

E-COMMERCE PLATFORMALARINING IQTISODIY SAMARADORLIKNI OSHIRISHDAGI ROLI

Yuldashev Shadiyor Shuxrat o'g'li

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti
To'rtko'l fakulteti Mutaxassislik gumanitar
va aniq fanlar kafedrası Katta o'qituvchisi

Samandarov Qadamboy Anvar o'g'li

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti To'rtko'l
fakulteti Axborot tizimlari va texnologiyalari yo'nalishi talabasi

Annotatsiya: Ushbu maqolada elektron tijorat (e-commerce) platformalarining zamonaviy iqtisodiyotda samaradorlikni oshirishdagi muhim roli tahlil qilingan. Tadqiqot davomida e-commerce platformalarining an'anaviy savdo tizimlariga nisbatan qanday afzalliklarga ega ekanligi, ular iqtisodiy jarayonlarni qanday optimallashtirishi va biznes samaradorligini oshirishda qanday imkoniyatlar yaratishi ko'rib chiqiladi. Maqolada raqamli savdo platformalarining mikro va makroiqtisodiy ta'siri, xarajatlarni qisqartirish mexanizmlari, bozor kengayishi imkoniyatlari hamda iqtisodiy o'sishga qo'shgan hissasi baholanadi. Shuningdek, O'zbekiston kontekstida e-commerce rivojlanishining dolzarbligi va istiqbollari muhokama qilinadi.

Kalit so'zlar: elektron tijorat, iqtisodiy samaradorlik, raqamli iqtisodiyot, e-commerce platformalari, biznes optimallasuvi, tranzaksiya xarajatlari, bozor kengayishi, raqamli transformatsiya

Abstract: This article analyzes the crucial role of e-commerce platforms in enhancing economic efficiency in the modern economy. The research examines the advantages of e-commerce platforms compared to traditional trading systems, how they optimize economic processes, and what opportunities they create for improving business efficiency. The article evaluates the micro and macroeconomic impact of digital trading platforms, cost reduction mechanisms, market expansion opportunities,

and their contribution to economic growth. Additionally, the relevance and prospects of e-commerce development in the context of Uzbekistan are discussed.

Keywords: e-commerce, economic efficiency, digital economy, e-commerce platforms, business optimization, transaction costs, market expansion, digital transformation

Kirish

XXI asr zamonaviy iqtisodiyotning raqamli transformatsiya davrida e-commerce platformalari global savdo tizimini tubdan o'zgartirib yubordi. Jahon iqtisodiy forumi ma'lumotlariga ko'ra, elektron tijorat yillik 20-25% o'sish sur'atini ko'rsatmoqda va 2025 yilga kelib global chakana savdoning 25% dan ortig'ini tashkil etishi prognoz qilinmoqda. Bu jarayon nafaqat savdo usullarini o'zgartirmoqda, balki iqtisodiy samaradorlikning yangi standartlarini belgilamoqda.

E-commerce platformalari an'anaviy savdo tizimlariga xos bo'lgan ko'plab cheklovlarni bartaraf etish orqali iqtisodiy resurslardan samaraliroq foydalanish imkoniyatini yaratadi. Jismoniy do'konlarning operatsion xarajatlari, geografik cheklanishlar, vaqt oralig'i cheklovlari va inson resurslariga bog'liqlik kabi omillar raqamli platformalar orqali sezilarli darajada minimallashtiriladi yoki to'liq yo'qotiladi. O'zbekiston kontekstida e-commerce rivojlanishi ayniqsa muhim ahamiyat kasb etadi. Mamlakatimizdagi internet foydalanuvchilar soni 25 million kishidan oshib, mobil internet penetratsiyasi 80% dan yuqori ko'rsatkichga erishgan. Hukumat tomonidan raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish bo'yicha qabul qilingan strategik hujjatlar va e-commerce sohasini qo'llab-quvvatlash dasturlari ushbu yo'nalishning ustuvor ekanligini ko'rsatadi.

E-commerce platformalarining iqtisodiyot nazariyasi kontekstida tahlili

Nobel mukofoti sohibi Ronald Coase tomonidan ishlab chiqilgan tranzaksiya xarajatlari nazariyasi e-commerce platformalarining iqtisodiy samaradorligini tushuntirishda muhim rol o'ynaydi. An'anaviy savdoda qidiruv xarajatlari, shartnomalar tuzish xarajatlari, monitoring va bajarish xarajatlari katta hissa tashkil etadi. E-commerce platformalari ushbu xarajatlarni sezilarli darajada qisqartiradi.

Raqamli platformalar mijozlarga mahsulot va xizmatlarni qidirish uchun zarur bo'lgan vaqt va resurslarni 80-90% gacha kamaytiradi. Mahsulot kataloglari, qidiruv tizimlari, filtrlash va taqqoslash vositalari orqali foydalanuvchilar bir necha daqiqada minglab mahsulotlarni ko'rib chiqish imkoniyatiga ega bo'ladi. Bu jarayon an'anaviy savdoda bir necha kun yoki haftalarni talab qilishi mumkin edi. Shartnomalar tuzish va to'lov jarayonlari ham avtomatlashtirilgan. Smart-shartnomalar, xavfsiz to'lov tizimlari va avtomatlashtirilgan yetkazib berish jarayonlari orqali tranzaksiya xarajatlari minimal darajaga tushiriladi. Bu esa har bir savdo operatsiyasining o'rtacha qiymatini pasaytiradi va iqtisodiy samaradorlikni oshiradi.

E-commerce platformalarining mikro va makroiqtisodiy ta'siri

Mikro darajada biznes samaradorligini oshirish. E-commerce platformalari alohida korxonalar uchun iqtisodiy samaradorlikni oshirishning bir qancha yo'llarini taqdim etadi. Birinchidan, operatsion xarajatlarni sezilarli darajada kamaytiradi. Jismoniy do'kon ijarasi, kommunal xarajatlar, ko'p sonli xodimlar bo'yicha xarajatlar va inventarizatsiya xarajatlari minimallashtiriladi.

Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, an'anaviy chakana savdo do'koniga nisbatan onlayn do'konning operatsion xarajatlari o'rtacha 50-70% kam. Bu esa korxonalarga moliyaviy resurslarni mahsulot sifatini yaxshilash, marketing yoki innovatsiyaga yo'naltirish imkonini beradi.

Makroiqtisodiy samaradorlik va iqtisodiy o'sish. Makroiqtisodiy darajada e-commerce platformalari iqtisodiy o'sishga ko'p qirrali ta'sir ko'rsatadi. Birinchi o'rinda, iqtisodiy faollik va savdo hajmini oshiradi. McKinsey tahlillariga ko'ra, yetuk e-commerce ekotizimiga ega mamlakatlar YaIMning qo'shimcha 1-3% o'sishini qayd etmoqdalar.

E-commerce logistika, IT xizmatlari, to'lov tizimlari, marketing va boshqa sohalarni rivojlantirishga turtki beradi. Bu esa yangi ish o'rinlarini yaratadi va iqtisodiyotning turli tarmoqlarida multiplikativ ta'sir ko'rsatadi. O'zbekistonda oxirgi yillarda yetkazib berish xizmatlari, to'lov agregatlari va raqamli marketing agentliklari tez sur'atlar bilan rivojlanmoqda.

E-commerce shuningdek, geografik barierlarni yo'q qilish orqali hududiy iqtisodiy tengsizliklarni kamaytiradi. Viloyat va tumanlarda yashovchi tadbirkorlar va iste'molchilar Toshkent yoki hatto xalqaro bozorlarga to'g'ridan-to'g'ri kirish imkoniyatiga ega bo'ladi. Bu esa hududiy iqtisodiy rivojlanishni tezlashtiradi va inklyuziv o'sishni ta'minlaydi.

E-commerce platformalarining raqobat muhitiga ta'siri

E-commerce platformalari bozor raqobatini tubdan o'zgartiradi va kuchaytirishga hissa qo'shadi. Geografik cheklovlar yo'qolishi bilan mahalliy sotuvchilar nafaqat o'z hududidagi, balki milliy va xalqaro darajadagi raqobatchilari bilan to'qnash keladi. Bu esa narxlarni pasaytirish va sifatni oshirishga olib keladi.

Narx shaffofligi e-commerce platformalarining muhim xususiyatlaridan biri hisoblanadi. Iste'molchilar turli sotuvchilar narxlarini bir necha soniya ichida taqqoslash imkoniyatiga ega. Bu esa sotuvchilarni raqobatbardosh narxlarni taklif qilishga majbur qiladi. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, e-commerce rivojlangan sohalarda o'rtacha narxlar 10-15% pastroq.

E-commerce platformalari innovatsiyalarning tezkor tarqalishiga va qabul qilinishiga yordam beradi. Platformalar sun'iy intellekt, katta ma'lumotlar tahlili, blokcheyn texnologiyalari va IoT (narsalar interneti) kabi zamonaviy texnologiyalarni faol qo'llaydi. Personallashtirilgan tavsiyalar tizimlari, chatbot-lar, virtual ko'rish xonalari va augmented reality (AR) texnologiyalari mijozlar tajribasini yaxshilaydi va sotishni oshiradi. Bu innovatsiyalar nafaqat platformalarning o'ziga, balki ularga ulangan biznes subyektlariga ham foyda keltiradi. O'zbekistonda ham mahalliy platformalar progressiv texnologiyalarni joriy etmoqda. Masalan, Uzum Market sun'iy intellekt asosidagi tavsiyalar tizimini, Tezkor 24 esa real vaqt rejimida yetkazib berish monitoringini amalga oshirmoqda.

O'zbekiston kontekstida e-commerce rivojlanishi va istiqbollari

O'zbekistonda e-commerce sohasi so'nggi yillarda tez sur'atlar bilan rivojlanmoqda. Data Reportage ma'lumotlariga ko'ra, 2024 yilda O'zbekistondagi e-commerce bozori hajmi 1 milliard dollardan oshdi va yillik o'sish sur'ati 40-50% ni

tashkil etmoqda. Bu Markaziy Osiyo mintaqasidagi eng yuqori ko'rsatkich hisoblanadi. Mahalliy platformalar Uzum, Tezkor 24, Olcha, Makro Market, Asaxiy va boshqalar tez rivojlanib, millionlab foydalanuvchilarga xizmat ko'rsatmoqda. Shu bilan birga, xalqaro platformalar ham O'zbekiston bozoriga qiziqish bildirmoqda. AliExpress, Wildberries va boshqa xalqaro platformalarning kirishi mahalliy raqobatni kuchaytirmoqda. Mobil tijoratning (m-commerce) ulushi ayniqsa yuqori sur'atlar bilan o'sib, umumiy e-commerce hajmining 60% dan ortig'ini tashkil etmoqda. Bu tendentsiya mobil internet penetratsiyasining yuqori darajasi va yosh aholi ulushi katta bo'lishi bilan izohlanadi.

Hukumat siyosati va qo'llab-quvvatlash choralari

O'zbekiston hukumati e-commerce rivojlanishini ustuvor yo'nalish sifatida belgilab, bir qator qo'llab-quvvatlash choralari ko'rmoqda. "Raqamli O'zbekiston 2030" strategiyasi doirasida e-commerce infratuzilmasini rivojlantirish, qonunchilik bazasini takomillashtirish va biznesni qo'llab-quvvatlash dasturlari amalga oshirilmoqda.

2023 yilda qabul qilingan "Elektron tijorat to'g'risida"gi Qonun sohadagi huquqiy bazani mustahkamladi. Qonun e-commerce platformalari, sotuvchilar va xaridorlar huquq va majburiyatlarini belgilaydi, elektron shartnomalar va raqamli imzolar qonuniy kuchini ta'minlaydi. Soliq imtiyozlari va subsidiyalar orqali kichik va o'rta biznesning e-commerce sohasiga kirishini rag'batlantirish chorasi ko'rilmogda. Dastlabki bosqichda ayrim kategoriyalar uchun soddalashtirilgan soliqqa olish rejimi joriy etildi.

Muammolar va cheklovlar

Barcha yutuqlarga qaramay, O'zbekistonda e-commerce rivojlanishiga to'sqinlik qiluvchi bir qator muammolar mavjud. Birinchidan, logistika infratuzilmasining nisbatan zaif rivojlanishi. Hududlarda, ayniqsa qishloq joylarida sifatli va tezkor yetkazib berish xizmatlari cheklangan. Ikkinchidan, to'lov tizimlarining rivojlanmaganligi. Naqd pulsiz to'lovlar ulushi hali ham nisbatan past (30-35%), ko'pchilik aholining bank kartalariga ishonchi cheklangan. Onlayn to'lovlar xavfsizligi

va mijozlar ma'lumotlarini himoya qilish masalalari ham dolzarb. Uchinchidan, raqamli savodxonlik darajasining pasayligi, ayniqsa katta yoshdagi aholida. Ko'pchilik potentsial mijozlar onlayn xarid qilish jarayonida qiyinchiliklarga duch keladi yoki bu usulga ishonmaydi. To'rtinchidan, transgraničnyj e-commerce to'siqlar va bojxona jarayonlarining murakkabligi. Xalqaro platformalar orqali xarid qilish hali ham murakkabroq va qimmatroq bo'lib qolmoqda.

Xulosa

E-commerce platformalari zamonaviy iqtisodiyotda samaradorlikni oshirishning eng kuchli vositalaridan biri hisoblanadi. Ular tranzaksiya xarajatlarini kamaytirish, informatsion assimetriyani bartaraf etish, bozorga kirish barierlarini pasaytirish va raqobatni kuchaytirish orqali iqtisodiy jarayonlarni optimallashtiradi. E-commerce platformalari kelajak iqtisodiyotining muhim komponenti bo'lib, ularning samaradorlik potentsiali hali to'liq ochilmagan. Texnologiyalar rivojlanishi, sun'iy intellekt va avtomatlashtirish darajasining oshishi bilan e-commerce platformalarining iqtisodiy samaradorlikka ta'siri yanada kuchayadi. Shuning uchun O'zbekiston uchun bu sohaga strategik investitsiyalar qilish va uning rivojlanishini qo'llab-quvvatlash muhim milliy ustuvorlikdir.

Adabiyotlar:

1. Coase, R. (1937). "The Nature of the Firm". *Economica*.
2. Brynjolfsson, E., & Smith, M. D. (2000). "Frictionless Commerce? A Comparison of Internet and Conventional Retailers". *Management Science*.
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Raqamli O'zbekiston - 2030" strategiyasi to'g'risidagi Farmoni.
4. McKinsey Global Institute. (2024). "The Digital Economy: Impact and Opportunities".
5. Data Reportage. (2024). "E-commerce in Central Asia: Trends and Forecasts".
6. Jahon Banki. (2024). "Digital Development Report: Uzbekistan".