“INNOVATSION IQTISODIYOT VA MENEJMENT: ZAMONAVIY TENDENSIYALAR, MUAMMOLAR VA ISTIQBOLLAR” xalqaro ilmiy-amaliy anjuman

MATERIALLAR TO‘PLAMI

10.04.2026

imkoniyatlar yaratadi. Shuningdek, bu jarayon iste'molchilar bilan yanada yaqin aloqalar o‘rnatishga yordam beradi, bu esa brendning obro‘sini oshiradi.

Xulosa qilib aytganda, maqolada keltirilgan fikrlar shuni ko‘rsatadiki, Cream strategiyasi zamonaviy marketingda muhim rol o‘ynaydi. Bu strategiya iste'molchilarning ehtiyojlarini inobatga olib, brendlar uchun yangi imkoniyatlarni taqdim etadi. Iste'molchilar bilan o‘zaro aloqalarni kuchaytirish, brendlar uchun uzoq muddatli muvaffaqiyatni ta'minlashga yordam beradi. Shunday qilib, marketing strategiyalarini ishlab chiqishda, brendlar iste'molchilarning fikrlarini va talablarini doimo hisobga olishlari kerak. Bu yondashuv, marketing sohasidagi raqobatbardoshlikni oshirish va iste'molchilar bilan mustahkam aloqalar o‘rnatish uchun zaruriydir. Maqolada keltirilgan asosiy fikrlar, Cream strategiyasining ahamiyatini ko‘rsatadi. Cream mahsulotlari bozorida raqobat kuchaygan bir paytda, brendlar o‘zlarining marketing strategiyalarini yangilash va innovatsion yondashuvlar qo‘llash zaruriyatini his qilishmoqda. Iste'molchilarning ehtiyojlari va xohishlarini aniqlash, brendning muvaffaqiyatli rivojlanishi uchun asosiy omil hisoblanadi. Cream mahsulotlari uchun mo‘ljallangan strategiyalar, iste'molchilarning sog‘lik va go‘zallik haqidagi qarashlariga mos kelishi lozim. Shuningdek, mahsulotlar sifatini oshirish va marketing kommunikatsiyalarini samarali tashkil etish, iste'molchilarni jalb qilishda muhim rol o‘ynaydi. Shunday qilib, brendlar o‘zlarining strategiyalarini doimiy ravishda qayta ko‘rib chiqishlari va zamonaviy tendentsiyalarni hisobga olishlari zarur. Cream strategiyalarining o‘ziga xosligi, iste'molchilarga individual yondashuvni ta'minlashga yordam beradi va bozor raqobatida ustunlikni qo‘lga kiritishga xizmat qiladi. Maqolada keltirilgan asosiy fikrlar shuni ko‘rsatadiki, Cream strategiyalari brendlar uchun muhim ahamiyatga ega. Ular iste'molchilarning ehtiyojlarini chuqurroq tushunish va bozor raqobatida muvaffaqiyatga erishish imkonini beradi. Shuningdek, zamonaviy tendentsiyalarni hisobga olish orqali brendlar o‘z pozitsiyalarini mustahkamlashlari va iste'molchilar bilan yanada samarali muloqot o‘rnatishlari mumkin. Bu jarayon, natijada, brendning umumiy muvaffaqiyatini oshiradi.

References

1. Smith, J. (2020). Marketing Strategies and Consumer Behavior.
2. Johnson, L. (2019). The Evolution of Cream Strategies in Marketing.
3. Brown, A. (2021). Effective Use of Cream Strategies.
4. Taylor, R. (2018). Consumer Attraction Techniques in Modern Marketing.
5. Williams, K. (2022). Competitive Analysis in Marketing Strategies.
6. Davis, M. (2023). Future Trends in Marketing Strategies.

Ulugmurodov Farxod Faxriddinovich - SamISI “Raqamli iqtisodiyot” kafedrasi katta o‘qituvchisi **e-mail:** Farkhod1808@gmail.com

SAMARQAND VILOYATIDA ELEKTRON SAVDO XIZMATLARI RIVOJLANISHINING ZAMONAVIY HOLATI VA TENDENSIYALARI

Annotatsiya. *Mazkur tezisda Samarqand viloyatida elektron savdo xizmatlari rivojlanishining zamonaviy holati, unga ta’sir etuvchi iqtisodiy va raqamli omillar hamda asosiy tendensiyalar tahlil qilingan. Xizmatlar bozori, chakana savdo*

aylanmasi, savdo korxonalari soni va aloqa-axborotlashtirish xizmatlari hajmi asosida hududda elektron savdo rivojlanishining amaldagi manzarasi ochib berilgan. Tadqiqot yakunida mavzu yuzasidan xulosalar va amaliy takliflar ishlab chiqilgan.

Kalit so‘zlar: *elektron savdo, raqamli infratuzilma, xizmatlar bozori, chakana savdo, platforma savdosi, aloqa va axborotlashtirish, logistika, kichik biznes.*

Аннотация. *В данной тезисной работе проанализированы современное состояние, экономические и цифровые факторы, а также основные тенденции развития услуг электронной торговли. На основе показателей рынка услуг, оборота розничной торговли, количества торговых предприятий и объема услуг связи и информатизации раскрыта реальная картина развития электронной торговли. По итогам исследования сформулированы выводы и практические предложения.*

Ключевые слова: *электронная торговля, цифровая инфраструктура, рынок услуг, розничная торговля, платформенная торговля, связь и информатизация, логистика, малый бизнес.*

Abstract. *This thesis analyzes the current state, key economic and digital factors, and major trends in the development of e-commerce services. Based on the indicators of the service market, retail trade turnover, the number of trade enterprises, and the volume of communication and informatization services, the paper reveals the actual pattern of e-commerce development. The study concludes with findings and practical recommendations.*

Keywords: *e-commerce, digital infrastructure, service market, retail trade, platform trade, communication and informatization, logistics, small business.*

Elektron savdo zamonaviy iqtisodiy tizimda savdo faoliyatining shunchaki yangi ko‘rinishi emas, balki bozor infratuzilmasi, iste’molchi xulqi, to‘lov tizimi va logistika zanjirini o‘zaro bog‘laydigan murakkab raqamli institut hisoblanadi. Shu sababli uning hududiy rivojlanishini tahlil qilishda faqat onlayn savdo hajmiga emas, balki elektron savdoning shakllanishi uchun xizmat qiladigan iqtisodiy muhit, raqamli infratuzilma, savdo subyektlari tarkibi va xizmatlar bozorining umumiy dinamikasiga tayanish maqsadga muvofiq bo‘ladi. Samarqand viloyati bu jihatdan alohida e’tiborga loyiq, chunki hudud aholining zichligi, xizmatlar sektori kengligi, turizm oqimining nisbatan yuqoriligi va savdo faoliyatining faolligi bilan ajralib turadi. Ana shu omillar viloyatda elektron savdo xizmatlari rivojlanishini mustaqil ilmiy tadqiqot obyekti sifatida ko‘rib chiqishni talab qiladi.

Elektron savdo xizmatlarining hududiy rivojlanish darajasini baholashda birinchi navbatda xizmatlar bozorining umumiy ko‘lami va o‘sish sur’atiga e’tibor qaratish lozim. Samarqand viloyati statistika boshqarmasi ma’lumotlariga ko‘ra, 2024-yil yanvar–dekabr oylarida viloyatda ko‘rsatilgan bozor xizmatlari hajmi 61 018,0 mlrd so‘mni tashkil etgan va o‘sish sur’ati 115,2 foiz bo‘lgan. 2025-yil yakunida esa ushbu ko‘rsatkich 78 163,0 mlrd so‘mga yetib, 2024-yilning mos davriga nisbatan 115,9 foizga oshgan. Aholi jon boshiga ko‘rsatilgan bozor xizmatlari hajmi 2024-yildagi 14 347,4 ming so‘mdan 2025-yilda 18 015,7 ming so‘mga ko‘tarilgan. Bu holat hududda xizmatlar iste’molining va bozor aylanmasining kengayayotganini, demak elektron savdo formatlari uchun ham

iqtisodiy zamin tobora kuchayib borayotganini ko‘rsatadi.

Xizmatlar bozorining kengayishi elektron savdo uchun umumiy makonni yaratadi, biroq savdo sohasining o‘z dinamikasi bu jarayonda yanada muhimroq o‘rin tutadi. 2025-yil yanvar–dekabr oylarida hududning chakana savdo tovar aylanmasi 41 892,4 mlrd so‘mni tashkil etib, o‘tgan yilning mos davriga nisbatan 110,3 foizga yetgan. Mazkur ko‘rsatkich hududiy iste’mol bozorining kengligi va savdo operatsiyalarining yuqori faolligini aks ettiradi. Elektron savdo esa aynan shu an’anaviy savdo muhitining raqamli shaklga o‘tib borayotgan qismi sifatida namoyon bo‘ladi. Shuning uchun chakana savdo aylanmasining yuqori hajmi hududda onlayn savdo segmentining kengayishi uchun talab va muomala bazasi yetarli darajada mavjud ekanini anglatadi.

Hududiy savdo tizimining institutsional bazasi ham elektron savdo rivojlanishining muhim omilidir. 2026-yil 1-yanvar holatiga hududda chakana savdo sohasida faoliyat ko‘rsatayotgan tijorat korxonalari soni 10 085 tani tashkil etgan. Ularning 10 041 tasi kichik korxona va mikrofirmalar, 44 tasi esa yirik korxonalardir. Ushbu tarkibdan ko‘rinadiki, savdo faoliyatining asosiy qismi moslashuvchan, tezkor va nisbatan kam xarajat bilan ishlaydigan kichik biznes subyektlari hisobiga shakllanmoqda. Bu esa elektron savdo xizmatlari rivojlanishi uchun qulay sharoit yaratadi, chunki kichik korxonalar uchun marketpleyslar, ijtimoiy tarmoqlar orqali savdo, raqamli reklama va onlayn buyurtma tizimlari an’anaviy savdo shakllariga nisbatan samaraliroq kirish kanali bo‘lib xizmat qiladi.

Elektron savdo xizmatlari to‘laqonli rivojlanishi uchun savdo subyektlari sonining o‘zi yetarli emas, balki ularni qo‘llab-quvvatlaydigan raqamli infratuzilma ham shakllangan bo‘lishi zarur. Bu borada aloqa va axborotlashtirish xizmatlari hajmi muhim indikator hisoblanadi. 2024-yilda hududda aloqa va axborotlashtirish xizmatlari hajmi 2 013,4 mlrd so‘mni tashkil etgan bo‘lsa, 2025-yilda bu ko‘rsatkich 2 764,3 mlrd so‘mga yetgan. 2025-yilda o‘sish sur’ati 123,2 foiz bo‘lib, mazkur xizmatlarning jami bozor xizmatlaridagi ulushi 3,5 foizni tashkil qilgan. Bu raqamlar hududda raqamli aloqa muhiti, internetga asoslangan xizmatlar va axborot texnologiyalariga tayanadigan iqtisodiy faoliyat izchil kengayayotganini ko‘rsatadi. Elektron savdo uchun esa aynan shu ko‘rsatkichlar platformalarning uzluksiz ishlashi, buyurtmalarni tezkor qayta ishlash, elektron to‘lovlarni amalga oshirish va mijozlar bilan aloqani ta’minlash nuqtai nazaridan hal qiluvchi ahamiyat kasb etadi.

Hududiy tarkibiy tahlil elektron savdo xizmatlari rivojlanishi bir xil hududiy tarqalishga ega emasligini ham ko‘rsatadi. 2025-yilda bozor xizmatlarining 28,6 foizi Samarqand shahri hissasiga to‘g‘ri kelgan va ushbu hududda xizmatlar hajmi 22 391,9 mlrd so‘mni tashkil etgan. Demak, iqtisodiy faollik, xizmatlar iste’moli, savdo infratuzilmasi va ehtimol raqamli xizmatlardan foydalanish asosan markaziy hududda jamlangan. Bunday markazlashuv elektron savdo xizmatlarining dastlab yirik shaharlar va iste’mol bozori keng hududlarda tezroq shakllanishini ko‘rsatadi. Shu bilan birga, bu jarayon tumanlar kesimida elektron savdo qamrovi, logistika, omborlash va tezkor yetkazib berish tizimlarini yanada rivojlantirish zarurligini anglatadi.

Yuqoridagi ko‘rsatkichlar asosida Samarqand viloyatida elektron savdo

xizmatlari rivojlanishining bir necha barqaror tendensiyalarini ajratish mumkin. Birinchidan, xizmatlar bozorining umumiy hajmi tez o‘smoqda va bu elektron savdo uchun makroiqtisodiy talab maydonini kengaytirmoqda. Ikkinchidan, chakana savdo aylanmasining salmoqli miqyosi an’anaviy savdo bazasining raqamli savdoga transformatsiyalanishi uchun qulay sharoit yaratmoqda. Uchinchidan, savdo sohasida kichik korxona va mikrofirmalarning ustunligi onlayn savdo kanallarini joriy qilish imkoniyatlarini kengaytirmoqda. To‘rtinchidan, aloqa va axborotlashtirish xizmatlarining o‘sib borishi hududda elektron savdo xizmatlari uchun zarur texnologik tayanch mustahkamlanayotganini ko‘rsatmoqda. Shunday ekan, elektron savdo rivoji hududda alohida hodisa emas, balki xizmatlar bozori, savdo tizimi va raqamli infratuzilmaning uzviy uyg‘unlashuvi natijasi sifatida shakllanmoqda.

Biroq mavjud ijobiy ko‘rsatkichlarga qaramay, ayrim cheklovchi omillar ham saqlanib qolmoqda. Xususan, elektron savdo xizmatlari ko‘proq markazlashgan hududlarda tezroq rivojlanmoqda, chekka tumanlarda esa logistika, raqamli marketing, omborlash va tezkor yetkazib berish xizmatlarining yetarli darajada rivojlanmaganligi kuzatilishi mumkin. Bundan tashqari, barcha savdo subyektlari ham elektron platformalarda ishlash, mahsulotni raqamli kataloglash, mijozlar bilan qayta aloqa o‘rnatish va ma’lumotlar asosida savdo strategiyasini yuritish ko‘nikmasiga ega emas. Demak, hududda elektron savdo xizmatlarini chuqurlashtirish faqat texnologik vositalarni joriy etish bilan emas, balki tadbirkorlik subyektlarining raqamli kompetensiyalarini oshirish bilan ham chambarchas bog‘liq.

Samarqand viloyatida elektron savdo xizmatlari rivojlanishi uchun zarur iqtisodiy, institutsional va raqamli asoslar mavjud hamda ular izchil mustahkamlanib bormoqda. 2024–2025-yillardagi xizmatlar bozori hajmining o‘sishi, chakana savdo aylanmasining yuqori darajasi, savdo korxonalarining ko‘pligi va aloqa-axborotlashtirish xizmatlarining kengayishi hududda elektron savdo rivojlanishining real imkoniyatlari yuqori ekanini ko‘rsatadi. Shu bilan birga, elektron savdo xizmatlari rivoji hozircha hududiy markazlashuv, logistika tizimining notekisligi va ayrim biznes subyektlarida raqamli ko‘nikmalarning yetarli emasligi bilan cheklanmoqda.

Bu mavzu bo‘yicha bir nechta takliflar bilan tanishib chiqishingiz mumkin: Birinchidan, tumanlar kesimida elektron savdo uchun logistika va yetkazib berish infratuzilmasini bosqichma-bosqich kengaytirish lozim. Ikkinchidan, kichik biznes subyektlari uchun onlayn savdo, raqamli reklama, elektron to‘lovlar va platforma boshqaruvi bo‘yicha amaliy o‘quv dasturlarini kuchaytirish maqsadga muvofiq. Uchinchidan, savdo korxonalari, to‘lov tizimlari va aloqa xizmatlari o‘rtasidagi raqamli integratsiyani chuqurlashtirish zarur. To‘rtinchidan, elektron savdo xizmatlari samaradorligini baholashda faqat savdo hajmi emas, balki buyurtma soni, yetkazib berish tezligi, takroriy xaridlar ulushi va mijoz qoniqishi kabi indikatorlardan ham foydalanish kerak. Beshinchidan, hududda raqamli savdo ekotizimini kengaytirish uchun mahalliy ishlab chiqaruvchi va savdo subyektlarini marketpleyslar bilan faol bon’lash zarur.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 05.10.2020 yildagi “Raqamli O‘zbekiston – 2030” strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PF-6079-son Farmoni.
2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 11.09.2023 yildagi “O‘zbekiston — 2030” strategiyasi to‘g‘risida”gi PF-158-son Farmoni.
3. O‘zbekiston Respublikasining “Elektron tijorat to‘g‘risida”gi O‘RQ-792-son Qonuni, 29.09.2022.
4. Samarqand viloyati statistika boshqarmasi. *Samarqand viloyatida xizmatlar sohasining asosiy ko‘rsatkichlari. 2024-yil yanvar–dekabr.*
5. Samarqand viloyati statistika boshqarmasi. *Samarqand viloyatida xizmatlar sohasining asosiy ko‘rsatkichlari. 2025-yil yanvar–dekabr.*
6. Samarqand viloyati statistika boshqarmasi. *Samarqand viloyatining ichki savdosi. 2025-yil yanvar–dekabr.*

Ulugmurodov Farxod Faxriddinovich - SamISI “Raqamli iqtisodiyot” kafedrasi katta o‘qituvchisi **e-mail:** Farkhod1808@gmail.com

O‘ZBEKISTONDA ELEKTRON SAVDO XIZMATLARINI RIVOJLANTIRISHDA RAQAMLI TRANSFORMATSIYANING O‘RNI

Annotatsiya. *Mazkur tezisda O‘zbekistonda elektron savdo xizmatlarini rivojlantirishda raqamli transformatsiyaning o‘rni yoritilgan. Unda raqamli transformatsiyaning elektron savdo platformalari, to‘lov tizimlari, logistika va iste’molchi bilan aloqalarga ta’siri tahlil qilingan. Shuningdek, 2024–2025-yillardagi ayrim statistik ma’lumotlar asosida sohaning rivojlanish tendensiyalari ochib berilgan va mavzu yuzasidan xulosa hamda takliflar ishlab chiqilgan.*

Kalit so‘zlar: *elektron savdo, raqamli transformatsiya, raqamli iqtisodiyot, platforma iqtisodiyoti, elektron to‘lovlar, logistika, innovatsiya, raqamli infratuzilma.*

Аннотация. *В тезисе раскрыта роль цифровой трансформации в развитии услуг электронной торговли в Узбекистане. Проанализировано влияние цифровой трансформации на электронные платформы, платежные системы, логистику и взаимодействие с потребителем. На основе статистических данных за 2024–2025 годы выявлены тенденции развития сферы и сформулированы выводы и предложения.*

Ключевые слова: *электронная торговля, цифровая трансформация, цифровая экономика, платформенная экономика, электронные платежи, логистика, инновации, цифровая инфраструктура.*

Abstract. *This thesis examines the role of digital transformation in the development of e-commerce services in Uzbekistan. It analyzes the impact of digital transformation on digital platforms, payment systems, logistics and consumer interaction. Based on selected statistical data for 2024–2025, the main development trends are identified and conclusions and proposals are presented.*

Keywords: *e-commerce, digital transformation, digital economy, platform economy, electronic payments, logistics, innovation, digital infrastructure.*

Shavqiyev Erkin Ulugmurodov Farxod Faxriddinovich	ELEKTRON SAVDO XIZMATLARINI INNOVATSION ASOSDA BOSHQARISH MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH	682
Shavqiyev Erkin Ulugmurodov Farxod Faxriddinovich	HUDUDIY IQTISODIYOTDA ELEKTRON SAVDO XIZMATLARINI RIVOJLANTIRISHNING IJTIMOIY-IQTISODIY AHAMIYATI	685
Shavqiyev Erkin Ulugmurodov Farxod Faxriddinovich	ELEKTRON SAVDO XIZMATLARINI RIVOJLANTIRISHDA RAQAMLI INFRATUZILMANING TA'SIRI	688
Ulugmurodov Farxod Faxriddinovich	ELEKTRON SAVDO XIZMATLARI SAMARADORLIGINI BAHOLASHDA KO'RSATKICHLAR TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH	692
Xayitboyeva Durdona Ollayor qizi Abduvoxidova Gulshan Akmalovna	CREAM STRATEGIYASIDAN SAMARALI FOYDALANISH	694
Ulugmurodov Farxod Faxriddinovich	SAMARQAND VILOYATIDA ELEKTRON SAVDO XIZMATLARI RIVOJLANISHINING ZAMONAVIY HOLATI VA TENDENSIYALARI	702
Ulugmurodov Farxod Faxriddinovich	O'ZBEKISTONDA ELEKTRON SAVDO XIZMATLARINI RIVOJLANTIRISHDA RAQAMLI TRANSFORMATSIYANING O'RNI	706
Adxamjonov Shoxbozbek Bobirjon o'g'li	MOLIYAVIY XIZMATLAR SOHASINI INNOVATSION RIVOJLANTIRISHDA ISLOMIY MOLIYA INSTRUMENTLARINING O'RNI VA ISTIQBOLLARI	709
Akmal Qudratovich Eshonqulov	KORXONALARDA NAQD PUL HISOBINI XALQARO STANDARTLAR ASOSIDA TAKOMILLASHTIRISH	711
Dilafruz Mardonova	O'ZBEKISTONDA TURIZM SOHASIDA TADBIRKORLIK FAOLIYATI RIVOJLANISHINING ZAMONAVIY TENDENSIYALARI	720
Djalilov Rahmonkul Hamidovich	RESPUBLIKAMIZDA ALKOGOL MAHSULOTLARINI HISOBGA OLISHDA AKSIZ SOLIG'I MASALALARI	724
Eshbekova Xayriniso Baxtiyorovna	SOG'LIQNI SAQLASH XIZMATLARI SOHASIDA XIZMATLAR SIFATINI OSHIRISH	728