



INNOVATION IQTISODIYOT

Ilmiy-amaliy elektron jurnal

2026

№7

ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА

Научно-практический электронный журнал

INNOVATIVE ECONOMY

Scientific and practical electronic journal



Indexlanadigan bazalar: Google Scholar



Crossref



OpenAIRE



CYBERLENIKA



INNOVATION IQTISODIYOT

ILMIY-AMALIY
ELEKTRON JURNAL

7-jild
7-son
Iyul, 2026

July, 2026
Volume 7
Number 7

ИННОВАЦИОННАЯ
ЭКОНОМИКА
Научно-практический
электронный журнал

INNOVATIVE ECONOMY
Electronic scientific and
practical journal



INNOVATSION IQTISODIYOT

ILMIY-AMALIY ELEKTRON JURNAL

ISSN: 3030-315X

ojs.kstu.uz

Muassis:

Qarshi davlat texnika universiteti

Tahririyat Kengashi raisi:

R.X.Ergashev, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Tahririyat Kengashi raisi o‘rinbosari:

S.N.Xamrayeva, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Mas’ul muharrir:

N.A.Ochilova, PhD, dotsent

Texnik muharrir:

S.J.Qulmurotov

Jurnal har oyda bir marotaba elektron shaklda jurnalning rasmiy sayti orqali nashr etiladi.

Tahririyat manzili:

180100, Qarshi shahri, Mustaqillik ko‘chasi 225-uy Tel.:

+998 (75) 221 09 23

+998 (93) 902 72 63

Faks: +998 (75) 221 1395

innoeconomic@kstu.uz

“Innovatsion iqtisodiyot” ilmiy - amaliy elektron jurnali O‘zbekiston Respublikasi Oliy ta’lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2025-yil 5-apreldagi 369-sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro‘yxatiga kiritilgan.

Jurnalda quyidagi ruknlar asosida maqolalar nashr etiladi:

1. Nazariya va metodologiya
2. Raqamli iqtisodiyot
3. Mintaqa va tarmoqlar iqtisodiyoti
4. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik
5. Inson kapitali iqtisodiyoti
6. Menejment va marketing
7. Buxgalteriya hisobi, iqtisodiy tahlil va audit
8. Moliya, kredit va investitsiya
9. Ekonometrika va statistika
10. Xizmat ko‘rsatish va turizm sohasi

TAHRIRIYAT KENGASHI:

Tahririyat Kengashining xalqaro a'zolari:

Ovchinnikov Viktor Nikolayevich - i.f.d., professor, akademik (Janubiy Federal Universitet, Rossiya)

Solodovnikov Sergiy Yurevich - i.f.d., professor (Belorussiya milliy texnika universiteti)

Sidorov Viktor Aleksandrovich - i.f.d., professor, (Kuban davlat universiteti)

Shevchenko Igor Viktorovich - i.f.d., professor (Kuban davlat universiteti, Rossiya)

Kusainov Xalel Xaymullievich – i.f.d., professor, akademik (Qozog‘iston Respublikasi Milliy fanlar akademiyasi)

Samandarzoda Iskandar Hakim - Iqtisodiyot fanlari doktori (Sh.Shotemur nomidagi Tojikiston agrar universiteti)

Gibadullin Artur Arturovich - i.f.n. dotsent (Milliy tadqiqot universiteti, Moskva energetika instituti, Rossiya)

Sergey Aleksandrovich Voynash - ilmiy xodim (P.Lumumbi nomidagi Rossiya xalqlar do‘stligi universiteti)

Valentina Nikolayevna Pulyayeva - iqtisod fanlari nomzodi, dotsent (Rossiya Federatsiyasi hukumati qoshidagi Moliya universiteti)

Dmitriy Evgenievich Morkovkin, iqtisod fanlari nomzodi, dotsent (Moliya universiteti, Rossiya Federatsiyasi hukumati)

Sadriddinov Manuchehr Islomiddinovich - i.f.d., professor, (Tojikiston Respublikasi Milliy fanlar Akademiyasi)

Perskaya Viktoriya Vadimovna - i.f.d., professor, (Rossiya Federatsiyasi hukumati huzuridagi Moliya universiteti)

Molchanov Igor Nikolayevich - i.f.d., professor, (Lomonosov nomidagi Moskva davlat universiteti)

Basova Mariya Mixaylovna - i.f.d., professor, (Rossiya Federatsiyasi hukumati huzuridagi Moliya universiteti)

Aleksandr Leonidovich Chupin, iqtisod fanlari nomzodi (P.Lumumbi nomidagi Rossiya xalqlar do‘stligi universiteti)

Nezamaykin Valeriy Nikolayevich - i.f.d., professor, (Rossiya davlat gumanitar universiteti)

Nikonorova Alla Vladimirovna - i.f.n., dotsent, (Rossiya Federatsiyasi hukumati huzuridagi Moliya universiteti)

Dmitriyeva Olga Aleksandrovna - i.f.n., dotsent, (Rossiya Federatsiyasi hukumati huzuridagi Moliya universiteti)

Shvets Yuriy Yuryevich - i.f.n., dotsent, (Rossiya Fanlar akademiyasining Nazorat fanlari instituti)

Kolosova Yelena Valeryevna - i.f.n., dotsent, (Plexanov nomidagi Rossiya iqtisodiyot universiteti)

Tahririyat Kengashi a'zolari:

Gulyamov Saidaxror Saidaxmedovich - i.f.d., professor, akademik

Pardayev Mamayunus Qarshiboyevich - i.f.d., professor

Navruz-zoda Baxtiyor Negmatovich - i.f.d., professor

Xatamov Ochildi Qurbonovich - i.f.d., professor

Fayziyeva Shirin Shodmonovna - i.f.n., professor

Jumayeva Gulrux Jo‘raqulovna - i.f.n., professor

Egamberdiyeva Salima Raimovna - i.f.n., dotsent

Erkayeva Gulbahor Panjiyevna - i.f.n., professor

Yakubova Shamshinur Shuxratovna - i.f.d., (DSc) dotsent

Amirqulov Shuhrat Olimovich - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Samiyeva Gulnoza Toxirovna - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Aliqulov Azamat Tuyg‘unovich - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Aminov Fazlitdin Baxadirovich - i.f.n., dotsent

Xo‘jaqulova Nigora Rustamovna - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Turobov Sherzod Alisherovich - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Alimova Munisa Yulchiyevna - i.f.f.d. (PhD) dotsent

Ergasheva Nasiba Raxmatullayevna - i.f.d., (DSc), dotsent

Boboqulov Sanjar Baxromkulovich - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Djalilov Raxmonkul Hamidovich - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Nomazov Baxrom Bobomurodovich - i.f.f.d. (PhD) dotsent

Alimxanova Nigora Alimxanovna - i.f.f.d. (PhD) dotsent

Jonuzokov Mirzabek Kulmamatovich - i.f.f.d. (PhD), dotsent

Muxammadiyeva Yulduz Yusupovna - i.f.f.d. (PhD)

Tursunova Aziza Xoshimovna - i.f.f.d. (PhD)

Xolliyev Sherali Baxtiyorovich - i.f.f.d. (PhD)

Panjiyev Samijon Aliqulovich - PhD, dotsent



ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА

Научно-практический электронный журнал

ISSN: 3030-315X

ojs.kstu.uz

Учредитель:

**Каршинский государственный технический
университет**

Председатель редакционного совета:

Р.Х.Эргашев, доктор экономических наук, профессор

Заместитель председателя редакционного совета:

С.Н.Хамраева, доктор экономических наук,
профессор

Ответственный редактор:

Н.А.Очилова, PhD, доцент

Технический редактор:

С.Ж.Кулмуротов

Журнал издается один раз в месяц в
электронной форме и публикуется через
официальный сайт журнала.

Адрес редакции:

180100, г. Карши, ул. Мустакиллик, дом 225

Тел: +998 (75) 221 09 23

+998 (93) 902 72 63

Факс: +998 (75) 221 1395

E-mail: innoeconomic@kstu.uz

Научно-практический электронный журнал
«Инновационная экономика» включён в перечень
национальных научных изданий на основании
решения Президиума Высшей аттестационной
комиссии при Министерстве высшего образования,
науки и инноваций Республики Узбекистан от 5
апреля 2025 года № 369.

**В журнале публикуются статьи по
следующим рубрикам:**

1. Теория и методология
2. Цифровая экономика
3. Экономика регионов и отраслей
4. Малый бизнес и частное
предпринимательство
5. Экономика человеческого капитала
6. Менеджмент и маркетинг
7. Бухгалтерский учет, экономический анализ и
аудит
8. Финансы, кредит и инвестиции
9. Эконометрика и статистика
10. Сфера услуг и туризм

Редакционная коллегия:

Международные члены Совета редколлегии:

Овчинников Виктор Николаевич - д.э.н., профессор, академик
(Южный федеральный университет, Россия)

Солодовников Сергей Юрьевич - д.э.н., профессор
(Белорусский национальный технический университет)

Виктор Александрович Сидоров - д.э.н., профессор,
(Кубанский государственный университет)

Шевченко Игорь Викторович - д.э.н., профессор (Кубанский
государственный университет)

Кусаинов Халел Хаймуллович - д.э.н., профессор, академик
(НААН Республика Казахстан)

Самандарзода Искандар Хаким - д.э.н., профессор
(Таджикистанский аграрный университет им. Ш.
Шотемура)

Гибатуллин Артур Артурович - к.э.н., доцент
(Национальный исследовательский университет
«Московский энергетический институт»)

Войнаш Сергей Александрович - научный сотрудник
(Российского университета дружбы народов имени
П.Лумумби)

Пуляева Валентина Николаевна - к.э.н., доцент
(Финансовый университет при Правительстве РФ)

Морковкин Дмитрий Евгеньевич - к.э.н., доцент
(Финансовый университет Правительство РФ)

Садриддинов Манучехр Исламиддинович - д.э.н.,
профессор (Национальная академия наук Республики
Таджикистан)

Перская Виктория Вадимовна - д.э.н., профессор
(Финансовый университет при Правительстве РФ)

Молчанов Игорь Николаевич - д.э.н., профессор (Московский
государственный университет имени М.В. Ломоносова)

Басова Мария Михайловна - д.э.н., профессор
(Финансового университета Российской Федерации)

Чупин Александр Леонидович - к.э.н. (Российского
университета дружбы народов имени П. Лумумби)

Незаймакин Валерий Николаевич - д.э.н., профессор (РГТУ)

Никонорова Алла Владимировна - к.э.н., доцент
(Финансового университета Российской Федерации)

Дмитриева Ольга Александровна - к.э.н., доцент
(Финансового университета Российской Федерации)

Швец Юрий Юрьевич - к.э.н., доцент (Институт проблем
управления РАН)

Колосова Елена Валерьевна - к.э.н., доцент (Российский
экономический университет имени Г.В. Плеханова)

Члены Совета редколлегии:

Гулямов Саидхорр Саидхмедович - д.э.н., профессор,
академик

Пардаев Мамаюнус Каршибоевич - д.э.н., профессор

Навруз-зода Бахтиёр Негматович - д.э.н., профессор

Хатамов Очилди Курбанович - д.э.н., профессор

Файзиева Ширин Шодмоновна - к.э.н., профессор

Жумаева Гулрух Журакуловна - к.э.н., профессор

Эгамбердиева Салима Раимовна - к.э.н., доцент

Еркаева Гулбахор Панжиевна - к.э.н., профессор

Якубова Шамина Шухратовна - д.э.н., (DSc), доцент

Амиркулов Шухрат Олимович - д.ф.э.н., (PhD), доцент

Самиева Гулноза Тохировна - д.ф.э.наук., (PhD), доцент

Алигулов Азамат Туйгунович - д.ф.э.н., (PhD), доцент

Аминов Фазлитдин Бахадирович - к.э.н., доцент

Хужакулова Нигора Рустамовна - д.ф.э.н., (PhD), доцент

Туробов Шерзод Алишерович - д.ф.э.н., (PhD), доцент

Алимова Муниса Юльчиевна - д.ф.э.н., (PhD), доцент

Эрашьева Насиба Рахматуллаевна - д.э.н., (DSc), доцент

Бобокулов Санжар Бахромкулович - д.ф.э.н., (PhD), доцент

Джалилов Рахмонкул Хамидович - д.ф.э., (PhD), доцент

Номазов Бахром Бобомуродович - д.ф.э.н., (PhD), доцент

Алимханова Нигора Алимхановна - д.ф.э.н., (PhD), доцент

Джанузакон Мирзабек Кулмаматович - д.ф.э.н., (PhD),
доцент

Мухаммадиева Юлдуз Юсуповна - д.ф.э.н., (PhD)

Турсунова Азиза Хошимовна - д.ф.э.н., (PhD)

Холлиев Шерали Бахтиёрович - д.ф.э.н., (PhD)

Панджиев Самиджон Аликулич - PhD, доцент



Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik

**Small business and private
entrepreneurship**

**Малый бизнес и частное
предпринимательство**



KICHIK BIZNESDA RAQAMLI PLATFORMALARDAN FOYDALANISH SAMARADORLIGI (O'ZBEKISTON MISOLIDA)

Qo'ziyeva Maftuna Otabek qizi

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЦИФРОВЫХ ПЛАТФОРМ В МАЛОМ БИЗНЕСЕ (НА ПРИМЕРЕ УЗБЕКИСТАНА)

Кузиева Мафтуна Отабек кизи

EFFICIENCY OF USING DIGITAL PLATFORMS IN SMALL BUSINESS (THE CASE OF UZBEKISTAN)

Maftuna Otabek kizi Kuzieva

Received: July 5, 2026 Revised: July 6, 2026 Accepted: July 9, 2026 Published: August 1, 2026

Annotatsiya. Ushbu maqolada kichik biznes subyektlarining raqamli platformalardan foydalanish samaradorligi O'zbekiston sharoitida tahlil qilingan. Raqamli platformalar kichik korxonalar uchun bozorga kirish to'siqlarini pasaytirish, mijozlar bilan bevosita aloqa o'rnatish va logistika xarajatlarini optimallashtirish imkonini beruvchi vosita sifatida qaraladi. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, O'zbekistonda elektron tijorat bozori hajmi 2024-yilda 1,2 milliard AQSh dollarini tashkil etgan bo'lib, 2027-yilga kelib 1,8–2,2 milliard dollarga etishi prognoz qilinmoqda. Yetakchi mahalliy platforma Uzum 2025-yilda 17 000 dan ortiq mahalliy sotuvchi bilan hamkorlik qilgan va uning tovar assortimenti 100 million tovar birligidan oshgan. Xulosalar raqamli platformalarning kichik biznes raqobatbardoshligini oshirishdagi rolini tasdiqlaydi, biroq raqamli savodxonlik, ishonch va infratuzilma cheklovlari samaradorlikni pasaytiruvchi omillar bo'lib qolmoqda.

Kalit so'zlar: kichik biznes, raqamli platformalar, elektron tijorat, marketpleys, raqamlashtirish, tadbirkorlik, samaradorlik, O'zbekiston.

Аннотация. В статье анализируется эффективность использования цифровых платформ субъектами малого бизнеса в условиях Узбекистана. Цифровые платформы рассматриваются как средство снижения барьеров входа на рынок для малых предприятий, установления прямого контакта с клиентами и оптимизации логистических издержек. Результаты исследования показывают, что объём рынка электронной коммерции в Узбекистане в 2024 году составил 1,2 миллиарда долларов США и, по прогнозам, достигнет 1,8–2,2 миллиарда долларов к 2027 году. Ведущая местная платформа Uzum в 2025 году сотрудничала более чем с 17 000 местных продавцов, а её товарный ассортимент превысил 100 миллионов товарных позиций. Выводы подтверждают роль цифровых платформ в повышении конкурентоспособности малого бизнеса, однако цифровая грамотность, доверие и инфраструктурные ограничения остаются факторами, снижающими эффективность.

Ключевые слова: малый бизнес, цифровые платформы, электронная коммерция, маркетплейс, цифровизация, предпринимательство, эффективность, Узбекистан.

Abstract. This article analyses the effectiveness of digital platform use by small business entities in the context of Uzbekistan. Digital platforms are examined as a means of lowering market entry barriers for small enterprises, establishing direct contact with customers, and optimising logistics costs. The findings indicate that the e-commerce market of Uzbekistan reached 1.2 billion US dollars in 2024 and is projected to reach 1.8–2.2 billion dollars by 2027. The leading domestic platform Uzum cooperated with more than 17,000 local sellers in 2025, while its product assortment exceeded 100 million stock-keeping units. The conclusions confirm the role of digital platforms in enhancing the competitiveness of small businesses; however, digital literacy, trust, and infrastructural constraints remain factors that reduce effectiveness.

Keywords: small business, digital platforms, e-commerce, marketplace, digitalisation, entrepreneurship, effectiveness, Uzbekistan.



■ KIRISH

Toshkent bozorlaridagi savdogar bugun tovarini bir vaqtning o'zida qishloq xaridoriga etkazishi mumkin bo'lgan holat besh yil avval deyarli tasavvur qilinmasdi. O'zbekistonda 2018–2022-yillar davomida elektron tijorat hajmining besh baravar o'sib, 2023-yilda 500 million dollardan oshib ketishi qishloq va shahar tadbirkorlarining tovar oborotidagi mavqeyini qayta belgiladi [1]. Raqamli platformalar kichik korxonalar uchun an'anaviy chakana savdoning bir qator to'siqlarini — do'kon ijarasi, mahalliy bozor bilan cheklangan qamrov, vositachilar zanjiri — chetlab o'tish yo'lini ochdi. Mahsulotni onlayn ko'rgazmaga qo'yish, to'lovni raqamli tarzda qabul qilish va etkazib berishni operatorga topshirish endi mikrofirma darajasidagi tadbirkor uchun ham mavjud amaliyotga aylandi.

Kichik biznes O'zbekiston iqtisodiyotining tayanch bo'g'ini hisoblanadi. Yalpi ichki mahsulotning yarmidan ortig'i va band aholining aksariyat qismi aynan mikro, kichik va o'rta korxonalar hissasiga to'g'ri keladi. Shu bois kichik biznesning raqamli vositalarga moslashuvi milliy iqtisodiy o'sishning bevosita omili sifatida qaraladi. Global tajribada kichik va o'rta korxonalar dunyo bo'yicha biznes subyektlarining qariyb 90 foizini va ish o'rinlarining yarmidan ko'pini tashkil etadi, biroq raqamli texnologiyalarni o'zlashtirish darajasi bo'yicha ular yirik korporatsiyalardan sezilarli ortda qolmoqda [2]. Rivojlanayotgan mamlakatlarda esa raqamli tafovut yanada keskin: internet infratuzilmasi, moliyaviy savodxonlik va ishonch masalalari platformalardan foydalanish samaradorligini bevosita cheklaydi.

Tadqiqotning dolzarbligi O'zbekiston raqamli iqtisodiyotining tez sur'atlar bilan shakllanayotgani bilan bog'liq. 2025-yil boshida mamlakatda internet foydalanuvchilari soni 32,7 millionga etdi, bu aholining 87 foizidan ortig'ini qamrab oldi; foydalanuvchilarning 89 foizi internetga smartfon orqali ulanmoqda [3]. Aholi tarkibida 30 yoshgacha bo'lganlar ulushi 60 foizni tashkil etishi raqamli xizmatlarga talabning barqaror kengayishini oldindan belgilaydi. Ushbu maqolaning maqsadi kichik biznesda raqamli platformalardan foydalanish samaradorligini O'zbekiston misolida baholash, samaradorlikni oshiruvchi va cheklovchi omillarni aniqlash hamda mahalliy marketpleys ekotizimining tadbirkorlikka ta'sirini tahlil qilishdan iborat. Tadqiqot vazifalari quyidagilar: raqamli platformalar nazariy asoslarini tizimlashtirish, O'zbekiston elektron tijorat bozori statistikasini tahlil qilish va kichik biznes uchun amaliy tavsiyalar ishlab chiqish.

■ ADABIYOTLAR TAHLILI

Raqamli platformalar va kichik biznes o'rtasidagi bog'liqlik masalasi so'nggi o'n yillikda iqtisodiyot, axborot tizimlari va tadbirkorlik fanlari kesishmasida keng o'rganilmoqda. Zhao va hamkasblari 61 mingdan ortiq AQSh kichik korxonasi ma'lumotlarini tahlil qilib, tahliliy vositalar, mobil ilovalar, bulutli xizmatlar va platformalarning korxona dinamik qobiliyatlarini kuchaytirish orqali samaradorlikka ijobiy ta'sir ko'rsatishini aniqlashdi [4]. Mualliflar imkoniyatlarni sezish va ularni strategiyaga aylantirish qobiliyati

raqamlashtirishdan iqtisodiy natijaga o'tishning hal qiluvchi bo'g'ini ekanligini ta'kidlaydi. Bunday yondashuv raqamli texnologiyaning o'zi emas, balki uni tashkiliy jarayonga singdirish darajasi natijani belgilashini ko'rsatadi.

Hindiston kichik korxonalari bo'yicha 700 nafar tadbirkor ishtirokidagi PLS-SEM tahlili raqamli platformalarni qabul qilish niyatiga yosh, jins va ma'lumot darajasining ta'sirini o'lgan; model qabul qilish niyatidagi o'zgaruvchanlikning 63 foizini izohlagan [5]. Rejalashtirilgan xulq-atvor nazariyasiga tayangan mazkur tadqiqot rivojlanayotgan bozorlarda demografik omillarning platformaga jalb bo'lish jarayonidagi rolini ochib berdi. Bangladesh misolida o'tkazilgan tadqiqotda esa AKT vositalarini o'zlashtirishdagi bilim tafovutlari, resurslarni kengaytirish imkoniyatining pastligi va biznes maqsadlariga mos kelmaslik ijobiy natijani susaytiruvchi holatlar sifatida qayd etilgan [6]. Rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlar tajribasi o'rtasidagi farq shundaki, birinchisida platforma raqobat ustunligini mustahkamlaydi, ikkinchisida esa ko'pincha rasmiy iqtisodiyotga o'tishning dastlabki bosqichi bo'lib xizmat qiladi.

Nazariy jihatdan mavzu bir necha yondashuvga tayanadi. Ikki tomonlama bozor (two-sided markets) nazariyasi platformaning sotuvchi va xaridorni tarmoq effekti orqali bog'lashini, foydalanuvchilar sonining ortishi bilan har bir ishtirokchi uchun qiymatning oshishini tushuntiradi. Tranzaksiya xarajatlari iqtisodiyoti kichik korxonaning vositachi va qidiruv xarajatlarini kamaytirish orqali raqobatga kirishish imkoniyatini asoslaydi. Texnologiyani qabul qilish modeli (TAM) foydalilik va foydalanish qulayligi idroki tadbirkorning platformaga o'tish qaroriga ta'sirini izohlaydi. Nihoyat, raqamli tadbirkorlik kontseptsiyasi platformani shunchaki savdo kanali emas, balki yangi biznes modellarini shakllantiruvchi muhit sifatida talqin qiladi [7]. Ushbu nazariy ramkalar O'zbekiston sharoitida marketpleyslarning kichik biznesga ta'sirini baholashda tayanch bo'lib xizmat qiladi.

■ TADQIQOT METODOLOGIYASI

Tadqiqotda adabiyotlarni tizimli tahlil qilish va deskriptiv statistika usullari birlashtirildi. Ma'lumot manbalari sifatida peer-reviewed ilmiy jurnallardagi maqolalar, xalqaro tashkilotlar va statistika agentliklarining hisobotlari, jumladan AQSh Savdo departamenti, Jahon banki, KPMG, DataReportal va mahalliy elektron tijorat platformalarining ochiq hisobotlaridan foydalanildi [8]. Manbalarni tanlashda quyidagi mezonlar qo'llanildi: mavzuga bevosita aloqadorlik, empirik yoki nazariy qiymat, ma'lumotlarning yangiligi (asosan 2023–2026-yillar) va to'liq matnning mavjudligi. Statistik ko'rsatkichlarni taqqoslash va o'sish tendensiyalarini aniqlash uchun dinamik qatorlar tuzildi. Sifat tahlilida kontent-tahlil usuli orqali manbalar tematik toifalarga ajratildi: bozor hajmi, platforma ekotizimi, kichik biznesning ishtiroki va cheklovchi omillar. Tadqiqotning cheklovi sifatida O'zbekiston bo'yicha korxona darajasidagi mikroma'lumotlarning cheklanganligi va ba'zi



ko'rsatkichlarning turli manbalarda farqlanishi qayd etiladi.

■ TAHLIL VA NATIJALAR

Statistik ma'lumotlar tahlilidan bir qator xulosalar kelib chiqadi. Birinchidan, O'zbekiston elektron tijorat bozori barqaror va yuqori sur'atli o'sishni namoyish etmoqda. Bozor hajmi 2022-yildagi 311 million dollardan 2024-yilda 1,2 milliard dollarga ko'tarildi,

biroq bu ko'rsatkich chakana savdo aylanmasining atigi 3,8 foizini tashkil etadi [1]. KPMG prognozlariga ko'ra, 2027-yilga kelib bozor hajmi 1,8–2,2 milliard dollarga etib, chakana savdodagi ulushi 9–11 foizga chiqishi kutilmoqda. Global miqyosda elektron tijoratning chakana savdodagi ulushi 20–30 foizni tashkil etishini hisobga olsak, O'zbekiston bozorining o'zlashtirilmagan salohiyati yaqqol namoyon bo'ladi. Quyidagi jadvalda bozorning asosiy ko'rsatkichlari keltirilgan.

1-jadval.

O'zbekiston elektron tijorat bozorining asosiy ko'rsatkichlari (2022–2027)

Yil	Bozor hajmi (mln AQSh dollari)	Chakana savdodagi ulush (%)	Internet foydalanuvchilari (mln)
2022	311	1,5	27,2
2023	543	2,5	31,0
2024	1 200	3,8	32,7
2027*	1 800–2 200	9–11	35,0*

Izoh: *prognoz ko'rsatkichlari. Manba: AQSh Savdo departamenti, KPMG va DataReportal ma'lumotlari asosida tuzilgan.

Ikkinchidan, mahalliy marketpleys ekotizimi kichik biznesning raqamli savdoga o'tishida markaziy o'rin egallaydi. 2022-yilda tashkil etilgan Uzum qisqa muddatda mamlakatning etakchi raqamli ekotizimiga aylandi. 2025-yil yakunlariga ko'ra platformadan har oyda 20 milliondan ortiq foydalanuvchi foydalangan, faol mahalliy sotuvchilar soni 17 000 dan oshgan va tovar assortimenti 100 million tovar birligiga etgan [9]. Platforma marketpleys, raqamli bank, BNPL (keyinroq to'lash) xizmati, ekspres etkazib berish va tadbirkorlar uchun maxsus ilovani birlashtirgan yaxlit tizim ko'rinishida ishlaydi. Uzum guruhi tarkibidagi bank tomonidan kichik va o'rta korxonalarga kreditlash hajmi bir yil ichida 1,7 baravar o'sgani raqamli platformaning moliyaviy inklyuziyaga bevosita ta'sirini ko'rsatadi. Mustaqil so'rov natijalariga ko'ra, respondentlarning yarmidan ko'pi asosiy xarid kanali sifatida aynan Uzunni ko'rsatgan, Telegram va Instagram do'konlari esa taxminan 40 foiz bilan ikkinchi o'rinda turadi [10].

Uchinchidan, tahlil kichik biznes uchun platformaga o'tishning aniq iqtisodiy manfaatlarini ochib berdi. Marketpleysga kirgan mikrofirmalar faqat bitta mahalliy bozorda emas, butun mamlakat miqyosida xaridorga chiqish imkoniyatiga ega bo'ladi; etkazib berish operator zimmasiga o'tadi, to'lov kafolati platforma tomonidan ta'minlanadi. Chakana onlayn savdoda soliq yuki ham engillashtirilgan: elektron tijorat subyektlari uchun foyda solig'i umumiy 15 foiz o'rniga 7,5 foiz stavkada undiriladi [11]. Mavsumiy chegirmalar va marketing aksiyalari kichik sotuvchiga qisqa muddatda katta auditoriyaga etib borish yo'lini ochadi. Ayni paytda platformaga bog'liqlik yangi xatarlarni keltirib chiqaradi: komissiya stavkalari, sotuvchilar o'rtasidagi narx raqobati va platforma qoidalariga to'liq bo'ysunish zarurati mikrofirmaning foyda marjasini toraytirishi mumkin. Quyidagi jadvalda platformadan foydalanish samaradorligiga ta'sir etuvchi omillar tizimlashtirilgan.

2-jadval.

Kichik biznesda raqamli platforma samaradorligiga ta'sir etuvchi omillar

Samaradorlikni oshiruvchi omillar	Samaradorlikni cheklovchi omillar
Bozorga kirish to'sig'ining pastligi va milliy qamrov	Raqamli savodxonlik va malakali kadrlar etishmasligi
Logistika va to'lovning operator tomonidan ta'minlanishi	Yetkazib berish infratuzilmasining hududlarda cheklanganligi
Elektron tijorat uchun imtiyozli soliq stavkasi (7,5%)	Komissiya va narx raqobati tufayli marjaning toraylishi
Moliyaviy inklyuziya va BNPL orqali kreditga kirish	Iste'molchi ishonchi va to'lov xavfsizligi masalalari
Mijoz ma'lumotlari asosida marketingni aniqlashtirish	Platformaga bir tomonlama bog'liqlik xatari

Manba: muallif tomonidan adabiyotlar tahlili asosida tuzilgan.

Raqamli platformalarning kichik biznesga ta'siri sof savdo aylanmasidan tashqariga chiqadi. Marketpleysda sotuv jarayoni tadbirkordan mahsulot fotosuratini tayyorlash, tavsif yozish, buyurtmalarni o'z vaqtida qayta ishlash va mijoz sharhlariga munosabat bildirishni talab qiladi. Shu tariqa kichik sotuvchi asta-

sekin raqamli marketing, mijozlar bilan muloqot va ma'lumotlarga asoslangan qaror qabul qilish ko'nikmalarini o'zlashtiradi. Platforma taqdim etadigan analitik panellar orqali tadbirkor qaysi tovar qanchalik talab qilinayotganini, qaysi hududda sotuv yuqoriligini kuzatib boradi va shunga qarab assortimentni



moslashtiradi. Ushbu bilim an'anaviy bozor savdosida deyarli shakllanmaydi. Ayollar tadbirkorligi uchun ham raqamli savdo alohida ahamiyat kasb etmoqda: uy sharoitida ishlab chiqarilgan hunarmandchilik va oziq-ovqat mahsulotlarini platformada sotish oila byudjetiga qo'shimcha daromad manbaini qo'shadi va ishga joylashishning moslashuvchan shaklini taklif etadi.

Bir qator jiddiy muammolar samaradorlikning to'liq ro'yobga chiqishiga to'sqinlik qilmoqda. Hududlarda etkazib berish tarmog'i hali ham notekis rivojlangan; qishloq joylarda internet tezligi va logistika xarajatlari shahar bilan sezilarli farq qiladi. So'rovlarda respondentlarning qariyb beshdan biri hali biror onlayn platformadan xarid qilmagani aniqlangan, bu iste'molchi ishonchi va odatlar inersiyasi hamon kuchli ekanidan dalolat beradi [10]. Soya iqtisodiyoti va norasmiy savdoning keng tarqalgani ko'plab kichik korxonalarni platformaga rasman kirishdan tiyib turadi. Raqamli savodxonlikning cheklanganligi esa tadbirkorlarning platforma vositalaridan to'liq foydalanishiga imkon bermaydi. Bularning barchasi raqamli platformalar samaradorligining O'zbekistonda hozircha o'z cho'qqisidan uzoq ekanini ko'rsatadi va tizimli davlat siyosatini talab qiladi.

■ XULOSA VA TAVSIYALAR

Tadqiqot natijalari kichik biznesda raqamli platformalardan foydalanish O'zbekistonda tadbirkorlik faoliyatini kengaytirish va rasmiylashtirishning samarali yo'nalishiga aylanayotganini ko'rsatadi. Elektron tijorat bozorining 2022–2024-yillar oralig'ida uch baravardan ortiq o'sishi hamda Uzun kabi mahalliy ekotizimlarning 17 000 dan ortiq sotuvchini birlashtirishi mikro va kichik korxonalarning milliy bozorga chiqishida yangi imkoniyatlar ochdi. Raqamli platformalar bozorga kirish to'sig'ini pasaytiradi, logistika va to'lovni operator zimmasiga o'tkazadi hamda imtiyozli soliq rejimi orqali rag'batlantiriladi. Ayni paytda raqamli savodxonlik, hududiy infratuzilma, iste'molchi ishonchi va platformaga bog'liqlik xatari samaradorlikni cheklovchi asosiy holatlar bo'lib qolmoqda.

Amaliy jihatdan bir necha yo'nalishda ish olib borish maqsadga muvofiq. Tadbirkorlar uchun raqamli savodxonlikni oshiruvchi bepul o'quv dasturlari va marketpleyslardagi yordam markazlari kengaytirilishi lozim. Hududlarda etkazib berish punktlari va logistika markazlari tarmog'ini zichlashtirasiz qishloq tadbirkorining platformaga real kirishini ta'minlab bo'lmaydi. Soliq va bojxona jarayonlarini yanada soddalashtirish norasmiy savdoning bir qismini rasmiy raqamli maydonga jalb qilish imkonini beradi. Iste'molchi ishonchini mustahkamlash uchun tovar sifati kafolati, qaytarish tartibi va nizolarni hal qilish tizimini shaffoflashtirish talab etiladi. Kelgusi tadqiqotlar korxona darajasidagi mikroma'lumotlar asosida platformaga o'tishning aniq daromad va bandlik effektlarini miqdoriy o'lchashga qaratilishi mavzuni chuqurlashtiradi. Raqamli platforma kichik biznes uchun shunchaki savdo kanali emas, balki tadbirkorlik madaniyatini va mintaqaviy iqtisodiy tarmoqlarni qayta shakllantiruvchi maydon sifatida namoyon bo'lmoqda.

ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. U.S. Department of Commerce, International Trade Administration. (2025). Uzbekistan – eCommerce. Country Commercial Guide. <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/uzbekistan-ecommerce>
2. International Technology and Innovation Foundation (ITIF). (2025). How Digital Services Empower SMEs and Start-Ups. Washington, D.C. <https://itif.org/publications/2025/08/27/how-digital-services-empower-smes-and-start-ups/>
3. DataReportal. (2025). Digital 2025: Uzbekistan. Kepios & We Are Social. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-uzbekistan>
4. Zhao, Z., & colleagues. (2025). Digital driven success: the digitalization effect on SME performance. Information Technology for Development, 31(4). <https://doi.org/10.1080/02681102.2025.2453213>
5. Tiwari, P., & colleagues. (2025). Digital platforms' use in SMEs – A critical analysis of entrepreneurs' behaviour. Cogent Economics & Finance, 13(1), 2461337. <https://doi.org/10.1080/23322039.2025.2461337>
6. Pervin, S., & colleagues. (2023). Digital Technology Adoption in SMEs: Technological, Environmental and Organizational Factors in Emerging Countries. <https://www.researchgate.net/publication/366975443>
7. Chauhan, S., & colleagues. (2024). Determinants of digital technology adoption in innovative SMEs. Journal of Innovation & Knowledge. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2444569X24001495>
8. KPMG & PR Newswire. (2024). Uzbekistan's e-commerce market is set to grow 7 times to 2.2 billion USD by 2027. Tashkent.
9. TechCrunch. (2026). Uzbekistan's Uzun valuation rises 1.5x in seven months to \$2.3B. <https://techcrunch.com/2026/03/10/uzbekistans-uzun-valuation-rises-1-5x-in-seven-months-to-2-3b/>
10. Bekmurodova, F. A. (2025). Public Perceptions and Trends of Uzun Market's Contribution to E-commerce in Uzbekistan. Oriens, Scientific Journal. https://oriens.uz/media/journalarticles/99_Bekmurodova_F.A._742-752.pdf
11. Chaika Consulting. (2025). Start selling on Uzun Market: taxation and requirements for sellers in Uzbekistan. <https://chaika.uz/en/marketplace>

Muallif(lar) haqida / Сведения об авторе / Author details

Qo'ziyeva Maftuna Otabek qizi Samarqand Iqtisodiyot va Servis institute "Buxgalteriya hisobi" kafedrası stajor-assistenti / Кузиева Мафтуна Отабек кизи стажёр-преподаватель кафедры «Бухгалтерский учёт»

Самаркандский институт экономики и сервиса / Maftuna Otabek qizi Qo'ziyeva Trainee Assistant, Department of Accounting Samarkand Institute of Economics and Service

E-mail: maftunaotabekovna46@gmail.com

ORCID: 0009-0005-5428-8522



INNOVATION
IQTISODIYOT
ILMIY-AMALIY ELEKTRON
JURNAL

ISSN: 3030-315X



t.me/kstu_uz



Qarshi shahri,
Mustaqillik ko'chasi 225



www.kstu.uz
www.ojs.kstu.uz