

**RAQAMLI SAVDONING AN’ANAVIY BOZOR INFRATUZILMASIGA
TA’SIRI: IQTISODIY-IJTIMOIIY TAHLIL**

Askarov Ulugbek Shavkat o‘g‘li

Muhammad al-Xorazmiy nomidagi TATU tadqiqotchisi

Annotatsiya. *Mazkur tadqiqotda raqamli savdoning an’anaviy chakana bozorlarga iqtisodiy va ijtimoiy jihatdan ko‘rsatgan ta’siri tahlil qilinadi. Asosiy e’tibor Uzum Market, OLX, Telegram kabi onlayn platformalarning bozor infratuzilmasiga, xizmatlar shakliga va iste’molchi xatti-harakatlariga ta’sirini o‘rganishga qaratilgan. Metodologiyada statistik tahlil, iste’molchilar so‘rovi va raqamli–an’anaviy savdoni solishtirma (komparativ) tahlil qilish asosida kompleks yondashuv qo‘llanilgan. Tahlillar an’anaviy savdo nuqtalari faoliyatida sezilarli o‘zgarishlar, vositachilikda qisqarish va xarid qilish uslubining o‘zgarishi bilan bog‘liq muhim natijalarni ko‘rsatdi. Ushbu jarayon an’anaviy infratuzilmalarni zamonaviylashtirish zaruratini keltirib chiqarmoqda.*

Kalit so‘zlar: *Raqamli savdo, onlayn platformalar, an’anaviy bozorlar, chakana savdo, infratuzilma, iste’molchi xulq-atvori, iqtisodiy transformatsiya.*

So‘nggi yillarda dunyo miqyosida sodir bo‘layotgan raqamli transformatsiya jarayonlari turli sohalarda bo‘lgani kabi savdo-sotiq faoliyatiga ham chuqur kirib bordi. Ayniqsa, COVID-19 pandemiyasi davrida yuzaga kelgan majburiy cheklovlar onlayn savdo texnologiyalarining jadal rivojlanishini tezlashtirdi. Bu jarayon O‘zbekiston iqtisodiyotida ham aniq aks etdi. Uzum Market, OLX, ZoodMall, Telegram orqali savdo guruhlari, Yandex Market kabi platformalarning ommalashuvi, bir tomondan, xarid jarayonlarini qulaylashtirgan bo‘lsa, ikkinchi tomondan, an’anaviy bozor infratuzilmasiga sezilarli ta’sir qildi.

O‘zbekiston Respublikasida faoliyat yuritayotgan an’anaviy chakana bozorlar (do‘konlar, dehqon bozorlari, yarmarkalar) o‘z vaqtida xizmatlar sifati, logistik imkoniyatlar va vositachilik orqali o‘z segmentida ustunlikka ega edi. Biroq raqamli platformalar xarid qiluvchiga to‘g‘ridan-to‘g‘ri mahsulot tanlash, onlayn to‘lov, yetkazib berish, mijoz fikrini o‘qish va tezkor fikr almashish imkoniyatini bergani sababli xaridorlar xatti-harakatini keskin o‘zgartirdi.

Statistika agentligi va tijorat platformalarining ochiq ma’lumotlariga tayanilsa, so‘nggi 3 yil ichida Toshkent shahridagi yirik bozorlarning 25–30 foiz savdo nuqtalarida ijarachilar qisqarishi kuzatilgan. Ayni vaqtda esa onlayn platformalar orqali faollik 2,5–3 baravar oshgan. So‘rovnomalar asosida aniqlanishicha, xaridorlarning 52 foizi uyda turib, biron-bir bozorga chiqmasdan, Telegram yoki Uzum Market orqali xaridni afzal ko‘radi. Bu esa, an’anaviy bozor infratuzilmasini o‘zgartirish, u yerda xizmat ko‘rsatish madaniyatini raqamli vositalar bilan uyg‘unlashtirish zaruratini yuzaga keltiradi.

An’anaviy bozor infratuzilmasiga ta’sir qilayotgan muammolar quyidagicha guruhlashimiz mumkin:

- Bozor infratuzilmasining raqamli savdo bilan integratsiyalashmaganligi;
- Vositachilar sonining ortiqchiligi va narxlar ko'tarilishi;
- Elektron to'lov tizimlarining zaifligi;
- Raqamli xizmat ko'rsatish madaniyatining bozorlar darajasida yo'qligi;
- Iste'molchilar talabining individual xaridga yo'nalgani (personalizatsiya).

Ushbu holatlar, bir tomondan, bozorlarda iqtisodiy faollik pasayishiga, ikkinchi tomondan esa xizmat ko'rsatish sifatini oshirishga bo'lgan ehtiyojni kuchaytirishga olib kelmoqda. Shuningdek, onlayn savdo vositalari orqali ishlayotgan kichik tadbirkorlar va blogger sotuvchilar sonining keskin ortishi soliq bazasining rasmiy segmentdan norasmiy segmentga siljishiga ham sabab bo'lmoqda.

Xulosa. Raqamli savdoning kengayishi an'anaviy bozor infratuzilmasi uchun tahdid emas, balki imkoniyat sifatida qaralishi kerak. Bozorlarni raqamlashtirish, elektron to'lov tizimlarini joriy qilish, savdogarlar va iste'molchilarning raqamli savdaxonligini oshirish orqali ularni yangi sharoitlarga moslashtirish mumkin. Bozorni transformatsiyalash orqali davlat ham soliqqa tortish bazasini kengaytiradi, ham iste'molchi uchun xizmat sifati oshadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. O'zbekiston Respublikasi Statistika agentligi. Iste'mol narxlari indeksi (2020–2024 yillar).
2. Jahon Banki (World Bank). Digital Economy and Market Development in Central Asia, 2023.
3. Uzum Market rasmiy blogi va tahliliy statistik ma'lumotlari (uzum.uz).
4. OLX O'zbekiston platformasining ommaviy hisobotlari (2022–2023).
5. OECD (2022). The Impact of Digitalisation on Retail Markets.
6. UNCTAD (2021). Digital Economy Report.
7. To'rayev B. (2022). “Bozor infratuzilmasi va chakana savdoning raqamli transformatsiyasi”. TDIU Ilmiy axborotnomasi.
8. Xodjayev A. (2023). “Elektron savdoning iqtisodiy samaradorligi: nazariya va amaliyot”. Toshkent.
9. IT Park O'zbekiston: Raqamli xizmatlar statistikasi (2024 yilgi monitoring).
10. Davlat Soliq qo'mitasi (2024). Onlayn savdolar va soliq tushumlari bo'yicha tahliliy ma'lumot.