasligi ham ulgurji savdo samaradorligiga salbiy ta'sir etuvchi omillardan biridir. Ayrim hollarda huquqiy mexanizmlarning yetarli darajada takomillashmaganligi savdo vositachilari, ishlab chiqaruvchilar va chakana savdo subyektlari o'rtasidagi munosabatlarda turli iqtisodiy va tashkiliy muammolarni keltirib chiqarmoqda. Bu esa ta'minot zanjiri ishtirokchilari o'rtasida uzoq muddatli hamkorlik munosabatlarini rivojlantirish imkoniyatlarini cheklaydi.

Marketing nuqtai nazaridan qaralganda, ichki bozor konyunkturasidagi o'zgarishlar va aholi xarid qobiliyatining tebranishlari ulgurji savdo faoliyatiga bevosita ta'sir ko'rsatmoqda. Mahalliy ishlab chiqarish hajmlarining ayrim yo'nalishlarda yetarli darajada o'smayotgani, talab tarkibidagi o'zgarishlar va iste'molchilarning xarid xulq-atvoridagi yangilanishlar ulgurji savdo korxonalaridan yanada moslashuvchan marketing strategiyalarini ishlab chiqishni talab qilmoqda. Shu

sababli bozorni segmentlash, talabni prognozlash va mijozlarga yoʻnaltirilgan assortiment siyosatini yuritish ulgurji savdo korxonalarini uchun ustuvor vazifalardan biriga aylanmoqda.

Logistika tizimida ham qator muammolar mavjudligi aniqlandi. Jumladan, zamonaviy ombor infratuzilmasining yetarli darajada rivojlanmaganligi, logistika markazlarining hududlar boʻyicha notekis joylashganligi hamda multimodal transport tizimlaridan foydalanish darajasining pastligi tovar harakati xarajatlarini oshirmoqda. Bundan tashqari, ulgurji savdo segmentida yirik logistika operatorlari va kuchli distribyutorlik tarmoqlarining yetarli emasligi bozorning samarali ishlashiga salbiy taʼsir koʻrsatmoqda. Natijada ishlab chiqaruvchilar ayrim hollarda oʻz mahsulotlarini mustaqil ravishda realizatsiya qilishga majbur boʻlib, bu esa logistika xarajatlarining ortishiga olib kelmoqda.

Tadqiqot natijalari ulgurji savdoni rivojlantirish uchun bir qator istiqbolli yoʻnalishlarni belgilash imkonini berdi. Birinchi navbatda, ulgurji savdo faoliyatini amalga oshiruvchi subyektlarga nisbatan minimal moddiy-texnik talablarni belgilash maqsadga muvofiqdir. Bu bozor ishtirokchilarining moliyaviy va tashkiliy barqarorligini oshirish, xizmatlar sifatini yaxshilash hamda samarasiz vositachilik faoliyatini qisqartirishga xizmat qiladi.

Ikkinchidan, ulgurji savdo sohasidagi shartnomaviy-huquqiy munosabatlarni takomillashtirish zarur. Ishlab chiqaruvchilar, ulgurji vositachilar va chakana savdo korxonalarini oʻrtasidagi huquq va majburiyatlarning aniq belgilanishi taʼminot zanjiri ishtirokchilari oʻrtasidagi ishonchni mustahkamlaydi, tranzaksiya xarajatlarini kamaytiradi hamda savdo operatsiyalarining shaffofligini oshiradi.

Uchinchidan, ulgurji savdoni uzoq muddatli rivojlantirish strategiyasini ishlab chiqish va uni amaliyotga joriy etish muhim ahamiyat kasb etadi. Bunday strategiya zamonaviy marketing texnologiyalari, raqamli savdo platformalari, logistika markazlari va elektron maʼlumot almashinuvi tizimlarini rivojlantirishga qaratilishi lozim. Bu esa ichki bozorning raqobatbardoshligini oshirish va milliy savdo infratuzilmasining xalqaro standartlarga moslashuvini taʼminlaydi.

Ulgurji savdo infratuzilmasini rivojlantirishning ustuvor yoʻnalishlaridan biri sifatida zamonaviy omborlar va taqsimot markazlariga investitsiyalarni jalb etish zarurligi aniqlandi. Ombor logistikasining rivojlanishi mahsulotlarni saqlash va tashish xarajatlarini kamaytirish, yetkazib berish muddatlarini qisqartirish hamda taʼminot zanjirining uzluksizligini taʼminlash imkonini beradi. Shu bilan birga, davlat va xususiy sektor hamkorligida logistika obyektlarini rivojlantirish ulgurji savdo bozorining institutsional salohiyatini oshiradi.

Tadqiqot davomida kadrlar salohiyatini rivojlantirish masalasi ham muhim omil sifatida baholandi. Zamonaviy ulgurji savdo korxonalarini marketing, logistika, moliya va raqamli texnologiyalar sohalarida chuqur bilimga ega mutaxassislariga ehtiyoj sezmoqda. Shu sababli savdo va logistika yoʻnalishlarida mutaxassislarni tayyorlash hamda qayta tayyorlash tizimini takomillashtirish ulgurji savdo samaradorligini oshirishning muhim shartlaridan biri hisoblanadi.

O‘tkazilgan tahlillar O‘zbekistonda ulgurji savdo tizimini rivojlantirish marketing va logistika faoliyatining integratsiyalashgan rivojlanishiga, zamonaviy infratuzilmaning shakllanishiga, raqamlashtirish jarayonlarining jadallashishiga hamda institutsional muhitning takomillashishiga bevosita bog‘liq ekanligini ko‘rsatdi.

## **XULOSA VA TAKLIFLAR**

O‘tkazilgan tadqiqotlar shuni ko‘rsatdiki, ulgurji savdo O‘zbekiston iqtisodiyotida tovar ishlab chiqaruvchilar va iste‘molchilar o‘rtasidagi bog‘lovchi bo‘g‘in sifatida muhim strategik ahamiyatga ega. U nafaqat tovarlarning hududlar va bozor segmentlari bo‘yicha samarali taqsimlanishini ta‘minlaydi, balki ishlab chiqarish va iste‘mol jarayonlari o‘rtasidagi muvozanatni saqlash, ichki bozorni zarur mahsulotlar bilan uzluksiz ta‘minlash hamda milliy iqtisodiyotning barqaror rivojlanishiga xizmat qiladi. Shu sababli ulgurji savdo tizimining samaradorligi mamlakatning umumiy iqtisodiy rivojlanish darajasi va aholi farovonligi bilan bevosita bog‘liqdir.

Tahlillar natijasida O‘zbekistonda ulgurji savdo sohasining rivojlanishiga to‘sqinlik qilayotgan asosiy muammolar sifatida logistika infratuzilmasining yetarli darajada rivojlanmaganligi, zamonaviy ombor va taqsimot markazlari sonining cheklanganligi, marketing faoliyatining sustligi, bozor ishtirokchilari o‘rtasidagi axborot almashinuvining yetarli emasligi hamda normativ-huquqiy mexanizmlarning ayrim jihatlari bozor talablariga to‘liq mos kelmasligi aniqlandi. Shuningdek, ulgurji savdo xizmatlarining ishlab chiqaruvchilar va chakana savdo tarmoqlari ehtiyojlariga to‘liq moslashmaganligi ta‘minot zanjiri samaradorligini pasaytirayotgan omillardan biri ekanligi ma‘lum bo‘ldi.

Tadqiqot natijalari ulgurji savdoni rivojlantirishda marketing va logistika faoliyatini integratsiyalashgan holda takomillashtirish zarurligini ko‘rsatdi. Xususan, talabni prognozlash tizimlarini rivojlantirish, bozor konyunkturasini muntazam monitoring qilish, assortiment siyosatini optimallashtirish hamda mijozlarga yo‘naltirilgan xizmatlarni kengaytirish ulgurji savdo korxonalarining raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qiladi. Shu bilan birga, logistika tamoyillarini keng joriy etish orqali tovarlarni saqlash, qadoqlash, transportirovka qilish va yetkazib berish jarayonlarini optimallashtirish mumkin.

Kelgusida sohani rivojlantirish uchun bojxona va valyuta tartibga solish tizimini takomillashtirish, standartlashtirish va sertifikatlashtirish siyosatini yagona mexanizm asosida shakllantirish, savdo subyektlarini kreditlash va investitsiyalash imkoniyatlarini kengaytirish muhim ahamiyat kasb etadi. Bundan tashqari, hududiy axborot-tahliliy markazlarni tashkil etish, ulgurji ko‘rgazmalar va yarmarkalarni muntazam o‘tkazish hamda zamonaviy B2B elektron savdo platformalarini rivojlantirish bozor ishtirokchilari o‘rtasidagi hamkorlikni kuchaytiradi.

Tadqiqot davomida aniqlanishicha, ulgurji savdo infratuzilmasini modernizatsiya qilishning eng muhim yo‘nalishlaridan biri davlat va xususiy sektor hamkorligi asosida investitsiyalarni jalb qilish hisoblanadi. Zamonaviy logistika markazlari, ombor komplekslari va raqamli boshqaruv tizimlarini yaratish tovar harakati xarajatlarini

kamaytirish, xizmat ko'rsatish sifatini oshirish hamda ichki bozorning raqobatbardoshligini mustahkamlash imkonini beradi.

O'zbekistonda ulgurji savdoni rivojlantirishning ustuvor yo'nalishlari sifatida logistika infratuzilmasini takomillashtirish, marketing faoliyatini kuchaytirish, raqamlashtirish jarayonlarini jadallashtirish, investitsion faollikni oshirish va malakali kadrlar tayyorlash tizimini rivojlantirishni ko'rsatish mumkin. Mazkur chora-tadbirlarning izchil amalga oshirilishi ulgurji savdo tizimining samaradorligini oshirishga, ichki bozorning barqaror rivojlanishiga hamda aholini sifatli va raqobatbardosh mahsulotlar bilan ta'minlashga xizmat qiladi.

### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI**

1. Ананьева Л.Ю. Основные функции оптовой торговли. Справочник от автор - 24. [https://spravochnick.ru/marketing/optovaya\\_torgovlya/osnovnye\\_funkcii\\_optovoy\\_torgovli/](https://spravochnick.ru/marketing/optovaya_torgovlya/osnovnye_funkcii_optovoy_torgovli/)
2. Брагина Л.А. Торговое: экономика, маркетинг, организация: учебник / Л.А.Брагина, Т.П.Даньков. - Москва: Изд-во ИНФРА - М., 2014. - 560 с.
3. Голиков Е.А. Оптовая торговля. Менеджмент. Маркетинг. Логистика. Финансы. Безопасность / Е.А.Голиков. - М.: Экзамен, 2010. - 352 с.
4. Chapter Sixteen (2000) Marketing Channels and Wholesaling. Irwin/McGraw-Hill
5. Памбухчиянц В.К. Организация, технология и проектирование торговых предприятий: учебник /В.К.Памбухчиянц. - Москва: Изд-во Маркетинг, 2010. - 320 с.
6. Платонов В.Н. Организация торговли: учебное пособие / В.П.Платонов. - Минск: БГЭУ, 2014. - 287 с.
7. Прушковский Л.В, Глазунова О.А. Значение оптовой торговли в системе хозяйственных отношений с розничной торговлей. Сетевой журнал «Научный результат». Серия «Технологии бизнеса и сервиса». - Т.2, №1(7), 2016
8. Щур Д.Л. Основы торговли. Оптовая торговля: Настольная книга руководителя, главбуха и юриста /Д.Л.Щур, Л.В.Труханович. - Москва: Издво ДИС, 2008. - 318 с.



# Marketing

*ilmiy, amaliy va ommabop jurnali*

**Muharrir:**

**Ingliz tili muharriri:**

**Rus tili muharriri:**

**Musahhih:**

**Sahifalovchi va dizaynerlar:**

Xakimov Ziyodulla Axmadovich

Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich

Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li

Karimova Shirin Zoxid qizi

Sadikov Shoxrux Shuxratovich

Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

**2026-yil, iyun, 6-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](mailto: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**. GOCT 7.56-2002 " Seriyali nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlataro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**