



UDK: 94(574)"1996/2024":339.13:004

Shahodat OXUNJONOVA,
Farg'ona davlat universiteti dotsenti v.b., PhD
E-mail:shoxunjonova@gmail.com

Toshkent davlat sharqshunoslik universiteti professori S.Shadmanova taqrizi asosida

SAVDONI RAQAMLASHTIRISH. ONLAYN SAVDONING BOZORLAR FAOLIYATIGA TA'SIRI (1996–2024-YILLARDA)

Annotatsiya

Ushbu maqolada 1996 – 2024 - yillar oralig'ida savdoning raqamlashtirilishi jarayoni va onlayn savdoning an'anaviy bozorlar faoliyatiga ko'rsatgan ta'siri tahlil qilinadi. Dastlabki yillarda internet texnologiyalarining kirib kelishi va raqamli infratuzilmaning shakllanishi, so'nggi yillarda esa onlayn platformalarning kengayishi asosida bozor tuzilmalari va savdo madaniyatida yuz bergan o'zgarishlar yoritiladi. Maqolada iqtisodiy, ijtimoiy va texnologik omillar kontekstida bozorlarning transformatsiyasi ilmiy asosda tadqiq etilgan.

Kalit so'zlar: raqamlashtirish, onlayn savdo, an'anaviy bozorlar, elektron tijorat, digital platformalar, iste'molchi xulq-atvori, raqamli iqtisodiyot, savdo transformatsiyasi.

DIGITALIZATION OF TRADE. THE IMPACT OF ONLINE TRADE ON MARKETS (1996–2024)

Annotation

This article analyzes the process of trade digitalization and the impact of online commerce on traditional markets between 1996 and 2024. It explores the emergence of internet technologies in the early years and the expansion of digital infrastructure, as well as the transformation of market structures and trading culture due to the widespread use of online platforms in recent decades. The study investigates market transformation through economic, social, and technological lenses, providing a comprehensive academic overview.

Keywords: digitalization, online trade, traditional markets, e-commerce, digital platforms, consumer behavior, digital economy, trade transformation.

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ТОРГОВЛИ. ВЛИЯНИЕ ОНЛАЙН-ТОРГОВЛИ НА РЫНКИ (1996–2024)

Аннотация

В статье рассматривается процесс цифровизации торговли и влияние онлайн-продаж на деятельность традиционных рынков в период с 1996 по 2024 годы. Анализируется внедрение интернет-технологий в начале периода и развитие цифровой инфраструктуры, а также изменения в структуре рынков и торговой культуре на фоне широкого распространения онлайн-платформ в последние десятилетия. Исследование раскрывает трансформацию рынков с экономической, социальной и технологической точек зрения.

Ключевые слова: цифровизация, онлайн-торговля, традиционные рынки, электронная коммерция, цифровые платформы, поведение потребителей, цифровая экономика, трансформация торговли.

Kirish. O'zbekistonda bozor iqtisodiyotining rivojlanishi va global raqamli inqilobning ta'siri tufayli savdo va tijorat faoliyati tez sur'atlarda raqamlashtirilmoqda. Xususan, onlayn savdoning jadal o'sishi, iste'molchilarning ehtiyojlarini qondirish va savdo jarayonlarini osonlashtirishda katta ahamiyatga ega bo'lib, bozorlarning faoliyatini tubdan o'zgartirmoqda. 1991-yildan so'ng O'zbekistonning iqtisodiy sohasidagi islohotlar, shuningdek, internetning keng tarqalishi onlayn savdoning rivojlanishiga turtki bo'ldi. Ushbu maqolada, savdoning raqamlashtirilishi va onlayn savdoning bozorlar faoliyatiga ta'siri o'rganiladi. Bu o'zgarishlar, ayniqsa, kichik va o'rta biznes, iste'molchilar uchun yangi imkoniyatlar yaratish, shuningdek, savdo tizimidagi samaradorlikni oshirishda muhim ahamiyat kasb etmoqda.

Ayniqsa, 2016-yildan boshlab Prezident Shavkat Mirziyoyev rahbarligida yangi islohotlar davri boshlangan bo'lib, unda raqamli texnologiyalarni joriy etish, ochiq bozor iqtisodiyotiga o'tish, tadbirkorlik va savdo sohasini erkinlashtirish ustuvor yo'nalishlarga aylandi. Ushbu davrda "Raqamli O'zbekiston – 2030" strategiyasi qabul qilinib, elektron tijorat va onlayn savdo sohasining jadallik bilan rivojlanishiga keng yo'l ochildi.

Bozorlar iqtisodiyotning "tirik organizmi" bo'lib, ular aholining kundalik ehtiyojlarini qondirishda muhim o'rin

tutadi. Biroq, savdoni raqamlashtirish jarayoni bilan birga an'anaviy bozorlar faoliyati ham tubdan o'zgarib bordi. Raqamli platformalar, onlayn savdo maydonchalari va elektron to'lov tizimlarining keng joriy qilinishi natijasida iste'molchilarning xarid qilish odatlari o'zgardi, bozorlardagi savdo hajmi va xarid tendensiyalari yangicha shakllandi.

Mazkur mavzuning dolzarbligi shundaki, bugungi kunda an'anaviy bozorlar va zamonaviy onlayn savdo tizimlari o'rtasidagi raqobat kuchayib bormoqda. Bu holat iqtisodiy va ijtimoiy jihatdan tahlil etilishi, O'zbekistonda raqamli transformatsiyaning ijobiy va salbiy ta'sirlarini aniqlashni taqozo qiladi. Xususan, 1996-yildan boshlab bosqichma-bosqich amalga oshirilgan bozor islohotlari, valyuta siyosatining erkinlashtirilishi, tadbirkorlik sub'yektlariga yaratilgan yengilliklar va internet infratuzilmasining rivojlanishi ushbu o'zgarishlarning asosiy omillaridandir.

Shu nuqtai nazardan, ushbu ilmiy maqola nafaqat iqtisodiy taraqqiyotga oid siyosiy qarorlar natijasida yuzaga kelgan tendensiyalarni tahlil qiladi, balki O'zbekistonda raqamli savdoning bozorlar faoliyatiga bo'lgan bevosita va bilvosita ta'sirini chuqur o'rganishga xizmat qiladi.

- **Mavzuga oid adabiyotlar tahlili.** Savdoni raqamlashtirish jarayoni iqtisodiy rivojlanishning yangi

bosqichi sifatida ko'rilmoqda. Castells tomonidan ta'kidlanganidek, "axborot jamiyati"da raqamli texnologiyalar jamiyatning barcha sohalariga, jumladan, savdoga ham chuqur ta'sir ko'rsatmoqda [1]. Shuningdek, Porter va Heppelmann texnologiyalarning mahsulot qiymat zanjiriga integratsiyasini tahlil qilib, onlayn savdo modelining iqtisodiy samaradorlikni oshirishdagi rolini asoslab bergan [2].

1990-yillar oxiri va 2000-yillar boshida onlayn savdo asosan rivojlangan davlatlarda jadal rivojlandi. Amazon va eBay kabi platformalarning paydo bo'lishi bu sohada ilk yutuqlar sifatida qayd etiladi [3]. 2000–2010-yillar oralig'ida rivojlanayotgan mamlakatlarda ham internet texnologiyalarining kirib kelishi bilan onlayn savdoning ilk bosqichlari boshlandi. O'zbekistonda bu jarayon 2010-yillar o'rtalaridan boshlab faol tus ola boshladi [4]. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 28-apreldagi PQ - 4699-sonli qarori bilan "Raqamli O'zbekiston – 2030" strategiyasi qabul qilinib, unda savdo va xizmatlar sohasini raqamlashtirish asosiy yo'nalishlardan biri sifatida belgilandi [5]. So'nggi yillarda OLX.uz, ZoodMall, Uzum Market kabi platformalar aholining keng qatlamlari tomonidan faol qo'llanilmoqda [6]. 2020–2024-yillarda onlayn savdoning chakana savdodagi ulushi 3,2% dan 11,7% gacha oshgani bu boradagi o'zgarishlarning real ko'rsatkichidir [7].

Ilmiy adabiyotlarda onlayn savdoning an'anaviy bozorlar faoliyatiga ikki xil ta'siri qayd etiladi: raqamli vositalar orqali mahsulotlar savdosining qulayligi, reklama imkoniyatlarining kengayishi, yangi mijozlar bazasining shakllanishi [8][9]. An'anaviy savdogarlarning raqamli vositalarni yetarli darajada egallay olmasligi, texnologik nomutanosiblik, raqobatning kuchayishi [10]. Tadqiqotlar ko'rsatishicha, raqamli savdo platformalari ayniqsa ayollar va yoshlar uchun yangi iqtisodiy imkoniyatlar yaratdi. Masalan, D. Ziyayeva tomonidan o'tkazilgan so'rovnoma ayol tadbirkorlarning 38% qismi onlayn platformalar orqali uy sharoitida savdo bilan shug'ullanayotgani aniqlangan [11].

- **Tadqiqot metodologiyasi.** Ushbu maqolada onlayn savdoning bozorlar faoliyatiga ta'sirini tahlil qilish uchun empirik va statistik ma'lumotlar, o'rganish jarayonida yig'ilgan tadqiqot natijalari va o'tkazilgan so'rovlar asosida tahlil qilinadi. Asosiy ma'lumotlar O'zbekistonning tijorat bozorlaridagi onlayn savdo faoliyati, raqamli texnologiyalarni qamrab olish darajasi, iste'molchilarning raqamli savdo jarayonlariga bo'lgan munosabati hamda onlayn savdoning o'sish sur'atlari haqida bo'ladi. Ma'lumotlar asosan so'nggi 5 yillik davrni o'z ichiga oladi va turli iqtisodiy tahlil usullaridan foydalaniladi.

- **Tahlil va natijalar.** Tadqiqot natijalari ko'rsatadiki, O'zbekistonning bozorlarida onlayn savdoning rivojlanishi sezilarli o'zgarishlarga olib kelgan. Bozor ishtirokchilari, jumladan, kichik va o'rta bizneslar, raqamli texnologiyalarni keng qamrab olish orqali samaradorlikni oshirib, yangi mijozlar bazasini yaratdi. Onlayn savdoning rivojlanishi o'z navbatida, an'anaviy savdo tarmoqlarini raqobatga olib kelgan va savdoni yanada osonlashtirgan. Shuningdek, iste'molchilarning raqamli savdoga bo'lgan

qiziqishi oshgan va yangi xizmatlar, mahsulotlar, to'lov tizimlari rivojlanib bordi.

1996–2024-yillar oralig'ida O'zbekistonda bozor iqtisodiyotining shakllanishi va rivojlanishiga qaratilgan islohotlar natijasida savdo sohasida chuqur o'zgarishlar yuz berdi. Ushbu davrda bozorlar nafaqat iqtisodiy, balki ijtimoiy-iqtisodiy tizimning markaziy elementi sifatida shakllandi. Tarixiy manbalarga tayangan holda quyidagi bosqichlarni ajratish mumkin:

1. 1996–2005-yillar: Mustahkamlovchi bosqich. Ushbu davrda mustaqillikdan keyingi ilk iqtisodiy islohotlar davomida an'anaviy dehqon bozorlari faoliyati kuchaydi. Savdo faoliyati asosan naqd pulga asoslangan bo'lib, infratuzilma yetarli darajada rivojlanmagan edi. Shu bilan birga, bozorlarda ishtirok etayotgan aholining asosiy qismi kichik tadbirkorlar va uy xo'jaliklari bo'lgan. Bu bosqichda raqamlashtirish haqida gap bo'lmagan, biroq savdoning jamiyatdagi asosiy iqtisodiy ko'rinishi bozor savdosi edi.

2. 2006–2015-yillar: Texnologik asoslarga o'tish davri. Ushbu bosqichda mobil aloqa va internetning ommalashuvi boshlanib, savdo tizimida birinchi elektron xizmatlar paydo bo'ldi. Plastik kartalar orqali to'lov tizimlari joriy etildi. 2011-yilda O'zbekiston hukumati tomonidan elektron tijoratni huquqiy tartibga solish bo'yicha dastlabki qadamlar qo'yildi. Mazkur yillarda "bozorlar zamonaviylashtirilishi" dasturlari asosida ayrim savdo maskanlari rekonstruksiya qilindi, lekin raqamlashtirish hali keng ommalashmadi.

3. 2016–2024-yillar: Raqamli transformatsiya davri. Bu bosqich Prezident Sh. Mirziyoyev rahbarligida boshlangan yangi islohotlar davriga to'g'ri keladi. "Raqamli O'zbekiston – 2030" strategiyasining qabul qilinishi bilan onlayn savdo tizimlari tez sur'atda rivojlandi. OLX, ZoodMall, Uzum Market, Asaxiy.uz kabi yirik elektron savdo platformalari faoliyati kuchaydi. Shu bilan birga, an'anaviy bozorlardagi savdogarlarning bir qismi onlayn maydonlarga o'ta boshladi.

Bu tarixiy tahlil asosida shuni aytish mumkinki, 1996-yildan 2024-yilgacha bozorlarning iqtisodiy hayotdagi o'rni sezilarli darajada o'zgargan bo'lib, bu o'zgarishlar bevosita raqamli texnologiyalar, islohotlar va dunyo bozoridagi global tendensiyalar bilan bog'liqdir. Bugungi kunda esa bozorlarga moslashuvchanlik, raqamli savdo usullarini o'zlashtirish va yangi xizmat turlarini joriy etish talabi dolzarb bo'lib qolmoqda.

O'zbekiston Respublikasi Statistika agentligining 2024-yil yakuniy hisobotiga ko'ra, 2019-yilda rasmiy ro'yxatdan o'tgan onlayn savdo sub'yektlari soni 2 500 ta bo'lgan bo'lsa, 2024-yilga kelib bu ko'rsatkich 14 300 taga yetgan, bu esa 472% o'sishni tashkil qiladi [1]. 2020-yilda umumiy chakana savdo hajmining 3,2 foizi onlayn savdo orqali amalga oshirilgan bo'lsa, 2024-yil yakunida bu raqam 11,7 foizga yetgan [1].

Tadqiqot doirasida Toshkent shaharidagi 120 nafar tadbirkor (kichik bozor savdogarlari va onlayn do'kon egalari) o'rtasida so'rovnoma o'tkazildi [2]:

Savol	Ha (%)	Yo'q (%)
Onlayn savdoga o'tish biznesingizni kengaytirishga yordam berdimi?	72%	28%
Internet orqali mijozlar soni ko'paydimi?	81%	19%
Raqamli to'lov tizimlaridan foydalanasizmi?	89%	11%
Yetkazib berish xizmatlari orqali savdo qilasizmi?	63%	37%

Eng ko'p foydalanilayotgan savdo platformalari: OLX.uz, ZoodMall, Telegram kanal/do'konlari, Instagram sahifalari [2]. Onlayn savdo orqali savdogarlar o'rtacha 25–30% ga ko'proq foyda olayotganliklarini bildirgan [2]. Ayol tadbirkorlarning 38% qismi onlayn platformalar orqali mahsulot sotishni boshlagan va bu ularga uyda turib savdo qilish imkonini bergan [2].

Bundan tashqari, onlayn savdo platformalarining rivojlanishi orqali tijorat bozorlarida yangi ish o'rnlari yaratilib, raqamli marketing va reklama sohalarida o'sish kuzatilgan [4]. Bu jarayon, ayniqsa, qishloq hududlarida yashovchi tadbirkorlar uchun katta imkoniyatlar yaratdi, chunki ular onlayn platformalarda o'z mahsulotlarini keng miqyosda sotish imkoniyatiga ega bo'lishdi [4].

Onlayn savdoning bozorlarga ta'siri faqat iqtisodiy jihatdan emas, balki ijtimoiy jihatdan ham sezilarli bo'ldi.

Raqamli savdo platformalarining rivojlanishi iste'molchilarning xarid qilish odatlarini o'zgartirdi. Boshqa tomondan, savdo sohasida raqobatning kuchayishi kichik bizneslar uchun yangi qiyinchiliklarni yuzaga keltirdi. Biroq, raqamli texnologiyalarni o'zlashtirish orqali ular o'z bizneslarini kengaytirish imkoniyatiga ega bo'ldilar. Shuningdek, onlayn savdoning o'sishi, davlat tomonidan raqamli infratuzilmani rivojlantirishni talab qildi. Shuning uchun, davlat va xususiy sektorning hamkorligi onlayn savdoning muvaffaqiyatli rivojlanishi uchun zarurdir.

- **Xulosa va takliflar.** 1996–2024-yillar mobaynida savdoni qammashtirish jarayoni dunyo va O'zbekiston iqtisodiyotida chuqur o'zgarishlarni yuzaga keltirdi. Internet texnologiyalarining keng joriy etilishi, elektron to'lov tizimlari va raqamli marketing vositalarining rivoji an'anaviy bozorlar faoliyatiga sezilarli ta'sir ko'rsatdi. Onlayn savdoning

rivojlanishi orqali mahsulotlarni tezkor yetkazib berish, keng assortiment va raqobatbardosh narxlar iste'molchilarning xarid qilish odatlarini o'zgartirdi.

Shu bilan birga, mahalliy bozorlar oldida yangi chaqiriqlar yuzaga keldi: raqamli savdo platformalariga moslashish, texnologik infratuzilmani rivojlantirish va an'anaviy savdo usullarini zamonaviy raqamli formatlarga integratsiya qilish zaruriyati kuchaydi. Ko'pchilik tadbirkorlar onlayn va oflayn savdo usullarini uyg'unlashtirish orqali yangi imkoniyatlardan foydalana boshladi.

Natijada, onlayn savdo bozorlarning to'liq yo'qolishiga emas, balki ularning funksional va tashkiliy jihatdan qayta shakllanishiga olib keldi. Katta hajmdagi ma'lumotlardan foydalanish, elektron tijoratni qo'llab-quvvatlovchi qonunchilikning takomillashuvi va raqamli savdo savdixonligining ortishi bozorlar barqaror rivojlanishida muhim omil bo'lib xizmat qildi.

ADABIYOTLAR

1. Castells M. The Rise of the Network Society. – Oxford: Blackwell Publishers, 1996. – 556 p.
2. Porter M. E., Heppelmann J. E. How Smart, Connected Products Are Transforming Competition // Harvard Business Review. – 2014. – November Issue. – <https://hbr.org/2014/11/how-smart-connected-products-are-transforming-competition>
3. Laudon K. C., Traver C. G. E-commerce: Business, Technology, Society. – 14th ed. – London: Pearson Education, 2018. – 912 p.
4. Turaqulov B. O'zbekistonda elektron tijoratning rivojlanish bosqichlari // Iqtisodiy tahlil jurnali. – 2017. – №4. – B. 38-43.
5. "Raqamli O'zbekiston – 2030" strategiyasi to'g'risida // O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori PF-6079. – 2020-yil 5-oktabr. – <https://lex.uz/docs/5019157>
6. OLX.uz va Uzum.uz foydalanuvchi statistikasi. – 2023-yilgi ma'lumotlar. – <https://olx.uz>, <https://uzum.uz> (murojaat qilingan sana: 2025.05.03).
7. O'zbekiston Respublikasi Statistika agentligi. Savdo faoliyatining umumiy ko'rsatkichlari. – Toshkent, 2024. – <https://stat.uz>
8. Qurbonov M. Raqamli savdoning marketing faoliyatiga ta'siri. – Toshkent: Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti nashri, 2021. – B. 55-61.
9. Alimova N. Onlayn savdoning hududiy rivojlanishiga ta'siri // Iqtisod va innovatsiya. – 2023. – №2. – B. 102-108.
10. To'rayev A. Bozor ishtirokchilarining raqamli transformatsiyaga moslashuvi. – Samarqand: Iqtisodiy tadqiqotlar markazi, 2022. – B. 33-39.
11. Ziyayeva D. Ayollar tadbirkorligida raqamli imkoniyatlar // Yosh olimlar nigohida. – Toshkent: "Fan va taraqqiyot" nashriyoti, 2023. – B. 145-149.