8. Rustamov J.E. Informatika va axborot texnologiyalari fanini o‘qitishda zamonaviy texnik vositalardan foydalanish. Международный научно-практический журнал “Экономика и социум” №4(131) 2025, https://www.iupr.ru/_files/ugd/b06fdc_fb17036bbc3f4d448057164b2621f2a5.pdf?index=true

9. Suyarov A.M. Ways and models of providing integration of information technology science with mathematical sciences. «E3S Web of Conferences». Indexed by SCOPUS and submitted for indexing to Web of Science (CPCI) «E3S Web of Conferences» 402, 03016 (2023).

10. Boldrin, M., & Levine, D. K. (2013). Against Intellectual Monopoly. Cambridge University Press.

Qurbanova Rahima Jamshedovna
Samarqand iqtisodiyot va servis instituti,
“Real iqtisodiyot” kafedrasi dotsenti, PhD
raximakurbanova505@gmail.com

Alimamatova Muslima Akmalovna
Samarqand iqtisodiyot va servis instituti,
“Iqtisodiyot” fakulteti talabasi
muslimaalimamatova@gmail.com

RAQAMLI IQTISODIYOTDA MARKETPLACE’LARNING O‘SISHI VA KICHIK BIZNES RIVOJIGA TA’SIRI

Annotatsiya. Ushbu maqolada raqamli iqtisodiyot sharoitida marketplace platformalarining jadal rivojlanish tendensiyalari hamda ularning kichik biznes subyektlari faoliyatiga ko‘rsatayotgan ta’siri tahlil qilingan. Tadqiqot davomida elektron tijoratning zamonaviy shakli sifatida marketplace’larning tadbirkorlik faoliyatini kengaytirish, yangi mijozlar segmentiga chiqish, savdo xarajatlarini kamaytirish va raqobatbardoshlikni oshirishdagi o‘rni o‘rganildi. Shuningdek, kichik biznesning raqamli transformatsiya jarayonlarida marketplace platformalaridan foydalanish samaradorligi, mavjud imkoniyatlar va muammolar tahlil qilindi. Tadqiqot natijalari marketplace’lar kichik biznesning bozor infratuzilmasiga integratsiyalashuvi,

savdo hajmlarining o‘sishi hamda iqtisodiy faollikni oshirishda muhim omil ekanligini ko‘rsatadi.

Kalit so‘zlar: raqamli iqtisodiyot, marketplace, elektron tijorat, kichik biznes, onlayn savdo, raqamli platforma, tadbirkorlik, elektron savdo, biznes transformatsiyasi, innovatsiyalar.

Abstract. This article examines the rapid growth of marketplace platforms within the digital economy and their impact on the development of small businesses. The study analyzes the role of marketplaces as a modern form of e-commerce in expanding entrepreneurial activities, accessing new customer segments, reducing transaction costs, and improving business competitiveness. Particular attention is given to the effectiveness of marketplace utilization in the digital transformation of small enterprises, as well as the opportunities and challenges associated with these platforms. The findings indicate that marketplaces serve as an important mechanism for integrating small businesses into modern market infrastructure, increasing sales volumes, and enhancing overall economic activity.

Keywords: digital economy, marketplace, e-commerce, small business, online trade, digital platform, entrepreneurship, electronic commerce, business transformation, innovation.

Kirish. So‘nggi yillarda dunyo iqtisodiyotida raqamli texnologiyalar asosida shakllanayotgan yangi biznes modellari iqtisodiy o‘sishning muhim omiliga aylanmoqda. Xususan, elektron tijoratning rivojlanishi natijasida marketplace platformalari ishlab chiqaruvchilar, sotuvchilar va iste’molchilar o‘rtasidagi iqtisodiy munosabatlarni sezilarli darajada soddalashtirdi. Amazon, Alibaba, eBay, Wildberries, Ozon hamda boshqa yirik platformalarning muvaffaqiyati marketplace modelining global iqtisodiyotdagi ahamiyatini yanada oshirdi. Ushbu platformalar nafaqat yirik korxonalar, balki kichik biznes subyektlari uchun ham yangi imkoniyatlar yaratib, ularga minimal xarajatlar bilan keng bozor segmentlariga chiqish imkonini bermoqda.

Raqamli iqtisodiyotning rivojlanishi sharoitida kichik biznes subyektlari uchun an’anaviy savdo usullaridan raqamli platformalar orqali faoliyat yuritishga o‘tish tobora muhim ahamiyat kasb etmoqda. Marketplace’lar mahsulotlarni sotish, reklama qilish, logistika xizmatlaridan foydalanish va to‘lovlarni amalga oshirish jarayonlarini yagona ekotizimga birlashtirib, tadbirkorlik faoliyatining samaradorligini oshirmoqda. Shu bilan birga, raqobatning kuchayishi, komissiya xarajatlari va raqamli ko‘nikmalarning yetarli emasligi kabi muammolar ham mavjud.

Mazkur tadqiqotning maqsadi raqamli iqtisodiyotda marketplace platformalarining rivojlanish tendensiyalarini o‘rganish hamda ularning kichik biznes

faoliyatiga ko‘rsatayotgan iqtisodiy ta’sirini baholashdan iborat. Tadqiqot natijalari marketplace’larning kichik biznesni qo‘llab-quvvatlashdagi roli, iqtisodiy samaradorligi va istiqbolli rivojlanish yo‘nalishlarini aniqlashga xizmat qiladi.

Mavzuga oid adabiyotlar sharhi. Marketplace va elektron tijorat masalalari ko‘plab xorijiy hamda mahalliy olimlar tomonidan tadqiq qilingan. Xorijiy olimlardan Philip Kotler raqamli marketing va elektron savdo platformalarining biznes raqobatbardoshligini oshirishdagi rolini alohida ta’kidlaydi [1]. Kenneth Laudon elektron tijorat infratuzilmasining zamonaviy iqtisodiyotdagi ahamiyatini asoslab, marketplace’larni raqamli biznesning asosiy instrumentlaridan biri sifatida baholaydi [2]. Erik Brynjolfsson esa raqamli texnologiyalar va platformali iqtisodiyot korxonalar samaradorligini oshirishga xizmat qilishini qayd etadi [3].

Mahalliy olimlardan A. Vahobov raqamli iqtisodiyotning milliy iqtisodiyot rivojlanishidagi ahamiyatini tahlil qilib, elektron tijoratning biznes faolligini oshirishdagi o‘rnini ko‘rsatadi [4]. Sh. Mustafakulov esa kichik biznesning raqamli transformatsiyasi va innovatsion rivojlanishida elektron platformalarning ahamiyatini ilmiy jihatdan asoslaydi [5]. Mazkur ilmiy qarashlar marketplace’larning kichik biznes rivojlanishiga ta’sirini o‘rganish uchun muhim nazariy asos bo‘lib xizmat qiladi.

Tadqiqot metodologiyasi. Mazkur tadqiqotda marketplace platformalarining kichik biznes rivojiga ta’sirini baholash maqsadida tahlil, taqqoslash, statistik kuzatuv va komparativ yondashuv usullaridan foydalanildi. Tadqiqot jarayonida elektron tijorat bozoriga oid ilmiy manbalar, xalqaro tashkilotlar hisobotlari hamda milliy statistika ma’lumotlari o‘rganildi. Marketplace’larning iqtisodiy samaradorligini aniqlash uchun ularning savdo hajmi, foydalanuvchilar soni va biznes subyektlari faoliyatiga ta’siri bo‘yicha mavjud ma’lumotlar tahlil qilindi. Shuningdek, raqamli platformalarning kuchli va zaif tomonlarini aniqlash hamda kichik biznes uchun yaratayotgan imkoniyat va tahdidlarni baholash maqsadida SWOT tahlil elementlaridan foydalanildi.

Tahlil va natijalar. So‘nggi yillarda raqamli iqtisodiyotning jadal rivojlanishi elektron tijorat bozorining kengayishiga va marketplace platformalarining iqtisodiy faoliyatdagi ahamiyati ortishiga olib keldi. Marketplace modeli ishlab chiqaruvchi va iste’molchi o‘rtasidagi vositachilik xarajatlarini kamaytirib, mahsulot va xizmatlarni keng auditoriyaga tezkor yetkazish imkonini yaratmoqda. Natijada kichik biznes subyektlari uchun yangi savdo kanallari shakllanib, ularning bozor ulushi va daromadlari ortib bormoqda.

Jahon tajribasi shuni ko‘rsatadiki, Amazon, Alibaba, eBay, Wildberries va Ozon kabi yirik marketplace platformalarida faoliyat yuritayotgan kichik tadbirkorlar soni yil sayin ko‘payib bormoqda. O‘zbekistonda ham Uzum Market, ZoodMall va boshqa

elektron savdo platformalarining rivojlanishi natijasida minglab kichik biznes vakillari onlayn savdo faoliyatiga jalb etilmoqda. Bu esa mahsulotlarni realizatsiya qilish geografiyasini kengaytirish, marketing xarajatlarini kamaytirish hamda mijozlar bazasini oshirish imkoniyatlarini yaratmoqda.

1-jadval

Marketplace platformalarida faoliyat yurituvchi kichik biznes subyektlari va onlayn savdo hajmining o‘sish dinamikasi (2022–2025-yillar)[3]

Yillar	Marketplace orqali faoliyat yuritayotgan kichik biznes subyektlari (mingta)	Onlayn savdo hajmi (trln so‘m)	O‘sish sur’ati (%)
2022	12,5	4,2	100
2023	18,7	6,8	161,9
2024	26,4	10,9	160,3
2025*	34,8	15,7	144,0

Jadval ma’lumotlari marketplace platformalarining iqtisodiy faollikni oshirishdagi ahamiyati ortib borayotganligini ko‘rsatadi. Xususan, 2022–2025 yillar davomida marketplace orqali faoliyat yuritayotgan kichik biznes subyektlari soni 12,5 mingtadan 34,8 mingtaga yetib, qariyb 2,8 barobarga oshgan. Shu davr mobaynida onlayn savdo hajmi ham 4,2 trillion so‘mdan 15,7 trillion so‘mga yetib, deyarli 4 barobar o‘sgan.

Dinamik tahlil natijalariga ko‘ra, marketplace platformalarining rivojlanishi kichik biznes subyektlarining bozorga kirish xarajatlarini kamaytirib, ularning savdo faoliyatini kengaytirishga xizmat qilmoqda. Ayniqsa, logistika, elektron to‘lov tizimlari va raqamli marketing vositalarining yagona platformada jamlanishi tadbirkorlik samaradorligini oshirishga ijobiy ta’sir ko‘rsatmoqda.

Shuningdek, marketplace’lar orqali faoliyat yurituvchi korxonalar uchun mijozlar geografiyasi kengayib, hududiy chegaralar ahamiyati kamaymoqda. Bu esa kichik biznesning nafaqat mahalliy, balki milliy va xalqaro bozorlarga chiqish imkoniyatlarini ham kengaytiradi. Natijada elektron tijorat ekotizimining rivojlanishi iqtisodiy faollikning oshishiga, yangi ish o‘rinlarining yaratilishiga va raqamli iqtisodiyotning barqaror rivojlanishiga xizmat qilmoqda.

Umuman olganda, amalga oshirilgan tahlillar marketplace platformalari raqamli iqtisodiyotning muhim tarkibiy elementi sifatida kichik biznes subyektlarining raqobatbardoshligini oshirish, savdo hajmlarini kengaytirish va iqtisodiy o‘sishni rag‘batlantirishda muhim omil ekanligini ko‘rsatadi.

[3]Muallif ishlanmasi asosida shakllantirilgan.

Xulosa va takliflar. Xulosa qilib aytganda, raqamli iqtisodiyot sharoitida marketplace platformalarining rivojlanishi kichik biznes subyektlari faoliyatini yangi bosqichga olib chiqmoqda. Marketplace'lar tadbirkorlarga keng iste'molchilar auditoriyasiga chiqish, savdo xarajatlarini kamaytirish, marketing samaradorligini oshirish va biznes jarayonlarini raqamlashtirish imkoniyatini yaratmoqda. O'tkazilgan tahlillar marketplace platformalarining rivojlanishi onlayn savdo hajmlarining o'sishiga, yangi ish o'rinlarining yaratilishiga hamda kichik biznesning raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qilayotganligini ko'rsatdi. Shu bilan birga, logistika infratuzilmasini takomillashtirish, raqamli savodxonlikni oshirish va elektron tijoratning huquqiy asoslarini rivojlantirish mazkur yo'nalishning barqaror rivojlanishini ta'minlovchi muhim omillar hisoblanadi.

Quyidagi takliflar ishlab chiqildi:

Birinchidan, marketplace platformalarida faoliyat yuritayotgan kichik biznes subyektlarini qo'llab-quvvatlash maqsadida elektron tijorat sohasiga oid soliq va moliyaviy rag'batlantirish mexanizmlarini kengaytirish zarur.

Ikkinchidan, logistika xizmatlari sifatini oshirish hamda mahsulotlarni tezkor yetkazib berish tizimini rivojlantirish orqali marketplace platformalarining samaradorligini yanada kuchaytirish lozim.

Uchinchidan, kichik biznes vakillarining raqamli ko'nikmalarini rivojlantirish maqsadida elektron tijorat, raqamli marketing va marketplace boshqaruvi bo'yicha maxsus o'quv dasturlarini keng joriy etish maqsadga muvofiqdir.

To'rtinchidan, mahalliy ishlab chiqaruvchilarning marketplace platformalari orqali xalqaro bozorlarga chiqishini qo'llab-quvvatlash hamda cross-border e-commerce imkoniyatlarini kengaytirish zarur.

Beshinchidan, marketplace platformalarida sun'iy intellekt, katta ma'lumotlar (Big Data) va avtomatlashtirilgan tahlil vositalaridan foydalanishni rag'batlantirish orqali mijozlarga xizmat ko'rsatish sifati va biznes samaradorligini oshirish tavsiya etiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Kotler P., Keller K.L. Marketing Management. 16th Edition. – Pearson Education, 2022.

2. Laudon K.C., Traver C.G. E-Commerce: Business, Technology, Society. 18th Edition. – Pearson, 2024.

3. Brynjolfsson E., McAfee A. The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies. – W.W. Norton & Company, 2014.

4. Vahobov A.V. Raqamli iqtisodiyot va iqtisodiy taraqqiyot omillari. – Toshkent: Iqtisodiyot nashriyoti, 2022.

5. Mustafakulov Sh.I. Kichik biznes va tadbirkorlikning innovatsion rivojlanishi. – Toshkent: Fan va texnologiyalar, 2023.

6. United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). Digital Economy Report 2024. – Geneva: United Nations, 2024.

7. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). E-Commerce in the Digital Age: Trends and Policies. – Paris: OECD Publishing, 2024.

8. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi. O‘zbekiston Respublikasining raqamli iqtisodiyot va elektron tijorat ko‘rsatkichlari bo‘yicha statistik ma’lumotlari. – Toshkent, 2024.

9. Lex.uz – O‘zbekiston Respublikasi qonunchilik ma’lumotlari milliy bazasi

10. Stat.uz – O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligining rasmiy sayti

Qurbanova Rahima Jamshedovna
Samarqand iqtisodiyot va servis instituti,
“Real iqtisodiyot” kafedrasi dotsenti, PhD
raximakurbanova505@gmail.com

Alimamatova Muslima Akmalovna
Samarqand iqtisodiyot va servis instituti,
“Iqtisodiyot” fakulteti talabasi
muslimaalimamatova@gmail.com

O‘ZBEKISTONDA RAQAMLI SAVDO INFRATUZILMASINI RIVOJLANTIRISH MUAMMOLARI VA YECHIMLARI

Annotatsiya. Ushbu maqolada O‘zbekistonda raqamli savdo infratuzilmasining rivojlanish holati, mavjud muammolari va ularni bartaraf etishning istiqbolli yo‘nalishlari tahlil qilingan. Tadqiqot davomida elektron tijorat bozorining rivojlanish tendensiyalari, logistika tizimlari, elektron to‘lov vositalari, internet qamrovi hamda raqamli xizmatlar infratuzilmasining savdo faoliyatiga ta’siri o‘rganildi. Shuningdek, raqamli savdo infratuzilmasini rivojlantirishga to‘sqinlik qilayotgan omillar, jumladan logistika xarajatlarining yuqoriligi, hududlar o‘rtasidagi raqamli tafovut va raqamli