

## O'ZBEKISTONDAGI INTERNET MAGAZINLARI VA ULARNING ASOSIY KO'RSATKICHLARI

**Raxmatov Obidjon Olimjonovich**

*Samarqand iqtisodiyot va servis instituti*

*Bug'galteriya hisobi va menejment fakulteti talabasi*

[raxmatovobidjon7@gmail.com](mailto:raxmatovobidjon7@gmail.com)

**Annotatsiya:** Ushbu maqolada O'zbekistonn elektron tijorat bozorining joriy holati, asosiy internet magazinlar va ularning iqtisodiy ko'rsatkichlari tahlil qilinadi. Shu o'rinda foydalanuvchilar soni , savdo hajmi, buyurtmalar miqdori , yetkazib berish tezligi , assortiment kengligi , mijozlar qoniqishi va to'lov turlari ulushi kabi asosiy parametrlar ko'rib chiqiladi. Mazkur maqola elektron tijoratning iqtisodiy rivojlanishdagi o'rni va raqamli madaniyatning shakllanishiga ta'siri haqida ilmiy, asoslangan tahlilni taqdim etadi.

**Kalit so'zlar:** Internet magazin, elektron tijorat , savdo hajmi , foydalanuvchi trafiki, raqamli to'lov tizimi, O'zbekiston iqtisodiyoti.

**Kirish.**Dunyo raqamli hayotga tobora chuqurroq kirib borar ekan, O'zbekiston ham bu jarayonning faol ishtirokchisiga aylandi. Endilikda xarid qilish uchun an'anaviy magazinlarga borish shart emas — birgina telefon ekrani orqali minglab mahsulotlar, xizmatlar va takliflar qo'l ostiga keladi. Internet magazinlar nafaqat qulaylik, balki jamiyatning yangi turmush tarzini shakllantirayotgan raqamli madaniyatning ajralmas qismiga aylandi.

**O'zbekiston elektron tijorat bozorining holati** .So'nggi yillarda elektron tijorat mamlakatda keskin o'sdi. Mobil internetning kengayishi, raqamli to'lov tizimlarining rivojlanishi, plastik kartalarning ommalashuvi va pandemiya davrida onlayn xizmatlarga bo'lgan ehtiyojning oshishi internet magazinlar uchun yangi bosqich yaratdi. Uzum Market, Asaxiy, Goodzone, Texnomart va OLX kabi platformalar bugun millionlab foydalanuvchilarga xizmat ko'rsatmoqda.

## **Internet magazinlar faoliyatining asosiy ko'rsatkichlari**

**Foydalanuvchilar soni.** Platformaga qancha ko'p foydalanuvchi kirsang, uning bozordagi mavqei shunchalik yuqoriga ko'tariladi. Trafik, bu internet do'konining mashhurligini, reklama samaradorligini va xizmatga bo'lgan ishonchni ko'rsatadigan ko'rsatkich.

**Savdo hajmi** — bu platformaning iqtisodiy kuchi desak, adashmagan bo'lamiz. Ushbu ko'rsatkich orqali biz bir yil ichida qancha mahsulot sotilganini ko'rishimiz mumkin. Mamlakatdagi yirik platformalarning savdo hajmi millionlab tranzaksiyalarni tashkil etadi, bu esa elektron tijoratning iqtisodiyotga katta ta'sir ko'rsatadi.

**Buyurtmalar soni.** Kunlik yoki oylik buyurtmalar miqdori internet magazinga bo'lgan talabning eng aniq ko'rsatkichidir. Buyurtmalar sonining ko'pligi platformaning tezligi, sifati va ishonchliligini tasdiqlaydi.

**Yetkazib berish tezligi.** Internet magazinlar o'rtasidagi raqobatning eng kuchli nuqtalaridan biri bu — yetkazib berish tezligi. Toshkentda ko'plab platformalar bir kunda yetkazish xizmatini yo'lga qo'ygan. Hududlarda esa mahsulotlar 2–3 kunda manzilga yetkaziladi. Tez yetkazish mijozlarni ushlab qolishning eng asosiy vositasidir.

**Assortiment kengligi.** Internet magazinning kuchli tomonlaridan yana biri — cheksiz tanlov imkoniyati. Keng assortiment mijozning ehtiyojini to'liq qondiradi va xarid qilish jarayonini osonlashtiradi.

**Mijozlar qoniqish darajasi.** Sharhlar, reytinglar, qaytarilgan mahsulotlar soni — platformaning haqiqiy bahosidir. Mijozlar tomonidan berilgan fikrlar platformaning xizmat sifati, mahsulot ishonchliligi va xizmat ko'rsatish madaniyatini aks ettiradi.

**Tulov turlari ulushi.** Raqamli to'lov tizimlari — elektron tijoratning yuragi. Payme, Click, Apelsin kabi to'lov tizimlaridan foydalanish darajasi aholining raqamli madaniyatga qay darajada moslashganini ko'rsatadi. Onlayn to'lovlarning ulushi qancha yuqori bo'lsa, bozor shunchalik modern va xavfsiz bo'ladi.

## **Ko'rsatkichlarning umumiy ahamiyati**

Bu ko‘rsatkichlar orqali:

- bozordagi raqobatni baholash,
- qaysi platforma yetakchi ekanini bilish,
- iqtisodiy o‘rta dinamikasini aniqlash,
- mijozlar odati va ehtiyojlarini tushunish mumkin.

### **Tahlil va muammolar**

O‘zbekistonda elektron tijorat bozorining o‘rta sezilarli bo‘lsa-da, ayrim muamolar mavjud;

- Hududlarda logistika va tez yetkazib berish tizimi yetarli rivojlanmagan.
- To‘lov tizimlaridan foydalanish darajasi shahar va qishloq hududlarida farq qiladi.
- Mijozlar qoniqshini oshirish uchun servis va mahsulot sifati standartlari hali bir xil darajada emas.

Shu bilan birga, raqamli madaniyatning rivojlanishi va yangi texnologiyalar joriy etilishi orqali bu muamolarni bartaraf etish imkoniyati mavjud.

### **Xulosa**

O‘zbekiston internet magazinlari qisqa vaqt ichida kuchli ekotizimga aylandi. Bozor yildan-yilga kengayib, undagi ko‘rsatkichlar barqaror o‘smoqda. Elektron tijorat endilikda faqat savdo vositasi emas — u modern iqtisodiyotning asosiy bo‘g‘iniga, aholining kundalik hayoti va raqamli madaniyatining ajralmas qismiga aylangan.

Kelajakda yanada keng assortiment, tezkor logistika, innovatsion to‘lov texnologiyalari va xalqaro raqobatning kuchayishi kutilmoqda. Bu esa O‘zbekistonning raqamli iqtisodiyotida yangi sahifa ochadi.

## **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR**

### **1. O‘zbekiston Respublikasi Raqamli texnologiyalar vazirligi.**

*“Elektron tijorat rivojlanishi bo‘yicha yillik hisobot”*, Toshkent, 2023. — 25–39-betlar.  
Elektron tijorat bozori hajmi, mobil internet ulushi, raqamli to‘lovlar haqida ma’lumotlar.

## **2. Statistika agentligi huzuridagi Iqtisodiy tadqiqotlar markazi.**

*“O‘zbekistonda elektron tijorat ko‘rsatkichlari”*, 2022-yilgi analitik sharh. — 12–18-betlar. Foydalanuvchilar soni, buyurtmalar dinamikasi, yetkazib berish tizimi statistikasi..

## **3. Asaxiy Books LLC.**

*“Asaxiy.uz biznes faoliyati bo‘yicha ochiq ma’lumotlar”*, 2023. — 9–16-betlar.  
Buyurtmalar soni, mijozlar reytingi, assortiment hajmi.

## **4. Jahon banki.**

*“Central Asia Digital Economy Report”*, Washington, 2022. — 44–52-betlar.  
Raqamli madaniyat, elektron tijoratning iqtisodiy o‘sisdagi roli.

## **5. OECD .**

*“E-commerce in developing countries: trends and barriers”*, 2021. — 30–37-betlar.  
Logistika muammolari, raqamli xizmatlar sifati haqida umumiy nazariy asos.