



RAQAMLI IQTISODIYOTNING KICHIK BIZNES SAMARADORLIGIGA TA'SIRI

**Rakhmonov Islomjon
Ikromjon ugli**

*Janubiy Koreyadagi Namseul universiteti
,Moliyaviy boshqaruv fakultetining magistratura
bosqichi bitiruvchisi Fargona viloyati, Farg'ona
tumani Qo'rg'ontepa mfy, 149-uy
Islomrahmonov1997@gmail.com*

Annotatsiya: ushbu maqolada raqamli iqtisodiyotning kichik biznes samaradorligiga ta'siri nazariy, institutsional va amaliy jihatdan tahlil qilinadi. Tadqiqotning dolzarbligi shundan iboratki, kichik biznes zamonaviy iqtisodiyotda bandlik, yalpi qo'shilgan qiymat, hududiy faollik va bozor moslashuvchanligining tayanch qatlamlaridan biri bo'lib qolayotgan bir vaqtda, uning samaradorligini oshirish endi faqat moliyaviy resurslar, xomashyo yoki an'anaviy boshqaruv amaliyotlari bilan emas, balki raqamli texnologiyalarning qanchalik chuqur joriy etilgani bilan ham belgilanmoqda. Maqolada raqamlashtirish oddiygina ijtimoiy tarmoqda reklama berish yoki onlayn savdoga chiqish bilangina cheklanmasligi, balki buxgalteriya, logistika, mijozlar bilan ishlash, elektron to'lovlar, ma'lumotlar tahlili, ta'minot zanjiri, elektron hujjat almashinuvi, masofaviy boshqaruv, biznes-model innovatsiyasi va qaror qabul qilish sifatini o'zgartiruvchi kompleks transformatsiya ekanligi asoslanadi. Tadqiqot metodologiyasi sifatida rasmiy statistik ma'lumotlar, O'zbekistonning raqamli rivojlanish bo'yicha normativ-huquqiy hujjatlari, OECD, Jahon banki, ECB hisobotlari hamda so'nggi ilmiy maqolalar asosidagi ikkilamchi ma'lumotlar tahlili, komparativ taqqoslash, mantiqiy umumlashtirish va konseptual modellashtirishdan foydalanildi. Natijada raqamli iqtisodiyot kichik biznes samaradorligiga beshta asosiy kanal orqali ta'sir ko'rsatishi aniqlandi: tranzaksiya xarajatlarini qisqartirish, vaqt va operatsion kechikishlarni kamaytirish, bozor qamrovini kengaytirish, boshqaruv qarorlarining aniqligini oshirish va innovatsion moslashuvchanlikni kuchaytirish. Shu bilan birga, maqolada yuzaki raqamlashtirish bilan kompleks raqamli transformatsiya o'rtasidagi farq ochib berilib, real samaradorlik aynan ichki jarayonlar raqamlashtirilganda, boshqaruv ko'nikmalari yangilanganda va ma'lumotga asoslangan boshqaruv shakllanganda namoyon bo'lishi ko'rsatildi. Xulosa sifatida O'zbekiston sharoitida kichik biznesni raqamlashtirish siyosati texnika xarididan ko'ra ko'proq boshqaruv madaniyati, ko'nikma, servis infratuzilmasi, kiberxavfsizlik va platformalararo integratsiyani rivojlantirishga tayansa, uning samaradorlik natijalari ancha barqaror va keng qamrovli bo'lishi asoslandi.

Kalit soʻzlar: raqamli iqtisodiyot; kichik biznes; samaradorlik; raqamli transformatsiya; elektron tijorat; biznes-model innovatsiyasi; mahsuldorlik; bandlik; tranzaksiya xarajatlari; maʼlumotlarga asoslangan boshqaruv

Abstract: this article examines the impact of the digital economy on small business efficiency through theoretical, institutional, and practical lenses. Small businesses remain a key source of employment, value creation, regional economic activity, and market adaptability, while their efficiency increasingly depends not only on finance, labor, or conventional management, but also on the depth and quality of digital adoption. The paper argues that digitalization should not be reduced to social media promotion or the launch of online sales channels; rather, it represents a broader transformation affecting accounting, logistics, customer relations, payment systems, data analysis, supply chains, remote coordination, business model innovation, and managerial decision-making. The study relies on secondary analysis of official statistics, Uzbekistan's digital development policy documents, OECD and World Bank reports, ECB analytical materials, and recent peer-reviewed studies. Comparative analysis, conceptual synthesis, and interpretive modeling were used to explain how digitalization changes the internal logic of small business performance. The findings indicate that the digital economy affects small business efficiency through five main channels: lowering transaction costs, reducing time losses and operational frictions, expanding market access, improving the precision of managerial decisions, and strengthening innovation capacity and resilience. The article concludes that in the context of Uzbekistan, policies aimed at improving small business efficiency through digitalization should prioritize managerial capability, interoperable services, cybersecurity, and institutional support rather than merely subsidizing technology purchases.

Keywords: digital economy; small business; efficiency; digital transformation; e-commerce; business model innovation; productivity; employment; transaction costs; data-driven management

Аннотация: в данной статье анализируется влияние цифровой экономики на эффективность малого бизнеса с теоретической, институциональной и практической точек зрения. Актуальность исследования обусловлена тем, что малый бизнес продолжает играть ключевую роль в обеспечении занятости, формировании добавленной стоимости, развитии региональной экономики и адаптации рынка, тогда как рост его эффективности сегодня определяется уже не только финансовыми ресурсами, трудом и традиционными управленческими подходами, но и глубиной цифровой трансформации. В статье обосновывается, что цифровизация не сводится к рекламе в социальных сетях или запуску интернет-продаж, а представляет собой комплексное преобразование бухгалтерии, логистики, работы с клиентами, систем платежей, аналитики данных, цепочек поставок, дистанционного управления, инноваций бизнес-модели и качества управленческих решений. Методологическую основу исследования составили вторичный анализ официальной статистики, нормативно-правовых документов Узбекистана в сфере цифрового развития, материалов OECD, Всемирного банка, ЕСВ и современных научных публикаций, а также методы сравнительного анализа, логического обобщения и

концептуального моделирования. В результате установлено, что цифровая экономика влияет на эффективность малого бизнеса по пяти основным каналам: снижение транзакционных издержек, сокращение временных потерь и операционных задержек, расширение охвата рынка, повышение точности управленческих решений и усиление инновационной устойчивости. Одновременно показано, что поверхностная цифровизация дает ограниченный эффект, тогда как комплексная цифровая трансформация приносит более устойчивые результаты при наличии навыков, организационной согласованности и управления на основе данных. Сделан вывод о том, что в условиях Узбекистана политика цифровизации малого бизнеса должна опираться не столько на закупку техники, сколько на развитие управленческих компетенций, сервисной инфраструктуры, кибербезопасности и институциональной координации.

Ключевые слова: цифровая экономика; малый бизнес; эффективность; цифровая трансформация; электронная коммерция; инновация бизнес-модели; производительность; занятость; транзакционные издержки; управление на основе данных

Kirish.

XXI asr iqtisodiyoti tobora ko‘proq ma‘lumot, tarmoq, platforma, tezkor aloqa va avtomatlashtirilgan qaror qabul qilish mexanizmlariga tayangan holda qayta shakllanmoqda. Shu ma‘noda raqamli iqtisodiyot alohida bir sektor emas, balki ishlab chiqarish, taqsimot, ayirboshlash va iste‘mol jarayonlarining ichki mantiqini o‘zgartirayotgan yangi xo‘jalik muhitidir. O‘zbekiston sharoitida ham bu yo‘nalish davlat darajasida strategik ustuvorlik sifatida belgilangan: 2018-yildagi PQ-3832-son qaror raqamli iqtisodiyot va kripto-aktivlar aylanmasi sohasini rivojlantirishga qaratilgan dastlabki institutsional burilishlardan biri bo‘lgan bo‘lsa, 2020-yildagi PF-6079-son Farmon bilan “Raqamli O‘zbekiston – 2030” strategiyasi tasdiqlandi va unda elektron hukumat, raqamli industriya, raqamli ta‘lim hamda raqamli infratuzilmani rivojlantirishning tizimli yo‘nalishlari belgilab berildi; 2024-yilda esa sun‘iy intellektni 2030-yilgacha rivojlantirish strategiyasi doirasida “Sun‘iy intellekt va raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish markazi”ni tashkil etish nazarda tutilib, raqamli transformatsiyaning keyingi bosqichi uchun yangi institutsional tayanch yaratildi. Kichik biznesning bu jarayondagi o‘rni beqiyos, chunki rasmiy statistikaga ko‘ra, kichik tadbirkorlik subyektlarining yalpi ichki mahsulotdagi ulushi yuqori darajada saqlanib kelmoqda, jami bandlikdagi ulushi esa sezilarli ulushni tashkil etadi; demak, kichik biznes samaradorligidagi hatto kichik siljish ham makroiqtisodiy ko‘lamda sezilarli natija beradi. Muammo shundaki, amaliyotda ko‘plab korxonalar raqamlashtirishni sayt ochish, ijtimoiy tarmoq yuritish yoki onlayn savdoga chiqish darajasida talqin qiladi; holbuki, haqiqiy samaradorlikka olib boradigan raqamli transformatsiya ichki hisob, ombor boshqaruvi, xarid rejalashtirish, mijozlar bazasi, onlayn va oflayn savdo integratsiyasi, elektron hujjat almashinuvi, masofaviy nazorat, ma‘lumotlar tahlili va biznes-modelni qayta loyihalash kabi chuqurroq qatlamlarni qamrab oladi. Xalqaro tahlillar kichik bizneslar uchun raqamlashtirish samaradorlikni oshirish, innovatsiyani rag‘batlantirish va yirik kompaniyalar bilan raqobatni nisbatan

tenglashtirish imkonini berishini, biroq kichik korxonalar past xabardorlik, ichki resurslarning cheklanganligi, malaka yetishmasligi va moliyaviy to‘siqlar sabab raqamli transformatsiyada ortda qolishini ham ko‘rsatadi. Shuningdek, raqamli texnologiyalar mahsuldorlikni oshirishi, lekin bu samaralar avtomatik emasligi, ayniqsa kichik firmalarda qisqa muddatda qayta tashkil etish xarajatlari sabab natija zaif ko‘rinishi, o‘rta muddatda esa ko‘nikma, boshqaruv sifati va komplementar investitsiyalar mavjud bo‘lsa, ancha kuchli namoyon bo‘lishi ilmiy adabiyotda ta’kidlanadi. Demak, ilmiy muammo shundan iboratki, kichik biznes samaradorligiga raqamli iqtisodiyotning ta’siri faqat “raqamli vosita bor-yo‘qligi” bilan emas, balki ushbu vositalarning qay darajada ichki boshqaruvga singdirilgani, qaror qabul qilishni o‘zgartirgani va yangi qiymat yaratish mantiqini yuzaga keltirgani bilan belgilanadi. Mazkur maqolaning maqsadi raqamli iqtisodiyotning kichik biznes samaradorligiga ta’sir mexanizmlarini tizimli ravishda ochib berish, O‘zbekiston sharoitida uning institutsional asoslarini tahlil qilish va kichik biznes uchun real samaradorlikni shakllantiruvchi asosiy omillarni ilmiy jihatdan umumlashtirishdan iborat.

Tadqiqot metodologiyasi.

Mazkur maqola empirik so‘rovnoma yoki alohida korxonada kesimidagi mikro-panel ma’lumotlariga emas, balki ikkilamchi ma’lumotlar tahliliga tayangan analitik tadqiqot sifatida qurildi; bunday yondashuv mavzuning institutsional, nazariy va amaliy qatlamlarini birgalikda ko‘rish imkonini beradi. Tadqiqotning axborot bazasini uch turdagi manbalar tashkil etdi: (1) O‘zbekistonning normativ-huquqiy hujjatlari (PQ-3832, PF-6079, PQ-358); (2) rasmiy statistik ko‘rsatkichlar (kichik tadbirkorlik subyektlarining YaIM va bandlikdagi ulushi); (3) OECD, Jahon banki, ECB hisobotlari hamda recenzentli ilmiy maqolalar. Metodologik jihatdan komparativ tahlil, tizimli-funksional yondashuv, mantiqiy sintez, interpretativ umumlashtirish va konseptual modellashtirish usullaridan foydalanildi. Komparativ tahlil raqamlashtirishning turli darajalari bilan bog‘liq samaradorlik farqlarini izohlashga xizmat qildi; tizimli-funksional yondashuv esa kichik biznes faoliyatining xarid, ishlab chiqarish, ombor, savdo, mijozlar bilan ishlash, moliyaviy hisob va strategik boshqaruv bo‘g‘inlari bo‘yicha raqamli texnologiyalarning qanday funksional o‘zgarish kiritishini tushuntirish imkonini berdi. Tadqiqotda “kichik biznes samaradorligi” tushunchasi tor ma’nodagi foyda yoki mehnat unumdorligigagina qisqartirilmadi; aksincha u besh tarkibiy o‘lcham asosida tahlil qilindi: operatsion tejamkorlik, vaqt samaradorligi, bozor qamrovi, boshqaruv aniqligi va innovatsion moslashuvchanlik. Analitik modelda kichik biznesning raqamli yetukligi uch bosqichda tasniflandi: boshlang‘ich bosqich (aloqa va marketingning sodda raqamlashtirilishi), o‘rta bosqich (savdo, to‘lov va mijozlar bazasining integratsiyalashuvi), yuqori bosqich (ichki jarayonlar, tahlil, logistika, elektron hujjat, inventar nazorati va strategik boshqaruvning yagona raqamli tizimga ulanib ishlashi). Maqolaning markaziy farazi shundan iboratki, kichik biznes samaradorligi aynan uchinchi bosqichga yaqinlashgan sari sezilarli ravishda oshadi, birinchi bosqichdagi “ko‘rinishli raqamlashtirish” esa ko‘pincha kosmetik o‘zgarish bilan cheklanadi. Ushbu metodologiya korxonada qat’iy kauzal koeffitsientlarni hisoblashni ko‘zlamaydi; u raqamli transformatsiyaning samaradorlikka ta’sir mexanizmlarini dalillarga tayangan holda tushuntirishga qaratilgan.

Natijalar.

Tahlil natijalari raqamli iqtisodiyotning kichik biznes samaradorligiga ta'siri chiziqli emasligini, balki bir-biriga bog'langan bir nechta mexanizmlar orqali shakllanishini ko'rsatdi. Birinchi mexanizm tranzaksiya xarajatlarining kamayishidir: buyurtmani qayd etish, to'lovni tasdiqlash, yetkazib berishni muvofiqlashtirish, hisobot aylanishi va mijoz bilan aloqa kabi jarayonlarda raqamli vositalar noaniqlik va ortiqcha vaqt sarfini qisqartiradi. Shu bilan birga, amaliyotda raqamlashtirish faqat tashqi savdo va marketing funksiyalarida qolib ketganda, samaradorlik cheklangan bo'lishi kuzatiladi; real samaradorlik ko'proq back-end jarayonlar (hisob, ombor, ta'minot, rejalashtirish) raqamlashtirilganda yuzaga chiqadi. Ikkinchi mexanizm vaqt samaradorligi: kichik biznes uchun vaqt aylanma mablag'ning tezligi bilan bevosita bog'liq bo'lib, raqamli tizimlar buyurtma, zaxira, hisob va logistika bo'yicha kechikishlarni kamaytiradi; dastlabki moslashuv xarajatlari mavjud bo'lsa-da, o'rta muddatda ishlab chiqarish va boshqaruvning qayta tashkil etilishi mahsuldorlikni oshirishga xizmat qiladi. Uchinchi mexanizm bozor qamrovining kengayishi: raqamli savdo kanallari va platformalar kichik biznesga hududiy torlikni kamaytirish, talabni tez sinash, sotuv kanallarini diversifikatsiya qilish va yangi segmentlarga kirish imkonini beradi. To'rtinchi mexanizm boshqaruv qarorlarining aniqligi: raqamli tizimlar sotuv ritmi, o'rtacha chek, ombor aylanishi, qayta xarid ulushi, reklama samarasi va to'lov intizomi bo'yicha ma'lumot beradi; bu esa "sezgi"ga tayangan boshqaruvdan "ma'lumotga asoslangan" boshqaruvga o'tishni tezlashtiradi. Beshinchi mexanizm innovatsion moslashuvchanlik va barqarorlik: raqamli texnologiyalar shoklar davrida masofadan ishlash, yetkazib berishdagi uzilishlarni boshqarish, mijozlar bilan muloqotni ushlab turish va yangi xizmat/mahsulotlarni tez joriy etish imkonini kengaytiradi. Ilmiy adabiyotlar raqamli transformatsiyaning natijalari turlicha ekanini ko'rsatadi: texnologiya ta'siri korxonalar hajmi, qo'llangan texnologiya turi, ichki R&D, menejment va tashkilot moslashuviga bog'liq. Shundan kelib chiqib, tadqiqot natijalari kichik biznes uchun raqamli iqtisodiyotning samarasi uch shart bajarilgandagina barqaror bo'lishini ko'rsatdi: (1) texnologiya ichki jarayonlarni o'zgartirishi; (2) ma'lumot qaror qabul qilishda muntazam ishlatilishi; (3) joriy etish xodim ko'nikmasi, boshqaruv moslashuvi va xavfsizlik choralari bilan birga borishi kerak. Bu uchliksiz raqamlashtirish ko'pincha vitrinali bo'lib qoladi; shu uchlik mavjud bo'lsa, kichik biznes samaradorligi operatsion, moliyaviy va strategik darajalarda sifat jihatidan o'zgaradi.

Muhokama.

Olingan natijalar raqamli iqtisodiyot va kichik biznes samaradorligi o'rtasidagi bog'lanishni soddalashtirib ko'rsatish mumkin emasligini ko'rsatadi. Raqamlashtirishni xarajatlar bo'yicha emas, imkoniyatlar me'morchiligi bo'yicha baholash lozim: kichik biznes yangi qurilma sotib olgani bilan emas, balki ma'lumot, jarayon va qaror aylanishini qanday qayta tuzgani bilan samarador bo'ladi. Amaliyotda eng og'ir to'siq ko'pincha puldan ko'ra boshqaruv tasavvurining torligidir: agar menejer texnologiyani "qo'shimcha bezak" deb ko'rsa, eng qulay yechim ham samaradorlikka aylana olmaydi; aksincha, muammo to'g'ri qo'yilsa, nisbatan sodda vositalar ham katta natija berishi mumkin. Shu bois transformatsiyada learning va alignment (o'rganish hamda texnologiyani ehtiyojga moslash) yadro omil sifatida qaraladi. Ikkinchi muhim masala raqamli xavfsizlik va platformaviy qaramlikdir:

kichik bizneslar kiberxatarlarni e'tiborsiz qoldirsa, raqamli ustunlik tezda tavakkal manbaiga aylanadi. Uchinchi masala mahsuldorlik paradoksi: natijalarni faqat qisqa muddatli sotuv bilan baholash noto'g'ri; zaxira aylanishi, buyurtma bajarish vaqti, xatolar soni, qayta xarid, qarzdorlik intizomi va boshqaruv ko'rinuvchanligi kabi ko'rsatkichlar birgalikda o'lchanishi kerak. To'rtinchi masala biznes-model innovatsiyasi: raqamli transformatsiya ko'pincha natijani biznes modeli yangilanganda beradi, ya'ni texnologiya "ishlash usuli"ni o'zgartirishi shart. Beshinchi masala hududiy tafovutlar: siyosat "hamma uchun bitta dastur" emas, balki tarmoq va hududiy segmentatsiya asosida raqamli paketlar va servislar orqali qurilishi maqsadga muvofiq. Yakunda shuni aytish mumkin: raqamli iqtisodiyot kichik biznesni samarador qilishning tayyor formulasi emas, lekin u samaradorlik uchun kuchli katalizatoridir; uning haqiqiy kuchi ko'rinmaydigan joylarda — ma'lumot oqimida, ichki intizomda, standartlashgan jarayonlarda, tahliliy ko'rinuvchanlikda va tez moslashuvchan boshqaruvda namoyon bo'ladi.

Xulosa.

Tadqiqot yakunlari raqamli iqtisodiyotning kichik biznes samaradorligiga ta'siri ko'p qirrali, bosqichli va chuqur institutsional mazmunga ega ekanini ko'rsatdi. Kichik biznes iqtisodiyotda ulkan ulushga ega bo'lgani sababli uning raqamli transformatsiyasi nafaqat alohida firma, balki butun iqtisodiy tizim samaradorligi masalasidir. Raqamli iqtisodiyot kichik biznesga tranzaksiya xarajatlarini kamaytirish, jarayonlarni tezlashtirish, bozor doirasini kengaytirish, boshqaruv qarorlarini aniqroq qilish va innovatsion moslashuvchanlikni kuchaytirish orqali ta'sir ko'rsatadi, biroq bu ta'sir faqat texnologiya xarid qilinishi bilangina yuzaga chiqmaydi. Asosiy xulosa shuki, real samaradorlik texnologiyaning mavjudligidan ko'ra ko'proq uning ichki boshqaruvga qay darajada singdirilgani, ko'nikmalar bilan qo'llab-quvvatlangani hamda biznes modelini yangilashga xizmat qilgani bilan belgilanadi. Shu sababli O'zbekiston sharoitida kichik biznesni raqamlashtirish siyosati texnika xarididan ko'ra ko'proq boshqaruv madaniyati, ko'nikma, servis infratuzilmasi, kiberxavfsizlik va platformalararo integratsiyani rivojlantirishga tayansa, samaradorlik natijalari barqaror va keng qamrovli bo'lishi kutiladi.

Adabiyotlar ro'yxati.

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti. O'zbekiston Respublikasida raqamli iqtisodiyotni va kripto-aktivlar aylanmasi sohasini rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida. PQ-3832-son, 03.07.2018.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti. "Raqamli O'zbekiston – 2030" strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida. PF-6079-son, 05.10.2020.
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti. Sun'iy intellekt texnologiyalarini 2030-yilga qadar rivojlantirish strategiyasini tasdiqlash to'g'risida. PQ-358-son, 14.10.2024.
4. O'zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo'mitasi. Kichik tadbirkorlik subyektlarining jami YaIMdagi ulushi. Rasmiy statistika ma'lumotlari.
5. O'zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo'mitasi. Kichik tadbirkorlik subyektlarining jami bandlikdagi ulushi. Rasmiy statistika ma'lumotlari.
6. OECD. Digitalisation of SMEs. Paris: OECD.
7. OECD. The Digital Transformation of SMEs. Paris: OECD Publishing, 2021.

8. OECD. SME Digitalisation in 2024: Managing Shocks and Transitions. Paris: OECD, 2024.
9. OECD. Enhancing SME Productivity: Policy Highlights. Paris: OECD Publishing, 2019.
10. World Bank. Digitalizing SMEs to Boost Competitiveness. Washington, DC: World Bank, 2022.
11. Cirera, X., Comin, D., & Cruz, M. Bridging the Technological Divide: Technology Adoption by Firms in Developing Countries. Washington, DC: World Bank, 2022.
12. European Central Bank. Digitalisation and Productivity. ECB Occasional Paper Series No. 339, 2024.
13. Radicic, D., & Petković, S. Impact of digitalization on technological innovations in small and medium-sized enterprises (SMEs). *Technological Forecasting and Social Change*, 191, 122474, 2023.
14. Merín-Rodrigáñez, J., Dasí, À., & Alegre, J. Digital transformation and firm performance in innovative SMEs: The mediating role of business model innovation. *Technovation*, 134, 103027, 2024.
15. Sagala, G. H., & Óri, D. Toward SMEs digital transformation success: a systematic literature review. *Information Systems and e-Business Management*, 22(4), 667–719, 2024.