

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY VA O‘RTA MAXSUS TA’LIM VAZIRLIGI
TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI**

Qo‘lyozma huquqida
UDK: 004.738.5:339:005(575.1)

TURDIYEVA SHOHISTA BAXRIDDIN QIZI
**ELEKTRON SAVDO MAYDONCHALARIDA MARKETING FAOLIYATINI
TAKOMILLASHTIRISH**

08.00.11-“MARKETING”

Iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD)
ilmiy darajasini olish uchun tayyorlangan

DISSERTATSIYA

Ilmiy rahbar: M.P.Eshov
i.f.d., professor.

Toshkent-2025

MUNDARIJA

	KIRISH.....	3
I BOB.	ELEKTRON SAVDO MAYDONCHALARI MARKETING FAOLIYATINI TAKOMILLASHTIRISHNING ILMIY NAZARIY ASOSLARI.....	12
1.1.	Elektron savdo va uning o‘ziga xos jihatlari.....	12
1.2.	Elektron savdo tizimida elektron savdo maydonchalarining marketing faoliyatini ilmiy-uslubiy asoslari.....	17
1.3.	Global elektron savdo maydonchalarining marketing faoliyati va zamonaviy strategiyalar	36
	Birinchi bob bo‘yicha xulosalar.....	49
II BOB.	ELEKTRON SAVDO MAYDONCHALARINING MARKETING FAOLIYATI TAHLILI.....	51
2.1.	O‘zbekistonda elektron savdo maydonchalarining shakllanishi, rivojlanishi hamda savdo tendensiyalari	51
2.2.	Elektron savdo maydonchalarining marketing faoliyatini baholash.....	58
2.3.	Elektron savdo maydonchalarining marketing faoliyatini takomillashtirish imkoniyatlarini aniqlash.....	68
	Ikkinchi bob bo‘yicha xulosalar.....	76
III BOB.	ELEKTRON SAVDO MAYDONCHALARINING MARKETING FAOLIYATINI TAKOMILLASHTIRISH YO‘LLARI.....	77
3.1.	Elektron savdo maydonchalarida B2B mijozlar bilan munosabatlarini boshqarish.....	77
3.2.	Elektron savdo maydonchalarining marketing MIX strategiyalarini takomillashtirish.....	96
3.3.	Elektron savdo maydonchalarining marketing faoliyatini takomillashtirish asosida savdo samaradorligini oshirish.....	115
	Uchinchi bob bo‘yicha xulosalar.....	129
	XULOSA.....	130
	FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI.....	132