



O'ZBEKISTONDA ELEKTRON TIJORATNING SOHALARDA RIVOJLANISHI

Ahmedova Zulayxo Sharofaddin qizi

*Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti
magistranti*

E-mail: zulish1248@gmail.com

***Annotatsiya:** Ushbu maqolada mamlakatimizda elektron tijoratni keng qollash, uning afzalliklari va kamchiliklari haqida, qolaversa elektron tijorat sohalarning rivojlanishi borasida uni rivojlantirishga katta e'tibor qaratilgan.*

***Kalit so'zlar:** Zamonaviy elektron tijorat, elektron tijorat, muammolar va istiqbollar, e-commerce, Elektron tijorat va elektron to'lovlartizimi.*

Kirish

Axborot texnologiyalarining rivojlanishi oqibatida elektron tijorat tizimi ham yangi bosqichga ko'tarildi. Mamlakatimiz yangi iqtisodiy bosqichga ko'tarilishi oqibatida barcha sohalarda keng ko'lamlilik ishlar amalga oshirildi. O'zbekistonda "Elektron tijorat" to'g'risidagi birinchi qonuni 2004-yilda qabul qilingan. O'zbekistonda ham Prezidentimiz Sh. M. Mirziyoyev tomonidan bu sohani rivojlantirishga juda katta e'tibor berilmoqda. Hozirgi kunda tadbirkorlikni rivojlantirish, axborot kommunikatsiya texnologiyalarni yanada takomillashtirish masalalariga alohida to'xtalib o'tdilar. Buning misoli tariqasida davlatimiz rahbari tomonida tashkil etilgan va global mashtabda xizmat ko'rsatayotgan elektron tijorat platformalarini shakllantirish va ulardan samarali foydalanish imkoniyatiga ega bo'lishdi. O'zbekistonda davlat organlari elektron tijoratni rivojlantirishda, dunyotajribasida keng qo'llanilgan quyidagi prinsiplarga amal qilishmoqda.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoyevning 2020 yil 5 oktyabrdagi "Raqamli O'zbekiston - 2030" strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PF-6079-son Farmonida "Elektron tijorat va elektron to'lovlar tizimini rivojlantirish maqsadida quyidagi tadbirlar amalga oshiriladi: axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini, shu jumladan mijozlarni masofadan aniqlash tizimlarini joriy etish orqali masofaviy bank xizmatlarini rivojlantirish; xalqaro elektron tijorat standartlari va zamonaviy axborot xavfsizligi talablariga rioya qilish uchun elektron tijoratni rivojlantirishning huquqiy asoslarini, shuningdek, mavjud standartlar va elektron tijorat qoidalarini takomillashtirish va yangilash; raqamli infratuzilmani rivojlantirish, mobil va simli Internet jahon axborot tarmog'i qamrovi va tezligini yanada oshirish orqali elektron tijorat platformalariga shaxsiy raqamli uskunalardan ulanish imkoniyatlari va ko'lamlarini oshirish va hokazolar" amalga oshirish belgilab



berilgan.

O‘zbekistonda elektron tijorat bozoridagi o‘shish darajasi

O‘zbekistonda elektron tijorat bozorining transformatsiyasi keng tus olmoqda. Chunonchi “Uretail.uz” ma'lumotlariga ko'ra, 2022-yil yakunlari bo'yicha, mamlakatda internetdan faol foydalanuvchilar 9,6 mln bo'lgan holda bozor hajmi \$1048,9 ni tashkil qildi, bunda o'rtacha chek \$2,36 ga teng bo'ldi.

“Statista” prognozlarga ko'ra, O‘zbekiston “e-commerce” bozori ajoyib o‘shish sur’atlarini namoyon etadi va bozor hajmi 2023-yildayoq \$1567 mln ga yetadi. Yaqin besh yilga o'rtacha yillik o‘shish sur’atlari 13,93 foiz deb baholanmoqda, buning natijasida 2027-yilga kelib bozorning prognoz qilinayotgan hajmi \$2640 mln, foydalanuvchilar soni taqriban 15,9 mln kishiga yetadi, bunda foydalanuvchilar kirib borishi 2023-yildagi 38,0% dan 2027-yilga borib 42,9% ga o'sadi, bir foydalanuvchidan o'rtacha chek esa, qariyb \$117,2 ni tashkil qiladi. Ushbu raqamlar respublikaning umumiy rivojlanish statistikasiga to'liq mos keladi. Chunonchi O‘zbekistonda 2012-yildan boshlab o'rtacha yillik iqtisodiy o‘shish sur’atlari 5,9% ni tashkil qildi. Mintaqaning eng aholisi zich mamlakati sanaladigan O‘zbekiston aholisining soni keyingi 20 yilda 42% ga oshdi, YIM esa 4 barobarga kengaydi (faqat 2022- yilning o‘zida YIM o‘shishi 5,7% ni tashkil qildi).

2022-yil 31-dekabrda kuchga kirgan “Elektron tijorat to‘g‘risida”gi qonunning yangi talqini elektron tijorat, uning subyektlari va raqamli mahsulotlar hamda xizmatlarning turli toifalariga aniq ta'rif beradi. Hujjat oldi-sotdining masofaviy xarakterini, “e-commerce” bozorining barcha ishtirokchilarining huquqlari va majburiyatlarini qat'iy belgilaydi, bu mazkur soha rivojlanishining shaffof va barqaror xarakterini ta'minlaydi. To'lovga qobil aholi tomonidan onlayn xaridlarga ishonch va talab o'sib borishi fonida onlayn ishtirokchilar o'z maydonlarini rivojlantirmoqdalar. Raqobat o'smoqda, u bilan birga tobora talabchan va ziyrak bo'lib borayotgan mijoz sadoqati uchun kurash faol avj olmoqda. Bu, ayniqsa, tovarlarni yetkazib berish tezligiga tegishli: chunonchi, oziq-ovqat chakana bozorida va umumiy ovqatlanishda soat va daqiqalarning qadri oshib bormoqda.

2022-yil 31-dekabrda kuchga kirgan “Elektron tijorat to‘g‘risida”gi qonunning yangi talqini elektron tijorat, uning subyektlari va raqamli mahsulotlar hamda xizmatlarning turli toifalariga aniq ta'rif beradi. Hujjat oldi-sotdining masofaviy xarakterini, “e-commerce” bozorining barcha ishtirokchilarining huquqlari va majburiyatlarini qat'iy belgilaydi, bu mazkur soha rivojlanishining shaffof va barqaror xarakterini ta'minlaydi. To'lovga qobil aholi tomonidan onlayn xaridlarga ishonch va talab o'sib borishi fonida onlayn ishtirokchilar o'z maydonlarini



rivojlantirmoqdalar. Raqobat o'smoqda, u bilan birga tobora talabchan va ziyrak bo'lib borayotgan mijoz sadoqati uchun kurash faol avj olmoqda. Bu, ayniqsa, tovarlarni yetkazib berish tezligiga tegishli: chunonchi, oziq-ovqat chakana bozorida va umumiy ovqatlanishda soat va daqiqalarning qadri oshib bormoqda.

ADABIYOTLAR SHARHI

Biznes strategiyasining ahamiyatli qismi bo'lib elektron tijorat (e-commerce) va elektron biznes (e-business) hisoblanadi. Biznesga axborot-kommunikatsion texnologiyalarning (AKT) kirib kelishi korxonalarining bevosita iste'molchilar bilan aloqalarida o'ziga xos inqilobni vujudga keltirdi. Jahonda elektron tijoratni rivojlanishi barcha davlatlarda bu sohani rivojlanishiga olib keldi. Iqtisodiyotning globallashuvi sharoitida iqtisodiy rivojlanishning muhim omili hisoblanadi. Hozirgi davrning muhim masalasi, strategik pozitsiyalash, firmalar tomonidan mavjud imkoniyatlarni aniqlash hamda axborotasri va yangi iqtisodiy muhit sharoitida sodda, ishchan va hayotiy e-business strategiyasi asosida, imkoniyatlardan samarali foydalanib eng yuqori foydalilik darajasiga chiqish hisoblanadi. Shu o'rinda e-commerce kichik biznesga yirik biznes subyektlari bilan raqobatlasha olish imkonini berishini alohida ta'kidlash kerak. Uzoq vaqt davomida O'zbekistonda aloqa va axborotlashtirish texnologiyalari bir-biridan ayri holda rivojlanib bordi. Aloqa sohasi o'z xizmat turlarining foydalanilish belgisiga qarab sun'iy ravishda ishlab chiqarish va noishlab chiqarish shakllarga ajratilib qaraldi, butun axborotni yaratish sohasi esa, aloqa sohasidan alohida holda shakllandi. Shu tariqa, axborot va telekommunikatsiya texnologiyalari sohasi takomillashuvi hamda kengayishi natijasida o'tgan asrning 90-yillari oxiriga kelib, ushbu sohalarda qo'llaniladigan usullar va vositalarning bog'lanib ketish jarayoni boshlandi. Ushbu jarayon «axborotlashtirish va telekommunikatsiya konvergentsiyasi» nomini oldi. Mamlakatimizda yangilanish davri talablaridan kelib chiqib, birinchi prezident I.A.Karimov O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi Qonunchilik palatasi va Senatining qo'shma majlisidagi «Bizning bosh maqsadimiz – jamiyatni demokratlashtirish va yangilash, mamlakatni modernizatsiya va isloh etishdir» nomli ma'ruzasida aloqa bozorini kelgusida rivojlantirish masalalariga alohida to'xtalib, quyidagilarni ta'kidladilar: «Tele-radio industriya bozorini rivojlantirish, bu sohada g'oyalar va dasturlarning ijodiy raqobat muhitini vujudga keltirish bo'yicha aniq chora-tadbirlar majmuini ishlab chiqish va amalga oshirish kerak. Zamonaviy raqamli axborot texnologiyalarini joriy etishni jadallashtirish zarur. O'ylaymanki, hozirgi axborot, kommunikatsiya va kompyuter asrida, internet kundan-kunga hayotimizning barcha jabhalariga tobora chuqur va keng kirib borayotgan bir paytda,



odamlarning ongi va tafakkuri uchun kurash hal qiluvchi ahamiyat kasb etayotgan bir vaziyatda bu masalalarning jamiyatimiz uchun naqadar dolzarb va ustuvor bo'lib borayotgani haqida gapirib o'tirishga hojat yo'q». Tijorat tushunchalarining klassifikatsiyasini ko'rib chiqadigan bo'lsak birinchi tushunchani AQSH olimlari A. Summer va Gr.Duncan quyidagicha berishgan: Elektron tijorat – bu subyektlar o'rtasidagi munosabat elektron tarzda (Internet texnologiyalarni qo'llagan holda) amalga oshadigan biznes jarayonningixtiyoriy shaklidir. Bu tushunchaning mohiyatiga ko'ra olimlar tomonidan ta'rif o'sha paytdagi internet tarmog'ini rivojlanish tendentsiyalariga mos keladi. 1999-yillarga kelib internet savdo tushunchasi kirib keldi. AQSH olimlari A. Summer va Gr.Duncan fikricha elektron savdo – biznes tranzaksiyasining butun sikli yoki uning bir qismi elektron tarzda amalga oshadigan tovar yoki xizmatlarni xarid qilish va sotish jarayonidir.

TAHLIL VA NATIJALAR

Elektron tijorat kundan - kunga tovar va xizmatlar assortimentini oshira boshlagan sari alohida shaxslarni, korxonalarni, sohalarni, davlat muassasalarini va nihoyat davlatlarni bir hamjamiyatga birlashtirib, hamkorlarning o'zaro ta'siri axborot va telekommunikatsion texnologiyalar yordamida samarali va to'siqlarsiz kelishuvlarga erishishiga imkon berdi. Elektron tijorat o'z - o'zidan mahsulot sotish va xizmat ko'rsatish va etkazib berish shartnomalarini tuzishda ikkita: moddiy va nomoddiy oqimlar, oqim xizmati bilan bog'liq: Nomoddiy oqimlar nomoddiy tovarlar (dasturiy ta'minot, bino loyihalari va b.) ni to'g'ridan - to'g'ri tarmoqli uzatish, moddiy xizmatlar (transport chiptalari, mehmonxonalarda xonalar va x.k. buyurtmasi)ning to'g'ridan - to'g'ri tarmoqli bajarilishi, hamkorlar (mijozlar, buyurtmachilar, etkazib beruvchilar, subpudratchilar, banklar va b.) bilan moliyaviy tarmoqli hisobotlar, moddiy xizmatlarni etkazib berishni axborot va telekommunikatsion qo'llab – quvvatlash natijasida yuzaga keladi. "Elektron tijorat" termini EDI (Elektronic Data Interchange - ma'lumotlarni elektron almashish), elektron pochta, internet, intranet (kompaniya ichida axborot almashish) va ekstranet (tashqi dunyo bilan axborot almashish) kabi texnologiyalarni o'z ichiga oladi. O'z navbatida Elektron tijorat tizimini uch sinfga bo'lish mumkin:

- Tadbirkorlar va Hukumat o'rtasidagi aloqa o'rnatish (biznes-hukumat, B2G); Misol uchun AQSh hukumati davlat xaridlari rejasiga kiritilgan tovar va xizmatlar ro'yxatini Internet orqali e'lon qiladi, unga qiziqqan kompaniyalar esa o'z takliflarini elektron ko'rinishda yuboradi. Maxsus ishlab chiqilgan tizim kompaniyalar yuborgan takliflar ichidan eng ma'qulini tanlaydi va hukumat u bilan shartnoma tuzadi.

- Chakana savdoni tashkil qilishbo'yicha (biznes-iste'molchi,



B2C); Bunga misol sifatida chakana savdo bilan shug'ullanuvchi internet-do'konlarni olishimiz mumkin. Tijoriy operatsiyalarning bunday usulda amalga oshirilishi mijozga mahsulot yoki xizmatni xarid qilish jarayonini soddalashtirish hamda tezlashtirish imkonini beradi. Chunki, Internet orqali xarid qilinganda kerakli mahsulotni sotib olish uchun ko'chaga chiqish, do'konga borish uchun vaqt sarflash shart emas. Shunchaki, sotuvchining saytiga kirib, kerakli mahsulotning xarakteristikasi bilan tanishib, kerakli konfiguratsiyani tanlab, uni uygacha yetkazib berish sharti bilan sotib olish mumkin.

- Biznes hamkor bilan aloqlar o'rnatish (biznes-biznes, B2B); yuridik shaxs ikkinchi bir korxonaga bilan elektron savdo-sotiqni amalga oshiradi. U bugungi kunda elektron tijoratning eng yirik hajmli, eng tez rivojlanayotgan hamda isiqbolli yo'nalishi sanaladi. Maxsus ishlab chiqilgan internet-platformalar kompaniyalarga bir-birlari bilan turli tijorat operatsiyalarini amalga oshirishlarida barcha bosqichlarda qo'l kelmoqda. Bunday platformalar ikki kompaniya o'rtasidagi biznes-tranzaksiyalarining operativ ravishda amalga oshirilishiga yordam beribgina qolmay, savdo-sotiqning nisbatan ochiq, ya'ni shaffof bo'lishiga ham yordam bermoqda.

- Iste'molchilar o'rtasidagi savdo (iste'molchi-iste'molchi, C2C); Odatda, C2C-sxemasidagi tijoriy operatsiyalar internet-auksion saytlarida amalga oshiriladi. Bunday turdagi saytlar ichida hozirda AQShning "eBay" internet-auksioni butun dunyo bo'ylab mashhurdir.

- Davlatlar orasidagi aloqa (hukumat-hukumat, G2G). saylovlar; bojxona, soliq, huquqni muhofaza qilish sohasiva boshqarishni avtomatlashtirish; hamkorlik tizimi; hududiy axborot tizimi.

ZAMONAVIY ELEKTRON TIJORAT

Xozirgi kunda raqamli iqtisodiyot rivojlanayotgan davrda elektron tijorat texnologiyalarini rivojlantirishga kirishgan kompaniya va tashkilotlar juda ko'p. Bularidan biri *Starbucks* kompaniyasi bo'lib bugungi kunda bu kompaniya o'zini texnologik kompaniya deb biladi. Elektron tijoratda asosiy masalalardan biri *Starbucks*ning qanday qilib raqamli va ijtimoiy tijoratga o'tayotganidir. Bu borada *Starbucks* dunyodagi eng yirik qahvaxona tarmog'idir, uning 23 768 chakana savdo do'koni mavjud. Ko'p odamlar *Starbucks* ni mijozlar kirib qahva va boshqa narsalar sotib olib iste'mol qiladigan va yana o'z ishlari bilan mashg'ul bo'lish uchun ketadigan joy deb o'ylashadi. Aslida esa buning aksi. *Starbucks* o'zini raqamli va ijtimoiy kompaniyaga aylantirmoqda. Uzoq vaqt davomida *Starbucks* o'zining AQSh va Kanadadagi do'konlarida bepul Wi-Fi Interneti mavjudligi bilan yoshlarni jalb qilib kelgan. Biroq, so'nggi paytlarda kompaniya haqiqatan ham texnologiyaga



asoslangan kompaniya bo'lish uchun bir nechta raqamli tashabbuslarni amalga oshirdi. "Elektron tijorat"ning paydo bo'lishi muomalaga yangi atamalar, kategoriyalar va tushunchalar kiritilishi bilan bog'liqdir. Yangi atamalar bu - elektron magazin, elektron vitrina, elektron pullar, elektron to'lov tizimlari, elektron raqamli imzo va h. k. Bugungi kunda elektron tijoratni "Internet-biznes", "Internet savdo" kabiasosiy tushunchalarning turlicha ta'riflari ma'lum. Har bir muallif o'zining kasbiy tayyorgarligi va olgan tajribasiga ko'ra mazkur tushunchaga aniq ma'no kiritadi. O'zbekistonda elektron tijoratni rivojlantirish imkoniyatlari yildan yilga o'sib borayotganligini alohida ta'kidlab o'tish lozim. Uning rivojlanishi milliy ishlab chiqaruvchilarimizga yangi bozorlar ochish, yangi mijozlar topish imkoniyatlarini yaratadi. Elektron tijoratni rivojlantirish bo'yicha tanlangan va amaldagi yo'ldan to'g'ri borish, kelajakda O'zbekiston iqtisodiyotini jahon bozorining yetakchi vakillaridan biriga aylantiradi. O'zbekistonda elektron tijorat bo'yicha mavjud muammolarni hal qilishning to'g'ri yo'li tanlanganligi xalq farovonligida, jamiyatimizning taraqqiy topishida, iqtisodiy rivojlanishimizda o'z aksini topadi.

MUAMMOLAR VA ISTIQBOLLAR

Elektron tijoratning afzalliklari haqida quyidagilarni aytish mumkin:

- Vaqt va tirik mehnat xarajatlari bilan bog'liq tranzaksiya xarajatlarining kamayishi;
- Xaridlarga, to'lovlarga tezkor kirish, istalgan joydan va istalgan qulay vaqtda kirish imkoniyati;
- Xaridor o'ziga qulay vaqt, joy va tezlikda mahsulotni tanlash va sotib olish imkoniyatiga ega;
- Savdo-sotiq faoliyatini ish faoliyati bilan birga parallel ravishda, ya'ni ishlab chiqarishdan ajralmagan holda olib borish imkoniyati;
- Ko'p sonli xaridorlarning bir vaqtning o'zida bir nechta firmalarga murojaat qila olish imkoniyati;
- Kerakli mahsulotlarni tezlikda izlab topish va ushbu mahsulotlar mavjud bo'lgan korxonalariga murojaat qilishda texnika va transport vositalaridan samarali foydalanish imkoniyati; Xaridorning yashash joyi, sog'lig'i va moddiy ta'minlanish darajasidan qat'iy nazar hamma qatori teng huquqli mahsulot sotib olish imkoniyati;
- Hozirgi kundagi mavjud jahon standartlariga javob beradigan mahsulotlarni tanlash va sotish imkoniyati;

Elektron tijoratda savdoni tashkil qilish korxonalarining raqobatini kuchaytiradi, monopoliyadan chiqaradi va mahsulotlarning sifatini oshirish imkoniyatini beradi.



Elektron tijorat o'z navbatida foydalanuvchilar uchun bir qator kamchiliklarga ham ega.

Birinchidan, bu me'yoriy-huquqiy bazaning yo'qligi, buning natijasida elektron tijorat doirasida sotiladigan mahsulot yoki xizmatga nisbatan intellektual mulk huquqlarini himoya qilish muammosi mavjud.

Ikkinchidan, bular elektron tijorat xavfsizligi sohasidagi potensial tahdidlardir. Ularni minimallashtirish uchun maxfiylikni, identifikatsiyani va avtorizatsiyani kafolatlaydigan ishonchli va samarali mexanizmlardan foydalanish kerak.

Hozirgi rivojlanayotgan davrda O'zbekiston Respublikasida elektron tijoratni tadbirkorlik faoliyatining eng istiqbolli yo'nalishlaridan biri sifatida ko'rish mumkin. Soha mutaxassislarining fikricha, respublikada elektron tijoratni rivojlantirish uchun barcha zarur shart-sharoitlar va resurslar mavjud: aholining kompyuter savodxonligining o'sishi, past trafik narxlar bilan yuqori sifatli internetning butun mamlakat bo'ylab tarqalayotganligi va boshqalar. Axborot texnologiyalarining global miqyosida rivojlanishi iqtisodiyot va jamiyatdagi o'zgarishlar uchun dastakka aylandi. Bu jarayonlarning asosiy tarkibiy qismlaridan biri Internetning iqtisodiyotning barcha tarmoqlariga kirib borishidir. So'nggi paytlarda Internet orqali tijorat aloqalari doirasi sezilarli darajada kengaydi, u quyidagi tarkibiy qismlarni o'z ichiga oladi:

- internet orqali tovarlarni sotish va sotib olish;
- elektron tarmoqlardan foydalanish orqali pul mablag'larini o'tkazish;
- elektron shaklda axborot savdosi va boshqalar.

Elektron tijorat zamonaviy iqtisodiyotda juda yuqori temp bilan rivojlanayotgan sohalardan biridir. Unga biror-bir kompaniyaning raqamli texnologiyalar va ular beradigan imtiyozlarga asoslangan, foyda keltiradigan faoliyati sifatida qaraladi. Yangi tijoratmuhitiga jalb qilingan xaridorlar ma'lum imkoniyatlar va imtiyozlarga ega bo'ladilar. Tashkilotlar oldida turgan vazifalari axborot-kommunikatsiyateknologiyalari imkoniyatlaridan foydalangan holda ancha tez va eng kam xarajatbilanhal etilmoqda.

O'zbekiston Respublikasining yirik kompaniyalari, kichik va o'rta biznes vakillari O'zbekiston Respublikasi iqtisodiyotini rivojlantirishimkoniyatiga ega bo'lib turgan shunday paytda mamlakat iqtisodiyotining ulushiortib borayotgan elektron qismini egallay boshladi. O'zbekistonda electrontijoratni rivojlantirish bilan bir qatorda bu sohaning takomillashishiga to'sqinlik qilayotgan bir qancha muammolar ham mavjud. Bu muammolarning tezkor va aniq yechilishi bugungi kunning muhimtalablaridan biri hisoblanadi. Chunki aynan quyidagi yechimini kutayotgan



masalalar jahon tajribasida keng tarqalgan bo'lib, ularning to'g'ri hal qilinmasligi oqibatida bu sohada jiddiy inqirozlar vujudga kelishi mumkin. Birinchidan, zarur infrastrukturaning hali ham yetarli darajada takomillashmagani. Quyida bir nechta misollar keltiramiz: internetning global tarmog'i bilan to'gridan-to'g'ri bog'langan provayderlar soni cheklangan miqdorda va buning natijasida internet mijozlarga provayder o'rtasida biridan ikkinchisiga tashish orqali yetkazilmoqda, ma'lumki bunday holat xizmat ko'rsatishning sifatiga salbiy ta'sir ko'rsatadi. Viloyatlarda ko'rsatilayotgan internet xizmatining sifat ko'rsatkichlari poytaxtdagi holat bilan solishtirganda sezilarli darajada yomon. Ajratilgan ulanish (ADSL modem) uchun yetarli shart-sharoitning yaratilmaganligi natijasida mijozlar to'gridan to'g'ri qo'ng'iroq qilish orqali (Dialup) ulanishdan foydalanishadi. Bu o'z navbatida xizmat sifatining yetarli darajada bo'lmasligiga olib keladi. Ikkinchidan, internet foydalanuvchilarining miqdori shunday darajadagi, bu holat elektron tijorat bilan shug'ullanish uchun zarur bo'lgan yirik bozor yaratish imkonini bermaydi (O'zbekiston bo'yicha internet foydalanuvchilarining soni 2,5 mln. dan ortiq 4). To'g'ri oxirgi yillarda bu sohada bir qancha ijobiy natijalarga erishilmoqda, lekin bu faqatgina ma'lum bir hududlarda (asosan poytaxt va ba'zi bir viloyat markazlar) o'smoqda. Ko'pchilik viloyatlarda bunday holat haligacha muammoligicha qolmoqda. Ma'lumki, yetarlicha hajmdagi bozorga ega bo'lmasdan turib elektron tijorat faoliyatini yuritish ixtiyoriy tadbirkor uchun zarardir.

Uchinchidan, jismoniy shaxslarning bank hisob raqamlaridan on-line to'lovni amalga oshirishni ta'minlaydigan ishonchli tizimning rivojlanmaganligi. Banklarimiz tomonidan chiqarilayotgan plastik kartochkalardan faqatgina maxsus terminallardan foydalanib to'lovni amalga oshirishimiz mumkin, xalqaro tajribada esa plastik kartochkalar yordamida, to'lovni qabul qilish uchun o'rnatilgan maxsus modullar orqali, to'g'ridan to'g'ri on-line do'konlarda to'lovni amalga oshirish mumkin. Asosiy muammo shundaki, O'zbekistonda jismoniy shaxslar uchun on-line banking xizmati keng tarqalmadi. On-line banking bank mijozlari uchun internet tarmog'ida yoki mobil aloqa yordamida o'z hisoblarini boshqarish va to'lovlarni amalga oshirish imkonini beradi. Bir necha banklar tomonidan taklif etilayotgan SMS-banking bir tomonlama bo'lib, faqatgina hisob va operatsiyalar tarixi haqida ma'lumot olish uchun mo'ljallangan. Bu holat elektron tijoratning rivojlanishiga eng katta to'siq bo'layotgan muammolardan biridir.

To'rtinchidan, mavjud internet- do'konlar faoliyatida yetarli professionallik darajasi yetishmaydi. Aloqa va axborotlashtirish agentligi chop etgan ma'lumotlarga ko'ra 1-yanvar 2008-yil holatiga bo'yicha O'zbekistonda 24 ta internet do'kon



faoliyat yuritadi. Hozirgi vaqtga kelib kompyuter va elektronmayishiy texnika mahsulotlarini sotishga bo'yicha-8, sovg'a va gullar bo'yicha-4, raqamli tovarlar bo'yicha, iste'mol va ma'ishiy tovarlar bo'yicha-3, kitob, musiqava kompakt diskda filmlar sotishga mo'ljallangan-3 do'kon mavjud. Bu Websaytlarning 4-ishlov berilish jarayonida, 4-to'lovni xalqaro to'lov tizimidagi plastickartochkalardan foydalanib amalga oshirish imkonini yaratadi, 12-WM Transfer to'lov tizimidan foydalanadi.

ELEKTRON TIJORATNING SOHALARDA RIVOJLANISHI

Hozirgi davrga kelib elektron tijorat turli sohalarda rivojlanmoqda. Asosan savdo sotiq va bank sohalari tez sur'atlarda o'sib bormoqda. Elektron tijoratni rivojlantirishning asosi global internetdan foydalanish hisoblanadi. Elektron tijoratning rivojlanish darajasiga global tarmoqning kirib borish darajasi foydalanuvchilar soni kabi ko'rsatkichlar bevosita ta'sir ko'rsatadi. Texnik nuqtai nazardan O'zbekiston Respublikasi interneti mamlakatda elektron tijoratni rivojlantirishga tayyor. O'zbekiston Respublikasi hududining katta qismi internet bilan qamrab olingan: internetdan foydalanuvchilar sonining tezlik bilan o'sishi va axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining rivojlanishi kuzatilmoqda, bu tovarlar va xizmatlarni xarid qilish uchun zamonaviy axborot va kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalanadigan potensial xaridorlar soniga o'zining ijobiy ta'sirini ko'rsatmoqda. O'zbekiston Respublikasida elektron tijorat uchun infratuzilmani shakllantirish faol rivojlanmoqda. Shu bilan birga, aholi va tashkilotlarning elektron tijorat muhitiga jalb etilishi yetarli darajada emas: elektron tijoratoperatsiyalari hajmi hozirda asosan faqatgina mahalliy bozor darajasida amalga shirilmoqda. Bugungi kunda Internet orqali savdoning Asosiy yo'nalishi iste'mol tovarlarini sotish va sotib olishdir. Noyob mahsulot, masalan, eski bronza haykalcha, siz "jonli" ni ko'rishni va qo'llaringiz bilan teginishni xohlaysiz. Ammo mobil telefonlar yoki komp'yuterlar kabi keng tarqalgan mahsulotlar ham borki, odamlar faqat vizual va texnik xususiyatlari uchun buyurtma berishga tayyor. Bularning barchasi O'zbekistonda allaqachon ishlab chiqilmoqda. Mahalliy onlayn do'konlarni tashkil etish darajasi doimiy ravishda oshib bormoqda. O'z mahsulotlari yoki xizmatlarini sifat va vizual idrok etishning yuqori standartlariga javob beradigan onlayn do'konlar soni ortib bormoqda. Bu bozorning turli segmentlarida raqobat darajasining oshishi bilan bog'liq. Shu sababli, bozorda o'z mavqeini saqlab qolish uchun ishbilarmonlar doimiy ravishda o'z bizneslarini rivojlantirishlari va shu bilan O'zbekiston Respublikasida electron tijoratning rivojlanishiga hissa qo'shishlari kerak. Bugungi kunga kelib onlayn do'konlarni yaratish mahalliy onlayn biznesning istiqbolli yo'nalishlaridan biridir. Texnologiyaning jadal



rivojlanishi iste'molchilarning ushbu sohaga qiziqishining kutilmagan o'sishiga olib keldi.

XULOSA VA TAKLIF

Elektron tijorat - bu kompyuter tarmoqlaridan foydalangan holda amalga oshiriladigan barcha moliyaviy va savdo operatsiyalarini va bunday operatsiyalar bilan bog'liq biznes jarayonlarni o'z ichiga olgan iqtisodiyot sohasi.

Hukumatimizning bu sohaning muhimligini anglagan holda olib borayotgan islohotlari O'zbekistonda ham elektron tijoratning rivojlanishiga sabab bo'lmoqda. Elektron tijorat mamlakatimiz rivojlanishida muhim ahamiyat kasb etadi. Shuni hisobga olgan holda, bu soha beradigan to'siqlarni bartaraf etish zarur. Elektron tijorat yuksak darajada barcha sohalarda rivojlanmagan.

Onlayn-xaridlar yetkazib berilishining foydalanuvchi uchun qulay shakllari rivojlanishi buyurtmalarni olish punktlari (BOP), postamatlar va "eshikkacha" kuryerlik yetkazib berish variantlarining keskin ko'payishiga olib keldi. Har yili BOP va postamatlar soni karrasiga oshmoqda va hozircha har qalay, yaqin bir necha yilda bozor to'yinishi to'g'risida gapirishga erta. Hozirdayoq "e-commerce" bozori ishtirokchilari kuryerlik yetkazib berilishi va avtotransportga salmoqli talabni shakllantiryapti, buning barobarida yakuniy yetkazishgacha tovarlar saqlanadigan omborxonalar va taqsimot markazlariga talab o'smoqda. NF Group baholashiga ko'ra, Markaziy Osiyoning aksariyat mamlakatlarida omborxonalar ko'chmas mulkning ijara qiymati keskin oshib boryapti, bu bozorda maydonlar tanqisligi mavjudligini bilvosita tasdiqlaydi.

Yetkazib berishni tashkil etish modeli qanday bo'lmasin, "e-commerce" bozori uchun buyurtmalar harakatlanishining moslashuvchanligi va shaffofligini ta'minlash eng muhim nuqta bo'ladi. Bunday imkoniyatlar uzoq yo'nalishlarda ishlash bo'yicha salmoqli tajribaga ega, birinchilardan bo'lib raqamli servislarni o'zlashtirgan logistika operatorlarining zamonaviy texnologik AT-platformalarida mavjud.

Logistikani avtomatlashtirish afzalliklari

Logistik AT-platformalar bugungi kunda yagona darcha rejimida turli amaliyotlarni avtomatlashtirish imkonini beruvchi raqamli servislarni ekotizimini o'zida ifodalaydi. Ular, jumladan, quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- Yuk gabariti, hajmi va miqdori, yetkazib berish manzili, muddatlarga talablar va boshqa mezonlar inobatga olingan holda buyurtmalarni taqsimlash va yo'nalishni belgilash;
- Real vaqt rejimida yetkazib berishni monitoring va nazorat qilish;



- Dispatcher, haydovchi/kuryer va buyurtmachi o'rtasidagi kommunikatsiya;
- Hisobotlar va biznes-tahlil tuzish.

Chunonchi haydovchi yoki kuryer mobil ilovada buyurtma haqidagi barcha ma'lumotlarni ko'radi, u yerda bajarilgan vazifalarni belgilashi yoki dispatcher hamda xaridor bilan o'zaro aloqada bo'lishi mumkin. Yuk qabul qiluvchi avtomatik ravishda yetkazib berish muddatlari haqida xabar oladi va jarayonning har bir ishtirokchisi har bir reys yakunlangach, onlayn-hisobot bilan tanishishi mumkin.

Zamonaviy raqamli logistik AT-platformalar sun'iy intellekt texnologiyasi yordamida innovatsion qayta qurilish bosqichini boshdan o'tkazmoqda. Mashina ta'limi algoritmlari ijrochilarning ishonchliligini tekshirish yoki tashishning adolatli bozor narxini belgilash kabi murakkab va mehnattalab amaliyotlarni ham avtomatlashtirishga imkoniyat yaratadi.

Mordor Intelligence tahlilchilarining fikrlariga ko'ra, jahon raqamli logistika bozori 2020-2025-yillar mobaynida o'rtacha yiliga 7,89% ga o'sib boradi, bunda logistik kompaniyalarga biznes-jarayonlarni raqamlashtirishda xarajatlarni qisqartirish imkonini beruvchi o'sish drayverlaridan biri butun yetkazib berish zanjiri bo'ylab birgalikda ishlashni ta'minlovchi "bulutli" yechimlar bo'ladi. Hozirdanoq keskin o'sish bosqichiga o'tgan O'zbekistondagi "e-commerce" bozori uchun barcha jarayonlarga raqamli logistika texnologiyalarini tatbiq etishni, hech bir mubolag'asiz, tengi yo'q trend deb atash mumkin.

Shuni bemalol ta'kidlash mumkinki, O'zbekistonda elektron tijoratning rivojlanishi O'zbekiston mehnat bozori strukturasi uchun ijobiy ta'sir ko'rsatib, yuqori axborot texnologiyalarini sanoatlashtirish minglab yangi ish o'rinlarini yaratadi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. R.X.Ayupov va boshqalar. O'zbekistonda elektron biznes: muammolar va yechimlar / - T.: TMI, 2016.
2. "Tijorat siri" to'g'risida O'zbekiston Respublikasining Qonuni, O'zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari to'plami, 2014-yil, 37-sonli, 463-modda; Qonunchilik palatasi tomonidan 2014-yil 18 iyunda qabul qilingan, Senat tomonidan 2014-yil 28 avgustda ma'qullangan.
3. Adasheva M.U., Kazakov R.T. Internetda interaktiv xizmatlar. O'zDJTI nashriyot-matbaa bo'limi, 2015 yil.
4. Nabijonov O., Shavkatova Sh., Sattorova S. (2022). THEORETICAL FOUNDATIONS OF THE STRATEGY FOR MINIMIZING PRODUCTION COSTS AT ENTERPRISES. Eurasian Journal of Law, Finance and Applied Sciences, 2(7), 27–29. retrieved from <https://in-academy.uz/index.php/EJLFAS/article/view/1918>



5. Nabijonov Otabek Ganievich and Sh. A. Kholbutaeva (2022). THE ROLE OF CONSULTING IN A MODERN MARKET ECONOMY. *Central Asian Academic Journal of Scientific Research*, 2 (2), 5-8.
6. Холикова Рухсора Санжаровна и Бахтиеров Ахмадбек Феруз-оглу. (2023). ИТОГИ электронной ТОРГОВЛИ, СОЗДАНИЕ УСКОРЯЮЩЕЙСЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ. *Зона электронной конференции*, 40-43. Извлечено из <http://econferencezone.org/index.php/ecz/article/view/1876>
7. Бахтиеров, А. (2022). Торгово-экономические показатели с помощью цифровой экономики. *Gospodarka i Innowacje.*, 24, 720-726.
8. Бахтиеров, А. (2023). ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОБОЧНЫЕ ЭФФЕКТЫ СИСТЕМЫ ОТКРЫТОГО РЫНКА Для РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАН. *Решение социальных проблем в управлении и экономике*, 2(8), 9-11.

