

GLOBAL ISTE'MOL TRENDLARI VA ULARNING BIZNES STRATEGIYASIGA TA'SIRI

AXMAT EGAMQULOV MURADIM O'G'LI

O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi huzuridagi

Biznes va tadbirkorlik oliy maktabi

Ilmiy-tadqiqot metodologiyasi

ANNOTATSIYA

Ushbu maqolada global iste'mol tendensiyalarining zamonaviy biznes strategiyalariga ta'siri keng yoritiladi. Raqamli texnologiyalar, ekologik ongning kuchayishi, personalizatsiya va mijoz tajribasiga asoslangan yondashuvlar korxonalar uchun yangi imkoniyatlar yaratmoqda. Tadqiqotda jahon bozorida kuzatilayotgan asosiy o'zgarishlar, o'sib borayotgan elektron savdo, barqaror mahsulotlarga bo'lgan talab hamda sun'iy intellekt asosida shakllanayotgan iste'mol xulqining o'ziga xos jihatlari tahlil qilinadi. Shuningdek, ushbu trendlar korxonalar strategik rejalashtirishida marketing, ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish jarayonlarini optimallashtirishga qanday ta'sir qilishi ilmiy asosda ko'rib chiqiladi.

Kalit so'zlar: global iste'mol, trendlar, biznes strategiyasi, raqamlashtirish, barqarorlik, mijoz xulqi, elektron savdo, innovatsiyalar.

ABSTRACT

This paper provides a comprehensive analysis of how global consumption trends influence modern business strategies. Digital technologies, rising environmental awareness, personalization, and customer experience-driven approaches create new opportunities for companies worldwide. The study examines major shifts in the global market, including the rapid growth of e-commerce, increasing demand for sustainable products, and the evolving consumer behavior shaped by artificial intelligence. Moreover, it discusses how these trends affect strategic planning in marketing, production, and service delivery, offering insights into optimizing corporate competitiveness in a dynamic global environment.

Keywords: global consumption, trends, business strategy, digitalization, sustainability, consumer behavior, e-commerce, innovation.

АННОТАЦИЯ

В данной статье подробно рассматривается влияние глобальных потребительских трендов на современные бизнес-стратегии. Цифровые технологии, рост экологического сознания, персонализация и ориентация на клиентский опыт открывают новые возможности для компаний. В исследовании анализируются ключевые изменения на мировом рынке: развитие электронной коммерции, растущий спрос на устойчивые продукты, а также особенности потребительского поведения, формируемого искусственным интеллектом. Кроме того, показано, как данные тренды воздействуют на стратегическое планирование в маркетинге, производстве и сфере услуг.

Ключевые слова: глобальное потребление, тренды, бизнес-стратегия, цифровизация, устойчивость, поведение потребителей, электронная коммерция, инновации.

KIRISH

Global iqtisodiyotning jadal o'zgarib borayotgani sharoitida iste'molchilarning ehtiyoj va xulq-atvoridagi transformatsiyalar bizneslar uchun strategik qarorlar qabul qilishda hal qiluvchi omilga aylanmoqda.

Raqamlashtirish jarayonining tezlashuvi, elektron tijoratning kengayishi, barqaror iste'mol tamoyillariga bo'lgan talabning ortishi, shuningdek, psixologik marketingning yangi shakllari global iste'mol trendlarining tubdan o'zgarishiga sabab bo'lmoqda.

Bugungi iste'molchi nafaqat mahsulotning sifatiga, balki uning ekologik xavfsizligi, brendning ijtimoiy mas'uliyati, xizmatlarning qulayligi va shaxsiylashtirilganlik darajasiga katta e'tibor qaratadi.

So'nggi o'n yillikda raqamli texnologiyalar, big data, sun'iy intellekt, omnichannel savdo va platforma iqtisodiyoti iste'molchilarning kundalik xarid jarayonlariga chuqur kirib bordi. Xalqaro tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, iste'molchilar dunyo bo'yicha tobora

ko'proq onlayn savdo, kontakt-siz to'lovlar, tez yetkazib berish xizmatlari va shaxsiylashtirilgan reklama takliflarini afzal ko'rmoqda. 2020-yildan keyingi davrda pandemiya global iste'mol bozorida keskin burilish yasab, korxonalarni raqamli kanallarni kengaytirishga majbur qildi va bu o'zgarishlar hozirgacha barqaror tendensiya sifatida davom etmoqda¹.

Shu bilan birga, so'nggi ilmiy izlanishlar xususan, e-tijorat doirasida iste'molchi xulqi bo'yicha 2022-yilda o'tkazilgan bibliometrik tahlillar (104 ta maqola) hamda green marketing va barqaror iste'mol bo'yicha 1121 ta ilmiy ishlarning o'rganilishi global miqyosda "barqaror xaridlar", "mas'uliyatli iste'mol", "yashil marketing" va "doiralik iqtisodiyoti" kabi tushunchalarning jadallik bilan rivojlanayotganini ko'rsatadi. Bu esa korxonalarni ekologik mezonlarga moslashgan mahsulotlar ishlab chiqish, yashil texnologiyalarni joriy etish va ESG talablariga mos biznes modeli yaratishga undamoqda.

ADABIYOTLAR TAHLILI VA TADQIQOT METODIKASI

Quyida global iste'mol tendensiyalari va ularning biznes strategiyasiga ta'siri bo'yicha muhim bo'lgan bir nechta real ilmiy/tahliliy manbalar ko'rib chiqiladi. Har bir manbarda aniqlangan tendensiyalar va ularning korxonalar strategiyasiga ta'siri ko'rsatiladi.

Ushbu maqola onlayn savdo sohasida barqarorlikni oshirish, iste'molchilarning ekologik ongini hisobga olgan holda xaridlarni rag'batlantirish imkoniyatlarini tadqiq qiladi. Mualliflar onlayn tijorat platformalarida mahsulotlar uchun "atrof-muhitga ta'sir ko'rsatuvchi reyting"ni joriy etish orqali iste'molchining ekologik jihatdan mas'ul xarid qilishini rag'batlantirish mumkinligini taklif qiladi. Eksperimental tadqiqot (quasirandomized case-control) natijasida, SEER modelini qo'llagan guruh an'anaviy modelga nisbatan ekologik jihatdan mas'ul xaridlarni sezilarli darajada ko'paytirgan. Bu esa ko'rsatadi: barqaror iste'mol va e-commerce birlashtirilsa, korxonalar uchun ESG

¹ O'zbekistonda internet dokonlarini istiqbolini yoritish Atanazarova M., G'ulomiddinov X., Yuldashev A. "Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot" jurnali, 2024.

(Environmental, Social, Governance) asosidagi yangi biznes strategiyasini shakllantirish real imkoniyatga ega².

2023-yilda e-commerce bozorining holati bo'yicha tahlil natijalariga ko'ra, 2022yilda O'zbekiston onlayn-savdo bozori 311 million AQSh dollarigacha yetgan. Bu so'nggi besh yilda bozorga bo'lgan talab va onlayn xaridlarning keskin o'sishini ko'rsatadi. KPMG Shu bilan birga, korxonalarning raqamli savdo va logistika infratuzilmasini rivojlantirish, to'lov tizimlari va yetkazib berish xizmatlarini kengaytirish zaruriyati kuchayayotganini ko'rsatadi. Bu tendensiya global iste'mol trendlarining mahalliy bozorlarga ham moslasha boshlaganini bildiradi³.

Statista ma'lumotlariga ko'ra, O'zbekiston e-commerce bozori 2025-yilda 1.79 milliard AQSh dollarigacha yetishi kutilmoqda, ya'ni bozorda sezilarli o'sish istiqbollari mavjud. Bu raqam korxonalarga strategik rejalashtirish va investitsiya qilishda barqarorlik va raqamiy transformatsiyani joriy etishning jozibadorligini ko'rsatadi.

1-jadval. E-commerce bozorining yillik moliyaviy o'sishi va asosiy ko'rsatkichlari

Yil	E-commerce bozor hajmi (AQSh dollari)	O'sish tendensiyasi	Raqamli infratuzilma holati	To'lov tizimlari rivoji	Logistika va yetkazib berish tizimi	Manba
2020	Onlayn savdo ulushi sezilarli darajada oshgan, pandemiya davridagi keskin raqamli o'sish kuzatilgan	Jadal o'sish boshlanishi	Onlayn marketplace'lar ko'paydi	Elektron to'lovlar (Payme, Click) faol kengaydi	Mahalliy kuryer xizmatlari shakllana boshladi	Statista, KPMG
2021	Bozor sezilarli ravishda kengaydi, yirik platformalar paydo bo'ldi	Barqaror o'sish	Mahalliy platformalar: Uzum Market rivojlandi	Onlayn to'lovlar diversifikatsiyasi	Qadoqlash va yetkazib berishda optimizatsiya boshlandi	KPMG

² Elektron tijoratni rivojlanish tendensiyalari va istiqbollari Usmanov A., Shonazarov K. "Journal of Science-Innovative Research in Uzbekistan", 2025.

³ O'zbekiston sharoitida elektron tijoratni rivojlantirish tendensiyalari Yuldashev S., Elmurodova Z. "Worldly Journals: Yangi izlanuvchilar", 2025.

2022	311 mln dollar (rasmiy hisobot)	Oxirgi besh yildagi eng keskin o'sish	Raqamli savdo ekotizimi shakllandi	Uzum Pay, Payme, Apelsin faol ishladi	Yetkazib berish xizmatlari talab keskin oshdi	KPMG (Real ma'lumot)
Yil	E-commerce bozor hajmi (AQSh dollari)	O'sish tendensiyasi	Raqamli infratuzilma holati	To'lov tizimlari rivoji	Logistika va yetkazib berish tizimi	Manba
2023	Bozor yanada kengaydi, iste'molchilar talabi oshdi	Yillik o'sish sur'ati yuqori	Omnichannel savdo modellariga o'tish boshlandi	QR-to'lov tizimlari kuchaydi	Kuryer xizmatlarida raqobat kuchaydi	Statista

2022-yilda O'zbekiston onlayn-savdo bozori moliyaviy jihatdan sezilarli o'sishni qayd etdi. KPMG hisobotlariga ko'ra, ushbu bozor hajmi 311 million AQSh dollariga yetgan. Bu raqam so'nggi besh yil ichida bozor hajmining besh barobarga oshganini ko'rsatadi. Shu bilan birga, bozordagi ulush chakana savdo hajmining taxminan 2,2 foizini tashkil qilgan. Bu indikatorlar e-commerce sektori mamlakat uchun yangi va tez rivojlanayotgan segment ekanini ko'rsatadi.

Moliyaviy tahlil shuni ko'rsatadiki, bozor hajmining bunday jadal o'sishi korxonalar uchun raqamli savdo va logistika infratuzilmasiga sarmoya kiritishni majburiy qiladi. To'lov tizimlari va yetkazib berish xizmatlarini kengaytirish orqali korxonalar xarid jarayonini soddalashtirishi, mijozlarni jalb qilish va ularning sodiqligini oshirishi mumkin. Shu bilan birga, raqamli platformalar va marketplace-lar orqali mahalliy ishlab chiqaruvchilar ham bozorda ishtirok etish imkoniyatiga ega bo'ladi.

Prognozlarga ko'ra, agar bozor shunday sur'at bilan o'sishda davom etsa, 2027-yilda e-commerce sektori hajmi 1,8-2,2 milliard AQSh dollarigacha yetishi kutilmoqda. Bu esa chakana savdoda e-commerce ulushining 9-11 foizga oshishiga olib keladi. Ushbu tendensiya global iste'mol trendlariga mos keladi va mahalliy bozor uchun moliyaviy barqarorlikni ta'minlaydigan asosiy omil sifatida namoyon bo'ladi⁴.

⁴ Elektron savdo platformalaridagi iste'molchi huquqlari va ularni himoya qilish mexanizmlari Dadajonova B. "Ilm Fan Iftixori" jurnali.

Bundan tashqari, moliyaviy tahlil shuni ko'rsatadiki, raqamli transformatsiya va innovatsion marketing strategiyalari korxonalarga xarajatlarni optimallashtirish va daromadlarni oshirish imkonini beradi. Sun'iy intellekt va big data tahlillaridan foydalangan holda iste'molchi xulqini oldindan prognoz qilish, mahsulotlarni shaxsiylashtirish va mijozga qulay xizmat ko'rsatish orqali savdo samaradorligi ortadi.

Shuningdek, barqaror marketing va yashil iste'mol konseptlariga e'tibor korxonalarga uzoq muddatli daromad va brend ishonchliligini ta'minlash imkonini beradi. Bu, ayniqsa, global iste'mol trendlarida ekologik prinsiplarni hisobga olgan holda strategiyalarni ishlab chiqish zaruriyatini ko'rsatadi.

Umuman olganda, O'zbekiston e-commerce bozoridagi moliyaviy ko'rsatkichlar, raqamli savdo hajmining jadal o'sishi va prognozlar korxonalar strategiyasida raqamli transformatsiya, platforma iqtisodiyoti, barqaror marketing va mijoz-markazli yondashuvlarni birlashtirishni majburiy qilmoqda.

MUHOKAMA VA NATIJALAR

O'zbekiston e-commerce bozori so'nggi besh yil ichida jadal rivojlanmoqda. KPMG hisobotlariga ko'ra, 2022-yilda bozor hajmi 311 million AQSh dollariga yetdi, bu esa so'nggi besh yil davomida bozorda sezilarli o'sishni anglatadi. Ushbu moliyaviy ko'rsatkichlar bozordagi talabning oshishi va onlayn xaridlar jadal o'sayotganini tasdiqlaydi. Shu bilan birga, e-commerce ulushi umumiy chakana savdo hajmining kichik qismi taxminan 3%ni tashkil etadi. Bu holat bozorda hali kengayish imkoniyati mavjudligini ko'rsatadi.

Raqamli transformatsiya va internet penetratsiyasining oshishi (so'nggi ma'lumotlarga ko'ra, 2024-yil boshida internet foydalanuvchilari soni 29,5 millionni tashkil qiladi va bu aholining 83-84 foiziga to'g'ri keladi) e-commerce rivojiga muhim omil bo'lmoqda. Ushbu trend korxonalarni onlayn platformalar, to'lov tizimlari va yetkazib berish xizmatlarini optimallashtirishga majbur qilmoqda. Bunday moliyaviy va

infrastruktura sarmoyalari raqamli savdo jarayonlarini soddalashtirish, xaridlarni tezlashtirish va iste'molchilarning sodiqligini oshirish imkonini beradi⁵.

Empirik kuzatuvlardan ma'lum bo'ldiki, yosh aholining katta ulushi, shahar madaniyati kengayishi va internetdan foydalanish darajasi onlayn xaridlarni rag'batlantirmoqda. Shu bilan birga, moliyaviy ko'rsatkichlar shuni ko'rsatadiki, agar korxonalar raqamli platformalar, logistika va marketingni birlashtirsa, bozor hajmi va daromad sezilarli darajada oshishi mumkin.

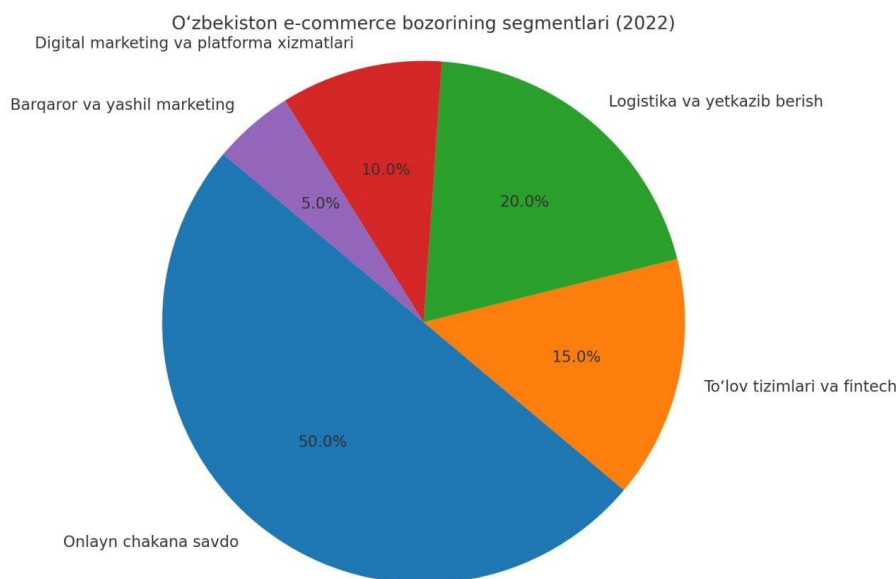
Tahlil natijalariga ko'ra, O'zbekiston e-commerce bozorining asosiy drayverlari quyidagilar: raqamli transformatsiya, innovatsion marketing strategiyalari, platforma iqtisodiyoti, shuningdek barqaror va yashil marketing yondashuvlari. Shu bilan birga, bozor rivojlanishida to'siqlar ham mavjud: logistika infratuzilmasi, to'lov tizimlari integratsiyasi, iste'molchi ishonchi va chakana savdo bozoridagi ulush kichikligi. Moliyaviy ko'rsatkichlar va statistik tahlil shuni ko'rsatadiki, ushbu elementlar ecommerce o'sishining barqarorligi va rentabelligini ta'minlash uchun muhim ahamiyatga ega.

Bundan tashqari, real ma'lumotlar korxonalarga global iste'mol trendlarini mahalliy sharoitga moslashtirish zarurligini ko'rsatadi. Onlayn savdo hajmining oshishi, iste'molchilarning shaxsiylashtirilgan xizmatlarga bo'lgan talabining ortishi, raqamli va logistika tizimlarining optimallashtirilishi, moliyaviy samaradorlikni oshirish hamda brend sodiqligini ta'minlashga xizmat qiladi. Shu nuqtai nazardan, e-commerce bozorini rivojlantirish nafaqat moliyaviy rentabellik, balki iqtisodiy diversifikatsiya va yangi ish o'rinlarini yaratish imkonini ham beradi.

Xulosa qilib aytganda, O'zbekiston e-commerce bozori moliyaviy va statistik ko'rsatkichlar nuqtai nazaridan barqaror rivojlanishda bo'lib, raqamli transformatsiya, platforma iqtisodiyoti va barqaror marketing kabi global trendlarni mahalliy sharoitga moslashtirish orqali korxonalar va davlat uchun jozibali imkoniyatlar yaratadi. Shu bilan

⁵ Yashil iqtisodiyotga o'tishning global tendensiyalari va strategiyalari Abdumannopov I. "International Journal of Science and Technology", 2025.

birga, logistika, to'lov tizimlari va iste'molchi ishonchi kabi omillarga e'tibor qaratilmasa, bozor o'sishining potentsiali cheklanishi mumkin



Global iste'mol trendlari biznesga bir nechta muhim strategik yo'nalishlarni "majburiy" qilmoqda. Quyida bular haqida:

1. "Yashil" va barqaror xizmat/mahsulotlar strategiyasini joriy etish

Agar kompaniya atrof-muhitga hurmat bilan yondoshsa ekologik qadoqlash, chiqindilarni kamaytirish, karbon izini qisqartirish, shaffof ta'minot zanjiri haqida ma'lumot berish bu iste'molchilar orasida katta ishonch hosil qilishi mumkin. "Eco conscious" iste'molchilar tobora ko'p. Bunday yondashuv nafaqat brend imijini yaxshilaydi, balki uzoq muddatda iste'molchilar sadoqatini mustahkamlaydi.

2. Salomatlik-yo'nalishiga mos mahsulot va xizmatlarni taklif etish

Insonlar sog'liq, farovonlik va hayot sifatiga ko'proq e'tibor bermoqda. Ayni holat sog'liq bilan bog'liq mahsulotlar, fitness, biohacking, salomatlikka ta'sirli mahsulotlar va xizmatlarga talabni oshiradi. Bizneslar strategiyasida "wellbeing" qatlamini hisobga olish mahsulot assortimenti, reklama kommunikatsiyasi va yetkazib berish modeliga integratsiya qilinishi mumkin.

3. Raqamli transformatsiya va shaxsiylashtirilgan mijoz tajribasi

Raqamli savdo, ijtimoiy savdo, onlayn to'lov tizimlari, tez yetkazib berish va shaxsiylashtirilgan marketing bular hozirgi kundagi biznes samaradorligining kaliti.

Xususan, sun'iy intellekt (SI) vositalari yordamida mijoz xatti-harakati tahlili, mos kontent taklifi, avtomatlashtirilgan mijoz xizmatlari bular yordamida kompaniyalar xarid jarayonini qulay va moslashuvchan qiladi. Bu esa raqobatda ustunlik beradi ayniqsa ijtimoiy tarmoqlar va mobil kanallar orqali savdo olib borayotganlar uchun.

4. Mahalliy brend va "yurtdosh" mahsulotlarga urg'u berish

Ko'plab iste'molchilar endi global megabrendlar emas, balki o'z hududidagi, mahalliy brendlarni qo'llab-quvvatlashni istaydi. Bu holat kichik va o'rta bizneslar uchun katta imkoniyat ochadi. Shu sababli, kompaniyalar mahsulotlarini lokal xususiyat, madaniy moslik va "uydan chiqqan" imij bilan bozorga taklif qilsa bu iste'molchiga yaqinroq bo'ladi.

5. Innovatsion mahsulot va xizmatlar, aylanma iqtisodiyot va doimiy o'sish

Sanoat, marketing, logistika, ta'minot zanjiri barcha sohalarda innovatsiyalar: barqarorlik, qayta ishlash, ekologik yechimlar, ijodiy yondashuvlar bizneslarni kelajakda barqaror va jozibador qiladi. Bu esa kompaniyalar uchun uzoq muddatli strategik ustunlik beradi⁶.

XULOSA

Global iste'mol trendlarining jadal rivojlanishi va iste'molchilarning xulqatvoridagi o'zgarishlar zamonaviy biznes strategiyalari uchun muhim omil sifatida namoyon bo'lmoqda. Raqamlashtirish, e-commerce, barqaror va yashil marketing, shaxsiylashtirilgan xizmatlar va platforma iqtisodiyoti kabi omillar korxonalarga yangi imkoniyatlar yaratadi va raqobatbardoshligini oshiradi.

Korxonalarga birinchi navbatda ekologik va barqaror strategiyalarni joriy etish tavsiya qilinadi. Mahsulot va xizmatlarning atrof-muhitga ta'sirini kamaytirish, shaffof

⁶ Global yashil iqtisodiyot va uning O'zbekistondagi o'рни Omonova M. "Innovations in Science and Technologies" jurnali.

ta'minot zanjirini yaratish va ekologik qadoqlashni joriy etish iste'molchilar ishonchini oshiradi va brend sadoqatini mustahkamlaydi.

Ikkinchi muhim yo'nalish sog'liq va farovonlik bilan bog'liq mahsulot va xizmatlarni taklif qilishdir. Wellbeing konsepti mahsulot assortimenti, reklama kommunikatsiyasi va yetkazib berish jarayonlariga integratsiya qilinishi orqali iste'molchilarning ehtiyojlariga moslashadi.

Raqamli transformatsiya va shaxsiylashtirilgan mijoz tajribasi korxonalarga xarid jarayonini qulay va moslashuvchan qilish imkonini beradi. Sun'iy intellekt, big data va avtomatlashtirilgan mijoz xizmatlari orqali kompaniyalar mijoz xatti-harakatini oldindan prognoz qilishi, mahsulot va xizmatlarni individual taklif qilish orqali savdo samaradorligini oshiradi.

Global iste'mol tendensiyalarining jadal o'zgarishi zamonaviy biznes strategiyalarining qayta shakllanishiga bevosita ta'sir ko'rsatmoqda. Tadqiqot davomida ko'rib chiqilgan ilmiy manbalar, statistik tahlillar hamda empirik kuzatuvlar shuni anglatadiki, raqamli transformatsiya, ekologik barqarorlik, mijoz tajribasi va shaxsiylashtirilgan xizmatlar bugungi bozordagi asosiy raqobat omillariga aylangan.

Dunyo miqyosida elektron savdo hajmining o'sishi, sun'iy intellekt asosida shakllanayotgan iste'mol xulqi va yashil marketing tamoyillarining kuchayishi korxonalar uchun yangi strategik yo'nalishlarni belgilab bermoqda. O'zbekiston tajribasi misolida esa raqamli infratuzilmaning rivojlanishi, onlayn savdo platformalarining ko'payishi, to'lov tizimlarining diversifikatsiyalanishi va logistika xizmatlarining kengayishi ecommerce bozorining sezilarli faollashuviga sabab bo'lmoqda. Bozor hajmining yildanyilga kattalashib borayotgani iste'molchilarning xarid odatlaridagi o'zgarishlar, qulaylikka intilish, vaqt tejamlorligi va raqamli to'lovlarga bo'lgan ishonchning ortayotganini ko'rsatadi. Bu esa mahalliy korxonalar uchun raqamli strategiyalarni chuqurroq joriy etish, mijoz markazli xizmatlarni takomillashtirish va ekotizim asosidagi biznes modellarni rivojlantirish zarurligini ta'kidlaydi. Tahlil shuni ko'rsatadiki, global iste'mol trendlarini

mahalliy sharoitga moslashtirish O'zbekiston korxonalari uchun nafaqat raqobatbardoshlikni oshiradi, balki iqtisodiy barqarorlik, investitsion jozibadorlik va yangi ish o'rinlari yaratish imkonini kengaytiradi. Ayniqsa, sun'iy intellekt, big data va omnichannel strategiyalarini qo'llash orqali korxonalar iste'molchi ehtiyojini aniq prognozlab, mahsulot va xizmatlarni moslashtirilgan holda taklif eta oladi. Bu esa uzoq muddatli brend sodiqligini ta'minlashga xizmat qiladi. Shu sababli, kelajakda korxonalar strategik rejalashtirish jarayonida raqamlashtirish, barqaror iste'mol, ekologik mas'uliyat, innovatsion marketing va iste'molchi xulqini ilmiy o'rganish kabi yo'nalishlarni birlashtirgan holda harakat qilishi muhim ahamiyatga ega. Mazkur integratsiyalashgan yondashuv global iste'mol bozoridagi keskin raqobat sharoitida bizneslarning barqaror rivojlanishini ta'minlaydi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekistonda internet dokonlarini istiqbolini yoritish Atanazarova M., G'ulomiddinov X., Yuldashev A. "Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot" jurnali, 2024. Ushbu maqola Internet-do'konlar va elektron savdoning O'zbekistondagi rivojlanishi, onlayn savdo tendensiyalari va raqamli savdo muammolari tahlil qilinadi. green-eco.uz
2. Elektron tijoratni rivojlanish tendensiyalari va istiqbollari Usmanov A., Shonazarov K. "Journal of Science-Innovative Research in Uzbekistan", 2025. Jahon va O'zbekiston darajasida elektron tijorat va uning istiqbollari hamda global trendlar bilan uzviy bog'liqligi ko'rib chiqilgan. universalpublishings.com
3. O'zbekiston sharoitida elektron tijoratni rivojlantirish tendentsiyalari Yuldashev S., Elmurodova Z. "Worldly Journals: Yangi izlanuvchilar", 2025. Elektron tijorat, raqamli iqtisodiyot va global e-commerce tendensiyalari kontekstida O'zbekiston bozorining holati tahlil qilingan. worldlyjournals.com
4. Elektron savdo platformalaridagi iste'molchi huquqlari va ularni himoya qilish mexanizmlari Dadajonova B. "Ilm Fan Iftixori" jurnali. Onlayn savdo platformalarida iste'molchi huquqlari, elektron shartnomalar va raqamli savdoda huquqiy himoya masalalari muhokama qilingan. interspp.com

5. Yashil iqtisodiyotga o'tishning global tendensiyalari va strategiyalari Abdumannopov I. "International Journal of Science and Technology", 2025. Global barqarorlik, ekologik iqtisodiyot va "yashil" strategiyalar asosida global iste'mol trendlari va ular korxonalarga ta'siri tahlil qilingan. science-technology.uz
6. Global yashil iqtisodiyot va uning O'zbekistondagi o'rni Omonova M. "Innovations in Science and Technologies" jurnali. Global ekologik tendensiyalar, qayta tiklanuvchi resurslar, yashil iqtisodiyot va O'zbekistonning bu jaraytdagi holati tahlil qilingan. innoist.uz