

O'ZBEKISTON TASHQI SAVDOSINI RIVOJLANTIRISHDA RAQAMLI PLATFORMALARDAN FOYDALANISH ISTIQBOLLARI

Muxtorov Boburmirzo Bahodir o'g'li

O'zbekiston Respublikasi bank-moliya akademiyasi

mustaqil tadqiqotchisi

<https://orcid.org/0009-0000-5638-577X>

boburmirezokoo@mail.ru

Annotatsiya. Ushbu tezisda raqamli platformalarning O'zbekiston tashqi savdosini rivojlantirishdagi o'rnini tahlil qilingan. Elektron tijorat, raqamli to'lov va logistika platformalaridan foydalanish orqali eksport jarayonlarini tezlashtirish, tranzaksiya xarajatlarini kamaytirish hamda kichik biznesning xalqaro bozorlardagi ishtirokini kengaytirish yo'nalishlari yoritilgan.

Kalit so'zlar: raqamli platforma, tashqi savdo, elektron tijorat, eksport, transchegaraviy to'lovlar, raqamli logistika, kichik biznes, xalqaro bozor

Jahon iqtisodiyotida raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi xalqaro savdoning an'anaviy shakllarini tubdan o'zgartirmoqda. Elektron tijorat, raqamli to'lov, logistika va moliyaviy platformalar eksportyor hamda importyorlar o'rtasidagi aloqalarni tezlashtirib, tranzaksiya xarajatlarini kamaytirish va yangi bozorlarga chiqish imkoniyatlarini kengaytirmoqda. Ayniqsa, raqamli platformalar kichik va o'rta biznes subyektlarining xalqaro savdodagi ishtirokini oshirishda muhim vosita bo'lib xizmat qilmoqda.

O'zbekistonda ham raqamli iqtisodiyot, elektron tijorat va transchegaraviy to'lov infratuzilmasini rivojlantirishga alohida e'tibor qaratilmoqda. Shu sababli tashqi savdo jarayonlarida raqamli platformalardan samarali foydalanish eksport hajmini oshirish, savdo operatsiyalarini soddalashtirish va milliy tadbirkorlarning xalqaro bozorlardagi raqobatbardoshligini kuchaytirishning istiqbolli yo'nalishlaridan biri hisoblanadi..

Parker, Van Alstyne va Choudary (2016) raqamli platformalarni ishlab chiqaruvchi va iste'molchilar o'rtasida qiymat yaratish hamda almashinuvni ta'minlovchi ochiq raqamli ekotizim sifatida izohlaydi. Mualliflar platformalarning asosiy ustunligini tarmoq samarasi va bozor ishtirokchilarini yagona muhitda birlashtirish imkoniyati bilan bog'laydi.

Rochet va Tirole (2003) raqamli platformalarni ikki yoki undan ortiq foydalanuvchilar guruhining o'zaro aloqasini tashkil qiluvchi ikki tomonlama bozor sifatida baholaydi. Mazkur yondashuv eksportyorlar, xorijiy xaridorlar, banklar va logistika tashkilotlari o'rtasidagi raqamli hamkorlikni tushuntirishda muhim ahamiyatga ega.

Kurpayanidi (2025) O'zbekistonda elektron tijoratning raqamli transformatsiyasi va institutsional asoslarini tadqiq etgan. Ushbu tadqiqot raqamli savdo platformalarini rivojlantirishda huquqiy, tashkiliy va texnologik sharoitlarni takomillashtirish zarurligini ko'rsatadi.

O'zbekistonda elektron tijorat va raqamli platformalar bozorining kengayishi tashqi savdoni rivojlantirish uchun yangi imkoniyatlarni shakllantirmoqda. Yuklangan ma'lumotlarga ko'ra, mamlakatda elektron tijorat hajmi 2019-yildagi 0,18 mlrd AQSH dollaridan 2025-yilda 1,6 mlrd AQSH dollariga yetgan. Ushbu o'sish savdo jarayonlarining bosqichma-bosqich raqamli muhitga o'tayotganini hamda tadbirkorlarning elektron platformalardan foydalanish faolligi ortayotganini ko'rsatadi.

Raqamli platformalarning tashqi savdodagi asosiy afzalligi eksportyor, xaridor, bank, logistika kompaniyasi va bojxona xizmatlari o'rtasidagi munosabatlarni yagona tizimda muvofiqlashtirish imkoniyati bilan bog'liq. Elektron savdo platformalari mahsulotlarni xorijiy bozorlarda namoyish etish va sotish imkonini bersa, raqamli to'lov va fintech platformalari hisob-kitoblarni tezlashtiradi. Logistika va axborot platformalari esa yuklarni kuzatish, hujjatlarni elektron shaklda rasmiylashtirish va savdo risklarini baholashga xizmat qiladi.

Tahlil natijalari raqamli to'lov infratuzilmasining rivojlanishi savdo faolligiga ijobiy ta'sir ko'rsatayotganini ko'rsatadi. Xususan, internet-ekvayring orqali amalga oshirilgan tranzaksiyalar hajmi 6,2 trln so'mdan 7,4 trln so'mga yetib, 18,6 foizga oshgan. Onlayn to'lovlar ulushining 41 foizdan 49 foizga ko'tarilishi esa bank xizmatlari va savdo operatsiyalarining raqamli integratsiyasi kuchayayotganini bildiradi. Raqamli vositalardan foydalanish natijasida operatsion xarajatlarning 8–10 foizga kamaygani ham platformalarning iqtisodiy samaradorligini tasdiqlaydi.

Shu bilan birga, O'zbekistonda kichik biznesning xalqaro raqamli platformalar orqali eksportdagi ishtiroki hali yetarli darajada emas. Yuklangan ma'lumotlarda uning ulushi 3–5 foiz atrofida ekani, rivojlangan mamlakatlarda esa mazkur ko'rsatkich 22–44 foizni tashkil etishi qayd etilgan. Bu tafovut mahalliy tadbirkorlarning xalqaro elektron maydonlarga chiqishi, xorijiy talabni o'rganishi, mahsulotlarni sertifikatlash va transchegaraviy to'lovlarni amalga oshirishda muayyan to'siqlar mavjudligini ko'rsatadi.

Raqamli eksport platformalariga tadbirkorlarni jalb etish bo'yicha amalga oshirilgan chora-tadbirlar natijasida elektron tijorat platformalaridagi tadbirkorlar soni 52 mingdan 66 mingga yoki 27,3 foizga oshgan. Mazkur natija raqamli platformalar kichik va o'rta biznesning bozor chegaralarini kengaytirish, yangi xaridorlarni topish va eksport operatsiyalarini soddalashtirishda muhim vosita ekanini ko'rsatadi.

Umuman, O'zbekiston tashqi savdosini rivojlantirishda raqamli platformalardan foydalanish eksport geografiyasini kengaytirish, tranzaksiya xarajatlarini kamaytirish

va savdo operatsiyalarining tezkorligini oshirish imkonini beradi. Buning uchun milliy elektron savdo platformalarini xalqaro marketplace'lar bilan integratsiya qilish, eksportyorlar uchun raqamli to'lov va logistika xizmatlarini kengaytirish hamda kichik biznesning raqamli savdo ko'nikmalarini rivojlantirish zarur.

Tahlil natijalari O'zbekistonda elektron tijorat, raqamli to'lovlar va platformaviy xizmatlarning rivojlanishi tashqi savdo faoliyatini kengaytirish uchun muhim imkoniyatlar yaratayotganini ko'rsatdi. Raqamli platformalar eksportyor va xorijiy xaridorlar o'rtasida bevosita aloqa o'rnatish, savdo operatsiyalarini tezlashtirish, tranzaksiya xarajatlarini kamaytirish hamda mahsulotlarni yangi bozorlarga olib chiqishga xizmat qiladi. Shu bilan birga, kichik va o'rta biznes subyektlarining xalqaro elektron platformalardagi ishtiroki, transchegaraviy to'lovlar, raqamli logistika va eksport xizmatlarining o'zaro integratsiyasi hali yetarli darajada shakllanmagan.

O'zbekiston tashqi savdosida raqamli platformalardan foydalanish samaradorligini oshirish uchun quyidagi takliflarni amalga oshirish maqsadga muvofiq:

1. Mahalliy elektron savdo platformalarini xalqaro marketplace, bank, bojxona va logistika tizimlari bilan integratsiya qilish.
2. Kichik va o'rta biznes subyektlari uchun xalqaro platformalarda ro'yxatdan o'tish, mahsulotlarni joylashtirish, sertifikatlash va elektron to'lovlarni amalga oshirish bo'yicha yagona raqamli eksport xizmatini yaratish.
3. Transchegaraviy to'lovlarni tezlashtirish, valuta konvertatsiyasi xarajatlarini kamaytirish va eksport tushumlarini real vaqt rejimida nazorat qilish imkoniyatlarini kengaytirish.
4. Eksportyorlarning raqamli savdo, internet marketing, elektron hujjat aylanishi va kiberxavfsizlik bo'yicha bilim hamda ko'nikmalarini oshirish.

Mazkur takliflarning amalga oshirilishi eksport geografiyasini kengaytirish, milliy mahsulotlarning xalqaro bozorlardagi raqobatbardoshligini oshirish va kichik biznesning tashqi savdodagi ishtirokini faollashtirishga xizmat qiladi.

Foydalangan adabiyotlar ro'yxati:

1. Parker, G. Platform Revolution: How Networked Markets Are Transforming the Economy and How to Make Them Work for You / G. Parker, M. Van Alstyne, S. Choudary. – New York : W. W. Norton & Company, 2016. – 352 p.
2. Rochet, J.-C. Platform competition in two-sided markets / J.-C. Rochet, J. Tirole // Journal of the European Economic Association. – 2003. – Vol. 1, No. 4. – P. 990–1029.
3. Kurpayanidi, K. Digital transformation and institutional framework of e-commerce in Uzbekistan / K. Kurpayanidi // International Journal of Business, Law, and Education. – 2025. – Vol. 6, No. 2. – P. 1215–1227. – DOI: 10.56442/ijble.v6i2.1172.