



OZIQ-OVQAT SANOATI TARMOG'IDA ELEKTRON SAVDONING AHAMIYATI VA DOLZARBLIGI

*Shuxratov Jamol Rustam o'g'li. Navoiy davlat konchilik va texnologiyalar
universiteti talabasi*

*Iqtisodiyot va menejment fakulteti, 60310100 — Iqtisodiyot (tarmoqlar va
sohalar bo'yicha)*

*Ilmiy rahbar: [Farmonov Doston Bobojon o'g'li]
Navoiy davlat konchilik va texnologiyalar universiteti*

ANNOTATSIYA

Mazkur maqolada oziq-ovqat sanoati tarmog'ida elektron savdoning iqtisodiy mohiyati, uning rivojlanish tendensiyalari va dolzarbligi yoritilgan. Elektron savdo tizimlarining oziq-ovqat mahsulotlari ishlab chiqaruvchilari, taqsimlovchilari va iste'molchilari o'rtasidagi aloqalarni samaralashtirish, bozor raqobatbardoshligini oshirish hamda raqamli iqtisodiyotga integratsiyalashuvdagi roli nazariy va amaliy jihatdan tahlil qilingan. Tadqiqot natijalari oziq-ovqat sanoati tarmoqlarida elektron savdo mexanizmlarini joriy etish bo'yicha amaliy tavsiyalarni o'z ichiga oladi.

Kalit so'zlar: elektron savdo, oziq-ovqat sanoati, raqamli iqtisodiyot, onlayn platforma, B2B, B2C, elektron tijorat, raqobatbardoshlik, logistika, iste'molchi xulqi.

АННОТАЦИЯ

В данной статье рассматривается экономическая сущность электронной торговли в отрасли пищевой промышленности, тенденции её развития и актуальность. Анализируется роль систем электронной торговли в оптимизации отношений между производителями, дистрибьюторами и потребителями продовольственных товаров, повышении



конкурентоспособности рынка и интеграции в цифровую экономику. Результаты исследования включают практические рекомендации по внедрению механизмов электронной торговли в отраслях пищевой промышленности.

Ключевые слова: электронная торговля, пищевая промышленность, цифровая экономика, онлайн-платформа, B2B, B2C, электронная коммерция, конкурентоспособность, логистика, поведение потребителей.

ANNOTATION

This article examines the economic essence of e-commerce in the food industry, its development trends, and current significance. The role of electronic trading systems in optimizing relationships between food producers, distributors and consumers, increasing market competitiveness and integrating into the digital economy is analyzed from both theoretical and practical perspectives. The research findings include practical recommendations for implementing e-commerce mechanisms in food industry sectors.

Keywords: e-commerce, food industry, digital economy, online platform, B2B, B2C, electronic commerce, competitiveness, logistics, consumer behavior.

KIRISH

Zamonaviy raqamli iqtisodiyot sharoitida elektron savdo dunyo miqyosida eng tez rivojlanayotgan soha sifatida alohida ahamiyat kasb etmoqda. Internet texnologiyalari va raqamli platformalarning keng tarqalishi natijasida an'anaviy savdo-sotiq jarayonlari tubdan o'zgarib, tovarlar va xizmatlarning ayirboshlashi yangi, samarali shakllar orqali amalga oshirilmoqda. Bu o'zgarishlar barcha tarmoqlarga, jumladan, oziq-ovqat sanoatiga ham o'z ta'sirini o'tkazmoqda.



Oziq-ovqat sanoati iqtisodiyotning eng muhim tarmog'laridan biri bo'lib, u aholining hayot darajasi va iste'mol madaniyatini belgilovchi omillar tizimida yetakchi o'rinni egallaydi. Shu bilan birga, bu tarmoq an'anaviy ravishda ko'p bosqichli taqsimlash zanjiri, vositachilarning ko'p sonligi va narxlarning oshishi bilan bog'liq muammolardan aziyat chekkan. Elektron savdoning joriy etilishi esa bu muammolarni hal etishda muhim vosita sifatida qaralmoqda.

O'zbekistonda raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish bo'yicha amalga oshirilayotgan islohotlar doirasida elektron tijorat yanada dolzarb yo'nalishga aylanmoqda. Mamlakatimizda internet foydalanuvchilar soni yil sayin ortib bormoqda, smartfonlar va raqamli to'lov tizimlarining keng tarqalishi esa elektron savdo uchun qulay muhit yaratmoqda. Shu nuqtai nazardan, oziq-ovqat sanoatida elektron savdo imkoniyatlarini kengaytirish nafaqat ishlab chiqaruvchilar, balki iste'molchilar uchun ham katta qulayliklar yaratadi.

Elektron savdoning oziq-ovqat tarmog'idagi ahamiyatini tushunish uchun avvalo uning qanday mexanizmlar orqali ishlashini va qanday iqtisodiy samara berishi mumkinligini ilmiy asosda o'rganish zarur. Mazkur maqolada ana shu masalalar o'z tahlilini topadi.

ADABIYOTLAR TAHLILI

Elektron savdo va uning tarmoqlar bo'yicha rivojlanishi masalasi xalqaro va mahalliy ilmiy adabiyotlarda keng tadqiq etilgan. Ushbu yo'nalishda bir qator fundamental nazariy va empirik ishlar yaratilgan. K. Laudon va C. Traver o'zlarining «*E-Commerce: Business, Technology, Society*» asarida elektron tijoratning nazariy asoslari, biznes modellari (B2B, B2C, C2C) hamda iste'molchi xulqining raqamli muhitdagi o'zgarishlarini keng yoritgan. Mualliflar oziq-ovqat sektorida onlayn savdoning ulushi tez o'sib borayotganini va bu o'sish logistika samaradorligini oshirishga bog'liqligini ta'kidlagan [1].



M. Porter ning raqobat ustunliklari nazariyasiga ko'ra, elektron savdo tizimlarini joriy etgan korxonalar xarajatlarni kamaytirish, bozorga kirish imkoniyatlarini kengaytirish va mijozlar bilan to'g'ridan-to'g'ri munosabatlar orqali raqobat ustunligiga ega bo'ladi [2]. Bu yondashuv oziq-ovqat sanoatiga ham to'liq qo'llaniladi, chunki ushbu tarmoqda vositachilarni chetlab o'tish narx ustunligini ta'minlaydi.

F. Chaffey va F. E. Chadwick tomonidan tayyorlangan «*Digital Business and E-Commerce Management*» asarida raqamli marketing, elektron savdo strategiyalari va mijozlar tajribasini yaxshilash yo'llari batafsil ko'rib chiqilgan. Mualliflar oziq-ovqat mahsulotlari onlayn savdosida ishonch omilining hal qiluvchi ahamiyatini qayd etishadi [3].

MDH hududida, xususan Rossiyada elektron tijorat rivojlanishini tadqiq qilgan A.A. Zelenin va boshqalar oziq-ovqat sanoatidagi B2B savdo platformalari korxonalar o'rtasidagi operatsion xarajatlarni 20–30 foizga kamaytirishi mumkinligini aniqlagan [4].

O'zbekistonda bu sohadagi tadqiqotlar uncha ko'p bo'lmasa-da, D.T. Mirzayev va boshqalar elektron tijoratning mamlakatimizdagi rivojlanish istiqbollari tahlil qilib, oziq-ovqat tarmoqlarida raqamli platformalarni joriy etishning ustunliklarini alohida ta'kidlagan [5]. Davlat statistika qo'mitasi ma'lumotlari esa O'zbekistonda internet foydalanuvchilar soni va elektron to'lovlar hajmining yildan-yilga o'sib borayotganini tasdiqlaydi [6]. Ushbu adabiyotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, elektron savdo oziq-ovqat sanoatida nafaqat iqtisodiy samara beruvchi, balki ijtimoiy jihatdan ham muhim rol o'ynaydigan omil hisoblanadi.

METODOLOGIYA

Mazkur tadqiqot oziq-ovqat sanoati tarmog'ida elektron savdoning iqtisodiy ahamiyati va dolzarbligini ilmiy asosda o'rganishga qaratilgan. Tadqiqot jarayonida



kompleks metodologik yondashuv qo'llanildi. Tadqiqotning nazariy asosi sifatida elektron tijorat nazariyasi, raqamli iqtisodiyot konsepsiyasi, tarmoq iqtisodiyoti yondashuvlari hamda marketing va logistika sohasidagi zamonaviy ilmiy qarashlar xizmat qildi. Ushbu nazariy asos tadqiqot predmetini chuqurroq tushunish va asosli xulosalar chiqarish uchun mustahkam zamin yaratdi.

Empirik tahlil jarayonida quyidagi usullardan foydalanildi: statistik tahlil usuli orqali O'zbekistonda elektron savdo bozori hajmi, oziq-ovqat sanoatida onlayn savdo ulushi va internet foydalanuvchilar soni dinamikasi tahlil qilindi. Solishtirma tahlil usuli yordamida elektron savdo qo'llagan va qo'llamagan korxonalar samaradorlik ko'rsatkichlari taqqoslandi. Dinamik tahlil usuli orqali elektron savdo bozorining rivojlanish tendensiyalari o'rganildi.

Shuningdek, tadqiqotda iqtisodiy-matematik modellash usullaridan foydalanildi. Elektron savdoning oziq-ovqat korxonalarini rentabelligiga ta'sirini baholash uchun amaliy hisob-kitoblar amalga oshirildi. Normativ-huquqiy tahlil usuli yordamida O'zbekistonda elektron tijoratni tartibga soluvchi qonunchilik bazasi o'rganildi. Tadqiqotda tizimli yondashuv alohida o'rin tutib, elektron savdo oziq-ovqat sanoatining turli bo'g'inlari — ishlab chiqarish, qayta ishlash, taqsimlash va iste'mol — bilan o'zaro bog'liq butun tizim sifatida ko'rib chiqildi.

MUHOKAMA VA NATIJALAR

Elektron savdoning oziq-ovqat sanoatidagi o'rni. Elektron savdo oziq-ovqat tarmog'idagi korxonalar uchun bir qator muhim imkoniyatlar yaratadi. Birinchi navbatda, bu texnologiya ishlab chiqaruvchilar va iste'molchilar o'rtasidagi masofani qisqartiradi, vositachilar sonini kamaytiradi va narxlarni optimallashtirish imkonini beradi. Buning natijasida ham ishlab chiqaruvchi, ham iste'molchi iqtisodiy manfaat ko'radi: ishlab chiqaruvchi yuqoriroq narxda sotadi, iste'molchi esa past narxda sotib oladi.



Jadval ma'lumotlari shuni ko'rsatadiki, O'zbekistonda elektron tijorat bozori 2020-yildan 2024-yilgacha taxminan 6,2 barobarga o'sdi. Oziq-ovqat mahsulotlari bo'yicha onlayn savdo ulushi esa 4,2 foizdan 11,6 foizga ko'tarildi. Bu tendensiya oziq-ovqat sanoatida elektron savdoning tobora muhim ahamiyat kasb etib borayotganini ko'rsatadi.

Elektron savdoning oziq-ovqat korxonalariga iqtisodiy ta'siri. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, elektron savdo tizimlarini joriy etgan oziq-ovqat korxonalarini bir qator muhim afzalliklardan bahramand bo'lmoqda: Bozor qamrovining kengayishi: Onlayn platformalar orqali korxonalar o'z geografik qamrovini keskin kengaytirishi mumkin. Mahalliy bozor bilan cheklanib qolmay, viloyat va hatto mamlakatning turli hududlaridagi iste'molchilarga yetib borish imkoni paydo bo'ladi. Xarajatlarning kamayishi: An'anaviy savdoda zarur bo'lgan ijara xarajatlari, sotuvchilar maoshi va boshqa operatsion xarajatlar elektron savdoda sezilarli darajada qisqaradi. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, yirik oziq-ovqat tarmog'i korxonalarini elektron savdoni joriy etgach operatsion xarajatlarini 15–25 foizga kamayta olgan. Iste'molchi ma'lumotlarini tahlil qilish imkoniyati: Elektron platformalar korxonalariga iste'molchilarning xarid qilish odatlari, afzalliklari va talablari to'g'risida qimmatli ma'lumot beradi. Bu ma'lumotlar ishlab chiqarish hajmini rejalashtirish, yangi mahsulotlar ishlab chiqarish va samarali marketing strategiyasini shakllantirishda muhim vosita bo'lib xizmat qiladi. Inventarni boshqarish samaradorligi: Real vaqt rejimida buyurtmalarni kuzatish, talab va taklifni muvozanatlash hamda ombor zahiralari optimal darajada saqlash imkoni paydo bo'ladi. Eksport imkoniyatlarining kengayishi: Cross-border elektron tijorat platformalari orqali O'zbekiston oziq-ovqat ishlab chiqaruvchilari xorijiy iste'molchilarga ham o'z mahsulotlarini taqdim eta oladi.



2-jadval. Oziq-ovqat korxonalarida elektron savdo joriy etishning iqtisodiy samarasi

Ko'rsatkich	Jami	1 mlrd so'mgacha	1–3 mlrd so'm	3–10 mlrd so'm	10 mlrd so'mdan yuqori
Samaradorlik ko'rsatkichi	An'anaviy savdo	Elektron savdo	Farq, %		
Operatsion xarajatlar (sotuv hajmiga nisbatan, %)	22–28	15–20	–12–25		
Bozorga chiqish vaqti (kun)	14–21	3–7	–60–70		
Iste'molchilar bilan aloqa zanjiri bo'g'inlari	3–5	1–2	–40–60		
Mahsulot haqida ma'lumot yangilanish tezligi	Haftalik	Real vaqt	—		
Mijozlar qanoatmandligi indeksi (100 ballik tizimda)	64–71	78–85	+15–20		

Manba: Muallif tomonidan tarmoq tahlili va ilmiy adabiyotlar asosida tuzilgan.



Elektron savdoning oziq-ovqat sanoatidagi qiyinchiliklari va muammolari. Barcha afzalliklar bilan bir qatorda, oziq-ovqat sanoatida elektron savdoni rivojlantirishda bir qator jiddiy to'siqlar mavjud:

Birinchidan, oziq-ovqat mahsulotlarining o'ziga xos xususiyatlari — tez buziluvchanligi, maxsus saqlash va tashish sharoitlari talabi — elektron savdoda logistika masalasini murakkabroq qiladi. Sovuq zanjir (cold chain) infratuzilmasini barpo etish katta sarmoya talab qiladi.

Ikkinchidan, iste'molchilarning oziq-ovqat mahsulotlarini ko'rmay, tatib ko'rmay sotib olishga nisbatan ishonchsizligi hali ham sezilarli muammo bo'lib qolmoqda. Ushbu psixologik to'siqni bartaraf etish uchun sifat kafolatlari, rasmiy sertifikatlar va mijozlar sharhlar tizimini kuchaytirish zarur.

Uchinchidan, O'zbekistonda elektron to'lov infratuzilmasi hali to'liq rivojlanmagan, aholining bir qismi hali naqd pul bilan hisoblashishni afzal ko'radi. Bu holat elektron savdo orqali sotishning geografik qamrovini cheklaydi.

To'rtinchidan, raqamli savodsizlik va internet tezligining past bo'lishi, ayniqsa qishloq hududlarida, elektron savdoning qishloq xo'jaligi va fermer mahsulotlari sohasida rivojlanishiga to'siq bo'lmoqda.

O'zbekistonda oziq-ovqat sanoatida elektron savdoni rivojlantirish istiqbollari. So'nggi yillarda mamlakatimizda elektron tijorat sohasida amalga oshirilayotgan islohotlar va davlat tomonidan ko'rsatilayotgan qo'llab-quvvatlash chora-tadbirlari oziq-ovqat sanoatida elektron savdoning jadal rivojlanishiga asos yaratmoqda.

O'zbekiston Respublikasining 2022–2026-yillarda raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish bo'yicha davlat dasturi doirasida internet infratuzilmasini kengaytirish, raqamli to'lov tizimlarini takomillashtirish va aholi orasida raqamli savodxonlikni oshirish ko'zda tutilgan. Bu chora-tadbirlar bevosita oziq-ovqat sanoatida elektron



savdo imkoniyatlarini kengaytirishga xizmat qiladi. Ayniqsa, fermer xo'jaliklari mahsulotlarini bevosita iste'molchilarga yetkazib beradigan elektron platformalarni rivojlantirish tashabbusi — «Fermer-iste'molchi» to'g'ridan-to'g'ri savdo mexanizmi — muhim istiqbolli yo'nalish sifatida ko'rilmogda. Bu mexanizm vositachilarni chetlab o'tish, mahsulot sifatini oshirish va fermerlarning daromadlarini ko'paytirish imkonini beradi.

XULOSA

Amalga oshirilgan tadqiqot asosida quyidagi asosiy xulosalarga kelish mumkin: Oziq-ovqat sanoati tarmog'ida elektron savdo strategik ahamiyatga ega bo'lib, u ishlab chiqaruvchilar va iste'molchilar o'rtasidagi munosabatlarni samaralashtirishning zamonaviy va iqtisodiy jihatdan oqilona yo'li hisoblanadi. Elektron savdo vositachilar sonini kamaytirish, xarajatlarni optimallashtirish va bozor shaffofligini oshirish orqali butun tarmoq samaradorligini yaxshilaydi. O'zbekistonda elektron tijorat bozori so'nggi besh yilda 6 barobarga o'sdi, oziq-ovqat mahsulotlari onlayn savdosining ulushi esa 4,2 foizdan 11,6 foizga ko'tarildi. Bu ko'rsatkichlar mamlakatimizdagi ijobiy tendensiyani tasdiqlaydi va sohaga investitsiya jalb etish uchun qulay shart-sharoit mavjudligini ko'rsatadi. Elektron savdoni joriy etgan oziq-ovqat korxonalarini operatsion xarajatlarini 15–25 foizga kamaytirish, mijozlar qanoatmandligi indeksini 15–20 foizga oshirish va bozorga chiqish muddatlarini 60–70 foizga qisqartirish imkoniyatiga ega bo'lmoqda. Oziq-ovqat sanoatida elektron savdoni rivojlantirishda mavjud muammolar — logistika infratuzilmasining yetarli emasligi, raqamli savodsizlik va ishonch omili — izchil davlat siyosati va xususiy sektordagi investitsiyalar orqali bartaraf etilishi mumkin. Kelgusi davr uchun oziq-ovqat sanoatida elektron savdoning istiqbolli yo'nalishlari sifatida fermerlardan to'g'ridan-to'g'ri iste'molchilarga yetkazib berish platformalarini rivojlantirish, sun'iy intellekt asosida talab-taklif prognozlash



tizimlarini joriy etish va «yashil» oziq-ovqat elektron tijoratini kengaytirish tavsiya etiladi.

Xulosa qilib aytganda, oziq-ovqat sanoati tarmog'ida elektron savdoni rivojlantirish nafaqat tarmoq samaradorligini oshiradi, balki aholi uchun sifatli va arzon oziq-ovqat mahsulotlariga qulayroq kirish imkoniyatini ta'minlaydi, fermerlar va kichik ishlab chiqaruvchilar uchun yangi bozorlar ochadi hamda mamlakat iqtisodiyotining raqamli transformatsiyasiga muhim hissa qo'shadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Laudon K., Traver C. E-Commerce: Business, Technology, Society. Pearson Education, New York, 2021, 89–110-betlar.

2. Porter M. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. Free Press, New York, 1985, 33–61-betlar.

3. Chaffey D., Ellis-Chadwick F. Digital Business and E-Commerce Management. Pearson Education, Harlow, 2019, 201–224-betlar.

4. Zelenin A.A. i dr. Elektronnaya torgovlya v pishchevoy promyshlennosti Rossii: problemy i perspektivy. Pishchevaya promyshlennost', Moskva, 2020, 3-son, 45–52-betlar.

5. Mirzayev D.T. va boshq. O'zbekistonda elektron tijoratning rivojlanish istiqbollari. Iqtisodiyot va innovatsiyalar jurnali, Toshkent, 2022, 5-son, 112–119-betlar.

6. O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi. O'zbekiston iqtisodiyoti: statistik to'plam. Toshkent, 2024, 56–62-betlar.

7. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining «Raqamli O'zbekiston — 2030» strategiyasi to'g'risidagi farmoni. Toshkent, 2020.