

RAQAMLI TRANSFORMATSIYA SHAROITIDA KICHIK BIZNES SUBYEKTLARINING RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISHDA ELEKTRON TIJORAT PLATFORMALARINING ROLI

Hakimova Risolat Hamza qizi

Buxoro innovatsiyalar universiteti, magistri

Annotatsiya: Ushbu maqolada O‘zbekistonda raqamli transformatsiya sharoitida kichik biznes subyektlarining raqobatbardoshligini oshirishda elektron tijorat platformalarining roli tadqiq etilgan. Tadqiqot IMRAD metodologiyasi asosida olib borilgan bo‘lib, Uzum, Asaxiy, OLX kabi platformalarning kichik biznesga ta’siri tahlil qilingan. Natijalar shuni ko‘rsatadiki, elektron tijorat platformalari kichik biznes subyektlariga bozorga chiqish imkoniyatlarini kengaytirish, operatsion xarajatlarni kamaytirish va mijozlar bazasini oshirish orqali raqobatbardoshlikni sezilarli darajada oshiradi. Tadqiqot jarayonida statistik tahlil, so‘rovnoma va ekspert baholash usullaridan foydalanilgan.

Kalit so‘zlar: elektron tijorat, kichik biznes, raqobatbardoshlik, raqamli transformatsiya, marketplace, Uzum, O‘zbekiston.

KIRISH

Zamonaviy jahon iqtisodiyotida raqamli texnologiyalar milliy iqtisodiyotlarning rivojlanishida muhim omilga aylanmoqda. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “O‘zbekiston-2030” strategiyasida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish, elektron tijoratni kengaytirish va kichik biznesni qo‘llab-quvvatlash ustuvor vazifalar sifatida belgilangan.¹

KPMG tadqiqotlariga ko‘ra, O‘zbekistonda elektron tijorat bozori 2024 yilda 1,2 milliard AQSh dollariga yetgan bo‘lib, bu chakana savdo bozorining 3,8 foizini tashkil

¹O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “O‘zbekiston-2030” strategiyasini tasdiqlash to‘g‘risidagi PF-158-sonli Farmoni. Toshkent, 2023 yil 11 sentyabr.

etadi. 2027 yilga kelib bu ko'rsatkich 9-11 foizga yetishi, bozor hajmi esa 1,8-2,2 milliard dollarga oshishi prognoz qilinmoqda.²

Tadqiqot mavzusining dolzarbligi quyidagi omillar bilan belgilanadi. Birinchidan, O'zbekistonda internet foydalanuvchilari soni 2025 yil boshiga kelib 32,7 millionga yetgan bo'lib, bu aholining 87,2 foizini tashkil etadi. Ikkinchidan, mamlakatda 50 dan ortiq elektron tijorat platformalari faoliyat yuritmoqda. Uchinchidan, yoshlarning 60 foizi 30 yoshdan kichik bo'lib, ular raqamli xizmatlarning asosiy iste'molchilari hisoblanadi.

Trade.gov ma'lumotlariga ko'ra, O'zbekistonda Uzum, Asaxiy, Olcha, OLX kabi mahalliy platformalar bilan bir qatorda AliExpress, Wildberries, Ozon kabi xalqaro platformalar ham faol ishlaydi. Bu holat kichik biznes subyektlari uchun yangi imkoniyatlar va qiyinchiliklarni keltirib chiqarmoqda.³

Tadqiqotning maqsadi - O'zbekistonda elektron tijorat platformalarining kichik biznes subyektlarining raqobatbardoshligini oshirishdagi rolini ilmiy asoslash va amaliy tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat.

Tadqiqot vazifalari quyidagilarni o'z ichiga oladi: elektron tijorat va kichik biznes raqobatbardoshligi o'rtasidagi bog'liqlikni nazariy jihatdan asoslash; O'zbekistonda elektron tijorat platformalarining rivojlanish tendentsiyalarini tahlil qilish; kichik biznes subyektlarining elektron tijoratga integratsiyalashuvi darajasini baholash; raqobatbardoshlikni oshirish bo'yicha ilmiy-amaliy tavsiyalar ishlab chiqish.

Statista prognozlariga ko'ra, O'zbekistonda elektron tijorat bozori 2025 yilda 431,7 million AQSh dollariga yetadi, bu 2024 yilga nisbatan 4 foizlik o'sishni bildiradi. Bozorning yillik o'rtacha o'sish sur'ati (CAGR) 2025-2029 yillarda 2,7 foizni tashkil etishi kutilmoqda.⁴

Jahon banki tadqiqotlariga ko'ra, Markaziy Osiyoda elektron tijorat sektori tez sur'atlarda rivojlanmoqda. Xususan, Uzum platformasi 2022 yil dekabr oyidan 2023 yil

²KPMG. E-commerce in Uzbekistan. Tashkent: KPMG Caucasus and Central Asia, 2023. – P. 5-12.

³Trade.gov. Uzbekistan - eCommerce Country Commercial Guide. U.S. Department of Commerce, 2024.

⁴Statista. eCommerce Market Uzbekistan: Market Forecast. Hamburg: Statista GmbH, 2025.

dekabrga qadar 23 barobar o‘shishni qayd etgan. 2024 yilda Uzun O‘zbekistonning birinchi “yedinorog” (unicorn) kompaniyasiga aylangan.⁵

Tadqiqot ob'ekti sifatida O‘zbekistonda faoliyat yurituvchi elektron tijorat platformalari va ulardan foydalanuvchi kichik biznes subyektlari tanlangan. Tadqiqot predmeti esa elektron tijorat platformalarining kichik biznes raqobatbardoshligiga ta’sir etish mexanizmlari hisoblanadi.

Tadqiqotning ilmiy yangiligi shundaki, O‘zbekiston sharoitida birinchi marta elektron tijorat platformalarining kichik biznes raqobatbardoshligiga ta’siri kompleks ravishda o‘rganilgan va miqdoriy baholash metodikasi ishlab chiqilgan.

METODOLOGIYA

Tadqiqot metodologiyasi bir necha ilmiy yondashuvlarni o‘z ichiga oladi. Asosiy metodlar sifatida statistik tahlil, so‘rovnoma, ekspert baholash, qiyosiy tahlil va kontent-tahlil usullaridan foydalanilgan.

Tadqiqot aralash metodologiya (mixed methods) asosida olib borilgan bo‘lib, miqdoriy va sifatli ma’lumotlar to‘plash va tahlil qilish usullarini birlashtirgan. Tadqiqot uch bosqichda amalga oshirildi: tayyorgarlik bosqichi (adabiyotlar tahlili, so‘rovnoma ishlab chiqish), ma’lumotlar to‘plash bosqichi (so‘rovnoma o‘tkazish, statistik ma’lumotlar yig‘ish) va tahlil bosqichi (natijalarni qayta ishlash, xulosalar chiqarish).

Birlamchi ma’lumotlar sifatida 2024 yil sentyabr-noyabr oylarida O‘zbekistonning 5 ta viloyati (Toshkent shahri, Toshkent, Samarqand, Buxoro va Farg‘ona viloyatlari)da faoliyat yurituvchi 250 nafar kichik biznes subyektlari o‘rtasida o‘tkazilgan so‘rovnoma natijalari foydalanilgan.⁶

Ikkilamchi ma’lumotlar sifatida O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi, KPMG, Statista, Jahon banki, UNCTAD kabi xalqaro tashkilotlarning hisobotlari va statistik ma’lumotlari jalb etilgan.

⁵World Bank. Ending poverty through E-Commerce in Kyrgyzstan, Tajikistan and Uzbekistan. Washington: World Bank Group, 2024.

⁶O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. Kichik biznes va tadbirkorlik. Toshkent: Stat.uz, 2024.

So‘rovnoma tanlanmasi quyidagi mezonlar asosida shakllantirilan: kichik biznes subyekti maqomiga ega korxonalar (50 nafardan kam xodim, 1 milliard so‘mgacha yillik daromad); kamida 1 yil davomida faoliyat yuritish tajribasi; elektron tijorat platformalaridan foydalanish yoki foydalanish imkoniyatiga ega bo‘lish.

INVEXI ma‘lumotlariga ko‘ra, 2025 yil 1 yanvar holatiga O‘zbekistonda faol kichik korxonalar va mikrofirmalar soni 358,1 mingni tashkil etgan bo‘lib, bu har 1000 aholiga 12,1 korxonaga to‘g‘ri keladi.⁷

So‘rovnoma 4 bo‘limdan iborat bo‘lib, jami 32 ta savolni o‘z ichiga oladi. Birinchi bo‘lim respondentlarning demografik va biznes profili (8 ta savol), ikkinchi bo‘lim elektron tijorat platformalaridan foydalanish holati (10 ta savol), uchinchi bo‘lim raqobatbardoshlik ko‘rsatkichlari (8 ta savol), to‘rtinchi bo‘lim muammo va istiqbollari (6 ta savol) haqida ma‘lumotlarni to‘playdi.

Miqdoriy ma‘lumotlarni tahlil qilish uchun SPSS 26.0 dasturiy ta‘minotidan foydalanilgan. Tahlil quyidagi statistik usullarni qamrab olgan: tavsiflash statistikasi (frequencies, descriptives), korrelyatsion tahlil (Pearson va Spearman koeffitsientlari), regressiya tahlili, T-test va ANOVA tahlillari.

Sifatli ma‘lumotlarni tahlil qilish uchun tematik tahlil (thematic analysis) usuli qo‘llanilgan. Ochiq savollarga berilgan javoblar kodlangan va mavzular bo‘yicha guruhlangan.

So‘rovnoma ishonchliligini ta‘minlash uchun Cronbach's Alpha koeffitsienti hisoblab chiqilgan. Barcha o‘lchov shkalari uchun alfa qiymati 0,75 dan yuqori bo‘lib, so‘rovnomaning yuqori ishonchliligini ko‘rsatadi.

Validlikni ta‘minlash uchun quyidagi choralar ko‘rilgan: ekspert baholash orqali kontent validligi tekshirilgan; pilot tadqiqot (20 nafar respondent) o‘tkazilgan; faktor tahlili orqali konstrukt validligi tekshirilgan.

Tadqiqotning asosiy cheklovlari quyidagilardan iborat: geografik qamrov cheklanganligi (faqat 5 ta viloyat); vaqt cheklovi (3 oylik davr); o‘z-o‘zini baholash

⁷INVEXI. Key Indicators of Small Entrepreneurship in the Republic of Uzbekistan for 2024. Tashkent: INVEXI, 2025.

xatoligi ehtimoli; COVID-19 pandemiyasining uzoq muddatli ta'sirini to'liq hisobga olish qiyinligi.

NATIJALAR

So'rovnomada ishtirok etgan 250 nafar kichik biznes subyektlarining 42,4 foizi Toshkent shahrida, 18,8 foizi Samarqand viloyatida, 15,6 foizi Farg'ona viloyatida, 12,8 foizi Toshkent viloyatida va 10,4 foizi Buxoro viloyatida joylashgan.

Faoliyat turi bo'yicha respondentlar quyidagicha taqsimlangan: chakana savdo 35,2 foiz, ishlab chiqarish 24,8 foiz, xizmatlar 22,0 foiz, qishloq xo'jaligi 10,4 foiz va boshqa sohalar 7,6 foiz.

Xodimlar soni bo'yicha 48,4 foizi 1-10 nafar, 31,2 foizi 11-25 nafar, 20,4 foizi 26-50 nafar xodimga ega. Faoliyat davomiyligi bo'yicha 28,8 foizi 1-3 yil, 35,6 foizi 3-5 yil, 24,0 foizi 5-10 yil, 11,6 foizi 10 yildan ortiq tajribaga ega.

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, so'rovda qatnashgan kichik biznes subyektlarining 67,2 foizi elektron tijorat platformalaridan faol foydalanadi, 18,4 foizi vaqti-vaqti bilan foydalanadi, 14,4 foizi esa umuman foydalanmaydi.⁸

1-jadval

Kichik biznes subyektlari tomonidan elektron tijorat platformalaridan foydalanish holati

T/r	Platforma nomi	Foydalanuvchilar (%)	O'rtacha savdo (mln)	Qoniqish (5 ball)
1	Uzum Market	45,8	85,4	4,2
2	Asaxiy.uz	28,6	62,3	3,9
3	OLX.uz	24,2	48,7	3,7
4	Olcha.uz	18,4	41,2	3,8
5	Wildberries	15,6	72,8	4,0
6	Telegram do'konlar	42,4	35,6	3,5
7	Instagram do'konlar	38,2	42,1	3,6

⁸O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining "Elektron tijorat to'g'risida"gi qarori. №256. Toshkent, 2024 yil may.

T/r	Platforma nomi	Foydalanuvchilar (%)	O‘rtacha savdo (mln)	Qoniqish (5 ball)
8	Boshqa platformalar	12,8	28,4	3,4

Manba: Muallif tomonidan o‘tkazilgan so‘rovnoma natijalari asosida tuzilgan, 2024 yil.

1-jadvaldan ko‘rinib turibdiki, Uzum Market platformasi kichik biznes subyektlari orasida eng mashhur platforma bo‘lib, respondentlarning 45,8 foizi undan foydalanadi. TechCrunch ma’lumotlariga ko‘ra, Uzum 2024 yilda 1,16 milliard dollar bahoga ega bo‘lib, O‘zbekistonning birinchi “yedinorog” kompaniyasiga aylangan.⁹

Qiziqarlisi shundaki, rasmiy elektron tijorat platformalari bilan bir qatorda ijtimoiy tarmoqlar (Telegram va Instagram) ham savdo kanali sifatida faol qo‘llanilmoqda. Telegram do‘konlari 42,4 foiz, Instagram do‘konlari esa 38,2 foiz respondentlar tomonidan ishlatilmoqda.

Sattorkulov tadqiqotlarida ta’kidlanganidek, kichik biznes raqobatbardoshligi ko‘p omilli hodisa bo‘lib, uni kompleks baholash talab etiladi. Bizning tadqiqotimizda raqobatbardoshlik quyidagi ko‘rsatkichlar orqali o‘lchangan: savdo hajmining o‘sishi, mijozlar bazasining kengayishi, operatsion xarajatlarning kamayishi va bozor ulushining o‘zgarishi.¹⁰

Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, elektron tijorat platformalaridan faol foydalanadigan kichik biznes subyektlarida savdo hajmi o‘rtacha 34,6 foizga, mijozlar soni esa 42,8 foizga oshgan. Shu bilan birga, operatsion xarajatlar 18,2 foizga kamaygan.

Korrelyatsion tahlil natijalari elektron tijorat platformalaridan foydalanish intensivligi va raqobatbardoshlik ko‘rsatkichlari o‘rtasida statistik jihatdan ahamiyatli ijobiy bog‘liqlik mavjudligini ko‘rsatdi ($r=0,68$, $p<0,001$).

⁹TechCrunch. Meet Uzbekistan's first unicorn: e-commerce startup Uzum. San Francisco: TechCrunch, March 2024.

¹⁰Sattorkulov O.T. Features of The Development of Small Business in Uzbekistan // American Journal of Economics and Business Management. – 2025. – Vol. 8(3). – P. 1000-1006.

Ko‘p o‘zgaruvchili regressiya tahlili raqobatbardoshlikka ta’sir etuvchi asosiy omillarni aniqlash imkonini berdi. Model umumiy variatsiyaning 54,3 foizini tushuntiradi ($R^2=0,543$, $F=28,47$, $p<0,001$).

Eng kuchli prediktorlar quyidagilar: elektron tijorat platformalari soni ($B=0,32$, $p<0,001$), raqamli to‘lov tizimlaridan foydalanish ($B=0,28$, $p<0,01$), online marketing faolligi ($B=0,24$, $p<0,01$), logistika integratsiyasi darajasi ($B=0,19$, $p<0,05$).

ANOVA tahlili natijalariga ko‘ra, elektron tijoratdan olinadigan foyda sohalar bo‘yicha statistik jihatdan farq qiladi ($F(4,245)=12,34$, $p<0,001$). Eng yuqori natijalar chakana savdo (o‘rtacha 4,1 ball) va xizmatlar ko‘rsatish (3,9 ball) sohalarida qayd etilgan, eng past natijalar esa qishloq xo‘jaligi (2,8 ball) sohasida kuzatilgan.

Respondentlar elektron tijorat platformalaridan foydalanishda duch keladigan asosiy muammolarni quyidagicha baholadi: yuqori komissiya to‘lovlari (68,4%), logistika muammolari (54,2%), raqamli ko‘nikmalar yetishmasligi (48,6%), raqobat kuchayishi (45,8%), to‘lov tizimlaridagi muammolar (32,4%).

Porter raqobatbardoshlik nazariyasiga ko‘ra, korxonalar raqobatbardoshligi uning ichki resurslari va tashqi muhit o‘rtasidagi muvozanatga bog‘liq. Elektron tijorat platformalari bu muvozanatni yaxshilash imkonini beradi, chunki ular kichik korxonalar bilan teng sharoitlarda raqobatlashish imkoniyatini yaratadi.¹¹

MUHOKAMA

Tadqiqot natijalari UNCTAD “Raqamli iqtisodiyot hisoboti-2024” da keltirilgan global tendentsiyalar bilan mos keladi. Rivojlanayotgan mamlakatlarda elektron tijorat tez sur‘atlarda o‘sib, kichik biznes uchun yangi imkoniyatlar yaratmoqda.¹²

O‘zbekistonda elektron tijorat platformalarining kichik biznes raqobatbardoshligiga ijobiy ta’siri bir necha mexanizmlar orqali amalga oshadi. Birinchidan, geografik cheklolarni bartaraf etish orqali bozorni kengaytirish imkoniyati yaratiladi. Ikkinchidan, an’anaviy savdo kanallariga qaraganda past operatsion xarajatlar ta’minlanadi.

¹¹Porter M.E. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. New York: Free Press, 1985.

¹²UNCTAD. Digital Economy Report 2024: Shaping an Environmentally Sustainable and Inclusive Digital Future. Geneva: United Nations, 2024.

Uchinchidan, mijozlar haqida ma'lumotlar to'plash va tahlil qilish imkoniyati paydo bo'ladi. To'rtinchidan, marketing samaradorligi oshiriladi.

Osiyo taraqqiyot banki hisobotida ta'kidlanganidek, O'zbekiston raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishda sezilarli yutuqlarga erishgan. 2020 yilda mamlakatda 1200 ga yaqin startap faoliyat yuritgan bo'lib, ularning 30 foizi fintech, 27 foizi esa elektron tijorat sohasida ishlagan.¹³

Proreforms.uz tahlillariga ko'ra, 2019 yildan beri kichik biznes va xususiy tadbirkorlik YaIMning 50 foizini tashkil etib kelgan. Biroq, 2022 yilda bu ko'rsatkich 2019 yilga nisbatan 4 foizga kamaygan.¹⁴

Bizning tadqiqotimiz shuni ko'rsatadiki, elektron tijorat platformalaridan faol foydalanadigan kichik biznes subyektlari an'anaviy savdo bilan shug'ullanuvchilarga qaraganda tezroq o'smoqda. Bu natija global tendentsiyalar bilan mos keladi va raqamli transformatsiyaning muhimligini yana bir bor tasdiqlaydi.

Tadqiqot natijalari kichik biznes rahbarlari, davlat organlari va elektron tijorat platformalari uchun amaliy ahamiyatga ega. Kichik biznes subyektlari uchun quyidagi tavsiyalar beriladi: kamida bitta elektron tijorat platformasida do'kon ochish; ijtimoiy tarmoqlarda savdoni rasmiy platformalar bilan birlashtirish; raqamli to'lov tizimlarini joriy etish; mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish (CRM) tizimlaridan foydalanish.

DataReportal ma'lumotlariga ko'ra, 2025 yil boshida O'zbekistonda 32,7 million internet foydalanuvchisi bo'lib, bu aholining 87,2 foizini tashkil etadi. Mobil aloqa ulanishlari soni 33,9 millionga yetgan.¹⁵

Davlat organlari uchun quyidagi tavsiyalar ishlab chiqilgan: kichik biznesning elektron tijoratga o'tishini rag'batlantiruvchi soliq imtiyozlarini joriy etish; elektron tijorat infratuzilmasini, ayniqsa qishloq joylarida rivojlantirish; tadbirkorlarning raqamli savodxonligini oshirish dasturlarini kengaytirish; elektron tijorat sohasidagi tartibga solishni takomillashtirish.

¹³Asian Development Bank. Uzbekistan Digital Economy Development Assessment. Manila: ADB, 2022.

¹⁴Proreforms.uz. Factors of economic growth: Small and medium-sized enterprises. Tashkent: ProReforms, 2024.

¹⁵DataReportal. Digital 2025: Uzbekistan. Singapore: Kepios, 2025.

Elektron tijorat platformalari operatorlari uchun quyidagi tavsiyalar beriladi: kichik biznes uchun komissiya to'lovlarini kamaytirish; sotuvchilar uchun o'quv dasturlarini tashkil etish; yetkazib berish xizmatlarini takomillashtirish; to'lov tizimlarini diversifikatsiya qilish.

Tadqiqotning ba'zi cheklolari mavjud. Birinchidan, tanlanma faqat 5 ta viloyatni qamrab oladi va butun mamlakat bo'yicha umumlashtirish cheklangan. Ikkinchidan, o'z-o'zini baholash usuli subyektiv xatoliklarga olib kelishi mumkin. Uchinchidan, COVID-19 pandemiyasining uzoq muddatli ta'sirini to'liq hisobga olish qiyin.

Kelajak tadqiqotlar quyidagi yo'nalishlarda olib borilishi tavsiya etiladi: qamrovni barcha viloyatlarga kengaytirish; vaqt seriyasi tahlili orqali dinamikani kuzatish; iste'molchilar nuqtai nazaridan tadqiqot o'tkazish; sohalar bo'yicha chuqur tahlil olib borish.

Euromonitor International ma'lumotlariga ko'ra, O'zbekistonda elektron tijoratning asosiy toifalari maishiy texnika va elektronika (35%) va moda mahsulotlari (19%) hisoblanadi.¹⁶

ECOMDB prognozlariga ko'ra, O'zbekistonda online savdoning chakana bozordagi ulushi 2024 yilda 7,0 foizni tashkil etgan bo'lib, 2029 yilga kelib bu ko'rsatkich o'rtacha 3,1 foizga o'sib, 7,9 foizga yetishi kutilmoqda.¹⁷

News Central Asia hisobotiga ko'ra, Markaziy Osiyoda elektron tijorat bozori 2024 yilda taxminan 14,7 milliard AQSh dollariga yetgan bo'lib, bu 2023 yildagi 11,1 milliard dollardan 32 foiz ko'p.¹⁸

O'zbekiston Respublikasi Markaziy banki ma'lumotlariga ko'ra, 2024 yilda raqamli to'lovlar hajmi sezilarli darajada oshgan. Uzum Bank kartalari foydalanuvchilari soni 2 millionga yetgan bo'lib, to'lov tizimi 25 ta shaharda mavjud.¹⁹

¹⁶Euromonitor International. E-Commerce in Uzbekistan. London: Euromonitor, 2024.

¹⁷ECOMDB. E-Commerce Market Uzbekistan: Data & Trends. Hamburg: ECDB, 2025.

¹⁸News Central Asia. Report: State of E-Commerce in Central Asia. Ashgabat: nCa, 2025.

¹⁹O'zbekiston Respublikasi Markaziy banki. Raqamli to'lovlar statistikasi. Toshkent: CBU, 2024.

Raqamli to'lov tizimlarining rivojlanishi elektron tijorat o'sishining muhim omili hisoblanadi. "Hozir sotib ol, keyinroq to'la" (BNPL) modeli O'zbekistonda tobora ommalashmoqda. Uzun ma'lumotlariga ko'ra, elektron tijorat tranzaksiyalarining 45-50 foizi BNPL orqali amalga oshiriladi.

Kun.uz ma'lumotlariga ko'ra, O'zbekistonda hozirda 50 dan ortiq marketplace faoliyat yuritib, ularning yillik aylanmasi 300 million AQSh dollarini tashkil etadi. Bu ko'rsatkich 2027 yilga kelib 1 milliard dollarga yetishi kutilmoqda.²⁰

Uzum Market O'zbekistonda eng katta logistika tarmog'ini ishlatib, 230 dan ortiq buyurtma olish punkti va 60 dan ortiq shahar va shaharchalarida kuryer yetkazib berish xizmatini taklif etadi.²¹

Logistika infratuzilmasining rivojlanishi, ayniqsa qishloq joylarda, elektron tijoratning kengayishi uchun muhim ahamiyatga ega. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, logistika muammolari respondentlarning 54,2 foizi uchun asosiy to'siqlardan biri hisoblanadi.

XULOSA

Tadqiqot natijalariga asoslanib, quyidagi asosiy xulosalar chiqariladi:

Birinchi, elektron tijorat platformalari O'zbekistonda kichik biznes subyektlarining raqobatbardoshligini oshirishda muhim rol o'ynamoqda. Platformalardan faol foydalanadigan korxonalarda savdo hajmi o'rtacha 34,6 foizga, mijozlar soni esa 42,8 foizga oshgan.

Ikkinchi, Uzum Market O'zbekistondagi eng mashhur elektron tijorat platformasi bo'lib, kichik biznes subyektlarining 45,8 foizi undan foydalanadi. Shu bilan birga, ijtimoiy tarmoqlar (Telegram va Instagram) ham savdo kanali sifatida muhim ahamiyat kasb etmoqda.

Uchinchi, elektron tijorat platformalaridan foydalanish intensivligi va raqobatbardoshlik ko'rsatkichlari o'rtasida statistik jihatdan ahamiyatli ijobiy bog'liqlik

²⁰Kun.uz. Uzbekistan's e-commerce market expected to surge to \$1 billion by 2027. Tashkent: Kun.uz, May 2024.

²¹Uzum. New National Record: Uzum Market processes over 1 million orders in July. Tashkent: Uzum Press Center, 2023.

mavjud ($r=0,68$, $p<0,001$). Bu natija raqamli transformatsiyaning kichik biznes rivojlanishi uchun zarurligini tasdiqlaydi.

To'rtinchidan, kichik biznes subyektlari elektron tijoratda yuqori komissiya to'lovlari (68,4%), logistika muammolari (54,2%) va raqamli ko'nikmalar yetishmasligi (48,6%) kabi muammolarga duch kelmoqda. Bu muammolarni hal etish platformalar va davlat organlarining hamkorligini talab etadi.

Beshinchidan, O'zbekiston hukumatining "Raqamli O'zbekiston-2030" strategiyasi doirasida elektron tijoratni rivojlantirish bo'yicha olib borilayotgan islohotlar ijobiy natijalar bermoqda. 2024 yilda 57 ta xorijiy texnologiya kompaniyalari, jumladan Apple, Google, Meta va Booking.com soliq maqsadlarida ro'yxatdan o'tgan.²²

Tadqiqot natijalari asosida kichik biznes subyektlariga quyidagi amaliy tavsiyalar beriladi: elektron tijorat platformalaridan faol foydalanish; raqamli to'lov tizimlarini joriy etish; onlayn marketing strategiyasini ishlab chiqish; xodimlarning raqamli ko'nikmalarini oshirish; mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish tizimlarini qo'llash.

IMARC Group prognozlariga ko'ra, Markaziy Osiyoda elektron tijorat sektori 2033 yilga kelib 182 milliard AQSh dollariga yetishi kutilmoqda. Bu tendentsiya O'zbekiston kichik biznesi uchun katta imkoniyatlar yaratadi.²³

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Aholini kichik va o'rta biznesga keng jalb qilishning qo'shimcha chora-tadbirlari to'g'risidagi PQ-366-sonli Qarori kichik biznesning raqamli iqtisodiyotga integratsiyalashuvi uchun qo'shimcha imkoniyatlar yaratmoqda.²⁴

Tadqiqot O'zbekistonda elektron tijorat va kichik biznes raqobatbardoshligi o'rtasidagi bog'liqlikni ilmiy jihatdan asosladi va amaliy tavsiyalar ishlab chiqdi. Natijalar davlat siyosati, biznes strategiyalari va ilmiy tadqiqotlar uchun foydali bo'lishi kutiladi.

Xulosa qilib aytganda, raqamli transformatsiya sharoitida elektron tijorat platformalari kichik biznes subyektlarining raqobatbardoshligini oshirishda beqiyos

²²O'zbekiston Respublikasi Raqamli texnologiyalar vazirligi. Raqamli O'zbekiston-2030 strategiyasi. Toshkent, 2023.

²³IMARC Group. Central Asia E-Commerce Market Report 2024-2033. Noida: IMARC, 2024.

²⁴O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Aholini kichik va o'rta biznesga keng jalb qilish to'g'risidagi PQ-366-sonli Qarori. Toshkent, 2023 yil 15 noyabr.

imkoniyatlar yaratmoqda. Bu imkoniyatlardan samarali foydalanish uchun korxonalar, davlat organlari va platformalar o‘rtasida yaqin hamkorlik talab etiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI:

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “O‘zbekiston-2030” strategiyasini tasdiqlash to‘g‘risidagi PF-158-sonli Farmoni. – Toshkent, 2023 yil 11 sentyabr.
2. KPMG. E-commerce in Uzbekistan. – Tashkent: KPMG Caucasus and Central Asia, 2023. – 45 p.
3. Trade.gov. Uzbekistan - eCommerce Country Commercial Guide. – U.S. Department of Commerce, 2024.
4. Statista. eCommerce Market Uzbekistan: Market Forecast. – Hamburg: Statista GmbH, 2025.
5. World Bank. Ending poverty through E-Commerce in Central Asia. – Washington: World Bank Group, 2024.
6. TechCrunch. Meet Uzbekistan's first unicorn: e-commerce startup Uzum. – San Francisco, March 2024.
7. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. Kichik biznes va tadbirkorlik. – Toshkent: Stat.uz, 2024.
8. INVEXI. Key Indicators of Small Entrepreneurship in Uzbekistan for 2024. – Tashkent: INVEXI, 2025.
9. Porter M.E. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. – New York: Free Press, 1985. – 557 p.
10. UNCTAD. Digital Economy Report 2024. – Geneva: United Nations, 2024. – 312 p.
11. Asian Development Bank. Uzbekistan Digital Economy Development Assessment. – Manila: ADB, 2022.
12. DataReportal. Digital 2025: Uzbekistan. – Singapore: Kepios, 2025.

13. Euromonitor International. E-Commerce in Uzbekistan. – London: Euromonitor, 2024.
14. ECOMDB. E-Commerce Market Uzbekistan: Data & Trends. – Hamburg: ECDB, 2025.
15. News Central Asia. Report: State of E-Commerce in Central Asia. – Ashgabat: nCa, 2025.
16. O‘zbekiston Respublikasi Markaziy banki. Raqamli to‘lovlar statistikasi. – Toshkent: CBU, 2024.
17. Kun.uz. Uzbekistan's e-commerce market expected to surge to \$1 billion by 2027. – Tashkent, May 2024.
18. Uzum. New National Record: Uzum Market processes over 1 million orders. – Tashkent: Uzum Press Center, 2023.
19. Proreforms.uz. Factors of economic growth: Small and medium-sized enterprises. – Tashkent: ProReforms, 2024.
20. Sattorkulov O.T. Features of The Development of Small Business in Uzbekistan // American Journal of Economics and Business Management. – 2025. – Vol. 8(3). – P. 1000-1006.
21. IMARC Group. Central Asia E-Commerce Market Report 2024-2033. – Noida: IMARC, 2024.
22. O‘zbekiston Respublikasi Raqamli texnologiyalar vazirligi. Raqamli O‘zbekiston-2030 strategiyasi. – Toshkent, 2023.
23. Research Group Central Asia. Digital Habits Study of Uzbekistan. – Tashkent: IPSOS-accredited, 2023.
24. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Aholini kichik va o‘rta biznesga keng jalb qilish to‘g‘risidagi PQ-366-sonli Qarori. – Toshkent, 2023 yil 15 noyabr.
25. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining “Elektron tijorat to‘g‘risida”gi qarori. №256. – Toshkent, 2024 yil may.