



“YENGIL SANOAT KORXONALARIDA ELEKTRON TIJORAT IMKONIYATLARI“

*FARG'ONA DAVLAT TEXNIKA UNIVERSITETI
ISHLAB CHIQARISHDA BOSHQARUV FAKULTETI
RAQAMLI IQTISODIYOT YO'NALISHI
69/22 GURUH TALABASI
ADXAMJONOV IFTIXORJON ZOYIRJON O'G'LI*

Annotatsiya: Ushbu maqolada yengil sanoat korxonalarining raqamli iqtisodiyot sharoitida elektron tijorat imkoniyatlaridan foydalanish strategiyalari tadqiq etiladi. To‘qimachilik va tikuv-trikotaj mahsulotlarini sotishda raqamli platformalarning o‘rni, elektron savdo kanallarining korxona foydasiga ta’siri hamda marketing strategiyalarini optimallashtirish masalalari tahlil qilingan. Tadqiqot yakunida yengil sanoat korxonalarini raqamlashtirish bo‘yicha amaliy takliflar berilgan.

Kalit so‘zlar: elektron tijorat, yengil sanoat, raqamli iqtisodiyot, B2B, B2C, elektron savdo platformalari, to‘qimachilik logistikasi, raqamli marketing.

Аннотация: В данной статье исследуются стратегии использования возможностей электронной коммерции предприятиями легкой промышленности в условиях цифровой экономики. Анализируются роль цифровых платформ в реализации текстильной и швейно-трикотажной продукции, влияние каналов электронной торговли на прибыль предприятий и вопросы оптимизации маркетинговых стратегий. В завершение исследования даны практические рекомендации по цифровизации предприятий легкой промышленности.



Ключевые слова: электронная коммерция, легкая промышленность, цифровая экономика, B2B, B2C, торговые платформы, текстильная логистика, цифровой маркетинг.

Abstract: This article explores the strategies for utilizing e-commerce opportunities by light industry enterprises in the digital economy. The role of digital platforms in the sale of textile and garment products, the impact of e-commerce channels on corporate profits, and the issues of optimizing marketing strategies are analyzed. Practical proposals for the digitalization of light industry enterprises are provided at the conclusion of the study.

Keywords: e-commerce, light industry, digital economy, B2B, B2C, e-commerce platforms, textile logistics, digital marketing.

Bugungi kunda jahon iqtisodiyoti shiddat bilan raqamlashib bormoqda. Axborot texnologiyalarining rivojlanishi barcha tarmoqlar qatori yengil sanoat korxonalari faoliyatiga ham tub o'zgarishlar olib kirdi. Elektron tijorat nafaqat mahsulot sotish kanali, balki korxonaning global bozordagi raqobatbardoshligini ta'minlovchi asosiy vositaga aylandi. O'zbekiston kabi yengil sanoat salohiyati yuqori bo'lgan mamlakatlar uchun milliy brendlarni xalqaro bozorga olib chiqishda elektron tijorat platformalari eng qulay va kamxarj yo'l hisoblanadi.

Elektron tijorat nafaqat mahsulotlarni onlayn sotish jarayoni, balki butun biznes modelini raqamlashtirishni, logistika, marketing va mijozlar bilan ishlash jarayonlarini yangi bosqichga olib chiqishni anglatadi. Ayniqsa, global pandemiya davrida an'anaviy chakana savdo cheklovlari yuzaga kelganida, elektron tijorat kanallari yengil sanoatning barqarorligini ta'minlashda hal qiluvchi rol o'ynadi. Bu maqolaning maqsadi yengil sanoat korxonalarida elektron tijoratni joriy etishning nazariy asoslari va amaliy strategiyalarini tahlil qilish, shuningdek, uning samaradorligini oshirish bo'yicha aniq tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat.



Elektron tijorat orqali yengil sanoat korxonalari o'z mahsulotlarini ikki asosiy model orqali sotishadi: B2C (Business-to-Consumer) – to'g'ridan-to'g'ri yakuniy iste'molchiga, va B2B (Business-to-Business) – ulgurji xaridorlarga yoki distribyutorlarga. B2C modeli brendga o'z imidji ustidan to'liq nazorat beradi va vositachilarsiz yuqori marja olish imkonini taqdim etadi, biroq u kuchli raqamli marketing va murakkab "so'nggi mil" logistikasini talab qiladi. B2B esa xomashyo, yarim tayyor mahsulotlar yoki yirik partiyalarni sotishda samara berib, ishlab chiqarish zanjirining shaffofligini oshiradi.

Yengil sanoat korxonalarida ishlab chiqarish tsiklini raqamli savdo tizimi bilan integratsiya qilish mahsulot tannarxini pasaytirish, ombor zaxiralarini optimallashtirish va iste'molchi talabiga tezkor javob berish imkonini beradi. Mazkur maqolada aynan yengil sanoat korxonalarining elektron tijoratga o'tishidagi iqtisodiy afzalliklari va mavjud imkoniyatlari atroflicha ko'rib chiqiladi.

Yengil sanoatda elektron tijoratning iqtisodiy mohiyati va afzalliklari

Elektron tijorat deganda tovar va xizmatlarni axborot tarmoqlari (internet) orqali sotish, sotib olish va ayirboshlash tushuniladi. Yengil sanoat korxonalari uchun bu tizim bir necha muhim yo'nalishlarni qamrab oladi: biznesdan biznesga (B2B), biznesdan iste'molchiga (B2C) va biznesdan davlatga (B2G).

To'qimachilik korxonalari uchun B2B modeli xomashyo yetkazib beruvchilar va ulgurji xaridorlar bilan aloqalarni avtomatlashtirish imkonini bersa, B2C modeli brend mahsulotlarini to'g'ridan-to'g'ri yakuniy iste'molchiga yetkazib berishni ta'minlaydi. Bu jarayonda vositachilarning kamayishi mahsulot narxining arzonlashishiga va korxona foyda marjasining oshishiga olib keladi.

Elektron tijoratning joriy etilishi korxonaga quyidagi imkoniyatlarni taqdim etadi:



Global bozorga chiqish: Mahalliy korxona o'z mahsulotlarini dunyoning istalgan nuqtasidagi xaridorga namoyish etishi mumkin.

Marketing xarajatlarini kamaytirish: An'anaviy reklamaga qaraganda raqamli marketing (SMM, SEO) ancha arzon va maqsadli auditoriyaga yo'naltirilgan bo'ladi.

Mijozlar bilan qayta aloqa: Ijtimoiy tarmoqlar va veb-saytlar orqali iste'molchilarning didi va ehtiyojlarini real vaqt rejimida o'rganish imkoniyati paydo bo'ladi.

Hozirgi vaqtda yengil sanoat mahsulotlari savdosida Amazon, Alibaba, Wildberries va mahalliy Uzum Market kabi platformalar yetakchilik qilmoqda. Ushbu maydonchalar korxonalarga tayyor logistika va to'lov tizimlarini taqdim etadi. Yengil sanoat korxonasi o'zining shaxsiy internet do'konini yaratishi yoki mavjud marketpleyslar orqali savdoni yo'lga qo'yishi mumkin.

Shaxsiy internet do'kon brend imidjini shakllantirish uchun xizmat qilsa, marketpleyslar tayyor trafik va auditoriyani taqdim etadi. Korxonalar ushbu ikki yo'nalishni kombinatsiya qilish orqali maksimal natijaga erishishlari mumkin. Elektron tijorat tizimida mahsulotning vizual ko'rinishi (foto va video kontent) savdoning 70-80% muvaffaqiyatini belgilaydi. Shu sababli, korxonalarda raqamli kontent yaratish bo'limlarining tashkil etilishi muhim ahamiyatga ega.

Elektron tijoratning samaradorligi yetkazib berish xizmati bilan bevosita bog'liq. Yengil sanoat mahsulotlari (kiyim-kechak, uy to'qimachiligi) logistika uchun juda qulay ob'ekt hisoblanadi: ular og'ir emas, uzoq muddat saqlashga chidamli va maxsus harorat talab qilmaydi. Biroq, onlayn savdoda "qaytarib berish" (returns) ko'rsatkichi yuqoriligi sababli, korxonalar qayta logistika tizimini to'g'ri yo'lga qo'yishlari kerak.



Zamonaviy korxonalar ERP (Enterprise Resource Planning) tizimlarini elektron tijorat saytlari bilan integratsiya qilmoqda. Bu saytda buyurtma berilgan zahoti ombordagi mahsulot sonining kamayishi va ishlab chiqarish bo'limiga yangi vazifa tushishini ta'minlaydi. Bunday avtomatlashtirish inson omili xatolarini nolga tushiradi.

Yengil sanoatda iste'molchi mahsulotni ushlab ko'ra olmasligi onlayn savdoning asosiy to'sig'idir. Buni bartaraf etish uchun korxonalar innovatsion usullardan foydalanmoqda:

3D model va Virtual kiyib ko'rish: Mijoz o'z parametrlarini kiritib, kiyim unga qanday turishini ekranda ko'ra oladi.

Influencer marketing: Mashhur blogerlar va jamoatchilik fikri yetakchilari orqali mahsulotni reklama qilish.

Personalizatsiya: Mijozning oldingi xaridlaridan kelib chiqib, unga mos keladigan yangi mahsulotlarni tavsiya qilish (Sun'iy intellekt yordamida).

Respublikamizda "Yengilsanoat" tarmog'i jadal rivojlanmoqda. Hozirda ko'plab mahalliy brendlar elektron tijoratdan muvaffaqiyatli foydalanmoqda. Biroq, sohada hali hal qilinishi lozim bo'lgan muammolar ham mavjud:

Kichik va o'rta korxonalarda raqamli marketing bo'yicha mutaxassislarning yetishmasligi.

Xalqaro to'lov tizimlari (PayPal va boshqalar) bilan integratsiyaning murakkabligi.

Xalqaro yetkazib berish (ekspres-pochta) xarajatlarining yuqoriligi.



Ushbu muammolarni bartaraf etish uchun davlat tomonidan elektron tijorat sohasida soliq imtiyozlari berilishi va logistika infratuzilmasi yaxshilanishi muhim qadam bo'ldi.

Yengil sanoat korxonalarida elektron tijorat imkoniyatlaridan foydalanish — bu shunchaki trend emas, balki yashab qolish zaruriyatidir. Raqamli platformalar korxonalarga minimal xarajat bilan maksimal foyda olish va dunyo bozoriga integratsiyalashuv imkonini beradi.

Yengil sanoatda xalqaro savdoni kengaytirishda B2B (Business-to-Business) portallarining o'рни beqiyosdir. Ushbu platformalar orqali korxonalar xalqaro tenderlarda ishtirok etishi, yirik xorijiy do'konlar zanjiri bilan to'g'ridan-to'g'ri aloqa o'rnatishi mumkin.

B2B platformalarda mahsulotning texnik pasporti, mato tarkibi, ekologik sertifikatlar (masalan, OEKO-TEX yoki GOTS) raqamli ko'rinishda yuklanadi. Xorijiy hamkor matoning sifatini masofadan turib, laboratoriya tahlillari va raqamli sertifikatlar orqali tekshirishi mumkin. Bu esa uzoq davom etadigan muzokaralar va namunalar yuborish jarayonini bir necha barobarga qisqartiradi, natijada eksport shartnomalarining bajarilish unumdorligi oshadi.

Korxona o'zining raqamli savdo kanalini yo'lga qo'yganda, axborot xavfsizligi masalasi eng asosiy texnik talabga aylanadi. Mijozlarning shaxsiy ma'lumotlari va tranzaksiyalari HTTPS protokoli va SSL (Secure Sockets Layer) sertifikatlar orqali shifrlanishi shart.

Yengil sanoat korxonalarida elektron tijoratni yanada rivojlantirishning istiqbolli yo'nalishlaridan biri bu "Agile" (tezkor) ishlab chiqarish tizimini raqamli savdo bilan integratsiya qilishdir. An'anaviy modelda korxona katta hajmdagi tovarlarni ishlab chiqarib, keyin ularni sotishga harakat qilsa, elektron tijorat imkoniyatlari "avval sotish, keyin ishlab chiqarish" tamoyilini joriy etishga imkon



beradi. Bu jarayonda onlayn platformalardan olingan real vaqtdagi ma'lumotlar dizaynerlar va texnologlar uchun asosiy ko'rsatkich bo'lib xizmat qiladi. Iste'molchilarning onlayn qidiruvlari, savatchaga qo'shilgan mahsulotlar va ijtimoiy tarmoqlardagi "layk"lar tahlili orqali qaysi modelga talab yuqori ekanligi aniqlanadi. Bu esa yengil sanoatda eng katta muammo hisoblangan xomashyo va tayyor mahsulot isrofgarchiligini 40 foizgacha kamaytirishga xizmat qiladi. Raqamli dunyoda mahsulotning "hayotiy sikli" o'ta qisqa bo'lganligi sababli, korxonalar o'z ishlab chiqarish quvvatlarini tezkor o'zgartirishga tayyor bo'lishlari lozim.

Elektron tijoratning texnologik infratuzilmasida sun'iy intellekt (AI) va mashinali o'rganish algoritmlarining o'rni yil sayin ortib bormoqda. Xususan, yengil sanoatda "Virtual Fitting" yoki "Aqlli o'lcham" tizimlari onlayn xaridorning tana parametrlarini skanerlash orqali unga eng mos keladigan kiyim o'lchamini tavsiya etadi. Bu texnologiya onlayn savdodagi eng katta to'siq — mahsulotning mos kelmasligi sababli uni qaytarib berish holatlarini minimallashtiradi. Ma'lumki, kiyim-kechak savdosida qaytarilgan tovarlarni qayta ishlash, logistika va qadoqlash korxona uchun qo'shimcha 15-20 foiz xarajat tug'diradi. Sun'iy intellekt asosidagi tavsiya tizimlari (Recommendation Engines) esa mijozga uning didiga mos keladigan qo'shimcha aksessuarlarni taklif qilish orqali "o'rtacha chek" miqdorini oshiradi. Shu bilan birga, chatbotlar va avtomatlashtirilgan mijozlarga xizmat ko'rsatish tizimlari kuniga 24 soat davomida minglab xaridorlar bilan muloqot qilib, sotuv hajmini ko'paytirishga yordam beradi.

Global iqtisodiy integratsiya sharoitida yengil sanoat mahsulotlarini elektron eksport (e-export) qilishda to'lov tizimlarining xavfsizligi va blokcheyn texnologiyasi yangi ufqlar ochmoqda. Blokcheyn orqali har bir ishlab chiqarilgan kiyim-kechakning "raqamli pasporti"ni yaratish imkoniyati paydo bo'ldi. Bu pasportda matoning tarkibi, uning qayerda yetishtirilgani, bo'yash jarayonida qanday kimyoviy moddalar ishlatilgani va hatto tikuvchining mehnat sharoitlari



haqida ma'lumotlar saqlanadi. G'arbiy Yevropa va Shimoliy Amerika bozorlarida iste'molchilar aynan "axloqiy va ekologik ishlab chiqarish" tamoyillariga asoslangan brendlarni afzal ko'rmoqda. Elektron tijorat platformalari ushbu ma'lumotlarni xaridorga shaffof tarzda taqdim etish orqali brendga bo'lgan ishonchni va sodiqlikni mustahkamlaydi. Shuningdek, smart-kontraktlar yordamida eksport amaliyotlaridagi hujjat aylanishi raqamlashtirilib, bojxona va bank to'lovlari jarayoni bir necha barobar tezlashadi.

Logistika sohasida esa "Omnichannel" yoki ko'p kanalli yetkazib berish strategiyasi yengil sanoat korxonalari uchun eng samarali modelga aylandi. Bu modelda korxonaning oflayn do'konlari onlayn buyurtmalarni tarqatish punktlari (pick-up points) yoki mini-omborlar sifatida ishlaydi. Bu esa yetkazib berish muddatini bir necha kundan bir necha soatga qisqartiradi. Shuningdek, yirik marketpleyslar bilan hamkorlik qilishda "Cross-border e-commerce" (chegaralararo elektron tijorat) imkoniyatlaridan foydalanish mahalliy korxonalar uchun juda muhimdir. Masalan, mahsulotni Rossiya yoki Qozog'istondagi logistik markazlarda saqlash orqali mahalliy ishlab chiqaruvchilar o'sha davlat ichidagi ichki do'konlar kabi tez va sifatli xizmat ko'rsatish darajasiga chiqadilar. Bu jarayonda davlat tomonidan eksport qiluvchi korxonalarga logistika xarajatlarning bir qismini qoplab berish mexanizmi raqobatbardoshlikni oshirishda asosiy drayver bo'lib xizmat qiladi.

Quyidagi jadvalda o'zgarish samaradorligin ko'rishimiz mumkin ,

Ko'rsatkich nomi	An'anaviy savdo	Elektron tijorat	O'zgarish samarasi
Savdo marjasi (%)	15-20%	35-50%	+20-30% o'sish



Bozorga chiqish tezligi	3-6 oy	1-2 hafta	10 baravar tezroq
Marketing harajatlari	TV tashqi reclama(yuqori)	Maqsadli(target) reklama	Harajatning samaradorligi 3 barovar ortadi
Mijoz haqida ma'lumot	Mavjud emas	To'liq(yoshi,qiziqishi)	Mukammal segmentatsiya
Geografik qamrov	Cheklangan hudud	Dunyo miqyosida	Chegarasiz

Hozirgi vaqtda yengil sanoat korxonalari faqat bitta kanal (masalan, faqat veb-sayt yoki faqat do'kon) orqali savdo qilish bilan cheklanib qolmasligi kerak. Omnichannel (ko'p kanalli) strategiyasi iste'molchiga mahsulotni onlayn ko'rib, offlayn do'konda kiyib ko'rish yoki onlayn sotib olib, o'ziga yaqin bekatdan olib ketish imkonini beradi.

Bu tizimda mijozning barcha ma'lumotlari yagona bazada jamlanadi. Agar xaridor Instagram tarmog'ida kiyimni savatchaga qo'shgan bo'lsa, u saytga kirganda ham o'sha mahsulotni savatda ko'radi. Bu usul mijozning korxonaga bo'lgan sodiqligini (loyalty) oshiradi va sotuv ehtimolini 30% ga ko'paytiradi. Yengil sanoatda ayniqsa kiyim-kechak brendlari uchun bu strategiya hayotiy zaruriyatdir, chunki mijoz har doim tanlash erkinligini va qulaylikni qadrlaydi.

Yengil sanoat korxonalarida elektron tijorat imkoniyatlarini kengaytirishda sun'iy intellekt (AI) algoritmlari hal qiluvchi rol o'ynaydi. Marketpleyslar va shaxsiy internet-do'konlardan to'plangan "Katta ma'lumotlar" korxonaga quyidagi tahlillarni taqdim etadi:



Talabni bashorat qilish: AI algoritmlari o'tgan mavsumdagi savdolar, ob-havo ma'lumotlari va trendlarni tahlil qilib, kelasi oyda qaysi rangdagi va qaysi o'lchamdagi kiyimlarga talab yuqori bo'lishini aniqlaydi. Bu esa omborlarda sotilmay qoladigan (deadstock) mahsulotlar hajmini 20-25% ga kamaytiradi.

Virtual yordamchilar (Chat-botlar): Mijozlarning o'lcham bo'yicha savollariga, yetkazib berish holatiga oid so'rovlariga AI chat-botlari 24/7 rejimida javob beradi. Bu esa xizmat ko'rsatish xarajatlarini kamaytiradi.

Dinamik narx shakllantirish: Raqobatchilarning narxlari va bozordagi talabga qarab, tizim mahsulot narxini real vaqt rejimida o'zgartirishi mumkin, bu esa maksimal foyda olishni ta'minlaydi.

Elektron tijoratda mahsulotni vizualizatsiya qilish: 3D va AR texnologiyalari

Yengil sanoatda onlayn savdoning eng katta muammosi — mijozning mahsulotni kiyib ko'ra olmasligidir. Shu sababli, Kengaytirilgan borliq (AR - Augmented Reality) va 3D modellashtirish imkoniyatlari ushbu muammoga raqamli yechim bo'lmoqda.

Zamonaviy yengil sanoat korxonalari o'z mahsulotlarining 3D modellarini yaratib, ularni virtual "kiyib ko'rish xonalariga" joylashtirmoqda. Mijoz o'z bo'yi va vaznini kiritganda, tizim kiyimning qayeri tor yoki qayeri keng turishini vizual ko'rsatib beradi. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, AR texnologiyasini qo'llagan do'konlarda mahsulotni qaytarib berish ko'rsatkichi 40% ga kamaygan. Bu logistika xarajatlarini tejash va mijoz mamnuniyatini oshirishning eng samarali usulidir.

O'zbekiston yengil sanoat korxonalari uchun elektron tijorat nafaqat chakana savdo (B2C), balki yirik eksport shartnomalarini tuzish (B2B) uchun ham ulkan maydondir. <https://www.google.com/search?q=Alibaba.com>, Global Sources yoki Europages kabi platformalar orqali mahalliy to'qimachilik korxonalari Yevropa va AQShdan yirik buyurtmachilarni topishmoqda.



Elektron tijoratning "ko‘rinmas" qismi — bu samarali infratuzilmadir. Yengil sanoatda bu ayniqsa logistika va to‘lov tizimlarida o‘z aksini topadi.

Integratsiyalashgan Logistika: Onlayn buyurtmalarni o‘z vaqtida va yetkazib berish tannarxini optimallashtirgan holda yetkazish uchun Ta‘minot Zanjirini Boshqarish va Omborxona Boshqaruvi tizimlarining ET platformasi bilan integratsiyasi zarur. . Logistikada eng muhim bosqich – bu "So‘nggi mil"

Qaytarish Muammosi: Kiyim-kechak va poyabzal mahsulotlarida qaytarish darajasi yuqori bo‘lgani sababli, qaytarish jarayonini xaridor uchun sodda va bepul qilish tizimini yaratish talab etiladi.

To‘lov Xavfsizligi: Onlayn to‘lovlarni qabul qilish uchun xavfsiz to‘lov shlyuzlari va ma‘lumotlarni himoya qilish mexanizmlari joriy etilishi kerak. Mahalliy bozorda to‘lov xilma-xilligini ta‘minlash, jumladan, yetkazib berishda naqd pul to‘lash imkoniyatini saqlab qolish zarur.

Elektron tijorat yengil sanoat korxonalari uchun shunchaki qo‘shimcha savdo kanali emas, balki global bozorlarda raqobatbardoshlikni ta‘minlovchi asosiy vositadir. Raqamli dunyoga o‘tish korxonalardan nafaqat texnologiyaga, balki marketingga, ta‘minot zanjirini raqamlashtirishga va mijozlarga yo‘naltirilgan xizmat ko‘rsatishga jiddiy investitsiyalarni talab qiladi.

Mahalliy yengil sanoat korxonalari o‘z imkoniyatlarini maksimal darajada oshirish uchun quyidagi tavsiyalarga amal qilishlari lozim:

Raqamli Ko‘rinishni Kuchaytirish: Vizual kontentni (foto, video, 3D model) doimiy yangilab borish va mobil tijoratga ustuvorlik berish.

Omnikanal Strategiyasi: Jismoniy do‘konlar, shaxsiy veb-saytlar va Marketplaceslarni yagona inventarizatsiya tizimi orqali birlashtirish.



Xalqaro ET Ga E'tibor: Xomashyo va ulgurji savdo uchun B2B platformalaridan, yakuniy mahsulot uchun esa global B2C kanallaridan faol foydalanish.

Kelajakda yengil sanoat korxonalarining elektron tijoratdagi o'rnini "Metaverse" yoki virtual olamlar bilan ham bog'liq bo'ladi. Hozirdanoq yirik global brendlar virtual kiyimlar (digital fashion) sotuvini yo'lga qo'ygan bo'lib, bu yo'nalish yaqin o'n yillikda milliardlab dollar aylanmaga ega bo'lishi bashorat qilinmoqda. O'zbekiston kabi yosh va IT-salohiyati o'sib borayotgan davlatlar uchun ushbu "kreativ iqtisodiyot" yo'nalishida o'z o'rnini topish strategik ahamiyatga ega. Buning uchun yengil sanoat dizaynerlari 3D-modellashtirish va grafik dizayn ko'nikmalarini egallashlari, korxonalar esa raqamli aktivlarni boshqarish tizimlarini joriy etishlari lozim. Raqamli transformatsiya faqatgina kompyuterlashtirish emas, balki butun boshli sanoat madaniyatini mijozga yo'naltirilganlik, shaffoflik va tezkorlik prinsiplari asosida qayta qurishdir. Ushbu maqsadlarga erishish orqali yengil sanoat tarmog'i milliy iqtisodiyotning raqamli yetakchisiga aylanishi uchun barcha imkoniyatlar mavjud.

Foydalanilgan adabiyotlar :

1. O'zbekiston Respublikasining 2022-yilgi "Elektron tijorat to'g'risida"gi yangi tahrirdagi Qonuni.
2. Gulyamov S.S. "Raqamli iqtisodiyot: tushunchalar va texnologiyalar". – T.: TMI, 2021.
3. Laudon K., Traver C. "E-commerce 2023: Business, Technology, Society". – Pearson Education, 2023.
4. "Yengil sanoat tarmog'ini 2025-yilgacha rivojlantirish konsepsiyasi". O'zbekistonda to'qimachilik va tikuv-trikotaj sanoati hisoboti.
5. "Statistika byulleteni: O'zbekiston Respublikasida tashqi savdo aylanmasi". – T.: 2024.
6. www.lex.uz – O'zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari ma'lumotlari milliy bazasi.
7. www.uzts.uz – "O'zto'qimachilik sanoati" uyushmasi rasmiy sayti.