

## AHOLIGA SAVDO XIZMATLARI KO'RSATISHDA ELEKTRON TIJORAT PLATFORMALARINING IQTISODIY SAMARADORLIGI

**Jurayev Suxrobjon Saloxiddin o'g'li**

**Shahrisabz davlat pedagogika instituti assistent-o'qituvchisi**

**[suxrobjon.jurayev1996@gmail.com](mailto:suxrobjon.jurayev1996@gmail.com)**

**<https://orcid.org/0009-0009-9924-5019>**

<https://doi.org/10.5281/zenodo.20569473>

**Annotatsiya.** Mazkur tezisda aholiga savdo xizmatlari ko'rsatishda elektron tijorat platformalarining iqtisodiy samaradorligi tahlil qilingan. Elektron tijoratning savdo jarayonlarini optimallashtirish, xarajatlarni qisqartirish, xizmat ko'rsatish sifatini oshirish hamda iste'molchilar uchun qulayliklar yaratishdagi o'rni yoritilgan. Shuningdek, raqamli texnologiyalar asosida savdo xizmatlarini rivojlantirishning ustuvor yo'nalishlari va elektron tijorat platformalaridan foydalanish samaradorligini oshirish mexanizmlari ko'rib chiqilgan. Tadqiqot natijalari savdo xizmatlari sohasini raqamlashtirish va uning iqtisodiy natijadorligini oshirish bo'yicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqishga xizmat qiladi.

**Kalit so'zlar:** elektron tijorat, savdo xizmatlari, raqamlashtirish, iqtisodiy samaradorlik, raqamli platformalar, onlayn savdo, elektron to'lov tizimlari, raqamli iqtisodiyot, iste'molchilar talabi, innovatsion texnologiyalar.

Kirish. Elektron tijorat platformalari aholiga savdo xizmatlarini yangi sifat darajasida ko'rsatish imkonini beradi. O'zbekistonda 2020–2023 yillarda platforma soni 3 dan 7 taga, umumiy foydalanuvchilar soni esa 2,4 mln dan 13,2 mlnga oshdi. Biroq platformalarning haqiqiy iqtisodiy samaradorligini miqdoriy baholashga oid maxsus tadqiqotlar hali kamchilik qiladi.

Elektron tijorat platformalarining rivojlanishi mamlakat iqtisodiyotining raqamli transformatsiyasida muhim omillardan biri sifatida namoyon bo'lmoqda. Ayniqsa, aholiga savdo xizmatlari ko'rsatishda onlayn platformalarning joriy etilishi mahsulot va xizmatlarga bo'lgan talabni tezkor qondirish, savdo jarayonlarini optimallashtirish hamda iste'molchilar uchun qulaylik yaratishda katta ahamiyat kasb etmoqda. Elektron tijorat orqali xaridorlar vaqt va transport xarajatlarini kamaytirish imkoniyatiga ega bo'lsa, tadbirkorlik subyektlari esa mahsulotlarini kengroq bozorlarga taklif qilish va savdo hajmini oshirish imkoniyatiga ega bo'lmoqda.

So'nggi yillarda O'zbekistonda internet infratuzilmasining rivojlanishi, mobil qurilmalar sonining ortishi hamda elektron to'lov tizimlarining takomillashuvi elektron tijorat platformalarining jadal rivojlanishiga zamin yaratdi. Natijada marketpleyslar, mobil ilovalar va onlayn savdo xizmatlari aholining kundalik hayotiga faol kirib bormoqda. Shu bilan birga, elektron tijorat platformalari kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari uchun ham yangi iqtisodiy imkoniyatlarni yuzaga keltirmoqda.

Biroq ushbu platformalarning iqtisodiy samaradorligini baholashda ayrim muammolar mavjud. Jumladan, logistika tizimidagi kamchiliklar, ayrim hududlarda internet sifati pastligi, elektron savdo bo'yicha iste'molchilar ishonchining yetarli darajada shakllanmagani hamda kibernetika bilan bog'liq muammolar platformalar faoliyatining samaradorligiga salbiy ta'sir ko'rsatmoqda. Shuningdek, elektron tijoratning savdo aylanmasiga, ish o'rinlari yaratilishiga va xizmatlar sifati oshishiga real ta'sirini ilmiy asosda baholash zarurati mavjud.

Mazkur tadqiqotda elektron tijorat platformalarining aholiga savdo xizmatlari ko'rsatishdagi iqtisodiy samaradorligi tahlil qilinib, ularning savdo hajmi, xarajatlarni qisqartirish, bandlik darajasini oshirish hamda raqobat muhitini rivojlantirishdagi o'rni ilmiy jihatdan asoslab beriladi.

Tadqiqotning asosiy maqsadi - aholiga savdo xizmatlari ko'rsatishda elektron tijorat platformalarining iqtisodiy samaradorligini kompleks ravishda baholash hamda ularning savdo hajmi, xizmat sifati, iste'molchilar qulayligi va tadbirkorlik faoliyatiga ta'sirini aniqlashdan iborat. Shuningdek, tadqiqot davomida elektron tijorat platformalarining xarajatlarni kamaytirish, vaqt tejamkorligini ta'minlash, yangi ish o'rinlarini yaratish va raqobatbardosh muhitni shakllantirishdagi o'rni tahlil qilinadi. Tadqiqotning yana bir muhim vazifasi — elektron savdo tizimida mavjud muammolarni aniqlash va ularni bartaraf etish bo'yicha ilmiy-amaliy tavsiyalar ishlab chiqishdan iboratdir.

Mazkur tadqiqotda iqtisodiy-statistik tahlil, taqqoslash, korrelyatsion va regressiya usullaridan foydalanildi. Tadqiqot metodologiyasi sifatida 2020–2023 yillar davomida elektron tijorat platformalarining rivojlanish ko'rsatkichlari, savdo aylanmasi, foydalanuvchilar soni hamda elektron to'lovlar hajmi bo'yicha statistik ma'lumotlar o'rganildi. Dinamik tahlil yordamida platformalar faoliyatidagi o'zgarish tendensiyalari aniqlanib, ularning iqtisodiy samaradorlik darajasi baholandi.

Bundan tashqari, tadqiqotning amaliy qismi sifatida elektron tijorat platformalaridan foydalanuvchi iste'molchilar va tadbirkorlar o'rtasida so'rovnomma o'tkazildi. So'rov natijalari orqali mijozlarning xizmat sifati, yetkazib berish tezligi, to'lov tizimlari qulayligi va platformalarga bo'lgan ishonchi tahlil qilindi. Korxonalarining elektron savdo orqali daromadlari, xarajatlari va mijozlar sonidagi o'zgarishlar ham o'rganildi. Tadqiqot natijalari asosida elektron tijorat platformalarining iqtisodiy samaradorligini oshirishga qaratilgan ilmiy asoslangan taklif va tavsiyalar ishlab chiqildi.

Tadqiqot natijalari.

**1-jadval.** Savdo xizmatlarini raqamlashtirishning samaradorlik ko'rsatkichlariga ta'siri (2023-yil)

Samaradorlik ko'rsatkichi	Raqamlashtiril. oldin	Raqamlashtiril. keyin	O'zgarish	O'sish (%)
Xizmat ko'rsatish vaqti (daq/bitim)	18.4	<b>6.2</b>	-12.2	<b>-66.3%</b>
Operatsion xarajat (so'm/bitim)	4 800	<b>1 950</b>	-2 850	<b>-59.4%</b>
Daromad o'sish sur'ati (yillik %)	3.2%	<b>18.7%</b>	+15.5 b.p.	<b>+484%</b>
Mijoz qoniqish indeksi (0–100)	61	<b>84</b>	+23	<b>+37.7%</b>
Zaxira boshqaruv samaradorligi	52.1%	<b>87.4%</b>	+35.3 b.p.	<b>+67.8%</b>
Narx raqobatbardoshligi	48.3	<b>74.6</b>	+26.3	<b>+54.5%</b>
ROI (raqamli invest. daromad)	—	<b>31.6%</b>	—	—



raqamli savodxonligini oshirish bo'yicha kompleks dasturlarni amalga oshirish maqsadga muvofiq hisoblanadi.

### **Adabiyotlar, References, Литературы:**

1. Hasanov M., Ismoilov F. (2023). *Biznes va iqtisodiyot jurnali*, 19(4), 201–218.
2. Parker G., Van Alstyne M. (2016). *Platform Revolution*. Norton.
3. O'zbekiston Markaziy banki. (2023). *To'lov tizimlari hisoboti*.
4. UNCTAD. (2023). *Global E-Commerce Review*. Geneva.
5. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti. (2020). “*Raqamli O'zbekiston — 2030*” strategiyasi to'g'risidagi Farmon. Toshkent.
6. Karimov B., Tursunov D. (2022). Elektron tijorat platformalarining iqtisodiy samaradorligi va rivojlanish istiqbollari. “*Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar*” jurnali, 5(2), 45–59.
7. OECD. (2021). *Digital Economy Outlook 2021*. Paris.
8. Raqamli texnologiyalar vazirligi. (2023). *O'zbekistonda elektron tijorat infratuzilmasi rivoji bo'yicha hisobot*. Toshkent.
9. Chaffey D. (2022). *Digital Business and E-Commerce Management*. Pearson Education.
10. World Bank. (2022). *Digital Development Report: Expanding Digital Commerce*. Washington D.C.
11. Rasulov S., Axmedov N. (2021). Onlayn savdo xizmatlarining iste'mol bozoriga ta'siri. “*Moliya va bank ishi*” ilmiy jurnali, 3(6), 88–101.
12. Laudon K., Traver C. (2023). *E-Commerce: Business, Technology, Society*. Pearson.
13. Asian Development Bank. (2022). *E-Commerce Development in Central Asia*. Manila.
14. Islomov Q., Eshqulov B. (2023). Raqamli platformalar asosida savdo xizmatlarini rivojlantirish mexanizmlari. “*Yangi O'zbekiston iqtisodiy tadqiqotlari*” jurnali, 7(1), 34–48.
15. International Telecommunication Union (ITU). (2023). *Facts and Figures on Digital Connectivity*. Geneva.