RAQAMLI PLATFORMALAR VA MIKROIQTISODIYOTI

Davronov Samandar Haydar o‘g‘li
O‘zbekiston Milliy Universiteti
Iqtisodiyot fakulteti
Jahon iqtisodiyoti va xalqaro iqtisodiy
munosabatlar yo‘nalishi 2-bosqich talabasi
Tel: +998888227717
https://doi.org/10.5281/zenodo.24483757

Annotatsiya. Ushbu maqolada raqamli platformalarning mikroiqtisodiyot subyektlari - iste’molchilar, kichik tadbirkorlar va o‘zini o‘zi band qilgan shaxslar - faoliyatiga ta’siri nazariy va empirik jihatdan tahlil qilingan. Tadqiqotda bitim xarajatlari, tarmoq samaralari va ikki tomonlama bozorlar nazariyalariga tayanib, platforma iqtisodiyotining mikroiqtisodiy mexanizmlari izohlangan hamda O‘zbekiston elektron tijorat bozorining 2016–2025-yillardagi dinamikasi rasmiy statistik ma’lumotlar asosida o‘rganilgan. Shuningdek, maqolada elektron tijoratni tartibga solishning amaldagi huquqiy asoslari va ularning platformalar hamda sotuvchilar xulq-atvoriga ta’siri tahlil qilingan.

Kalit so‘zlar. Raqamli platformalar, mikroiqtisodiyot, ikki tomonlama bozorlar, tarmoq samaralari, bitim xarajatlari, elektron tijorat, o‘zini o‘zi band qilganlar, platforma komissiyasi.

Kirish. Mikroiqtisodiyot alohida iqtisodiy subyektlar-iste’molchilar, firmalar va tadbirkorlarning cheklangan resurslar sharoitida tanlov qilish qonuniyatlarini hamda ular o‘zaro munosabatga kirishadigan bozorlarda narx va hajmning shakllanishini o‘rganadi. An’anaviy mikroiqtisodiy modellarda xaridor va sotuvchining bir-birini topishi, bitim shartlarini kelishishi va ularning bajarilishini nazorat qilishi bilan bog‘liq xarajatlar ko‘pincha e’tibordan chetda qoladi. Raqamli platformalar, ya’ni ikki yoki undan ortiq guruh vakillarini o‘zaro bog‘lab, ular o‘rtasidagi bitimlarni axborot tizimi orqali tashkil etuvchi vositachilar, aynan shu xarajatlarni keskin kamaytirib, mikroiqtisodiy qarorlar qabul qilish muhitini o‘zgartirmoqda[1].

Bu jarayon O‘zbekistonda ham yaqqol namoyon bo‘lmoqda. Prezident Shavkat Mirziyoyev 2026-yil 9-aprelda elektron tijoratni rivojlantirish bo‘yicha takliflar taqdimoti bilan tanishgan; unda keltirilgan ma’lumotlarga ko‘ra, so‘nggi sakkiz yilda mamlakatda elektron tijorat hajmi 20 barobar o‘sib, 1,3 milliard dollarga yetgan, raqamli platformalar soni 120 tadan ziyodni tashkil etmoqda, o‘zini o‘zi band qilish tartibining kengaytirilgani hamda litsenziyalash va soliqqa tortishning soddalashtirilgani hisobiga sohada 750 mingta yuqori daromadli ish o‘rni yaratilgan[2]. Shu bilan birga, elektron tijoratning chakana savdodagi ulushi 4–4,6 foizni tashkil etib, jahondagi o‘rtacha 22 foizlik ko‘rsatkichdan qariyb besh barobar past ekani, mamlakatda bu ulushni 9–11 foizga yetkazish uchun salohiyat mavjudligi qayd etildi[3].

[1] Goldfarb A., Tucker C. Digital Economics Journal of Economic Literature. – 2019. – Vol. 57, No. 1. – P. 3–43.

[2] Elektron tijoratni rivojlantirish va bond omborlar faoliyatini takomillashtirish bo‘yicha takliflar ko‘rib chiqildi // Yuz.uz. – 2026-yil 9-aprel.

[3] Yuqorida keltirilgan manba: Yuz.uz, 2026-yil 9-aprel

Huquqiy jihatdan soha 2022-yil 29-sentabrdagi O‘RQ-792-sonli “Elektron tijorat to‘g‘risida”gi Qonun bilan tartibga solinadi[4]. Vazirlar Mahkamasining 2024-yil 26-dekabrdagi 885-sonli qarori esa elektron savdo platformasi, buyurtmalar agregatori va raqamli striming xizmati operatorlari tushunchalarini qonunchilikka kiritish, 2025-yil 1-iyuldan boshlab operatorlar faoliyati uchun xabardor qilish tartibini joriy etish hamda elektron tijorat subyektlari reyestrini yuritish bo‘yicha normativ hujjatlar loyihalarini ishlab chiqishni topshirdi, shuningdek, elektron tijorat doirasidagi hisob-kitoblarni alohida bank hisobvaraqlari orqali amalga oshirish tartibini belgiladi[5]. Bu esa platformalarni nafaqat texnologik, balki institutsional hodisa sifatida ham o‘rganish zaruratini ko‘rsatadi. Ayni paytda ko‘rib chiqilgan manbalarda elektron tijorat asosan huquqiy va makroiqtisodiy jihatdan yoritilgan bo‘lib, platformalarning sotuvchi va xaridorlar xulq-atvoriga, narx va komissiya shakllanishiga hamda mikrobiznes daromadlariga ta’siri mikroiqtisodiy nuqtai nazardan yetarlicha tahlil qilinmagan.

Ushbu ilmiy tadqiqotning maqsadi raqamli platformalarning mikroiqtisodiy mexanizmlarini nazariy jihatdan asoslash, O‘zbekiston elektron tijorat bozorining hozirgi holatini tahlil qilish, mavjud muammo va kamchiliklarni aniqlash hamda ularni bartaraf etishga qaratilgan ilmiy jihatdan asoslangan taklif va tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Raqamli platformalarning mikroiqtisodiy tabiati bir necha nazariy yo‘nalishlar kesishmasida o‘rganiladi: bitim xarajatlari nazariyasi, axborot assimetriyasi, tarmoq samaralari va ikki tomonlama bozorlar nazariyasi. Quyida ushbu yo‘nalishlarning platforma iqtisodiyotini tahlil qilish uchun ahamiyatli qoidalari ko‘rib chiqiladi.

Jumladan, 1991-yilgi Nobel mukofoti sovrindori Ronald Kouz (R. Coase) firmalarning mavjudligini bozor mexanizmidan foydalanish xarajatlari, ya’ni kontragentni qidirish, shartnoma tuzish va uning bajarilishini nazorat qilish xarajatlari bilan izohlagan[6]. Biz tadqiqot davomida Kouz g‘oyasiga tayanib, platformalar aynan shu xarajatlarni kamaytirgani sari kichik tadbirkor yirik tashkilot resurslariga ega bo‘lmasdan ham bozorga chiqa oladi, degan xulosaga kelamiz. Shuningdek, 2001-yilgi Nobel mukofoti sovrindori Jorj Akerlof, G. Akerlof sifat haqidagi axborot xaridor va sotuvchi o‘rtasida notekis taqsimlanganda bozor sifatsiz tovarlar tomon og‘ishini va hatto yo‘qolib ketishi mumkinligini “limonlar bozori” modelida ko‘rsatgan[7]. Platformalardagi reyting, sharh va mablag‘larni eskrou tartibida saqlash mexanizmlari ushbu muammoni yumshatishga qaratilgan vositalar sifatida talqin qilinishi mumkin.

[4] O‘zbekiston Respublikasining 2022-yil 29-sentabrdagi O‘RQ-792-sonli “Elektron tijorat to‘g‘risida”gi Qonuni.
[5] O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2024-yil 26-dekabrdagi 885-sonli “O‘zbekiston Respublikasida elektron tijorat sohasini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi qarori.

[6] Coase R.H. The Nature of the Firm Economica. – 1937. – Vol. 4, No. 16. – P. 386–405.

[7] Akerlof G.A. The Market for “Lemons”: Quality Uncertainty and the Market Mechanism // The Quarterly Journal of Economics. – 1970. – Vol. 84, No. 3. – P. 488–500.

Maykl Katz va Karl Shapiro tarmoq samaralarini, ya'ni mahsulot foydaliligining uni iste'mol qiluvchilar soniga bog'liqligini tizimli tahlil qilgan bo'lib,[8] bu qoida platformalar uchun foydalanuvchilar sonining o'sishi o'z-o'zidan platforma qiymatini oshirishini anglatadi.

Ikki tomonlama bozorlar nazariyasining rivojiga eng katta hissa qo'shgan olimlardan biri - 2014-yilgi Nobel mukofoti sovrindori Jan Tirol hamkasbi Jan-Sharl Roshe bilan birga platformalar "tovuq va tuxum" muammosiga duch kelishini, ya'ni muvaffaqiyat uchun bozorning ikkala tomonini ham jalb qilishi zarurligini hamda platforma narxlar darajasini emas, balki narxlar tuzilmasini - qaysi tomondan qancha undirilishini - tanlashini ko'rsatgan[9]. Bunda platforma ko'pincha bir tomonni foyda manbai, ikkinchisini esa zarar keltiruvchi yoki moliyaviy jihatdan neytral segment sifatida ko'radi. Mark Armstrong esa foydalanuvchilarning bir nechta platformada faoliyat yuritishi multihoming raqobat xarakterini o'zgartirishini, xususan, bir tomon bitta platformada qolganda ikkinchi tomon uchun platforma "raqobatli to'siq" competitive bottleneck holatiga kelishi mumkinligini tahlil qilgan. Bu mantiq sotuvchilardan undiriladigan komissiyalar masalasiga bevosita aloqador. Mark Rysman esa ikki tomonlama bozorlar adabiyotini tarmoq samaralari adabiyotining bir qismi sifatida ko'rib, uning asosiy o'ziga xosligi vositachining narx strategiyalariga e'tibor qaratilishida ekanini ta'kidlaydi[10].

Raqamli iqtisodiyot bo'yicha tadqiqotlarni umumlashtirgan Avi Goldfarb va Ketrin Taker raqamlashtirish beshta iqtisodiy xarajat - qidiruv, takrorlash, tashish, kuzatish va tekshirish xarajatlarini pasaytirishini ko'rsatgan[11]. Mazkur tasnif ushbu maqolada platformalarning mikroiqtisodiy ta'sirini tahlil qilish uchun asos qilib olindi.

Mahalliy tadqiqotlarda esa elektron tijoratning rivojlanish tendensiyalari, infratuzilmasi va huquqiy muhiti ko'proq o'rganilgan; xususan, S.N. Xamraeva tadqiqotida O'zbekistonda elektron tijoratning zamonaviy tendensiyalari tahlil qilingan[12]. Mamlakatimizda soha qonunchiligi 2004-yilda qabul qilingan "Elektron tijorat to'g'risida"gi Qonunga asoslanib, u 2015 va 2022-yillarda yangilangan[13]. Shunga qaramay, platformalarning sotuvchi daromadi, komissiya va raqobat tuzilmasiga ta'sirini mikro darajada baholash uchun zarur bo'lgan ma'lumotlar tadqiqot davomida aniqlangan ochiq manbalarda cheklangan. Yuqorida keltirilgan nazariyalar O'zbekiston elektron tijorat bozorini mikroiqtisodiy nuqtai nazardan tahlil qilish uchun ilmiy asos bo'ladi.

Tadqiqot metodologiyasi. Tadqiqotda tizimli tahlil, qiyosiy-statistik va mantiqiy umumlashtirish usullaridan foydalanildi. Nazariy qism ikki tomonlama bozorlar, tarmoq samaralari va bitim xarajatlari nazariyalariga, empirik qism esa 2016–2025-yillardagi elektron tijorat savdo hajmi dinamikasini retrospektiv tahlil qilishga asoslandi. Ma'lumotlar bazasi sifatida O'zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo'mitasining elektron tijorat savdo hajmi

[8] Katz M.L., Shapiro C. Network Externalities, Competition, and Compatibility // American Economic Review. – 1985. – Vol. 75, No. 3. – P. 424–440.

[9] Rochet J.-C., Tirole J. Platform Competition in Two-Sided Markets // Journal of the European Economic Association. – 2003. – Vol. 1, No. 4. – P. 990–1029.

[10] Armstrong M. Competition in Two-Sided Markets // RAND Journal of Economics. – 2006. – Vol. 37, No. 3. – P. 668–691
[11] Goldfarb A., Tucker C. Digital Economics // Journal of Economic Literature. – 2019. – Vol. 57, No. 1. – P. 3–43.
[12] Khamraeva S.N. Modern trends in the development of e-commerce in Uzbekistan // The Innovation Economy. – 2026. – 2(02).
[13] "Elektron tijoratning rivojlanishi O'zbekiston biznesiga ta'sir qiladi" — Istiqbolli loyihalar milliy agentligi o'rinbosari D. Maksudov // gov.uz. – 2024-yil 2-may.

yillik ko‘rsatkichi, rasmiy statistikaning YaIM bo‘yicha ma’lumotlari hamda qonunchilik hujjatlari qo‘llanildi. Yillik o‘sish sur’atlari va elektron tijorat hajmining YaIMga nisbati muallif tomonidan hisoblandi. Shuni qayd etish lozimki, ko‘rsatkich yirik korxonalar, kichik biznes subyektlari hamda yakka tartibdagi tadbirkorlar va jismoniy shaxslar tomonidan sotilgan tovarlar hajmini qamrab oladi; platforma darajasidagi mikroma’lumotlar sotuvchilar daromadi, komissiya stavkalari tadqiqotda foydalanilgan ochiq manbalarda keltirilmagani sababli mikroiqtisodiy mexanizmlar nazariy asoslar va agregat ko‘rsatkichlar uyg‘unligida tahlil qilindi.

Tahlil va natijalar. Platformalarning mikroiqtisodiy ta’siri avvalo ular bajaradigan funksiyalarda namoyon bo‘ladi. Vazirlar Mahkamasining 885-sonli qaroriga ilovada elektron savdo platformasi takliflarni joylashtirish va reklama qilish, shartnoma tuzish, elektron to‘lovlarni qabul qilish, yetkazib berishni tashkil etish, mablag‘larni eskrou tartibida deponentlash, sharh va reytinglarni shakllantirish hamda sifatni nazorat qilishni ta’minlaydigan dasturiy-apparat majmuasi sifatida ta’riflangan; platforma operatori ko‘rsatgan xizmatlar uchun komissiya undiradi, buyurtmalar agregatori esa xizmatlarni qidirish, tanlash va solishtirish imkoniyatini beradi[14]. Bu funksiyalarni Goldfarb va Taker tasnifi bilan qiyoslash mumkin: takliflar va narxlarni e’lon qilish hamda agregatorlarda xizmatlarni qidirish va solishtirish qidiruv xarajatlarini, yetkazib berish holatini kuzatish kuzatish xarajatlarini, reyting, sharhlar, sifat nazorati va eskrou esa tekshirish xarajatlarini hamda kontragent xavfini kamaytiradi. Natijada mikrosotuvchi uchun bozorga kirish to‘siqlari pasayadi, Kouz mantig‘iga ko‘ra esa bu kichik subyektlarning tashqi bitimlarga tayanib faoliyat yuritish imkoniyati kengayishini bildiradi.

Ikkinchidan, platforma daromadi asosan komissiya shaklida shakllanishi narxlar tuzilmasi masalasini markaziy o‘ringa chiqaradi. Roshe va Tirol modeliga ko‘ra, platforma bozorning bir tomoniga yengilliklar berib, xarajatning asosiy qismini ikkinchi tomondan undirishi mumkin; Armstrong tahlil qilgan “raqobatli to‘siq” holatida esa bir nechta platformada faoliyat yuritadigan sotuvchilar xaridorlarga chiqish uchun yuqori komissiya to‘lashga majbur bo‘lishi mumkin. Tadqiqotda foydalanilgan manbalarda O‘zbekiston platformalari komissiyalarining miqdori va tuzilmasi keltirilmagan, shu sababli bu mexanizm amalda qay darajada namoyon bo‘layotganini baholash keyingi tadqiqotlar uchun dolzarb vazifa bo‘lib qolmoqda.

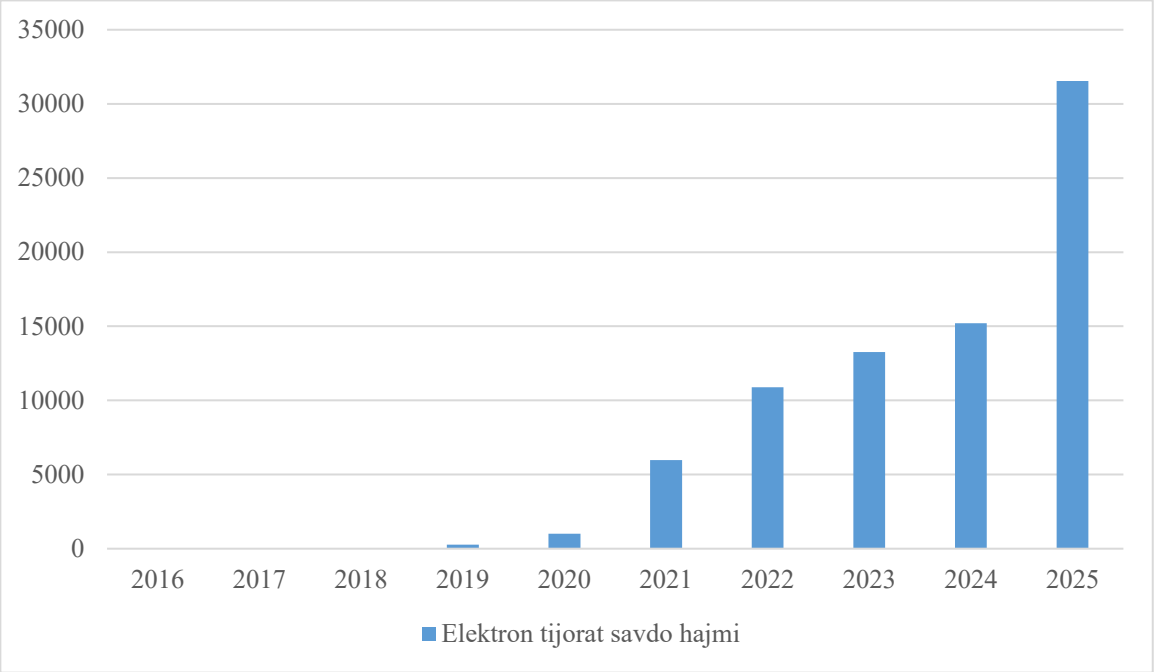
Mikrobiznes darajasida muhim o‘zgarish o‘zini o‘zi band qilgan shaxslarning elektron tijorat doirasidagi faoliyatini rasmiylashtirishda ko‘rinadi. 885-sonli qarorga ko‘ra, 2025-yil 1-iyuldan boshlab elektron tijoratda sotuvchi yoki buyurtma asosida yetkazib beruvchi, shuningdek, yo‘lovchilarni yengil avtotransport vositalarida tashish faoliyatini amalga oshiruvchi o‘zini o‘zi band qilgan shaxslarning daromadlari bank kartasi biriktirilgan alohida hisobvaraqda hisobga olinadi, ushbu hisobvaraqqa tushgan mablag‘lar summasi esa ularni aylanmadan olinadigan soliq to‘lovchisi sifatida tan olish uchun ishlatiladi[15]. Mikroiqtisodiy nuqtai nazardan bu davlat uchun kuzatish va tekshirish xarajatlarini, mikrosotuvchi uchun esa norasmiy faoliyatdan rasmiy faoliyatga o‘tish xarajatlarini kamaytirishga qaratilgan. Shu bilan birga, buyurtma asosida yetkazib beruvchi o‘zini o‘zi band qilgan shaxslarga yetkazilgan tovar

[14] Yuqorida keltirilgan manba: Vazirlar Mahkamasining 2024-yil 26-dekabrdagi 885-sonli qarori.
[15] Yuqorida keltirilgan manba: Vazirlar Mahkamasining 2024-yil 26-dekabrdagi 885-sonli qarori.

uchun naqd pul qabul qilishga ruxsat berilishi kabi istisnolar tizimning amaliy xususiyatlari hisobga olinganini ko‘rsatadi.

O‘zbekistonda elektron tijorat bozorining so‘nggi o‘n yillik dinamikasi Milliy statistika qo‘mitasi ma’lumotlari asosida quyidagi diagrammada keltirilgan.

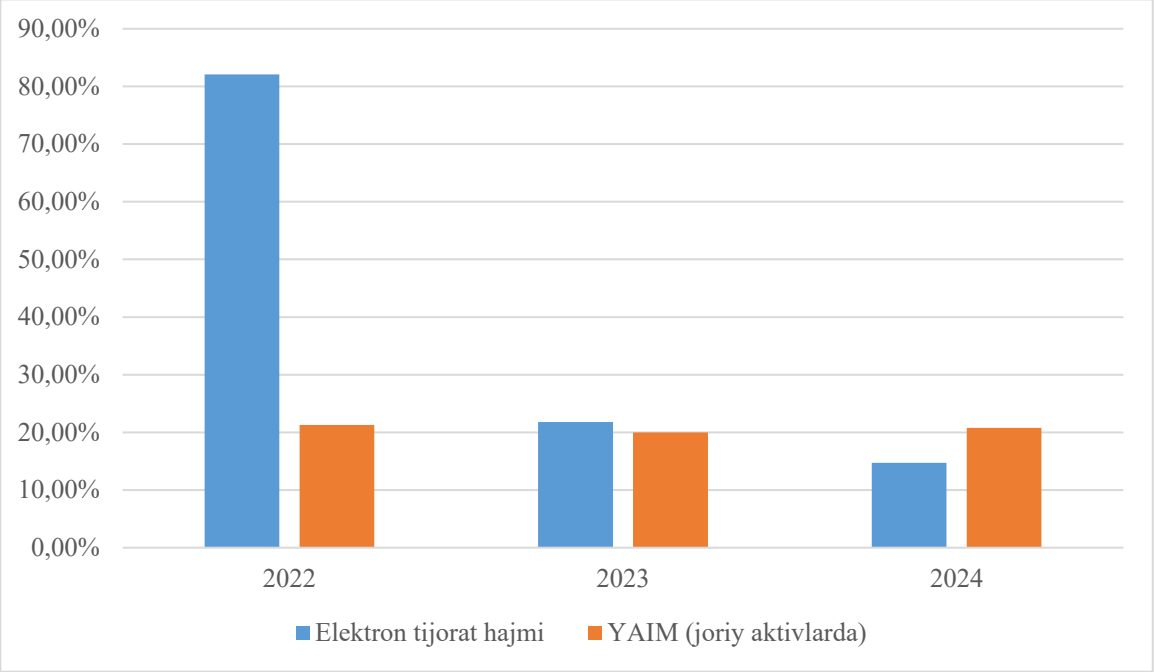
1-diagramma. Elektron tijorat savdo hajmi, 2016–2025-yillar (mlrd so‘m)[16]



Diagrammadan ko‘rinadiki, elektron tijorat savdo hajmi 2016-yildagi 6,0 mlrd so‘mdan 2025-yilda 31 551,9 mlrd so‘mgacha oshgan. Ayniqsa, 2019–2021-yillarda o‘sish jadal bo‘lgan: 2019-yilda 275,3 mlrd so‘m bo‘lgan ko‘rsatkich 2021-yilga kelib 5 978,7 mlrd so‘mga yetib, qariyb 21,7 barobar ko‘paygan. Bu davrdagi o‘sish masofaviy savdoga o‘tish va elektron to‘lov tizimlarining rivojlanishi bilan bog‘liq bo‘lishi mumkin, biroq buni isbotlash uchun alohida ekonometrik tahlil talab etiladi. Keyingi yillarda o‘sish sur’ati sekinlashgan: 2022-yilda 82,1 foizni 10 886,8 mlrd so‘m, 2023-yilda 21,8 foizni 13 263,8 mlrd so‘m, 2024-yilda esa 14,7 foizni 15 211,5 mlrd so‘m tashkil etdi. Elektron tijorat o‘sishining iqtisodiyotning umumiy o‘sishidan ustunligini baholash maqsadida uning sur’ati joriy narxlardagi YaIM sur’ati bilan solishtirildi.

[16] O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. Elektron tijorat savdo hajmi (yillik), indikator kodi 1.07.02.0019.

2-diagramma. Elektron tijorat savdo hajmi va YaIM joriy narxlarda yillik o‘sish sur’atlari, 2022–2024-yillar[17]



Hisob-kitoblarga ko‘ra, 2022-yilda elektron tijorat hajmi 82,1 foizga o‘sib, joriy narxlardagi YaIM o‘sishidan 21,3 foiz 3,8 barobardan ortiq yuqori bo‘lgan. 2023-yilda sur’atlar deyarli tenglashgan 21,8 va 21,0 foiz, 2024-yilda esa elektron tijorat o‘sishi 14,7 foiz YaIM o‘sishidan 20,8 foiz past bo‘lgan. Mos ravishda, elektron tijorat savdo hajmining YaIMga nisbati 2021-yildagi 0,73 foizdan 2022-yilda 1,09 foizga ko‘tarilib, 2023-yilda 1,10 foiz, 2024-yilda esa 1,05 foizni tashkil etgan[18]. Shuni hisobga olish kerakki, savdo aylanmasi va YaIM qo‘shilgan qiymat metodologik jihatdan bir xil kattalik emas, shu sababli bu nisbat faqat taqqoslama o‘lchov sifatida talqin qilinadi. Shunga qaramay, 2022-yildan keyin elektron tijorat o‘sishi nominal YaIM o‘sishidan sezilarli ustun kelmaganini ko‘rish mumkin. Bu holat bozorning boshlang‘ich tez o‘sish bosqichidan keyin barqarorlashganini ko‘rsatishi bilan birga, logistika, to‘lov infratuzilmasi va iste’molchilar ishonchi kabi omillardagi cheklovlar ta’sirini ham istisno etmaydi.

2025-yildagi keskin o‘sishni 2,07 barobar ehtiyotkorlik bilan talqin qilish lozim. Vazirlar Mahkamasining 885-sonli qarorida Statistika agentligiga 2025-yil 1-iyulga qadar xalqaro tajriba asosida elektron tijorat subyektlari uchun hisobot shakllarini joriy qilish topshirilgan,[19] shu sababli ko‘rsatkichning bir qismi statistik qamrovning kengayishi bilan bog‘liq bo‘lishi ehtimoldan xoli emas; bu faraz rasmiy metodologik izohlar bilan tasdiqlanishi kerak. Bundan tashqari, turli manbalar ko‘rsatkichlarini bevosita taqqoslab bo‘lmaydi: Istiqbolli loyihalar milliy agentligi vakilining ma’lumotiga ko‘ra, elektron tijorat bozori hajmi 2021-yildagi 201

[17] Muallif hisob-kitoblari: O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasining elektron tijorat savdo hajmi indikator 1.07.02.0019 hamda rasmiy statistikaning YaIM 2024-yil press-relizi ma’lumotlari asosida.

[18] O‘zbekiston Respublikasi rasmiy statistikasi. Yalpi ichki mahsulot 2024-yil press-relizi: YaIM dinamikasi, joriy narxlarda.
[19] Yuqorida keltirilgan manba: Vazirlar Mahkamasining 2024-yil 26-dekabrdagi 885-sonli qarori.

million dollardan 2023-yilda 543 million dollargacha, ya'ni 2,7 barobar oshgan bo'lsa,[20] rasmiy statistikada so'mdagi hajm shu davrda 2,2 barobar ko'paygan 5 978,7 mlrd so'mdan 13 263,8 mlrd so'mgacha. Shu sababli maqolada rasmiy statistika seriyasi asos qilib olindi, Prezident taqdimotidagi 1,3 milliard dollar va 20 barobarlik o'sish ko'rsatkichlari esa alohida manba ma'lumotlari sifatida keltirildi.

Tartibga solish nuqtai nazaridan 885-sonli qarorda elektron tijorat operatorlari elektron savdo platformasi, buyurtmalar agregatori va raqamli striming xizmati operatorlari sifatida faqat O'zbekiston rezidenti bo'lgan yuridik shaxslar faoliyat yuritishi mumkinligi haqidagi takliflar ma'qullangan, elektron savdo platformalari orqali tovarlarni eksport qilishda esa platformalarning Soliq qo'mitasi va Bojxona qo'mitasi axborot tizimlari bilan integratsiyasi talab etilgan[21]. Mikroiqtisodiy nuqtai nazardan bu choralar ikki yo'nalishda ta'sir ko'rsatadi. Birinchidan, kuzatish va tekshirish xarajatlari kamayib, soliq bazasi shaffoflashadi; taqdimotda sohada byudjetga har yili 200 milliard so'm qo'shimcha soliq tushumi ta'minlanayotgani qayd etilgan. Ikkinchidan, operatorlar uchun rezidentlik, xabardor qilish va hisobot majburiyatlari muvofiqlik xarajatlarini oshirib, platformalar bozoriga kirish to'siqlariga ta'sir qilishi mumkin; bu ta'sirning yo'nalishi va kattaligini baholash uchun platformalarning kategoriyalar bo'yicha bozor ulushlari haqidagi ma'lumotlar zarur.

Mikroiqtisodiy cheklovlar infratuzilmada ham ko'rinadi. Taqdimotda keltirilishicha, mamlakatda omborlarning umumiy maydoni 634 ming kvadrat metrni tashkil etib, uning 72 foizi Toshkent shahri va viloyatiga to'g'ri keladi, zamonaviy "A" toifasiga esa omborlarning atigi 34 foizi mansub; ekspertlar hisob-kitoblariga ko'ra, keyingi besh yilda 2,5 million kvadrat metr zamonaviy omborlar talab etiladi.[22] Bu hududlardagi sotuvchilar uchun saqlash va yetkazib berish xarajatlari yuqori bo'lishi mumkinligini, ya'ni raqamlashtirish axborot jihatdan "masofa" to'sig'ini kamaytirsa-da, jismoniy logistikaning hududiy tengsizligini saqlab qolishi mumkinligini ko'rsatadi. Shuningdek, 2026–2028-yillarda tajriba tariqasida "import-bond ombori - maxsus elektron savdo platformasi - iste'molchi" mexanizmini joriy etish taklif qilingan bo'lib, uning aylanma mablag'larga tushadigan yukni kamaytirishi ko'zda tutilmoqda. Yuqorida tahlil qilingan ma'lumotlar O'zbekistonda raqamli platformalar bitim xarajatlarini kamaytirish va mikrobiznesni rasmiylashtirish vositasiga aylanayotganini, biroq elektron tijoratning YaIMdagi ulushi 2022-2024-yillarda 1,05-1,10 foiz atrofida qolganini hamda platforma darajasidagi ochiq ma'lumotlarning yetishmasligi mikroiqtisodiy ta'sirni aniq baholashni cheklayotganini ko'rsatadi.

Xulosa va takliflar. O'tkazilgan tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, raqamli platformalar mikroiqtisodiy darajada bitim xarajatlarini kamaytirish, axborot assimetriyasini yumshatish va kichik tadbirkorlarning bozorga kirish imkoniyatlarini kengaytirish orqali iqtisodiy faoliyatning muhim institutsional vositasiga aylandi. Tadqiqot davomida bir qator ilmiy va amaliy xulosalar shakllantirildi. Birinchidan, elektron tijorat savdo hajmi 2016–2025-yillarda 6,0 mlrd so'mdan 31 551,9 mlrd so'mgacha oshgan bo'lsa-da, 2022–2024-yillarda

[20] "Elektron tijoratning rivojlanishi O'zbekiston biznesiga ta'sir qiladi" - Istiqbolli loyihalar milliy agentligi o'rinbosari D. Maksudov // gov.uz. - 2024-yil 2-may.

[21] Yuqorida keltirilgan manba: Vazirlar Mahkamasining 2024-yil 26-dekabrdagi 885-sonli qarori.
[22] Yuz.uz, 2026-yil 9-aprel.

uning YaIMga nisbati 1,05–1,10 foiz atrofida qoldi, 2023–2024-yillarda esa o‘sish sur’ati joriy narxlardagi YaIM sur’atiga yaqin yoki undan past bo‘ldi. Ikkinchidan, 2024-yil 26-dekabrdagi 885-sonli qaror platformalar funksiyalarini huquqiy jihatdan aniqlab, to‘lov va hisob-kitoblarni shaffoflashtirish orqali mikrosotuvchilarni rasmiy sektorga jalb qilishni nazarda tutadi. Uchinchidan, tadqiqotda foydalanilgan ochiq manbalarda platforma darajasidagi ma’lumotlar (sotuvchilar soni, komissiya, daromad taqsimoti) keltirilmagani mikroiqtisodiy ta’sirni aniq baholashni cheklaydi.

Bu borada O‘zbekistonda raqamli platformalarning mikroiqtisodiy samaradorligini oshirish bo‘yicha quyidagi takliflar ishlab chiqildi. Birinchidan, Statistika agentligi tomonidan joriy etilayotgan elektron tijorat subyektlari hisobot shakllariga platforma darajasidagi ko‘rsatkichlar - faol sotuvchilar soni, ularning o‘rtacha oylik aylanmasi, komissiya stavkalari diapazoni va hududlar kesimidagi taqsimot-kiritilib, agregat shaklda ochiq e’lon qilinishi maqsadga muvofiq. Ikkinchidan, platformalar komissiya va xizmat shartlarini o‘zgartirishda sotuvchilarni oldindan xabardor qilishi hamda komissiya tarkibini oshkor etishi tartibini joriy qilish, bu bilan Armstrong tahlil qilgan “raqobatli to‘siq” holatida sotuvchilarning himoyasizligini kamaytirish lozim; ushbu tartibni elektron tijoratdagi nizolarni onlayn hal etish mexanizmi bilan uyg‘unlashtirish mumkin. Uchinchidan, hududlarda kichik sotuvchilar uchun umumiy foydalanishdagi saqlash va yetkazib berish markazlarini rivojlantirib, logistika xarajatlaridagi hududiy tafovutni kamaytirish kerak. To‘rtinchidan, Raqobatni rivojlantirish va iste’molchilar huquqlarini himoya qilish qo‘mitasi tomonidan platformalarning kategoriyalar bo‘yicha bozor konsentratsiyasi masalan, Xerfindal–Xirshman indeksi asosida davriy baholanishi platformalarning bozor kuchi xavfini oldindan aniqlashga yordam beradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

1. O‘zbekiston Respublikasi. 2022-yil 29-sentabrdagi “Elektron tijorat to‘g‘risida”gi O‘RQ-792-son Qonun. https://lex.uz/en/docs/-6213382
2. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi. 2024-yil 26-dekabrdagi “O‘zbekiston Respublikasida elektron tijorat sohasini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi 885-son Qaror. https://lex.uz/en/docs/-7282643
3. Coase, R. H. 1937. The nature of the firm. Economica, Vol. 4, No. 16, pp. 386–405.
4. Akerlof, G. A. 1970. The market for “lemons”: Quality uncertainty and the market mechanism. The Quarterly Journal of Economics, Vol. 84, No. 3, pp. 488–500.
5. Katz, M. L., & Shapiro, C. 1985. Network externalities, competition, and compatibility. American Economic Review, Vol. 75, No. 3, pp. 424–440.
6. Rochet, J.-C., & Tirole, J. 2003. Platform competition in two-sided markets. Journal of the European Economic Association, Vol. 1, No. 4, pp. 990–1029.
7. Armstrong, M. 2006. Competition in two-sided markets. RAND Journal of Economics, Vol. 37, No. 3, pp. 668–691.
8. Rysman, M. 2009. The economics of two-sided markets. Journal of Economic Perspectives, Vol. 23, No. 3, pp. 125–143. https://doi.org/10.1257/jep.23.3.125
9. Goldfarb, A., & Tucker, C. 2019. Digital economics. Journal of Economic Literature, Vol. 57, No. 1, pp. 3–43. https://doi.org/10.1257/jel.20171452
10. Khamraeva, S. N. 2026. Modern trends in the development of e-commerce in Uzbekistan. The Innovation Economy, Vol. 2, No. 02. https://ojs.qmii.uz/index.php/ej/article/view/1272