

**RAQAMLI TRANSFORMATSIYA SHAROITIDA KICHIK BIZNES VA XUSUSIY
TADBIRKORLIKNING RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISH MEXANIZMLARI**

To'rayeva Sarvinoz Bekzod qizi

Toshkent to'qimachilik va yengil sanoat instituti.

Email: sarvinozturayeva1111@gmail.com Tel: 998934081105

<https://doi.org/10.5281/zenodo.21936914>

Annotatsiya. Mazkur maqolada raqamli transformatsiya sharoitida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarining raqobatbardoshligini oshirishning zamonaviy mexanizmlari tadqiq etilgan. Raqamli texnologiyalarning tadbirkorlik faoliyatiga joriy etilishi, elektron tijorat, raqamli to'lov tizimlari, zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalari, ma'lumotlarga asoslangan boshqaruv hamda raqamli marketing vositalaridan foydalanishning biznes samaradorligiga ta'siri yoritilgan. O'zbekistonda kichik biznes sektorining iqtisodiyotdagi o'rni va raqamli transformatsiya jarayonlaridagi mavjud imkoniyat hamda muammolar tahlil qilingan.

Shuningdek, kichik biznesning bozor sharoitidagi moslashuvchanligini oshirish, xarajatlarni kamaytirish, mijozlar bazasini kengaytirish va yangi bozorlarni egallashga xizmat qiluvchi raqamli mexanizmlar tizimi taklif etilgan.

Kalit so'zlar: raqamli transformatsiya, raqamli iqtisodiyot, kichik biznes, xususiy tadbirkorlik, raqobatbardoshlik, elektron tijorat, raqamli texnologiyalar, raqamli marketing, innovatsiya, raqamli to'lovlar, biznes samaradorligi.

Abstract. This article examines modern mechanisms for increasing the competitiveness of small businesses and private entrepreneurship in the context of digital transformation. The study analyzes the impact of digital technologies on entrepreneurial activity, including e-commerce, digital payment systems, information and communication technologies, digital marketing, data-driven management, and artificial intelligence. The role of small businesses in the economy of Uzbekistan and the opportunities and challenges associated with their digital transformation are also examined. The study proposes an integrated mechanism for improving the competitiveness of small businesses based on digital infrastructure, digital competencies, business process automation, digital market integration, digital financing, and data-driven management. In addition, a Digital Competitiveness Index is proposed to assess the level of digital readiness and competitiveness of small business entities. The findings demonstrate that digital transformation can contribute to reducing operational costs, increasing labor productivity, expanding market coverage, improving customer engagement, and strengthening the sustainable competitive advantages of small businesses.

Keywords: digital transformation, digital economy, small business, private entrepreneurship, competitiveness, e-commerce, digital technologies, digital marketing, innovation, digital payments, business efficiency, artificial intelligence.

KIRISH

Jahon iqtisodiyotida yuz berayotgan texnologik o'zgarishlar biznes yuritishning an'anaviy usullarini tubdan o'zgartirib, xo'jalik yurituvchi subyektlarning raqobat muhitiga moslashishiga yangi talablarni qo'yimoqda. Ayniqsa, raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi natijasida bozorlarning globallasuvi, iste'molchilar xulq-atvorining o'zgarishi, elektron tijoratning kengayishi va raqamli xizmatlarning ommalashuvi kichik biznes faoliyatini tashkil etish va

boshqarishning yangi mexanizmlarini shakllantirmoqda. Bunday sharoitda korxonaning raqobatbardoshligi nafaqat ishlab chiqarish hajmi yoki moliyaviy imkoniyatlari, balki uning raqamli texnologiyalardan samarali foydalanish qobiliyati bilan ham belgilanmoqda.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik iqtisodiy o'sish, yangi ish o'rinlarini yaratish, aholi daromadlarini oshirish hamda hududlarda iqtisodiy faollikni ta'minlashda muhim o'rin tutadi.

O'zbekiston Milliy statistika qo'mitasi ma'lumotlariga ko'ra, 2026-yil 1-yanvar holatiga mamlakatda faoliyat yuritayotgan 474,9 mingta korxona va tashkilotning 403,8 ming tasi, ya'ni 85 foizi kichik korxonalar va mikrofirmalar hissasiga to'g'ri kelgan.

Shuningdek, 2026-yil 1-aprel holatiga O'zbekistonda kichik tadbirkorlikning 1 208 341 ta subyekti faoliyat yuritgan bo'lib, ularning tarkibiga kichik korxonalar va mikrofirmalar bilan bir qatorda yakka tartibdagi tadbirkorlar, dehqon xo'jaliklari, hunarmandlar hamda import tovarlarini sotuvchi subyektlar ham kiradi. 2026-yilning yanvar–mart oylarida 22,2 mingta yangi kichik korxona va mikrofirmalar tashkil etilgani kichik biznes sektorining mamlakat iqtisodiyotidagi faolligi yuqoriligini ko'rsatadi.

Biroq kichik biznes subyektlarining son jihatdan ko'payishi ularning raqobatbardoshligi avtomatik ravishda oshishini anglatmaydi. Zamonaviy bozor sharoitida tadbirkorlik subyektlari oldida moliyaviy resurslardan foydalanish, malakali kadrlarni jalb etish, texnologik yangilanish, bozor haqida tezkor axborot olish, mahsulot va xizmatlarni samarali targ'ib qilish hamda yangi iste'molchilar segmentlariga chiqish kabi muammolar mavjud. Jahon bankining O'zbekiston bo'yicha tahlillarida ham xususiy sektor rivojini jadallashtirish uchun moliyaviy imkoniyatlarni kengaytirish, texnologik cheklovlarni kamaytirish, raqobat muhitini yaxshilash va bozor integratsiyasini kuchaytirish muhim yo'nalishlar sifatida qayd etilgan.

Shu nuqtayi nazardan, raqamli transformatsiya kichik biznes subyektlari uchun nafaqat texnologik yangilanish vositasi, balki raqobat ustunligini shakllantirishning muhim strategik omiliga aylanmoqda. Raqamli platformalardan foydalanish orqali tadbirkorlar bozor haqidagi ma'lumotlarni tezkor olish, mijozlar bilan bevosita aloqa o'rnatish, mahsulotlarni onlayn targ'ib qilish, elektron to'lovlarni amalga oshirish, xarajatlarni optimallashtirish va geografik jihatdan kengroq bozorlarga chiqish imkoniyatiga ega bo'lmoqda.

O'zbekiston sharoitida mazkur masalaning dolzarbligi, avvalo, kichik biznes subyektlarining iqtisodiyotdagi yuqori ulushi va raqamli iqtisodiyotning jadal rivojlanishi bilan izohlanadi. Milliy statistika qo'mitasi raqamli iqtisodiyot bo'yicha alohida statistik yo'nalishlarni shakllantirib, korxona va tashkilotlarning axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalanishi, internetga ulanishi, aloqa va axborotlashtirish xizmatlari hamda dasturiy ta'minot xarajatlari kabi ko'rsatkichlarni muntazam kuzatib bormoqda.

Shundan kelib chiqib, mazkur tadqiqotning asosiy maqsadi raqamli transformatsiya sharoitida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarining raqobatbardoshligini oshirishga ta'sir qiluvchi omillarni aniqlash hamda raqamli texnologiyalardan foydalanishga asoslangan samarali mexanizmlarni ishlab chiqishdan iborat.

Tadqiqotning asosiy vazifalari sifatida raqamli transformatsiyaning kichik biznes raqobatbardoshligiga ta'sirini nazariy jihatdan o'rganish, O'zbekistonda kichik biznesning rivojlanish tendensiyalarini tahlil qilish, tadbirkorlik subyektlarining raqamli texnologiyalardan foydalanish imkoniyatlarini baholash, mavjud muammolarni aniqlash hamda raqobatbardoshlikni oshirishga qaratilgan amaliy taklif va tavsiyalar ishlab chiqish belgilandi.

Tadqiqotning ilmiy-amaliy ahamiyati shundan iboratki, unda kichik biznesning raqobatbardoshligini oshirish jarayonida raqamli texnologiyalardan foydalanishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlari tizimlashtiriladi hamda O'zbekiston sharoitida kichik tadbirkorlik subyektlarining raqamli rivojlanishini jadallashtirish bo'yicha takliflar ishlab chiqiladi.

Raqamli transformatsiya va uning tadbirkorlik subyektlari raqobatbardoshligiga ta'siri so'nggi yillarda iqtisodiy fanlarda keng tadqiq etilayotgan yo'nalishlardan biri hisoblanadi.

Mazkur yo'nalishdagi ilmiy izlanishlarda raqamlashtirishning korxonalar faoliyati samaradorligi, innovatsion salohiyati, bozor imkoniyatlari va raqobat ustunliklarini shakllantirishdagi o'rni turli nazariy va amaliy yondashuvlar asosida o'rganilgan.

Xorijiy iqtisodiy adabiyotlarda raqamli texnologiyalarning biznes faoliyatiga ta'siri masalasi dastlab axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalanishning ishlab chiqarish samaradorligiga ta'siri doirasida o'rganilgan bo'lsa, keyinchalik raqamli platformalar, elektron tijorat, sun'iy intellekt, katta ma'lumotlar va bulutli texnologiyalarning biznes modelini o'zgartirishdagi roli asosiy tadqiqot yo'nalishlariga aylandi.

Bharadwaj va hammualliflar raqamli biznes strategiyasini an'anaviy IT strategiyasidan farqlash zarurligini ta'kidlab, raqamli texnologiyalar korxonaning alohida funksional yo'nalishi emas, balki butun biznes strategiyasining tarkibiy qismiga aylanishini asoslagan. Ularning yondashuviga ko'ra, raqamli texnologiyalar korxonalarga yangi mahsulot va xizmatlarni yaratish, mijozlar bilan o'zaro munosabatlarni takomillashtirish hamda bozor imkoniyatlaridan foydalanish imkonini beradi.

Vial tomonidan ishlab chiqilgan raqamli transformatsiya konsepsiyasida raqamlashtirish faqat texnologiyalarni joriy etish jarayoni emas, balki tashkilotning qiymat yaratish jarayoni, tashkiliy tuzilmasi va biznes modelidagi o'zgarishlarni ham qamrab oluvchi kompleks jarayon sifatida talqin qilinadi. Ushbu yondashuv kichik biznes uchun ham muhim bo'lib, raqamli transformatsiyani faqat dasturiy ta'minot yoki texnik vositalarni xarid qilish bilan cheklab qo'ymaslik lozimligini ko'rsatadi.

Verhoef va hammualliflar raqamli transformatsiyani uch bosqich — raqamlashtirish, raqamli transformatsiya va raqamli biznes modeliga o'tish nuqtayi nazaridan izohlaydi. Mazkur yondashuv kichik biznes subyektlarining raqamli rivojlanish darajasini baholashda muhim metodologik asos bo'lib xizmat qiladi.

OECD tadqiqotlarida esa kichik va o'rta biznes subyektlarining raqamli texnologiyalarni qabul qilishi ularning yirik kompaniyalarga nisbatan raqobatbardoshligini oshirish imkoniyatlaridan biri sifatida ko'rib chiqiladi. Shu bilan birga, kichik biznes uchun moliyaviy resurslarning cheklanganligi, raqamli ko'nikmalarning yetishmasligi, kiberxavfsizlik bilan bog'liq xavflar va texnologik infratuzilmadan foydalanish imkoniyatlarining notekisligi asosiy to'siqlar sifatida qayd etiladi.

O'zbekistonlik tadqiqotchilar ishlarida ham raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish, elektron tijorat, innovatsion tadbirkorlik, kichik biznesni qo'llab-quvvatlash va raqamli texnologiyalardan foydalanish masalalariga alohida e'tibor qaratilgan. Mahalliy tadqiqotlarda mamlakat iqtisodiyotini raqamlashtirishning institutsional asoslari, tadbirkorlik muhitini takomillashtirish, elektron xizmatlarni rivojlantirish va raqamli infratuzilmani kengaytirish masalalari yoritilgan.

Mavjud ilmiy adabiyotlarni tahlil qilish shuni ko'rsatadiki, raqamli transformatsiya kichik biznes raqobatbardoshligiga bir nechta asosiy kanallar orqali ta'sir qiladi.

Birinchidan, biznes jarayonlarini avtomatlashtirish orqali vaqt va operatsion xarajatlarni kamaytiradi. Ikkinchidan, elektron tijorat va raqamli marketing orqali bozor qamrovini kengaytiradi. Uchinchidan, raqamli ma'lumotlardan foydalanish orqali boshqaruv qarorlarining tezkorligi va aniqligini oshiradi.

To'rtinchidan, raqamli moliyaviy xizmatlar kichik biznesning moliyaviy resurslardan foydalanish imkoniyatlarini kengaytiradi.

Shu bilan birga, mavjud tadqiqotlarda O'zbekiston sharoitida kichik biznes raqobatbardoshligini oshirishning alohida raqamli mexanizmlarini yagona tizim sifatida kompleks baholash masalasi yetarlicha ochib berilmagan. Ayniqsa, raqamli infratuzilma, tadbirkorlarning raqamli kompetensiyasi, elektron tijorat, raqamli moliyalashtirish va ma'lumotlarga asoslangan boshqaruvning raqobatbardoshlikka birgalikdagi ta'sirini baholash bo'yicha qo'shimcha tadqiqotlar talab etiladi.

Mazkur holat tadqiqotning ilmiy yo'nalishini belgilab beradi. Ushbu maqolada kichik biznes raqobatbardoshligini oshirish raqamli transformatsiyaning alohida vositalari emas, balki **“raqamli infratuzilma — raqamli kompetensiya — raqamli biznes jarayonlari — raqamli bozor — raqamli moliyalashtirish — ma'lumotlarga asoslangan boshqaruv”** o'zaro bog'liq mexanizmlari orqali ko'rib chiqiladi.

Tadqiqotning metodologik asosini raqamli transformatsiya, kichik biznes va raqobatbardoshlikning o'zaro bog'liqligini ifodalovchi nazariy va amaliy yondashuvlar tashkil etadi. Tadqiqot davomida tizimli yondashuv, qiyosiy tahlil, statistik tahlil, guruhlash, induksiya va deduksiya, ilmiy abstraksiya hamda ekspert baholash usullaridan foydalanildi.

Tizimli yondashuv asosida kichik biznesning raqobatbardoshligi bir-biri bilan bog'liq bo'lgan bir nechta omillar majmuasi sifatida qaraldi. Bunda texnologik infratuzilma, inson kapitali, moliyaviy resurslar, bozor imkoniyatlari, innovatsion salohiyat va boshqaruv sifati asosiy tarkibiy qismlar sifatida belgilandi.

Qiyosiy tahlil usuli orqali kichik biznesning an'anaviy va raqamli biznes yuritish modellari o'rtasidagi farqlar aniqlandi. Xususan, xarajatlarni boshqarish, mijozlarni jalb qilish, mahsulotlarni sotish, to'lovlarni amalga oshirish va boshqaruv qarorlarini qabul qilish jarayonlaridagi o'zgarishlar tahlil qilindi.

Statistik tahlil usuli O'zbekistonda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning rivojlanish tendensiyalarini, uning iqtisodiyotdagi o'rnini hamda raqamli iqtisodiyot bilan bog'liq ko'rsatkichlarni baholashda qo'llaniladi. Bunda rasmiy statistik ma'lumotlar, davlat organlarining ochiq ma'lumotlari va xalqaro tashkilotlarning tegishli hisobotlaridan foydalanish nazarda tutiladi.

Tadqiqotning konseptual modeli quyidagi ketma-ketlik asosida shakllantirildi:

Raqamli infratuzilma → raqamli kompetensiyalar → biznes jarayonlarini raqamlashtirish → bozor va mijozlar bilan raqamli integratsiya → xarajatlar va vaqtning optimallashtirish → innovatsion faollik → raqobatbardoshlikning oshishi.

Mazkur modelga ko'ra, raqamli texnologiyalarning joriy etilishi o'z-o'zidan raqobatbardoshlikni ta'minlamaydi. Texnologiyalardan samarali foydalanish uchun tadbirkorlarning raqamli ko'nikmalari, tegishli infratuzilma, moliyaviy imkoniyatlar va biznes jarayonlarini qayta tashkil etish salohiyati ham mavjud bo'lishi kerak.

Tadqiqotda raqamli transformatsiyaning kichik biznes raqobatbardoshligiga ta'siri quyidagi asosiy mezonlar orqali baholanadi:

- operatsion xarajatlarning kamayishi;
- mehnat unumdorligining oshishi;
- yangi mijozlarni jalb qilish imkoniyatining kengayishi;
- sotuv kanallarining diversifikatsiyasi;
- mahsulot va xizmatlar sifatining oshishi;
- bozorga chiqish tezligining ortishi;
- innovatsion faoliyatning kuchayishi;
- moliyaviy xizmatlardan foydalanish imkoniyatlarining kengayishi.

Shunday qilib, tadqiqot metodologiyasi raqamli transformatsiyaning kichik biznesga ta'sirini faqat texnologik nuqtayi nazardan emas, balki iqtisodiy, tashkiliy va bozor omillari bilan uzviy bog'liq holda baholash imkonini beradi.

O'zbekistonda kichik biznesning raqamli transformatsiyasi va raqobatbardoshligi holati

O'zbekistonda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik iqtisodiy o'sishning muhim omillaridan biri bo'lib, mamlakatda yangi ish o'rinlarini yaratish, aholi daromadlarini oshirish, ichki bozorni tovar va xizmatlar bilan ta'minlash hamda hududlarning iqtisodiy faolligini kuchaytirishda muhim ahamiyat kasb etmoqda.

Milliy statistika qo'mitasi ma'lumotlariga ko'ra, 2025-yilda kichik tadbirkorlik subyektlari tomonidan mamlakat yalpi ichki mahsulotining 52,2 foizi yaratilgan. Kichik biznesning iqtisodiyotdagi bunday yuqori ulushi mazkur sektorni raqamli transformatsiya jarayonlarining asosiy ishtirokchilaridan biriga aylantiradi.

1-jadval. Kichik biznesning O'zbekiston iqtisodiyotidagi o'rni

Ko'rsatkich	Qiymat
Kichik biznesning 2025-yil YaIMdagi ulushi	52,2 %
Kichik tadbirkorlik subyektlarining bozor xizmatlaridagi ulushi, 2025-yil yanvar–sentabr	55,0 %
Kichik biznes subyektlari tomonidan ko'rsatilgan bozor xizmatlari, 2025-yil yanvar–sentabr	397,5 trln so'm
Bozor xizmatlari o'sishi, 2024-yilning mos davriga nisbatan	12,3 %

Manba: O'zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo'mitasi ma'lumotlari asosida muallif tomonidan tuzildi.

Jadval ma'lumotlari kichik biznesning mamlakat xizmatlar bozorida rolini ham yaqqol ko'rsatadi. 2025-yilning yanvar–sentabr oylarida kichik tadbirkorlik subyektlari tomonidan 397,5 trln so'mlik bozor xizmatlari ko'rsatilgan bo'lib, bu jami bozor xizmatlarining 55 foizini tashkil etgan. Mazkur ko'rsatkichning bir yilga nisbatan 12,3 foizga o'sishi kichik biznesning xizmatlar sektoridagi iqtisodiy faolligi yuqori ekanligini ko'rsatadi.

Bunday sharoitda raqamli texnologiyalardan foydalanish kichik biznesning xizmat ko'rsatish jarayonlarini optimallashtirish, mijozlar bilan aloqa kanallarini kengaytirish va xizmatlarni individual talab asosida taklif etish imkoniyatlarini oshiradi.

2-jadval. Raqamli transformatsiyaning kichik biznes raqobatbardoshligiga ta'sir kanallari

Raqamli vosita	Ta'sir mexanizmi	Kutiladigan iqtisodiy natija
Elektron tijorat	Sotuv kanallarini kengaytirish	Savdo hajmining oshishi
Raqamli to'lovlar	Hisob-kitoblarni tezlashtirish	Tranzaksiya xarajatlarining kamayishi
CRM tizimlari	Mijozlar bilan ishlashni avtomatlashtirish	Mijozlarni ushlab qolish darajasining oshishi
Raqamli marketing	Maqsadli auditoriyaga chiqish	Reklama samaradorligining oshishi
Bulutli texnologiyalar	Ma'lumotlarni tezkor saqlash va almashish	Operatsion xarajatlarning kamayishi
Sun'iy intellekt	Prognozlash va avtomatlashtirish	Qarorlar sifatining oshishi
Big Data va analitika	Talab va iste'molchi xatti-harakatlarini tahlil qilish	Bozor strategiyasining takomillashuvi

Raqamli transformatsiyaning O'zbekiston iqtisodiyotidagi ahamiyati davlat statistikasida ham alohida yo'nalish sifatida shakllanayotganini ko'rish mumkin. Milliy statistika qo'mitasi "Raqamli iqtisodiyot" yo'nalishida axborot iqtisodiyoti va elektron tijorat sektorining yalpi qo'shilgan qiymati, AKT sektorining yalpi qo'shilgan qiymati, AKT xizmatlari hamda elektron tijoratda yaratilgan yalpi qo'shilgan qiymat kabi ko'rsatkichlarni muntazam shakllantirmoqda.

Bu holat raqamli transformatsiyaning endilikda alohida texnologik jarayon emas, balki milliy iqtisodiy faoliyatning mustaqil statistik va iqtisodiy yo'nalishiga aylanayotganini ko'rsatadi.

4.1. Elektron tijorat — kichik biznes raqobatbardoshligining yangi omili

Elektron tijorat kichik biznes subyektlari uchun geografik chegaralarni qisqartirish, yangi iste'molchilarni jalb qilish va sotuv xarajatlarini optimallashtirish imkonini beradi. Jahon banki ma'lumotlariga ko'ra, O'zbekiston elektron tijorat bozori 2018–2022-yillar oralig'ida qariyb besh barobar o'sgan va 2023-yilda uning hajmi 500 mln AQSh dollaridan oshgan.

Bu ko'rsatkich kichik biznesning raqamli savdo kanallariga o'tishi uchun katta bozor salohiyati mavjudligini anglatadi. Ayniqsa, kichik tadbirkorlar uchun elektron tijoratning afzalligi shundaki, katta savdo infratuzilmasini yaratmasdan turib, onlayn platformalar orqali keng auditoriyaga chiqish imkoniyati paydo bo'ladi.

Shu bilan birga, elektron tijoratning rivojlanishi logistika, elektron to'lovlar, raqamli marketing, ma'lumotlarni himoyalash va mijozlar huquqlarini himoya qilish kabi yo'nalishlarni ham parallel ravishda rivojlantirishni talab etadi.

4.2. Raqamlashtirishning kichik biznes raqobatbardoshligiga ta'siri

Kichik biznesning raqobatbardoshligi an'anaviy ravishda mahsulot sifati, narx, xizmat ko'rsatish darajasi va bozor tajribasi bilan belgilanib kelgan bo'lsa, raqamli iqtisodiyot sharoitida ushbu omillarga yangi komponentlar qo'shilmoqda.

Birinchi navbatda, **tezkorlik** muhim raqobat omiliga aylanmoqda. Raqamli tizimlardan foydalanuvchi korxona mijozning talabini tezroq aniqlashi va unga mos taklifni shakllantirishi mumkin.

Ikkinchidan, **xarajatlarni optimallashtirish** imkoniyati kengayadi. Elektron hujjat aylanishi, avtomatlashtirilgan hisob-kitob, raqamli marketing va onlayn savdo an'anaviy operatsiyalarga sarflanadigan vaqt va mablag'ni qisqartiradi.

Uchinchidan, **bozor qamrovi kengayadi**. Ijtimoiy tarmoqlar, marketplace va elektron tijorat platformalari kichik biznesga mahalliy bozor bilan cheklanib qolmasdan, boshqa hududlar va xorijiy iste'molchilarga chiqish imkonini beradi.

To'rtinchidan, **ma'lumotlarga asoslangan boshqaruv** korxonaning strategik qarorlarini takomillashtiradi. Sotuvlar, mijozlar, reklama samaradorligi va xarajatlar to'g'risidagi ma'lumotlarni tahlil qilish orqali tadbirkor resurslarni yanada samarali taqsimlashi mumkin.

4.3. Mavjud muammolar

O'zbekistonda raqamli transformatsiya uchun imkoniyatlar kengayayotgan bo'lsa-da, kichik biznesning raqamli raqobatbardoshligini oshirishda qator muammolar mavjud.

Birinci muammo — kichik tadbirkorlarning ayrim qismida zamonaviy raqamli texnologiyalar bilan ishlash bo'yicha kompetensiyalarning yetarli emasligi.

Ikkinchi muammo — raqamlashtirish uchun zarur dasturiy ta'minot va texnologiyalarni xarid qilish xarajatlarning kichik biznes uchun nisbatan yuqoriligi.

Uchinci muammo — kiberxavfsizlik va ma'lumotlarni himoya qilish masalalarining dolzarbligi.

To'rtinchi muammo — ayrim kichik biznes subyektlarida raqamlashtirishning strategik maqsad emas, faqat alohida texnik vositalarni joriy etish sifatida tushunilishidir.

Beshinchi muammo — raqamli transformatsiyani moliyalashtirish imkoniyatlarining cheklanganligi. Jahon bankining 2025-yilda O'zbekiston uchun tasdiqlagan "Access to Finance for Jobs and Growth" loyihasi aynan mikro, kichik va o'rta bizneslarning moliyaviy resurslardan foydalanishini kengaytirishga qaratilgan bo'lib, loyiha doirasida 7 mingtagacha biznesni moliyalashtirish imkoniyatlarini kengaytirish ko'zda tutilgan.

Demak, kichik biznesning raqamli transformatsiyasi faqat texnologik infratuzilmani rivojlantirish bilan cheklanmasligi kerak. U **moliyaviy qo'llab-quvvatlash, raqamli kompetensiyalarni rivojlantirish, elektron tijorat infratuzilmasini kengaytirish, kiberxavfsizlik va innovatsion boshqaruv** bilan birgalikda olib borilgandagina barqaror raqobat ustunligini shakllantiradi.

4.4. Mualliflik mexanizmining amaliy qo'llanilishi

Yuqoridagi tahlillar asosida maqolada taklif etilgan **Raqamli raqobatbardoshlik indeksi (RRI)** kichik biznes subyektlarining raqamli tayyorgarligini kompleks baholash vositasi sifatida qo'llanishi mumkin.

Bunda korxona avvalo o'zining raqamli infratuzilmasi, xodimlar kompetensiyasi, biznes jarayonlari, raqamli marketingi, analitik imkoniyatlari va innovatsion salohiyatini 0–100 ballik tizimda baholaydi. Keyinchalik har bir yo'nalishga belgilangan vazn koeffitsiyenti qo'llanib, umumiy RRI qiymati aniqlanadi.

Ushbu yondashuvning amaliy afzalligi shundaki, tadbirkorlik subyekti faqat "raqamlashtirilgan" yoki "raqamlashtirilmagan" tarzda baholanmaydi. Aksincha, raqamli transformatsiyaning qaysi elementi korxona raqobatbardoshligiga ko'proq yoki kamroq ta'sir ko'rsatayotgani aniqlanadi.

Shunday qilib, RRI natijalariga asoslangan holda har bir korxona uchun **individual raqamli rivojlanish yo'l xaritasi** ishlab chiqilishi mumkin. Bu esa raqamli transformatsiya xarajatlarini ustuvor yo'nalishlarga yo'naltirish va investitsiyalarning iqtisodiy samaradorligini oshirish imkonini beradi.

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, raqamli transformatsiya kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarining raqobatbardoshligini oshirishda kompleks omil sifatida namoyon bo'ladi. Bunda raqamlashtirishning samarasi faqat zamonaviy texnologiyalarni joriy etish bilan emas, balki ushbu texnologiyalarning biznes jarayonlari, inson kapitali, marketing, moliyalashtirish va boshqaruv tizimlari bilan integratsiyalashuvi orqali yuzaga keladi.

Bharadwaj va hammualliflar raqamli texnologiyalarni alohida IT-funksiya sifatida emas, balki biznes strategiyasi bilan uyg'unlashgan yagona strategik yo'nalish sifatida ko'rish zarurligini ta'kidlaydi. Ushbu yondashuv mazkur tadqiqotda ishlab chiqilgan mexanizmning nazariy asoslaridan birini tashkil etadi.

Vialning tadqiqotlarida esa raqamli transformatsiya tashkilotning qiymat yaratish jarayoni, tashkiliy tuzilmasi va biznes modelini o'zgartiruvchi jarayon sifatida qaraladi. Bu kichik biznesda raqamlashtirishni faqat texnik vositalarni xarid qilish bilan cheklamaslik, balki biznes modelini ham takomillashtirish zarurligini anglatadi.

Verhoef va hammualliflar raqamli rivojlanishni raqamlashtirish, digitalizatsiya va raqamli transformatsiya bosqichlari orqali tushuntiradi. Mazkur yondashuv taklif etilayotgan mexanizmida "raqamli diagnostika → raqamli tayyorgarlik → biznes jarayonlarini raqamlashtirish → strategik raqamli transformatsiya" ketma-ketligini shakllantirishga metodologik asos bo'lib xizmat qiladi.

O'zbekistondagi statistik holat ham kichik biznesning iqtisodiyotdagi salmog'i yuqori ekanligini ko'rsatadi. Milliy statistika qo'mitasi ma'lumotlariga ko'ra, 2025-yil yakunida kichik tadbirkorlik subyektlarining YaIMdagi ulushi **52,2 foiz**, YaIM tarkibidagi hajmi esa **923,5 trln so'mni** tashkil etgan.

2025-yil yanvar-sentabr oylarida kichik tadbirkorlik subyektlari tomonidan **397,5 trln so'mlik xizmatlar** ko'rsatilgan bo'lib, bu jami bozor xizmatlarining **55,0 foizini** tashkil etgan. Shu davrda kichik tadbirkorlik subyektlarining chakana savdo aylanmasi **258,8 trln so'mga** yetgan va uning jami chakana savdodagi ulushi **81,8 foizni** tashkil qilgan.

Mazkur ko'rsatkichlar kichik biznesning xizmatlar va chakana savdo bozoridagi ulushi yuqori ekanini ko'rsatadi. Shu sababli aynan ushbu sohalarida elektron tijorat, raqamli to'lovlar, CRM, raqamli marketing va sun'iy intellekt vositalaridan foydalanish raqobat ustunligini shakllantirish uchun katta imkoniyat yaratadi.

Jahon bankining Markaziy Osiyoda elektron tijorat rivojiga bag'ishlangan tahliliga ko'ra, O'zbekistonning elektron tijorat bozori 2018–2022-yillar oralig'ida qariyb besh baravar kengaygan va 2023-yilda **500 mln AQSh dollaridan oshgan**. Bu holat kichik biznes uchun elektron savdo kanallarining ahamiyati ortib borayotganini ko'rsatadi.

Tadqiqot davomida ishlab chiqilgan Raqamli raqobatbardoshlik indeksi orqali korxonaning raqamli infratuzilmasi, raqamli kompetensiyasi, biznes jarayonlarining raqamlashtirilishi, raqamli marketingi, ma'lumotlarga asoslangan boshqaruvi va innovatsion salohiyatini kompleks baholash mumkin.

Taklif etilayotgan indeksning muhim jihati shundaki, u raqamlashtirishni faqat texnologik ko'rsatkich bilan emas, balki raqobatbardoshlikka olib keluvchi bir nechta omillarning yig'indisi

sifatida baholaydi. Bu esa kichik biznes subyektlariga o'zining zaif tomonlarini aniqlash va raqamli investitsiyalarni ustuvor yo'nalishlarga yo'naltirish imkonini beradi.

OECD tadqiqotlari ham kichik korxonalar raqamli texnologiyalarni yirik korxonalarga nisbatan sekinroq qabul qilishi, bunga moliyaviy imkoniyatlar, ko'nikmalar va texnologik salohiyatdagi farqlar sabab bo'lishini ko'rsatadi.

Shu sababli O'zbekiston sharoitida kichik biznesning raqamli transformatsiyasini jadallashtirish uchun texnologiyalarni joriy etish bilan bir qatorda tadbirkorlarning raqamli kompetensiyalarini rivojlantirish, moliyaviy qo'llab-quvvatlash, elektron tijorat infratuzilmasini kengaytirish va kiberxavfsizlikni mustahkamlash zarur.

XULOSA

Tadqiqot natijalari asosida quyidagi xulosalarga kelindi.

Birinchidan, raqamli transformatsiya kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning raqobatbardoshligini oshirishning muhim strategik omiliga aylanmoqda. Raqamli texnologiyalar korxonalarga operatsion xarajatlarni kamaytirish, mehnat unumdorligini oshirish, mijozlar bilan aloqalarni yaxshilash va yangi bozor segmentlariga chiqish imkonini beradi.

Ikkinchidan, O'zbekistonda kichik biznes iqtisodiyotning muhim tarkibiy qismi bo'lib qolmoqda. 2025-yil yakunida uning YaIMdagi ulushi 52,2 foizni tashkil etgani ushbu sektorni raqamli transformatsiyaning asosiy subyektlaridan biriga aylantiradi.

Uchinchidan, elektron tijorat va raqamli xizmatlarning kengayishi kichik biznes uchun yangi raqobat imkoniyatlarini yaratmoqda. Biroq raqamli texnologiyalardan foydalanish darajasi barcha tadbirkorlik subyektlarida bir xil emas. Shu sababli raqamlashtirish jarayoni bosqichma-bosqich va korxonaning real imkoniyatlarini hisobga olgan holda amalga oshirilishi kerak.

To'rtinchidan, tadqiqot doirasida taklif etilgan **Raqamli raqobatbardoshlik indeksi (RRI)** kichik biznes subyektlarining raqamli tayyorgarligi va raqobatbardoshlik salohiyatini kompleks baholash vositasi sifatida taklif etildi.

Beshinchidan, kichik biznes uchun raqamli transformatsiya "texnologiya sotib olish" jarayoni emas, balki **strategik boshqaruv, inson kapitali, biznes jarayonlari, marketing, moliyalashtirish va innovatsiyalarni yagona tizimga birlashtirish jarayoni** sifatida tashkil etilishi lozim.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. OECD. **The Digital Transformation of SMEs**. OECD Studies on SMEs and Entrepreneurship. Paris: OECD Publishing, 2021. DOI: 10.1787/bdb9256a-en.
2. O'zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo'mitasi. **O'zbekiston Respublikasida kichik tadbirkorlik subyektlarining asosiy ko'rsatkichlari**. Press-reliz. 26.01.2026.
3. O'zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo'mitasi. **Kichik tadbirkorlik subyektlarining jami YaIMdagi ulushi**. SIAT ma'lumotlar bazasi. Yangilangan 27.01.2026.
4. O'zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo'mitasi. **O'zbekiston Respublikasida kichik tadbirkorlik subyektlarining asosiy ko'rsatkichlari**. Press-reliz. 24.10.2025.
5. World Bank. Eferin Y., Agzamov M., Bakhramova N. **From Local Bazaars to Global Markets: Unlocking E-Commerce through Regional Integration in Central Asia**. 6 August 2025.