

POCHTA XIZMATLARINI RIVOJLANTIRISHDA ELEKTRON TIJORAT VA BIZNES JARAYONLAR SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO‘NALISHLARI

Raximova Sevara Gayratovna

Muhammad al-Xorazmiy nomidagi
Toshkent axborot texnologiyalari universiteti
“Raqamli texnologiyalar konvergentsiyasi” kafedrasida
v.b dotsenti

Annotatsiya

Mazkur tadqiqotda pochta xizmatlarini rivojlantirishda elektron tijorat va biznes jarayonlar samaradorligini oshirish yo‘nalishlari tahlil qilindi. Tadqiqot davomida pochta sohasining elektron tijorat ekotizimidagi o‘rni nazariy va amaliy jihatdan baholandi. Xalqaro hamda milliy statistik ma‘lumotlar asosida elektron tijorat hajmining o‘sishi va uning pochta xizmatlariga ta‘siri o‘rganildi. Raqamli logistika, avtomatlashtirilgan saralash, real vaqt rejimidagi kuzatuv tizimlari hamda elektron to‘lov vositalarining samaradorlikka ta‘siri aniqlandi. Natijalar pochta xizmatlarini raqamlashtirish xizmat sifati, tezkorlik, shaffoflik va mijozlar qoniqishini oshirganini ko‘rsatdi. Tadqiqot yakunida sohani yanada rivojlantirish bo‘yicha ilmiy asoslangan amaliy tavsiyalar ishlab chiqildi.

Kalit so‘zlar: pochta xizmatlari, elektron tijorat, logistika, raqamlashtirish, biznes jarayonlar, avtomatlashtirish, raqamli iqtisodiyot, yetkazib berish, xizmat samaradorligi, elektron to‘lovlar.

Аннотация

В данном исследовании были проанализированы направления повышения эффективности почтовых услуг посредством развития электронной коммерции и совершенствования бизнес-процессов. В ходе работы была рассмотрена роль почтовой системы в экосистеме электронной торговли, а также оценены современные тенденции её развития. На основе национальных и международных статистических данных было изучено влияние роста электронной коммерции на объёмы почтовых услуг. Особое внимание было уделено цифровой логистике, автоматизированной сортировке отправок, системам отслеживания в режиме реального времени и электронным платёжным инструментам. Результаты показали, что цифровизация способствовала повышению качества услуг, прозрачности процессов и удовлетворённости клиентов. По итогам исследования были разработаны практические рекомендации по дальнейшему развитию отрасли.

Ключевые слова: почтовые услуги, электронная коммерция, логистика, цифровизация, бизнес-процессы, автоматизация, цифровая экономика, доставка, эффективность услуг, электронные платежи.

Abstract

This study examined the directions for improving postal service efficiency through the development of e-commerce and the optimization of business processes. The research evaluated the role of postal services within the e-commerce ecosystem

and assessed current development trends using theoretical and empirical approaches. National and international statistical data were analyzed to determine the impact of e-commerce growth on postal operations. Particular attention was given to digital logistics, automated sorting systems, real-time tracking technologies, and electronic payment solutions. The findings demonstrated that digital transformation enhanced service quality, operational efficiency, transparency, and customer satisfaction. Based on the results, practical recommendations were proposed to strengthen digital integration, improve logistics performance, and support the sustainable development of postal services in the digital economy.

Keywords: postal services, e-commerce, logistics, digitalization, business processes, automation, digital economy, delivery services, service efficiency, electronic payments.

KIRISH

Pochta sohasining tarixiy taraqqiyoti soʻnggi ikki oʻn yillikda raqamli iqtisodiyot taʼsirida yangi bosqichga koʻtarildi. Anʼanaviy xat-xabar oqimi qisqargan sharoitda pochta tarmoqlari oʻz faoliyatining ogʻirlik markazini elektron tijorat bilan bogʻliq joʻnatmalar va logistik xizmatlarga koʻchirdi. Jahon pochta ittifoqining baholashicha, pochta infratuzilmasi 1874-yilda 600 million kishiga xizmat koʻrsatgan boʻlsa, 2024-yilga kelib 7,3 milliard kishini qamrab oluvchi global tarmoqqa aylandi [1]. Bunday qamrov pochta tizimini elektron savdo uchun tabiiy yetkazib berish kanaliga aylantirdi.

Elektron tijoratning jadal kengayishi pochta operatorlari uchun yangi talab manbasini vujudga keltirdi. Mamlakat ichidagi parsel (paket) oqimi elektron savdoning eksponensial oʻsishi hisobiga tarixiy yuqori darajaga yetdi [3]. Onlayn buyurtmalarning ortishi pochta biznes jarayonlarini - joʻnatmani qabul qilish, saralash, tashish va soʻnggi nuqtaga yetkazib berishni - raqamli asosda qayta qurishni taqozo etdi. Bunday qayta qurish xarajatlarni kamaytirish, xizmat tezligini oshirish va mijoz qoniqishini mustahkamlash imkonini beradi.

Oʻzbekistonda raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish strategik darajada belgilab qoʻyildi. “Raqamli Oʻzbekiston - 2030” strategiyasi raqamli xizmatlar, elektron tijorat va logistik infratuzilmani izchil modernizatsiya qilishni nazarda tutadi [9]. Elektron tijorat sohasidagi munosabatlar “Elektron tijorat toʻgʻrisida”gi Qonun bilan tartibga solindi [7], soha subyektlari faoliyatining tashkiliy shartlari esa keyingi meʼyoriy hujjatlar orqali aniqlashtirildi [8]. Ushbu huquqiy zamin milliy pochta operatorining elektron savdo bozoridagi ishtirokini kengaytirish uchun mustahkam asos yaratdi.

Maqolaning maqsadi pochta xizmatlarini rivojlantirishda elektron tijorat va biznes jarayonlar samaradorligini oshirishning ilmiy-amaliy yoʻnalishlarini asoslashdan iborat. Ishda quyidagi vazifalar bajarildi: pochta sohasining elektron tijorat ekotizimidagi oʻrni nazariy jihatdan ochib berildi; milliy va xalqaro statistik maʼlumotlar asosida sohaning hozirgi holati baholandi; biznes jarayonlarni raqamlashtirishning samaradorlikka taʼsiri aniqlandi; istiqbolli yoʻnalishlar va amaliy tavsiyalar shakllantirildi. Maqola kirish, adabiyotlar sharhi, metodologiya, tahlil va natijalar hamda xulosa va takliflar qismlaridan tashkil topgan.

ADABIYOTLAR SHARHI

Pochta iqtisodiyoti va elektron tijorat o'rtasidagi bog'liqlik xalqaro tashkilotlar tomonidan tizimli o'rganib kelinmoqda. Jahon pochta ittifoqining sektor holatiga oid hisoboti pochta tarmog'ining ekotizimli o'sish konsepsiyasini ilgari surdi va sohani kengroq logistika tarmog'ining bo'lagi sifatida talqin qildi [1]. Ushbu yondashuv pochta operatorlarini avtomatlashtirish hamda real vaqt rejimidagi kuzatuv tizimlari orqali samaradorlikni oshirishga, davlat, xususiy sektor va xalqaro hamkorlik asosida birgalikda harakat qilishga yo'naltirdi [2].

Pochta taraqqiyotini miqdoriy baholash uchun integral indeks (2IPD) ishlab chiqilgan bo'lib, u xizmat ishonchliligi, qamrov, dolzarblik va bardoshlilik mezonlari asosida tizimlarni qiyoslaydi [4]. Indeksning konseptual asosi pochta sohasi samaradorligini institutsional sifat hamda raqamli yetuklik bilan bog'laydi. Elektron tijoratni rivojlantirishda metodik yordam berish maqsadida ittifoq maxsus dastur va qo'llanma yaratdi; ular mahsulotni birgalikda ishlab chiqish, ta'minot zanjirini integratsiyalash va elektron savdo strategiyalarini shakllantirish bo'yicha amaliy ko'rsatmalarni o'z ichiga oladi [5].

Milliy adabiyotda elektron tijoratning bosqichli rivojlanishi, elektron bozor, elektron pul va onlayn to'lov tizimlari masalalari atroflicha yoritilgan [14]. Mahalliy tadqiqotlarda pochta logistikasining xizmat sifatiga ta'siri alohida o'rganilib, hududiy logistika markazlarini optimallashtirish, transport yo'nalishlarini raqamli modellashtirish va "oxirgi mil" jarayonini takomillashtirish samaradorlikning hal qiluvchi omillari sifatida ko'rsatildi [12]. Elektron tijoratning yalpi ichki mahsulotdagi ulushi ortib borayotgani esa sohaning makroiqtisodiy ahamiyatini tasdiqladi [15].

Mavjud ilmiy manbalarning umumlashmasi shuni ko'rsatadiki, pochta sohasi va elektron tijorat o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik ko'pincha alohida-alohida tadqiq etilgan. Pochta biznes jarayonlarining raqamlashuvini elektron savdo aylanmasi dinamikasi bilan yagona tahliliy doirada qiyoslovchi ishlar nisbatan kam. Ushbu bo'shliqni to'ldirish maqsadida ishda ikki soha o'rtasidagi funksional aloqalar integratsiyalashgan model orqali ko'rib chiqildi.

METODOLOGIYA

Tadqiqot sifat va miqdoriy yondashuvlarni birlashtirgan kompleks metodologiyaga asoslandi. Tahliliy bosqichda hujjatlarni o'rganish usuli qo'llanildi: me'yoriy-huquqiy hujjatlar, xalqaro tashkilot hisobotlari va rasmiy statistik ma'lumotlar manba sifatida tanlandi. Miqdoriy bosqichda esa qiyosiy statistik tahlil usulidan foydalanilib, elektron tijorat aylanmasining yillar kesimidagi o'zgarishi dinamikasi baholandi.

Tadqiqotning empirik bazasini ishonchli ochiq manbalar tashkil etdi. Milliy darajadagi raqamli ko'rsatkichlar O'zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo'mitasining rasmiy ma'lumotlaridan olindi [6]. Xalqaro qiyosiy kontekst Jahon pochta ittifoqining hisobot va statistik nashrlari asosida shakllantirildi [1]. Pochta tarmog'ining infratuzilmaviy ko'rsatkichlari va raqamli xizmatlarga oid faktlar milliy operatorning rasmiy axborotidan to'plandi [10]. Tahlilda faqat manbasi aniq

tasdiqlangan ma'lumotlardan foydalanildi; taxminiy yoki tasdig'i bo'lmagan raqamlar tahlilga kiritilmadi.

Metodologik mantiq quyidagi izchillikka asoslandi: avval pochta sohasining elektron tijorat ekotizimidagi funksional o'rni aniqlandi, so'ngra biznes jarayonlarning bo'g'inlari ajratildi, keyin har bir bo'g'inning samaradorlikka ta'siri statistik va sifat ma'lumotlari bilan baholandi. Yakuniy bosqichda olingan natijalar integratsiyalashgan model doirasida umumlashtirilib, amaliy tavsiyalarga aylantirildi. Bunday ketma-ketlik bo'limlar o'rtasidagi konseptual bog'liqlikni saqlashga va takroriy bayonni oldini olishga xizmat qildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Elektron tijorat aylanmasining so'nggi yillardagi o'sishi pochta sohasi uchun yangi imkoniyatlar maydonini ochdi. Rasmiy statistikaga ko'ra, mamlakatda elektron tijorat savdo hajmi 2016-yildagi 6,0 milliard so'mdan 2024-yilga kelib 15 211,5 milliard so'mga yetdi [6]. Bunday ko'p marotabali o'sish onlayn buyurtmalar oqimini va shu bilan birlikda jo'natmalarni yetkazib berishga bo'lgan talabni keskin oshirdi. 1-jadvalda ko'rsatkichning yillar kesimidagi dinamikasi keltirilgan.

1-jadval

Elektron tijorat savdo hajmi dinamikasi[6] (yillik, milliard so'm)

Yil	Elektron tijorat savdo hajmi (milliard so'm)
2016	6,0
2017	12,1
2018	40,9
2019	275,3
2020	1002,5
2021	5978,7
2022	10886,8
2023	13263,8
2024	15211,5

1-jadval ma'lumotlari elektron tijoratning barqaror va yuqori sur'atli kengayishini tasdiqlaydi. Aylanmaning ortishi pochta tarmog'i zimmasiga yetkazib berish hajmining oshishini yukladi, ammo ayni vaqtda barqaror daromad manbasini ham vujudga keltirdi. Sohaning makroiqtisodiy ahamiyati elektron tijoratning yalpi ichki mahsulotdagi ulushi izchil o'sib borayotgani bilan ham izohlanadi [15].

Talab o'sishini qondirish uchun milliy pochta operatori keng tarmoqli infratuzilmaga tayanadi. Tarmoq tarkibida 14 ta hududiy filial, 21 ta tumanlararo pochta aloqasi, 143 ta hududiy pochta aloqasi, 1804 ta pochta bo'limi hamda shahar va tumanlardagi 1414 dan ortiq yetkazib berish nuqtasi faoliyat yuritadi [13]. Mamlakatning eng chekka hududlarini ham qamrab oluvchi bunday tarmoq elektron tijorat uchun qulay yetkazib berish zaminini yaratadi va olis joylarda yashovchi aholini onlayn savdoga jalb etish imkonini beradi.

Infratuzilmaning raqamlashuvi xizmat sifatini sezilarli yaxshiladi. Milliy operator to'lovlarni qabul qilish va pul o'tkazmalarini avtomatlashtirilgan tizim asosida "AVVAL" brendi ostida yangiladi hamda mobil ilovasini ishga tushirdi; elektron

tijorat ishtirokini kengaytirish maqsadida “Unisavdo.uz” milliy onlayn savdo maydonchasini yo‘lga qo‘ydi [11]. Bundan tashqari, veb-platforma orqali davriy nashrlarga onlayn obuna xizmati joriy etilib, 250 turdan ortiq nashrga raqamli tarzda obuna bo‘lish imkoniyati yaratildi [10]. Bunday raqamli xizmatlar pochta bo‘limlarini ko‘p funksiyali xizmat markazlariga aylantirdi.

Pochta sohasi va elektron tijorat o‘rtasidagi funksional aloqalarni yaxlit tizim sifatida tasavvur etish mumkin. Elektron tijorat platformasida shakllangan buyurtma, onlayn to‘lov va raqamli identifikatsiya pochta biznes jarayonlarining kirish bo‘g‘inini tashkil etadi. So‘ngra jo‘natma qabul qilinadi va kodlanadi, avtomatik saralash hamda marshrutlash orqali kuzatuv ostiga olinadi, logistik tashish va hududiy markazlar bosqichidan o‘tib, “oxirgi mil” yetkazib berish bilan yakunlanadi. Yetkazib berish bo‘yicha ma‘lumotlarni platformaga qaytaruvchi aloqa kanali esa jarayonni uzluksiz takomillashtirishni ta‘minlaydi. Ushbu zanjirning har bir bo‘g‘ini raqamlashtirilganda umumiy samaradorlik ortadi.

Tahlil natijalari pochta biznes jarayonlari samaradorligini oshiruvchi bir nechta yetakchi yo‘nalishni aniqladi. Birinchidan, avtomatlashtirilgan saralash va real vaqtli kuzatuv tizimlari xizmat tezligi hamda shaffofligini oshiradi [2]. Ikkinchidan, hududiy logistika markazlarini optimallashtirish va transport yo‘nalishlarini raqamli modellashtirish “oxirgi mil” xarajatlarini kamaytiradi [12]. Uchinchidan, raqamli to‘lov vositalari va mobil ilovalarning integratsiyasi mijoz tajribasini yaxlitlashtiradi [11]. To‘rtinchidan, keng hududiy qamrov olis hududlardagi talabni qondirib, bozorni kengaytiradi [13].

Aniqlangan yo‘nalishlarning birgalikdagi ta‘siri pochta operatorining elektron savdo ekotizimidagi mavqeyini mustahkamlaydi. Avtomatlashtirish tezlik va aniqlikni, logistik optimizatsiya tejamkorlikni, raqamli xizmatlar mijoz sodiqligini, keng tarmoq esa qamrov ustunligini ta‘minlaydi. Ushbu omillarning uyg‘un harakati pochta sohasini elektron tijoratning ishonchli infratuzilmaviy tayanchiga aylantiradi va milliy operatorning raqobat salohiyatini oshiradi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

O‘tkazilgan tahlil pochta xizmatlarini rivojlantirishda elektron tijorat va biznes jarayonlar o‘rtasidagi chambarchas bog‘liqlikni tasdiqladi. Elektron tijorat aylanmasining barqaror o‘sishi pochta tarmog‘i uchun yangi talab va daromad manbasini yaratdi, keng infratuzilma esa onlayn savdo uchun qulay yetkazib berish zaminini ta‘minladi. Biznes jarayonlarni raqamlashtirish - avtomatik saralash, raqamli kuzatuv, logistik optimizatsiya va raqamli to‘lov tizimlari - xizmat tezligi, shaffofligi va mijoz qoniqishini izchil oshirdi.

Olingan natijalar asosida quyidagi amaliy tavsiyalar shakllantirildi:

1) hududiy logistika markazlarini geografik talab oqimiga muvofiq optimallashtirish va transport yo‘nalishlarini raqamli modellashtirish orqali “oxirgi mil” xarajatlarini kamaytirish maqsadga muvofiqdir;

2) avtomatlashtirilgan saralash va real vaqtli kuzatuv tizimlarini bosqichma-bosqich kengaytirib, jo‘natmalar oqimi ustidan to‘liq raqamli nazoratni o‘rnatish lozim;

3) milliy onlayn savdo maydonchasi va raqamli to'lov vositalarini yagona ekotizimga integratsiyalab, mijoz tajribasini boshidan oxirigacha uzluksiz qilish tavsiya etiladi;

4) qishloq va olis hududlardagi pochta bo'limlarini ko'p funksiyali xizmat markazlariga aylantirib, elektron tijorat qamrovini kengaytirish samarali natija beradi;

5) xalqaro pochta ittifoqining metodik qo'llanmalari va integral baholash mezonlariga tayangan holda xizmat sifatini muntazam monitoring qilish foydalidir.

Mazkur yo'nalishlarning izchil amalga oshirilishi milliy pochta operatorining raqobat salohiyatini mustahkamlaydi va uni elektron tijoratning ishonchli infratuzilmaviy tayanchiga aylantiradi. Kelgusi tadqiqotlarda raqamli logistika investitsiyalarining iqtisodiy qaytim darajasini miqdoriy modellashtirish istiqbolli yo'nalish bo'lib qoladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Universal Postal Union. The State of the Postal Sector 2024. - Bern: UPU, 2024. URL: <https://www.upu.int/en/publications/2ipd/the-state-of-the-postal-sector-2024>

2. Universal Postal Union. 2024 State of the Postal Sector report charts roadmap for longevity. - 2025. URL: <https://www.upu.int/en/news/2025/april/2024-state-of-the-postal-sector-report-charts-roadmap-for-longevity>

3. Universal Postal Union. Postal Statistics 2024. - Bern: UPU, 2024. URL: <https://www.upu.int/en/publications/statistics/postal-statistics-2024>

4. Universal Postal Union. Integrated Index for Postal Development (2IPD). URL: <https://www.upu.int/en/Universal-Postal-Union/Activities/Research-Publications/Integrated-Index-for-Postal-Development>

5. Universal Postal Union. E-Commerce Programme and E-commerce Guide. URL: <https://dig.watch/actor/universal-postal-union>

6. O'zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo'mitasi. Elektron tijorat savdo hajmi (yillik), 2016-2024. URL: https://api.siat.stat.uz/media/uploads/sdmx/sdmx_data_2833.pdf

7. O'zbekiston Respublikasi 2022-yil 29-sentabr O'RQ-792-son "Elektron tijorat to'g'risida"gi Qonuni <https://lex.uz/docs/-6213382>

8. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2024-yil 26-dekabr 885-son "O'zbekiston Respublikasida elektron tijorat sohasini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Qarori <https://lex.uz/uz/docs/-7282643>

9.. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 5-oktabr PF-6079-son "“Raqamli O'zbekiston - 2030” strategiyasi to'g'risida”gi Farmoni, <https://lex.uz/docs/-5030957>

10. O'zbekiston Respublikasi Raqamli texnologiyalar vazirligi. Pochta sohasi va raqamli xizmatlar. URL: <https://mitc.uz/uz/pages/post>

11. Gov.uz. Pochta: "AVVAL" to'lov tizimi va "Unisavdo.uz" milliy onlayn savdo maydonchasi. URL: https://gov.uz/oz/digital/activity_page/post

12. Digital Transformation and Artificial Intelligence (TSUE). "O'zbekiston pochta" AJda logistika va xizmat ko'rsatish sifatini yaxshilashning asosiy yo'nalishlari. URL: <https://dtai.tsue.uz/index.php/dtai/article/view/v4i110>

13. Daryo. O‘zbekistonda elektron tijorat qanday rivojlanmoqda? - 2023. URL: <https://daryo.uz/2023/09/26/ozbekistonda-elektron-tijorat-kecha-va-bugun>
14. Sodikov A. O‘zbekistonda elektron tijorat rivojlanish bosqichlari va tahlili. - CyberLeninka. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ozbekistonda-elektron-tijorat-rivojlanish-bosqichlari-va-tahlili>
15. O‘zbekistonda elektron tijoratning YAIMdagi ulushi va iqtisodiy o‘shishga ta’siri. - Phoenix Publication, TTVVAL. URL: <https://phoenixpublication.net/index.php/TTVAL/article/view/9937>



Marketing

ilmiy, amaliy va ommabop jurnali

Muharrir:

Ingliz tili muharriri:

Rus tili muharriri:

Musahhih:

Sahifalovchi va dizaynerlar:

Xakimov Ziyodulla Axmadovich

Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich

Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li

Karimova Shirin Zoxid qizi

Sadikov Shoxrux Shuxratovich

Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

2026-yil, may, 5-son

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar mas'ul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelavermasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga murojaat qilish mumkin. Ilmiy maqola, ommabop maqola, reklama, hikoya va boshqa ilmiy-ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

Elektron pochta:

info@marketingjournal.uz

Bot:

[@marketingjournalbot](https://t.me/@marketingjournalbot)

Tel.:

+998977838464, +998939266610

Jurnalning rasmiy sayti: <https://marketingjournal.uz>

Marketing jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2024-yil 04-oktabrdagi 332/5 sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali 2024-yil 15-martdan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan **C-5669517** reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan. **Litsenziya raqami: №240874**



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnalining xalqaro darajasi: **9710**. ГОСТ 7.56-2002 " Seriyali nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlataro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**