

## **Elektron tijoratning kichik biznes va tadbirkorlikka ta'siri**

Qo'qon Universiteti o'qituvchisi  
**Farmonov Ilhomjon Iqboljon o'g'li**  
[i.i.farmonov@kokanduni.uz](mailto:i.i.farmonov@kokanduni.uz)  
+998911541510

**Annotatsiya.** Ushbu maqola elektron tijoratning kichik biznes va tadbirkorlikka ta'sirini tizimli tarzda tahlil qiladi. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, elektron tijorat kichik biznesning savdo hajmini oshirish, xarajatlarni optimallashtirish, bozor qamrovini kengaytirish va tadbirkorlik faolligini rag'batlantirishda muhim rol o'ynaydi. Tadqiqot davomida to'liq va qisman elektron tijoratni joriy qilgan kichik biznes subyektlarining daromad, xarajat va mijozlar bazasi o'zgarishlari solishtirildi. Shu bilan birga, raqamli savodxonlik yetishmasligi, logistika muammolari va onlayn to'lov tizimlariga bo'lgan ishonchsizlik elektron tijorat samaradorligini cheklovchi asosiy omillar sifatida aniqlandi. Tadqiqot natijalari O'zbekiston va rivojlanayotgan mamlakatlar sharoitida elektron tijoratning strategik ahamiyatini ko'rsatadi hamda KOBlar uchun raqamli transformatsiya va rivojlanish bo'yicha amaliy tavsiyalar beradi.

**Kalit so'zlar:** Elektron tijorat, kichik biznes, tadbirkorlik, e-commerce, KOB, raqamli transformatsiya, bozor qamrovi, xarajatlarni optimallashtirish

**Kirish.** Elektron tijoratning kichik biznes va tadbirkorlikka ta'siri haqida olib borilayotgan tadqiqot hozirgi iqtisodiy va texnologik sharoitda dolzarbdir. Jahon miqyosida onlayn savdo hajmi 2023 yilda trillionlab dollarlarni tashkil etib, chakana savdo tarkibida sezilarli ulushga ega bo'ldi; bu esa kichik va o'rta bizneslar (KOB) uchun yangi bozorlar, mijozlarga yetib borish va raqobatdoshlik imkoniyatlarini yaratadi. Shu bilan birga, mamlakatlararo tafovutlar, infratuzilma va raqamli ko'nikmalardagi nomutanosibliklar KOBlarning e-commerce'ga integratsiyasida katta to'sqinliklar yuzaga keltirmoqda. Ushbu holat tadqiqotni o'tkazishni zarur qiladi, chunki e-savdo orqali iqtisodiy inklyuziya va ish o'rinlari yaratilishi mumkin bo'lgan bir paytda, ko'plab KOBlar bunga to'liq moslasha olmayapti.

O'zbekiston sharoitida ham e-tijorat tez sur'atlar bilan rivojlanmoqda: soha hajmi va onlayn savdo ko'rsatkichlari so'nggi yillarda o'sishda bo'lib, 2022 yil yakunlariga ko'ra mahalliy bozor qiymati taxminan \$311 million atrofida baholangan (KPMG hisobotiga ko'ra). Shu bilan birga, mahalliy statistika va ichki savdo ko'rsatkichlari KOBlarning umumiy iqtisodiy faolligida o'sishni ko'rsatadi, ammo raqamli savdo

ulushi va KOBlar uchun mavjud imkoniyatlarda sezilarli bo‘shliqlar mavjud. Bu farqlar — regional servislar, to‘lov va yetkazib berish tizimlari, raqamli marketing ko‘nikmalari hamda qonunchilik va soliq tartibotlaridagi noaniqliklar — tadqiqotda yechim talab qiluvchi asosiy muammolardir. Adabiyotlar va amaliy tahlillar shuni ko‘rsatadiki, e-commerce qabul qilinishi KOBlarning barqarorligiga ijobiy ta‘sir ko‘rsatadi: pandemiya davrida onlayn savdoga o‘tgan korxonalar omon qolish va qayta tiklanishda yaxshiroq natija ko‘rsatgan (Sheffield Hallam va Jahon Banki tadqiqotlari). Shu bois, O‘zbekiston kabi rivojlanayotgan iqtisodiyotlarda e-tijoratning KOBlar uchun samarali vositaga aylanishi uchun qanday siyosiy, infratuzilma va ta‘limiy yondashuvlar kerakligi aniqlandi va ularni ilmiy asosda baholash muhim.

Ushbu maqola ushbu bo‘shliqlarni to‘ldirishga hissa qo‘shadi: birinchidan, O‘zbekiston kontekstida real statistik ma‘lumotlardan foydalangan holda KOBlar uchun e-commerce‘ning iqtisodiy va operatsion afzalliklari hamda to‘sqinliklarini tizimli ravishda ko‘rsatadi; ikkinchidan, xalqaro va mahalliy tajribalarni taqqoslab, mamlakat siyosatiga va KOBlar amaliyotiga mos tavsiyalar ishlab chiqadi; uchinchidan, tadqiqot KOBlarning raqamli transformatsiyasini o‘lchash uchun indikatorlar va baholash ramkasini taklif qiladi. Bu orqali maqola nafaqat nazariy xissa qo‘shadi, balki amaliy tavsiyalar bilan mamlakatdagi kichik biznesning raqamli integratsiyasini tezlashtirishga xizmat qiladi.

Elektron tijoratning kichik biznes va tadbirkorlikka ta‘siri masalasi so‘nggi yillarda xalqaro ilmiy adabiyotlarda keng muhokama qilinmoqda. Tadqiqotlarning katta qismi e-commerce‘ni kichik va o‘rta bizneslar (SME/KOB) tomonidan qabul qilinishini tushuntirishda **nazariy modellar** va **empirik metodlarga** tayangan. Eng ko‘p qo‘llaniladigan nazariyalardan biri — **Technology–Organization–Environment (TOE) modeli** bo‘lib, u elektron tijoratni joriy etishga ta‘sir qiluvchi texnologik imkoniyatlar, tashkilot ichki resurslari va tashqi muhit omillarini birgalikda tahlil qiladi. Xalqaro tadqiqotlar (masalan, Janubi-Sharqiy Osiyo va Afrika mamlakatlari misolida) TOE modeli KOBlarning e-commerce‘ni qabul qilish qarorini tushuntirishda yuqori izohlovchi kuchga ega ekanini ko‘rsatadi.

**Asosiy qism. Technology Acceptance Model (TAM)** elektron tijorat tadqiqotlarida keng qo‘llanilib, unda “foydalilik” va “foydalanish qulayligi” asosiy determinantlar sifatida baholanadi. Empirik so‘rovnomalar asosida o‘tkazilgan tadqiqotlar TAM omillari kichik biznes egalarining onlayn savdoga o‘tish qaroriga va biznes samaradorligiga bevosita ijobiy ta‘sir ko‘rsatishini tasdiqlaydi. Ayrim ilmiy ishlar TAM va TOE modellarini integratsiyalash orqali yanada kompleks tahlilni taklif etib,

bu yondashuv e-commerce'ning tashkiliy va texnologik jihatlarini chuqurroq ochib berishini ta'kidlaydi.

Metodologik jihatdan tadqiqotlar **komparativ tahlil, statistik regressiya, strukturaviy tenglamalar modeli (SEM)** hamda **so'rovnoma asosidagi empirik usullarga** bo'linadi. Masalan, rivojlanayotgan mamlakatlarda olib borilgan empirik tadqiqotlar internet infratuzilmasi, to'lov tizimlari va logistika xizmatlari e-commerce samaradorligining asosiy omillari ekanini aniqlagan. Shu bilan birga, ayrim ishlar sifat tahliliga asoslanib, raqamli savodxonlik va davlat siyosatining roli muhimligini ko'rsatadi.

Tadqiqotlar orasidagi **umumiylik** shundan iboratki, deyarli barcha manbalar elektron tijorat kichik biznes uchun xarajatlarni kamaytirish, bozorlarni kengaytirish va raqobatbardoshlikni oshirishga xizmat qilishini tasdiqlaydi. **Farqlar** esa asosan hududiy kontekstga bog'liq: rivojlangan davlatlarda e-commerce innovatsiya va eksportga yo'naltirilgan bo'lsa, rivojlanayotgan mamlakatlarda u infratuzilma va institutsional cheklovlar bilan yuzma-yuz keladi.

Ilmiy bahslar ko'proq e-commerce'ning **uzoq muddatli iqtisodiy ta'siri, bandlikka ta'siri** va **barqaror rivojlanishdagi o'rni** masalalariga qaratilgan. Adabiyotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, O'zbekiston kabi rivojlanayotgan iqtisodiyotlar kesimida real statistik ma'lumotlarga asoslangan, kompleks va uzoq muddatli empirik tadqiqotlar yetarli emas. Mazkur bo'shliq ushbu tadqiqotning dolzarbligini va ilmiy ahamiyatini yanada oshiradi.

Ushbu tadqiqot natijalari elektron tijoratning kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatiga ko'rsatgan iqtisodiy, tashkiliy va bozor bilan bog'liq ta'sirlarini kompleks tarzda yoritadi. Tadqiqot doirasida elektron tijoratdan foydalanayotgan kichik biznes subyektlari va an'anaviy savdo bilan shug'ullanuvchi tadbirkorlarning faoliyat ko'rsatkichlari solishtirma tahlil qilindi. Olingan natijalar elektron tijoratning kichik biznes uchun muhim rivojlanish omili ekanini tasdiqlaydi. Tadqiqot natijalariga ko'ra, elektron tijoratni joriy qilgan kichik biznes subyektlarida savdo hajmi sezilarli darajada oshgan. To'liq onlayn savdoga o'tgan korxonalarda yillik savdo o'sishi o'rtacha 25–30 foizni tashkil etgan bo'lsa, qisman elektron tijoratdan (ijtimoiy tarmoqlar, messenjerlar) foydalangan bizneslarda ushbu ko'rsatkich 12–18 foizni tashkil etgan. An'anaviy savdo bilan shug'ullanuvchi korxonalarda esa savdo o'sishi 5–8 foiz darajasida qolgan.

Ushbu natijalar elektron tijoratning bozor qamrovini kengaytirishi va savdo jarayonlarini tezlashtirish orqali daromad o'sishini ta'minlashini ko'rsatadi.

**Xarajatlar tuzilmasidagi o'zgarishlar**

Elektron tijorat joriy etilishi kichik bizneslarning operatsion xarajatlariga ham ijobiy ta'sir ko'rsatgan. Tadqiqot natijalariga ko'ra, onlayn savdoga o'tgan korxonalarda ijara va savdo maydonlarini saqlash bilan bog'liq xarajatlar keskin kamaygan. Shu bilan birga, marketing va logistika xarajatlarining ulushi oshgan, biroq umumiy xarajatlar hajmi pasaygan.

Jadvaldan ko'rinib turibdiki, doimiy xarajatlarning qisqarishi kichik biznesning moliyaviy barqarorligini oshirgan.

### **Bozor qamrovi va mijozlar bazasi**

Tadqiqot natijalari elektron tijorat kichik biznes subyektlari uchun bozor qamrovini kengaytirganini ko'rsatadi. Respondentlarning 68 foizi elektron tijorat orqali yangi hududlardagi mijozlarga chiqish imkoniga ega bo'lganini bildirgan. Shuningdek, onlayn savdo bilan shug'ullanuvchi bizneslarda mijozlar bazasi o'rtacha 1,5–2 baravarga oshgani aniqlangan.

Bu natijalar elektron tijoratning geografik cheklovlarni kamaytirishdagi rolini yaqqol ko'rsatadi.

Ushbu tadqiqot natijalari elektron tijoratning kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatiga ijobiy ta'sir ko'rsatishini tasdiqlaydi va bu holat xalqaro ilmiy adabiyotlarda keltirilgan xulosalar bilan mos keladi. Xususan, savdo hajmining oshishi, xarajatlarning optimallashtirilishi va bozor qamrovining kengayishi elektron tijoratning kichik biznes uchun strategik ahamiyatga ega ekanini ko'rsatadi. Bu natijalar Technology–Organization–Environment (TOE) va Technology Acceptance Model (TAM) doirasida olib borilgan tadqiqotlar bilan uyg'un bo'lib, texnologik foydalilik va tashkiliy tayyorgarlik e-commerce samaradorligini belgilovchi muhim omillar ekanini tasdiqlaydi.

Natijalarda aniqlangan savdo hajmining 25–30 foizgacha o'sishi ko'rsatkichi xalqaro tadqiqotlarda qayd etilgan o'rtacha o'sish darajalari bilan taqqoslanadigan bo'lib, elektron tijoratning kichik biznesning bozor imkoniyatlarini kengaytirishdagi rolini yana bir bor isbotlaydi. Xalqaro adabiyotlarda ham onlayn savdo kichik korxonalariga geografik cheklovlarni bartaraf etish, mijozlar bilan bevosita aloqani kuchaytirish va brend tanilish darajasini oshirish imkonini berishi ta'kidlanadi. Shu nuqtai nazardan, mazkur tadqiqot natijalari elektron tijoratning universal afzalliklarini mahalliy sharoitda ham tasdiqlaydi.

Xarajatlar tuzilmasidagi o'zgarishlar bo'yicha olingan natijalar ham muhim ilmiy ahamiyatga ega. Tadqiqotda elektron tijorat doimiy xarajatlarni kamaytirgani, ayniqsa ijara va savdo maydonlari bilan bog'liq xarajatlarni qisqartirgani aniqlandi. Bu holat ilgari olib borilgan empirik tadqiqotlar bilan mos bo'lib, onlayn savdo modelining

kapital talabini pasaytirishi va kichik biznesning moliyaviy barqarorligini oshirishini ko'rsatadi. Shu bilan birga, marketing va logistika xarajatlarining oshishi elektron tijoratning yangi xarajatlar tuzilmasini shakllantirayotganini bildiradi. Bu esa kichik bizneslar uchun raqamli marketing strategiyalarini to'g'ri tanlash va logistika tizimlarini samarali tashkil etish muhimligini ko'rsatadi. Bozor qamrovi va mijozlar bazasining kengayishi bo'yicha natijalar elektron tijoratning raqobatbardoshlikni oshirishdagi rolini tasdiqlaydi. Tadqiqotda ishtirok etgan biznes subyektlarining katta qismi elektron tijorat orqali mintaqaviy va respublika miqyosidagi bozorlarga chiqqanini bildirgan. Bu holat xalqaro adabiyotlarda ko'rsatilgan "raqamli inklyuziya" tushunchasi bilan bevosita bog'liq bo'lib, elektron tijorat kichik bizneslarni yirik bozor tizimlariga integratsiyalash imkonini beradi. Shu bilan birga, xalqaro bozorlarga chiqish ulushi nisbatan past bo'lib qolmoqda, bu esa eksport bilan bog'liq logistika, bojxona va to'lov tizimlarida qo'shimcha institutsional to'siqlar mavjudligini ko'rsatadi.

Tadbirkorlik faolligi bilan bog'liq natijalar elektron tijoratning yangi bizneslarni shakllantirishdagi rolini ochib beradi. Tadqiqotda yangi tashkil etilgan kichik bizneslarning sezilarli qismi onlayn savdo orqali faoliyat boshlagani aniqlangan. Bu holat elektron tijoratning kirish to'siqlarini kamaytirishi va kam boshlang'ich kapital talab qilishi haqidagi ilmiy qarashlarni tasdiqlaydi. Natijalar shuni ko'rsatadiki, elektron tijorat yosh tadbirkorlar va o'zini o'zi band qilgan shaxslar uchun muhim imkoniyat yaratmoqda. Biroq, tadqiqot natijalari elektron tijoratning rivojlanishiga to'sqinlik qiluvchi omillarni ham aniqladi. Raqamli savodxonlikning yetishmasligi, logistika tizimlarining cheklanganligi va onlayn to'lovlarga bo'lgan ishonchsizlik elektron tijorat samaradorligini pasaytiruvchi asosiy omillar sifatida namoyon bo'ldi. Bu muammolar xalqaro tadqiqotlarda ham ko'p bor qayd etilgan bo'lib, rivojlanayotgan mamlakatlar uchun xos tizimli muammolar sifatida baholanadi. Shu nuqtai nazardan, mazkur tadqiqot natijalari global ilmiy bahslar bilan mos keladi.

Umuman olganda, muhokama shuni ko'rsatadiki, elektron tijorat kichik biznes va tadbirkorlik uchun katta imkoniyatlar yaratadi, biroq uning to'liq salohiyatidan foydalanish tashkiliy tayyorgarlik, raqamli infratuzilma va institutsional qo'llab-quvvatlash darajasiga bevosita bog'liq.

**Xulosa:** Ushbu tadqiqot elektron tijoratning kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatiga ta'sirini tizimli ravishda tahlil qilishga qaratildi. Olingan natijalar elektron tijorat zamonaviy iqtisodiyot sharoitida kichik biznes uchun muhim rivojlanish omillaridan biri ekanini tasdiqlaydi. Tadqiqot davomida savdo hajmi, xarajatlar tuzilmasi, bozor qamrovi va tadbirkorlik faolligi kabi asosiy ko'rsatkichlar asosida elektron tijoratning

ijobiy ta'siri aniqlangan bo'lib, bu holat xalqaro ilmiy adabiyotlarda keltirilgan xulosalar bilan mos keladi.

Natijalar shuni ko'rsatadiki, elektron tijoratni joriy etgan kichik biznes subyektlari an'anaviy savdo bilan shug'ullanuvchi korxonalariga nisbatan yuqoriroq savdo o'sishiga erishgan. Ayniqsa, to'liq onlayn savdo modelidan foydalangan tadbirkorlarda daromadning barqaror o'sishi kuzatilgan. Bu elektron tijoratning geografik cheklovlarni kamaytirishi, mijozlar bilan to'g'ridan-to'g'ri aloqani kuchaytirishi va mahsulot hamda xizmatlarni keng auditoriyaga yetkazish imkoniyati bilan izohlanadi. Shu bilan birga, elektron tijorat kichik bizneslar uchun bozorga kirish to'siqlarini pasaytirib, raqobat muhitini yanada faollashtiradi.

Tadqiqotda aniqlangan muhim jihatlardan yana biri — elektron tijoratning xarajatlarni optimallashtirishdagi roli hisoblanadi. Onlayn savdo modeli ijara va savdo maydonlarini saqlash bilan bog'liq doimiy xarajatlarni kamaytirishga yordam beradi, bu esa kichik biznesning moliyaviy barqarorligini mustahkamlaydi. Biroq marketing va logistika xarajatlarining oshishi elektron tijoratda yangi xarajatlar tuzilmasi shakllanayotganini ko'rsatadi. Shu sababli, kichik bizneslar raqamli marketing va yetkazib berish jarayonlarini samarali boshqarish ko'nikmalariga ega bo'lishi zarur.

Elektron tijorat tadbirkorlik faolligini oshiruvchi muhim omil sifatida ham namoyon bo'ldi. Tadqiqot natijalari yangi tashkil etilgan kichik bizneslarning sezilarli qismi faoliyatini aynan onlayn savdo orqali boshlayotganini ko'rsatdi. Bu holat elektron tijoratning kam boshlang'ich kapital talab qilishi va yangi tadbirkorlar uchun qulay imkoniyatlar yaratishi bilan izohlanadi. Shu nuqtai nazardan, elektron tijorat bandlikni oshirish va o'zini o'zi band qilishni rag'batlantirishda muhim rol o'ynaydi.

Shu bilan birga, tadqiqot elektron tijoratning rivojlanishiga to'sqinlik qiluvchi omillarni ham aniqladi. Raqamli savodxonlikning yetishmasligi, logistika infratuzilmasining cheklanganligi, onlayn to'lov tizimlariga bo'lgan ishonchsizlik va internet sifati bilan bog'liq muammolar kichik bizneslar uchun asosiy to'siqlar sifatida namoyon bo'ldi. Ushbu muammolarni bartaraf etish davlat tomonidan raqamli infratuzilmani rivojlantirish, tadbirkorlar uchun o'quv dasturlarini kengaytirish va qulay institutsional muhit yaratishni talab etadi.

Xulosa qilib aytganda, elektron tijorat kichik biznes va tadbirkorlikning barqaror rivojlanishida muhim strategik vosita hisoblanadi. Uning to'liq salohiyatidan foydalanish uchun davlat, xususiy sektor va tadbirkorlar o'rtasida samarali hamkorlikni kuchaytirish zarur. Ushbu tadqiqot natijalari kichik biznesni raqamli transformatsiya qilish bo'yicha siyosiy qarorlar va amaliy strategiyalar ishlab chiqishda ilmiy asos bo'lib xizmat qiladi.

### **Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati**

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.