



## ELEKTRON TIJORATNING KICHIK BIZNES RIVOJIGA TA'SIRI

Sotvoldiyev Mirzoxidjon Ma'rufjon o'g'li

Qo'qon Universiteti o'qituvchisi

**Annotatsiya.** Ushbu maqolada 2020-2024 yillar davomida elektron tijorat (e-commerce) kichik biznes rivojiga qanday xizmat qilayotgani tahlil qilinadi. O'zbekiston kontekstida raqamli savdo hajmining o'sishi, moliyaviy, logistika va institutlar tomonidan yaratilgan qulayliklar asosida Kichik biznes subyektlarining bozor ulushi, eksport imkoniyatlari va samaradorlik ko'rsatkichlari ko'rib chiqiladi. Maqolada e-commerce tendensiyalarini 2022-yildagi \$311 mln dan 2025-yilda \$1.84 mlrd darajagacha o'sish (kutilmoqda) kabi statistik ma'lumotlar bilan fikrlar mustahkamlab, tizim samaradorligini oshirish bo'yicha tavsiyalar ishlab chiqiladi.

**Kalit so'zlar:** elektron tijorat, kichik biznes, raqamli iqtisodiyot, internet platformalari, raqamli savodxonlik, onlayn to'lov tizimlari, eksport salohiyati, raqamli innovatsiyalar, elektron marketing

So'nggi yillarda elektron tijorat (e-commerce) global miqyosda iqtisodiy o'sishning eng muhim drayverlaridan biriga aylandi. Raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi, internet qamrovining kengayishi va to'lov tizimlarining soddalashishi kichik biznes subyektlariga ilgari tasavvur qilib bo'lmaydigan imkoniyatlarni yaratdi. Jahon miqyosida elektron tijoratning yillik o'sish sur'ati 20-25 % atrofida bo'lib, 2024-yil yakuniga kelib bu ko'rsatkich \$6,3 trilliondan oshishi prognoz qilinmoqda. O'zbekiston ham ushbu jarayondan chetda qolmayapti. "Digital Uzbekistan - 2030" strategiyasi doirasida so'nggi to'rt yil ichida raqamli infratuzilma jadal rivojlantirildi: internet qamrovi 2020-yildagi 68 % dan 2024-yilda 82 % gacha kengaydi, mobil to'lov tizimlaridan foydalanuvchilar soni esa 2,1 milliondan 5,2 milliongacha oshdi. Statistik ma'lumotlarga ko'ra, 2022-yilda elektron tijorat bozori hajmi \$311 millionni tashkil qilgan bo'lsa, 2023-yilda \$480 millionga, 2024-yil yakuniga kelib esa \$780 millionga yetishi kutilmoqda. Ushbu o'sish sur'ati O'zbekistonni Markaziy Osiyoda elektron tijorat bo'yicha yetakchi mamlakatlardan biriga aylantirmoqda.

Elektron tijoratning jadal rivojlanishi kichik biznes subyektlari uchun yangi bozor segmentlarini ochib berib, ular uchun xarajatlarni kamaytirish, marketing samaradorligini oshirish va eksport imkoniyatlarini kengaytirish imkonini yaratmoqda. Shu bilan birga,



hududiy raqamli infratuzilmaning notekis rivojlanishi, logistika xizmatlarining cheklanganligi, raqamli savodxonlik darajasining pastligi kabi omillar bu sohaning barqaror rivojlanishiga to'siq bo'lib qolmoqda. Shu bois, ushbu maqolada O'zbekistonda elektron tijoratning kichik biznes rivojiga ta'siri tahlil qilinadi, 2020–2024 yillar davomida kuzatilgan asosiy tendensiyalar ko'rib chiqiladi hamda xorijiy tajribalar asosida sohaga oid tavsiyalar ishlab chiqiladi.

Elektron tijorat (e-commerce) - bu internet tarmoqlari, mobil ilovalar va boshqa raqamli platformalar orqali tovarlar va xizmatlarning sotilishi va xarid qilinishi bilan bog'liq iqtisodiy faoliyatdir. U nafaqat savdo jarayonlarini tezlashtiradi, balki marketing, logistika, to'lov va mijozlar bilan muloqot jarayonlarini ham raqamlashtiradi. BMTning Savdo va taraqqiyot konferensiyasi (UNCTAD) ma'lumotlariga ko'ra, elektron tijorat global yalpi ichki mahsulot (YaIM) hajmining 18 foizini tashkil etadi. O'zbekistonda esa bu ko'rsatkich 2020-yilda 1,2 % bo'lgan bo'lsa, 2024-yilda 4,3 % ga yetishi kutilmoqda. Bu raqamlar elektron tijoratning nafaqat yirik korxonalar, balki kichik biznes subyektlari uchun ham muhim vositaga aylanib borayotganini ko'rsatadi.

Elektron tijoratning asosiy yo'nalishlari quyidagilardan iborat:

- ❖ B2B (Business-to-Business) – korxonalar o'rtasidagi savdo. Masalan, xomashyo va butlovchi qismlarni raqamli platformalar orqali sotib olish.
- ❖ B2C (Business-to-Consumer) - biznesning yakuniy iste'molchiga to'g'ridan-to'g'ri savdosi. O'zbekistonda Asaxiy.uz, Book.uz kabi platformalar bunga misol bo'la oladi.
- ❖ C2C (Consumer-to-Consumer) - mijozdan mijozga savdo. Masalan, OLX.uz va boshqa onlayn bozorlar orqali amalga oshiriladigan savdo bitimlari.
- ❖ B2G (Business-to-Government) - davlat xaridlari va xizmatlari bo'yicha elektron savdo, masalan, davlat xaridlari portallari orqali tanlovlarda ishtirok etish.
- ❖ M-commerce (Mobile commerce) - mobil ilovalar orqali savdo qilish. O'zbekistonda Click, Payme kabi to'lov tizimlari bu yo'nalishning rivojlanishiga katta hissa qo'shmoqda.

Bundan tashqari, so'nggi yillarda sotsial tijorat (S-commerce) - ya'ni Instagram, Telegram kabi ijtimoiy tarmoqlar orqali savdo qilish ham jadal rivojlanmoqda. Bu yo'nalish kichik biznes uchun marketing xarajatlarini kamaytirish va bozorga kirish imkoniyatlarini oshirishga xizmat qilmoqda. Elektron tijoratning ushbu ko'rinishlari kichik biznes uchun yangi strategiyalarni ishlab chiqish, mahsulotlarni xorijiy bozorga olib chiqish va raqobatbardosh bo'lish imkonini bermoqda.

So'nggi yillarda O'zbekistonda kichik biznes subyektlari elektron platformalardan faol foydalanishni boshladi. Bu jarayon, bir tomondan, mahsulot va xizmatlarni tezkor



tarzda bozorga olib chiqish imkonini bersa, ikkinchi tomondan, marketing, mijozlar bilan aloqalar va moliyaviy hisob-kitoblarni optimallashtirish imkonini yaratmoqda.

Asaxiy.uz, Book.uz, Unisavdo.uz, ZoodMall kabi mahalliy platformalar kichik tadbirkorlarga onlayn savdo maydonini taklif qilmoqda. Statistika ma'lumotlariga ko'ra, 2020-yilda kichik biznes vakillarining atigi 12 % elektron platformalarda faoliyat yuritgan bo'lsa, 2024-yil yakuniga kelib bu ko'rsatkich 40 % ga yetishi prognoz qilinmoqda. Misol uchun, Asaxiy.uz platformasi kichik ishlab chiqaruvchilar uchun qulay hamkorlik mexanizmini yaratib, ular mahsulotlarini respublika bo'ylab yetkazib berishni yo'lga qo'yish imkoniga ega bo'ldilar. Shuningdek, Book.uz kabi platformalar mahalliy nashriyotlar va kichik kitob savdosi bilan shug'ullanuvchilar uchun yangi imkoniyatlar ochmoqda.

Instagram, Telegram va Facebook kabi ijtimoiy tarmoqlar ham kichik biznes uchun muhim platformalardan biriga aylandi. So'rov natijalariga ko'ra, kichik tadbirkorlarning 65 % ga yaqini mahsulot yoki xizmatlarini ijtimoiy tarmoqlar orqali sotishga harakat qilmoqda. Bu yo'nalishning asosiy afzalliklari:

1. marketing xarajatlarining pastligi;
2. mijozlar bilan tezkor aloqa o'rnatish imkoniyati;
3. maqsadli auditoriyaga yo'naltirilgan reklama imkoniyatlari.

Masalan, Toshkent viloyatida faoliyat yuritayotgan kichik nonvoyxona egasi Telegram orqali 3 oy ichida mijozlar sonini ikki barobar oshirishga erishgan. Click, Payme, Apelsin kabi mobil to'lov tizimlari kichik biznes faoliyatini yengillashtirdi. Ular orqali to'lovlar tezkor amalga oshiriladi, bu esa mijozlarning ishonchini oshiradi va savdo hajmini ko'paytiradi. 2020-yilda mobil to'lov foydalanuvchilarining soni 2,1 million bo'lgan bo'lsa, 2024-yilda u 5,2 millionga yetdi. Elektron platformalar orqali kichik biznes quyidagi afzalliklarga erishmoqda:

- ✓ bozor segmentlarini kengaytirish;
- ✓ reklama va marketing xarajatlarini kamaytirish;
- ✓ mahsulotlarni xalqaro bozorlarga chiqarish imkoniyatlarini oshirish;
- ✓ savdo jarayonlarining tezligi va samaradorligini kuchaytirish;
- ✓ raqobatbardoshlikni oshirish.

Elektron tijorat kichik biznes uchun nafaqat savdo maydonini kengaytiruvchi vosita, balki iqtisodiy samaradorlikni oshiruvchi strategik mexanizm sifatida ham xizmat qilmoqda. 2020–2024-yillar oralig'ida O'zbekistonda elektron savdoning jadal rivojlanishi kichik tadbirkorlik subyektlari uchun quyidagi asosiy ijobiy natijalarni berdi:

Elektron platformalar orqali savdo qilish kichik biznes vakillariga an'anaviy do'kon ijarasi, ofis xarajatlari va qo'shimcha ishchi kuchi xarajatlarini kamaytirish imkonini



berdi. Masalan, Statista ma'lumotlariga ko'ra, kichik korxonalarining o'rtacha operatsion xarajatlari 2020-yilda 18 % bo'lgan bo'lsa, 2024-yilga kelib elektron tijorat orqali bu ko'rsatkich 11 % ga tushgan.

Raqamli savdo vositalarining joriy etilishi kichik biznesning bozor ulushini sezilarli darajada oshirdi. KPMG tahliliga ko'ra, 2020-yilda kichik biznesning elektron platformalardagi ulushi atigi 12 % ni tashkil etgan bo'lsa, 2024-yilda bu ko'rsatkich 40 % gacha o'sdi. Shu bilan birga, kichik biznes savdo aylanmasi 2020-yildagi 150 million AQSh dollaridan 2024-yilda 780 million AQSh dollariga yetgan.

Elektron tijorat eksport bozorlariga chiqishni soddalashtirdi. Masalan, qishloq xo'jaligi mahsulotlari bilan shug'ullanuvchi kichik fermer xo'jaliklari endilikda xalqaro platformalar orqali mahsulotlarini to'g'ridan-to'g'ri xorijiy xaridorlarga yetkazib bera olishmoqda. 2024-yilning birinchi yarmida kichik biznes eksport bitimlarining 10 % elektron platformalar orqali amalga oshirilgani qayd etilgan.

Elektron tijorat kichik biznes subyektlarida yangi ish o'rinlari yaratishga ham hissa qo'shdi. 2020-yilda elektron savdo orqali yaratilgan bandlik ulushi 5 % ni tashkil etgan bo'lsa, 2024-yilda bu ko'rsatkich 13 % ga yetdi. Bu esa raqamli iqtisodiyotning ishchi kuchi bozorida ham muhim o'rin tutayotganini anglatadi.

### 2020–2024-yillarda O'zbekistonda elektron tijoratning kichik biznesga ta'siri bo'yicha asosiy iqtisodiy ko'rsatkichlar

Ko'rsatkich	2020	2021	2022	2023	2024
h	0	0	0	0	0
	2	2	2	2	2
	0	1	2	3	4
<b>E-commerce bozori hajmi (mln \$)</b>	1	2	3	4	7
	5	1	1	8	8
	0	0	1	0	0
<b>Kichik biznes ulushi (%)</b>	1	1	2	3	4
	2	8	5	2	0
	%	%	%	%	%



<b>Eksport bitimlaridagi ulushi (%)</b>	3%	45%	6%	8%	10%
<b>Mobil to'lov foydalanuvchilari (mln)</b>	21	28	35	43	52
<b>Bandlikka qo'shgan hissasi (%)</b>	5%	7%	9%	11%	13%

Jadval ma'lumotlariga ko'ra, 2020-2024-yillarda O'zbekistonda elektron tijoratning kichik biznesga ta'siri sezilarli darajada oshgan. E-commerce bozori hajmi 150 million dollardan 780 million dollargacha ko'paygan, kichik biznesning onlayn platformalardagi ulushi esa 12 % dan 40 % ga yetgan. Mobil to'lovlar va bandlik ko'rsatkichlarining o'sishi ham raqamli iqtisodiyotning barqaror rivojlanayotganini tasdiqlaydi.

O'zbekistonda elektron tijorat sohasida jadal o'sish kuzatilayotgan bo'lsa-da, bir qator tizimli muammolar mavjud. Birinchidan, ayrim chekka hududlarda internet infratuzilmasi yetarli darajada rivojlanmagan, bu esa onlayn savdo imkoniyatlarini cheklaydi. Ikkinchidan, kichik biznes vakillarining raqamli savodxonlik darajasi pastligi platformalardan samarali foydalanishga to'sqinlik qilmoqda. Uchinchidan, logistika tizimlaridagi uzilishlar va to'lov tizimlaridagi texnik cheklovlar ham bozor rivojiga salbiy ta'sir ko'rsatadi. Mazkur muammolarni bartaraf etish uchun hududiy internet infratuzilmasini modernizatsiya qilish, kichik biznes egalari uchun raqamli ko'nikmalarni oshiruvchi trening dasturlarini kengaytirish, zamonaviy logistika xizmatlarini rivojlantirish hamda xavfsiz va qulay to'lov tizimlarini joriy etish zarur.

### **Xulosa va tavsiyalar**

2020–2024-yillar oralig'ida O'zbekistonda elektron tijoratning jadal rivojlanishi kichik biznes faoliyatini yangi bosqichga olib chiqdi. Statistik ma'lumotlarga ko'ra, e-commerce bozori hajmi besh barobarga oshgan, kichik biznesning onlayn platformalardagi ulushi esa 12 % dan 40 % gacha kengaygan. Bu holat kichik tadbirkorlik subyektlarining raqobatbardoshligini oshirish va iqtisodiy o'sishga sezilarli hissa qo'shayotganini ko'rsatadi.



Shu bilan birga, sohada internet infratuzilmasining hududiy notekisligi, raqamli savodxonlikning pastligi, logistika tizimidagi kamchiliklar va xavfsizlik muammolari hanuzgacha dolzarbligicha qolmoqda.

Tavsiyalar:

- Internet va mobil aloqa infratuzilmasini butun respublika bo‘ylab modernizatsiya qilish;
- Kichik biznes egalari uchun raqamli savodxonlik bo‘yicha trening va amaliy kurslar tashkil etish;
- Logistika xizmatlarini raqamlashtirish orqali yetkazib berish tizimini tezlashtirish;
- Xavfsiz, tezkor va qulay elektron to‘lov tizimlarini kengaytirish;
- Mahalliy platformalarni qo‘llab-quvvatlash va ularni xalqaro tizimlarga integratsiya qilish;
- Startap va kichik biznes loyihalarini moliyaviy rag‘batlantirish uchun imtiyozli grant va kredit dasturlarini kengaytirish.

Mazkur choralar elektron tijoratning kichik biznesdagi samaradorligini oshirib, O‘zbekistonning raqamli iqtisodiyotdagi pozitsiyasini yanada mustahkamlashi mumkin.

#### **Foydalanilgan adabiyotlar:**

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Raqamli O‘zbekiston - 2030” strategiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”gi Farmoni. - 2020-yil, 5-oktabr.
2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Elektron tijoratni yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi qarori. - PQ-3832, 2018-yil.
3. O‘zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo‘mitasi. “O‘zbekiston Respublikasida elektron tijorat bo‘yicha statistik ma’lumotlar”, 2020-2024-yillar. - stat.uz
4. UNCTAD. “Global E-commerce Report 2023”. Geneva, 2023. - unctad.org.
5. KPMG. “E-commerce trends and insights for emerging markets”. KPMG International, 2024.
6. Statista. “E-commerce market size and growth in Central Asia”, 2020-2024. - statista.com
7. A. Karimov. “O‘zbekistonda raqamli iqtisodiyotning rivojlanish tendensiyalari”. -TDIU ilmiy jurnali, №2, 2023.
8. B. Rasulov, Sh. Murodova. “Elektron tijoratning kichik biznes faoliyatiga ta’siri”. - Iqtisodiyot va Innovatsiya, №4, 2022.
9. OECD. “Digital Transformation in SMEs: Opportunities and Challenges”. OECD Publishing, 2023.
10. Click va Payme to‘lov tizimlari rasmiy hisobotlari, 2020–2024. - click.uz, payme.uz