

✂ БИЗНЕС-РЕЖА: ЎЗБЕКИСТОНДА ТРЕНДЛИ МАҲСУЛОТЛАРНИ СОТИШ

1. ЛОЙИҲА ҲОЯСИ

Лойиҳа мақсади — онлайн-дўкон яратиш, у ерда TikTok, Instagram ва бошқа ижтимоий тармоқларда машҳур бўлаётган трендли товарлар сотилади. Асосий тамойил — бозордаги энг сўнгги трендларни тез ушлаш, харидорларга янгилик ва “вау-эффект” таклиф қилиш. Асосий аудитория — 16–35 ёшли ёшлар, фаол ижтимоий тармоқ фойдаланувчилари, мода ва янгиликларни ёқтирадиганлар.

2. БОЗОР ВА ИМКОНияТЛАР

Ўзбекистонда онлайн-савдо бозори йилдан-йилга 20–30% ўсмокда. Электрон тўловлар, онлайн дўконлар, етказиб бериш хизматлари кенгаймоқда. Айниқса, 2025 йилда косметика, фитнес, соғлиқ, технология аксессуарлари ва уй буюмлари каби сегментлар талабда. Ёшлар трендлардан орқада қолмасликни яхши кўради, шунинг учун уларнинг эҳтиёжларига тез мослашадиган бизнес катта салоҳиятга эга. Катта ўйинчилар (Wildberries ва ҳ.к.) албатта мавжуд, аммо кичик, чапқандай онлайн-дўконлар тезлик ва креатив билан ютиш имкониятига эга.

3. АССОРТИМЕНТ ВА ТАЪМИНОТ

Ассортимент принципи — “қайси маҳсулот ҳозир хит бўлса, шунини сот”. Масалан: LED-лента, мини-намлагичлар, ақлли соатлар, фитнес-браслетлар, массажёрлар, телефон аксессуарлари, авто-деражалар, ошхона гаджетлари, юз учун ниқоблар, декоратив пледлар ва бошқалар. Асосий таъминот манбалари — AliExpress ва Alibaba (тез тест қилиш учун), маҳаллий улгуржи етказиб берувчилар (тез етказиш учун), келгусида эса тўғридан-тўғри ишлаб чиқарувчилар билан шартномалар (арзон ва эксклюзив маҳсулотлар учун).

4. ИШ ТУРИ ВА ФОРМАТ

Савдолар тўлиқ онлайн бўлади. Харидорларни жалб қилиш каналлари — Instagram ва TikTok (обзорлар, видео, фойдаланувчи таассуротлари), Telegram-канал (акциялар ва доимий мижозлар учун маълумотлар). Шунингдек, Shopify, Tilda ёки InSales платформасида интернет-дўкон яратиш тавсия қилинади. Тўловлар Click, Payme орқали, етказиб бериш эса курьер, олиб кетиш ёки постаматлар орқали амалга оширилади.

5. МОЛИЯВИЙ МОДЕЛЬ

Лойиҳани бошлаш учун тахминан \$4000–5000 сармоя керак бўлади. Бунинг ичида:

биринчи маҳсулот партиясини харид қилиш, сайт ёки дўкон витринасини яратиш, реклама кампаниялари, талабни тест қилиш, қўшимча қулайликлар (упаковка, логистика). Дастлаб ойига 200–300 дона маҳсулот сотиш режалаштирилади, ўртача чек — \$20–30, бу ойлик айланмани \$5000–9000 га олиб чиқади. Барча харажатларни ҳисобга олган ҳолда ойлик соф фойда \$2000–3000 атрофида бўлиши мумкин. Бу бизнес тез рентабел бўлиб, 3–4 ой ичида “нуқтасига чиқиш” имкониятига эга.

6. ЮРИДИК ВА СОЛИҚ МАСАЛАЛАРИ

Оптимал юридик шакл — Якка тартибдаги тадбиркор (ЯТТ) ёки масъулияти чекланган жамият (МЧЖ). ЯТТ — кичик бизнес учун қулай, солиқ 4% атрофида, МЧЖ эса йирик миқозлар билан шартнома тузиш ва кенгайиш имконини беради. Эътибор бериш лозим бўлган жиҳатлар — курьерлик хизматлари ва онлайн-тўлов платформалари билан расмий шартномалар тузиш.

7. МАРКЕТИНГ ВА ПРОДАЖ

Маркетингда визуал эффектлар катта ўрин тутди: маҳсулотнинг видео-обзорлари, unboxing, реал фойдаланувчи таассуротлари. Instagram ва TikTok’da реклама, маҳаллий блогерлар билан ҳамкорлик, Telegram’da акциялар, бонуслар ва янги маҳсулотлар ҳақида маълумот бериш керак. Контент-маркетинг орқали фойдаланувчилар учун фойдали гайдлар, чек-листлар ва маслаҳатлар тайёрлаш фойда беради.

8. ХАВФЛАР ВА ЕЧИМЛАР

Энг катта хавфлардан бири — тренднинг қисқа умри, шунинг учун ассортимент доимо янгиланиши шарт. Етказиб беришда кечикишлар бўлмаслиги учун бир неча таъминотчи билан ишлаш керак. Катта рақобатдан устун чиқиш учун хизмат сифати, чиройли упаковка, тез етказиб бериш ва бонуслар билан фарқланиш муҳим. Пик ойларида жамоа юкмаси ортиши мумкин — шунинг учун аутсорс ёки вақтинчалик ёрдамчилар тайёр бўлиши лозим.

9. РИВОЖЛАНИШ ИСТИҚБОЛЛАРИ

Муваффақиятли стартдан кейин дўкон ассортиментни кенгайтириши, ўз брендини (private label) ишга тушириши, савдо марказларида рор-уп дўконлар очиши ва бошқа шаҳарлар ёки давлатларга чиқиши мумкин. Шунингдек, франшиза моделини ишлаб чиқиш ёки етказиб берувчилар учун marketplace яратиш каби йўналишлар бор.

ХУЛОСА

Трендли маҳсулотларни сотиш — динамик, юқори маржали бизнес. Бу йўналишда тадбиркордан тезкор фикрлаш, бозорни ҳис қилиш ва янги имкониятларни тезда қўлга киритиш талаб этилади. \$4000–5000 сармоя билан бошлаб, бир неча ой ичида \$2000–

3000 соф даромадга чиқиш мумкин. Тўғри маркетинг, уйғун логистика ва ассортиментдаги доимий янгиликлар — муваффақият калити.