

## O‘ZBEKISTONDA ELEKTRON TIJORATNING RIVOJLANISH TENDENSIYALARI

**Sodiqova Dilafruz Zohid qizi**

Jahon iqtisodiyoti va diplomatiya universiteti

E-mail: [dsodiqova@uwed.uz](mailto:dsodiqova@uwed.uz)

### Annotatsiya

Ushbu maqolada O‘zbekistonda elektron tijoratning rivojlanish tendensiyalari o‘rganiladi. Elektron tijorat sohasida kuzatilayotgan o‘shish dinamikasi, asosiy omillar va davlat tomonidan ko‘rsatilayotgan qo‘llab-quvvatlash choralari tahlil qilinadi. Shuningdek, O‘zbekistonda elektron tijorat infratuzilmasi va asosiy platformalar haqida ma’lumotlar keltiriladi. Tadqiqot davomida real faktlar va statistik ma’lumotlar asosida elektron tijoratning iqtisodiy o‘shishga ta’siri ko‘rib chiqiladi.

**Kalit so‘zlar:** elektron tijorat, raqamli iqtisodiyot, onlayn savdo, to‘lov tizimlari.

### Аннотация

В данной статье изучаются тенденции развития электронной коммерции в Узбекистане. Анализируется динамика роста в сфере электронной торговли, ключевые факторы влияния и меры поддержки, оказываемые государством. Кроме того, представлена информация об инфраструктуре электронной коммерции и основных платформах в Узбекистане. В ходе исследования рассматривается влияние электронной коммерции на экономический рост на основе реальных фактов и статистических данных.

**Ключевые слова:** электронная коммерция, цифровая экономика, онлайн-торговля, платежные системы.

### Abstract

This article examines the development trends of e-commerce in Uzbekistan. It analyzes the growth dynamics observed in the e-commerce sector, key influencing factors, and the support measures provided by the government. Additionally, it provides insights into Uzbekistan’s e-commerce infrastructure and major platforms. The study explores the impact of e-commerce on economic growth based on real data and statistical analysis.

**Keywords:** e-commerce, digital economy, online trade, payment systems.

### KIRISH

O‘zbekistonda elektron tijorat jadal rivojlanib bormoqda. Buning asosiy sabablaridan biri internet va mobil texnologiyalar rivojlanishi, onlayn to‘lov tizimlarining kengayishi hamda aholi tomonidan elektron savdoga bo‘lgan ishonchning ortishidir. Mazkur maqolada elektron tijoratning O‘zbekiston iqtisodiyotiga ta’siri va uning rivojlanish tendensiyalari tahlil qilinadi.

### ADABIYOTLAR SHARHI

O‘zbekistonda e-tijorat jadal rivojlanib, 2023-yilda bozor hajmi 1 trillion so‘mga yetdi (Statista, 2023). Karimov va boshq. (2022) mintaqaviy benchmarking orqali

O‘zbekiston e-tijoratining raqobatbardoshligini tahlil qilgan, Kerimova va Ataniyazova (2024) esa uning muvaffaqiyat omillarini infratuzilma, to‘lov tizimlari va iste’molchilar ishonchi bilan bog‘lagan. Sodiqova (2023, 2024) e-tijoratning iqtisodiy rivojlanishga ijobiy ta’sirini ko‘rsatgan bo‘lsa, Khushmurodova va Komil (2023) huquqiy baza va logistika muammolariga e’tibor qaratgan. KPMG (2023) hisobotida esa kelajakdagi istiqbollar tahlil qilinib, mavjud to‘siqlarni bartaraf etish uchun davlat-xususiy hamkorlik muhimligi ta’kidlangan.

## METODOLOGIYA

Maqolada asosan statistik ma’lumotlar tahlili usuli qo‘llanildi. 2015-2023-yillar oralig‘ida O‘zbekiston va qo‘shni davlatlarning e-tijorat ko‘rsatkichlari bo‘yicha rasmiy statistik ma’lumotlar, xalqaro tashkilotlar hisobotlari hamda akademik tadqiqotlar asosida tahlil olib borildi. Trendlarga asoslangan dinamik tahlil orqali e-tijorat bozori o‘shish sur’ati baholandi, shuningdek, solishtirma tahlil yordamida O‘zbekistonning e-tijorat sohasi boshqa davlatlar bilan qiyoslandi. Natijalarning ishonchliligini oshirish maqsadida tasviriy statistika va grafik vizualizatsiya usullaridan foydalanildi.

O‘zbekistonda elektron tijoratning rivojlanish bosqichlari.

O‘zbekistonda elektron tijorat 2010-yillardan boshlab rivojlana boshladi. Dastlabki bosqichda asosan internet orqali mahsulotlar haqida ma’lumot olish va ularni telefon orqali buyurtma qilish amaliyoti kuzatilgan. 2015-yildan boshlab esa elektron to‘lov tizimlari rivojlanib, rasmiy onlayn savdo platformalari paydo bo‘ldi.<sup>1</sup>

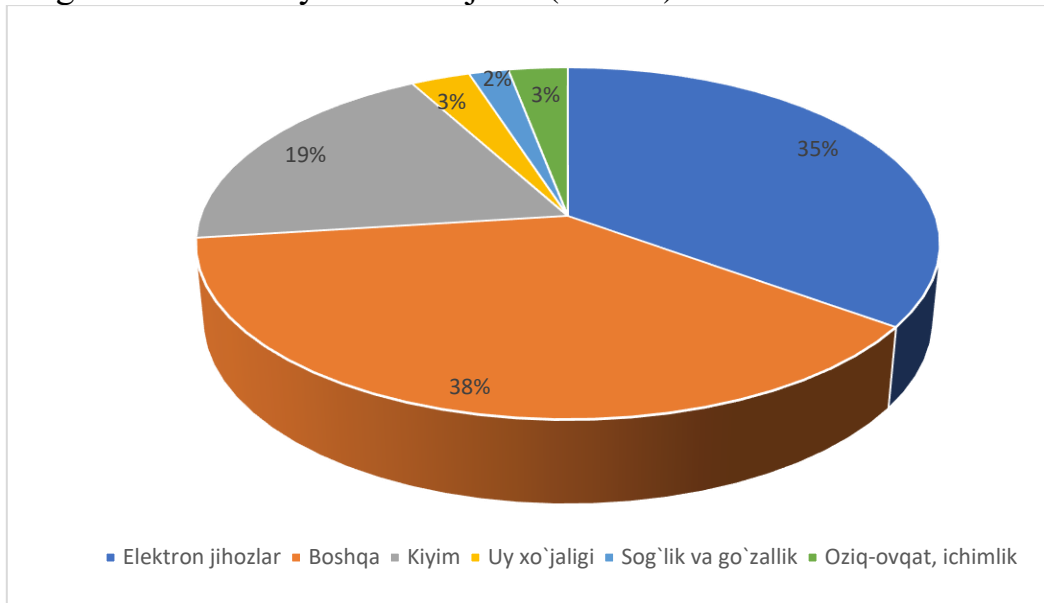
2022-yil 31-dekabrda ma’lumotlarga ko‘ra, O‘zbekistondagi elektron tijorat bozori umumiy chakana savdo bozorining 2.2% ni tashkil etdi va 2027-yilga kelib bu ko‘rsatkich 9%-11% gacha o‘shishi kutilmoqda. 2022-yilda O‘zbekistondagi chakana savdo bozori hajmi 14 milliard dollarni tashkil etgan bo‘lib, 2027-yilga kelib 19.6 milliard dollarga yetishi prognoz qilinmoqda. Elektron tijorat bozori esa 2022-yilda 311 million dollarni tashkil etgan va 2027-yilga kelib uning qiymati 1.8 milliarddan 2.2 milliard dollargacha o‘shishi, yillik o‘shish sur’ati (CAGR) 41.4% dan 47.4% gacha bo‘lishi kutilmoqda. O‘zbekistonda elektron tijorat bozori tez sur’atlar bilan o‘shib bormoqda, bu o‘shishga quyidagi omillar turtki bo‘lmoqda: texnologik yutuqlar, iste’molchilar xulq-atvorining o‘zgarishi, hukumat tashabbuslari, yangi bozor ishtirokchilari va elektron tijorat infratuzilmasining rivojlanishi.

2022-yilda O‘zbekistondagi elektron tijorat bozorida eng katta ulushni 38% (119 million dollar) bilan boshqa mahsulotlar egalladi, bu esa bozor diversifikatsiyasini va turli kategoriyalar orasidagi muvozanatni ko‘rsatadi. Ikkinchi o‘rinda 35% (108 million dollar) bilan texnika va elektronika mahsulotlari turadi, bu sektorda katta talab va o‘shish salohiyati mavjudligini bildiradi. Moda mahsulotlari 19% (59 million dollar) ulush bilan uchinchi o‘rinda bo‘lsa, uy jihozlari (3%, 10 million dollar) va sog‘liq va go‘zallik mahsulotlari (2%, 5 million dollar) kichikroq bozor ulushiga ega. Yana bir kichik sektor — oziq-ovqat, ichimliklar va tamaki mahsulotlari 3% (10 million dollar) ulushni tashkil etdi. Ushbu ma’lumotlar bozorni o‘rganishda tahlil qilish kerak bo‘lgan

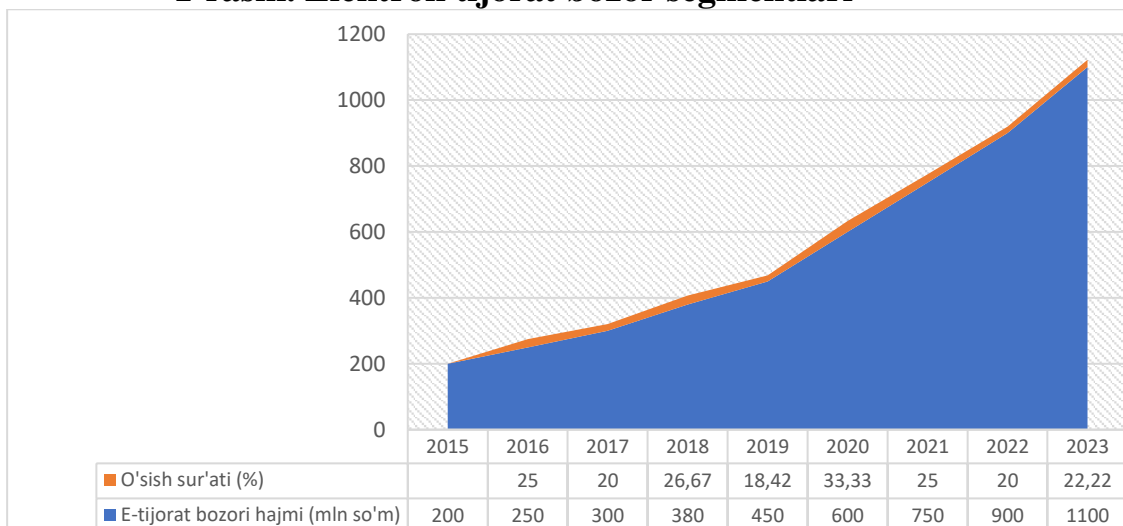
---

<sup>1</sup> Sodikov, M. (2023). Digital Advertising Oasis: Qatar’s E-Marketing Revolution. *Yashil Iqtisodiyot va Taraqqiyot*, 1(8).

asosiy tendensiyalarni ko'rsatadi, xususan, elektronika va boshqa mahsulotlarga katta talabning borligi, shuningdek, sog'liq va go'zallik hamda uy jihozlari kabi kichik sektorlardagi o'sish imkoniyatlari mavjud.<sup>1</sup> (1-rasm)



**1-rasm. Elektron tijorat bozor segmentlari<sup>2</sup>**



**2-rasm. E-tijorat sektoridagi asosiy tovarlar savdo hajmi o'sishi (2023)<sup>3</sup>**

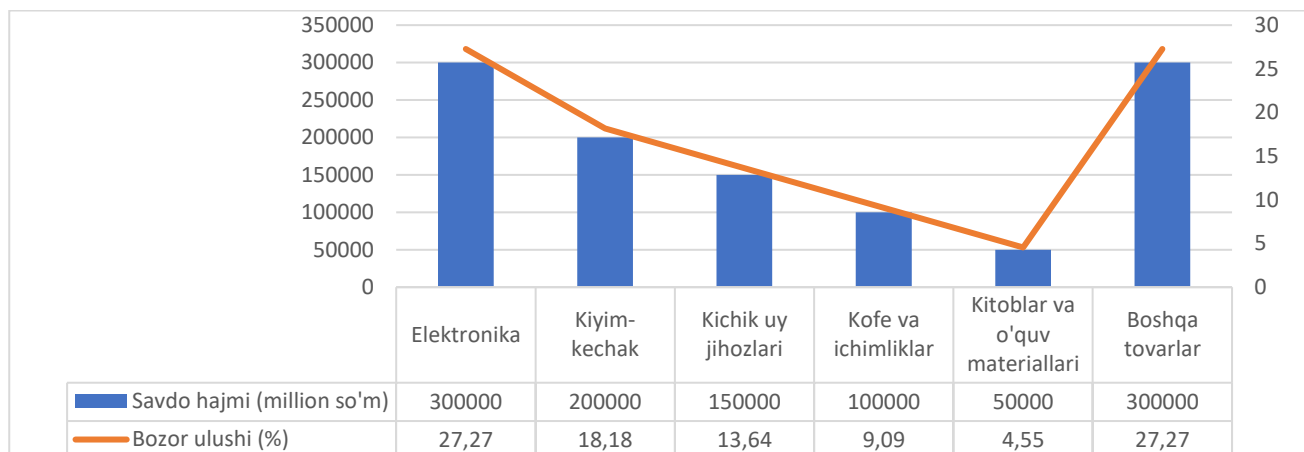
O'zbekistonda e-tijorat bozori so'nggi 8 yil ichida sezilarli darajada o'sgan. 2015-yildan 2023-yilgacha bo'lgan davrda bozorda o'sish sur'ati har yili taxminan 20% dan 33% gacha o'zgarib turdi. 2020-yil pandemiya tufayli tez o'sish kuzatildi,

<sup>1</sup> Содиков, М. (2024). ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА ИНФЛЮЕНСЕРОВ НА ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА ТУРИСТИЧЕСКИХ НАПРАВЛЕНИЙ И НАМЕРЕНИЯ СОВЕРШИТЬ ПОКУПКУ В ТУРИСТИЧЕСКОМ СЕКТОРЕ. Экономическое развитие и анализ, 2(10), 217-223.

<sup>2</sup> Содиков, М. (2024). ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА ИНФЛЮЕНСЕРОВ НА ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА ТУРИСТИЧЕСКИХ НАПРАВЛЕНИЙ И НАМЕРЕНИЯ СОВЕРШИТЬ ПОКУПКУ В ТУРИСТИЧЕСКОМ СЕКТОРЕ. Экономическое развитие и анализ, 2(10), 217-223.

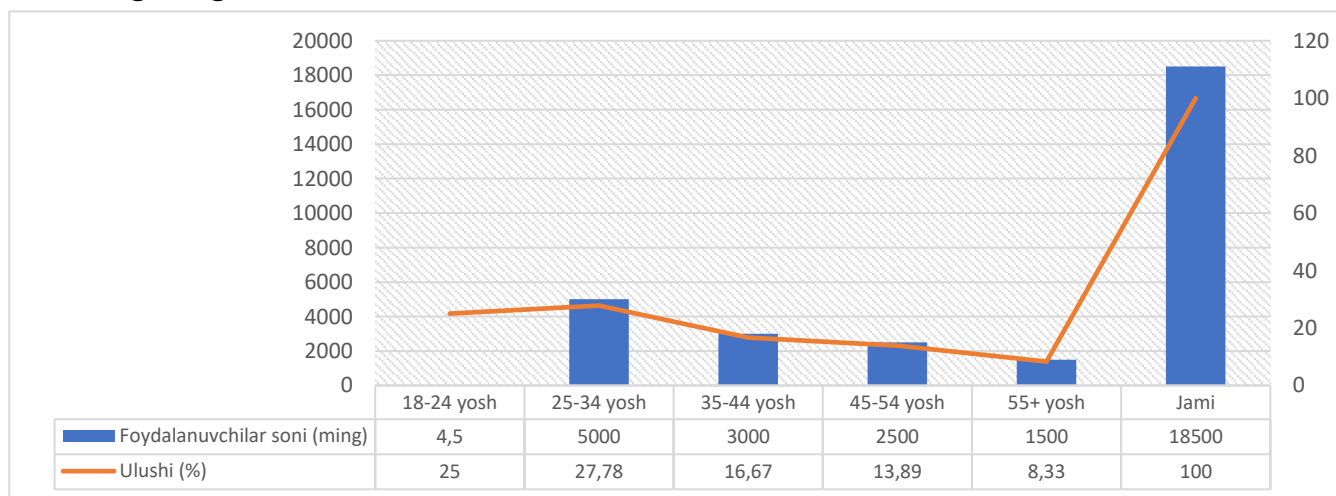
<sup>3</sup> "O'zbekistonda elektron tijorat bozori 2015-yildan boshlab barqaror o'sishda bo'lib, 2023-yilga kelib, bozor hajmi 1 trillion so'mga yetgan." <https://www.statista.com/statistics/1306745/uzbekistan-ecommerce-market-size/>

chunki ko‘plab bizneslar internetga o‘tishdi. 2023-yilda bozor hajmi 1 trillion so‘mga yetib, bu sektorning rivojlanish istiqbollari yuqori ekanligini ko‘rsatmoqda.<sup>1</sup> (2-rasm)



### 3-rasm. E-tijorat sektoridagi asosiy tovarlar va ularning savdo hajmi (2023)<sup>2</sup>

2023-yil davomida O‘zbekistondagi e-tijorat bozorida elektronika va kiyim-kechak asosiy savdo yo‘nalishlari bo‘lib, elektronika bozorining ulushi 27% ni tashkil etdi. Shu bilan birga, kichik uy jihozlari va ichimliklar kabi boshqa tovarlar ham muhim o‘rin tutgan. Bu tovarlar savdosining ortishi internet orqali sotib olishning qulayliklari va talabning oshganini ko‘rsatadi.<sup>3</sup> (3-rasm)



### 4-rasm. O‘zbekistonda internet foydalanuvchilarining yoshi bo‘yicha taqsimlanishi (2023)<sup>4</sup>

Internet foydalanuvchilari orasida eng katta ulush 25-34 yoshdagi guruhga tegishli. Bu yoshdagi odamlar, asosan, o‘qish, ish bilan shug‘ullanish va turli xil

<sup>1</sup> Sodiqova D. Ways and problems of using the experience of developing countries in the development of electronic commerce //Iqtisodiy taraqqiyot va tahlil. – 2023. – T. 1. – №. 3. – С. 49-53.

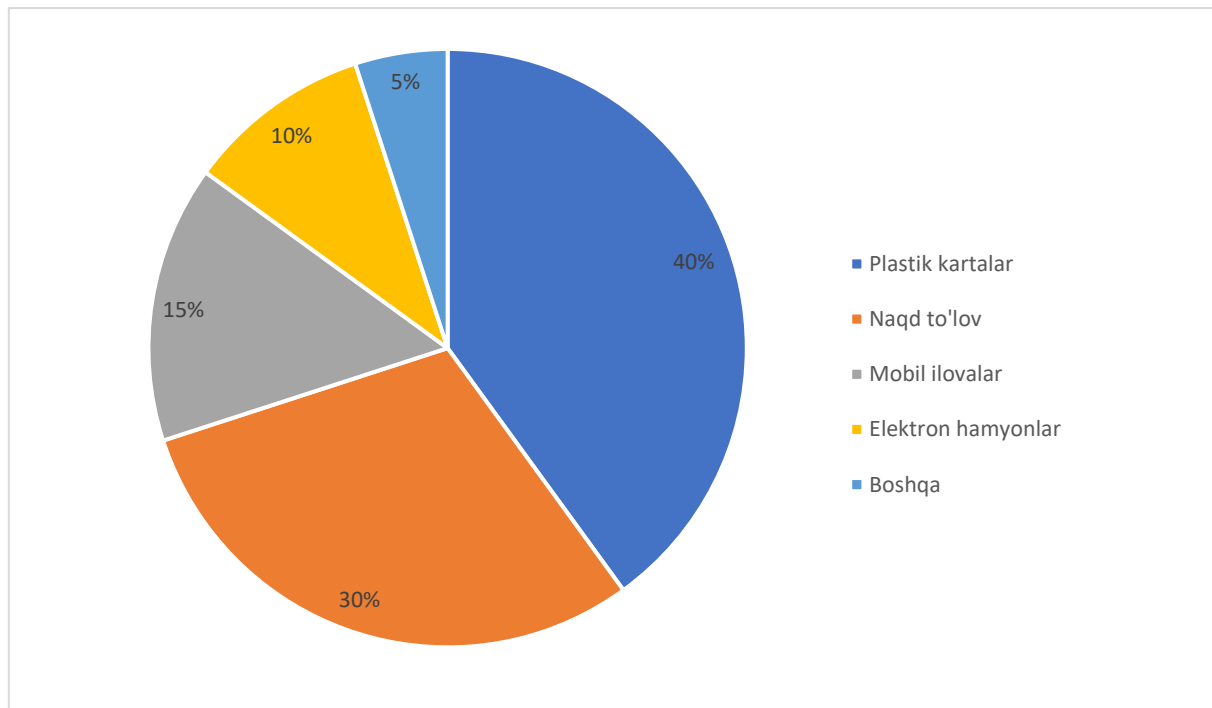
<sup>2</sup> KPMG Caucasus and Central Asia. (2023). E-tijorat in Uzbekistan. <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/uz/pdf/2023/E-tijorat-in-Uzbekistan.pdf>

<sup>3</sup> Содикова Д. ВЛИЯНИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ НА ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПО КЛАССИФИКАЦИЯМ СТРАН //Экономическое развитие и анализ. – 2024. – Т. 2. – №. 10. – С. 224-231.

<sup>4</sup> KPMG Caucasus and Central Asia. (2023). E-tijorat in Uzbekistan. <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/uz/pdf/2023/E-tijorat-in-Uzbekistan.pdf>

raqamli xizmatlardan foydalanishadi. Bu holat, O‘zbekistonda yoshlarning raqamli texnologiyalar va e-tijorat tizimlariga bo‘lgan qiziqishini ko‘rsatadi. 18-24 yoshdagi foydalanuvchilar ham katta ulushga ega, bu esa yoshlarning onlayn xarid qilish va internetdan foydalanishga bo‘lgan qiziqishini tasdiqlaydi. (Rasm 4)<sup>1</sup>

O‘zbekistonda e-tijorat to‘lov usullari orasida plastik kartalar eng keng tarqalgan usul bo‘lib, ular 40% dan ortiq bozor ulushini egallaydi. Mobil ilovalar va elektron hamyonlar kabi raqamli to‘lov tizimlari esa yangi va tez o‘sayotgan to‘lov usullari sifatida o‘z o‘rnini topmoqda. Bu raqamli to‘lov tizimlarining o‘sishi, internet orqali savdo qilishda qulayliklar yaratganligi va internet bankingning ommalashgani bilan izohlanadi.<sup>2</sup>



**5-rasm. E-tijoratning O‘zbekistondagi to‘lov usullari bo‘yicha taqsimlanishi (2023)<sup>3</sup>**

O‘zbekistonda e-tijorat to‘lov usullari orasida plastik kartalar eng keng tarqalgan usul bo‘lib, ular 40% dan ortiq bozor ulushini egallaydi. Mobil ilovalar va elektron hamyonlar kabi raqamli to‘lov tizimlari esa yangi va tez o‘sayotgan to‘lov usullari sifatida o‘z o‘rnini topmoqda. Bu raqamli to‘lov tizimlarining o‘sishi, internet orqali

<sup>1</sup> Sodikova D. ANALYSIS OF E-COMMERCE FACTORS INFLUENCING ON ECONOMIC DEVELOPMENT //Economics and Innovative Technologies. – 2023. – T. 11. – №. 4. – C. 349-360.

<sup>2</sup> Sodiqova D. THE MAIN FEATURES OF E-COMMERCE DYNAMICS IN WORLD COUNTRIES //Raqamli iqtisodiyot va axborot texnologiyalari. – 2024. – T. 4. – №. 3. – C. 13-19.

<sup>3</sup> KPMG Caucasus and Central Asia. (2023). E-tijorat in Uzbekistan. <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/uz/pdf/2023/E-tijorat-in-Uzbekistan.pdf>

savdo qilishda qulayliklar yaratganligi va internet bankingning ommalashgani bilan izohlanadi.<sup>1</sup>

2019-yildan 2023-yilgacha bo'lgan davrda O'zbekistonda elektron tijorat bozorida muhim o'zgarishlar va hukumatning qo'llab-quvvatlashi natijasida sezilarli rivojlanish kuzatildi. 2019-yilda HUMO va UZCARD to'lov tizimlarining Visa, Mastercard, UnionPay va Mir bilan integratsiyasi elektron tijoratning rivojlanishiga katta turtki berdi. 2020-yilda Unisavdo.uz sayti ishga tushirilgan bo'lib, bu mamlakatdagi birinchi milliy elektron tijorat platformasi sifatida e'tirof etildi. 2021-yilda esa Trade.uz, milliy onlayn bozorning rivojlanishi bo'yicha yana bir muhim qadam bo'ldi. 2022-yilda O'zbekiston Eksportni Rivojlantirish Agentligi va Alibaba o'rtasidagi hamkorlik, eksport yo'nalishida elektron tijoratning imkoniyatlarini kengaytirishga yordam berdi. 2023-yilda esa yangi "Elektron tijorat strategiyasi (2023-2027)" ishga tushirildi, bu mamlakatda elektron tijoratni yanada rivojlantirish uchun yangi yo'nalishlarni belgilab berdi. Ushbu rivojlanishlar hukumatning elektron tijorat sohasida amalga oshirgan qat'iy siyosat va tashabbuslarini, shuningdek, xalqaro hamkorlik va raqamli infratuzilma rivojlanishini ko'rsatadi.<sup>2</sup>

O'zbekistonda elektron tijoratni rivojlantirishga qaratilgan hukumat tashabbuslari kuchli va tizimli bo'lib, "Digital Uzbekistan 2030" strategiyasi 2020 yilda qabul qilinib, raqamli transformatsiyani tezlashtirishga xizmat qilmoqda. Bu strategiya orqali raqamli infratuzilma va xizmatlar o'sishini qo'llab-quvvatlash maqsad qilingan. Elektron tijoratni tartibga solish uchun "Elektron tijorat to'g'risidagi qonun" ishlab chiqilib, huquqiy asoslar mustahkamlandi. IT Park Uzbekistan esa texnologik startaplar va kompaniyalar uchun soliq imtiyozlari taqdim etib, ayniqsa IT Parkda joylashgan kompaniyalar uchun 0% korporativ soliqni joriy etdi. Shuningdek, Xitoy va Markaziy Osiyo o'rtasidagi savdoni rivojlantirishga qaratilgan "Belt and Road" tashabbusi o'zaro chegara bo'ylab elektron tijoratni yanada kuchaytirishga yordam bermoqda. Bu tashabbuslar O'zbekistonning elektron tijoratni global bozorlarga integratsiya qilishdagi qat'iyatligini va raqamli iqtisodiyotning o'sishiga bo'lgan alohida e'tiborini ko'rsatadi.<sup>3</sup>

2022-2023-yillarda O'zbekistonda elektron tijorat sohasida sarmoya va birlashmalar va qo'shilishlar (M&A) bo'yicha 23 ta bitim amalga oshirildi, ulardan 5 tasi elektron tijoratga tegishli edi. Muayyan tranzaksiyalar orasida UzOman tomonidan Zood ekotizimiga sarmoya kiritilishi, Uzunning Click fintech kompaniyasini sotib olishi va TBC Bank Group tomonidan Payme fintech platformasini qo'lga kiritishi keltirilishi mumkin. Shuningdek, Broniboy (foodtech) Krasnodarzernoproduktdan mablag' olgan. Bozor ulushidagi tendensiyalar esa xorijiy kompaniyalar ulushining kamayayotganini ko'rsatmoqda; 2018-yilda 66% bo'lgan

<sup>1</sup> Sodiqova D. THE MAIN FEATURES OF E-COMMERCE DYNAMICS IN WORLD COUNTRIES //Raqamli iqtisodiyot va axborot texnologiyalari. – 2024. – T. 4. – №. 3. – C. 13-19.

<sup>2</sup> Lee, V., Park, S., & Lee, D. (2022). The Effect of E-commerce Service Quality Factors on Customer Satisfaction, Purchase Intention, and Actual Purchase in Uzbekistan. GLOBAL BUSINESS FINANCE REVIEW. <https://doi.org/10.17549/gbfr.2022.27.3.56>.

<sup>3</sup> Sodikova D. Z. POTENTIAL BENEFITS OF E-COMMERCE ON ECONOMY AND INFRASTRUCTURAL DEVELOPMENT //Экономика и социум. – 2023. – №. 7 (110). – C. 303-309.

xorijiy elektron tijorat kompaniyalari ulushi 2022-yilda 49% ga tushgan. Bu o'zgarish, o'zbek e-tijorat platformalarining o'sishini va raqobatbardoshligini tasdiqlaydi. Masalan, Uzum o'zining fintech bilan integratsiyalashgan birinchi o'zbek elektron tijorat platformasi sifatida ajralib turadi, Olcha yetakchi onlayn chakana sotuvchi sifatida o'z pozitsiyasini mustahkamladi, va Korzinka esa onlayn oziq-ovqat sotish bo'yicha hukmron tarmoqqa aylangan. Bu yutuqlar mamlakat ichidagi kompaniyalar o'rtasida raqobatni oshirayotganini va o'z ichki e-tijorat bozorining mustahkamlanishini ko'rsatadi. (Jadval 1)<sup>1</sup>

**1-jadval.**

### O'zbekistondagi e-tijorat tarmoqlari tahlili<sup>2</sup>

Kompaniya	Tavsif	Yuklab olinishlar	Xarid qilish nuqtalari	Yetkazib berish	Hozir sotib ol, keyinroq to'la
<b>Uzum</b>	Bozor, fintech va oziq-ovqat yetkazib berish	13.1	500	Shu kuni (Toshkent), keyingi kun (viloyatlar)	Ha
<b>Zood</b>	Raqamli kreditlash va elektron tijorat	1.25	30+250 ta shkaf	Shu kuni (Toshkent), keyingi kun (viloyatlar)	Ha
<b>Mediapark</b>	Elektronika sotuvchisi	0.468	NA	24 soat (Toshkent), 3 kun (viloyatlar)	NA
<b>Olcha</b>	Onlayn do'kon (turli xil mahsulotlar)	0.494	NA	1-3 kun (Toshkent), 3-7 kun (viloyatlar)	Yo'q
<b>Korzinka</b>	Elektron oziq-ovqat tarmog'i	0.237	NA	Toshkentda 2 soatlik o'rindiqlar	Yo'q

2020-yil oktabrda "Raqamli O'zbekiston-2030" strategiyasining qabul qilinishi: Hukumat 2030 yilga borib, mamlakat bo'ylab qurilgan tolali-optik aloqa tarmog'ining uzunligini 118,000 kilometrdan (73,322 milya) 250,000 kilometrga (155,343 milya) oshirishni, yuqori tezlikdagi internet qamrovini 67% dan 100% ga oshirishni, keng polosali mobil tarmoq qamrovini 78% dan 100% ga oshirishni, va axborot texnologiyalari sohasida oliy va o'rta maxsus ta'lim muassasalariga kirish bo'yicha yillik kvotalarni joriy 7,000 dan 20,000 ga oshirishni rejalashtirmoqda. O'zbekiston 2021-2022-yillarda raqamli infratuzilmani rivojlantirishga 2,5 milliard dollar sarmoya

<sup>1</sup>Содиқов, М. (2025). ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ ЛИДЕРСТВО И СТРУКТУРНАЯ АДАПТАЦИЯ ОТРАСЛЕЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В КОНТЕКСТЕ ТУРИЗМА. Экономическое развитие и анализ, 3(1), 162-168.

<sup>2</sup>Содиқов, М. (2025). ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ ЛИДЕРСТВО И СТРУКТУРНАЯ АДАПТАЦИЯ ОТРАСЛЕЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В КОНТЕКСТЕ ТУРИЗМА. Экономическое развитие и анализ, 3(1), 162-168.

kiritishni rejalashtirdi. 2022-yil 14 dekabrda parlamentga hisobot berarkan, Axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalarni rivojlantirish vaziri to'liq aloqa tarmog'ining uzunligi 170,000 kilometr ga (105,633 milya) oshirilganini, mobil tarmoq qamrovi 99% ga yetganini va keng polosali mobil internet qamrovi 98% ga yetganini ma'lum qildi.<sup>1</sup>

## XULOSA VA TAKLIFLAR

O'zbekistonda elektron tijorat sezilarli rivojlanmoqda va bu tendensiya kelajakda ham davom etishi kutilmoqda. Internet texnologiyalarining rivojlanishi, onlayn to'lov tizimlarining kengayishi va davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash elektron tijoratning o'sishini ta'minlovchi asosiy omillardan biridir. Elektron tijoratning barqaror rivojlanishi uchun infratuzilmani mustahkamlash va iste'molchilar ishonchini oshirish muhim ahamiyat kasb etadi.

## FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Karimov, N., Nabieva, F., & Mustafiev, B. (2022). Current tendencies of e-commerce development in Uzbekistan: Benchmarking analysis with Kazakhstan and Kyrgyzstan. Proceedings of the 6th International Conference on Future Networks & Distributed Systems. <https://doi.org/10.1145/3584202.3584228>
2. Statista. (2023). O'zbekistonda elektron tijorat bozori 2015-yildan boshlab barqaror o'sishda bo'lib, 2023-yilga kelib, bozor hajmi 1 trillion so'mga yetgan. <https://www.statista.com/statistics/1306745/uzbekistan-ecommerce-market-size/>
3. Sodiqova, D. (2023). Ways and problems of using the experience of developing countries in the development of electronic commerce. *Iqtisodiy taraqqiyot va tahlil*, 1(3), 49-53.
4. KPMG Caucasus and Central Asia. (2023). E-tijorat in Uzbekistan. <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/uz/pdf/2023/E-tijorat-in-Uzbekistan.pdf>
5. Содикова, Д. (2024). Влияние электронной коммерции на экономическое развитие: сравнительный анализ по классификациям стран. *Экономическое развитие и анализ*, 2(10), 224-231.
6. Sodiqova, D. (2023). Analysis of e-commerce factors influencing economic development. *Economics and Innovative Technologies*, 11(4), 349-360.
7. Sodiqova, D. (2024). The main features of e-commerce dynamics in world countries. *Raqamli iqtisodiyot va axborot texnologiyalari*, 4(3), 13-19.
8. Lee, V., Park, S., & Lee, D. (2022). The effect of e-commerce service quality factors on customer satisfaction, purchase intention, and actual purchase in Uzbekistan. *Global Business Finance Review*. <https://doi.org/10.17549/gbfr.2022.27.3.56>
9. Sodikova, D. Z. (2023). Potential benefits of e-commerce on economy and infrastructural development. *Экономика и социум*, 7(110), 303-309.
10. Sodikov, M. (2023). Key features of digital advertising development in tourism in Uzbekistan. *Yashil Iqtisodiyot va Taraqqiyot*, 1(maxsus son).

<sup>1</sup> Khushmurodova, M., & Komil, U. (2023). Trends and Problems of Development of Electronic Commerce in the Republic of Uzbekistan. *Journal of Law and Sustainable Development*. <https://doi.org/10.55908/sdgs.v11i6.1197>.

11. Содиков, М. (2025). ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ ЛИДЕРСТВО И СТРУКТУРНАЯ АДАПТАЦИЯ ОТРАСЛЕЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В КОНТЕКСТЕ ТУРИЗМА. *Экономическое развитие и анализ*, 3(1), 162-168.

12. Содиков, М. (2024). ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА ИНФЛЮЕНСЕРОВ НА ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА ТУРИСТИЧЕСКИХ НАПРАВЛЕНИЙ И НАМЕРЕНИЯ СОВЕРШИТЬ ПОКУПКУ В ТУРИСТИЧЕСКОМ СЕКТОРЕ. *Экономическое развитие и анализ*, 2(10), 217-223.

13. Khushmurodova, M., & Komil, U. (2023). Trends and problems of development of electronic commerce in the Republic of Uzbekistan. *Journal of Law and Sustainable Development*. <https://doi.org/10.55908/sdgs.v1i16.1197>

14. Sodikov, M. (2023). Digital Advertising Oasis: Qatar's E-Marketing Revolution. *Yashil Iqtisodiyot va Taraqqiyot*, 1(8).

15. Karimova S. O'zbekistonda elektron tijoratning rivojlanish bosqichlari //YASHIL IQTISODIYOT VA TARAQQIYOT. – 2023. – Т. 1. – №. 9.



# Marketing

*ilmiy, amaliy va ommabop jurnali*

**Muharrir:**

**Ingliz tili muharriri:**

**Rus tili muharriri:**

**Musahhah:**

**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

## 2025-yil, fevral, 2-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**. ГOCT 7.56-2002 " Seriyali nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlataro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**