Jamiyat va boshqaruv

Общество и управление / Society and Administration

2026/2(112)

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
PREZIDENTI HUZURIDAGI
DAVLAT SIYOSATI VA BOSHQARUVI
AKADEMIYASI

doi

Crossref
Content
Registration

Toshkent – 2026

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
PREZIDENTI HUZURIDAGI
DAVLAT SIYOSATI VA BOSHQARUVI
AKADEMIYASI

JAMIYAT VA BOSHQARUV

Общество и управление / Society and Administration

2026/2(112)

1997-yildan nashr etiladi

ISSN: 2181-7340
E-ISSN: 3093-9208

Toshkent – 2026

GLOBAL BIZNESDA ONLAYN PLATFORMALARAHAMIYATI



Otabek JO'RAYEV,
Vazirlar Mahkamasi huzuridagi Biznes va tadbirkorlik oliy maktabi MBA-Global Menejment 1-kurs magistranti

Annotatsiya: ushbu maqolada turli mamlakatlararo tovarlar savdosi va raqamli mahsulotlar hamda xizmatlar ko'rsatishni amalga oshirish faoliyatini yuritishda bugungi kunda global kompaniya darajasiga erishish uchun birinchi bosqichda amalga oshirilishi lozim bo'lgan qadamlar tahlil qilingan. Shuningdek, global biznes muhitini yaratishda davlatlararo elektron tijorat bozorining o'rni, global biznesda onlayn platformalarning ahamiyati haqida so'z boradi.

Kalit so'zlar: *global biznes muhiti, xalqaro savdo, elektron tijorat, onlayn platformalar, B2S (Business-to-Consumer), B2B (Business-to-Business), C2C (Customer-to-Customer), global kompaniyalar, eksport jarayonlari.*

ВАЖНОСТЬ ОНЛАЙН-ПЛАТФОРМ В ГЛОБАЛЬНОМ БИЗНЕСЕ

Отабек Жураев,
студент 1-го курса магистратуры MBA по глобальному менеджменту, Высшая школа бизнеса и предпринимательства при Кабинете Министров

Аннотация: в данной статье анализируются первоочередные шаги, необходимые для достижения уровня глобальной компании в современной деятельности по торговле товарами и оказанию цифровых услуг между различными странами. В исследовании также рассматривается роль международного рынка электронной коммерции в формировании глобальной бизнес-среды, подчеркивается растущая значимость онлайн-платформ в мировом бизнесе.

Ключевые слова: *глобальная деловая среда, международная торговля, электронная коммерция, онлайн-платформы, B2S (бизнес для потребителя), B2B (бизнес для бизнеса), C2C (потребитель для потребителя), глобальные компании, экспортные процессы.*

THE IMPORTANCE OF ONLINE PLATFORMS IN GLOBAL BUSINESS

Otabek Juraev,
first-year Master's student MBA in Global Management, Graduate School of Business and Entrepreneurship under the Cabinet of Ministers

Abstract: This article analyzes the initial steps that need to be taken in order to achieve the level of a global company when engaging in international trade of goods, digital products, and service delivery. It also discusses the role of the cross-border e-commerce market in creating a global business environment, as well as the importance of online platforms in global business.

Keywords: *global business environment, International trade, E-commerce, Online platforms, B2S (business to consumer), B2B (business to business), C2C (consumer to consumer), Global companies, Export processes.*

Global elektron tijorat chakana savdosi bu jismoniy tovarlarni raqamli kanal orqali xususiy iste'molchiga (B2C business-to-consumer, B2B business-to-business va C2C Customer-to-Customer) sotishni anglatadi. Ushbu tushuncha kompyuterlar, noutbuklar, shu jumladan, mobil qurilmalar, masalan, smartfonlar va planshetlar orqali xaridlarni o'z ichiga oladi, ya'ni veb-sayt yoki mobil ilova orqali xaridlarni anglatadi.

Elektron tijorat bozori nafaqat onlayn faoliyat yurituvchi kompaniyalarni, shuningdek, jismoniy mavjudlikka ega bo'lgan, ammo onlayn ravishda tovarlar yoki xizmatlarni sotadigan kompaniyalarni ham o'z ichiga oladi. Elektron tijorat chakana savdo va iste'mol tovarlaridan tortib, turizm va mehmonxona xizmatlari kabi ko'plab sohalarni qamrab olgan va global iqtisodiyotning tez rivojlanayotgan segmentidir. Elektron tijoratning o'sishi kompaniyalarga butun dunyo bo'ylab mijozlarga ega bo'lish, savdo hajmini oshirish va yangi innovatsion mahsulotlar hamda xizmatlarni taklif qilish imkonini berdi. 2025 yilda jahon elektron tijorat bozori 6.42 trln. dollarga yetdi, bu umumiy chakana savdoning 20,5%ni tashkil qiladi, o'sish darajasi yiliga 6.7%[1] tashkil qilmoqda.

1-jadval

Asosiy xalqaro elektron tijorat platformalari [2]

Platformalar	Asosiy yo'nalish	Afzalliklari	Kamchiliklari	Qo'llaniladigan mamlakatlar
Amazon	Barcha turdagi tovarlar	Keng assortiment, ishonchli logistika	Yuqori komissiyalar, kuchli raqobat	AQSh, Yevropa, Yaponiya, Hindiston, Avstraliya
Alibaba AliExpress	Xitoy mahsulotlari	Arzon narxlar, ulgurji savdo	Sifati turlicha, yet-kazib berish uzoq	Xitoy, Rossiya, Yevropa, Lotin Amerikasi
eBay	Auksion va sotuv	Nodir tovarlar, ikkinchi qo'l mahsulotlar	Xavfli sotuvchilar, yetkazib berish muammolari	AQSh, Yevropa, Avstraliya
TEMU	Arzon iste'mol tovarlari	Juda past narxlar, trend mahsulotlar	Ayrim mamlakatlarda cheklovlar mavjud	AQSh, Yevropa, Avstraliya (O'zbekistonda cheklovlar bor)
Etsy	Qo'l mehnati va dizaynerlik mahsulotlari	Noyob tovarlar, ijodiy bozor	Assortiment cheklangan, narxlar yuqori	AQSh, Yevropa, Avstraliya

Bugungi kunda dunyo bo‘ylab 2,77 milliarddan ortiq odam onlayn xaridni amalga oshirmoqda. Prognozlarga ko‘ra, bu qiymat 2030-yilga kelib, 8,91 trillion dollargacha o‘sadi. B2B va B2S elektron tijorat savdolari 2030-yilga kelib, 62,2 trillion dollarga yetishi kutilmoqda, bu 2025-yilda elektron tijorat savdosi 2024-yildagiga (6,01 trillion dollar) nisbatan 6,86% ga o‘sishini anglatadi [1].

2-jadval

Xitoy, Yevropa va AQSh davlatlarining 2024-yilgi ko‘rsatkichlari solishtirma jadvali [2]

Ko‘rsatkichlar	Xitoy[3]	Yevropa[4]	AQSh[5]
Eltijorat savdo	$ 1.19 mlrd.	$ 960 mlrd.	$1.17 trln.
2023-yilga nisbatan o‘sish	9.8%	3%	7%
Onlayn xaridorlar soni	850 mln.	500 mln.	270 mln.
Elektron tijorat savdosining chakana savdo ulushiga nisbati	25%	20%	22%
Asosiy platformalar	Alibaba Taobao, Tmall, JD.com, Pinduoduo, Douyin	Amazon, Zalando, Allegro va ichki	Amazon, Walmart, eBay, Target

2024-yil davomida O‘zbekistonda elektron tijorat savdosi hajmi 16,2 trln so‘mdan ortiqni tashkil etdi va bu chakana savdoning (374,8 trln so‘m) [6] 4%ini tashkil etadi.

O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2025-yil 20-iyuldagi “Ayrim turdagi tovarlarni bojxona chegarasi orqali olib o‘tish tartibini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi 244-sonli qarori bilan eksport jarayonlarida 5 000 AQSh dollari ekvivalentigacha bo‘lgan tovarlar bojxona deklaratsiyasini taqdim etmagan holda respublikadan olib chiqilishi mumkinligi bo‘yicha qulayliklar yaratildi.

Eksport qiluvchi kompaniyalar transchegaraviy B2B elektron tijorat platformalaridan foydalanib, xorijiy bozorlarga kirish strategiyasini samarali tashkil etishlari mumkinligi to‘g‘risida Fabio Cassia, Francesca Magnoning [7] “Leveraging cross-border e-commerce platforms for export strategies: a model for exporters in B2B markets” nomli maqolasida B2B bozorlarda eksport strategiyalarini rivojlantirish uchun transchegara elektron tijorat platformalaridan foydalanish modeli taklif etilgan. Unda kompaniyalar uchun yangi bozorlarga kirish, xaridorlar bilan uzoq muddatli munosabatlar o‘rnatish va raqobatbardoshlikni oshirish imkoniyatlari

tahlil qilingan.

Gaston Fornes, Maria Altamiraning[8] “Digitalization, Technology and Global Business” nomli asarida raqamli platformalar va texnologiyalar xalqaro biznesda qiymatni qanday yaratishi va o‘zgartirishi tahlil qilingan. Asarda globallashuv va raqamli transformatsiya jarayonlari orqali kompaniyalar uchun yangi o‘sish imkoniyatlari va strategiyalarga doir fikrlar ham bayon etilgan.

Beruniy Alimovning [9] “O‘zbekistonda elektron tijorat va onlayn platformalarning rivojlanishi” nomli maqolasida mamlakatda raqamli iqtisodiyotning muhim tarkibiy qismi bo‘lgan elektron tijoratning ahamiyati, uning huquqiy va infratuzilmaviy asoslari, rivojlanish tendensiyalari hamda onlayn platformalarning iqtisodiy jarayonlarga ta’siri masalalari tahlil qilingan. O‘zbekiston iqtisodiyotida raqamli transformatsiyaning asosiy drayveri sifatida ularni rivojlantirish orqali mamlakatning global raqobatbardoshligi va eksport salohiyatini oshirish mumkinligi ilgari surilgan.

Atajanov Azizbek [10] o‘zining “Raqamli transformatsiya sharoitida operatsion menejmentni modernizatsiya qilish strategiyalari” nomli maqolasida korxonalar uchun raqamli transformatsiyani samarali joriy etishda strategik yo‘nalishlarni belgilashda, asosiy e’tiborni texnologiyalarni integratsiya qilish, kadrlar salohiyatini oshirish va xavfsizlikni ta’minlashga qaratish bilan buyurtma yetkazib berish tezligi, inventarizatsiya aylanishi va xarajatlarni qisqartirish sezilarli darajada yaxshilanishi ta’kidlangan.

Tadqiqot metodologiyasi sifatida Xitoy, Yevropa va AQSh davlatlarining onlayn tijorat savdolarining 2024-2025-yillardagi statistik ma’lumotlari tahlil qilindi.

Ushbu tadqiqotda quyidagi metodlardan foydalanildi: Onlayn platformalar shartlari va qoidalari, O‘zbekistonda ishlab chiqarilgan mahsulotlarni global xalqaro bozorga olib chiqishda onlayn platformalardan foydalanish imkoniyati o‘rganib chiqildi. O‘zbekistondagi normativ hujjatlarda onlayn platformalar orqali eksport xizmatlarini qo‘llab-quvvatlash uchun sharoitlar yaratilgani ochiqlandi. Jadvallar tahlili orqali onlayn platformalarda tijorat savdosi o‘sishi taqqoslandi.

O‘zbekistonda elektron tijorat va onlayn platformalar tez sur’atlarda rivojlanmoqda. Bu sohada huquqiy asoslar yaratilgan, infratuzilma kengaymoqda, ammo logistika, raqobatbardoshlik va xavfsizlik kabi muammolar ham mavjud.

Onlayn platformalar (Amazon, Alibaba, eBay, Shopify va h.k.) kichik va o‘rta bizneslar uchun global bozorga chiqish imkoniyatini yaratadi. Dunyoning yetakchi davlatlarida elektron savdo chakana savdoning o‘rtacha 20% ini tashkil qilishi va bu ko‘rsatkich yiliga o‘rtacha 8% oshayotgani kuzatilmoqda. O‘zbekistonda esa bu ko‘rsatkich 2024-yil holatiga o‘rtacha 4%ni tashkil qilgan.

Tahlillar natijasi shuni ko‘rsatadiki, onlayn platformalardan foydalangan kompaniyalarning eksport hajmini o‘rtacha 15–20%ga oshirgan.

Onlayn platforma orqali sotish, mahsulotni yetkazib berish jarayonlarida ma’lum vaqt talab etilishi quyidagi jadvalda bosqichlar kesimida aks ettirilgan bo‘lib, tovar aylanmasi bitta tovar kesimida o‘rtacha 20 kundan 40 kungacha ekanligi, mijoz tomonidan tovar qoniqtirganligi tasdiqlanganidan so‘ng tadbirkor hisob raqamiga pul ko‘chirib berilishi ko‘rsatildi.

3-jadval.

Onlayn platformalar orqali tovar aylanmasi va to‘lov jarayonlari [2]

1-bosqich	**TADBIRKOR** Misol: charm mahsulotlari kamar, portmone, brelok, sumkalar – 50 dan ortiq charm mahsulotlari
2-bosqich	**ONLAYN PLATFORMA** Tadbirkor tomonidan mahsulotlarni ro‘yxatdan o‘tkazish, rasmlar va videolarni yuklash
3-bosqich	**MIJOZ** Onlayn platformadan mahsulot tanlash (AQSh, Yevropa va boshqa mamlakatlardan)
4-bosqich	Mijoz tomonidan to‘lovni amalga oshirilishi Mijoz to‘lagan summa onlayn platforma hisob raqamiga tushadi va mahsulot yetkazib berilgunga qadar onlayn platforma hisob raqamida saqlanadi.
5-bosqich	Onlayn platforma tomonidan mijoz mahsulot tanlagani va to‘lov amalga oshirilgani haqidagi xabar tadbirkorga yetkaziladi
6-bosqich	Tadbirkor tomonidan mijoz tanlagan tayyor mahsulotni pochta jo‘natmalari orqali mijozga jo‘natish
7-bosqich	Mijoz tomonidan mahsulotning qabul qilib olinishi va mahsulot sifati qoniqarli ekanligini onlayn platformaga tasdiqlashi
8-bosqich	Onlayn platforma tomonidan tadbirkorga pulni ko‘chirish

Dunyoning yetakchi mamlakatlari elektron tijorat savdosi chakana savdoning 20%ini tashkil etsa, ushbu ko‘rsatkich O‘zbekistonda 4%ekanligidan ko‘rinib turibdiki, mahalliy ishlab chiqaruvchi tadbirkorlar tomonidan elektron tijorat savdoga e’tiborni kuchaytirish va global biznes muhitida menejerlar onlayn platformalar orqali eksportni oshirish imkoniyatlarini chuqur o‘rganishlari talab etiladi.

Onlayn platformalarning davlatlar kesimida tahlil qilinishida, davlatlar kesimida ko‘p foydalaniladigan onlayn platformalarni tahlil qilish va tahlil natijasida tayyor mahsulotlarni taklif qilishni amalda qo‘llash lozim.

O‘zbekistonda faoliyat yuritayotgan tadbirkorlar tomonidan ishlab chiqarilgan mahsulotlarning global biznes muhitida eksport darajasini oshirish uchun onlayn platformalar orqali realizatsiya qilishni yo‘lga qo‘yish menejerlar tomonidan birinchi bosqich sifatida keng qo‘llanilishi va shu yo‘nalishda strategiya ishlab chiqish taqozo etiladi.

Mahalliy ishlab chiqaruvchi mahsulotlarni guruhlarga bo‘lgan holda yetkazib berishda muddat talab etilishini inobatga olib saqlash sharoitlari oson va uzoq muddatli mahsulotlarga e’tibor qaratilishi lozim.

Shuningdek, menejerlar tomonidan tayyor mahsulotlarni qadoqlash, mijozga yetkazishda jozibador va sifatli o‘ramlarga e’tibor qaratilishini nazorat qilish maqsadga muvofiq.

Manba va adabiyotlar ro‘yxati:

1. Capital One Shopping tadqiqoti —bu mustaqil tahlilchi platforma bo‘lib, jahon elektron tijorat bozori statistikasi va prognozlarini chuqur tahlil qiladi. https://t.ly/ADRuT: https://is.gd/rmE8V1
2. Tadqiqotchi tomonidan ishalb chiqilgan jadval.
3. Market Research Future (MRFR) — xalqaro tadqiqot va konsalting kompaniyasi ma’lumoti https://is.gd/zLJazZ
4. European E-Commerce Report 2024 (Yevropa elektron tijorat hisoboti), Ecommerce Europe assotsiatsiyasi tomonidan tayyorlangan. https://is.gd/jiSURd
5. Statista.com turli sohalar bo‘yicha statistik ma’lumotlar va tahlillar taqdim etuvchi xalqaro platforma https://is.gd/ONQWr0
6. O‘zbekiston Respublikasida chakana va ulgurji savdo tovar aylanmasi https://is.gd/4NTUOo
7. Fabio Cassia, Francesca Magno. Leveraging cross-border e-commerce platforms for export strategies: a model for exporters in B2B markets https://is.gd/Y6tHej
8. Gaston Fornes, Maria Altamira. “Digitalization, Technology and Global Business” asari https://is.gd/f3BEIo
9. Alimov B. O‘zbekistonda elektron tijorat va onlayn platformalarning rivojlanishi. https://is.gd/Bqv1aI
10. Atajanov A. Raqamli transformatsiya sharoitida operatsion menejmentni modernizatsiya qilish strategiyalari. https://is.gd/OEFtOB
11. China: e-commerce share of retail sales 2024| Statista https://is.gd/AaHCDO
12. Xitoy va Janubi-Sharqiy Osiyoda elektron tijorat strategiyalari va yechimlari bilan shug‘ullanuvchi konsalting agentligi Top 15 eCommerce Platforms in China (2025) - TMO Group https://is.gd/r73xnS
13. eTOC (E-commerce To China) saytining asosiy faoliyati — xorijiy kompaniyalarga Xitoy bozoriga kirish va elektron tijorat orqali savdoni rivojlantirishda maslahat va konsalting xizmatlari ko‘rsatish eTOC| Top E - commerce Trends in China for 2024 https://is.gd/rmTc1g
14. Ecommerce Bridge sayti. Uning asosiy yo‘nalishi e-tijorat (e-commerce) sohasiga oid yangiliklar, tahlillar va maqolalarni nashr etish European E-commerce Marketplaces: Top Platforms in 2024 https://is.gd/IZdAq4
15. Online Shopping Statistics by Country (2025): Latest Data https://is.gd/pt6qid
16. Revenue of the e-commerce industry United States| Statista https://is.gd/ONQWr0 CMI2024_Complete_light_v1.pdfhttps://is.gd/jiSURd
17. China Business-to-Business E-commerce Market | Report, 2030 https://is.gd/fmeHMg
18. China's e-commerce sector reports robust growth https://is.gd/axp9B3
19. China E Commerce Market Size, Anlysis & Future Scope | 2035 https://is.gd/zLJazZ