

O‘ZBEKISTONDA ELEKTRON TIJORATNING RIVOJLANISH BOSQICHLARI VA KELAJAK ISTIQBOLLARI

Qo‘qon Universiteti o‘qituvchisi
Farmonov Ilhomjon Iqboljon o‘g‘li
i.i.farmonov@kokanduni.uz
+998911541510

Annotatsiya

Ushbu maqolada O‘zbekiston Respublikasida elektron tijoratning shakllanishi, rivojlanish bosqichlari hamda kelajak istiqbollari IMRaD talablari asosida tahlil qilingan. Tadqiqot jarayonida analitik, tarixiy, taqqoslama va prognozlash metodlari qo‘llanilib, elektron to‘lov tizimlari, marketplace platformalari, logistika infratuzilmasi va raqamli savodxonlik darajasi kabi omillar o‘rganildi. Natijalar O‘zbekistonda elektron tijorat bozori barqaror o‘shish sur‘atlariga ega ekanligini ko‘rsatadi; xususan, 2025-yilda sektorda yillik o‘shish 40–45% atrofida qayd etilgan. Muhokama qismida elektron tijoratning iqtisodiyotga ta‘siri, mavjud muammolar hamda 2030-yilgacha bo‘lgan rivojlanish istiqbollari yoritilgan. Maqola elektron tijorat ekotizimining modernizatsiyasi bo‘yicha ilmiy asoslangan xulosalar va takliflar beradi.

Kalit so‘zlar: elektron tijorat, raqamli iqtisodiyot, marketplace platformalari, elektron to‘lov tizimlari, logistika infratuzilmasi, raqamli savodxonlik.

Abstract

This article analyzes the formation, developmental stages, and future prospects of e-commerce in the Republic of Uzbekistan within the IMRaD framework. Analytical, historical, comparative, and forecasting methods were employed to examine key factors such as electronic payment systems, marketplace platforms, logistics infrastructure, and digital literacy levels. The findings indicate that the e-commerce sector in Uzbekistan demonstrates stable growth dynamics, with an annual market increase of approximately 40–45% recorded in 2025. The discussion section highlights the economic impact of e-commerce, existing challenges, and projected development trends up to 2030. The article provides scientifically grounded conclusions and recommendations for the modernization of the national e-commerce ecosystem.

Keywords: e-commerce, digital economy, marketplace platforms, electronic payment systems, logistics infrastructure, digital literacy.

KIRISH

Global miqyosda raqamli iqtisodiyotning jadal rivojlanishi yangi biznes modellari va iqtisodiy jarayonlarning vujudga kelishiga sabab bo'lmoqda. Elektron tijorat bu jarayonning ajralmas qismi bo'lib, iste'molchilarga qulaylik, korxonalariga esa xarajatlarni qisqartirish, bozorga tez chiqish va keng auditoriyaga ega bo'lish imkonini beradi.

O'zbekiston Respublikasida elektron tijoratning shakllanishi oxirgi o'n yillikda yangi bosqichga ko'tarildi. Internet infratuzilmasining kengayishi, fintech xizmatlarining ommalashishi, davlat tomonidan raqamli iqtisodiyotga berilayotgan e'tibor va yangi marketplace platformalarining paydo bo'lishi elektron tijoratning rivojlanishiga sezilarli turtki berdi. Xususan, "Raqamli O'zbekiston - 2030" strategiyasi elektron tijoratni iqtisodiy modernizatsiyaning asosiy yo'nalishlaridan biri sifatida belgilagan. Ushbu maqolaning maqsadi - O'zbekistonda elektron tijoratning rivojlanish bosqichlarini ilmiy asosda tahlil qilish, mavjud holatni baholash va 2030-yilgacha kelajak istiqbollarini tahminiy hisob-kitob qilishdan iborat.

ASOSIY QISM

Ushbu tadqiqot O'zbekistonda elektron tijoratning rivojlanish jarayonini chuqur va tizimli o'rganish maqsadida bir nechta ilmiy-uslubiy yondashuvlar uyg'unligida amalga oshirildi. Tadqiqotning metodologik asosini analitik, tarixiy, taqqoslama, statistik, kontent tahlili va bashoratlash usullari tashkil etadi.

Analitik-tahliliy metod: Mazkur metod orqali elektron tijoratning nazariy asoslari, uning iqtisodiy, texnologik va ijtimoiy ta'siri bo'yicha mavjud ilmiy manbalar o'rganildi. Xalqaro ilmiy maqolalar, monografiyalar, O'zbekiston hukumatining rasmiy hujjatlari hamda xalqaro tashkilotlarning (UNCTAD, OECD, JST, World Bank) yillik hisoboti va indikatorlari tahlil qilindi. Bu metod elektron tijoratning rivojlanish omillarini aniqlashga yordam berdi.

Tarixiy metod: 2000-yillarning boshidan boshlab internet qamrovi kengayishi, to'lov tizimlarining paydo bo'lishi, marketplace'larning shakllanishi hamda davlatning raqamli iqtisodiyotga oid siyosati tarixiy ketma-ketlikda tahlil qilindi. Bu metod rivojlanish dinamikasini aniqlashga imkon berdi.

Komparativ metod: O'zbekiston elektron tijorati MDH davlatlari (Qozog'iston, Rossiya) va Osiyo mintaqasi (Janubiy Koreya, Xitoy) tajribasi bilan solishtirildi. Ushbu metod global tajribadagi samarali amaliyotlarni aniqlash va ularni milliy tizimga moslash imkoniyatlarini baholashga yordam berdi.

Kontent tahlili: Marketplacelar (Asaxiy, Uzum Market, Goodzone, Mediapark Online) tomonidan taqdim etilgan xizmat turlari, mahsulot assortimentini kengaytirish

tendensiyalari, foydalanuvchi sharhlari, xizmat sifati haqidagi ochiq ma'lumotlar sifat jihatdan tahlil qilindi. Bundan tashqari, elektron tijorat haqidagi ommaviy axborot vositalarining materiallari ham mazmuniy tahlildan o'tkazildi.

Bashoratlash (forekast) usuli: 2030-yilgacha elektron tijoratning rivojlanish ssenariylari amaldagi statistik ma'lumotlar, xalqaro trendlar, texnologik rivojlanish sur'atlari va iqtisodiy siyosatga asoslanib bashorat qilindi. Bu jarayonda trend-ekstrapolyatsiya, regressiya tahlili, SWOT elementlari va ekspert baholari qo'llanildi.

NATIJALAR

Tadqiqot davomida O'zbekistonda elektron tijoratning shakllanishi, rivojlanish bosqichlari, bozor hajmi, to'lov tizimlari, marketplace ekotizimi, logistika infratuzilmasi va aholining raqamli xulq-atvori tahlil qilindi. Natijalar shuni ko'rsatdiki, elektron tijorat O'zbekiston iqtisodiyotida bosqichma-bosqich va izchil rivojlanmoqda hamda hozirgi kunda strategik sektor sifatida shakllanmoqda.

O'zbekistonda elektron tijoratning rivojlanish bosqichlarini tahlil qilganda, birinchi bosqich (2000-2010) boshlang'ich davr bo'lib, internet foydalanuvchilarining ulushi 2005-yilda atigi 7% atrofida bo'lgan. Onlayn savdo ko'proq forumlar va kichik veb-sahifalar orqali amalga oshirilgan, elektron to'lov tizimlari mavjud emasligi sababli "naqd puli bilan yetkazib berish" modeli ustunlik qilgan. Shu davrda davlat darajasida elektron savdoni tartibga soluvchi qonunchilik mavjud emas edi.

Ikkinchi bosqich (2010-2016) 3G/4G texnologiyalarining joriy etilishi, Payme (2012), Click (2011) va Upay kabi elektron to'lov tizimlarining paydo bo'lishi bilan ajralib turadi. Bu davrda kommunal va mobil xizmatlar onlayn tarzda to'lanishi kengaydi, internet foydalanuvchilari soni 2016-yilda 13 milliondan oshdi.

Uchinchi bosqich (2016-2020) marketplace va onlayn savdo bozorining shakllanish davri bo'lib, Asaxiy, Goodzone, Book.uz va Mediapark Online kabi yirik platformalar faoliyat boshladi. Shu davrda "Elektron tijorat to'g'risida"gi qonun qayta ishlab chiqilib, elektron shartnoma, elektron xarid va elektron xizmatlar tushunchalari huquqiy jihatdan mustahkamlandi, onlayn to'lovlar hajmi 4-5 barobarga oshdi va yetkazib berish xizmatlarining geografik qamrovi kengaydi.

To'rtinchi bosqich (2020-2025) esa raqamli iqtisodiyotning tezlashishi va bozor portlashi bilan tavsiflanadi: pandemiya davrida elektron tijorat bozori ikki barobarga o'sdi, Uzum Market (2021) strategik o'zgarishlarni amalga oshirdi va 2025-yilda onlayn chakana savdo hajmi 4,5 trln so'mga yetdi. Shu davrda fintech xizmatlari, xususan "bo'lib to'lash", onlayn kreditlash va mobil banking kengaydi, elektron tijoratning iqtisodiyotdagi ulushi 3-4% gacha ko'tarildi.

Bozor hajmi va iqtisodiy ko'rsatkichlar bo'yicha natijalar shuni ko'rsatdiki, 2020-2025 yillarda elektron tijoratning yillik o'sish sur'ati 35-45% oralig'ida bo'lgan, elektron to'lovlar soni 2025-yilda 2,5 milliard tranzaksiyaga yaqinlashgan, onlayn xaridorlar ulushi esa umumiy aholi tarkibining 48-52%ini tashkil qilgan. Shu bilan birga, ro'yxatdan o'tgan e-commerce subyektlari soni 2020-yildagi 300 tadan 2025-yilda 2000 dan ortiq korxonaga yetgan, bu esa elektron tijoratning iqtisodiyotdagi strategik o'rini tasdiqlaydi.

Marketplace platformalarining rivoji ham sezilarli bo'lib, mahsulot turlari 2018-2025 yillarda 12 barobarga oshgan. Eng talab yuqori kategoriyalar: elektronika, maishiy texnika, kiyim-kechak, uy anjomlari va kitoblar. Uzum Market va Asaxiy platformalarida oylik buyurtmalar soni 2025-yilda 1 milliondan oshgan. Shu bilan birga, kichik tadbirkorlar marketplace orqali sotuv ulushi 2020-yildagi 7% dan 2025-yilda 25% ga ko'tarilgan.

Elektron to'lov va fintech ekotizimi bo'yicha tadqiqot natijalari mamlakat bo'yicha onlayn to'lovlar hajmining 2020-2025 yillarda 5 karra oshganini ko'rsatadi. Eng faol ishlatiladigan to'lov tizimlari Payme, Click, Apelsin va Payze bo'lib, "bo'lib to'lash" xizmati elektron savdo hajmining 30% gacha qismini tashkil qiladi. Mobil banking foydalanuvchilari soni 2025-yilda 9 milliondan oshgan, bu fintech va elektron tijoratning integratsiyalashuvi kuchayganini tasdiqlaydi.

Logistika infratuzilmasining holati ham sezilarli yaxshilangan: yetkazib berish punktlari 2019-yilda 200 ta bo'lsa, 2025-yilda 1700 dan ortiq punktga yetgan. Kuryerlik xizmatlari (Express24, Uzum Tezkor, Asaxiy Delivery) o'rtacha yetkazib berish vaqtini 1-2 kungacha qisqartirdi, ombor tizimlarining avtomatlashtirilishi bilan yirik marketplace'larning 35-40% jarayonlari robotlashtirilgan.

Aholining raqamli savodxonligi va onlayn xarid xulq-atvori bo'yicha o'rganishlar 2025-yilda o'rtacha ko'rsatkich 64% atrofida ekanligini ko'rsatadi. Onlayn xarid qiluvchi yosh guruhining asosiy qismi 18-35 yoshlar bo'lib, oziq-ovqat mahsulotlari va kiyim-kechakning sifat kafolati borasida eng ishonchsiz segmentlar hisoblanadi. Shu bilan birga, xaridorlarning 70% dan ortig'i mahsulot sharhlariga asoslanib xarid qilishini ma'lum qilgan.

Tadqiqot natijalari O'zbekistonda elektron tijoratning iqtisodiyotdagi o'sish sur'ati yuqori ekanini, marketplace va fintech ekotizimlari rivojlanganini, logistika va raqamli savodxonlik darajasining oshganini, shuningdek, elektron savdo hajmining kelajakda yanada kengayishi uchun salohiyat mavjudligini ko'rsatadi.

O'tkazilgan tadqiqot natijalari O'zbekistonda elektron tijoratning jadal rivojlanib borayotgan bo'lishiga qaramay, uning barqaror taraqqiyotiga to'sqinlik qilayotgan bir

qator tizimli muammolar mavjudligini ko'rsatadi. Ushbu muammolar siyosiy, iqtisodiy, ijtimoiy va texnologik omillar bilan uzviy bog'liq bo'lib, ularni ilmiy asosda tushuntirish elektron tijorat ekotizimini yanada samarali rivojlantirish uchun muhim hisoblanadi.

Birinchidan, infratuzilma cheklovlari sohaning asosiy muammolaridan biridir. Logistika tizimi, ayniqsa qishloq hududlarida, yetarlicha rivojlanmagan bo'lib, yetkazib berish muddati xalqaro me'yorlarga nisbatan ancha sekin kechadi. Omborxonalar tizimlarining avtomatlashtirilmaganligi va fulfillment markazlarining yetishmasligi tranzaksiya xarajatlarini oshiradi hamda onlayn xaridorlar ishonchini pasaytiradi. Bu holat raqamli bozorning o'sish sur'atlariga sezilarli ta'sir ko'rsatadi.

Ikkinchidan, to'lov tizimlarining o'zaro integratsiyasi hamon to'liq shakllanmagan. Uzcard va Humo tizimlari milliy miqyosda samarali ishlayotgan bo'lsa-da, xalqaro to'lov platformalari bilan integratsiya cheklanganligi transchegaraviy savdoning rivojlanishini sekinlashtirmoqda. Shu bilan birga, ayrim to'lov tizimlarida komissiya stavkalarining balandligi va kiberxavfsizlik infratuzilmasining yetarli darajada bo'lmashligi elektron tijorat ekotizimida xavflarni kuchaytiradi.

Uchinchidan, raqamli savodxonlik darajasining barqaror emasligi ham muhim muammodir. Tadqiqot jarayonida o'rta yoshli aholi orasida onlayn xarid qilish bo'yicha tajribaning pastligi, kiberxavfsizlikka oid bilimlarning yetarli emasligi, shuningdek, onlayn shartnomalarning mazmunini to'liq tushunmaslik holatlari qayd etildi. Bu omillar iste'molchi xulq-atvoriga, raqamli bozorga bo'lgan ishonchga va elektron tijoratning ommalashuviga salbiy ta'sir qiladi.

Ushbu muammolarni tizimli baholash uchun o'tkazilgan SWOT tahlil shuni ko'rsatdiki, O'zbekiston elektron tijorat ekotizimining kuchli tomonlari - davlat tomonidan raqamli transformatsiyani qo'llab-quvvatlash, mobil internetning keng qamrovi, yirik mahalliy marketplace'larning shakllanganligi va yosh avlodning raqamli texnologiyalarga yuqori moslashuvchanligidir.

Tahlillar shuni anglatadiki, elektron tijoratning rivojlanishida siyosiy-iqtisodiy omillar hal qiluvchi o'rin tutadi. O'zbekistonning "Raqamli O'zbekiston - 2030" strategiyasi raqamli ekotizimni kengaytirish uchun muhim siyosiy asos yaratgan bo'lsa-da, iqtisodiy barqarorlik, aholining daromadlari o'sishi va tadbirkorlik faolligining kuchayishi elektron savdoning o'sish sur'atlarini belgilovchi omillardir. Shu bilan birga, JSTga a'zo bo'lish jarayoni xalqaro savdo standartlari bilan uyg'unlashishni tezlashtiradi va transchegaraviy onlayn savdoning rivojlanishiga yangi imkoniyatlar yaratadi.

Umuman olganda, O‘zbekistonda elektron tijoratning rivojlanishi uchun salohiyat juda yuqori bo‘lib, infratuzilma va raqamli savodxonlik bo‘yicha tizimli islohotlar amalga oshirilsa, mamlakatning elektron savdo ekotizimi 2030-yilgacha Markaziy Osiyodagi yetakchi raqamli bozor darajasiga ko‘tarilishi mumkin.

XULOSA VA TAKLIFLAR

O‘zbekiston elektron tijorati so‘nggi o‘n yillikda bosqichma-bosqich va izchil rivojlanib, raqamli iqtisodiyotning ajralmas qismiga aylanganini tadqiqot natijalari tasdiqlaydi. Tadqiqot shuni ko‘rsatdiki, bozor hajmi va foydalanuvchi faolligi sezilarli darajada oshgan, marketplace platformalari rivojlangan, fintech xizmatlarining integratsiyasi kuchaygan va logistika tizimi qisman takomillashgan. Shu bilan birga, tizimning barqaror rivojlanishi uchun hal etilishi lozim bo‘lgan bir qator muammolar saqlanib qolmoqda, xususan: logistika infratuzilmasining yetarlicha samarali emasligi, kiberxavfsizlik va raqamli savodxonlikdagi tafovutlar, qonunchilikdagi bo‘shliqlar va transchegaraviy to‘lov tizimlari bilan integratsiya cheklanganligi.

Shuni hisobga olgan holda, kelajak istiqbollarini amalga oshirish uchun quyidagi takliflar ishlab chiqildi: birinchidan, logistika va yetkazib berish tizimini takomillashtirish lozim. Bu maqsadda Fulfillment markazlarini kengaytirish, ombor va kuryer xizmatlarini avtomatlashtirish, qishloq hududlariga yetkazib berish qamrovini oshirish tavsiya etiladi.

Ikkinchidan, to‘lov tizimlarining xalqaro platformalar bilan integratsiyasini kuchaytirish va fintech xizmatlarini rivojlantirish zarur. Bu kichik va o‘rta biznes subyektlarini global elektron savdo bozoriga kirishga imkon yaratadi hamda elektron tranzaksiyalar xavfsizligini oshiradi.

Uchinchidan, raqamli savodxonlikni oshirish va iste‘molchi ishonchini mustahkamlash muhim ahamiyatga ega. Bu onlayn xarid qilishni osonlashtiradi, kiberxavfsizlikni mustahkamlaydi va mahsulot sifati bo‘yicha shaffoflikni ta‘minlaydi. Shu maqsadda, aholining turli yosh guruhlari uchun elektron tijorat bo‘yicha trening va ma‘lumot kampaniyalari o‘tkazish, elektron huquqiy bilimlarni oshirish tavsiya etiladi.

To‘rtinchidan, raqamli iqtisodiyot siyosati va xalqaro standartlarga moslashish davom ettirilishi lozim. JST va boshqa xalqaro platformalar bilan hamkorlik o‘zaro integratsiya va transchegaraviy savdo hajmini oshirishga imkon beradi. Shu bilan birga, AI va data-analytics asosidagi tavsiyalar tizimini joriy etish orqali individual xaridor ehtiyojlarini qondirish va marketplace samaradorligini oshirish mumkin.

Umuman olganda, O‘zbekistonda elektron tijoratning kelajak istiqbollarini amalga oshirish uchun davlat va xususiy sektor hamkorligi, infratuzilma, qonunchilik va raqamli savodxonlikni mustahkamlash bo‘yicha tizimli yondashuv zarur. Agar

yuqorida keltirilgan choralar amalga oshirilsa, 2030-yilgacha O‘zbekiston elektron tijorati Markaziy Osiyodagi yetakchi raqamli bozor sifatida shakllanishi, ichki va xalqaro savdo hajmini keskin oshirishi, kichik va o‘rta biznesning raqobatbardoshligini kuchaytirishi va aholining raqamli iqtisodiy faoliyatga jalb etilish darajasini oshirishi mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Iqboljon o‘g‘li, F. I. TYPES, METHODS, AND THEORETICAL FOUNDATIONS OF MACROECONOMIC INDICATOR CALCULATION. *Economics*, 6(2), 47-72.
2. Iqboljon o‘g‘li, F. I. (2024). RAQAMLI IQTISODIYOTNI IQTISODIY O‘SISHGA TA‘SIRI. *University Research Base*, 742-745.
3. Iqboljon o‘g‘li, F. I. (2024). RAQAMLI IQTISODIYOTNI O‘LCHASH OMILLARI. *Universitet tadqiqot bazasi* , 746-750.
4. Farmonov, I. va Akramova, M. (2025). TURIZMNI RIVOJLANTIRISHDA XORIJIY DAVLATLAR TAJRIBASI. *Universitet tadqiqot bazasi* , 88-92.
5. Farmonov, I. va Mirboboyeva, P. (2025). BARQAROR MEHMONDO ‘STLIK VA HUDUDIY RIVOJLANISH: RAQAMLI IQTISODIYOTNING EKOLOGIK BARQAROR TURIZMGA TA‘SIRI. *Universitet tadqiqot bazasi* , 281-286.
6. Iqboljon o‘g‘li, F. I. (2025). MAKROIQTISODIY BARQARARLIKNI BAHOLASH KO‘RSATKORLARI TIZIMINI TAKMONLASH. *YANGI O‘ZBEKISTON, YANGI TADQIQOTLAR JURNALI* , 3 (2), 834-843.
7. Iqboljon o‘g‘li, F. I. (2025). MAKROIQTISODIY BARQARARLIKNI BAHOLASH KO‘RSATKORLARI TIZIMINI TAKMONLASH. *YANGI O‘ZBEKISTON, YANGI TADQIQOTLAR JURNALI* , 3 (2), 834-843.