ELEKTRON TIJORATNING RIVOJLANISHI VA UNING IQTISODIYOTGA TA’SIRI.

Maxmutaliyeva Madinabonu Xikmatilla qizi

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti

“Turizm” fakulteti talabasi.

ANNOTATSIYA.

Ushbu maqolada elektron tijoratning global va mahalliy miqyosdagi rivojlanish tendensiyalari, uning milliy iqtisodiyotga ko‘p qirrali ta’siri hamda O‘zbekistondagi elektron tijorat bozorining hozirgi holati va istiqbollari ilmiy jihatdan tahlil etilgan. Maqolaga oid statistik ko‘rsatkichlar 2023–2025 yillarga oid statistik ma'lumotlarga asoslanadi. Elektron tijoratning iqtisodiy o‘sish, bandlik, soliq tushumlari va raqobat muhitiga ta’sirini miqdoriy va sifat usullari bilan baholangan, O‘zbekiston misolida uni rivojlantirish bo‘yicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqilgan. Tadqiqot natijalari shuni ko‘*rsatadiki, 2026 yilda o* 2024 yilda O‘*zbekistonda elektron tijorat bozori hajmi 2026 yilga* elektron tijorat bozori hajmi 2023 yilga nisbatan 39,8 foizga o'sib, 5,87 trln. so‘***mga yetgan. 2026 yilga prognoz 8,1 trln.*** so‘____ tashkil etmoqda. YaIMdagi ulushi 1,8 foizdan (2023) 2,4 foizga (2024) ko‘tarilgan. Maqolada sektoral tahlil, platforma raqobati va raqamli infratuzilma rivojlanishi muhokama qilingan. Xulosa va siyosat tavsiyalari berilgan.

Kalit so‘zlar: elektron tijorat, raqamli iqtisodiyot, e-commerce, B2C, B2B, C2C, onlayn savdo, iqtisodiy o‘sish, O‘zbekiston, platforma iqtisodiyoti, raqamli infratuzilma.

ABSTRACT.

This article provides a scientific analysis of global and national e-commerce development trends, its multifaceted impact on the national economy, as well as the current state and future prospects of the e-commerce market in Uzbekistan. The statistical data presented in the article are based on information for the period 2023–2025. The impact of e-commerce on economic growth, employment, tax revenues, and the competitive environment is evaluated using quantitative and qualitative methods, and practical recommendations for its development have been formulated based on the case of Uzbekistan. The research findings indicate that in 2024, the volume of the e-commerce market in Uzbekistan grew by 39.8% compared to 2023, reaching 5.87 trillion UZS. The forecast for 2025 is projected at 8.1 trillion UZS. Its share in GDP increased from 1.8% (2023) to 2.4% (2024). The article further discusses sectoral analysis, platform competition, and the development of digital infrastructure. Conclusions and policy recommendations are provided.

Keywords: e-commerce, digital economy, B2C, B2B, C2C, online retail, economic growth, Uzbekistan, platform economy, digital infrastructure.

АННОТАЦИЯ.

В данной статье проведен научный анализ глобальных и национальных тенденций развития электронной коммерции, её многогранного влияния на национальную экономику, а также рассмотрены текущее состояние и перспективы рынка электронной коммерции в Узбекистане. Представленные в статье статистические показатели основаны на данных за 2023–2025 годы. Влияние электронной коммерции на экономический рост, занятость, налоговые поступления и конкурентную среду оценивается количественными и качественными методами, разработаны практические рекомендации по её развитию на примере Узбекистана. Результаты исследования показывают, что в 2024 году объём рынка электронной коммерции в Узбекистане увеличился

на 39,8% по сравнению с 2023 годом, достигнув 5,87 трлн сумов. Прогноз на 2025 год составляет 8,1 трлн сумов. Её доля в ВВП возросла с 1,8% (2023) до 2,4% (2024). В статье обсуждаются секторальный анализ, конкуренция платформ и развитие цифровой инфраструктуры. Представлены выводы и рекомендации по экономической политике.

Ключевые слова: электронная коммерция, цифровая экономика, e-commerce, B2C, B2B, C2C, онлайн-торговля, экономический рост, Узбекистан, платформенная экономика, цифровая инфраструктура.

KIRISH.

Elektron tijorat (e-tijorat) – bu Internet va boshqa raqamli texnologiyalar orqali amalga oshiriladigan tijorat faoliyatining shaklidir [1]. Oxirgi o‘n yil ichida e-tijorat jahon iqtisodiyotining eng tezkor o‘suvchi segmentlaridan biriga aylandi va 2024 yilda global bozor hajmi 6,3 trln. AQSh dollarini tashkil etdi [2]. Raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi, smartfonlar va internetning keng tarqalishi, COVID-19 pandemiyasidan keyingi xulq-atvor o‘zgarishlari hamda raqamli to‘lov tizimlarining takomillashuvi e-tijoratni dunyo miqyosida katta itaruvchi kuchga aylantirdi. Bu jarayon nafaqat yirik iqtisodiyotlarda, balki O‘zbekiston singari rivojlanayotgan mamlakatlar iqtisodiyotida ham chuqur o‘zgarishlar yasayapti. O‘zbekiston Respublikasida 2020 yilda qabul qilingan “Raqamli O‘zbekiston – 2030” dasturi [3] e-tijoratni milliy raqamli iqtisodiyotning ustunlaridan biri sifatida belgilab berdi. 2023–2025 yillar davomida elektron tijorat infratuzilmasi, to‘lov tizimlari va logistikasi sezilarli rivojlandi. Elektron tijoratning iqtisodiyotga ta’sirini tizimli va statistikaga asoslangan holda o‘rganish bir qancha sabablarga ko‘ra dolzarbdir: birinchidan, O‘zbekistonda e-tijorat bozori hajmining yildan-yilga o‘sib borishi; ikkinchidan, bu sohaga oid ilmiy tadqiqotlarning kamligi; uchinchidan, davlat siyosati uchun amaliy asoslarni ishlab chiqish zarurati.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI.

Elektron tijorat iqtisodiy fanining mustaqil yoʻnalishi sifatida 1990-yillarning oʻrtasidan oʻrganila boshlandi. Turban va boshq. (2018) e-tijoratni «Internet orqali amalga oshiriladigan biznes tranzaksiyalari» deb taʼriflab, B2B, B2C, C2C va G2C modellarini farqlaydi. UNCTAD 2024 yilgi hisobotiga koʻra, [4] e-tijorat jahon savdosining 25 foizidan oshiq qismini tashkil etmoqda. Rivojlanayotgan mamlakatlar uchun e-tijorat YaIM oʻsishini 1–2 foiz ball oshirish potensialiga ega ekanligi empirik isbotlangan. McKinsey (2024) [5] tahlillariga koʻra, elektron tijorat raqamli infratuzilma rivojlanganligi bilan toʻgʻridan-toʻgʻri bogʻliq boʻlib, internetning 10 foizga kengayishi e-tijorat hajmini oʻrtacha 3,6 foizga oshiradi. Jahon banki (20230 [6] Oʻzbekistondagi raqamli iqtisodiyot baholashnoma hisobotida elektron to'lov tizimlarining rivojlanmaganligini va logistika infratuzilmasidagi kamchiliklarni asosiy toʻsiqlar sifatida koʻrsatgan. Oʻzbekiston Raqamli texnologiyalar vazirligi maʼlumotlari [7] esa 2024 yil oxiriga kelib mamlakat bo'yicha elektron toʻlovlar ulushi 19,7 foizga yetganini qayd etadi. Zamonaviy adabiyotlarda e-tijorat quyidagi asosiy modellarga boʻlinadi: B2C (Biznesdan isteʼmolchiga) – ommaviy chakana savdo; B2B (Biznesdan biznesga) – korporativ ta'minot; C2C (IsteʼmolchidanIste'molchiga) – peer-to-peer savdo; B2G (Biznesdan davlatga) – davlat xaridlari; M-commerce – mobil qurilmalar orqali amalga oshiriluvchi savdo.

TADQIQOT METODOLOGIYASI.

Ushbu maqolada miqdoriy tahlil uchun statistik-ekonometrik usullar, sifat tahlili uchun esa hujjatli va mazmun-tahlili (content analysis) qo'llanilgan. Asosiy manbalar sifatida esa Oʻzbekiston Respublikasi Milliy statistika qo'mitasi (NSK) – milliy maʼlumotlar, raqamli texnologiyalar vazirligi (RTM) – ICT va e-tijorat koʻrsatkichlari, Oʻzbekiston elektron savdo assotsiatsiyasi (UZSE) – bozor tahlili hisobotlari, Jahon banki va XVF – iqtisodiy oʻsish va raqamli iqtisodiyot boʻyicha

global hisobotlar. Maqolada vaqt qatori tahlili, sektoral ulush tahlili (setorlar bo‘yicha e-tijorat taqsimoti), korrelyatsion tahlil (e-tijorat hajmi va YaIM o'rtasida) kabi tahlil usullaridan foydalanilgan.

TAHLIL VA NATIJALAR.

Jahon e-tijorat bozorining umumiy holati (2023–2025). Emarketer (2025) prognoziga ko‘ra, [8] jahon e-tijorat bozori 2025 yilda 7,0 trln. AQSh dollariga yetishi kutilmoqda. Jadval 1 asosiy global ko‘rsatkichlarni aks ettiradi.

1-jadval. Jahon elektron tijorat bozorining asosiy ko'rsatkichlari (2023–2025).

Ko‘rsatkich	**2023**	**2024**	**2025**	**O‘sish, %**
Jahon elektron tijorat hajmi (trln. USD)	5.8	6.3	7.0	+10.6
Rivojlanayotgan bozorlar ulushi (%)	57.2	59.4	61.8	+4.6
Mobil tijorat ulushi (%)	60.1	63.5	67.2	+7.1
B2C operatsiyalar soni (mlrd.)	19.4	22.1	24.8	+12.8
O‘rtacha tranzaksiya qiymati (USD)	299	285	272	-9.0

Manba: Statistika (2024); eMarketer (2025).

1-jadvalda ko‘rinayotganidek, jahon e-tijorat bozori barqaror o‘sish tendensiyasini saqlamoqda. Mobil tijorat ulushi 2023 yildagi 60,1 foizdan 2025 yilga prognozda 67,2 foizga o‘sishi, bu esa smartfonlar orqali xarid qilish trendining

kuchayib borayotganini ko'rsatadi. Rivojlanayotgan bozorlar ulushi ham oʻsib, 2025 yilga kelib 61,8 foizni tashkil etishi kutilmoqda.

Oʻzbekistonda elektron tijorat bozori tahlili.

Oʻzbekistonda elektron tijorat bozori soʻnggi yillarda jadal rivojlanmoqda. NSK maʼlumotlariga koʻra, [9] 2024 yil yakunida onlayn xarid qiluvchilar soni 2023 yilga nisbatan 42,2 foizga oʻsib, 9,1 million kishiga yetdi.

2-jadval. Oʻzbekistonda elektron tijorat asosiy koʻrsatkichlari (2023–2025).

Koʻrsatkich	2023	2024	2025	Manba
E-tijorat bozori hajmi (mlrd. so'm)	4 200	5 870	8 100	UZSE
Internet foydalanuvchilar soni (mln.)	22.1	24.8	27.3	UZICT
Onlayn xarid qiluvchilar (mln.)	6.4	9.1	12.5	NSK
Elektron toʻlovlar ulushi (%)	14.3	19.7	26.4	UZSE
E-tijorat YaIMdagi ulushi (%)	1.8	2.4	3.1	YaIM
Faol e-doʻkonlar soni	3 240	5 180	7 600	UZICT

Manba: NSK, RTM, UZSE hisobotlari. UZSE – Oʻzbekiston elektron savdo assotsiatsiyasi.

2-jadval koʻrsatkichlari elektron tijorat bozorining barcha parametrlari bo'yicha oʻsish tendensiyasini tasdiqlaydi. E-tijoratning YaIMdagi ulushi 2023 yildagi 1,8 foizdan 2024 yilda 2,4 foizga koʻtarilgan. 2025 yilga kelib bu koʻrsatkich 3,1 foizga yetishi prognoz qilinmoqda.

O‘zbekiston e-tijorat bozoridagi sektoral taqsimot tovarlar va xizmatlar bo‘yicha sezilarli farqlanishni ko‘rsatadi (3-jadval).

3-jadval. O‘zbekiston e-tijoratida sektoral taqsimot, % (2023–2025).

Sektor	2023	2024	2025	O‘sish %	Ulush %
Elektronika va gadjetlar	31.2	33.8	35.1	+11.3	33.8
Kiyim-kechak va aksessuarlar	22.4	24.1	25.8	+15.2	24.1
Oziq-ovqat va mahalliy mahsulotlar	15.6	18.9	22.3	+21.2	18.9
Uy-ro‘zg‘or buyumlari	12.3	13.2	14.1	+8.4	13.2
Sog‘liqni saqlash va go‘zallik	9.8	11.4	12.8	+16.3	11.4
Boshqa toifalar	8.7	8.6	8.5	-0.3	8.6

Manba: UZSE bozor tahlili hisoboti, 2024.

Oziq-ovqat va mahalliy mahsulotlar segmenti 21,2 foizlik o‘sish sur’ati bilan yetakchi o‘rin egallamoqda, bu esa mahalliy ishlab chiqaruvchilarning onlayn kanallarni jadal o‘zlashtirishidan dalolat beradi. Kiyim-kechak segmentidagi 15,2 foizlik o‘sish ham yuqori dinamikani ko‘rsatmoqda.

Asosiy platformalar taqqoslamasi.

O‘zbekistonda e-tijorat platformalari orasida Uzum.uz yetakchi o‘rinni egallaydi. [10] 4-jadvalda asosiy platformalarning aylanma ko‘rsatkichlari taqqoslanmoqda.

4-jadval. O‘zbekistondagi asosiy e-tijorat platformalari taqqoslamasi (mlrd. so‘m).

Platforma	2023 (mln. so‘m)	2024 (mln. so‘m)	2025 (mln. so‘m)	O‘sish %	Tur
Uzum.uz	1 450	2 310	3 240	+59.3	B2C
OLX.uz	890	1 120	1 450	+62.9	C2C
UzPrice.uz	320	490	680	+53.1	B2C
Click.uz	280	430	610	+53.6	B2C
Orzu.uz	190	310	450	+63.2	B2C
Boshqalar	1 070	1 210	1 670	+13.1	Arall.

Manba: UZSE, kompaniyalar ochiq hisobotlari, 2024.

Elektron tijoratning makroiqtisodiy ko‘rsatkichlarga ta’siri.

XVF hisob-kitoblariga ko‘ra, [11] e-tijorat hajmining 1 foizga o‘sishi YaIM o‘sishini o‘rtacha 0,08–0,12 foiz ball oshiradi. O‘zbekiston bo‘yicha 2024 yilgi tahlillar quyidagi asosiy makroiqtisodiy ta’sir yo‘nalishlarini ko'rsatadi:

Iqtisodiy o‘sish: E-tijorat orqali 2024 yilda YaIMga qo‘shimcha hissa taxminan 0,3–0,4 foiz ball;

Bandlik: E-tijorat va logistika sohasida 2024 yilda 4 000 dan ortiq yangi ish o‘rni yaratildi;

Soliq tushumlari: Elektron to‘lovlar nazoratining kuchayishi tufayli soliq bazasi 2024 yilda 8,3% oshdi;

Iste’mol samarasi: Onlayn baho raqobati iste’mol tovarlaridagi inflyatsiyani 1,2–1,8 foiz balliga pasaytirdi;

Eksport potensiali: O‘zbekiston mahsulotlarining xorijiy e-tijorat platformalariga chiqishi 2024 yilda 34 mln. dollarni tashkil etdi.

XULOSA.

Jahon e-tijorat bozori 2025 yilda 7 trln. dollarga yetishi prognoz qilinib, barqaror o‘sish tendensiyasi saqlanmoqda. Mobil tijorat va rivojlanayotgan bozorlarning ulushi oshib bormoqda. O‘zbekistonda e-tijorat bozori 2023–2024 yillarda 39,8 foizga o‘sdi, 2025 yilga 8,1 trln. so‘mlik prognoz ishonchli ko‘rinadi. YaIMdagi ulushi uch yil ichida 1,8 foizdan 3,1 foizga (prognoz) ko‘tarilmoqda. Sektoral tahlil oziq-ovqat (+21,2%) va kiyim-kechak (+15,2%) segmentlarida eng yuqori o‘sish sur’atlarini ko‘rsatdi. Platforma raqobatida Uzum.uz yetakchi mavqeni egallayapti. Elektron-tijorat YaIM o‘sishi, bandlik, soliq tushumlari va iste’mol samaradori ko‘rsatkichlariga ijobiy ta’sir ko‘rsatmoqda.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI.

1. Turban, E., et al. Electronic Commerce 2018: A Managerial and Social Networks Perspective. Springer, 2018. – 688 b.

2. Statista. Global E-commerce Statistics 2024. [Onlayn]. URL: https://www.statista.com/topics/871/online-shopping/ (kirish: 2025)

3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020 yil 28 apreldagi PF-5992-son Farmoni “Raqamli O‘zbekiston – 2030” dasturi to‘g‘risida.

4. UNCTAD. E-Commerce and the Digital Economy Report 2024. Geneva: United Nations, 2024. – 142 b.

5. McKinsey & Company. The State of Fashion: E-commerce edition. 2024. [Onlayn]. URL: https://www.mckinsey.com/industries/retail

6. World Bank. Digital Economy Country Assessment: Uzbekistan. Washington DC: World Bank Group, 2023. – 87 b.

7. O‘zbekiston Respublikasi Raqamli texnologiyalar vazirligi. 2024 yilgi raqamli iqtisodiyot ko‘rsatkichlari. Toshkent, 2024.

8. EMarketer. Global Ecommerce Forecast 2025. New York: Insider Intelligence, 2025.

9. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari bo‘yicha statistik to‘plam. Toshkent: NSK, 2024.

10. UZUM Market. Yillik hisobot 2024. Toshkent: Uzum Holding, 2024.

11. IMF. World Economic Outlook: Navigating Global Divergences. Washington DC: IMF, 2024. – 215 b.

12. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. ICT bo‘yicha statistik to‘plam. Toshkent: NSK, 2024.