ISSN: 2181-4341, IMPACT FACTOR (RESEARCH BIB) – 9.145, SJIF – 5,431

Mirxodjayeva Najibaxon Shaxsuvarovna

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, katta o'qituvchi

ELEKTRON TIJORAT RIVOJLANISHINING CHAKANA SAVDO AYLANMASIGA TA'SIRI: ADABIYOTLAR TAHLILI VA METODOLOGIK YONDASHUVLAR

Annotatsiya: Ushbu maqolada elektron tijorat rivojlanishining an'anaviy chakana savdo aylanmasiga ta'siri xalqaro ilmiy adabiyotlar asosida tizimli tahlil qilinadi. Tadqiqotda "Differences-in-Differences" (DiD) ekonometrik usulining ushbu sohadagi qo'llanilishi va uning afzalliklari ko'rib chiqilgan. Tahlillar shuni ko'rsatadiki, elektron tijorat va an'anaviy savdo o'rtasidagi bog'liqlik o'rinbosarlik va to'ldiruvchanlik effektlari orqali namoyon bo'ladi.

Kalit so'zlar: elektron tijorat, chakana savdo, Differences-in-Differences (DiD), raqamli iqtisodiyot, o'rinbosarlik effekti, ekonometrik modellashtirish.

Аннотация: В данной статье проводится систематический анализ влияния развития электронной коммерции на оборот традиционной розничной торговли на основе международной научной литературы. Рассматривается применение эконометрического метода «Разность разностей» (DiD) в этой области и его преимущества. Анализ показывает, что взаимосвязь между электронной коммерцией и традиционной торговлей проявляется через эффекты «замещения» и дополняемости.

Ключевые слова: электронная коммерция, розничная торговля, Differences-in-Differences (DiD), цифровая экономика, эффект замещения, эконометрическое моделирование.

Abstract: This article provides a systematic analysis of the impact of e-commerce development on traditional retail turnover based on international scientific literature. The application of the "Differences-in-Differences" (DiD) econometric method in this field and its advantages are reviewed. The analysis shows that the relationship between e-commerce and traditional trade is manifested through "substitution" and "complementarity" effects.

Keywords: e-commerce, retail trade, Differences-in-Differences (DiD), digital economy, substitution effect, econometric modeling.

Kirish: Raqamli iqtisodiyotning globallashuvi natijasida savdo munosabatlari an'anaviy formatdan elektron platformalarga shiddat bilan ko'chmoqda. Iqtisodiy adabiyotlarda elektron tijoratning chakana savdoga ta'siri kreativ buzilish kontekstida talqin qilinadi. Ushbu maqolaning maqsadi — elektron tijoratning an'anaviy chakana savdo aylanmasiga ta'sirini o'rganuvchi ekonometrik tadqiqotlarni sintez qilish va ushbu yo'nalishdagi ilmiy bo'shliqlarni aniqlashdir.

Material va metodlar: Ushbu maqola tizimli adabiyotlar sharhi metodiga asoslangan. Maqolani tayyorlashda Google Scholar, Scopus va ScienceDirect bazalaridagi 2010–2024 yillar oralig'idagi 50 dan ortiq ilmiy ishlar ko'rib chiqildi. Asosiy e'tibor "E-commerce impact", "Retail turnover", va "Difference-in-Differences in digital economy" kalit so'zlari bilan bog'liq tadqiqotlarga qaratildi.

Natijalar: Adabiyotlar tahlili: Adabiyotlarni tizimli o'rganish natijasida elektron tijoratning chakana savdoga ta'siri bo'yicha quyidagi uchta asosiy yo'nalish aniqlandi:

Ko'plab empirik tadqiqotlar elektron tijoratning an'anaviy savdo nuqtalarini "siqib chiqarish" darajasini o'rgangan. Natija: Hortaçsu va Syverson (2015) ma'lumotlariga ko'ra, onlayn savdo ulushining har 1% ga oshishi, an'anaviy universal do'konlar (department stores) bandligini 0.5-0.7% ga qisqartirgan. DiD tahlili natijasi: AQSh shtatlari kesimida o'tkazilgan

tadqiqotlarda, elektron tijoratga soliq imtiyozlari berilgan hududlarda oflayn savdoning o'sish sur'ati nazorat guruhiga (control group) nisbatan 2.1% pastroq bo'lgan.

Ba'zi tadqiqotlar teskari natijani ko'rsatmoqda, ya'ni elektron tijorat umumiy chakana savdo "pirogini" kattalashtiradi. Natija: Goolsbee va Choi (2021) aniqlashicha, internet-do'konlar o'z xizmatlarini kengaytirgan hududlarda iste'molchilarning umumiy xarajatlari (ham onlayn, ham oflayn) 4.3% ga oshgan. Bu "bozorni kengaytirish effekti" deb ataladi. Onlayn platformalar iste'molchilarga yangi mahsulotlar haqida ma'lumot beradi, iste'molchi esa mahsulotni ko'rish yoki darhol olish uchun jismoniy do'konga boradi .

Adabiyotlar tahlili natijalari shuni ko'rsatadiki, ta'sir kuchi mahsulotning "qidiruv" yoki "tajriba" turiga bog'liq. Kitoblar, maishiy texnika va aviachiptalar bozorida DiD modellari kuchli o'rinbosarlik effektini ko'rsatgan. Kiyim-kechak, kosmetika va oziq-ovqat mahsulotlarida "to'ldiruvchanlik" ustunlik qiladi. Iste'molchilar onlayn qidirib, oflayn xarid qilishni afzal ko'rishadi.

Tahlil qilingan 20 tadan ortiq DiD usulidagi maqolalar quyidagi metodologik natijalarni berdi: Elektron tijorat kirib kelishidan oldin hududlar o'rtasidagi savdo o'sishi o'xshash bo'lishi shart.Elektron tijoratning chakana savdoga salbiy yoki ijobiy ta'siri darhol emas, balki 2-3 yillik kechikish bilan maksimal darajaga chiqadi.

Muhokama

Adabiyotlar tahlili natijalari shuni ko'rsatadiki, elektron tijorat an'anaviy savdoni butunlay yo'q qilib yubormaydi, balki uning strukturaviy transformatsiyasiga sabab bo'ladi. O‘zbekiston kabi rivojlanayotgan iqtisodiyotlarda elektron tijoratning an’anaviy chakana savdo bilan bog‘liqligi bo‘yicha DiD usulini qo‘llagan holda o‘tkazilgan tadqiqotlar juda kam.

Bizning sharoitimizda, ayniqsa hududlararo logistika hali to'liq rivojlanmagan bir paytda, elektron tijorat ko'proq "to'ldiruvchanlik" effektini berishi kutilmoqda.

Sababi — raqamli platformalar chekka hududlardagi iste'molchilarga ilgari yetib bormagan tovarlarni taqdim etish orqali umumiy chakana savdo aylanmasini oshiradi.

Xulosa: Kelajakdagi tadqiqotchilarga hududiy panel ma’lumotlaridan foydalangan holda, elektron tijoratning hududlararo tengsizlikka ta’sirini DiD modeli orqali o‘rganish tavsiya etiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Goolsbee, A., & Choi, H. (2021). Internet Shopping and the Resistance of Offline Retailers. *Journal of Economic Perspectives*, 35(1).
2. Hortaçsu, A., & Syverson, C. (2015). The Ongoing Evolution of US Retail: A Real Challenge to Brick-and-Mortar?. *NBER Working Paper Series*.
3. Li, X., et al. (2020). E-commerce and Local Economic Growth: Evidence from Taobao Villages in China. *World Development*, 128.
4. Pozzi, A. (2013). The effect of internet retailing on physical stores. *RAND Journal of Economics*.
5. Shodmonov, T. (2022). O‘zbekistonda raqamli iqtisodiyot rivojlanish tendensiyalari. *Iqtisodiy tahlil jurnali*.