ONLAYN XARIDLAR: ZAMONAVIY SAVDO TIZIMI, AFZALLIKLARI VA MUAMMOLARI

Jo`rayev Faxriddin Xusniddinovich

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti talabasi

Ilmiy rahbar: Iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Abduraxmonov Abduazim Jaliliddinovich

Annotatsiya

Ushbu maqolada O‘zbekistonda onlayn xaridlar va elektron tijoratning rivojlanishi 2025-yilgacha bo‘lgan statistik ma’lumotlar asosida tahlil qilinadi. Elektron savdo aylanmasi va internetdan foydalanish ko‘rsatkichlari jadval hamda diagrammalar orqali yoritilib, onlayn xaridlarning afzalliklari, iqtisodiy samaradorligi va asosiy muammolari ko‘rib chiqiladi. Statistik qatorlar o‘rtasidagi metodologik farqlar ham alohida qayd etiladi.

Kalit so‘zlar: onlayn xarid, elektron tijorat, raqamli iqtisodiyot, elektron to‘lov, marketplace, logistika, iste’molchi.

Аннотация

В статье анализируется развитие онлайн-покупок и электронной коммерции в Узбекистане на основе статистических данных по 2025 год включительно. Динамика объёма электронной торговли и использования интернета представлена в таблицах и диаграммах; рассматриваются преимущества, экономическая эффективность и основные проблемы онлайн-покупок. Отдельно отмечаются методологические различия между опубликованными статистическими показателями.

Ключевые слова: онлайн-покупки, электронная коммерция, цифровая экономика, электронные платежи, маркетплейс, логистика, потребитель.

Abstract

This article analyzes the development of online shopping and e-commerce in Uzbekistan using statistical data available through 2025. E-commerce turnover and internet-use indicators are presented in tables and charts, while the benefits, economic efficiency, and key challenges of online shopping are examined. The article also highlights methodological differences between published statistical indicators.

Keywords: online shopping, e-commerce, digital economy, electronic payments, marketplace, logistics, consumer.

Raqamli texnologiyalar savdo jarayonlarini o‘zgartirib, xaridorlarga mahsulotlarni internet orqali tanlash, narxlarni solishtirish va masofadan to‘lov qilish imkonini bermoqda. O‘zbekistonda elektron tijorat hajmi hamda internetdan foydalanish darajasi o‘sib bormoqda. Shu bois onlayn xaridlarning iqtisodiy ahamiyati, afzalliklari va xavflarini so‘nggi statistik ma’lumotlar asosida o‘rganish muhimdir.

Maqolada statistik tahlil, taqqoslash, dinamik tahlil va umumlashtirish usullaridan foydalanildi. Ma’lumotlar O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi, AQSh Savdo vazirligi va O‘zbekistonning rasmiy idoralari e’lon qilgan ochiq manbalardan olindi. Jadvaldagi yillik o‘sish foizlari muallif tomonidan hisoblandi; shartli iqtisodiy misol real korxona statistikasi sifatida talqin qilinmasligi kerak.

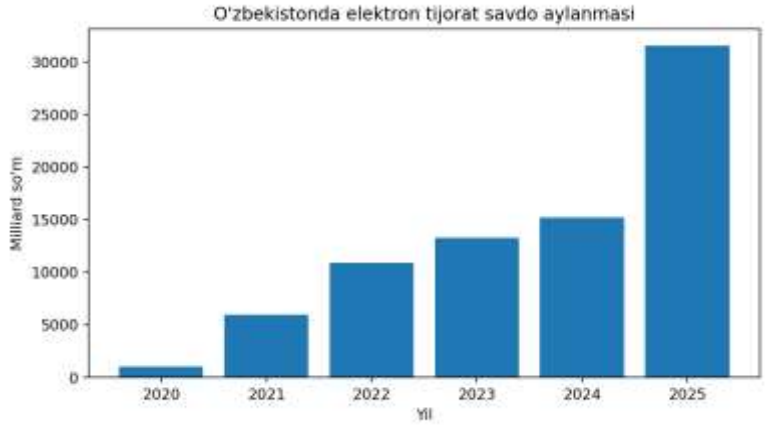
Milliy statistika qo‘mitasining SIAT ma’lumotlar bazasida elektron tijorat savdo aylanmasi 2024-yilda 15 211,5 milliard so‘m, 2025-yilda esa 31 551,9 milliard so‘m sifatida ko‘rsatilgan. Demak, ushbu statistik qator bo‘yicha 2025-yilgi ko‘rsatkich 2024-yilga nisbatan qariyb 107,4 foizga oshgan [1].

1-jadval. O‘zbekistonda elektron tijorat savdo aylanmasi

Yil	Savdo aylanmasi, mlrd so‘m	Yillik o‘sish, %
2020	1 002,5	—

2021	5 978,7	496,5
2022	10 886,8	82,1
2023	13 263,8	21,8
2024	15 211,5	14,7
2025	31 551,9	107,4

Manba: O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi, SIAT [1]. O‘sish foizlari muallif hisob-kitobi.



1-diagramma. Elektron tijorat savdo aylanmasi, 2020–2025-yillar.

2020–2025-yillarda SIAT qatoridagi elektron tijorat aylanmasi keskin oshgan. Biroq 2025-yil bo‘yicha boshqa rasmiy xabarlarda elektron tijorat orqali sotilgan mahsulotlar hajmi 22,7 trillion so‘m va chakana savdodagi ulushi 4,6 foiz deb keltirilgan [3]. Bu qiymat SIATdagi 31,55 trillion so‘mlik ko‘rsatkichdan farq qiladi, ehtimol, hisoblash doirasi yoki metodologiyasi boshqacha. Shu sababli ikki ko‘rsatkichni bir qatorga qo‘shish yoki birini ikkinchisining o‘rnida ishlatishdan oldin manba metodologiyasini tekshirish zarur.

AQSh Savdo vazirligining 2025-yil dekabrda yangilangan mamlakat sharhida O‘zbekiston elektron tijorat bozori 2024-yilda 1,2 milliard AQSh dollari yoki chakana savdoning 3,8 foizi sifatida baholangan. Shuningdek, KPMG prognoziga ko‘ra, 2027-yilda

elektron tijoratning chakana savdodagi ulushi 9–11 foizga yetishi mumkin [2]. Bu prognoz bo‘lib, amalda erishilgan natija emas.

Internetdan foydalanish imkoniyatining kengayishi onlayn savdoning rivojlanishi uchun muhim shart hisoblanadi. Milliy statistika qo‘mitasining 2025-yil 29-sentabrda e’lon qilingan ma’lumotiga ko‘ra, internetdan foydalanuvchi aholi ulushi 2021-yildagi 76,6 foizdan 2025-yil yanvar–avgust oylarida 94,2 foizga yetgan [4].

2-jadval. O‘zbekistonda internetdan foydalanuvchi aholi ulushi

Yil / davr	Aholi ulushi, %
2021	76,6
2022	83,9
2023	89,0
2024	93,3
2025-yil yanvar–avgust	94,2



2-diagramma. Internetdan foydalanuvchi aholi ulushi, 2021–2025-yillar.

2021-yildan 2025-yilning dastlabki sakkiz oyigacha internetdan foydalanuvchilar ulushi 17,6 foiz punktga ko‘tarilgan. Bu raqamli xizmatlar, jumladan, onlayn savdo uchun

potensial auditoriya kengayganini ko‘rsatadi. Biroq internetdan foydalanish ko‘rsatkichi onlayn xaridni amalda bajargan aholi ulushiga teng emas.

AQSh Savdo vazirligining 2024-yilgi bozor sharhida iste’molchilar internet orqali asosan maishiy texnika va elektronika hamda moda mahsulotlarini xarid qilishi qayd etilgan [2].

3-jadval. Onlayn xaridlarda ayrim mahsulot toifalarining ulushi

Mahsulot toifasi	Keltirilgan ulush
Maishiy texnika va elektronika	35%
Kiyim-kechak va moda mahsulotlari	19%
Uy-ro‘zg‘or mahsulotlari	3%
Oziq-ovqat, ichimliklar va tamaki	3%
Salomatlik va go‘zallik mahsulotlari	2%

Eslatma: manbada keltirilgan ushbu toifalar barcha mahsulotlarni qamrab oluvchi to‘liq taqsimot emas. Elektronika mahsulotlarida texnik xususiyatlar va kafolatni solishtirish, kiyim-kechakda esa o‘lcham, material va qaytarish shartlarini tekshirish muhimdir.

Onlayn savdo xaridorlarga vaqtni tejash, turli sotuvchilarning narxlarini taqqoslash va mahsulotlarni uyidan chiqmasdan buyurtma qilish imkonini beradi. Tadbirkorlar esa hududiy chegaralardan tashqaridagi mijozlarga chiqishi, reklama va savdo jarayonlarini raqamli boshqarishi mumkin. Elektron tijorat to‘lov xizmatlari, kuryerlik, omborlar, qadoqlash va axborot texnologiyalari kabi qo‘shimcha sohalar rivojlanishiga ham turtki beradi. Shu bilan birga, platforma komissiyalari, reklama va yetkazib berish xarajatlari biznesning umumiy natijasiga ta’sir ko‘rsatadi.

4-jadval. Asosiy muammolar va ularning ehtimoliy yechimlari

Muammo	Ta’siri	Yechim yo‘nalishi
Firibgarlik va soxta do‘konlar	Pul yo‘qotilishi, ishonch pasayishi	Sotuvchini tekshirish, shikoyat kanali
Mahsulot sifati mos kelmasligi	Qaytarish xarajatlari, norozilik	Aniq tavsif, fotosurat va kafolat
Shaxsiy ma’lumotlar xavfsizligi	Moliyaviy zarar	Himoyalangan to‘lov, xavfsizlik qoidalari
Yetkazib berishdagi kechikish	Qo‘shimcha xarajat va norozilik	Logistika va buyurtma kuzatuvi
Qaytarish jarayonining murakkabligi	Vaqt yo‘qotilishi va nizolar	Tushunarli qaytarish siyosati
Raqamli savodxonlik yetishmasligi	Firibgarlik xavfining oshishi	Aholini o‘qitish va xabardor qilish

Jadvaldagi ta’sirlar muallifning tahliliy umumlashtirishidir, alohida so‘rov statistikasi emas. Onlayn xaridda xaridor mahsulotni oldindan ko‘ra olmagani uchun sotuvchining tavsifi va sharhlarga tayanadi. Soxta to‘lov sahifalari va fishing havolalari moliyaviy ma’lumotlar xavfsizligiga tahdid soladi. Shuningdek, uzoq hududlarga yetkazib berish va mahsulotni qaytarish xarajatlari elektron savdo samaradorligini pasaytirishi mumkin.

Elektron tijoratni baholashda savdo tushumidan tashqari mahsulot tannarxi, logistika, reklama, platforma va to‘lov komissiyalari ham hisobga olinishi lozim. Korxonaning soddalashtirilgan iqtisodiy natijasi quyidagicha ifodalanadi:

$$F = R - (T + L + M + P + B)$$

Bu yerda F — savdodan qoladigan natija; R — savdo tushumi; T — mahsulot tannarxi; L — logistika; M — marketing; P — platforma va to‘lov komissiyalari; B — boshqa operatsion xarajatlar.

5-jadval. Shartli internet do‘konining oylik iqtisodiy natijasi

Ko‘rsatkich	Miqdor, mln so‘m
Savdo tushumi	100
Mahsulot tannarxi	65
Logistika xarajatlari	5
Reklama xarajatlari	8
Platforma va to‘lov komissiyalari	4
Boshqa xarajatlar	6
Jami xarajatlar	88
Shartli foyda	12

Izoh: jadval shartli hisob-kitob bo‘lib, real korxona statistikasi emas. Ushbu misolda foyda marjasi 12 foizni tashkil etadi; soliqlar va moliyalashtirish xarajatlari alohida hisobga olinmagan.

O‘zbekistonda elektron tijorat aylanmasi va internetdan foydalanish darajasi 2025-yilgacha sezilarli o‘sdi. Bu holat onlayn savdoning iqtisodiyotdagi ahamiyati hamda raqamli xizmatlar uchun auditoriya kengayayotganini ko‘rsatadi. Shu bilan birga, rasmiy manbalarda 2025-yil elektron savdo hajmi bo‘yicha turlicha ko‘rsatkichlar berilgani sababli statistik metodologiyani hisobga olish zarur. Onlayn xaridlarning barqaror rivojlanishi uchun iste’molchi ishonchi, xavfsiz to‘lovlar, ishonchli logistika va tushunarli

qaytarish shartlari muhimdir. Ushbu shartlar takomillashsa, elektron tijorat kichik biznes va raqamli iqtisodiyot rivojiga yanada ko‘proq hissa qo‘shishi mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar ro`yhati

1. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. E-commerce Trade Volume (annual) [Elektron resurs]. — SIAT, 2026. — URL: https://siat.stat.uz/data/2833/?lang=en
2. International Trade Administration, U.S. Department of Commerce. Uzbekistan — eCommerce [Elektron resurs]. — 15.12.2025. — URL: https://www.trade.gov/country-commercial-guides/uzbekistan-ecommerce
3. UzDaily. Online Sales in Uzbekistan Reach 22.7 Trillion Soums in 2025 [Elektron resurs]. — 21.02.2026. — URL: https://www.uzdaily.uz/en/online-sales-in-uzbekistan-reach-227-trillion-soums-in-2025/
4. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. 94.2% of Uzbekistan’s population uses the Internet [Elektron resurs]. — 29.09.2025. — URL: https://stat.uz/en/press-center/news-of-committee/64213-zbekiston-a-olisining-94-2-foizi-
5. O‘zbekiston Respublikasining 2022-yil 29-sentabrdagi O‘RQ-792-son “Elektron tijorat to‘g‘risida”gi Qonuni [Elektron resurs]. — URL: https://lex.uz/docs/6213382