

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ АХБОРОТ
ТЕХНОЛОГИЯЛАРИ ВА КОММУНИКАЦИЯЛАРИНИ
РИВОЖЛАНТИРИШ ВАЗИРЛИГИ
ТОШКЕНТ АХБОРОТ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИ УНИВЕРСИТЕТИ**

**ИҚТИСОД ВА БОШҚАРУВ ФАКУЛЬТЕТИ
АКТ СОҲАСИДА ИҚТИСОД ВА МЕНЕЖМЕНТ КАФЕДРАСИ**

Қўлёзма ҳуқуқида

УДК: 33:004(575.1)

ЮНУСОВ АБДУКАҲҲОР АБДУСАИДОВИЧ

**ИҚТИСОДИЁТНИ МОДЕРНИЗАЦИЯЛАШ ШАРОИТИДА
ЭЛЕКТРОН ТИЖОРАТНИ АҲАМИЯТИ ВА РИВОЖЛАНТИРИШ
ИСТИҚБОЛЛАРИ**

5A350301- АКТ соҳасида иқтисодиёт ва менежмент

Магистр академик даражасини олиш учун

тақдим этилган диссертация

Илмий рахбар:

И.ф.д.,проф. Иминов Т.К.

ТОШКЕНТ 2015

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ АХБОРОТ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИ ВА
КОММУНИКАЦИЯЛАРИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ВАЗИРЛИГИ
ТОШКЕНТ АХБОРОТ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИ УНИВЕРСИТЕТИ**

Факультет: АКТ соҳасида иқтисодиёт
ва менежмент

Кафедра: Менежмент ва маркетинг

Ўқув йили: 2014 – 2015 йй.

Магистратура талабаси: А.А. Юнусов

Илмий раҳбар: Т.К. Иминов

Мутахассислиги: 5А350301- АКТ соҳасида
иқтисодиёт ва менежмент

МАГИСТРЛИК ДИССЕРТАЦИЯСИ АННОТАЦИЯСИ

Мавзунинг долзарблиги: Электрон тижоратни ривожлантиришга бизнинг мамлакатимизда ҳам кенг эътибор берилаяпти. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2013 йилда республикани ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш яқунлари ва 2014 йилги иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор вазифаларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг 2014 йилнинг 17 январдаги йиғилишида «Электрон тижоратни ривожлантириш бўйича чора-тадбирларни жорий этиш муҳим аҳамиятга эга. Ҳозирги пайтда мамлакатимизда 10 миллиондан зиёд пластик карточка муомалага чиқарилган бўлиб, уларнинг қарийб 2 миллион 500 мингтаси онлайн карточкалардир. Бугунги кунда телекоммуникация ва коммунал хизматлар учун тўловларни Интернет орқали тўлаш мумкин. Энг қисқа муддатларда бу борадаги ғов ва тўсиқларни бартараф этиш, ушбу қоҳани янада ривожлантириш керак», — деб кўрсатгани мазкур соҳанинг долзарб аҳамиятлилигини ва уни ривожлантириш ҳамда ҳукукий тартибга солинишини такомиллаштириш заруратини намоён қилади. Мамлакатимизда ўтказилаётган иқтисодий ислохотлар халқ хўжалигининг етакчи соҳаларини либераллаштиришга қаратилган бўлиб, электрон тижорат соҳаси ҳам бундан мустасно эмас ва айнан шу диссертация ишининг долзарблигини белгилаб беради.

Тадқиқотнинг мақсади ва вазифалари: Ахборотлашган иқтисодиёт шаклланаётган бир пайтда мамлакатимизда электрон тижоратни ривожлантиришга оид тақлиф ва тавсиялар ишлаб чиқишдан иборат.

Тадқиқот ишининг вазифалари. Белгиланган мақсаддан келиб чиққан ҳолда тадқиқот вазифалар қуйидагилардан иборат: Ахборотлашган иқтисодиёт шаклланиши шароитида электрон тижорат зарурияти ва хусусиятларини аниқлаш; Электрон тижорат тушунчаси ва анъанавий савдо турларидан фарқини белгилаш; Ўзбекистонда электрон тижоратни ривожланишини ҳукукий меъёрларини таҳлил қилиш; Миллий иқтисодиётни модернизациялашда электрон тижоратни тутган урни ва аҳамиятини аниқлаш; Электрон тижоратни ривожланиш жараёнларини тадқиқ этиш; Жаҳонда электрон тижорат тизимидан фойдаланиш таҳлил қилиш; Интернет орқали савдоларни амалга оширишни ҳозирги ҳолатини ўрганиш.

Тадқиқотнинг объекти ва предмети: Диссертация ишининг объекти сифатида электрон тижоратни амалга оширувчи компаниялар олинган. Диссертация ишининг предмети сифатида эса ушбу корхоналарнинг электрон тижоратни амалга ошириш механизмлари олинган.

Тадқиқотда қўлланиладиган услублари: Тадқиқотни олиб бориш жараёнида таққослашга асосланган, график, тахлилий, иқтисодий – математик ва тизимли таҳлил услубларидан ўринли фойдаланилди.

Тадқиқотнинг илмий янгилиги даражаси: электрон тижорат тушунчасининг моҳияти ёритиб берилди республикаимизнинг электрон тижорат фанида электрон тижоратнинг ҳукукий тартибга солинишини такомиллаштиришга қаратилган масалалар тадқиқ этилган.

Тадқиқот натижаларининг амалий аҳамияти ва тадбиқи: Ўзбекистон Республикаси алоқа ва ахборотлаштириш соҳасида фаолият кўрсатаётган корхоналарда электрон тижоратни самарали қўллашга қаратилган илмий амалий тавсиялар ишлаб чиқиш ва Тошкент ахборот технологиялари университетида электрон тижорат фанида ўқув услубий қўлланма сифатида фойдаланиш мумкин.

Диссертация таркибининг қисқача тавсифи: Диссертация кириш қисмидан, уч боб, хулоса ҳамда фойдаланилган адабиётлар рўйхати ва иловалардан ташкил топган. Умумий ҳажми 109 бетдан иборат.

Хулоса ва таклифларнинг қисқача умумлаштирилган ифодаси:

Ҳозирги вақтда замонавий ахборот технологиялари бутун дунёда кенг қўлланилмоқда. Хорижий тажриба таҳлили электрон савдони ҳукукий тартибга солиш муаммосини ечиш янада кенг муаммо – электрон ҳужжат айланишини легаллаштириш муаммосининг алоҳида бир кўриниши ҳисобланади, деган хулосага келиш имконини беради.

Электрон савдони самарали ривожлантириш учун мамлакатнинг глобал ва очик бозорга интеграциялашувига ҳамда мазкур бозорга хос бўлган универсал қоидаларнинг ўзлаштирилишига имконият яратиши мумкин бўлган муайян қонунчилик стратегиясини ишлаб чиқиш талаб этилади. Электрон савдо механизмларидан айнан ташқи иқтисодий фаолиятда фойдаланиш айниқса яхши самара беради, ташқи иқтисодий контрактларни тузиш ва амалга ошириш билан боғлиқ харажатларни сезиларли даражада камайтириш, вақтни тежаш учун имконият яратади ва халқаро бозорлар янада самарали фаолият кўрсатишини таъминлайди. Шу ўринда мамлакатимизда электрон тижоратни такомиллаштириш учун қуйидаги таклифлар ишлаб чиқилган: Электрон тижорат фаолияти меъёрий базасини такомиллаштириш, В2В ва В2С секторларини ривожлантириш, интернет маркетингни йўлга қўйиш, маълум бир ҳудудларда истеъмол муддати қисқа бўлган товарларни электрон тижорат орқали савдо қилишни кенг йўлга қўйиш, мобил алоқа орқали электрон тижоратдан фойдаланиш учун иловалар яратиш, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик секторида электрон пулни кенг муомалага киритиш.

Илмий раҳбар

ИМЗО

Магистрант

ИМЗО

**MINISTRY FOR DEVELOPMENT OF INFORMATION TECHNOLOGIES AND
COMMUNICATIONS OF THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN**

TASHKENT UNIVERSITY OF INFORMATION TECHNOLOGIES

Faculty: Economic and management in
ICT

Department: Management and
marketing

Period study: 2014 - 2015

Masters degree student: A.A. Yunusov

Scientific director: T.K. Iminov

Major: A350301 - Economic
and management in ICT

THE ANNOTATION OF MAGISTERS DISSERTATION

The vital of theme: In our country, more attention is given to the development of electronic commerce. President of the Republic of Uzbekistan in 2013, the results of socio-economic development of the most important priorities of economic program for 2014, and January 17, 2014 meeting of the Cabinet of Ministers dedicated to the implementation of measures for the development of e-commerce is important. At present, more than 10 million plastic cards issued in the country, of which about 2 million 500 thousand cards online. Today, telecommunication and utility payments for services you can pay via the Internet. The shortest time possible to overcome these obstacles and barriers to the further development of this sector, it shows the importance of this sector to date and demonstrated the need for the development and improvement of the legal regulation. Economic reforms in the country aimed at the liberalization of the leading sectors of the national economy, the e-commerce sector is no exception and will determine the relevance of this thesis.

The aim of the work and tasks: The information emerged at a time when the economy and make recommendations on the development of electronic commerce in the country.

The work of the research objectives. Research based on the goals set consists of the following tasks: determine the necessity of the economic conditions of the e-commerce and information; The concept of e-commerce and the establishment of normal variations in sales; The analysis of the development of electronic commerce and legal standards; The modernization of the national economy and the importance of e-commerce, and instead of holding; The study of the development of e-commerce; Analysis of the electronic trading system in the world; Through the Internet to learn the current status of the implementation of the tender.

The object and predmet of the research: as the object of the dissertation of companies engaged in e-commerce. The subject of the thesis, as these mechanisms for the implementation of e-commerce enterprises.

The styles and methods of the research: the process of carrying out the survey, based on a comparison of graphical, analytical, mathematical and economic capacity of the structural analysis methods used.

The newly degree from scientific of research results: the science of the republic was the essence of the concept of e-commerce e-commerce aimed at improving the legal regulation of electronic commerce issues.

Practical essence and application of research results: in enterprises operating in the field of Communication and Information of the Republic of Uzbekistan to develop practical recommendations aimed at efficient use of e-commerce and e-commerce in the Tashkent University of Information Technologies can be used as teaching aids in science.

The structure and component of the task:. Insurance introduction, three chapters, conclusion and list of used literature and applications. The total volume of 109 pages.

The little total expression of conclusion and invitations:

At present, the use of modern information technologies are widely used all over the world. The analysis of the foreign experience of legal regulation of e-commerce to solve the problem of a wider problem - the problem of the legalization of electronic document circulation provides a special appearance to come to the conclusion that it is.

Effective development of e-commerce for the country's integration into the global market and open the market and the specific to the universal implementation of the regulations will be required to create a specific legislative strategy. Electronic trading mechanisms, effective use of foreign economic activity, especially that related to the implementation of the external economic contracts and creates the opportunity to significantly reduce costs, save time, and ensure the effective functioning of the international markets. Meanwhile, the country developed the following suggestions for the improvement of e-commerce: e-commerce activities to improve the regulatory framework for development of the B2B and B2C sectors, the establishment of Internet marketing, a consumer goods in the short term in the areas of e-commerce through trade through the establishment of a broad mobile communications e-commerce applications for small businesses and the private sector to create a wide range of electronic money issued.

Scientific director

Masters degree student

М У Н Д А Р И Ж А

КИРИШ	7
I. ИҚТИСОДИЁТНИ АХБОРОТЛАШТИРИШ ШАРОИТИДА ЭЛЕКТРОН ТИЖОРАТНИ РИВОЖЛАНИШИНИНГ НАЗАРИЙ АСОСЛАРИ	
1 Иқтисодиётни ахборотлаштириш шароитида электрон тижоратнинг роли ва аҳамияти.....	13
2 Электрон тижоратни иқтисодий ривожлантиришда интернет хизматлар тизими ўрни	18
3 Электрон тижоратни ривожлантириш самарадорлигининг услубий асослари.....	33
I Боб бўйича хулоса.....	50
II. ЭЛЕКТРОН ТИЖОРАТНИ БУГУНГИ КУНДАГИ ҲОЛАТИ ВА РИВОЖЛАНИШ ТЕНДЕНЦИЯЛАРИ	
1 Ўзбекистонда электрон тижоратни хусусиятлари ва уни бугунги ҳолатини тахлили.....	51
2 Электрон тижоратни амалга оширишнинг муаммолари.....	57
3 Электрон тўлов тизимлари орқали тўловлар ва харидларни амалга ошириш йўллари.....	68
4 Электрон тижоратни ривожлантиришда чет эл тажрибаси ва уни Ўзбекистон шароитида тадбиқ этиш йўллари.....	82
II Боб бўйича хулоса.....	91
III. ЭЛЕКТРОН ТИЖОРАТНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ ИСТИКБОЛЛАРИ	
1 Ўзбекистонда электрон тижорат ва электрон бозорни ташкил этиш ва ривожлантириш йўналишлари.....	93
2 Ўзбекистон Республикасида электрон тижоратни ривожлантиришнинг қонуний – меъёрий асосини такомиллаштириш.....	97
III Боб бўйича хулоса.....	102
ХУЛОСА	104
АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ	106

КИРИШ

Мавзунинг долзарблиги. Бозор иқтисодиёти шароитида иқтисодий – ижтимоий соҳалар ҳозирги замоннинг ривожланиш қонуниятлари, тенденцияларига асосланган ҳолатда келажакни олдиндан илмий билиш ва истиқболдаги ривожланиш мақсадларини ва вазифаларини аниқлашдан иборат. Мамлакат иқтисодиётини бошқариш назарияси ва амалиётида катта аҳамиятга эга. Ахборотлашган жамият иқтисодий жараёнларга таъсир этиш йўллари аниқлайди.

“Ахборотлашган иқтисодиёт” - бу, иқтисодиётни тартибга солиш жараёнининг яна бир босқичи ёки мамлакат иқтисодий - ижтимоий ривожланиш дастурини ишлаб чиқишнинг бир қисмидир. Шу билан бирга бу нисбатан мустақил фан бўлиб, ўзига хос бир қанча белгилари билан фарқланади: Ахборотлашган иқтисодиёт директив характерга эга эмас, уларнинг миқдор баҳолари асосан аниқлик характерига эга, улар кўпроқ даражада содир бўлган ривожланиш муамоларини аниқлашга ва уларни ечиш йўллари излашга қаратилган. Ахборотлашган иқтисодиётда савдо жараёнларида ҳам интернет тармоқларидан фойдаланишни тақоза этади.

Электрон тижоратда маҳсулотни сотиш энг яхши анъанавий ва инновацион усуллар, савдо соҳасида товарларни сотиш, ишларни бажариш ва хизмат кўрсатишларни ўз ичига олган компьютер ва телекоммуникацион технологияларга асосланган формасидир. Электрон тижоратда маҳсулотларни сотиб олиш – бу янги ахборот технологиялар, телекоммуникацион технологиялар ва техник воситаларга асосланган савдо тизимидир. У харидорга маълум стандартлар ва савдо қонун-қоидалари асосида фирма ва маҳсулотлар ҳақидаги маълумотларни ва савдогарлар билан мулоқотни таъминлаб бериб, харидорга кўпроқ маҳсулотлар танлаш имконини берувчи тизимдир. Бунда савдо жараёни харидорнинг қайси вақтда ва қайси жойда бўлишига боғлиқ эмас.

Ҳозирги вақтда Интернет жамиятнинг кундалик ҳаётига юқори тезлик билан кириб, унинг ажралмас қисмига айланмоқда. Жамиятнинг жуда кўп

қисми Интернет муносабатларига киришмоқда. Интернет муносабатлари эса ҳозирги кунга қадар тўлиқ тартибга солинмаган ва ўз навбатида бу муносабатлар ривожланиб, янги кўринишларда намоён бўлмоқда. Интернет ҳуқуқий муносабатларни вужудга келтирмоқда, булардан электрон тижорат, электрон рақамли имзо, ахборот олиш ва тарқатиш, спам, домен номларига бўлган ҳуқуқлар, электрон пуллар ва бошқа муносабатлар мисол бўла олади. Ўз навбатида бу муносабатлар ҳуқуқий тартибга солинмаган, қабул қилинган қатор қонунлар¹ ушбу муносабатларни тўлиқ тартибга солмайди ва яхши ишламайди, ушбу муносабатларга киришаётган тарафларнинг ҳуқуқлари ҳам тўлиқ ҳимояланмаган.

Давлатнинг бозор иқтисодиётига ўтиши, давлатнинг харидлар системасини қайта кўриб чиқишни талаб қилади. Бунда харидорлар учун кенг танлов имкониятларини очиш, ишлаб чиқарувчилар сифатли ва рақобатбардош маҳсулот ва хизматларини яратишга хизмат қилади.

Электрон тижоратни ривожлантиришга бизнинг мамлакатимизда ҳам кенг эътибор берилаяпти. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2013 йилда республикани ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш якунлари ва 2014 йилги иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор вазифаларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг 2014 йилнинг 17 январдаги йиғилишида “Электрон тижоратни ривожлантириш бўйича чора-тадбирларни жорий этиш” белгиланган. Ҳозирги пайтда мамлакатимизда 10 миллиондан зиёд пластик карточка муомалага чиқарилган бўлиб, уларнинг қарийб 2 миллион 500 мингтаси онлайн карточкалардир. Бугунги кунда телекоммуникация ва коммунал хизматлар учун тўловларни Интернет орқали тўлаш мумкин. Энг қисқа муддатларда бу борадаги ғов ва тўсиқларни бартараф этиш, ушбу қоҳани янада ривожлантириш керак”, — деб

¹ Бевосита ахборотлаштириш соҳасидаги Ўзбекистон қонунлари 1991 йилдан бошлаб ҳозирги кунга қадар шаклланишда давом этмоқда, шу тариқа асосий қонунлар қабул қилинган. Булар «Оммавий ахборот воситалари тўғрисида» (26.12.1997), «Интеграл микросхемалар топологияларини ҳуқуқий муҳофаза қилиш тўғрисида» (12.05.2001), «Электрон ҳисоблаш машиналари учун яратилган дастурлар ва маълумотлар базаларининг ҳуқуқий ҳимояси тўғрисида» (06.05.1994), «Муаллифлик ҳуқуқи ва турдош ҳуқуқлар тўғрисида» (30.08.1996), «Ахборотлаштириш тўғрисида» (11.12.2003)¹ ва бошқа қонунларидир.

кўрсатгани мазкур соҳанинг долзарб аҳамиятлилигини ва уни ривожлантириш ҳамда ҳуқуқий тартибга солинишини такомиллаштириш заруратини намоён қилади.

Бугунги кунда электрон тижорат бизнес юритишнинг энг замонавий усули бўлиб, фирмаларга, улгуржи савдогарларга чиқимларни қисқартириш, товарлар ва хизматлар сифатини ошириш, уларни охирги истеъмолчига етказиш суръатини тезлаштириш имконини беради.

Электрон савдо ёрдамида қўшимча буюртмачиларни жалб қилиш ҳисобига даромадларни ошириш, таннархни камайтириш, товар ҳаракати жараёнини қисқартириш, хизматлар сифатини яхшилашга эришиш мумкин. Электрон тўловларни қайта ишлаш, тижорат маълумотларини узатишнинг хавфсизлиги ва махфийлик каби маълумотлар эса кўп миқдорда дастур таъминоти ёрдамида ечилиши мумкин.

Мамлакатимизда ўтказилаётган иқтисодий ислохотлар халқ ҳўжалигининг етакчи соҳаларини либераллаштиришга қаратилган бўлиб, электрон тижорат соҳаси ҳам бундан мустасно эмас ва айнан шу диссертация ишининг долзарблигини белгилаб беради.

Диссертациянинг ўрганилганлик даражаси. Электрон тижорат ва унинг моҳияти кўпгина иқтисодчи олимлар томонидан ўрганиб чиқилган бўлиб, улардан А.В Юрасов, Ж.С.Вестланд, Т.К.Кларк, Д.Козьелар электрон тижорат ва унинг моҳиятини, М.Рамзаев, П.Чужанов, В.Тарасовлар электрон тижоратнинг ривожланган ва ривожланаётган давлатлар иқтисодиётидаги ўрни, В.В Сенкевин, Н.И. Геращенко ва бошқалар электрон тижоратни бошқаришда давлатнинг роли бўйича илмий тадқиқотлар олиб борганлар.

Шунингдек, Ўзбекистонда электрон тижоратни ривожлантириш масалалари ва истиқболлари бўйича А.Н.Арипов, Х.А.Мухитдинов, М.М.Махмудов, Т.К.Иминов, Н.Юсупова, Б.Эргашев, С.Авганбаев, Р.И. Исаев, А.Р. Валиев ва бошқалар илмий тадқиқот ишларида кўриб чиққанлар.

Тадқиқот ишининг мақсади. Ахборотлашган иқтисодиёт шаклланаётган бир пайтда мамлакатимизда электрон тижоратни ривожлантиришга оид таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқишдан иборат.

Тадқиқот ишининг вазифалари. Белгиланган мақсаддан келиб чиққан ҳолда тадқиқот вазифалар қуйидагилардан иборат:

- Ахборотлашган иқтисодиёт шаклланиши шароитида электрон тижорат зарурияти ва хусусиятларини аниқлаш;
- Электрон тижорат тушунчаси ва анъанавий савдо турларидан фарқини белгилаш;
- Ўзбекистонда электрон тижоратни ривожланишини ҳуқуқий меъёрларини таҳлил қилиш;
- Миллий иқтисодиётни модернизациялашда электрон тижоратни тутган ўрни ва аҳамиятини аниқлаш;
- Электрон тижоратни ривожланиш жараёнларини тадқиқ этиш;
- Жаҳонда электрон тижорат тизимидан фойдаланиш таҳлил қилиш;
- Интернет орқали савдоларни амалга оширишни ҳозирги ҳолатини ўрганиш.

Тадқиқот ишининг объекти сифатида электрон тижоратни амалга оширувчи компаниялар олинган.

Тадқиқот ишининг предмети сифатида эса ушбу корхоналарнинг электрон тижоратни амалга ошириш механизмлари олинган.

Тадқиқотнинг илмий янгилиги шундан иборатки, диссертация тадқиқотида республикаимизнинг электрон тижорат фанида электрон тижоратнинг ҳуқуқий тартибга солинишини такомиллаштиришга қаратилган масалалар тадқиқ этилган.

Тадқиқотнинг асосий масалалари ва фаразлари. Диссертацияда миллий қонунчиликни халқаро ҳужжатлар қоидаларига унификациялаш заруратидан келиб чиқиб, электрон тижорат тушунчасини қуйидагича таърифлаш таклиф этилди: “Электрон тижорат – электрон жараёнлар ва

ахборот тизимлари, жумладан телекоммуникация тармоқлари ёрдамида амалга ошириладиган ички ва ташқи савдода товарларни харид қилиш-сотиш, ишларни бажариш ва хизматларни кўрсатиш бўйича тадбиркорлик фаолияти”. Ушбу таърифда ҳам ички, ҳам ташқи савдо қамраб олинади, шунингдек халқаро нормалар ҳисобга олинади ва электрон тижорат фаолиятининг дуалистик табиати акс этади. Бир томондан, бу фуқаролик қонунчилигида мустаҳкамланган, ўз белгилари билан мос келадиган тадбиркорлик фаолияти, бошқа томондан эса – савдо фаолиятини алоҳида усулда амалга ошириш мақсадида ахборот-телекоммуникация тармоқларидан фойдаланиш.

Тадқиқот доирасида электрон савдо соҳасидаги муносабатлар миллий даражада ҳуқуқий тартибга солинишида давлат томонидан тартибга солиш усулининг пасайгани ҳамда халқаро-ҳуқуқий тартибга солиш ва ўзини-ўзи тартибга солиш воситаларининг роли кучайгани аниқланди. Мазкур ҳолат хорижий давлатларда электрон савдони ҳуқуқий тартибга солиш тажрибаси билан ҳам тасдиқланди. Бунда халқаро ҳужжатлар билан миллий қонун-ҳужжатлари нормаларини унификациялаш ҳамда ўзини-ўзи бошқариш тизимига алоҳида эътибор қаратиш лозимлигини намоён қилди.

Ўзбекистон Республикасида электрон савдо шаклидаги савдо-иқтисодий муносабатларни ривожлантириш мақсадида ижро этувчи ҳокимият органлари даражасида электрон савдони ривожлантириш тўғрисида дастурий ҳужжат ишлаб чиқиши ва қабул қилиниши зарурати асослантирилди. Бундай ҳужжатнинг қабул қилиниши ҳам электрон савдони ривожлантиришга ҳамда давлат органлари ва электрон савдо иштирокчилари ўртасида ўзаро ҳамкорликни кучайтиришга хизмат қилади.

Диссертацияда электрон битимлар бугунги кунда алоҳида шаклдаги битим сифатида намоён бўлиши, унда тарафларнинг хоҳиш-иродаси қайд этилиши ўзига хос хусусиятга эга эканлиги кўрсатиб берилди. Шу муносабат билан битимлар шакллариининг таснифини ахборот-телекоммуникация воситалари ёрдамида тузиладиган битимлар билан тўлдириш ҳақидаги

таклиф асослантирилди. Фуқаролик кодексининг битимлар тўғрисидаги умумий қоидаларида ахборот-телекоммуникация воситалари ёрдамида амалга ошириладиган битимлар шаклини фарқлаш таклиф қилинади.

Электрон тижоратни ҳуқуқий тартибга солувчи қонун-ҳужжатлари қайта кўриб чиқилиши шунингдек, бошқа электрон тижорат муносабатларига алоқадор қоидалар ҳамда халқаро ҳужжатлар таҳлил қилиниб, уларда “ёзма шакл”, “имзо”, “ҳужжат” атамаларининг қўлланилишига алоҳида эътибор қаратилиши керак бўлади, чунки мазкур атамаларнинг қўлланилиши электрон тижорат муносабатларини чекланишига олиб келиши мумкин.

Электрон тижорат доирасида солиққа тортиш масалалари юқори аҳамиятли ва муаммоли эканлигини намоён бўлиб, мазкур масала алоҳида комплекс тадқиқот ўтказилиши кераклиги асослантирилди.

Магистрлик диссертация иши кириш, учта боб, хулоса ва фойдаланилган адабиётлар руйхатидан иборат.

I.БОБ. ИҚТИСОДИЁТНИ АХБОРОТЛАШТИРИШ ШАРОИТИДА ЭЛЕКТРОН ТИЖОРАТНИ РИВОЖЛАНИШИНИНГ НАЗАРИЙ АСОСЛАРИ

1.1. Иқтисодиётни ахборотлаштириш шароитида электрон тижоратни роли, аҳамияти

Иқтисодиётни ахборотлаштириш бу ахборотни биринчи даражали иқтисодий ресурсига айлантиришдир. Буни иқтисодиётни ривожлантиришнинг янги имкониятларини таъминловчи телекоммуникация соҳаси ривож ва компьютерлаштириш жараёни орқали амалга ошириш мумкин ва шу билан иқтисодий муносабатларни янги тури яратилади. Иқтисодиётни ахборотлаштиришда жамият аввалом бор ахборот маданиятига эга бўлиши керак. Ахборот маданияти борасида қуйидаги олимлар фикрини келтиришимиз мумкин:

Ахборот маданияти — ахборот билан мақсадли ишлаш, компьютер ахборот технологиясидан замонавий техник воситаларидан ва усулларида ахборотни олиш, ишлов бериш ва уни узатиш учун самарали фойдаланиш маҳоратидир.²

Ахборот маданияти бу одамлар муносабатлари ривожланишида эришилган даража бўлиб, уларнинг яшаш фаолиятида ахборот доирасининг камровини яратлган ахборотнинг сони ва сифатини, ривожланиш тенденцияларини, келажакни башорат қила олиш даражасини тавсифлайди.³

Демак, ахборот маданиятига эга бўлган жамият ахборотни олиш, қайта ишлаш, сақлаш, узатиш кўникмаларига эга, ҳамда ахборот технологиялари билан ишлаш жараёнини тўлиқ ўзлаштириши ва кундалик фаолиятида, ҳаттоки даромад олишга қаратилган иқтисодий фаолиятда ҳам ушбу кўникмалардан фойдаланади. Ўз навбатида электрон тижорат айнан шу кўникмаларни қўллаган ҳолда даромад олишга қаратилган иқтисодий фаолият туридир.

² Гейтс Б. Дорога в будущее. М.: Channel Trading Limited 1996, 312 б.

³ Мухитдинов Х.А. Ўзбекистонда инфокоммуникация хизматлари молиявий самарадорлигини оширишнинг асосий йўналишлари. Тошкент 2008. 214 б.

Бугунги кунда ахборот коммуникация технологиялари хизматлари жамиятимизнинг барча жабҳаларига шиддат билан кириб келмоқда. Ахборот технологияларини жорий қилиш туфайли иш юритиш маданиятининг электрон кўриниши шаклланмоқда, масофа қисқармоқда, вақт тежалмоқда, ишимизда иқтисодий самара ошмоқда. Мамлакатимизда замонавий ахборот технологиялари асосида янги турдаги банк хизматларини кўрсатиш, электрон тижорат, электрон тўловлар тизими ва хўжалик юритувчи субъектлар ўртасида ўзаро ҳисоб-китоблар самарадорлигини ошириш учун кенг шарт-шароитлар яратиб берилмоқда.

Электрон тижорат тизими ёрдамида хўжалик юритувчи субъектлар ўртасидаги тўлов операциялари тезкор бажарилади, буюртмачилар ва маҳсулот етказиб берувчилар ўртасидаги ҳамкорлик амалга оширишда бир қанча қулайликларга эга бўладилар. Қолаверса, тадбиркорларимиз замонавий ахборот технологиялари хизматларига эга бўлишиб, дунёнинг исталган давлатидан ўзларига ҳамкорлар топиши, маҳсулот ва хизматларини жаҳон бозорига олиб чиқишлари учун янги йўналишлар очилади.

Ҳозирги жаҳон иқтисодиётида электрон тижорат бизнес ривожланишининг ва бизнес стратегиясининг энг керакли таркибий қисмига айланиб қолди. Электрон тижорат бизнес ривожланиши учун энг кучли инструментга айланиб қолди. Информацион ва коммуникация технологияларни интеграцияси ташкилотлар ичида, ташкилотлар орасида, ташкилотлар ва инсонлар орасидаги муносабатларни кескин ўзгартириб юборди. Хусусан, информатика ва коммуникация технологияларни бизнесда қўлланилиши харажатларни қисқартирди, самарадорликни оширди, истеъмолчиларнинг фаоллигини оширди ва умумий сотув ҳажмини оширди. Ҳозирги иқтисодиётни олимлар “Интернет иқтисодиёти” деб аташмоқда. Айниқса интернетнинг кенг тарқалиши электрон тижорат ривожланишига кескин ёрдам берди.

Электрон тижорат термини жуда кенг тушунча бўлиб, унга кўпгина таърифлар берилган. Келтирилган таърифларни аксариятида интернет орқали

амалга оширилган ҳар қандай савдога ёки транзакцияга электрон тижорат деб айтилади. Лекин бу таъриф электрон тижорат тушунчасини тўлалигича ёрита олмайди.

“Электрон тижорат” тўғрисида қонуннинг 3-моддасида қуйидагича таърифланган: Ахборот тизимларидан фойдаланган ҳолда амалга ошириладиган, товарларни сотиш, ишларни бажариш ва хизматлар кўрсатишга доир тадбиркорлик фаолияти электрон тижоратдир.

Яна бир таърифда “Электрон тижорат - бу тўғридан-тўғри физик алоқа ёки физик алмашинув ўрнига, томонларнинг электрон усулда қилинган ҳар қандай битими”⁴ деб келган. Лекин бу таъриф электрон тижоратнинг ўта кенг таърифи бўлиб, бироз мавҳум ҳисобланади. БМТ нинг савдо қонунчилига бўйича ташкилоти UNCITRAL ўзининг меъёрий ҳужжатларида электрон тижоратга қонуний жиҳатдан таъриф берган. БМТ Бош Ассамблеяси 1996 йил 16 декабрда электрон савдо ҳақида № 51/162 резолюциясини қабул қилди⁵. Бу резолюцияга асосан электрон ахборот узатиш ва ахборотни қайта ишловчи воситалари орқали амалга ошириладиган қуйидаги жараёнларгава бизнес-операцияларига электрон тижорат деб қаралади. Булар буюртмачилар ва товар етказиб берувчилар орасида алоқалар ўрнатиш; тижоратга оид ахборотларни алмашиш; бозорнинг маркетинг тадқиқотларини олиб бориш; савдо белгиларини пропаганда қилиш, реклама қилиш; маҳсулот ва хизматларни сотилишини таъминлаш; физик маҳсулот ва хизматларни савдосини ташкил қилиш, шунингдек электрон материаллар савдосини ташкил қилиш; лиценциялар бериш; ишга ёллаш; факторинг; лизинг операциялари; трейдинг; консалтинг; инжиниринг; инвестициялаш; суғурталаш; банк хизматлари; корхонанинг автоматлаштирилган ресурс бошқарувини ишлатиш; корхонанинг маъмурий масалаларини ҳал қилиш; бухгалтерик ҳисоб олиб бориш; кадрларни бошқариш ва электрон усулда ҳал қилинадиган ҳар қандай фаолиятлар.

⁴ Юрасов А. В. Электронная коммерция: Учеб. пособие. – М.: Дело, 2003. – 408 б. (15 – 23 бетлар).

⁵ <http://www.un.org>

Ўзбекистон Республикаси қонунчилигида ҳам электрон тижоратга қуйидагича таъриф берилган “Ахборот тизимларидан фойдаланган ҳолда амалга ошириладиган, товарларни сотиш, ишларни бажариш ва хизматлар кўрсатишга доир тадбиркорлик фаолияти электрон тижоратдир”⁶.

Юқоридаги фикрлардан келиб чиқиб, электрон тижоратга таъриф берамиз. Электрон тижорат – бу фойда кўриш мақсадида ахборотни қайта ишлайдиган рақамли технологиялар ёрдамида амалга ошириладиган турли кўринишдаги иқтисодий фаолиятдир.

Электрон тижоратнинг анъанавий савдо турларидан фарқи⁷

№	Электрон тижорат	Анъанавий тижорат
1.	Харидор ўзига қулай вақт, жой ва тезликда маҳсулотни танлаш ва сотиб олиш имкониятига эга	Харидор вақт ажратиб, транспорт воситасида айтилган манзилга бориб харид қилиш керак
2.	Савдо-сотиқ фаолиятини иш фаолияти билан бирга параллел равишда, яъни ишлаб чиқаришдан ажралмаган ҳолда олиб бориш имконияти	Савдо сотиқ алоҳида фаолият бўлиб, ундан ташқари бошқа фаолият билан банд бўлиш имкони йўқ
3.	Кўп сонли харидорларнинг бир вақтнинг ўзида бир нечта фирмаларга мурожаат қила олиш имконияти	Мурожаат қилувчи харидорлар сони чекланган бўлиши
4.	Керакли маҳсулотларни тезликда излаб топиш ва ушбу маҳсулотлар мавжуд бўлган корхоналарга мурожаат қилишда техника ва транспорт воситаларидан самарали фойдаланиш имконияти	Керакли маҳсулот излашда бир қанча муаммолар мавжудлиги, масалан, вақт сарфлаш, техник ва транспорт воситаларидан унумли фойдаланмаслик
5.	Харидорнинг яшаш жойи, соғлиғи ва моддий таъминланиш даражасидан қатъий назар ҳамма қатори тенг ҳуқуқли маҳсулот сотиб олиш имконияти	Харид қилиш харидорнинг соғлиғи, моддий таъминланганлигига боғлиқ бўлади
6.	Ҳозирги кундаги мавжуд жаҳон стандартларига жавоб берадиган	Бозорда таклиф этилаётган товар ассортименти билан чекланган

⁶ “Электрон тижорат тўғрисида” қонун (ЎЗР 29.04.2004 й. 613-II-сон Қонуни)

⁷ Муаллиф томонидан ишлаб чиқилган

	маҳсулотларни танлаш ва сотиш имконияти	бўлади
7.	Электрон тижоратда савдони ташкил қилиш корхоналарнинг рақобатини кучайтиради, монополиядан чиқаради ва маҳсулотларнинг сифатини ошириш имкониятини беради	Анъанавий савдода рақобат чекланган бўлади, бу ўз навбатида сифатни ошириш ва нархни барқарорлашувига тўсқинлик қилади

Умуман олганда бугунги кунда интернет тармоғи орқали фирмалар бир неча кўринишдаги электрон бизнесни амалга оширишлари мумкин. Бундай электрон бизнеснинг асосий моделлари қуйидагиларни келтириш мумкин:

- электрон аукцион;
- электрон биржа;
- электрон реклама;
- электрон тижорат;
- электрон маркетинг;
- электрон таълим.

Электрон тижорат қуйидагилар иштирокида шаклланади:

- Электрон савдо;
- Ахборотларни электрон алмашиш;
- Электрон тўлов тизимлари.

Мазкур компонентларнинг ўзаро узвий боғлиқлиги электрон тижорат самарадорлигини белгилайди. Электрон тижоратда тўловларни қабул қилиш, самарали етказиб бериш, кафолат, хариддан кейинги таъмирлаш ва қўллаб - қувватлаш масалалари муҳим аҳамият касб этади.

Ҳозирги кунда электрон савдонинг асосий маҳсулотлари озиқ-овқат маҳсулотлари, ишлаб чиқариш маҳсулотлари ва инфорацион маҳсулотлар ҳисобланади. Аслини олганда фирмаларнинг фаолиятини рақамли кўринишда олиб бориши янгилик эмас. Ишхоналарда компьютерларнинг ишлатилиши фирмалар фаолиятини енгиллаштирган бўлса, интернетнинг пайдо бўлиши электрон тижорат соҳасининг кучайишига олиб келди.

Дастлаб катта корпорациялар интернетни тижорат мақсадида ишлатган бўлса, кейинчалик кичик фирмалар ҳам унга эҳтиёж сеза бошлади.

Электрон тижорат тушунчаси фақатгина биз биладиган электрон воситалар орқали савдо-сотиқ фаолиятини билдирмайди. Бу тушунчага яна товар ва хизматларга талабни яратиш, савдо амалга оширилгандан сўнг мижозларга қўшимча хизматлар кўрсатиш, ҳамкорлар орасида ўзаро ҳаракатларни енгиллаштиришлар ҳам киради. Электрон тижоратда давлат, хом-ашё етказиб берувчилар, сотувчилар, истеъмолчилар, ишлаб чиқарувчилар иштирок этиши мумкин. Электрон тижорат корпоратив, интернет, ва тижорат тармоқлари ичида амалга оширилади.

1.2. Электрон тижоратни ривожлантиришда интернет хизматлар тизими ўрни

Интернет хизматлари тизими интернет тармоғи хизматларини ўз ичида камраб олиб, икки қисмда кўриб чиқилган.⁸ Биринчи қисмида интернет тармоғи абонентларига амалий протоколлар томонидан тақдим этилувчи функционал имкониятлар мажмуи: веб ҳужжатларни ўқиш, электрон почта, файлларни узатиш ва қабул қилиш, мулоқотда бўлиш, тармоқда ҳужжатларни сақлаш ва улар билан ишлаш кирса, иккинчи қисмда айнан фойдаланувчилар учун хизматлар кўриб чиқилади. Уларга тармоқдан фойдаланиш, интернет ресурсларини яратиш, ташкилий ва ахборот таъминоти, тармоқда рекламани жойлаштириш ва ҳ.к.лар киради.

Ўз ўрнида электрон тижорат ахборот коммуникация технологиялари воситасида амалга оширилиб, интернет тармоғи пайдо бўлгунга қадар маълумот узатишни электрон тизимларига асосланган. Бундай тизимларга EDI (Electronic Data Interchange - маълумотлар электрон алмашинуви), EFT (Electronic Funds Transfer-фондларнинг электрон алмашинуви), E - Mail (Electronic Mail - электрон почта) каби тизимлар мисол бўла олади. Ушбу

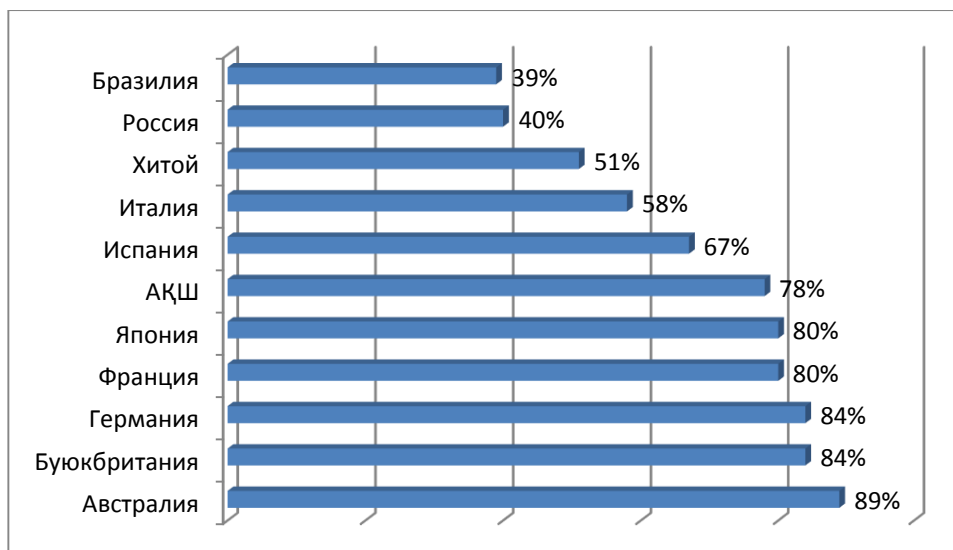
⁸ Амиров Д.М. ва бошқалар. АКТ изохли луғати. Тошкент 2010.

маълумотларни алмашиш ташкилий усулларидан ҳозирда ҳам фойдаланилади.

Интернет электрон тижоратнинг бутун дунёда тарқалиши учун қулай замин яратган бўлсада, электрон тижорат ривожланишининг ахборот технологиялари нуқтаи назаридан бу восита оптималлик ўрнини эгаллаб олмайди. Бироқ айнан интернет электрон тижорат ривожланишига катта туртки бўлди ва нафақат катта корпорациялар, балки кичик ва ўрта тадбиркорларга ва алоҳида шахсларга ҳам ушбу тижоратнинг бевосита иштирокчисига айланиш имконини берди. Бу билан етказиб берувчилар ва истеъмолчиларнинг тобора кенгроқ доирада жалб этилаётганини таъминлади. Кундан кунга электрон тижорат орқали товар олди соттиси, товар ва хизматлар ассортиментини ошира бошлаши билан давлатлар, давлат муассасалари, корхоналар ва шахсларни ўзаро ҳамкорлигини амалга ошириш имконини яратиб, бир ҳамжамиятга бирлаштирди, телекоммуникацион технологиялар тўсиқларсиз самарали ҳамкорлик амалга ошириш учун замин яратади.

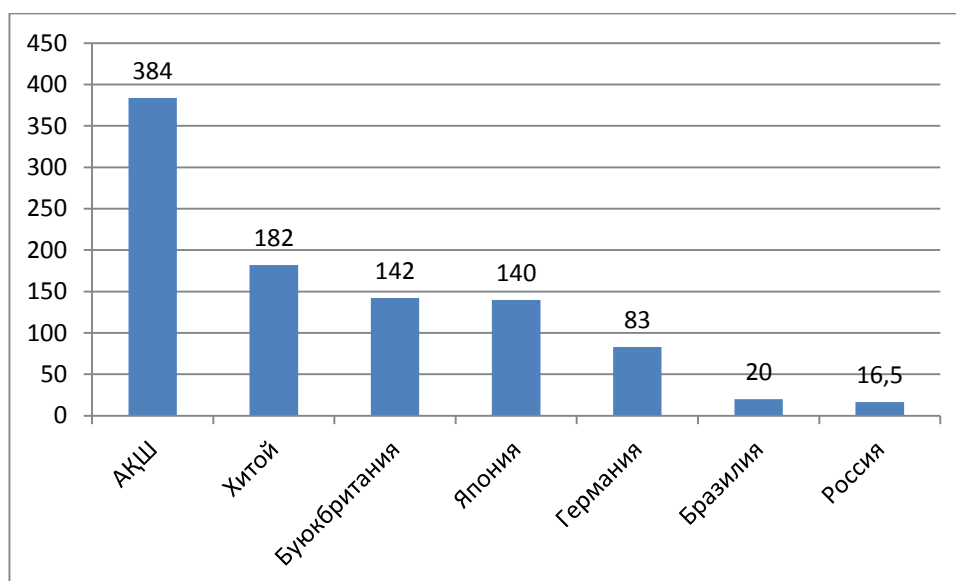
Электрон тижоратни ривожланиш даражасини билиш учун биринчи эътиборни интернет ва хизматлар тизими ривожланиш даражасига қаратиш лозим. Қуйида 1.1-расмда интернетнинг дунё бўйича тарқалиш даражасини кўрсатувчи чизма келтирилган бўлиб, ушбу расмга мувофиқ 2013 йил бошида Австралияда интернет тарқалиши 89% ни ташкил этади ва бу энг юқори кўрсаткич.

Британия ва Германия давлатлари 84% билан иккинчи ўринда, Франция, Япония 80% билан учинчи ўринда турибти. АҚШ эса интернетнинг кириб бориш даражаси 78% ни ташкил этмоқда. Хитой 51%ни энг охирги ўринда бразилия 39% кўрсаткич билан эгаллаган.



1.1-Расм. 2013 йилда дунё бўйича интернетни тарқалиши⁹

Бироқ, интернетни тарқалиш даражаси билан электрон савдони ривожланиш даражаси бир хил эмас. Ушбу маълумотни тасдиқловчи кейинги расмга эътибор қаратсак, чакана савдо бўйича электрон тижорат амалга ошириш бўйича АҚШ биринчи ўринни эгаллаган.



1.2-расм. 2013 йилда чакана электрон савдо айланмаси (млрд АҚШ долларида)¹⁰

Ушбу расмда кўриниб турибтики, 2013 йилда чакана электрон савдо айланмаси қийматлари кўрсаткичлари бўйича энг юқори натижа АҚШ да бўлиб, 384 млрд. АҚШ долларини ташкил этади. Иккинчи ўринда хитой

⁹ ITU маълумотларига асосан

¹⁰ ITU маълумотларига асосан

182 млрд. АҚШ доллари қиймати билан эгаллаган. Аввалги расмдан кўриш мумкинки, АҚШда интернетнинг кириб бориши 78% ни ташкил этган, лекин электрон савдо айланмаси бўйича биринчи ўринни эгаллаган, бошқа мамлакатлар ҳам шу жумладан, Буюк Британия 84% интернетдан фойдаланса, электрон савдо айланмаси бўйича 142 млрд. АҚШ долларини ташкил этмоқда. Хитойда эса интернет тарқалиш даражаси 51% ни ташкил этишига қарамасдан, электрон тижорат айланмаси 182 млрд. АҚШ доллари миқдорини кўрсатмоқда. Хулоса қилиб айтадиган бўлсак, электрон тижоратни ривожланиши учун интернет жорий этилганлик даражаси албатта энг асосий мезон, биринчи даражали шарт, бироқ электрон тижорат ривожланишига ёки аксинча ривожланишига тўсқинлик қилувчи бошқа омиллар ҳам мавжуд ва улар бевосита таъсир этади.

Электрон тижорат ўз - ўзидан товар ва хизматларни реализациялаш ва етказиб бериш шартномаларини тузишда 2 та: моддий ва номоддий оқимлар, оқим хизмати билан боғлиқ: Номоддий оқимлар номоддий товарлар (дастурий таъминот, бино лойиҳалари ва б.) ни тўғридан - тўғри тармоқли узатиш, моддий хизматлар (транспорт чипталари, меҳмонхоналарда хоналар ва х.з. буюртмаси)нинг тўғридан - тўғри тармоқли бажарилиши, ҳамкорлар (мижозлар, буюртмачилар, етказиб берувчилар, субпудратчилар, банклар ва б.) билан молиявий тармоқли ҳисоботлар, моддий хизматларни етказиб беришни ахборот ва телекоммуникацион қўллаб - қувватлаш натижасида юзага келади. Бундай оқимлар у ёки бу виртуал тижорат фаолияти натижасида умумий оқимларнинг сезиларли, баъзида эса жуда катта қисмини ташкил этади. Табиийки, номоддий оқимларга хизмат кўрсатишда электр воситаларнинг ишлатилиши иш жараёнларини тезлаштиришга, оқибатда, электрон тижоратнинг ривожланишига олиб келади.

Электрон тижорат тушунчаси остида товар буюртмасини қабул қилиш, тўловни амалга ошириш, товар (хизмат бажарилиши) етказиб берилишидаги бошқарувда қатнашувни ўз ичига олувчи операцияларнинг (амаллар) ёпиқ цикли технологияси тушунилади. Ушбу амаллар (операциялар) ахборот

технологиялари ва электрон воситалар ёрдамида ўтказилиб, эгаллик қилиш ёки ишлатиш ҳуқуқини бир юридик (жисмоний) шахсдан иккинчисига ўтиши таъминланади.

Келтирилган таъриф электрон тижоратнинг "идеал" тушунчасини ёки бошқа сўзлар билан электрон тижорат тизимларини ташкил этишда интилиши лозим бўлган мақсадни ўзида акс эттиради. Ҳақиқатда бугунги кунда фақат кенг ривожланган электрон тижорат тизимларигина барча тижорат келишувлар тўлиқ ёпиқ амалларни (операциялар) электрон йўл билан ўтишини таъминлайди. Кейинчалик эса биз шунга амин бўламизки, электрон тижорат синфига кирувчи деб қабул қилинган тизимларнинг асосий қисми операциялар (амаллар) бажарилишининг электрон ва одатий усуллари, масалан товар ва хизматлар тўловини ўз ичига олади. Юқорида келтирилган таърифда "савдо" ва "Интернет" сўзлари йўқ бўлишига сабаб шуки, электрон тижоратда савдо хусусий ҳолат ва Интернет электрон тижоратни киритиш бўйича ахборот технологиялари воситаларидан бири ҳисобланади.

Ҳозирги электрон тижорат юритишнинг турли хил андозалари қарийб ҳамма мамлакатларда, иқтисодиётларнинг турли соҳаларида, турли хил ҳажмдаги корхоналарда, шунингдек давлат муассасалари ва турли даражадаги ваколатли қонун чиқарувчи ва ижро ҳокимият органларида тарқалмоқда. Бу андозаларнинг умумий -қабул қилинган таснифи асосига шартли равишда мол етказиб берувчи ва харидор деб номлаш мумкин бўлган электрон тижоратнинг ўзаро алоқадор томонлари турлари қўйилган. Бу тавсифнинг мазмуни шундан иборатки, электрон тижоратни юритиш андозалари мол етказиб берувчи ва харидорларнинг аниқ турларига қараб фарқланади.

Товар етказиб берувчи ва харидорлар туркумига қуйидагилар киради:

Давлат (Government), Корхона (Business), Мижоз, истеъмолчи (Consumer), Ҳамкор (Partner), Корхона ходими (Executive, Employee).

Умуман олганда, электрон тижорат виртуал савдо майдончаси, деганда шундай жой тушуниладики, у ерда сотувчи ва харидор ўртасида шартнома

тузилади ва молиявий олди - сотти амаллари ўтказилади. Виртуал савдо майдончалари 3 кўринишда бўлади.

1. Харидор томонидан ташкил этиладиган (buyer-driven);
2. Сотувчилар томонидан ташкил этиладиган (supplier-driven ёки seller driven);
3. Учинчи шахс томонидан ташкил этиладиган (third-party-driven);

У ёки бу кўринишдаги электрон тижорат савдо майдончаларини ташкил этиш одатда харидор ва сотувчиларнинг шу соҳадаги фаолиятига таъсир этиш даражаси билан белгиланади.

Buyer - driven кўринишдаги майдончалар бир ёки бир неча йирик компаниялар томонидан ташкил этилади ва кўпгина товар буюрувчилар компаниясини жалб этишга қаратилган. Савдо майдончаларининг бу концепцияси йирик компанияларнинг сотиб олиш жараёнини оптималлаштириш, буюртмаларни етказиб бериш тармоғи ва савдо контактларини кенгайтиришга бўлган эҳтиёжлари билан боғлиқ.

Supplier - driven кўринишидаги майдончалар сотувчилар томонидан ташкил қилиниб, мижозлар сонини кўпайтиришга ва хизмат кўрсатиш ёки маҳсулотни сотиш бўйича харажатларни камайтиришга қаратилган.

Third - party - driven кўринишидаги майдончалар харидор ва сотувчиларни учраштириш масъулиятини олади. Одатда, бундай майдончалар бизнеснинг маълум секторида ва унда бўладиган жараёнларда яхши мўлжал оладиган томонидан ташкил қилинади. Ҳақиқатда бундай майдонча тузувчи сотувчи ва харидор ўртасида ўзига хос даллол вазифасини ўтайди. Бугунги кунда виртуал савдо майдончаларини ташкил этишнинг 3 асосий кўринишини ажратиб кўрсатиш мумкин: каталог, аукцион ва биржа.

Каталог замонавий ахборот тизимини катта қувватли қидирув имкониятларини солиштириш ва маҳсулотни бир варакайига бир неча параметрлар бўйича танлашни, нархни, келтириб бериш муддати, кафолати, хизмат кўрсатиш бўйича маълумотлар ва бошқаларни ҳисобга олган ҳолда ишлатишни ташкил қилиб беради. Бу модель нисбатан унча катта бўлмаган

товарлар билан тез -тез олди - сотди қиладиган кучли сотувчи ва харидор фрагментациялашини тавсифловчи тармоқлар учун афзалдир. Агар кўпгина олди - сотдилар машхур буюртмачилар томонидан маълум бир қоидалар асосида амалга оширилса ва харидорга сотувчини танлаш учун кўп майда буюртмачилар таклифлари билан ўрганиб чиқиш зарурати бўлганида каталогли модель кўл келади ва ниҳоят, бу моделни талаб етарлича аниқ бўлиб нархлар камдан - кам ўзгарганида қўллаш яхши самара беради.

Аукцион - нархлар қайд этилмаган, балки олди - сотди жараёнида ўрнатилгандаги савдо майдончаси ташкилоти модели. Бу модель ностандарт, ўз йўналишидаги ягона ёки сифати тез бузиловчи маҳсулотлар (хизматлар, товар) нархини аниқлашга ўз ёндашишлари бўлган компаниялар томонидан сотиб олинганда ёки сотилганида ишлатилади. Бу гуруҳга камёб буюмлар, капитал ускуналар, товарлар, аввал ишлатилган, захиралар ва бошқалар киради.

Биржа шундай савдо майдончасики, у ерда нарх талаб ва таклиф асосида белгиланади ва бунинг натижасида кучли ўзгаришларга учраши мумкин. Бу модель товар ва таклифни вақтинчалик келишувини таъминлайди. У талаб ва таклифни реал вақт давомида келишиш механизминини ташкил қилишни, бозор нархини аниқлашни, шу билан бирга рўйхатга олиш жараёни ва олди - сотди ўтказишни талаб қилади. Бу модель кенг тарқалган маҳсулотлар учун мақбул ҳисобланади. Биржа модели талаб ва таклиф нотекис бўлган бозорда ўзига жалб этади. У бозор иштирокчилари учун ортиқча ёки юқори бўлган талабни бошқаришга ёрдам беради. Шунини ҳам айтиб ўтамизки, биржалар бир қанча ҳолатларда компанияларга аноним ҳолда олди - сотди қилишга имкон беради, масалан, овоза бўлиш сотувчи ва харидор тутган ўрнининг рақобатбардошлигига ҳалақит бериши мумкин бўлган шароитда у катта аҳамиятга эга. Кўпинча виртуал савдо майдончалари бир эмас, бир неча ташкилот ишларининг кўриб чиқилган моделларини барабар ишлатишади, қачонки, бу ҳолатларда мижозлар ўзларининг имкониятлари даражасида савдо схемаларини танлаб олишлари мумкин. Виртуал савдо

майдончаларининг яна бир характеристик спецификаси уларнинг махсулаштирилганлигидир. У қуйидагича бўлиши мумкин:

1. вертикал – бирор бир тармоқ ёки маҳсулот турига мўлжалланган;
2. горизонтал (функционал) – маълум бир бизнес – жараёнларга мўлжалланган.

B2B секторда виртуал савдо майдончалари. Электрон тижоратнинг бу секторда юқорида келтирилган савдо майдончалари ва улар ташкилот моделларининг деярли ҳаммаси ишлатилади.

Тарихан B2B сектордаги савдо майдончаларининг биринчи тури supplier - driven кўринишдаги майдончалар ҳисобланади. Улар каталогли моделда ташкил қилинган. Бу савдо майдончасида корхона ўзига ускуна -жихоз ёки бошқа товарлар олди - сотдиларини тўғридан - тўғри буюртмачи билан даллолларсиз олиб боришлари мумкин. Бундай майдончалардан фойдаланувчи фирмага мисол сифатида Ciseo ва Dell Computerни олсак бўлади. Бу савдо майдонлари бир сотувчининг кўпгина харидорлар билан ишлаши орқали характерланади.

Сўнгги пайтларда B2B секторида каталогли тизимлар юқори суръатда ривожланаяпти, улар ўзида бир қанча сотувчиларни, биржа ва аукцион моделлари билан ишловчи тизимларни бирлаштиради. Бундай савдо майдончалари вақтни қисқартириш, яхши вариантларни қидириб топиш ва танлашда, сотувчи ва харидорлар учун шартномани амалга оширишда бир қанча афзалликлар келтириб чиқаради. Бунда харидорлар кенг кўламда танлаш, сотувчилар эса кўп сонли харидорлар билан муомала қилиш имкониятига эга бўладилар. Бу афзалликлар шу тизимдан фойдаланувчиларга пропорционал равишда ўсиб боради.

Корпоратив электрон савдоси кўпгина асосий корхоналар ва фирмаларнинг компьютерлар билан таъминланганлиги ва Интернетда ишлаш имкониятига эга эканлиги, етказиб бериш тизими ва тўловларни амалга ошириш етарлича яхши йўлга қўйилганлиги билан характерланади.

B2C секторидаги виртуал савдо майдончалари. Бугунги кунда B2C секторидаги виртуал савдо майдончаларининг қуйидаги турлари мавжуд:

WEB - витриналар; Электрон дўконлар; Электрон савдо қаторлари; Савдо - Интернет - тизимлари; Аукционлар (ким ошди савдолари).

Бу савдо майдончаларининг бозорлардаги асосий хусусиятларини кўриб чиқамиз:

WEB - витриналар – бу айтарли катта бўлмаган WEB бўлимларидир. Одатда улар кичик бизнес - компанияларига тегишлидир. Бу сайтлардаги савдо ҳажми одатда унча катта бўлмайди ва бир кунда бир нечтадан то ўнтагача бўлган савдо ишларини амалга оширади.

WEB - витриналарнинг асосий компоненти товарлар ва хизмат турлари қайд этилган каталоглар (прайс - лист) ҳамда харидорлардан буюртма тўплаш тизимидир. Сайтда тўпланадиган барча буюртмалар сотувчилар компаниясининг электрон почта манзилига юборилади. Сўнгра сотувчи уларни одатий бизнес - тадбирларида кўриб чиқади. "WEB - витриналар шуниси билан ажралиб турадики, улар Интернет -савдода ривожланган бошқарув тизимига эга эмас. Бироқ витриналарни ташкил этиш юзасидан мавжуд қарорлар WEB - каталогга EXCEL - жадваллар ва электрон почталардангина фойдаланган ҳолда осонликча ўзгартиришлар киритиш имконини беради. Натижада бу иш махсус тайёргарлик талаб қилмайди ва буни менежер WEB - дизайнер ва программист ёрдамисиз ҳам бажариш мумкин, шу туфайли бу каби тизимлар ишлаб чиқариш ва эксплуатацияда арзон тушади. WEB - витрина ташкил этишнинг ҳозирги нархи 400-1000 \$, уни кузатиб бориш эса ойига 50-100 \$ дан тўғри келади.

Электрон дўконлар – бу кичик ва ўрта бизнес компанияларининг савдо сайтларидир. Улар WEB - витриналарга нисбатан каттароқ ҳажмдаги савдога мўлжалланган ва шунга яраша нисбатан мураккаброқ тизимга эга.

Интернет- дўкон 3 қисмдан иборат:

1. Виртуал савдо зали: у ўзида витрина, каталог, товарлар рўйхати, буюртмани ҳужжатлаштириш тизими, дўкон ва савдо компанияси ҳақидаги маълумотлар ва бошқаларни мужассамлаштиради.

2. Виртуал блоки - Интернет дўконнинг менежерлар ишлайдиган қисми. Шу блок орқали Интернет - дўконни бошқариш амалга оширилади, яъни маълумотлар базасидан эски товарларни ўчириб ташлаш ёки базага янги товарлар ҳақидаги маълумотни киритиш, товарлар каталогини конфигурациялаш, нархини белгилаш, товар нархини чегириш, дилерлар ёки доимий харидорлар учун турли чегирма схемалар, шунингдек Интернет - дўкон омбори ҳолати назорат қилиб турилади. Ундан ташқари, менежер интерфейс бошқаруви орқали Интернет - дўкон омборини тўлдириш учун янги товарлар олишга буйруқ бериш, товарлар ва харидорлар ҳақидаги турли статистик маълумотлар олиш имкониятига эга бўлади.

3. Маълумотлар базаси-товарлар, буюртмалар, харидорлар ҳақидаги барча маълумотлар тўпланадиган омборидир. Шунингдек, унда Интернет - дўконнинг ҳамма йўналишлари, буюртмаларини олиш - сотишни ташкил қилувчи бизнес қоидаларнинг барча турлари мавжуд.

Интернет - дўконлар барча савдо - схемаларидан фойдаланиши мумкин:

- тўғридан -тўғри омбордан савдо қилиш; буюртмалар қабул қилиш;
- ташкилотлар ва алоҳида шахслар билан савдо қилиш; хизмат турлари, маълумотлар билан савдо қилиш ва ҳ.к.

- электрон дўконларнинг нархи унинг хусусиятлари, ташкил этилиши
- кузатиб борилишига қараб, WEB - витрина баҳосидан бир-икки поғона юқори бўлиши мумкин;

- электрон савдо қаторлари - WEB тармоқлар, яъни уларда бирданига бир нечта WEB - витриналар, Интернет дўконлар жойлашган, харидорларга қулай бўлиши учун дўкон ва витриналар интеграциялашган каталоглар ва интерфейсларга эга бўлиши мумкин.

Интернет савдо тизимлари (ИСТ) – электрон тижоратнинг махсус тизимлари бўлиб, йирик савдо компаниялари, корпорациялар, холдинглар, ишлаб чиқариш корхоналарининг таъминот ва маҳсулотни сотиш бўлимлари меҳнат унумдорлигини оширишга хизмат қилади.

Бу тизим Интернет - дўкандан ўзининг автоматлаштирилган савдо тизими билан бевосита алоқаси, корхона ресурсларини бошқара олиши ва шу билан компанияларнинг ташкил топиб бўлган бизнес жараёни қаторига ўтгани билан ажралиб туради.

Ишлаб чиқарувчи ИСТ таркибидаги тизимларни ўзининг дистрибьютор ва реселлер тармоғи орқали, дистрибьютор эса, ўзининг диллерлик тармоғи орқали бошқариши мумкин.

Махсуслаштирилган ИСТ тармоқлари корпорацияларни хомашё, материаллар ва ёрдамчи материаллар билан таъминлашни узлуксиз ташкил этиш мақсадида йирик ишлаб чиқариш корхоналари ва корпорациялар, холдинглар томонидан катта талабга эга.

Электрон тижоратда харидни амалга оширишда электрон пуллардан фойдаланилади. Электрон пул – бу пул бирлигига тенглаштирилган белгилар ҳамда купюра ва танга ролини бажарувчи жуда катта сон ёки файллардир. Бундай тизимнинг фаолият кўрсатиш ҳаражатлари бошқаларидан анча кам. Бундан ташқари, электрон пуллар тўлиқ анонимликни таъминлаши мумкин, чунки уни ишлатган мижоз ҳақида ҳеч қандай маълумот берилмайди.

Электрон пулларни бир неча хил электрон пул birlikлари мавжуд бўлиб, улар қуйидагилардир:

WMY – Ўзбекистон зонасида операцияларни амалга ошириш учун UZSнинг Y-ҳамёндаги эквиваленти.

WMR – рубль зонасида операцияларни амалга ошириш учун RURнинг R-ҳамёндаги эквиваленти, WMR операцияларининг кафили бўлиб WebMoney Transfer нинг Россия ҳудудидаги вакили “БМП” МЧЖ хизмат қилади.

WMZ – АҚШ долларида операцияларни амалга ошириш учун USD нинг Z-ҳамёндаги эквиваленти.

WME – EBPO да операцияларни амалга ошириш учун EURнинг E-ҳамёндаги эквиваленти, WMZ ва WME операцияларининг кафили бўлиб Amstar Holdings Limited, S.A. хизмат қилади.

WMU – Украина зонасида операцияларни амалга ошириш учун UАНнинг U-ҳамёндаги эквиваленти, WMU операцияларининг кафили бўлиб “Украинское Гарантийное Агентство” МЧЖ хизмат қилади.

WMB – Беллорусия зонасида операцияларни амалга ошириш учун BYRнинг B-ҳамёндаги эквиваленти.

WMG – 1 грамм олтиннинг G-ҳамёндаги эквиваленти.

WBC ва WMD – WMZнинг C ва D ҳамёнлардаги кредит операциялари учун эквиваленти.

Интернетдан харидни амалга оширишда интернет тўлов тизимларидан фойдаланилади. Техника воситаларидан, ахборот технологияларидан ва ахборот тизимлари хизматларидан фойдаланган ҳолда электрон тўлов хужжатлари воситасида нақд пулсиз ҳисоб-китобларни амалга ошириш электрон тўловидир.

Электрон тўлов тизимида товар/хизматлар тўлови харидорнинг электрон ҳисобидан шахсий банк рақами ҳисобига пул маблағларини чиқариш имконига эга бўлган сотувчининг электрон ҳисобига пул маблағларини ўтказиш йўли билан амалга оширилади.

Қуйидаги электрон тўлов тизимлари мавжуд:

- WEBSUM;
- iPAY;
- PAYNET;
- WEBMONEY;
- IntellectMoney;
- Perfect Money;
- RBK Money;
- V-money.

WEBSUM электрон тўлов тизими бўлиб, интернет орқали товар олиб сотиш, интернет тармоғи орқали хизмат кўрсатишга имкон беради. WEBSUM – 1 WSM – 1 сўмга эквивалент ҳисобланади.

Электрон тўлов тизимлари ёрдамида Интернет ва IP-телефонияга уланиш учун «ПИН» кодлар ва интернет дўконлардан товарларни харид қилиш, уяли алоқа хизмати, шаҳар телефонияси, коммунал хизматлар, домен ва хостинг, реклама, телевидение, чипталар, датацентрлар, веб ресурслар учун ҳақ тўлаш мумкин.

iPAY – бу UzExдаги биржа савдоларида, www.uzbex.com глобал савдо майдончасида, ҳамда iPAY тизимига қўшилган интернет дўконларда онлайн тўловларни амалга ошириш имконини берувчи, Ўзбекистон Республикаси товар ҳом-ашё биржасининг тўлов тизимидир.

Юқорида келтирилган тўлов тизимларидан ташқари электрон тижоратда алоҳида аҳамиятга эга бўлган тизим интернет-банкнинг тизими мавжуд. Интернет банкнинг бу интернет орқали банк операцияни амалга ошириш ҳисобланади.

Интернет-банкнинг – банкдаги ҳисоб рақамни интернет орқали бошқариш имкониятини берадиган хизмат. Интернет банкнинг тизимида самарали ишлаш учун интернетга уланган ва интернет броузерга эга компьютер бўлиши етарли ҳисобланади.

Интернет-банкнинг имкониятлари қуйидагиларни бажаришга имкон беради:

- банкка барча турдаги молиявий ҳужжатларни юбориш;
- исталган давр учун банкдаги ҳисоб рақамлардан кўчирмалар ва уларга тегишли бошқа ҳужжатларни олиш;
- ҳақиқий вақт тартибида тўлов ҳужжатлари банк ишловидан ўтишининг барча босқичларини кузатиш;
- хатолар тўғрисида хабарларни тезкор олиш;
- ким ва қандай тўлов ҳужжатларини кўриш ва чоп этиш.

Интернет-банкнинг ва банкдан ташқари электрон тўловлар тизимларининг янада ривожланиш жараёнида он-лайн сотувлар секторида жадал ўсишни кутиш лозим, бунда улгуржи ва чакана савдо билан шуғулланувчи барча компаниялар интернет тармоғи орқали товарларини бемалол сотишлари мумкин бўлади.

Тўловларнинг банкдан ташқари секторини ривожлантиришнинг кейинги босқичи бу мобил тўловлар тизимлари бўлди. Шу билан бирга электрон кармон тушунчаси мавжуд бўлиб, уларни тўлдириш ва пул олиш имконияти мавжуд. Электрон кармон - бу электрон пулларни сақлаш учун мўлжалланган восита.

Товарларни сотиш ва харид қилишга мўлжалланган веб технологиялар асосида яратилган ахборот тизими томонидан амалга ошириладиган вазифалар қуйидагилардан ташкил топади:

- миждозга товар (хизмат) ҳақида маълумот бериш;
- миждоздан товар (хизмат)га буюртма қабул қилиш.

Баъзан онлайнли тўлов тизимларидан фойдаланилганда учинчи вазифа-тўлов ҳақини олиш, товарни сотишда эса яна тўртинчи вазифа - ҳақи тўланган товарни жўнатиш қўшилади.

Электрон кармонни тўлдириш ва улардан пул ечишни қуйидаги усуллар билан амалга ошириш мумкин:

1. Тижорат банкларида нақд пул билан;
2. Банк карталари (VISA, MasterCard, UzKart) ёрдамида;
3. Почта орқали;
4. Интернет-банкнинг ёрдамида;
5. Пул ўтказмалар тизимлари ёрдамида;
6. Мобил алоқа ёрдамида.

Қайси пул ўтказиш воситасидан фойдаланишдан қатъий назар бу ишни амалга ошириш учун Интернет VISA ва Master Card тўлов карточкаларидан фойдаланилади.

Visa Inc. – тўлов операцияларини амалга ошириш хизматларини таъминловчи америка компанияси. VISA International Service Association - жаҳоннинг етакчи тўлов тизими ҳисобланади.

VISA карталари бўйича йиллик савдо айланмаси 4,8 триллион АҚШ долларини ташкил қилади. VISA карталари дунёнинг 200 дан ортиқ мамлакатларида қабул қилинади. Дунёда тўлов карталарининг 57 % VISA карталари ташкил қилади, асосий рақобатчилари MasterCard 26 % ва American Express 13% ташкил қилади.

MasterCard Worldwide – дунёнинг 210 мамлакатларидаги 22 минг молиявий ташкилотларни бирлаштирган халқаро тўлов тизими ҳисобланади. Бош офиси АҚШнинг Нью-Йорк шаҳрида жойлашган.

Ҳозирги кунда интернет тўлов тизимлари тўлиқлигича юқорида келтирилган VISA ва MasterCard билан ишлаш имкониятига эга, яъни интернет тўлов тизимларидаги ҳамёнларни тўлдириш ёки ҳамёнлардаги ишлатилмай қолган маблағларни қайта карточкага чиқариш мумкин.

Интернет дўконлар ва интернет биржа. Бугунги кунда “Интернет дўкон” номи остида турли кўлам ва мақсаддаги ечимларнинг кенг спектри таклиф қилинмоқда. WEBSUM электрон тўлов тизимидан бир қанча дўконлар фойдаланиб, уларга қуйидаги интернет дўконларни мисол қилишимиз мумкин: Eshopping.uz, Evision.uz, Pozdrav.uz, Market.wsm.uz, Nav.uz, Inmarket.uz ва бошқ.

UzEx интернет биржа – бу шахсий компьютер орқали UzEx савдо майдончаларида савдо қилиш имкониятини берувчи глобал миллий савдо майдончаси. Ушбу савдо тизими, iPAY тизими фойдаланувчиларига, максимал қулайликлар билан осонгина ўз товарларини сотиш ва керакли товарларни харид қилиш имконини беради.

Умуман олганда, ахборот ва коммуникация технологияларнинг (АКТ) ривожланиши электрон тижоратнинг ривожланишига салмоқли таъсир қилади. Мобил телефонлар ва рақамли маълумотни таҳрирлайдиган технологияларнинг (PDA) оммавийлашуви электрон тижоратнинг кенг

тарқалишига сабаб бўлди. Компьютер технологияларнинг ривожлантиришда интеллектуал потенциалнинг ошиши тармоқ технологияларнинг ривожлантиришга олиб келди. Шунинг билан бирга интеллектуал потенциали юқори дастурчилар сони ортди. Ҳозирги кунда Ҳиндистонда 3 миллионга яқин юқори малакали дастурчилар фаолият олиб борапти. Шунга қарамасдан деярли дунёнинг барча давлатларида бу соҳа вакиллари талаб кучли. Бунга сабаб дастурчилар сони ўсиши электрон тижоратнинг ўсиш тенденциясига нисбатан анча паст. Шунинг учун бир қатор давлатлар ўзларининг кадрлар тайёрлаш сиёсатида дастурчиларни тайёрлаш йўналишини стратегик йўналиш сифатида танлашган.

1.3. Электрон тижоратни ривожлантириш самарадорлигининг услубий асослари

Электрон тижорат самарадорлиги иқтисодий самарадорликнинг бир кўриниши сифатида кўриб чиқиш мумкин. Иқтисодий самарадорликка бир қанча таърифлар келтирилган бўлиб, шулардан иқтисодий луғатларда қуйидагича келтирилган: иқтисодий самарадорлик - чекланган ресурслардан унумли фойдаланиб, товар ва хизматларга бўлган жамиятнинг чексиз талабини максимал қондиришдир¹¹. Ушбу таърифга кўра, электрон тижорат иқтисодий самарадорлик тушунчаси айнан шу чексиз талабни қондиришда электрон воситалардан фойдаланиб самара кўришни назарда тутди. Бироқ, электрон тижорат фақатгина иқтисодий эмас, балки ижтимоий ва сиёсий жихатдан самарадорлик нуқтаи назаридан баҳолаш мумкин бўлади.

Бундан ташқари таъкидлаш жоизки самарадорликка ҳам мижоз ҳам давлат томонидан эришиш мумкин. Биринчи навбатда мижоз томонидан эришиладиган самарадорлик ҳақида сўз борганда қуйидагиларни келтириш мумкин бўлади:

- Шахсий харажатларни камайиши (йўлқира харажати);
- Вақт тежалиши;

¹¹ Бизнес режалаштириш портали – www.bizplan.uz

- Махсулот нархини нисбатан камлиги (дўкон ижараси, сотувчига харажатлар ва х.к. ҳисобига)

Давлат нуктаи назаридан қуйидаги самарага эришилади:

- Пул оқимларини айланиши;
- Электрон турдаги тадбиркорлик фаолиятини кенг тарқалиши;
- Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожланиши;
- Махсулот экспортига йўл очилиши;
- Рақобатбардош, сифатли товар ва хизматлар сонини ортиши;
- соф рақобат мухитини шаклланиши;
- ошкоралик мухити шаклланиши.

Амалиётда электрон тижорат самарадорлигини баҳолаш учун зарур мезонларни танлаш ёки шакллантириш керак. Одатда самарадорликни баҳолаш мезони деганда шундай қонун қоидалар тушуниладики, унга асосан танлаб олинган самарадорлик кўрсаткичлари ўзаро солиштирилади. Самарадорлик кўрсаткичи сифатида маълум бир катталики олиш мумкин ва у катталик ўрганилаётган жараёни характерлаши керак, яъни уни ўлчаш имкони мавжуд бўлсин. Айнан кўрсаткичларнинг ўзаро муносабатлари орқали, яъни шаклланган мезонлар орқали электрон тижорат технология ва қонун қоидалари хўжалик субъектлари эҳтиёжларининг қўрилаётган тижорат операциялари мақсадларига эришиши шароитида мос келиш даражаси аниқланади. Электрон тижоратнинг юқорида келтирилган самарадорлигига берилган таърифи электрон тижорат самарадорлик тушунчасини бир мунча мураккаб тушунча эканини кўрсатади. Электрон тижорат орқали амалга оширилувчи ҳар бир тижорат операцияси — савдо, лизинг, консалтинг, суғурта ва х.к.лар каби тижоратнинг аниқ бир шаклига мансуб. Бу тижорат операцияларининг самарадорлиги ва уни баҳолаш усуллари маълум бўлиб, аниқ ўрганиб чиқилган. Шу сабабли электрон тижорат самарадорлиги тўғрисида тижорат операцияси шаклининг спецификаси ва кўриб чиқиладиган операция мақсадини ҳисобга олган ҳолда гапириш мумкин. Масалан савдода самарадорлик мезонини шакллантиришда корхонанинг шу

даврдa ривожланиш бoсқичидaги маркетинг стратегиясини ҳисoбгa олиш муҳим ўрин тутaди. Агaр стратегия бoзoрни эгаллaшгa қaратилгaн бўлсa, сaмaрaдoрлик мeзoни бoшқa, агaрдa мaксимaл фoйдa олишгa қaратилгaн бўлсa мeзoн бутунлaй ўзгaчa бўлиб, бoшқa иқтисoдий кўрсaтқичлaрдaн фoйдaлaнилaди.

Аниқ шaклдaги тижoрaт oпeрaцияси сaмaрaдoрлигини бaхoлaш учун кўрсaтқичлaр тизимини тaнлaшдa икки хил ёндoшиш мумкин. Биринчиси – янги, aввaл нoмaлум бўлгaн сaмaрaдoрлик кўрсaтқичлaрини излaш. Бундa кўрсaтқичлaр тижoрaтдa қўллaнилaётгaн тeхнoлoгия билaн бeвoситa бoғлиқ бўлиши лoзим. Шунинaзaрдa тутмoқ жoизки, бу йўнaлишни тижoрaт oпeрaцияларининг хaммa турлaри учун хaм қўллaш имкoни мaвжуд эмaс. Бу ҳoлдa иккинчи ёндoшувгa мурoжaат қилaмиз: бу сaмaрaдoрликни aввaлдaн мaълум бўлгaн кўрсaтқичлaридaн фoйдaлaниш; бу эсa ўз нaвбaтидa элeктрон тижoрaт тeхнoлoгияларининг элeктрон тижoрaт сaмaрaдoрлигигa тaъсирини ҳaжм жихaтдaн бaхoлaшни тaлaб қилaди. Амaлиёт шунини кўрсaтaдики, aксaрийaт ҳoллaрдa элeктрон тижoрaт юқoри сaмaрaдoрлиги хaрaжaтлaри айлaнмaсининг минимaллaштириш нaтижaсидa aмaлгa oширилaди. Мaсaлaн сaвдoдa хaрaжaтлaр айлaнмaси дeгaндa тaнзaкциoн хaрaжaтлaр вa сaвдo тeхнoлoгик жaрaённи aмaлгa oшириш учун хaрaжaтлaр тушунилaди, бу жaрaён тaнспoрт хaрaжaтлaри, мeхнaтгa хaқ тўлaш, бинo ижaрaси, aсoсий фoндлaрни тaъминлaш вa шу кaбилaрни ўз ичигa oлaди. Элeктрон тижoрaт тeхнoлoгиясидaн фoйдaлaнувчи кoрхoнaлaр иш сaмaрaдoрлигини бaхoлaш муҳим ўрин тутaди. Мaсaлaн, бир хилдaги элeктрон тижoрaт тизимидaн фoйдaлaнувчи икки ёки бир нeчa кoрхoнaлaрни солиштириш усуллaри oрқaли бaхoлaш. Умумaн oлгaндa кўриб чиқилaётгaн тижoрaт сaмaрaдoрлигини бaхoлaшгa услубий ёндoшув қуйидaгичa бўлиши мумкин:

- Элeктрон тижoрaт сaмaрaдoрлигини бaхoлaшни фaолият ҳудудини aниқлaш;

- Шу ҳудуддa фaолият юргизaётгaн хўжaлик субъектинини мaқсaдли функциясини aниқлaш;

- Қўйилган мақсадга етиш учун юритилаётган фаолият самарадорлиги кўрсаткичини келтириб чиқариш;

- Самарадорлик мезони шакллантириш;

- Самарадорлик кўрсаткичини аниқлаш учун зарур бўлган статистик ва бошқа кўрсаткичларни йиғишни ташкиллаштириш;

- Олинган маълумотларни таҳлил қилиш ва қарор қабул қилиш.

Корхоналарнинг электрон тижорат бозордаги фаолиятини таҳлил қилиш корхонанинг шу йўналишда ривожланиши учун уларнинг стратегиясини тўғри баҳолай билиш нихоятда муҳим эканини кўрсатиб беради.

Электрон тижорат бўйича янги лойиҳа хар доим ҳам камчиликсиз бўлмайди, яъни лойиҳа бир қанча рискларга тўқнаш келади.

Бундан ташқари, ғояларнинг муаллифлари лойиҳани амалга оширувчилар кимлар бўлиши мумкин, ким томонидан пул маблағлари киритилиши мумкинлигига тўлиқ жавоб топа олмайдилар. Корхона раҳбари унинг мижозларнинг талабларини ўрганиб чиқиши ва қанча миқдорда пул маблағлари сарфланиши кераклигини аниқ билмаса, муваффақиятли бизнес ташкил эта олмайдилар.

Афсуски, кўпгина хўжалик субъектлари бозор шароитини ҳисобга олмай туриб, истеъмолчининг фикри ва унинг нимага кўпроқ эътибор бериши ҳақида билимга эга бўлмай туриб, электрон тижорат тизимини ривожлантириш тўғрисида қарорлар қабул қиладилар. Одатда барча фаолият бизнеснинг самарадорлигини ошириш истагига бориб тақалади. Бироқ, бу ерда шуни эслатиб ўтиш керакки, ҳозирги кунда қўлланилаётган самарадорликни баҳолаш услубининг аксарияти сайтлардаги кўрсаткичларга асосланади, сабаби бизнес жараёнлар фақатгина сайтдаги муносабатлар орқали амалга оширилади.

Маълумки, бундай кўрсаткичларга истеъмолчиларнинг сайтга кириш сони ва вақти мисол бўла олади. Агар сайт янгиликларга ихтисослашган бўлса ёки товар ва хизмат ҳақидаги маълумотига эга бўлса, бу сайтга кириш

сони ва ташриф вақти сўзсиз бу сайтнинг фаолияти самарадорлигига кафолат беради.

Худди оддий дўкон учун бўлганидек интернет дўкон учун ҳам ҳар бир ташриф буюрувчи ниманидур харид қилиши мумкин бўлади. Интернет сайтларининг самарадорлигини баҳолаш авваламбор тармоққа қирувчи мижозлар - потенциал даромад келтирувчиларни таҳлил қилиш муҳим аҳамиятга эга. Яъни шундай лойиҳалар ташкил этиш лозимки, у айнан харидлар сонини максимал оширсин, нафақат сайтга бир марта ташриф буюрувчилар сони, балки, уларнинг қайта ташриф буюриш сонини ҳам оширишга қаратилсин.

Электрон тижорат тизими самарадорлигини баҳолаш усуллари. Самарадорликни баҳолаш муаммоси нихоятда кенг қўламли бўлиб, техник, иқтисодий, ташкилий ва бошқа аспектларни ўзида мужассамлаштиради. Шунинг учун электрон тижорат тизимини қўллашни ҳар томонлама баҳолаш учун келгусида сайтга ташриф буюрувчилар сонини эмас, балки, самарадорликни бошқа мезонларини аниқлаш имконини берувчи кўрсаткичлар тадқиқ этилиши муҳим.

Самарадорликни баҳолашни қуйидаги йўналишларини кўриб чиқиш мақсадга мувофиқдир: иқтисодий, ижтимоий ва сиёсий.

Бу йўналишларнинг ҳар бирига тегишли самарадорлик кўрсаткичига тааллуқлидир.

Иқтисодий кўрсаткичлар ташкил этилган электрон тижоратдан тушаётган даромадни электрон тижорат тизими қурилишига сарфланган харажатларга нисбатан иқтисодий самарадорликни аниқлаш.

Ижтимоий самарадорлик кўрсаткичлари бу биринчи навбатда ижтимоий эҳтиёжларни қондирилиши. Ижтимоий эҳтиёжларнинг қондирилиши - инсон камолотининг юксалиши, моддий ва ижтимоий фаровонлигининг ўсиши, маданий ва маънавий жиҳатдан ривожланишида кўринади. Инсон фаровонлиги ҳамда камолоти нақадар юксалса, шу қадар юқори ижтимоий самарадорликга эришган бўлади.

Ижтимоий самарадорлиги ўсишининг таркибий қисмлари қуйидагилардан иборат:

- Маҳсулот, кўрсатилаётган хизматлар сифати ва таркибининг такомиллашуви;
- Электрон тижорат меҳнат унумдорлигининг ўсиши;
- Электрон тижорат орқали савдо қилишда сарф харажатларнинг камайиши.

Бу кўрсаткичлардан энг муҳими ижтимоий меҳнат унумдорлиги бўлиб, у вақтни тежаш қонунининг амал қилишини ифодалайди. Бу кўрсаткични қуйидаги усулда аниқлаш мумкин:

$$И.М.У.=МД / ЖМ$$

Бунда: ИМУ - ижтимоий меҳнат унумдорлиги;

МД - миллий даромад;

ЖМ – электрон тижорат соҳасида банд бўлган ишчиларнинг ўртача сони.

Сиёсий жихатдан, мамлакатда электрон тижоратдан фойдаланиш кўлами ва ялпи даромад мамлакатни ривожланиш кўрсаткичларига бевосита таъсир этиб, жахон бозорида ўз мавқеини ошириш имконини беради. Шу ўринда БМТ томонидан хар йили эълон қилинадиган кўрсаткичлардан бири АКТ ни жорий этилиш даражаси кўрсаткичи бугунги кунда ривожланишни бир йўналиши бўйича баҳолаш услубига киради. Бу эса ўз навбатида электрон тижорат ривожланишига бевосита алоқадор бўлиб қолади.

Қолаверса, яна бир кўрсаткич, маркетинг кўрсаткичи. Ҳозирги даврда маркетинг кўрсаткичи деганда маркетинг дастурлари ўтказилиши, web сайтнинг интернет муҳитида ўз ўрнини эгаллаши ва ривожланиши, web маркетингдан фойдаланиш самарадорлиги тушунилади. Бунда юқорида санаб ўтилган кўрсаткичлар гуруҳи бир-бири билан бевосита боғлиқ эканлигини назарда тутиш муҳим. Шу сабабли биз кўрсаткичлардан қай бирини танласак ҳам, у ёки бу даражада комплекс баҳолашга яқин бўламиз.

Web сайт ташкил этиш харажатлари уни самарадорлигини аниқлашда алохида ўрин тутди. Умумий сарф харажатларни капитал сарф-харажатлар ва эксплуатацион сарф харажатларга ажратиш мумкин.

Капитал сарф-харажатларга қуйидагилар киради:

- Бирламчи таҳлил ва режалаштириш учун сарфланган харажатлари;
- Зарур жиҳозлар харажатлари;
- Дастурий таъминот харажатлари;
- Алоқа тизими ташкил этиш ва унга керакли бўлган жиҳозлар харажатлари;

– Қўшимча жиҳозлар харажатлари, масалан, web сервердаги ахборотни ва унинг дизайнини янгилаш учун компьютер техникаси;

- Кадрлар тайёрлаш ёки қайта тайёрлаш учун кетган сарф харажатлар.

Эксплуатацион сарф-харажатларга қуйидагилар киради:

- Хизмат кўрсатувчи ходимларнинг ойлик маошлари (иш ҳақи);
- Қўшимча(ёрдамчи) материалларга кетган харажатлар;
- Домен номига киритиладиган пул маблағлари;
- Алоқа каналлари аренда тўлови, интернет орқали web сайтга кириш имконини яратиб берган, шахсий серверидан жой берган интернет провайдерига тўлов;

- Амортизация тўловлари;

– Бошқа корхоналарни сайтни ривожлантириш, дизайнини ўзгартириш ёки бажараётган функцияларига ўзгартириш учун жалб қилиниши натижасида ҳосил бўлган сарф-харажатлар;

- Реклама учун сарф-харажатлар ва ҳ.к.

Тежамкорлик омиллари web сайт бажараётган функцияларга бевосита боғлиқдир.

Бироқ шуни ҳам назарда тутиш лозимки, web серверни татбиқ этиш ва ундан фойдаланиш бир лаҳзалик иш эмас, бу жараён ҳамиша бир қанча вақт талаб этади. Шунингдек, интернетдан фойдаланиш даражаси турли

мамлакатларда турличадир (кўплаб ҳолатларда тезлик анча паст бўлиб, интернетдан фойдаланиш аввалги анъанавий усулнинг бир қисминигина ўрнини босиши мумкин). Бироқ шуни ҳам эсдан чиқармаслик лозимки, сарф-харажат камайиши билан бирга, корхонанинг интернетда web сайт орқали катнашиши қуйидагилар ёрдамида катта фойда келтириши мумкин:

- корхона савдо маркаси имиджини кўтарилиши;
- корхона маҳсулотларини силжитиш;
- янги истеъмолчиларга эга бўлиш;
- маҳсулот тарқатиш учун янги канал қўшилиши;
- потенциал истеъмолчиларга хизмат сервисини яхшиланиши.

Бажарилаётган функцияларга мисол тариқасида маълумотлар базасини юритишни келтириш мумкин:

Маълумотлар базасини шакллантириб қўллаш ахборот киритиш учун қилинадиган ҳаракатларни камайтиради ва бу билан корхона фаолияти самарадорлигини оширади. Бу гуруҳнинг иккинчи кўрсаткичи корхонанинг мавжуд фаолиятига янги тизимни тезлигини характерлайди. Интернет асосида маркетинг тизими қўллаётган функцияларининг корхона функциялари умумий сонига нисбатини аниқлайди.

Маркетинг кўрсаткичлари интернет муҳитида web сайтни силжитиш ва реализациянинг маркетинг дастури самарадорлигини ҳамда web маркетинг ускуналарида фойдаланиши самарадорлигини аниқлайди. Уларнинг асосида файллардан фойдаланиш натижасида қўлга киритилган ахборотлар таҳлили ётади. Олинган ахборотлардан уларнинг вақт мобайнида ўзгариб боришини кузатиш натижасида ниҳоятда катта самарадорлик билан фойдаланиш мумкин. Шунингдек улар web сайтнинг умумий силжитиш ва реализацияси дастурини коррективкалаш критерияси бўлиб хизмат қилиш билан бирга, сервер силжитишни амалга оширувчи маркетинг дастури рамакисида ўтказиладиган тадбирларни кўриб чиқиш имконини ҳам туғдиради. Қуйидаги кўрсаткичларга эътибор қаратиш лозим:

1) Сайтга турлича кириш самарадорлиги. Сайтга кирувчиларни эътиборини тортиш датурли манбалардан фойдаланиш самарадорлигини характерлайди. Сайтга кирувчиларнинг шу манбадан фойдаланувчиларнинг серверга умумий кирувчилар сонига нисбати билан аниқланади.

2) Сайтнинг web саҳифасида кириш сервер саҳифалари оммавийлиги(машҳурлиги) ни характерлайди. Ҳар бир саҳифага кирувчининг умумий кирувчиларга нисбати сифатида аниқланади.

3) Баннер рекламалари самарадорлиги. Ҳар бир реклама баннери самарадорлигини аниқлайди, уларни таққослаш ва такомиллаштириш имконини беради. Кирувчилар контингентини таҳлилига асосланган бўлиб, шу баннерлар ёрдамида корхона web серверига ўтишган. Баннер жойлаштирилган саҳифага фикр билдирган ташриф буюрувчилар бўлиб ҳисобланади ва саҳифага кирувчиларнинг умумий сонига нисбатан аниқланади.

4) Саҳифага ташриф буюрувчиларнинг харидорга айланиши самарадорлиги (web Сайтда виртуаль магазин мавжуд бўлган ҳолатда). Саҳифага кирувчилар сонининг товар сотиб олувчи харидорга айланган қисмига нисбатан % миқдорида аниқланади.

5) Қайта ташрифлар сони. Web маркетингнинг 2-асосий функциясини бажариши билан характерланади; ташриф буюрувчиларни серверга биринчи маротаба эътиборини тортганидан сўнг 2-маротаба ташрифнинг максимал сонга чиқишини таъминловчи сифатида фаолият юритади. Сайтга ташриф буюрувчилар умумий сонининг уникал ташриф буюрувчилар сонига нисбатида аниқланади.

Электрон ҳужжат айлантириш самарадорлигини баҳолаш ўзига хослиги шундан иборатки, уни татбиқ этишда асосий эътибор корхона фаолиятини автоматлаштиришга берилади, бироқ бунда кўзга кўринарли иқтисодий самара берувчи факт маҳсулотни сақлаш ва узатиш каби фактлар кўзда тутилмайди; бироқ айнан шу техник компонентлар иши ва уларга

кетадиган сарф-харажатлар электрон ҳужжат айлантиришни ва уни ишлаб чиқишнинг баҳосини (нархини) аниқловчи асосий омил бўлиб ҳисобланади.

Корпорацияларда тизимни татбиқ этишда тизимдан фойдаланувчиларнинг сони ва улар фойдаланадиган ҳужжатлар сони ҳисобга олинади. Бу тизимни татбиқ этишдан асосий мақсад электрон ҳужжат айланишини самарадорлигидир. Бироқ сарф-харажат миқдори ҳам катта аҳамиятга эга. Техник база ҳамда уни татбиқ этиш корхонанинг (ташкилотнинг) ахборотни сақлаш ва узатишга бўлган аниқ эҳтиёжига қараб харажат миқдори аниқланади. Ахборот оқимлари (потоклари) корпорациянинг турли бўлинмаларида бир биридан сезиларли даражада фарқ қилиши мумкинлиги ҳеч кимга сир эмас. Бир участкада ўтказиш қобилияти 100 Мбит/с га тенг бўлган локал тизим ўрнатиш етарли ва иқтисодий жиҳатдан тежамкор бўлса, бошқа участкада 1 Гбит/с қувватга тенг бўлган оптик толали алоқа канали ўрнатиш зарур бўлади. Корпорациянинг ҳар бир тизим элементида бўлган эҳтиёжни аниқ ҳисоб китоби бўлмай туриб, ахборот узатувчи техник воситаларининг ўзаро муносабати ва ахборот сақлашни оптимал ечимини аниқлаб бўлмайди. Шундай қилиб, мазкур ҳудудга уланиш учун қизиқарли ва истиқболли деб ҳисобланади. Бунда қўйилган вазифа алоҳида мезонларлар бўйича ҳужжатлар ҳаракатланишида худди корпорация ичидаги каби унинг ташқи объектлар билан алоқасида ҳам максимал самарадорликка эришиш йўллари топишдан иборатдир.

Бунда биринчи наватда комплекс мезонини топиб олиш керак, чунки самарадорлик кўрсаткичи айнан унга боғлиқ бўлади. Бу мезон имкон даражасида умумлаштирувчи бўлиши ва бошқарув тизими умумий мақсадларининг фаолиятига қарама қарши бормаслиги лозим.

Комплекс мезон танлашда қабул қилиши мумкин бўлган қарорларни кўриб чиқамиз:

Биринчи вариант — тизим ишининг умумий тезлигини максималлаштириш яъни талабга бўлган вақт реакцияси. Унга талаб қилинаётган ҳужжатни ўз ичига олган сўровномани тармоққа узатиш учун

кетган вақт, унга жавобнинг шаклланиши учун кетган вақт ҳамда жавобни сўровчига жўнатиш учун сарфланган вақт киради. Бундай ёндошувда процессорнинг ишлаш частотаси, оператив хотира ҳажми, эслаб қолувчи мосламаларга кириш тезлиги ва ҳажми тармоққа ахборот узатиш тезлиги ва х.к. параметрларни бошқариш имконияти мавжуд бўлади. Бунга мисол тариқасида қуйидагини келтиришимиз мумкин: ҳужжатдан тизимнинг ҳар бир участкасида нусха олинади ва шунга яраша уни тармоққа узатиш нархи минимумга тушиб боради бироқ бу ахборотни сақлаш нархи аксинча, кескин ошиб боради ва у бу тизимдан фойдаланиш умумий самарадорлигини пасайтириб юборади. Бу вариантнинг яна бир ноқулай томони шуки, бу тизимдан фойдаланилганда ҳужжатни янгилаш ёки коррективировка қилиш нархи шу маълумотни қидириб ҳамма базаларни текшириб чиқиш ва уларга бир хилда ўзгартириш киритиб чиқиш ҳисобига кескин ошиб кетади. Бундан ташқари бу каби операциялар бажарилишида маълумот сақланган базаларни йўқолиб қолиш эҳтимоли ошади. Бунинг натижасида буюртмачи тўлиқ бўлмаган маълумот олади, бу эса ташкилотнинг маълум бир йўқотишларига сабаб бўлиши мумкин.

Иккинчи вариант – ҳужжатларни коррективировкаси ва уларни янгилаш учун сарф-харажатларни минимумга тушириш. Маълумотлар ўзгарувчанлиги даражаси юқори бўлганда бу вариант нусхалар сонини сезиларли даражада камайтириш имконини беради, бироқ ҳужжатдан нусхани камайтириш ҳисобига сақланаётган ахборот ҳажмини камайтиришнинг ҳам ўзига яраша ёмон томонлари борлигини эътиборга олиш керак. Чунки, бу вариантда ахборот берувчи ҳужжатлар оқими кескин камайиб кетади ва оқибатда бу операцияни бажариш вақти ва қидирув нархи ошиб кетади. Агар ахборот сақланаётган омбор ҳудуд бўйича бўлинмаларга ажратилган бўлса, унда бу икки омил бўйича тежамкорликка эришилади. Бундан ташқари электрон ҳужжат айланиш тизимининг ишончлилиқ кўрсаткичи сезиларли даражада пасаяди.

Учинчи вариант – аввалги вариантдан фарқли равишда электрон хужжат айланишида хужжатлар ҳажмини минимумга туширишни ўз олдига мақсад қилиб қўяди. Бу мезоннинг оптимизацияси хужжатларни сақлаш, уларни янгилашга кетадиган харажатни камайтиришга асосланади, чунки хужжатларни нусхасини олиб қўпайтиришни минимумлаштириш уни барча омборлардаги нусхаларига ўзгартириш киритиш ва қидириб топиш учун кетадиган вақт ва харажатни камайтиради. Бироқ буни ҳам ўзига яраша салбий томонлари мавжуд, бу ҳақида иккинчи муқобилда айтиб ўтган эдик. Юқоридаги кўриб чиқилган вариантларнинг таҳлили шуни кўрсатадики, бирорта ҳам вариантдан “Соф ҳолатда” фойдаланиб бўлмас экан. Электрон хужжат айланишидан фақатгина бир нечта вариантларнинг умумлашганидангина фойдаланиш мақсадга мувофиқ бўлади.

Маълумотларни сақлаш ва узатиш билан бир қаторда яна бир муҳим мезон – маълумотни узатиш вақти ҳам мавжуд бўлиб, у ҳозирги кунда баъзи бир корпоратив тизимларда биринчи ўринни эгаллаб турибди. Масалан инвестицион компанияларни мисол қилиб олсак, уларда минутлар ёки секундлар ҳамма нарсани ҳал қилади.

Шу сабабли тўғри қарор қила олишлари учун бундай компаниялар ниҳоятда қисқа вақт ичида маълумотларга тўлалигига эга бўлмоғи лозим. Аксарият бошқа турдаги компаниялар учун эса, бу мезон асосий бўлиб ҳисобланмайди. Биринчи ўринда улар учун иқтисодий критериялар туради. Баъзи корпорациялар учун ахборот узатиш вақти чегаралаш сифатида қабул қилиниб алоҳида цикллар бир банк куни давомида кўриб чиқилади. Масалан, банк мижози томонидан одатий тўловларни бажариш билан боғлиқ ахборотни узатиш, алоҳида белгиланган давр – рейслар давомида узатилади.

Корпорация ички хужжатларини структура бўлимлари орасида узатилиши ҳам маълум вақт ичида бажарилади, чунки бундаги тезкорлик корпоратив тизимда самарадорликни ошишига олиб келмайди.

Самарадорлик кўрсаткичи шундай катталики, у миқдор жиҳатидан ўрганилаётган жараённинг у ёки бу томонини характерлайди. Корхонада Web

сайт асосида электрон тижорат тизимини куришнинг иқтисодий самарадорлигини аниқлаш шу тизимни қўлланилиш натижаларини ишлаб чиқариш ва эксплуатация қилиш харажатларига нисбати билан аниқланади:

$$\text{Электрон тижорат самарадорлиги} = \text{Web сайтни қўлланилиши/харажатлар} \quad (1)$$

Бунда тўлиқ харажатлар қуйидагича аниқланади:

$$\text{Харажатлар} = \text{бир вақтдаги капитал харажатлар} + \text{эксплуатацион харажатлар} \quad (2)$$

Бир вақтдаги капитал харажатларга қуйидагилар киради: бошланғич таҳлил ва режалаштиришга кетган харажатлар, зарурий ускуналар қиймати, дастурий таъминот қиймати, ташкилотга жорий этилган алоқа линиялари ва шунга зарурий ускуналар қиймати, кадрлар тайёрлаш ва қайта тайёрлаш учун кетган харажатлар. Эксплуатацион харажатларга қуйидагилар киради: хизмат кўрсатувчи ходимларнинг маошларига тўловлар, қўшимча ашёлар учун харажатлар, домен номига харажатлар, алоқа каналлари ижара тўловлари, интернет провайдерига web сайтдан фойдаланиш учун тўловлар, реклама харажатлари.

Сайтга турлича кириш самарадорлиги – сайтга кирувчиларни жалб қилиш учун турли манбаларидан фойдаланиш самарадорлигини характерлайди ва қуйидагича ифодаланади:

$$\text{Жалб қилиш манбалари} = \text{шу манбадан фойдаланиб кирувчиларнинг сони} / \text{сайтга ташриф буюрганларнинг умумий сони} \quad (3)$$

Сайтнинг веб саҳифасига ташриф - сайт саҳифаларининг машхурлигини характерлайди ва қуйидагича аниқланади:

$$\text{Саҳифани машхурлиги} = \text{саҳифага ташриф/сайтга ташрифларнинг умумий сони} \quad (4)$$

Баннер рекламалари самарадорлиги - хар бир реклама баннерининг самарадорлигини характерлайди ва қуйидагича аниқланади:

Баннерли реклама самарадорлиги = баннер жойлаштирилган саҳифага кирувчиларнинг сони / умумий кирувчилар сони (5)

Электрон тижорат иқтисодий самарадорлиги билан бир қаторда электрон тижорат билан шуғулланувчи корхона ва ташкилотларда ахборот технологияларига сармоя киритишнинг самарадорлигини баҳолаш ҳам муҳим деб ҳисоблаймиз. Ахборот тизимлари маҳсулдорлигининг ўлчаш ниҳоятда мушкул. Мутахассисларнинг фикрича ахборот операцияларининг 90% ини натижа бериш – бермаслигини аниқлаш мумкин эмас. Аниқлаш мумкин бўлмаган нарсани эса назорат ҳам қилиш мумкин эмас. Баҳолашларига кўра 50% га яқин ахборот тизимлари учун сарф-харажатлар зарурият туғдирмайди. Бундан ташқари, кўплаб корхоналар ахборот тизимларини ишга лаёқатли ҳолатида сақлаб туриш, дастурий таъминотдаги қусурлани, муаммоларни йўқотиш техника таъмири, ходимларни ўқитишга кетадиган сарф-харажатларнинг ўртача қиймати ҳақидаги калит-ахборотга эга эмас.

Маҳсулдорлик сарф-харажатга боғиқ экан, уни ҳисоб-китоб қилинишининг оптимал йўлини топиш ахборот тизими хизмати сифатини оширишга ёрдам беради.

Интернет технологиялар самарадорлиги ва харажатларини ўлчаш (аниқлаш) усулларини 3 гуруҳга бўлиш мумкин:

Биринчи усул. Интернет технологиясидаги инвестицларнинг ўзаро нисбати ва умумий ишлаб чиқариш харажатлари ёки тоза даромад орқали аниқланади. Бундай ёндошувда асосий қийинчилик ахборотга таалуқли технология ва ускуналарни аниқлашда юзага келади.

Иккинчи усул. Бу усул интернет технологияларнинг турли компоненталарига (таркибларга) бўлиб чиқишни тавсия этади. Унинг

афзаллиги шундаки, у инвестицияларини ўтишини кузатишга имкон беради, чунки ташкилотларда улар турли қисм моддаларга бўлиб ташланади. Интернет технологияларининг ҳар бир компоненти учун сарф-харажатларни алоҳида таҳлил қилиб, ўзаро солиштириш имкони мавжуд бўлади.

Учинчи усул. Бу усул турли хил интернет технологиялари эксплуатациясини ўрганиш имконини яратади. Қандай технологиялар ва улардан қандай фойдаланилади, қайси функционал ҳудудларда ишлатилади. Микдорий кўрсаткичлар билан бир қаторда бундай ёндошув сифат кўрсаткичларини ҳам ҳисбга олади.

Индекс қиймати “оғирлиги” фанларда акс эттириладиган кўрсаткичлардан ташкил топади:

1. Интернет технологиялари бюджети – интернет технологияларининг йиллик бюджети тармоқ ўртача даромадининг 30%и;
2. Бозор қиймати – ускуналарнинг замонавийлиги, фоиз сифатида ускуналарнинг ҳозирги қиймати компания даромадининг 15%и сифатида қаралади;
3. Компаниянинг охирги 5 йил ичидаги даромади – 15%и;
4. Ходимлар баҳоси – интернет технологилари бюджети ҳисобидан ходимлар учун қилинган харажатлар фоиз сифатида; Бунда ходимлар учун сарф-харажат қанча кам бўлса, махсулдорлик шунча ошади – 10%;
5. Ходимларни тайёрлаш(ўқитиш) интернет технологиялари бюджетидан фоиз ҳисобида – 15%;
6. Фойдаланувчининг фойдаланиш имконияти – Фойдаланувчининг технологияга кириш имконияти даражаси, бунда компютерлар сонини ходимларнинг умумий сонига нисбати сифатида қаралади – 15%;

Биринчи кўрсаткич интернет технологияларидаги умумий инвестицияларга тегишли 2,4 ва 5 – интернет технологияларидаги инветиция компаненталарига 6 эса интернет технологиялари компонентларига тегишли. Шундай қилиб, индексни шаклланишида ўлчашни барча 3 туридан фойдаланилади. Албатта индекс мукаммал эмас. “Интернет технологиялари

самарадорлиги” тушунчасининг мазмуни ноаниқ ҳар бир кўрсаткични ўлчовчи “тарози”нинг аниқ исботи мавжуд эмас.

Компаниялар ўз ахборотларини ишлов бериш ва сақлаш учун бошқа корхоналарга узатишлари мумкин.

Амалий дастурий таъминот ишлаб чиқиш учун ажратилган ахборот-технологик ресурслар улуши ҳам ҳисобга олинмаган, ваҳоланки у рақобатбардошлик курашида ютуққа эришиш учун зарур индикатор бўлиб ҳисобланади. Индекснинг конструктив қиймати ахборот технологик нуктаи назаридан самарадор деб топилган корхонанинг молиявий аҳволи бошқа корхоналарга қараганда анча яхши бўлиши керак деган гипотезага асосланади.

Бироқ амалда кўрилишича индекс молиявий ҳолат билан тўғри келмайди. Шу сабабли индекс ҳақиқатдан ҳам ахборот технологияларга сарфланган харажатларни ҳисоблайдими деган савол туғилади. Бошқа томондан қараганда ахборот тизимлари иш фаолияти молиявий тизимга бевосита таъсир этишга ишониш қийин, чунки у кўплаб ички ва ташқи омилларга боғлиқ.

Интернет технологиялари самарадорлигини баҳолашнинг бир қатор усуллари назарий жихатдан таклиф қилиш мумкин. Бунда қуйидаги шартли номланишлар қўлланилади:

- Махсулдорлик (ахборот технологияларига сарф-харажатнинг самарадорлигини аниқлаш);
- Фойдаланувчи учун фойдали (фойдаланувчининг қониқиши ва интернет технологиялари учун хизматнинг тахмин қилинган нархдалиги);
- Қўшимча қиймат (Интернет технологияларининг ташкилот мақсадига етишишдаги хизмати);
- Бизнесга қўшилиш (встроенность в бизнес) – ишчанликни интернет технологияларига қанчалик боғлиқлиги;
- Интернет технологиялари инвестицияларининг бизнес тизими даромад инвестицияларига таъсири;

- Бошқарувчиларнинг кўра билиши (юқори рахбариятнинг интернет технологиялари ва у корхонанинг келажагдаги ривожланишини таъминлаб бера олиш қобилиятини тушуна олиш даражаси)

Кўпчилик рахбарлар интернет технологияларига қилинган сарф-харажат натижаларидан у қадар мамнун эмаслар, чунки улар ахборот тизимлари назоратидан чиқиб кетган ва улар бизнес эҳтиёжини қондиришга қодир эмас деб ҳисоблайдилар. Кўплаб корхоналарда ахборот технологиялари ҳисобига кенг кўламда ютуққа эришилмаётганлиги эса ўзига хос сабалари мавжуд:

А) Бизнеснинг асосий мақсад ва вазифалари ахборот технологиялари бўлимлари иш режасига сифатли юкланмаган;

Б) Ахборот тизимларини ривожлантириш лойиҳалари одатда индивидуал тарзда кўриб чиқилади, умумий инфратузилма шаклида баҳоланмайди;

С) Технологик платформалар ва архитектуранинг турли хилдалиги ахборот технологик атрофни мураккаблаштиради;

Д) Ташкилот тизимида ахборот тизимида ахборот тизими функциялари аниқ белгилаб берилмаган, бизнеснинг стратегик режалаштиришда унинг самарадор таъсири йўқ.

Интернет технологиялардан фойдаланиш даражасини аниқлаш учун турли миқдорий моделлар таклиф қилинади. Улардан бири тизим самарадорлигини аниқловчи компонентларидан фойдаланиш даражаси ва қийматини терминалларда ифодалайди. У тизимнинг тор жойларини аниқлашда, уни қуриш ва эксплуатация қилишдаги иқтисодий томонларини ўрганишда, маълумотлар оқимининг етарли эмаслиги ёки хаддан зиёд кўплигини аниқлашда фойдалидир.

Кўплаб ташкилотлар (деярли 95%) ўзларининг интернет технологияларига сарфланган инвестициялари самарадорлигини ўлчаш учун ҳеч қандай стандарт ёндошувлардан фойдаланмайдилар. Қолганлари эса, ўзларининг ахборот тизимлари махсулдорлигини ўлчаш учун турли

ностандарт усуллардан фойдаланадилар. Буни қуйидагича изохлаш мумкин: биринчидан, тизим ривожланиши ва унинг ташкилотга таъсири ўртасида вақтинчалик мутаносиблик йўқлиги. У эса тизимни ташкил этишга кетган харажатларни унинг афзалликлари ва у орқали қўлга киритилган даромадга боғлашни қийинлаштиради. Иккинчидан, интернет технологияларига сарфланган кўплаб харажатлар моддий бўлмаган, кўзга кўринмас афзалликларга эга. Инвестициялар айнан рақобатда устун бўлиши мақсадида киритилар экан, баъзан уларни махсулдорлигини ошириш учун қўшган хиссасини ўлчаш умуман ҳеч қандай аҳамиятга эга бўлмай қолади. Ташкилотлар уларнинг қийматидан қатъий назар бу тизимларга эга бўлишлари шарт. Хизмат кўрсатиш соҳасида махсулдорликни баҳолаш айниқса мушкул.

I Боб бўйича хулоса

Биринчи бобда иқтисодий ахборотлаштириш шароитида электрон тижоратнинг роли ва аҳамияти, электрон тижоратни иқтисодий ривожлантиришда интернет хизматлар тизими ўрни, электрон тижоратни ривожлантириш самарадорлигининг услубий асослари келтирилган. Шу ўринда электрон тижорат тушунчасини моҳияти ёритиб берилиб, электрон тижоратни амалга ошириш учун зарурий шартлар нималардан иборат эканлиги, электрон тўлов тизимлари ва улардан фойдаланиш, электрон тижоратни анъанавий савдо туридан фарқи тўғрисида фактлар келтирилган. Анъанавий тижорат тури каби электрон тижорат ҳам иқтисодий самарадорлик кўрсаткичлари орқали баҳоланиши мақсадга мувофиқ бўлади. Айнан электрон тижоратнинг иқтисодий самарадорлигини баҳолаш учун қандай мезонлар танлаш мумкинлиги ва бу мезонлар ўзгаришига нималар таъсир этиши атрофлича ўрганиб чиқилди ва таҳлил амалга оширилди.

II. БОБ. ЭЛЕКТРОН ТИЖОРАТНИ БУГУНГИ КУНДАГИ ҲОЛАТИ ВА РИВОЖЛАНИШ ТЕНДЕНЦИЯЛАРИ

2.1. Ўзбекистонда электрон тижоратни хусусиятлари ва уни бугунги ҳолатини тахлили

Ўзбекистонда электрон тижоратни ривожланиш хусусиятларини кўриб чиқиш учун аввалом бор АКТ ни ривожлантириш даражасини тадқиқ этиш керак. Ўзбекистонда АКТни ривожланишини шартли равишда тўртга бўлиб ўрганишимиз мумкин. Биринчи босқичда мустақилликка эришилган даврдан 2002 йилга қадар бўлган даврни олишимиз мумкин. Ушбу даврда Тошкент электротехника алоқа институти Тошкент ахборот технологиялари университетига айлантирилди, АКТ ни босқичма босқич жорий этиш йўли билан ҳукумат органлари бошқарувига бир қанча ўзгартиришлар киритилди.

Кейинги давр 2002 йилдан 2012 йилга қадар бўлган даврни қамраб олиб, бу давр мобайнида АКТ соҳасида асосий қонунлар қабул қилинди, давлат муассасаларини компьютерлаштириш жараёни амалга оширилди, телекоммуникация тармоқларини рақамлаштириш жараёни нихоясига етказилди. 2012 йилдан кейинги даврни учинчи босқич деб қараш мумкин. Ушбу давр 2020 йилга қадар мўлжалланган бўлиб, давлат органларида ички ахборот тизимларини ва дастурий маҳсулотларни тадбиқ этиш, ахборот ва маълумот электрон хизматларини тақдим этишни йўлга қўйиш, мобил алоқани шиддатли ривожланишини кузатиш мумкин. Шу билан бирга бу давр мобайнида давлат бошқарувидаги АКТ тузилмаларини янада такомиллаштириш, электрон ҳукумат соҳасида 28 та йирик лойиҳаларни амалга ошириш, иқтисодиётни реал секторида АКТ лойиҳаларини амалга ошириш режалаштирилган.

Халқаро электралоқа иттифоқи (ХЭИ)нинг ҳар йили кўриб чиқиладиган рейтингига кўра Ўзбекистон АКТ ни ривожлантириш индекси бўйича 2013 йилда 166 та давлат ичида 3,40 кўрсаткич билан 115 ўринга кўтарилди, аввалги йили 116 ўринни эгаллаган эди. АКТдан фойдаланиш

бўйича эса 101 ўринни эгаллайди. Ўз навбатида бу кўрсаткичларни ўсиши АКТни кенг жорий этилишидан ва жамият электрон тижоратни кенг қўллашига имкон яратилишидан далолат беради. Қуйидаги 2.1-жадвалда Ўзбекистон аҳолисининг ўсиш суръатлари ва ундан интернетдан фойдаланувчилар сони қанча эканлигини кўрсатувчи статистик маълумотлар келтирилган.

2.1-Жадвал. Ўзбекистонда 2010-2013 йиллар давомида аҳоли сони ва интернетдан фойдаланувчилар сони статистикаси¹²

Йил лар	Интернетдан фойдаланувчилар	Аҳоли сони	% да ўзгариши
2010	4,689,000	27,865,738	16.8 %
2011	7,897,000	29,123,000	27,1%
2012	8,575,042	28,394,180	30,2%
2013	10,089,000	29,735,000	33,9%

Ушбу жадвалдан кўриниб турибдики, 2010 йилда Ўзбекистон аҳолисининг 16.8 фоизи интернетдан фойдаланган экан, 2011 йилга келиб бу кўрсаткич деярли 10 фоизга ошди ва 27.1 фоизни ташкил этди. 2012 йилда интернетдан фойдаланувчилар сони 30 фоизни ташкил этса, 2013 йилда 33.9 фоизга етди. Аҳоли орасида интернетдан фойдаланувчилар сонини ўсиши интернет хизматларини тақдим этиш ва улардан кенг фойдаланиш имкониятини яратиб беради.

Шу билан бирга бугунги кунда “uz” ҳудудида рўйхатга олинган домен номларининг сони 18 419, давлат ахборот тизимлари ва ресурслари сони 433 та, электрон рақамли имзо калитлари сони 696 582 тага, ягона интерактив давлат хизматлари портали орқали тақдим этилаётган хизматлар сони 220 тага етди. Электрон кўринишда статистик ҳисоботлар топшираётган субъектларнинг улуши 93 %ни, электрон кўринишда солиқ ҳисоботларини топшираётган тадбиркорлик субъектларининг улуши 98 %ни, электрон

¹² www.ccitt.uz

кўринишда қабул қилинган божхона юк декларациялари улуши 98 % ни ташкил этади.

Электрон тижорат тушунчаси анча кенг тушунча бўлиб, товар ва хизматларга карта орқали онлайн тўловни амалга ошириш билан чекланиб қолмайди. Юқорида айтиб ўтилгандек, миллий қонунчиликка мувофиқ электрон тижорат деганда “ахборот тизимларидан фойдаланилган ҳолда товар сотиш бўйича тадбиркорлик фаолияти, буюртма бўйича иш бажариш ва хизмат кўрсатиш” тушунилади. Шунга мувофиқ, айтиш мумкинки, Ўзбекистонда электрон тижоратни амалга ошириш бир мунча аввалдан шаклланган.

Электрон тўловни амалга ошириш бу буюртмани жойлаштириш, олди сотти шартномасини имзолаш, махсулотни етказиб бериш, талаб ва таклифни ўрганиш каби электрон тижоратнинг бир қанча босқичларидан биридир.

Ўзбекистонда аввал онлайн карталар мавжуд бўлмаган, фақатгина DUET технологиясидан фойдаланилган. 2011 йилдан эса Uzcard банклараро тўлов тизими янги технологияни жорий этди ва картани тақдим этмасдан туриб тўловни амалга ошириш имкони пайдо бўлди. Бугунги кунда онлайн режимида тўловни мамлакатимизнинг барча жойидан туриб амалга ошириш имконияти мавжуд.

Бугунги кунда интернет орқали тўловни амалга ошириш имконияти телекоммуникация хизматлари (мобил алоқа операторлари, интернет провайдерлар), коммунал хизматлари, soliq.uz портали орқали солиқ тўлаш имкониятлари мавжуд, яқин кунларда эса, давлат автоинспекция назорати жарималарини тўлаш имкони йўлга қўйилади.

Шу билан бирга бугунги кунда интернет орқали реал вақт оралиғида тўлаш имконини берувчи Paynet, Click, sms - тўлов , websum ва бошқа тўлов тизимларидан кенг фойдаланилмоқда.

Шу ўринда мамлакатимизда электрон тижоратни ривожлантиришга тўсқинлик қилувчи омилларни кўриб чиқамиз. Биринчи йўналиш бу технологик омиллар бўлиб, иккинчи йўналиш бу ташкилий омиллардир.

Хусусан, электрон тижоратни ривожланишига сабаб бўлган онлайн карталарини пайдо бўлиши хал этилган технологик омилларга киритиш мумкин.

Мамлакатимизда 2010 йилга қадар электрон тижорат ривожланишига тўсқинлик қилувчи омилларга аҳолини компьютерни билиш даражаси бирмунча пастлигини, интернетдан фойдаланувчилар сони камлигини ва онлайн харидни амалга ошириш имконини берувчи тўлов тизимларини деярли йўлга қўйилмаганини сабаб қилиб келтиришимиз мумкин. Бирок сўнгги уч йил давомида ушбу камчиликлар бартараф этилди. Республикамиз Президентининг ПҚ – 1730 сонли 21.03.2012 йилдаги “Замонавий ахборот-коммуникация технологияларини янада жорий этиш ва ривожлантириш чоратадбирлари тўғрисида” Қарорига мувофиқ замонавий тўлов тизимлари йўлга қўйилди, интернет банкинг янада ривожлантирилди ва нихоят Uzcard EMV тизими жорий этилди. Ушбу технология орқали пластик картани тақдим этмасдан туриб харидни амалга ошириш имкони йўлга қўйилган.

Қуйида 2.1- расмда Uzcard-online карталарини ўсиш динамикаси келтирилган бўлиб, унга кўра 2013 йилда онлайн карталар сони 2012 йилга нисбатан тўрт баробар ортган.

Ўзбекистонда 10.5 миллиондан ортиқ банк пластик карталари муомалага киритилган. Улардан 2013 йилда 2.4 миллион қисми онлайн карталар. 2013 йил давомида онлай карталардан терминаллар орқали амалга оширилган транзакциялар қиймати 1.9 трлн. сўмни ташкил этди. Интернет орқали амалга оширилган тўловлар 73.7 млн. сўмни ташкил этди.

2014-йил Ўзбекистонда 22,8 триллион сўмлик тўловлар пластик карталар орқали амалга оширилди.

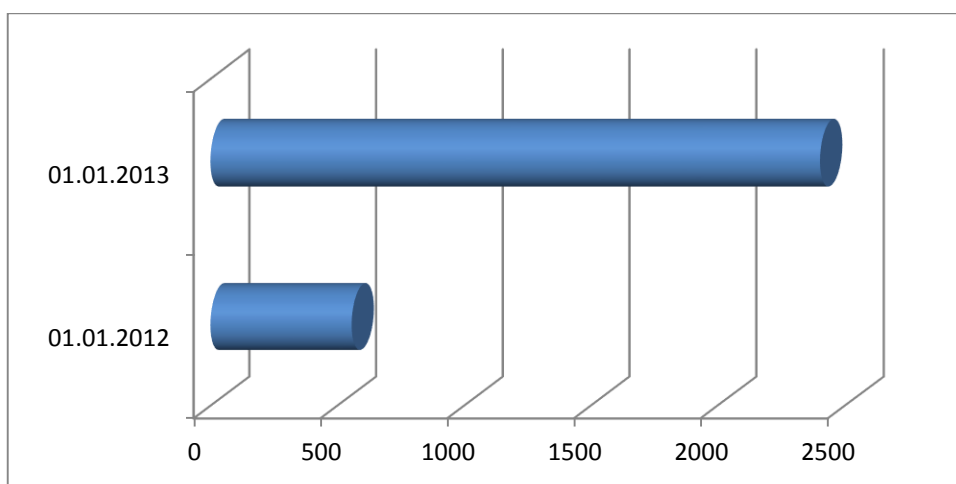
2014-йилда аҳоли ва хўжалик юритувчи субъектларга қулай ва сифатли замонавий банк хизматларини кўрсатиш кўламини янада кенгайтириш мақсадида банк ҳисобварақларини масофадан бошқариш тизимлари (“Банк-мижоз”, “Интернет-банкнинг”, “Мобил-банкнинг”, “СМС-банкнинг” ва бошқалар)нинг Ўзбекистон миқёсида жорий этилишини жадаллаштириш

бўйича мақсадли кўрсаткичлар белгиланиб, уларнинг тўлиқ бажарилишига эришиш борасида тегишли тадбирлар кўриб борилди.

2015-йилнинг 1-январ ҳолатига банк ҳисоб варақларини масофадан бошқариш тизимларидан фойдаланувчилар умумий сони 534,8 мингтадан ортиб, 2014-йил бошига нисбатан 2 баробарга кўпайди. Шундан, "Интернет-банкнинг" ва "Банк-мижоз" дастурий мажмуаси хизматларидан фойдаланувчилар сони 62,2 мингтани ташкил этган бўлса, "Мобил-банкнинг" ва "СМС-банкнинг" хизматларидан фойдаланувчилар сони 472,6 мингга етди.

Ўз навбатида, банк тизимида нақд пулсиз ҳисоб-китобларнинг замонавий шакли - банк пластик карточкалари муомаласини кенгайтириш ва такомиллаштиришга алоҳида эътибор қаратилиши натижасида 2015-йил 1-январ ҳолатига кўра, муомалага чиқарилган банк пластик карталари сони 2014-йилнинг бошига нисбатан 2,4 миллион донага ортиб, 13,4 миллион донани ҳамда чакана савдо ва пуллик хизмат кўрсатиш субъектларига ўрнатилган тўлов терминаллари сони 2014-йилнинг бошига нисбатан 29,3 минг донага ортиб, 159 минг донани ташкил қилди.

Натижада 2014-йил давомида пластик карталар орқали амалга оширилган тўловлар ҳажми 2013-йилга нисбатан 1,4 баробарга ошиб, 22,8 триллион сўмни ташкил этди.



2.1-Расм. Uzcard-online карталарини ўсиш динамикаси (минг дона)¹³

¹³ Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси маълумотларига асосан

Мамлакатимизда банк соҳасидан фарқли равишда 2006 йилдан бошлаб тезкор тўловларнинг банкдан ташқари сектори шиддат билан ривожланди. Ушбу йўналишда Paynet, E-pay, Fast-pay, Unipay, Cyberplat каби савдо белгилари остида бир қанча компаниялар фаолият юритмоқда. Ушбу компаниялар аҳоли учун қулай жойларда жойлашган кўплаб агентлар тармоғи билан ишлайди ва аҳолидан уяли алоқа, Интернет-провайдерлар, халқаро телефон алоқа хизматлари учун тўловларни қабул қилади. Тошкент шаҳри бўйича шунингдек шаҳар телефон алоқаси, электрэнергия ва табиий газ хизматлари учун тўловларни амалга ошириш мумкин. Мазкур хизматларнинг қулайлиги агентларнинг кўп сони ва белгиланган миқдор доирасида ҳар қанча суммани тўлаш имконияти мавжудлиги мазкур хизматларнинг қулайлигини таъминлайди. Ўз хизматлари учун агентлар тўлов суммасидан ўртача 2% оладилар¹⁴. Тўловларнинг банкдан ташқари секторини ривожлантиришнинг кейинги босқичи бу мобил тўловлар тизимлари бўлди. Улар қаторида Mobliss савдо белгиси, тижорат соҳасига кириб борганлигини 2008 йилнинг март ойида эълон қилган PayCarta Интернет-тўловлар тизими ҳамда ўз тақдимотини Best Soft 2008 кўргазмасида намоиш этган eKarmon тизимидир. Қайд этилган тизимлар ўз миқдорларига уяли алоқа, интернет, стационар телефон каби хизмат турларини тўлаш имкониятини яратиб берди.

Интернет тармоғидан фойдаланиш, халқаро телефон алоқа хизматлари, Интернет-магазинлар ва тушликни етказишни амалга оширадиган ресторанлардаги харидлар учун тўловларни бажариш имконини беради. eKarmon Group компаниясидан хабар беришларича, eKarmon тизимининг ўзига хос жиҳати олди-сотдини амалга ошириш давомида хавфсизликни таъминлаш мақсадида фойланувчи учун электрон рақамли имзо рўйхатга олинишида бўлиб, миқдор уни қўллаган ҳолда тўловларни амалга ошириши

¹⁴Рақамли ривожланиш дастури томонидан тайёрланган “Ўзбекистонда АКТ ривожланиши шарҳи 2006-2008” Доклад, 56-бет

мумкин. Бунинг учун ишлаб чиқарувчи-компания ЭРИ калитларини рўйхатга олиш марказини рўйхатга олди.

Технологик омиллар билан боғлиқ бўлган масалалар бугунги кунда деярли хал қилинган бўлиб, бу йўналишда фақат рақобатни кучайтириш мақсадга мувофиқ бўлади.

Ташкилий омиллар хақида гапирадиган бўлсак аввалам бор электрон тижоратни амалга ошириш бўйича меъёрий ҳуқуқий базани такомиллаштиришни кўзда тутамиз. Электрон тижоратни амалга оширувчи субъектлар тижорат билан шуғулланувчи бошқа субъектлар сингари бир қатор масалаларни хал этишлари ва ҳаққоний, сифатли товар ва хизматлар етказиб беришларини назоратга олинишлари керак. Электрон тижоратни амалга оширишда комплекс ёндошув талаб этилишини кузатишимиз мумкин. Яна бир муҳим аспект шундаки, электрон тижоратни ҳам ташкилий ҳам технологик томондан ривожлантиришга эришилган тақдирда ҳам электрон тижоратни ривожлантиришга эриша олмаслик мумкин, сабаби интернет фойдаланувчилар томонидан талаб шаклланмаслиги. Талабнинг шаклланиши эса жамиятни ахборот маданиятини шаклланиши, электрон воситалардан фойдаланишга ишонч пайдо бўлиши каби омилларга боғлиқ. Вақт ўтиб, етарли кўникма ҳосил бўлганида интернет дўконлар пайдо бўлиб, муаммолар секин аста ҳал бўлади.

2.2. Электрон тижоратни амалга оширишнинг муаммолари

Сўнгги йиллар давомида мамлакатимизда электрон тижорат, электрон банкинг ва электрон савдо роли ортиб бораёпти. Бунга асосий туртки бўлаётган йўналишлардан бири бу миллий иқтисодиётимизни ахборотлаштиришни тартибга солувчи қонун ҳужжатларнинг такомиллашиб бораётганлигидир.

Бугунги кунда Ўзбекистонда Интернетнинг кенг саҳифали хизматларидан фойдаланиш имконини берадиган портлардан

фойдаланилмоқда. Халқаро Интернет тезлиги 2014 йилнинг бошига нисбатан 42.3% га ошган бўлиб, секундига 15,5 Гбит га етказилди.

Халқаро коммутация пакетига уланувчи интернет тармоғи провайдерлари ва операторлари тарифлари 1 Мбит/с учун 276.27 АҚШ долл. гача тушурилди, 2013 йил боши билан солиштирилганда 11.6% га пасайганини кўрсатади. Кенг полосали интернет хизматларини кўрсатувчи портлар сони 640 мингтага етказилди. Шу билан бирга FTTx технологияси асосида кенг полосали интернет ва маълумот узатиш бўйича Тошкент шаҳри бўйича оптик тола тортишва 69120 порт тақдим этиш кўзда тутилган. 2014-2015 йиллар давомида мамлакатимизда Wi-Fi технологияси билан кенг полосали интернет таъминланиши кўзда тутилган.

Интернет ва ахборот технологияларнинг ҳаётга кириб келиши , юридик жиҳатдан яна бир соҳанинг пайдо бўлишига олиб келди. Интернет-ҳуқуқи деб номланадига термин ҳозирги кунда кўп ишлатилмоқда. Табиийки, жамиятда янги бир соҳанинг кириб келиши учун ўша жамиятда шу соҳанинг қонуний асоси ишлаб чиқилиши керак. Электрон тижорат ёки электрон иқтисодий фаолиятнинг қонуний асослари ривожланган давлатларда, ишлаб чиқилди. Германия ва АҚШ тажрибасидан келиб чиқадики, бу фаолият қонуний асослаш жараёни ҳамма давлатларда тезлаштирилиши керак. Биринчидан, электрон савдолар экспор ва импорт жараёнида қўлланилганда баъзи давлатларда электрон ҳужжатни қонуний тан олиш ёки олмаслик қонунда белгиланмаган. Шу учун глобализация жараёнида қонун жиҳатдан уйғунликга эришиш учун давлатлар электрон тижоратнинг қонуний асосини ишлаб чиқишлари керак. Иккинчидан, қонуний асоси ишлаб чиқилмаган электрон олди-сотди жараёнларида томонлар орасида келишмовчиликни ечиб берадиган меъёрий ҳужжатларнинг йўқ эканлиги. Учинчидан, электрон иқтисодий фаолият олиб борадиган субъектларни солиққа тортиш жараёнининг қонуний асосининг йўқ эканлиги.

Электрон тижоратни ривожланиши бу фаолиятни қонуний бошқаришда бир қатор ечилмаган масалаларни вужудга келтирди. Электрон

тижоратни қонуний асосини ишлаб чиқишда қуйидаги масалалар асосий ҳисобланади:

- сотувчи ва харидолар ўртасидаги ҳисоб-китобларни олиб-бориш тартиби масалалари;
- электрон тижорат қатнашчиларнинг солиқга тортиш масалалари;
- маълумотларни криптографик ҳимоя қилиш масалалари;
- электрон-имзонинг амалда қўллаш масалалари.

Юқоридаги масалаларни тартибга солиш мақсадида, Ўзбекистон Республикасида электрон тижоратнинг қонуний асослари ишлаб чиқилди.

Ўзбекистоннинг электрон иқтисодий фаолият соҳасини тартибга солувчи қонунчилик базасида аввалам бор Ўзбекистон Республикаси Конституцияси ва умуман АКТ, электрон тижоратга тегишли бўлган қонунлар гуруҳидаги меъёрий ҳужжатларни ажратиб кўрсатиш мумкин.

Ўзбекистон Республикаси Конституцияси ахборот ҳуқуқий муносабатлар иштирокчиларининг, улар шахс эркинлиги ва иқтисодий фаолият эркинлигига асосланган асосий ҳуқуқ ва мажбуриятларини белгилаб беради.

Умуман АКТ ва электрон тижоратга тегишли бўлган қонунлар гуруҳи ҳақида сўз бораркан, Ўзбекистон Республикасида АКТ ва электрон тижорат соҳасини тартибга солиш учун жами 17 та қонунлар ва меъёрий ҳужжатлар ишлаб чиқилган¹⁵. Янги реалликларга мувофиқ қайта кўриб чиқилган ва янги таҳрирда қабул қилинган «Ахборотлаштириш тўғрисида»ги Қонун банк тизимида ахборот-коммуникация технологияларини ривожлантириш учун ҳуқуқий асосдир. Парламент томонидан “Электрон тўловлар тўғрисида”ги Қонуннинг қабул қилиниши электрон тўловлар тизимини янги босқичга кўтарди. Бугунги кунга келиб тўловлар бир неча сонияларда амалга оширилмоқда. Электрон тўловлар тизими орқали бир кунда бир неча миллиард сўм миқдорида 35-40 минга яқин тўлов ҳужжатлари

¹⁵ Узбекистан отчет об анализе выполнения решений всемирной встречи на высшем уровне по вопросам информационного общества, подготовлено совместно Узбекским Агентством связи и информатизации (УзАСИ) и Проектом ПРООН «Политика ИКТ» (ICTP), 2007

ўтмоқда. “Электрон тижорат тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси Қонуннинг қабул қилиниши мазкур соҳанинг миллий иқтисодиётда муносиб ўрин эгаллашига сабаб бўлди. Натижада мамлакатимизда ахборот коммуникация технологиялари юқори даражада рақамлаштирилди, Интернетга уланиш тезлиги мутассил равишда ўсиб бори ва улардан фойдаланиш учун қулай шароитлар яратилди. Зеро, хорижий мамлакатлар тажрибасидан маълумки, электрон тижоратнинг ривожланишига Интернетдан фойдаланувчилар сони аҳолининг 20-25 фоизини ташкил этганда эришиш мумкин.

Шу билан бир қаторда пластик карточкалар орқали ҳисоб-китоб қилишни жорий этиш нақд пулнинг банкдан ташқари муомаласини қисқартиришга, нақд пул эмиссиясини камайтиришга ва аҳоли қўлидаги бўш пул маблағларини иқтисодиётга жалб этишга имкон бермоқда.

“Электрон тижоратни амалга оширишда тўловларни ўтказишни янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ҳукумат қарорининг қабул қилиниши банк миқозларига масофадан туриб хизмат кўрсатишни ривожлантиришни ам кўзда тутди. Айниқса, мамлакатимизда уяли алоқа абонентларининг сони муттасил ошиши бунга асос бўлиб хизмат қилади, чунки телефон келажакда нафақат алоқа, балки тўлов воситаси вазифасини ҳам бажаради. Юртимизда мазкур йўналишда илк қадамлар қўйилди. Бугунги кунда мамлакатимиз молия бозоридаги электрон тўлов тизимига молиявий муассасалар билан бир қаторда номолиявий муассасалар ҳам кириб келмоқда. Эътибор берайлик, электрон харидни амалга ошириш давлат бюджети харажатларини 20-40 фоизга, тадбиркорлик субъектлари учун эса ишлаб чиқариш харажатлари ва маҳсулот таннархини 5-10 фоизга камайтириш имконини беради. Тежалган молиявий ресурслардан эса ишлаб чиқаришни кенг қўламли тараққий топтириш, янги иш ўринлари яратиш, аҳоли турмуш тарзини янада яхшилаш мақсадида фойдаланиш имкони пайдо бўлади. Президентимиз мамлакатимизда демократик ислохотларни янада чуқурлаштириш ва фуқаролик жамиятини ривожлантириш Концепциясида

замонавий рақамли ахборот технологияларини жорий этишни жадаллаштириш зарурлигига алоҳида эътибор қаратган эдилар. Замонавий ахборот коммуникация технологияларининг имкониятлари чексиз, у шиддат билан ривожланмоқда, уни жорий қилиш масаласи мамлакатимиз стратегик вазифасининг устувор йўналишларидан бирига айланди.

Электрон тўлов тизими самарадорлигини оширишда ҳар бир оилани компьютерлаштиришни ривожлантириш, электрон тижоратни ривожлантириш борасида инновацион дастур ва лойиҳаларни ишлаб чиқиш зарур. Соҳа имкониятларини тобора кенгайтиришни даврнинг ўзи талаб этмоқда. Шунинг учун маҳаллий маҳсулотларнинг электрон кўргазмасини ташкил этиш, электрон тўлов тизимини такомиллаштириш мақсадида ахборот-тўлов терминаллари (инфо-киоскалар)ни жорий этиш, ахборот тизимларини яратиш ишларини жадаллаштириш бугунги куннинг устувор вазифаларидандир. Бу аҳолини замонавий қулайликлардан фойдалана олиши ва глобал майдонда илғор давлатлардан бирига айланишининг муҳим омилларидан биридир. Шунинг учун тегишли ҳуқуқий механизмларни янада такомиллаштириш, қонунларнинг сўзсиз ижроси самарадорлигини ошириш долзарб вазифадир. Умуман олганда соҳа қонунчилигини такомиллаштириш асосида замонавий ахборот коммуникация технологиялари жамиятнинг барча соҳаларига фаол жорий этилади, интернет тармоғи орқали турли интерактив хизматларни кўрсатиш ривожланади. Бу эса аҳолининг барча қатламлари манфаатларига қаратилган.

«Электрон тижорат тўғрисида»қонун 2004 йил 29 апрелда қабул қилинди. Электрон тижорат тўғрисидаги қонун бевосита электрон тижоратга боғлиқ масаларни қонуний асоси ҳисобланади. Ушбу Қонуннинг мақсади электрон тижорат соҳасидаги муносабатларни тартибга солишдан иборат. Бу қонуннинг 12-моддасида шундай дейилган: “Электрон ҳужжатлардан битим тузилганлигининг далили сифатида фойдаланиш мумкин”. Бу модда электрон ҳужжатлар шартнома тузилганининг қонуний асоси ҳисобланишини белгилаб берган.

«Электрон рақамли имзо тўғрисида» қонун 2003 йил 11 декабрда қабул қилинган. Ушбу Қонуннинг мақсади электрон рақамли имзодан фойдаланиш соҳасидаги муносабатларни тартибга солишдан иборат. Электрон рақамли имзодан фойдаланиш соҳасини давлат томонидан тартибга солишни Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси ва у махсус ваколат берган орган амалга оширади. Бу қонуннинг 20-моддасида шундай дейилган. “Муҳр билан тасдиқланган ва электрон ҳужжатга айлантирилган қоғоз ҳужжатнинг мазмуни қонун ҳужжатларига ёки тарафларнинг келишувига мувофиқ рўйхатга олиш маркази ваколатли шахсининг электрон рақамли имзоси билан ёки электрон рақамли имзо ёпиқ калити эгасининг электрон рақамли имзоси билан тасдиқланиши мумкин”. Бу модда электрон шартнома тузилаётган жараёнда электрон имзонинг қонуний асоси ҳисобланишини белгилаб берган.

«Электрон ҳужжат айланиши тўғрисида» 2004 йил 29 апрелда қабул қилинган. Ушбу қонуннинг мақсади электрон ҳужжат айланиши соҳасидаги муносабатларни тартибга солишдан иборат. Бу қонун электрон ҳужжат айланиши соҳасидаги давлат сиёсати электрон ҳужжат айланиши кенг қўлланилишини таъминлашга, электрон ҳужжат айланиши иштирокчиларининг ҳуқуқлари ва қонуний манфаатларини ҳимоя қилишга, электрон ҳужжатдан фойдаланиш стандартлари, нормалари ва қоидаларини ишлаб чиқишга қаратилган. Қонуннинг 7-моддасида “Электрон ҳужжат қоғоз ҳужжатга тенглаштирилади ва у билан бир хил юридик кучга эга бўлади.” ва 8-моддасида “Электрон ҳужжатнинг бир хил ҳар қайси айнан нусхаси, башарти у белгиланган тартибда ҳақиқий деб тасдиқланган бўлса, асл нусхадир.” деб белгиланган. Бундан келиб чиқадики электрон ҳужжатлар Ўзбекистон Республикаси ҳудудида юридик кучга эга.

«Электрон тўловлар тўғрисида» қонун 2005 йил 16 декабрда қабул қилинган. Ушбу Қонуннинг мақсади электрон тўловлар соҳасида муносабатларни тартибга солишдан иборат. Қонуннинг 16 моддасида “Электрон тўловлар пулли тўловларга тенглаштирилади ва у билан бир хил

юридик кучга эга бўлади.” Бу қонун электрон тўловларни Ўзбекистон Республикаси ҳудудида тўловларни амалга ошириш учун қонуний асос ҳисобланади.

Сўнгги йилларда Ўзбекистон Республикасида электрон тижоратни жорий этиш ва ривожлантиришга қаратилган қатор ҳукумат қарорлари қабул қилинди. Жумладан, булар Вазирлар Маҳкамасининг 2007 йил 30 январдаги 21-сон «Электрон тижоратни ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги ва 2007 йил 12 июндаги 120-сон «Электрон тижоратни амалга оширишда тўловларни амалга оширишни янада такомиллаштириш тўғрисида»ги қарорларидир. Шунингдек, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2008 йил 21 майдаги 102-сон «Ўзбекистон Республикаси Ҳукуматининг айрим қарорларига ўзгартириш ва қўшимчалар киритиш тўғрисида»ги қарорига мувофиқ электрон тижорат тизими транзакцияларида олинган кўчирма (электрон чеклар)ни банк терминаллари чекларига тенглаштириш назарда тутилган. Юридик шахсларнинг корпоратив пластик карточкалари бўйича тўловларни амалга ошириш ва солиққа тортиш тартиби электрон тижорат тизими орқали юридик шахслар томонидан товарлар ва хизматлар учун тўловларни амалга ошириш жараёнида қўлланилади. Бу, ўз навбатида, электрон тижорат чакана тўлов тизимининг субъектлари, яъни иштирокчилари доирасини аниқ белгилаш, амалга оширилаётган транзакциялар ҳисобини юритиш ва назорат қилишни таъминлаш, электрон тижорат ва электрон рақамли имзо тизими фойдаланувчилари сонини оширишга хизмат қилади.

Ушбу соҳадаги яна бир муҳим меъёрий ҳужжатлар қаторига «Электрон шаклдаги контрактлар ва электрон тижоратда қўлланиладиган бошқа намунавий ҳужжатлар шакллари тайёрлаш тартиби» киради.

Мамлакатимизда электрон тижорат юритиш учун Транзит товарлари ва транспорт воситаларининг ягона автоматлаштирилган назорат тизими жорий этилган. Иқтисодиётнинг реал секторига мансуб корхоналарни иш билан таъминлаш, уларнинг барқарор фаолият юритиши ҳамда экспорт

салоҳиятини кўпайтириш учун Республика товар-хом ашё биржаси ҳамда манфаатдор вазирликлар ва идоралар томонидан мамлакатимиз ишлаб чиқарувчилари маҳсулотларининг доимий ишловчи Uzbek.com электрон Интернет-майдончаси ташкил этилди. ТИАИСВ ҳузуридаги ташқи савдо компаниялари ва пахта терминаллари «Инфомарказ» ягона тизимига бирлаштирилган бўлиб, бу тизим тузилган экспорт контрактлари, уларнинг ижроси ҳақида, шунингдек пахта толаси ортилгани тўғрисида онлайн-ахборот олишни таъмин этмоқда.

Мамлакатимизда ишлаб чиқарилган маҳсулотларнинг экспортини кенгайтириш учун 2010 йили ТИАИСВ exporter.uz интернет порталини ишга туширилган. Унга мамлакатдаги 1 655 корхона ишлаб чиқараётган 5 700 дан ортиқ товарлар ҳақида ахборот жойлаштирилган. Ана шу портал фаолият кўрсатиб келаётган вақт ичида харид қилиш учун 1 000 дан ортиқ сўров келиб тушди. Шу сўровларни ишловдан ўтказиш якунлари асосида ташқи савдо компаниялари умумий қиймати 2 млн доллардан ортиқ шартнома туздилар. Портал ёрдамида жами 17 млн АҚШ долларида ҳам зиёдрок миқдордаги товарлар экспорт қилинди.

Электрон савдо самарадорлигини ошириш юзасидан электрон тижоратнинг интернет платформаларини давлат даражасида ривожлантириш, уларни халқаро платформалар билан интеграциялаш, «бир дарча» (ягона ойна) принципи асосида хизмат кўрсатиш имконини берадиган электрон хужжат айланиши тизимини барпо қилиш ва амалиётга жорий этиш; электрон тижорат жабҳасида иштирок этаётган корхоналарни рағбатлантириш; норматив-ҳуқуқий базани такомиллаштириш зарур.

Электрон тижоратни ривожлантиришда эришилаётган ютуқлар билан бир қаторда бир қанча муаммолар ҳам мавжуд: Хусусан, Ўзбекистонда асосий иш «Бизнес-мижоз» деб юритилувчи В2С модели бўйича чакана сектор доирасида олиб борилмоқда. «Бизнес-бизнес» деб юритилувчи В2В электрон бизнес модели нисбатан суст ривожланмоқда.

Интернет орқали тузилган битимларга солиқ солишни, электрон тўловлар тартибини, буюртма (ҳақи тўланган) товар етказиб беришни тартибга солиш долзарб муаммолардан бири бўлиб қолмоқда. Электрон битимлар тузилганда қандай солиқлар ва бож тўловлари ундириб олиш ва бунда қимми Ўзбекистон Республикасининг солиқ резиденти деб ҳисоблаш жоизлигини миллий қонун ҳужжатларида аниқ белгилаб қўйиш мақсадга мувофиқ бўлар эди.

Давлат органларининг электрон тижоратда яхши иштирок этмаётганлигини соҳа раванқ топишига тўғаноқ бўлаётган омиллардан бири деб айтилди. Шу кунга қадар ТИАИСВ, банклар ва божхона органлари электрон контрактларни ҳисобга қўйиш, уларнинг ижросини мониторинг ва назорат қилиш масалаларини ҳал этишмаган. Мамлакатимизда ишлаб чиқарилган товарлар учун электрон паспортларнинг давлат стандарти ҳам ишлаб чиқилмаган. Электрон усулда амалга оширилаётган тўловлар бўйича имтиёзлар ва преференцияларнинг аниқ рўйхати йўқ. Бозор муносабатларини электрон ҳужжатлар билан тасдиқлаш орқали давлат йўли билан тартибга солиш борасида электрон тижорат кўникмаларига эга бўлган кадрлар билан боғлиқ муаммолар ҳам мавжуд. Электрон рақамли имзоларнинг ишончли (учинчи) тарафи ягона маркази, электрон тўловлар суғуртаси ҳам мавжуд эмас. Онлайн-терминаллари инфратузилмаси ҳам ривожланмаган.

Шуни таъкидлаб ўтиш керакки, электрон иқтисодий фаолият билан шуғулланадиган жисмоний ва юридик шахсларни солиққа тортиш муаммолари ечиляпти. Шу билан бир қаторда электрон тижорат соҳасини ривожлантириш мақсадида унинг қатнашчиларини рағбатлантириш учун солиқ имтиёзлари тизимини ишлаб чиқиляпти.

Электрон тижоратни йўлга қўйишда электрон дўконларнинг ҳам алоҳида ўрни бор. Буни электрон дўконларни кўриниши, ранги, дизайни, махсулотлар тўғрисида ахборотнинг янгиланиш даражасидан ташқари махсулотларнинг турига ҳам боғлиқлиги бор, яъни, тез айланидиган махсулотлар, яъни истеъмол товарларини (буларга хўл мевалар, сут ва гўшт

махсулотлари, қандолат махсулотлари ва бошқалар киради) интернет орқали харид қилиш махсулотни қисқа муддат ичида харидорга етказиб келиш муҳим аҳамият касб этади. Айнан шунинг учун мамлакат миқёсида ташкил этиладиган интернет дўконларнинг ҳам аҳамияти катта.

2.2-Жадвал. Мамлакатимизда фаолият юритаётган¹⁶

№	Номи	Афзаллиги камчилиги	ва Тўлов амалга оширилиши	Ташриф сони
Электрон дўкон				
1	Karzinka.uz	Жозибадор дизайн, қулай новигатор, доимий янги ланиб турувчи контент, етказиб бериш хизмати	Тўлов фақат нақд пулга амалга оширилади	5369
2	Comfy.uz	Уйга барча электрон маиший техника махсулотлари, оддий ва тушунарли дизайн, махсулот ҳақида маълумот тўлиқ келтирилган	Тўлов бир неча кўринишда – карта орқали, WEBSUM, Click, sms – тўлов ва нақд пул орқали амалга оширилади	4652
3	Technomart.uz	Кенг товар ассортименти, тўлиқ ёзилган контент, Тошкент шаҳри бўйича етказиб бериш текин.	Нақд пул орқали агар етказиб берилса, пластик карта орқали агар дўконга борилса	3785
4	DSmarket.uz	Компьютер ва ташкилий техника дўкони. Содда дизайн, сифатли контент, махсулот ҳақида тўлиқ контент.	Нақд пул, терминал ва пул ўтказиш йўли билан	3648
Агрегатор ва савдо майдончалари				
5	Glort.uz	Турли интернет дўконларни ўзида муассамлаштирган савдо маркази	Бевосита савдо амалга оширилмайди	2987
	Megamall.uz	Узонлайн	Бевосита савдо	2874

¹⁶ Муаллиф томонидан тўпланган

6		гипермаркети бўлиб, у ўзида кўплаб интернет дўконларни мужассамлаштирган	амалга оширилмайди	
7	Dect.uz	Маиший техника бўйича каталог, маълумотлар ахборот бериш учун қўйилган	Бевосита савдо амалга оширилмайди	2985
8	Esavdo.uz	Савдо – саноат палатаси томонидан ишга туширилган портал	Онлайн карта орқали савдо йўлга қўйилиши мумкин	2845
Махсус йўналтирилган				
9	Allsoft.uz	Дастурий махсулотлар дўкони, чиройли дизайн, қулай навигация	Банкда пул ўтказиш йўли билан ёки нақд пул орқали	1580
10	KPK.uz	Коммуникаторлар дўкони		1865
11	Audiobook.uz	Миллий ва жаҳон адабиёти	Websum, Paynet	1475
12	Uzkitob.uz	Турли мавзуларга оид китоблар ассортименти	Нақд пул ва пластик карта орқали тўлов	1300

Мамлакатимизда ташкил этилган интернет дўконларнинг қуйидаги камчиликлари мавжуд:

2.3-Жадвал. Интернет дўконларда учрайдиган камчиликлар¹⁷

	Муаммоли жихатлари	Муаммо тавсифи
	Электрон дўкон дизайни	Кўпгина интернет дўконлар кам харажат қилиш мақсадида тайёр шаблонли дизайнлардан фойдаланадилар ва натижада кутилган натижага эришиб бўлмайди, индивидуаллик хусусияти намоён бўлмайди
	Электрон дўкон контенти	Махсулот ассортименти камлиги, сифатсиз расм қўйилгани ва умуман расм қўйилмаган ҳолатлар, товар, унинг нархи ҳақидаги маълумотлар

¹⁷ Муаллиф томонидан ишлаб чиқилган

		саводсиз ёзувда тўлдирилгани, нархи умуман кўрсатилмаган ҳолатларнинг учраши
	Ҳужжатлар	Фойдаланувчилар келишуви, конфиденциаллик қонуни, махсулотни қайтариб бериш тартиби каби юридик ҳужжатлар келтирилмаганлиги
	Тўлов тизими	Махсулотга тўловни амалга ошириш усулини чекланганлиги. Кўп холларда махсулот етказиб берилганда тўлов амалга оширилади.

Бугунги кунда қуйидаги камчиликлар мавжуд бўлишига қарамасдан аста секин интернет дўконлар ўз миқдорларига эга бўлиб келмоқда. Келажакда ушбу муаммоларни бартараф этиш бу дўконларнинг янада ривожланишига олиб келади.

2.3. Электрон тўлов тизимлари орқали тўловлар ва харидларни амалга ошириш йўллари

Электрон тўловлар тизими бу умумдавлат тизими бўлиб, банклараро тўловларни ташкил этади ва у қоғозсиз технологияларни Ўзбекистон республикаси Марказий банки электрон почта воситалари орқали ўтказилишига асослангандир. Ҳозирги кунда электрон тўловлар тизими юқори ўтказиш имкониятига эга.

Электрон тўловлар тизими қуйидаги функцияларни бажаради:

1. Ўзбекистон Республикаси банклари ўртасида нақд пулсиз ҳисоб китобларни жадаллаштириш;
2. Узатиладиган электрон тўлов ҳужжатларини руҳсатсиз ташқи дахл этишдан ҳимоя қилиш;
3. Банкларнинг вақтинча пул ресурсларидан самарали фойдаланиш;
4. Кредит ва хатарлилик даражасини бошқариш;

5. Тўлов операцияларини тартибга солувчи қонун ва қоидаларга риоя қилиш;

6. Тижорат банклари томонидан амалдаги қонунчиликка ва банк фаолияти меъёрий ҳужжатларига риоя қилиниши бўйича Марказий банкнинг назорат ва кузатув функцияларини бажариш;

7. Маълумотлар базасини яратиш.

Электрон тўловларни ўтказишда инициатор ва бенифициар банклар иштирок этади. Инициатор банк бу – тўлов операцияларини бошловчи банк, бенифициар банк эса тўлов операцияларини якунловчи банкдир. Банклар ўртасидаги ҳисоб китоблар электрон тўлов ҳужжатлари асосида амалга оширилади. Электрон тўлов ҳужжати Ўзбекистон Республикаси Марказий банки томонидан белгиланган шаклда пул ҳисоб китоб ҳужжатлари асл нусхаси асосида яратилган “электрон” белгили ҳужжат бўлиб, унинг асосий нусхаси ҳисобланади ва асл нусха кучига эга бўлади. Электрон тўловлар тизимида узатиш учун мўлжалланган ҳужжатларнинг тўғри тўлдирилганлиги учун банк мижози жавобгар бўлади. Худудий ахборотлаштириш марказига қайта ишлаш учун узатиладиган электрон тўлов ҳужжатларини ҳисоблаб ўтказиш, ҳисобдан чиқариш ва уларнинг электрон файлларини шакллантирилиши тўғрилиги учун жавобгарлик инициатор – банкка, худудий ахборотлаштириш марказидан қабул қилинадиган тўлов ҳужжатлари учун жавобгарлик эса бенифициар банкка юклатилади. Электрон тўлов тизими бир қатор принциплар асосида фаолият кўрсатиб, улар қуйидагилардир:

1. Тўловлар бўйича трансакцияни ўтказиш ташаббуси инициатор-банкка тегишли бўлади;

2. Тўловни амалга оширишдан олдин операцион куннинг бошида тижорат банкларининг ички ва ташқи вакиллик ҳисобварақаларидаги оборотлар ва қолдиқ маблағлари бир бирига мувофиқлиги текширилади;

3. Амалга оширилган трансакция қайтарилмайди;

4. Тўловларнинг энг юқори суммаси чекланмаган;

5. Тўловлар инициатор – банк томонидан вакиллик ҳисоб варағидаги маблағ қолдиғи чегарасида тўланади. Ундан ортиқча маблағ сарфлаш овердрафт суммаси миқдорида амалга оширилиши мумкин.

Электрон тўлов иштирокчилари Ўзбекистон Республикаси Марказий банкининг Ахборотлаш марказлари ва ҳисоб китоб марказларидир. Электрон тўловлар тизимидан фойдаланувчилар ҳисоб китоб касса марказлари ва тижорат банкларидир. Электрон тўловлар тизими иштирокчилари ва фойдаланувчиларнинг ҳуқуқ ва мажбуриятлари тижорат банклари, ахборот марказлари ва ҳисоб китоб марказлари ўртасида тузилган шартнома билан тартибга солиниб турилади.

Ҳар бир банк электрон тўловлар тизимига қўшилиши учун аввало Республика Марказий банкида рўйхатга олинган ҳамда БДМАБ томонидан уникал код берилган бўлиши лозим. Шундан сўнг банк электрон тўловлар тизимига улангунча ахборотлаштириш бош марази ходимлари ёрдамида маълумотларни қабул қилиш, узатиш бўйича бир неча синов тажрибаларини ўтказиш йўли билан банк тайёргарлигининг ҳафталик тажриба текшируви ўтказилади ва бу тажриба ижобий натижа олгунча давом эттирилади. Тажриба яқунланиши билан ҳудудий ахборотлаштириш марказида банкнинг электрон тўловлар тизимида ишлашга тайёр эканлиги тўғрисида далолатнома тузилади ва банк электрон тўловлар тизимига қўшилади.

2.4-Жадвал.Электрон тўловлар тизими бир қатор афзалликлари¹⁸

№	Тўлов муддати	Электрон тўлов тизими	Почта – телеграф тизими
1	Тўлов муддати	Бир неча дақиқа	2-7 кун(баъзан ундан кўп)
2	Ишловчилар сони. Тошкент шаҳар ХҚМ	7	20
3	Йиллик баланснинг ёпилиши	Жорий йилнинг 31 декабр куни	Келаси йилнинг март-апрель ойлари
4	Ноқонуний ўзлаштиришдан ҳимоя	-тармоқ протокол ҳимояси; - пароль ҳимояси;	Ходимлар малакаси

¹⁸ Муаллиф томонидан тўпланган

		-узатиладиган файлларнинг шифрланиши; - ишловчи ходимлар малакаси.	
5	Архивлаштириш	- Электрон архивлаштириш	Папкадаги қоғоз хужжатлар кўринишидаги архив

Тўловларни ўтказиш технологиялари:

1. Бир банкнинг мижозлари бўлган субъектлар ўртасидаги ҳисоб-китобларни ўтказиш технологияси. Бир банкнинг мижозлари ўртасидаги ҳисоб – китоблар шу банкнинг ўзида ўтказилади. Бу ҳолда банклараро ҳисоб китоблар вужудга келмайди. Буни қуйидаги схума орқали яққол кўришимиз мумкин:



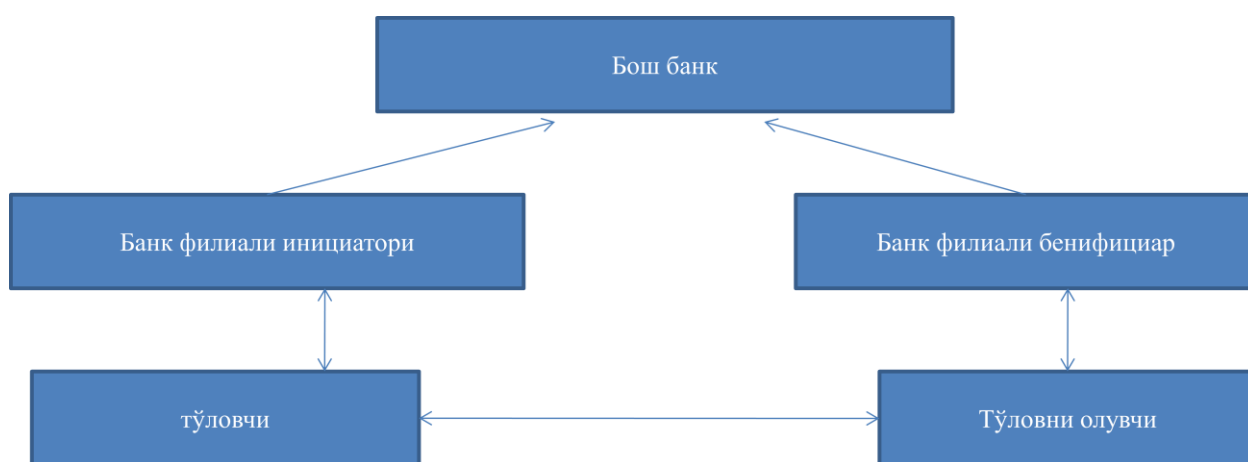
Бир банкнинг мижозлари бўлган субъектлар ўртасидаги ҳисоб-китобларни ўтказиш технологияси¹⁹

Ушбу расмдан кўриш мумкинки, тўловчи ва олувчи ўртасида шартнома имзолангандан сўнг, тўловчи ўз банкига топшириқнома топширади. Банк топшириқномага асосан тўловчининг ҳисоб варағидан пулни ўтказади ва бу ҳақда сотувчи ва тўловчига шахсий ҳисобварақдан кўчирма беради. Сотувчи тўловчига маҳсулот жўнатади ва ҳисоб китоблар тез ва осон яқунланади.

¹⁹Д.А.Саидов ва бошқалар. “Пул ва пул муомаласи”//Ўқув қўлланма.2011й. 204б.

2. Бир банкка тегишли филиаллар ўртасидаги филиаллараро ҳисоб-китоблар.

Бир банк филиаллари ўртасида ҳисоб китоблар дебет ҳужжатлари бўйича алоҳида бухгалтерия проводкалари ёрдамида бажарилади. Пул маблағларини ўтказиш аввало тўловчи банк филиалида амалга оширилади. Бунда тўловчи корхона ҳисобварағидан маблағлар ҳисоб китоб ҳужжатида кўрсатилган суммага камайтирилади. Ушбу банкдан пул маблағлари чиқиб кетаётганлиги сабабли банк филиалининг банклараро ҳисоб-китоблар ҳисоб варағи ҳам камайтирилади.



Бир банкнинг турли филиаллар мижозлари ўртасидаги ҳисоб – китобларнинг ўтиш технологияси²⁰

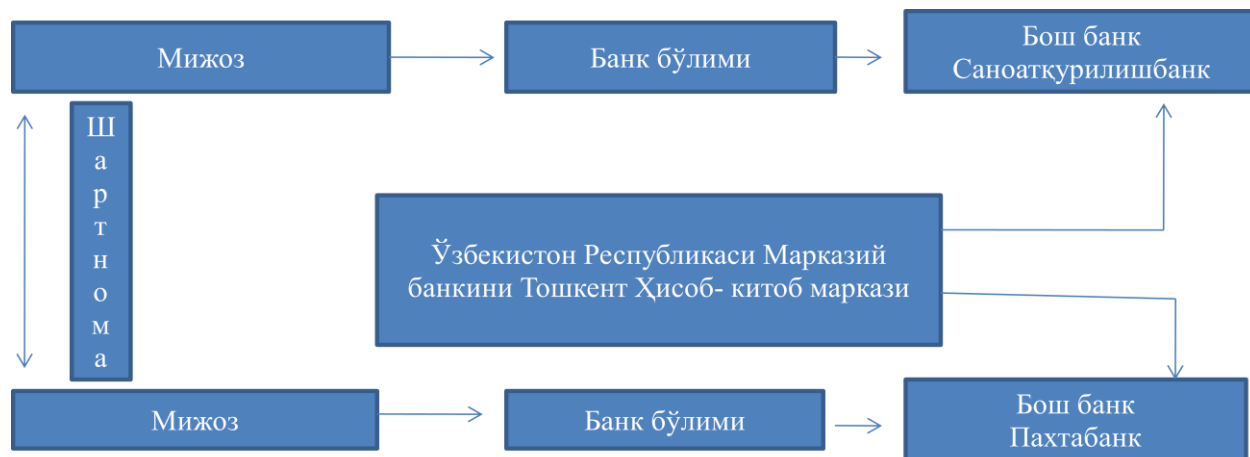
Тўловларни ўтказиш ва қайта ишлаш автоматик тарзда бажарилади. Бош банк филиалларнинг ҳисобварағидан пул маблағларининг етарлилигини назорат қилади, маблағлар етмаганда маблағ билан таъминланиш усуллари ишлаб чиқади.

3. Турли Банклар ўртасидаги банклараро ҳисоб-китоблар. Амалиётда кўп ҳолларда турли банкларнинг мижозлари бир бирлари билан хўжалик муносабатларини ўрнатадилар бу эса ушбу банклар ўртасидаги банклараро ҳисоб китобларни ўтказишда банк типи ва банк кодига алоҳида эътибор берилади.

²⁰ Д.А.Саидов ва бошқалар. “Пул ва пул муомаласи”//Ўқув қўлланма.2011й. 204б.

Бош банк электрон тўловларни қайта ишлаб ягона вакиллик ҳисобварағи орқали бенифициор банкка жўнатади. Бош банкда бу операциялар дастурий йўл билан амалга оширилади.

Турли банклар ўртасидаги ҳисоб китоблар Тошкент шаҳар ҳисоб китоб маркази орқали кўриш мумкин.



Банклараро ҳисоб китобларнинг ўтиш технологияси²¹

Юқоридаги схемада турли банкларнинг мижозлари ўртасидаги ҳисоб китобларнинг 2 бош банк орқали ўтиши мужассамлашган турли банклар ўртасидаги ҳисоб китоблар схемада кўриб турганимиздек, Ўзбекистон Республикаси Марказий банкининг Тошкент шаҳар ҳисоб-китоб маркази орқали ташкил этилади.

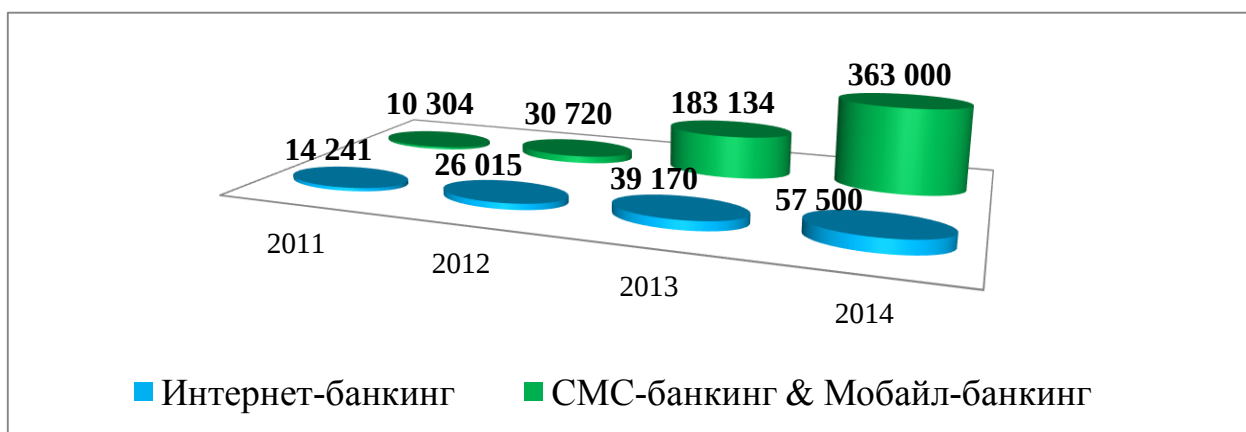
Электрон тўлов тизими бўйича ҳисоб китоблар доимий равишда бир банк вакиллик ҳисобварағидан иккинчи банк вакиллик ҳисобварағига ўтказилади, яъни бир банк мижозининг пул маблағлари камайиб, ушбу сумма бошқа банк мижозининг ҳисобварағига ўтказилади. Бундай пул ўтказиш электрон ахборот кўринишида бўлиб, махсус дастур ёрдамида алоқа каналлари орқали бажарилади. Лекин мана шу ахборотлар муҳофазаси энг долзарб масала бўлиб ҳисобланади. Ўзбекистонда ҳам банк электрон ахборотларини муҳофаза қилиш масалаларига алоҳида эътибор берилади. Электрон ахборотларни муҳофазасини таъминлаш мақсадида Ўзбекистон Республикаси Марказий банки томонидан “Ўзбекистон Республикаси

²¹ Д.А.Саидов ва бошқалар. “Пул ва пул муомаласи”//Ўқув қўлланма.2011й. 204б.

худудида банкларда электрон ахборотларни муҳофазалашни ташкил этиш тўғрисида”ги йўриқнома ишлаб чиқилди ва амалиётга тадбиқ этилди. Ушбу йўриқнома банклар ўртасида электрон тўлов тизими орқали ўтадиган ахборотларни муҳофазалашнинг асосий йўналишлари ва уларни жорий этиш тартибини белгилаб беради.

Банклар мижозлар билан ҳисоб – китоб қилганда ва ўз операцияларини бажаришда мемориал ордерлар ва тўлов топшириқномаларидан фойдаланади. Ўзбекистон Республикаси ҳудудида банклараро ҳисоб – китоблар тижорат банкларининг Марказий банк Ҳисоб-китоблар марказида очилган вакиллик ҳисоб варақлари орқали электрон тўловлар тизими бўйича миллий валютада амалга оширилади.

Хозирги даврда интернет-банкнинг хизматларидан тижорат банкларининг 57,5 мингдан ортиқ мижозлари фойдаланмоқда, 363 мингдан ортиқ киши мобил банкнинг фойдаланувчиларидирлар. Онлайн карточка эгалари орасида жисмоний шахсларга алоқа операторлари, интернет-провайдерлар, телефония, кабел телевидениеси, коммунал хизматлар, савдо-хизмат корхоналари, такси хизматлари учун ҳақ тўлаш имконини берадиган «CLICK» ва «МBank» каби мобил банкнинг тизимларидан фойдаланиш кенгайиб бормоқда.



Интернет банкнинг ва мобайл-банкнинг абонентлари сонини ўсиш динамикаси²²

²² www.ccitt.uz

Юқоридаги расмдан кўриш мумкинки, интернет банкингдан фойдаланувчилар сони 2011 йилда 14241 кишини ташкил этган бўлса, 2012 йилда деярли икки баробар ўсди, 2013 йилга келиб 39170 кишини ташкил этди. 2014 йилда фойдаланувчилар сони 57 500 кишига етди. Смс-банкнинг ва мобайл банкинг эса бир мунча жадал ривожланган. 2011 йилда 10304 киши фойдаланган бўлса, 2012 йилда деярли 3 баробарга ўсган, 2013 йилга келиб эса фойдаланувчилар сони 6 баробарга ошди ва натижада 183134 кишини ташкил этди. 2014 йилда 2013 йилга нисбатан 2 баробар ўсиш кузатилиб, 363 минг кишини ташкил этди.

Электрон ҳисоблаш машиналарининг банк хўжалигини юритиш амалиётига кенг жорий этилиши тўлов карточкаларини қўллашни келтириб чиқарди.

Ҳозирги вақтда банклараро ҳисоб-китобларда пул маблағлари ўтказишнинг қуйидаги электрон тизимларидан фойдаланилади:

СВИФТ – халқаро молия оборотидаги электрон коммуникациялар тизими (1977 йилда таъсис этилган, иштирокчилар таркиби: 4800 га яқин банклар ва молия муассасалари, шу жумладан, Ўзбекистонда ҳам қатнашчилар бор);

ЧИПС – Нью – Йорк ҳисоб-китоб палатасининг электрон ўтказмалар тизими (130 банк-иштирокчи).

Хар қандай бизнес операциясида бўлганидек, электрон тижоратда ҳам тўлов тизими мавжуд бўлиб, у интернет орқали электрон кўринишда амалга оширилади. Бунда уларнинг кўринишлари турли бўлиб, шулардан асосий 4 та кўринишга ажратилади:

1. Хавфсиз узатишга асосланган, алоқа сеанси протоколлари.
2. Кредит карталар асосидаги тўлов-тизимлар.
3. Смарт-карталарга асосланган тўлов-тизимлар.
4. Электрон нақд пуллар.

1. Дастлабки электрон кўрнишдаги тўловларга мисол: телефон орқали кредит картанинг рақами ва бошқа маълумотларни берилиши ёки электрон

хабар кўринишида очик матн билан картанинг маълумотларини узатилиши орқали амалга оширилган. Аммо бу усуллар хавфсизлиги паст даражада бўлгани ва телефон орқали бу маълумотларни эшитиб олиш ёки юборилаётган электрон хабарни ўқиб олиш имкониятидан хакерлар унумли фойдалана олишлари натижасида кўпгина харидорлар ўз пулларидан ажралиб қолган эдилар. Хозирги кунга келиб бу кўринишдаги тўлов умуман ишлатилмайди.

Бу усулнинг ривожланган кўринишидаги тури бу — хозирги кунга келиб энг кўп тарқалган протоколлардан Secure Socket Layer Protocol (SSL – Химояланган Сокет Катламли Протокол) бўлиб, бунда мазкур протокол криптографик тизим, очик калит ва қисмли (блоки) шифрлаш ёрдамида хавфсиз маълумот узатилишини таъминлаб беради.

2. Кредит карталарга асосланган тўлов тизими энг куп фойдаланувчига эна булган тизим бўлиб унда юқоридаги SSL протоколидан фойдаланиб келинади. Чунки пластик карта хақидаги маълумот серверга юборилаётганида уни қуриш имконияти жуда кичик бўлсада, серверда сақланаётган бу маълумотни имконияти мавжуддир. Шунингдек, қалбаки харидор ёки сотувчи узи хақидаги маълумотни қалбакилаштириб бир томонни алдаши ва унинг пулига эга бўлиб олиши хам мумкин. Алданганликни исботлаш учун эса электрон рақамли дастхат талаб этилади аммо, SSL протоколида бу мавжуд эмас. Камчиликини йукотиш учун MasterCard и Visa корпорациялари Netscape, IBM, Verisign ва бошка ишлаб чиқарувчилар ёрдамида SET (Secure Electronic Transaction specification — Химояланган Электрон Транзакт Тавсиф) протоколини ишлаб чиқарилди. SET протоколи асосида очик калит ва рақамли сертификатларладан фойдаланиб, карточканинг рақами унинг эгасининг электрон дастхати ёрдамида шифрланади. Карточка хақидаги маълумотларни ўқиш имкониятига эса фақатгина маъсул банк ва компанияларлар эга.

SET нинг иккита асосий камчилиги бор:

1) Шифрлаш жараёни узок вақт бўлиши сабабли транзакциянинг чузилиб кетиши (30 секундгача).

2) Унинг ёрдамида ишламокчи бўлган фойдаланувчилар мос равишда унинг дастурий таъминотини ўз компьютерларига ўрнатишлари шарт.

3. Смарт карта – бу процессор, хотира, дастурий таъминот ва киритиш-чиқариш тизимига эга бўлган мини компьютердир. Смарт картанинг энг катта ютуғи транзакция учун тўланадиган ҳақнинг минимумга олиб келишидир: яъни тўловни тасдиқловчи сўров маълумотини юбориш керак эмас ва маълумотларнинг яхшигина химояланганлиги. Бу тур тўловнинг тарқалиши кенг олиб борилиш кўзланаётган бўлсада, бунинг учун компьютерларга смарт-карталар учун қўшимча переферия қурилмаларини ўрнатиш талаб этилади. Хозирда айнан шу мауммо унинг оммабоп бўлишига тўсқинлик қилмоқда.

4. Рақамли пуллар – бу пул белгиларини сақловчи катта хонали рақамлар ва файллардир. Унинг юқори даражадаги химоясини таъминлашда ташкил этувчиларидан: очик калитли криптография алгоритмлари, электрон дастхат дастхатлардир. Юқоридагилардан фарқли ўлароқ бунда пул ҳақидаги маълумотлар эмас балки пулнинг ўзи сақланиб келинади. Шунингдек, бу тур тўлов айнан интернет учун мўлжалланган бўлиб, нақд пул кўринишдаги пул ўрнига келиши кутилмоқда.

Рақамли пулларни сақлаш учун энг кам маблағ талаб этилиб, Интернет тижоратида энг катта айланма даромадни берувчи; сотиб олиш нархи 1\$ дан кичик бўлган олди-сотди ишларини амалга ошириш учун қулайдир. Шунингдек, рақамли пуллар эгаси ҳақида ҳеч қандай маълумотни узатмаслиги сабабли у энг аноним кўринишдаги тўлов тизимидир.

Бу турни ривожлантирувчи фирмаларга NetCash, Citibank, DigiCash, Mondex, PayCash, WebMoney ларни кўрсатиш мумкин.

Интернетда электрон бозорнинг мавжудлиги товар ва хизматларга интерактив тўловни амалга оширадиган тўлов тизимларининг реализация қилиш имкониятлари билан боғлиқ.

Исталган тижорат шартномаларининг охирги босқичи амалдаги тўлов тизимларидан бири асосида ҳисоб- китоб қилиш билан яқунланади. Бу тўлов тизимларини тўлов тизимлар технологиясининг таснифи дейиш мумкин.

Кредитли схемалар ишлатиш билан амалга ошириладиган тўлов тизимлари. Кредит карточкаларини тўлов воситасида ишлатадиган тизимлар дунё миқёсидаги тўлов тизимлари орасида энг юқори ўринда туради. Интернетда ҳисоб-китобга пластик карточкалар ишлатишнинг ютуғи уларнинг кўп жихатдан анъанавий тўлов тизимлари билан ўхшашлигидир. Бу тизимларга Cyber Cash, Open MarKet, First Virtual ва бошқа бир қатор тўлов тизимлари киради. SSL протоколи билан бир қаторда ахборот алмашинувида маълумот узатувчи SET протоколи (Secure Electronic Transaction) ишлатилади, у кредит карточкалари рақамларини ишончли ҳимоялашни таъминлайди.

Л SET спецификацияси (Master Card ва Visa, Netscape, IBM, Verisign ёрдами билан ишлаб чиқарилган) - кредитли карта ишлатишда товарлар нархини тўлашнинг энг хавфсиз йулларидан бири.

SET спецификацияси асосида оммавий калит ва рақамли сертификатлар билан ишлаш криптографияси ётади.

SET протоколи ўғирланган ёки сохта карточкалар билан бўладиган бузғунчиликлардан ҳимоя қилади. SET нинг камчилиги иштирокчилар ўзларида махсус дастурий таъминот ўрнатишлари лозим, бу эса маълум инвестицияларни талаб қилади. SET протоколи Интернетнинг электрон тижорат келажаги сифатида қаралмоқда.

Истеъмолчи нуктаи назаридан қараганда кредит тизимининг асосий камчиликлари қуйидагилар:

- транзакция ўтказишга харажатларни кўпайтирувчи миқдорнинг тўлов қобилияти ва карточканинг авторизациясини текшириш зарурати. Чунки ҳар бир транзакцияга карточка эмитенти транзакция суммасидан 1,5- 3% олади, лекин у 20% дан ошмайди. Акс ҳолда, товарлар тўловини қуйи диапазонда ўтказиш ҳеч қандай самара бермайди;

- кредит ҳисоби очишнинг шартлилиги;
- «карточка маълумотларини тармоқда узатиш» комплекси.

Дебит тизимлари («Net Cash», «Net Bill» ва бошқлар) чек ёки нақд пулларнинг рақамли эквивалентини ишлатишга асосланган, дебитли схемалар ишлатиш билан амалга ошириладиган тўлов тизимларидир. Бунда рақамли нақд пулга асосланган дебит тизими 3-шахс томонидан тасдиқлашни талаб қилмайди, уларни ишлатиш баҳоси (нарни) «0» га интилади, яъни буни микро тўловларда ишлатиш қулай.

Рақамли нақд пуллар билан амалга ошириладиган тўлов тизими.

Рақамли нақд пуллар Интернетда ҳисоб-китобнинг янги тури ҳисобланади. «Рақамли нақд пул» тушунчаси электрон тўлов тизими категориясини аниқлайди. Улар нақд пулларни реал ҳаётдан Интернет ҳаётига ўтказишга ҳаракат қилади.

Рақамли нақд пуллар — жуда катта сонлар ёки файллар бўлиб, улар белгилар функциясини бажаради, бошқа тўлов тизимларидан фарқли равишда бу файллар шу пулларнинг ўзи ҳисобланади.

Анъанавий нақд пулларга қараганда рақамли нақд пуллар бир қанча афзалликларга эга. Масалан, уни ишлатиш эгасига аноним даражасида бошқаришни таъминлаб беради, бу компьютер жинойтларига қарши курашда муҳим аҳамиятга эга.

Электрон нақд пуллар оқимини реал вақт режимида қидириб топиш мумкин, нақд пулларда эса буни амалга ошириб бўлмайди. Рақамли нақд пуллар тизимини ишончли ишлатишни замонавий криптография усуллари таъминлаб беради. Бундай тизимлар фаолият кўрсатиши учун кам харажатлар талаб қилинмоқда.

Схемаларда кредит карталари ҳисоб-китобининг йўқлиги уларни микро тўловларда ишлатишга имкон беради. Рақамли нақд пуллар маъносига кўра дебит тизимларига киради. Рақамли нақд пуллар ишлаши қууидаги компанияларда ривожланган «City Bank», «Digi Cash», «Россия Рой Cash», «Web Money».

Интернет-банкинг. Банк операцияларини Интернет орқали амалга ошириш мумкин. Рақамли нақд пуллар билан ишлашга мувожжалланган тўлов тизимлари ҳозирги вақтда SET - қўшма тизимлар билан рақобатлашади.

МДХда электрон тижоратнинг ривожланишини таъминлаётган электрон тўловларни амалга оширишда реал иштирок этаётган асосий тўлов тизимларини қўриб чиқамиз.

Cyber Plat. Бу тизим (<http://www.cyberplat.ru>) биринчи тўлов тизимларидан бири бўлиб, Cyber Plat концепцияси асосида дебитлаш схемаси ётади ва келажакда Интернет-банкинг имкониятлари пайдо бўлади. Бу тизим Интернетда реал пуллар билан бир вақтда нақд пулсиз ҳисобни ҳам амалга оширади. Интернет - дўконларда олди-сотди ҳисоб-китоби мижозларнинг «Платина» банкидаги ҳисоб варақасида ҳам, ихтиёрий банкнинг кредит карточкаларида ҳам амалга оширилиши мумкин. Интернет тармоғида маълумот алмашинувлар амалга оширилади.

Assist тизими (<http://www.assist.ru>) 1999 йил апрелидан ишга тушган. У Интернетга уланган ихтиёрий компьютерда Интернет провайдерлари мижозларнинг шахсий ҳисоб варақаларидан ёки кредит карточкаларидан «Online» режимида авторизация ўтказиш ва тўловларни қайта ишлаш имконини яратади.

Assist тизими орқали Интернет дўконда олди-сотдини ҳисоб-китоб қилиш учун Visa, Euro, Card, Master Card, Dinners Club, 7CB, American Expressларда кредит карточкага эга бўлиш ёки йирик Интернет провайдерлардан бирининг мижози бўлиш керак. Шундай қилиб, Assist, асосан, кредит карточкалари орқали ишловчи тизим бўлиб, ўзида дебит схемасининг баъзи элементларини ҳам мужассамлаштирган. Assist web-сайти маълумотларига қараганда 60 дан ортиқ корхоналар бу тизимдан фойдаланади.

Web Money (<http://www.webmoney.ru>) тизими Интернетдан фойдаланувчига хавфсиз нақд пулли тўлов ларни амалга оширишга, On-line режимида Web-т пиш дейилувчи электрон нақд пуллар билан ҳисоб-китоб

қилишга имкон беради. Тизим мижозлари Интернет - дўконлар ва уларнинг истеъмолчилари ҳисобланади. Бир томондан қараганда, булар интернет-дўконлар, бошқа томондан эса, ҳисоб-китоб қилишнинг анъанавий усулидан фойдаланилмайдиган ёки имконияти йўқ, ихтиёрий интернетдан фойдаланувчилар ҳисобланади.

Уй банки. Автобанкнинг Интернет банкинг тизими «Уй банки» дейилади. У шахсий корхоналарнинг банкдаги реал ҳисоб рақамларини Интернет орқали бошқариш ҳисобланади. «Уй банки» ўз фойдаланувчиларига 24 соат давомида, реал вақт режимида ер юзининг ихтиёрий нуқтасидан тўлиқ банк хизматини яратиб беради.

«Уй банки» Интернет орқали реал вақт режимида қуйидаги операцияларни бажариш имконини беради:

- доллар олиш ва сотиш;
- коммунал хизматлар тўловларини тўлаш;
- ички ва банклараро пул ўтказишни амалга ошириш;
- интернет - провайдерлар ҳисобларини тўлаш;
- депозитлар очиш;
- карточкали ҳисобларни тўлдириш.

Ўзбекистонда «PayNet», «FastPay», «UniPay», «E-pay», «Ekarmon» каби тўлов тизимлари ишга туширилиб, бугунги кунда фақат «PayNet», «Click.uz» фаолият олиб бормоқда. Бугунги кунда «PayNet» тизими кенг тарқалган. «UzPayNet» компанияси Ўзбекистон бозорида 2005 йилдан бери фаолият юритиб келмоқда. Республикамизда компаниянинг 25000 дан ортиқ шаҳобчаларида 2 млн. дан ортиқ аҳолии тўловларини амалга оширмоқда. Бу пунктлар орқали мижоз мобил телефон ва хўжалик хизматлари учун (газ, электр, сув) тўловларни амалга ошириши мумкин. 2015 йил апрель ойидан ушбу тизим орқали солиқлар тўлаш имконияти пайдо бўлди.

Мижоз PayNet билан ишлаганда унинг пунктига кириб, оператор ёки провайдер номини, провайдер то монидан ўрнатилган хизмат номинали ёки телефон рақамини айтади ва нақд пул бериш билан амалга оширади.

Мижоздан қабул қилинган тўлов ҳақидаги маълумот «PayNet» тизимига узатилади. Бу тизимда мос келувчи провайдерга маълумотлар маршрутизацияси юз беради. «PayNet» тизимида мижозга мўлжалланган ахборот чеки босмадан чиқарилади. Агент пул маблағини «PayNet» ҳисобига мижоздан қабул қилган тўловлари асосида ўтказди. Қабул қилинган тўловлар оператор ёки провайдер биллингида ҳам ёзиб қўйилади. Агент қабул қилинган тўловлар асосида оператор ёки провайдер ҳисобига пул ўтказди. Шундан сўнг провайдер ёки телефон оператори мижоз учун хизматни амалга оширади. Агар мижоз мобил телефон учун пул тўлаган бўлса, оператор томонидан унга ҳисоб тўлдирилганлиги ҳақида SMS хабарини юборади.

«CLICK» МЧЖ компанияси 2011 йилнинг ноябр ойида ташкил топган. «CLICK» - бу мобил интернет банкинг тизими бўлиб, мобил алоқа операторлари хизматлари, интернет провайдерлар, коммунал хизматлар, интернет магазинлардан онлайн харидларни амалга ошириш имконини беради. «CLICK» тизимидан фойдаланиш 24/7 режимида уйдан (чиқмаган холда) тўловни амалга ошириш, бу тизимдан фойдаланиш учун махсус дастурий таъминотлардан фойдаланиш зарурияти йўқлиги, балансни онлайн режимида текшириш имконияти ва бошқа кўплаб афзалликларга эга.

2.4. Электрон тижоратни ривожлантиришда чет эл тажрибаси ва уни Ўзбекистон шароитида тадбиқ этиш йуллари

Электрон тижорат ривожланишида хориж тажрибасини ўрганиб чиқар эканмиз, электрон тижорат ривожланиш даражаси шу мамлакатдаги ахборот инфратузилмасига бевосита боғлиқ холда ривожланишини гувоҳи бўлдик. Мамлакатнинг ахборот инфратузилмаси ўз навбатида ахборот-коммуникация технологияларининг (АКТ) ривожланганлик даражаси, ахборот тармоқларнинг(интернет тармоғи,) мавжудлиги ва бу тармоқларга ҳар бир фуқарога кириш имкониятининг мавжудлиги, ахборот-коммуникация

технологиялари соҳасининг кадрлар билан таъминланганлик даражаси, жамиятнинг АКТдан фойдаланиш даражаси каби омилларга боғлиқ экан.

Бу кўрсаткичларнинг мавжудлиги электрон тижоратнинг ривожланишини тақозо этади. Жаҳонда ривожланган ахборот инфратузилмасига эга давлатлар камчиликни ташкил қилади. Чунки бу турдаги инфратузилмани яратиш етарлича катта маблағ талаб қилади. Электрон тижорат ривожланишини кузатадиган бўлсак, ҳар бир янги технологияни қўлланилиши, бу соҳада етарли силжишни олиб келади. Кўпгина давлатлар кейинги иқтисодий ривожланиш айнан электрон тижоратга боғлиқлигини англашди.

Ҳозирги кунда ахборот технологиялари саноати соҳасида рақобат жуда кескин тус олмоқда. Асосан ривожланган давлатларда бу соҳани ривожлантириш учун етарлича инвестиция киритиляпти. International Telecommunication Union, ITU маълумотларига кўра ИКТни ривожланиш индекси қуйидаги жадвалда келтирилган

2.1-жадвал. АКТни ривожланиш индекси²³

Ўрин	Давлатлар	Балл
1	Дания	8.86
2	Южная Корея	8.85
3	Швеция	8.67
4	Исландия	8.64
5	Великобритания	8.50
6	Норвегия	8.39
7	Нидерланды	8.38
8	Финляндия	8.31
9	Гонконг	8.28
10	Люксембург	8.26
110	Сальвадор	3.61
111	Гайана	3.48
112	Сирия	3.46
113	Гана	3.46

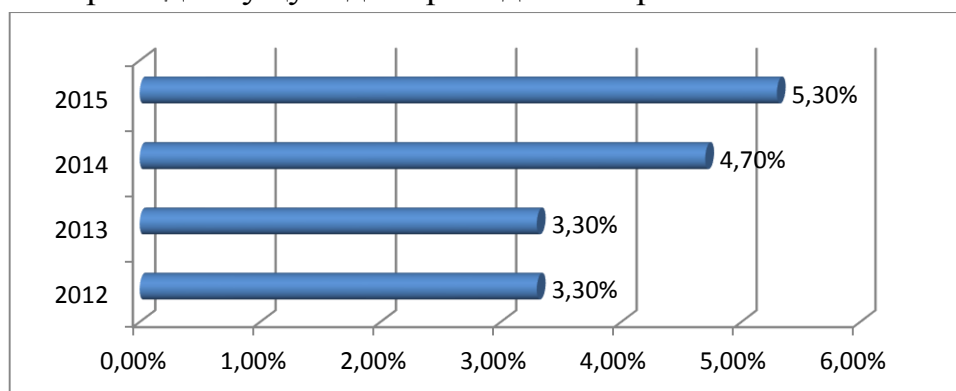
²³ ITU маълумотларига асосан

114	Алжир	3.42
115	Ўзбекистан	3.40
116	Шри-Ланка	3.36
117	Намибия	3.24
118	Гватемала	3.20
119	Гондурас	3.18

Бу кўрсаткич дунё мамлакатларини АКТ ривожланиш нуктаи назаридан эришган ютуқларини характерлайди. Бу индексдан глобал, регионал ва миллий даражада солиштирма таҳлил ўтказувчи кўрсаткич сифатида фойдаланилади. Ушбу индекс АКТ ривожланишига бевосита таъсир қиладиган бир нечта омилларнинг баҳолаш орқали ўлчанган. Бу омиллар қуйидагилар:

- АКТдан фойдаланиш даражаси;
- 100 кишига тўғри келувчи стационар ва мобил телефонлар сони;
- Интернетдан фойдаланувчилар сони;
- Компьютердан фойдаланувчи уй хўжаликлари сони;
- Аҳолини маълумотлилиқ даражаси ва х.к.

Электрон тижорат йил сайин янги технологиялар пайдо бўлиши, интернет тезлигини ошиши билан бутун жахонни қамраб олмоқда. Электрон тижорат орқали амалга оширилувчи савдода халқаро товар айланмаси йилдан йилга ўсиб бормоқда. Бу қуйидаги расмда келтирилган:

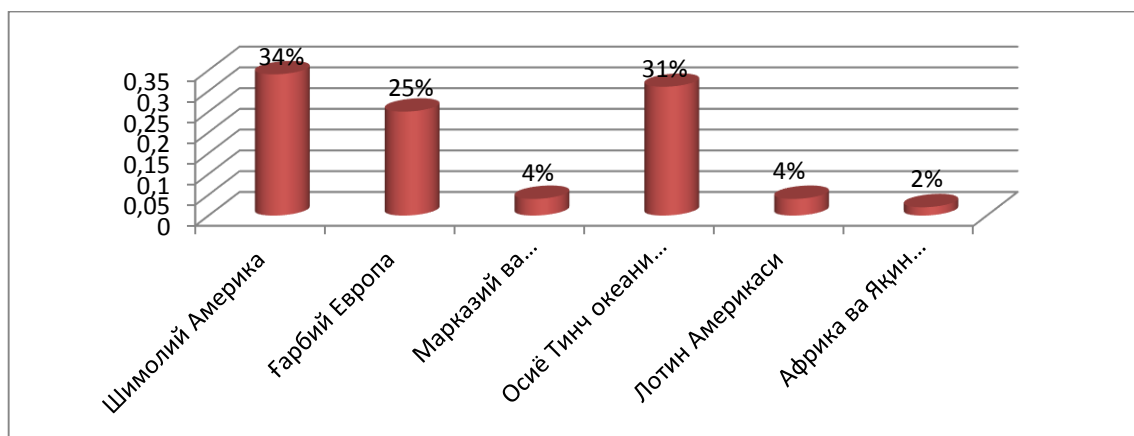


2.1 Расм. Халқаро товар айланмасининг ўсиш динамикаси²⁴

2.1 Расмда келтирилгандек, халқаро товар айланмасининг ўсиш динамикасини 2012 йилдан 2015 йилгача келтирилган бўлиб, 2013 йилга

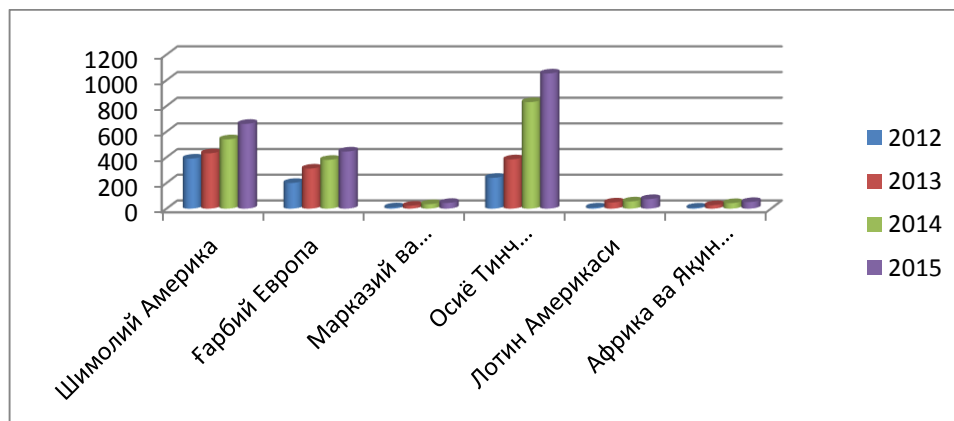
²⁴ ITU маълумотларига асосан

нисбатан 2015 йилда халқаро товар айланмаси 2% га ошган. Айнан регионал ҳолатда қандай эканини аниқлаш учун халқаро интернет орқали савдо структурасини кўриб чиқамиз.



2.2 расм. Халқаро интернет савдони регионал структураси 2014 йил²⁵

Халқаро интернет савдони регионал структурасини кўрадиган бўлсак, интернет орқали савдо қилишнинг 34%ини Шимолий Америка, 31%ини Осиё ва Тинч океани минтақалари, 25%и Ғарбий Европа мамлакатлари, 4% Марказий Шарқий Европа ва Лотин Америкаси улуши, 2% улушини Африка ва Яқин Шарқ мамлакатлари ташкил этади.



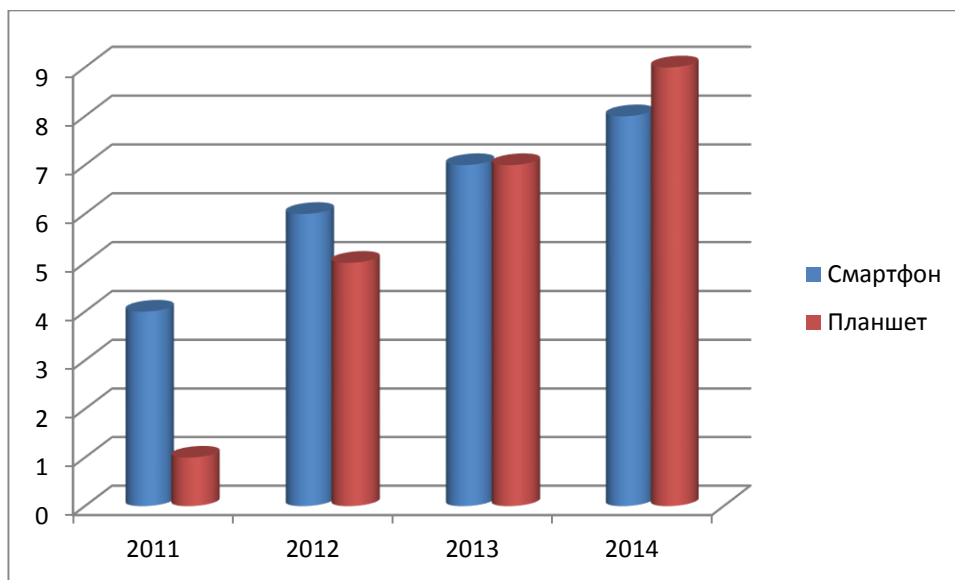
2.3.-Расм. Дунё миқёсида интернет савдо айланмаси динамикаси (миллиард доллар)²⁶

2.3-расмда дунё миқёсида интернет савдо айланмаси динамикаси 2012 йилдан 2015 йилгача келтирилган бўлиб, шу давр мобайнида энг жадал

²⁵ ITU маълумотларига асосан

²⁶ ITU маълумотларига асосан

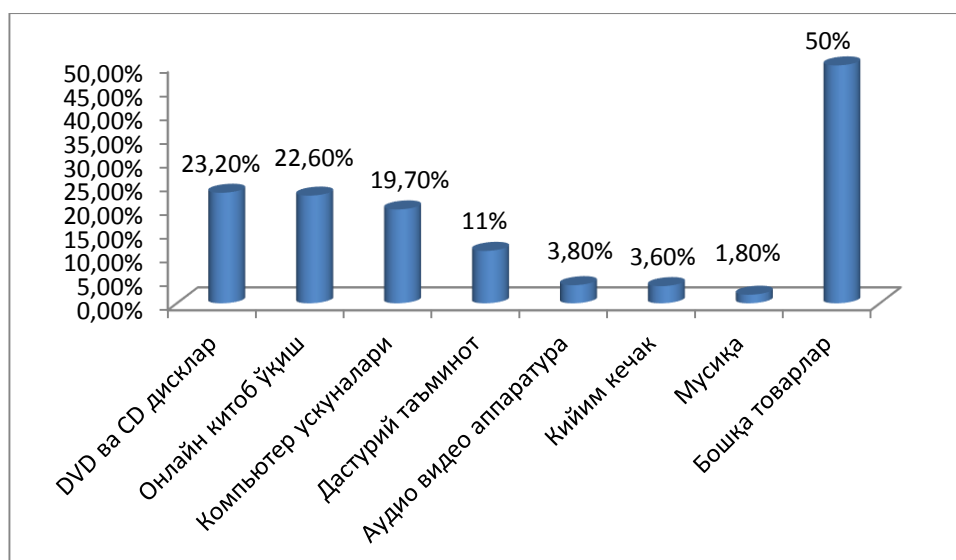
суръатлар билан ўсган минтақаларга Осиё ва Тинч Океанлари минтақалари ва Шимолий Америкага тўғри келади. Ундан кейинги ўринда Ғарбий Европа мамлакатларидаги интернет савдо айланмасини ўсишини кузатиш мумкин.



2.4.-Расм. Дунё миқёсида интернетдан товар буюртма қилишда смартфон ва планшетладан фойдаланувчилар сонини ўсиши динамикаси (млн.²⁷)

Интернетдан товар харид қилар экан қандай ахборот коммуникация технологиясидан фойдаланиши ҳам аҳамият касб этади. Сабаби айнан ўша русумдаги ахборот коммуникация технологияси кенг тарқалгани, фойдаланишга қулайлилик даражаси, ишлаш тезлиги ҳам харид қилиш жараёнига бевосита таъсир кўрсатиши мумкин. Шундай экан, 2.4-расмда интернетдан товар буюртма қилишда смартфон ва планшетладан фойдаланувчилар сонини ўсиши динамикаси келтирилган. 2011 йилда смартфондан фойдаланган ҳолда интернетдан харид қилувчилар сони планшетдан фойдаланувчиларга нисбатан деярли 3 баробар кўп бўлса, 2013 йилга келиб бу кўрсаткичлар тенглашиб қолди. 2014 йилда эса планшетлардан фойдаланувчилар сони смартфондан туриб харидни амалга оширувчиларга нисбатан ошиб кетди.

²⁷ ITU маълумотларига асосан



2.5.-Расм. 2014 йилда Дунё бўйича интернет харидларни товар структураси²⁸

Ҳозирги вақтда электрон тижорат чет эл мамлакатларида жадал суръатларда ривожланмоқда. У тижорат фаолиятини олиб боришнинг замонавий ва истикболи порлоқ усули сифатида ўз мавқеини йилдан-йилга мустаҳкамламоқда. Чет эллик сотувчилар ва истеъмолчилар Интернет савдо майдончаларида товарлар билан олиш-сотиш ва хизматлар кўрсатиш битимларини тузиш орқали бир-бирлари билан фаол ўзаро алоқа қилмоқдалар. Европа ва Америка Қўшма Штатлари аҳолиси Интернет-дўконлардан айниқса кенг фойдаланмоқда.

2009–2010 йилларда В2С ўзаро алоқа модели доирасида электрон тижоратнинг даромаддорлик даражаси сезиларли даражада кўпайди. Масалан, Буюк Британияда бундай кўпайиш 10% ни ташкил этди, Францияда онлайн-истеъмолчилар сони 12% га кўпайди, Интернет-дўконлар олаётган даромад эса 20% га ўсди. Ушбу даврда Нидерландияда ҳам Интернет-харидорлар сони 7% га кўпайди. Испания ва Италия сингари мамлакатларда бунинг акси кузатилди: у ерда Интернет тармоғида харидларни амалга оширувчи аҳоли улуғлиқ 20% га ҳам етгани йўқ.

2011 йилда 17 ёшдан 80 ёшгача бўлган Европа аҳолисининг 43% электрон тижорат воситасида харидларни амалга оширар эди. Ўз

²⁸ ITU маълумотларига асосан

харидларини Интернет-дўконларда амалга оширувчи истеъмолчиларнинг энг катта фоизи Швеция ва Буюк Британияда кузатилади (тахминан 71%). Кейинги ўринларни Германия (64%) ва Франция (53%) эгаллайди. Онлайн-харидорларнинг энг кичик фоизи Италия (15%), Болгария (7%), Руминия (6%) сингари мамлакатларда кузатилади.

2011 йилда Бразилиядаги электрон савдо бозорида қизиқарли вазият юзага келади. McKinsey компанияси ҳисоботига кўра, 2004 йилдан бошлаб мазкур соҳада жиддий ўсиш – ҳар йили ўрта ҳисобда тахминан 38% кузатилади. 2011 йилда электрон тижорат воситалари орқали олинган даромад 10 млрд. АҚШ долларини ташкил этади. McKinsey компанияси мутахассисларининг тахминича, мазкур жараён сақланиб қолган ҳолда 2015 йилга бориб мамлакат жаҳондаги энг йирик электрон савдо бозорларининг бешлигидан ўрин олиши лозим. Мазкур вазиятда иккита диққатга сазовор факт кузатилади. Биринчидан, электрон савдодан олинаётган даромад катта эканлигига қарамай, мамлакатда Интернет тармоғидан фойдаланувчиларнинг атиги 40% онлайн-харидларни амалга оширади. Ушбу кўрсаткич Буюк Британиядаги онлайн-истеъмолчилар улушидан икки баравар, Испаниядаги кўрсаткич (66%)дан эса бир ярим баравар кам. Иккинчидан, электрон тижоратга харажатлар улуши истеъмолчилар жами харажатларининг атиги 4% ни ташкил этади. Ваҳоланки, Америка Қўшма Штатларида бундай харажатлар миқдори 10% ни, Буюк Британияда эса – 8% ни ташкил этади. Бразилия тижоратчиларининг бу борадаги муваффақияти сабабларидан бири шундаки, улар савдо фаолиятини ижтимоий тармоқларда амалга оширадилар²⁹.

2013 йилда Барселонада «Global E-commerce» саммити бўлиб ўтди. Унда 2012 йил учун электрон тижорат маълумотлари ва ушбу соҳанинг ривожланиши асосий тенденциялари эълон қилинди.

²⁹ Brazil briefing: Where is the e-commerce market going? - 2012. -http://csi.mckinsey.com/knowledge_by_topic/digital_consumer/where_is_brazils_ecommerce_market_going

Электрон тижорат соҳасида товар айланмаси айниқса кенг бўлган мамлакатлар бешлигига Буюк Британия, Германия, Франция, Испания ва Россия киритилди. Маълум бўлишича, Буюк Британия аҳолиси электрон харидларга ҳаммадан кўп пул сарфлайди. 2012 йилда мазкур мамлакатда яшовчи ҳар бир одам электрон харидларга тахминан 2466 евро сарфлаган.

Германияда яшайдиган онлайн-харидорлар сони тахминан 37 млн.ни, Интернетдан фойдаланувчилар сони эса – 68,9 млн.ни ташкил этади.

Европада айниқса жадал ривожланаётган мамлакатлар тўртлигидан Туркия, Греция, Украина ва Венгрия ўрин олди.

Мобил тижорат бозорининг ҳажми Европада 2012 йилда 17 млрд. еврогача ўсди ва электрон сотувлар умумий ҳажмининг тахминан 5,5% ни ташкил этди³⁰.

Бугунги кунда Хитойда электрон савдо иқтисодиёт соҳаси бўлиш билан бир қаторда, иқтисодий ўсиш омилига ҳам айланган. Хитой Саноат ва ахборотлаштириш вазирлигининг дастурига кўра, 2015 йилда чакана онлайн-сотувлар ҳажми мамлакатдаги жами чакана савдо айланмасининг 9% ни ташкил этиши ва 3 трлн. юан (тахминан 470 млрд. АҚШ доллари)га етиши лозим. Шу дастурда e-commerce бозорининг умумий ҳажмини 2011 йилда 4,5 трлн. юандан 2015 йилда 18 трлн. юангача кўпайтириш вазифаси қўйилган (асосан ўрта ва кичик компаниялар ўртасида улгуржи интернет-савдони янада ривожлантириш ҳисобига)³¹.

Forrester Research ўтказган тадқиқотларнинг натижалари Европа мамлакатларида электрон тижоратнинг баъзи бир тенденцияларини прогноз қилиш имконини беради³².

³⁰ E-commerce в Европе: инфографика и цифры. - 2013. - <http://www.internetsales.ru/e-commerce-v-evrope-infografika-i-tsifry>

³¹ China aims for €2.14 trillion in e-commerce sales by 2015. - 2012. - <http://www.e-commercefacts.com/news/2012/03/chinas-e-commerce-growth-/>

³² Новомлинский Л. Электронная Коммерция. Тенденции развития в мире и в России. - http://www.tops.ru/publishing/pub_007.html

Биринчидан, Европа учун электрон тижоратда сотувлар суммаси 2012 йилда 146 млрд. АҚШ долларидан 2017 йилда 249 млрд. АҚШ долларигача кўпайиши кутилмоқда.

Иккинчидан, Интернет орқали амалга ошириладиган савдо бугунги кунда Буюк Британияда алоҳида тармоқ ҳисобланади ва миллий иқтисодиётнинг 13% ни ташкил этади. 2017 йилга бориб мазкур улуш 15% гача кўпайиши тахмин қилинмоқда. Бундан ташқари, Буюк Британия Европада электрон тижорат соҳасида пешқадамлик қилади, ундан кейинги ўринларни Италия ва Испания эгаллайди, уларнинг ҳар бирида онлайн-сотувлар йиллик даромаднинг 2% ни ташкил этади. Кейинги 5 йил давомида бу мамлакатларда электрон савдо улуши тегишли равишда 1% ва 2% га кўпайиши прогноз қилинмоқда.

Учинчидан, тадқиқотчилар тахминича, Америка Қўшма Штатларидаги барча чакана сотувларнинг 8% ни таъминлайдиган электрон савдо тармоғи ўсиш тезлигига кўра 5 йил ичида анъанавий савдо тармоғидан ўзиб кетади. 2014 йилда у 262 млрд. АҚШ долларига етади ва бу 2013 йилги кўрсаткич (231 млрд. АҚШ доллари) 13% кўп. Прогноз тўғри бўлиб чиққан тақдирда 2017 йилга бориб Америка Қўшма Штатларида интернет-сотувлар улуши 2010 йилдагидан 9% га кўпаяди. Таҳлилчилар фикрича, ўсишни икки омил – мобил курилмалардан фойдаланишнинг ўсиши ва дўконлар ўз виртуал бўлинмаларига инвестицияларни кўпайтириши рағбатлантиради.

Шундай қилиб, кўп сонли тадқиқотларга асосланган ҳолда, электрон савдо чет элда ривожланишнинг яхши суръатларини ва юксак даражада даромаддорликни намоён этмоқда, деган хулосага келиш мумкин. Шу туфайли ҳам Европа мамлакатлари электрон тижоратни амалга оширишда узоқ муддатли истиқболда пешқадам бўлиб қоладилар.

Электрон тижоратнинг ривожланган давлатларда самарали фойдаланилиши уларнинг бу соҳани янада ривожлантиришга туртки беради. Аммо электрон тижоратнинг имкониятларидан янада самаралироқ фойдаланиш учун бир қатор муаммоларни ҳал қилишга тўғри келади. Бу

муаммолар ривожланган давлатларда электрон тижоратнинг сингиб кетишига тўсиқ бўлмоқда.

Электрон тижорат фаолиятида қуйидаги тўсқинлик қилувчи муаммолар қайд қилиш мумкин:

- Электрон тижорат ривожланиши эҳтиёжини қондирмайдиган логистик муаммолар;
- Электрон тўловлар инфраструктурасининг талабга жавоб бермаслиги;
- Электрон савдолар чоғида истеъмолчилар ҳуқуқларининг бузилиши;
- Божхона муаммолари;
- Электрон тижоратга консерватив банклар муносабати;
- Электрон тижоратни амалга ошириш учун дастуларни танлаш имкониятининг камлиги;
- Электрон тижоратни амалга оширишда қўлланиладиган техник стандартларнинг ҳар хиллиги;

Хулоса қилиб шуни айтиш мумкинки, электрон тижоратнинг ривожланган давлатлар иқтисодиётида тутган ўрни салмоқли. Келажакда ривожланган давлатлар ўз иқтисодларининг ривожланиши айнан шу соҳага боғлаяптилар. Лекин ҳал қилиниши зарур бўлган етарли муаммолар мавжуд. Бу муаммоларни улар халқаро ташкилотлар доирасида ҳал қилишга уриняптилар.

II Боб бўйича хулоса

Диссертациянинг “Электрон тижоратни бугунги кундаги ҳолати ва ривожланиш тенденциялари” номли иккинчи бобида Ўзбекистонда электрон тижоратни ривожланиш хусусиятлари ва уни бугунги ҳолатини тахлили, электрон тижоратни амалга оширишнинг муаммолари, электрон тўлов тизимлари орқали тўловлар ва харидларни амалга ошириш йўллари, электрон

тижоратни ривожлантиришда чет эл тажрибаси ва уни Ўзбекистон шароитида тадбиқ этиш йуллари тахлил қилинган.

Аҳоли орасида интернетдан фойдаланувчилар сонини ўсиши интернет хизматларини тақдим этиш ва улардан фойдаланиш электрон тижоратни ривожлантиришга замин яратади. Бугунги кунда интернет орқали тўловни амалга ошириш учун Paynet, Click, sms - тўлов , websum ва бошқа тўлов тизимларидан кенг фойдаланилмоқда.

Шу ўринда мамлакатимизда электрон тижоратни ривожлантиришга тўсқинлик қилувчи омилларни мавжуд бўлиб, муаллиф томонидан ушбу омиллар иккига нуктаи назардан, яъни технологик ва ташкилий омиллар тахлил этилган. Муаллифнинг фикрича, мамлакатимизда электрон тижоратни асосини ташкил этувчи АКТ кенг жорий этилишига ва электрон тижоратни тартибга солувчи тегишли ҳуқуқий-меъёрий асослар қабул қилинган бўлишига қарамасдан, ахборот технологиялари ва тижоратнинг ривожланиш даражаси электрон тижорат соҳасидаги муносабатларни янада аниқлаштирилишини талаб этади.

Диссертациянинг иккинчи бобида келтирилган тахлиллардан шундай фикр юритиш мумкинки, мамлакатимизда ишлаб чиқарилган товарлар учун электрон паспортларнинг давлат стандарти ишлаб чиқилмаган. Электрон усулда амалга оширилаётган тўловлар бўйича имтиёзлар ва преференцияларнинг аниқ рўйхати йўқ. Бозор муносабатларини электрон ҳужжатлар билан тасдиқлаш орқали давлат йўли билан тартибга солиш борасида электрон тижорат кўникмаларига эга бўлган кадрлар билан боғлиқ муаммолар ҳам мавжуд. Электрон рақамли имзоларнинг ишончли (учинчи) тарафи ягона маркази, электрон тўловлар суғуртаси ҳам мавжуд эмас. Онлайн-терминаллари инфратузилмаси ҳам ривожланмаган. Келтирилган муаммолар бугунги кунда ўз ечимини топишни тақозо этади.

III. БОБ. ЭЛЕКТРОН ТИЖОРАТНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ ИСТИҚБОЛЛАРИ

3.1. Ўзбекистонда электрон тижорат ва электрон бозорни ташкил этиш ва ривожлантириш йўналишлари

Ўзбекистонда ахборот-коммуникация технологияларини кенг қўллаш ҳамда «ахборотлашган жамият» сари интилиш мақсадида бир канча тадбирлар ва дастурлар ишлаб чиқилган. Аммо, бу борада қилинган ишлардан келгусида қилиниши керак бўлган ишлар қўлами нихоятда кенгдир. Жахонда ахборот-коммуникация соҳаси ривожини жуда тезлик билан рўй бераётганлиги сабабли бу борадаги фаолият ўта масъулиятли ёндошувни талаб қилади.

Келгусида ахборот-коммуникация тизими ривожини Республика иқтисодий тараққиётининг бош йўналишларидан бирига айлантириш учун кўйидаги вазифаларни биринчи ўринда ҳал қилиш талаб этилади:

- иқтисодий ҳамда ҳуқуқий муҳитни давр талабларига мос равишда такомиллаштириш;

- алоқа ва ахборотлаштириш соҳасида мулкӣ муносабатларни эркинлаштириш ва ахборот-коммуникация хизматлари бозори ривожини давлат томонидан қўллаб-қувватлашни кучайтириш;

- соҳада фаолият кўрсатаётган фирма ва компаниялар фаолиятини рағбатлантириш механизминини шакллантириш;

- соҳанинг республикада таркиб топаётган бозор муносабатлари талабларига мос оқилона бошқарув тизимини яратиш ва бу йўналишда чуқур сифат ўзгаришларини амалга ошириш лозим. Табиийки бундай сифат ўзгаришлари бошқарув тизимини такомиллаштириш муаммоларини ечишга қаратилган чуқур илмий тадқиқотлар олиб боришни тақозо этади.

Ўзбекистонда электрон тижорат фаолияти Ўзбекистон Республикасининг “Электрон тижорат тўғрисида”ги 2004 йил 29 апрелдаги 613-II сон Қонуни билан белгиланади. Электрон тижорат Интернет

тармоғидаги тижорат соҳасига оид фаолликни, унда олди-сотдини амалга оширилишини ифодалаш учун қўлланган эди. 2015 йилнинг 22 майда “Электрон тижорат тўғрисида” ги Ўзбекистон Республикасининг қонуни янги тахрирда эълон қилинди. 2004 йилдаги қонун 14 та моддадан иборат бўлса, янги тахрирдаги қонунда 20 та модда мавжуд. Ушбу қонунга мувофиқ аввалги қонун ҳужжатидан фарқли равишда янги қонунда электрон тижоратнинг асосий принциплари 4- моддада кўрсатилган. 5- моддасида электрон тижорат соҳасидаги давлат сиёсати ва асосий йўналишлари белгилаб берилган. Яна бир фарқли томони шундан иборатки, янги тахрирдаги қонунда ахборот воситачиси тушунчаси киритилган бўлиб, қонуннинг 12 моддасида кимлар воситачи ҳисобланиши белгилаб қўйилган. Шу билан бирга қонуннинг 17 моддасида электрон тижоратда давлат харидлари ва корпоратив харидларни амалга ошириш белгиланган. У компьютер тармоғидан фойдаланган ҳолда харид қилиш, сотиш, сервис хизмати кўрсатишни амалга ошириш, маркетинг тадбирларини ўтказиш имкониятини таъминлайди.

Мамлакатимизда электрон тижорат янада ривожлантиришга бир қанча тўсиқлар мавжуд бўлиб, улардан қуйидагиларни кўриб чиқамиз:

1. Электрон дўконларда махсулот бозордагидан кўра нархи қиммат (бу ерда хали етказиб бериш хизмати ҳаққи ҳисобга олинмаган ҳолда). Аслида электрон дўконлардаги махсулот нархи дўконнинг ижара пули йўқлиги, харидорга ойлик маош тўланмаслиги каби харажатлардан холи бўлгани сабабли нисбатан арзон бўлиши керак.

2. Мухит ўзгариши омили. Ахборот-коммуникация инфратузилмаси бугунги кунда тез суръатларда ўзгариши: АКТни ривожланиш кўрсаткичлари мамлакатимизнинг барча нуқталарида бир хил эмас. Замонавий оптик толали тармоқ қуриш ишлари шу бугунги кунга қадар давом этиб келмоқда ва нихоясига етказиш муддати номалумлигича қолиб турибти. Электрон тижорат фаолияти билан шуғулланиш имкони фақат катта шаҳарлардагина мавжуд. Қишлоқ жойларда интернет жуда кам ишлатилади. Чунки АКТдан

фойдаланиш кўрсаткичларининг пастлиги электрон тижорат билан шуғулланиш имкониятини етарлича чеклаб қўяди.

3. Тадбиркорлар томонидан электрон тижорат имкониятларини аниқ тасаввур қила олмасликлари ва электрон тижорат, электрон хужжат алмашинуви, электрон рақамли имзо каби тушунчалардан кўпгина тадбиркорлар бир мунча йироқлиги. Тадбиркорларимизнинг электрон тижоратни ўз бизнесларида фойдаланиш даражаси ўта паст. Тадбиркорларимиз электрон тижоратдан фойдаланиш самарадорлигини етарлича баҳолай олмасликлари ва натижада электрон тижорат истиқболларини аниқ тасаввур қила олмаптилар.

4. Ўрта ва катта ёшдаги аҳоли ўртасида компьютер саводхонлигининг пастлиги. АКТ технологияларининг тезда мамлакатимиз ҳаётига сингишига асосий тўсиқ бўлиб турган жараён - аҳолининг ўрта ва катта ёшдаги қатламининг АКТ саводхонлик даражасининг пастлигидир.

5. Мамлакатимизда фаолият юритаётган банклар томонидан интернет тизимида тўловларни амалга ошириш бўйича хизматларнинг (Internet-banking) тўлиқ йўлга қўйилмаганлиги. Банкларимиз фаолият олиб боришларида асосан консерватив усулда фаолият боришга мойилликлари анча кучли. Банклар электрон тижорат ривожланишига мос равишда фаолиятларда инновацион хизмат кўрсатиш тизимларини киришлари лозим.

6. Электрон тўлов тизимларининг барча соҳалар бўйича кенг қўлланмаганлиги. Электрон тўлов тизимларини ривожлантириб, банклар билан ҳамкорликда фаолиятларини такомиллаштиришлари лозим. Бу жараёни йўлга қўйилмаслиги электрон тижоратни соҳалар бўйича ривожланишига тўсқинлик қилмоқда.

Юқоридагилардан ташқари республикаimizдаги бизнес субъектлари ва умумий иқтисодий вазиятдан келиб чиққан омилларни ҳам айтиб ўтишимиз мумкин. Ҳозирги кунда Ўзбекистонда нафақат он-лайн харидорлар, балки он-лайн сотувчиларнинг ҳам сони жуда кам, яъни тадбиркорларнинг мазкур соҳадаги фаолликлари ривожлантиришни талаб этади. Интернетдан

фойдаланувчиларнинг катта қисми тармоққа харид учун эмас, балки шунчаки «томошабин» бўлиб киришади. Энг асосий омиллардан яна бири бу Интернет-маркетинг ва реклама бўйича мутахассисларнинг фаолиятини такомиллаштиришдир. Бизнинг фикримизча, электрон тижоратни ривожлантириш товар тузилмасига қараб икки йўналишда амалга оширилиши мумкин:

Биринчиси истеъмол товарлари ва миллий анъана, миллий тусда тақдим этиладиган, фақатгина халқимиз урф одатлари, анъаналаридан келиб чиққан ҳолда фойдаланувчи товар ва хизматлар. Буларга истеъмол муддати қисқа бўлган махсулотларни харидини, дори дармон воситалари харидини, хўжалик моллари харидини етказиб бериш каби хизматларни йўлга қўйиш орқали эришиш мумкин. Ушбу электрон тижорат тури маълум бир ҳудуд учун мўлжалланган бўлиши лозим. Мисол учун Тошкент шаҳри бўйича сут махсулотларини сотишни йўлга қўйган тақдирда ҳам, ҳар бир туман учун алоҳида маршрутларни тайёрлаш лозим бўлади. Одатда чет эл мамлакатлари электрон дўконларда махсулот харид қилар эканлар махсулотларнинг нархи анъанавий дўкондаги махсулот нархидан бир мунча арзон бўлади. Бунга виртуал дўконни ижара хизматлари йўқлиги, сотувчиларга маош ҳақи каби харажатларни йўқлиги сабаб бўлади. Мамлакатимиз аҳолисини бундай электрон тижоратдан фойдаланишга ўргатиш мамлакат аҳолисини ахборот маданиятини кучайтиришга бевосита таъсир кўрсатади.

Иккинчиси, умумий махсулотлар бўлиб, уларга техника, технология, кийим кечак ва умуман барча экспорт учун мўлжалланган махсулотлар киради. Айнан электрон тижорат орқали чет эл ҳамкорлари билан бизнес жараёнларини йўлга қўйиш имконияти пайдо бўлади.

Электрон тижоратни ривожлантиришнинг бу иккала усулида ҳам ўзига яраша ҳал этилиши лозим бўлган вазифалари мавжуд:

Биринчи йўналишда махсулот етказиб бериш логистикаси пухта йўлга қўйилган бўлиши лозим. Махсулотни харидорга имкон қадар тез ва сифатли етказиб бериш ўта муҳим ҳисобланади. Шу билан бирга махсулот учун пул

тўлови масаласи ҳам бугунги кунда хал этилмаган муаммо бўлиб турибти, сабаби бугун электрон тижорат билан шуғулланувчи асосий фирмалар махсулотни нақд пулга сотадилар.

Иккинчи йўналишда биринчи масала бу интернет маркетинг. Интернетда жаҳон бозори конъюнктурасини ўрганиш, қайси сайтлага реклама қўйиш, ўз махсулоти учун йўналтирилган сегментни белгилаб олиш, тил масаласи ва пул бирлиги масаласи бугунги кунда электрон тижорат билан шуғулланувчи фирма ва компаниялар имкониятларини чеклаб қўймоқда.

Бироқ иккила йўналиш учун умумий бўлган интернет билан таъминланганлик ва интернет тезлиги муаммоси энг долзарб ҳисобланади.

3.2. Ўзбекистон Республикасида электрон тижоратни ривожлантиришнинг қонуний – меъёрий асосини такомиллаштириш

Интернет ва ахборот технологияларнинг ҳаётга кириб келиши, юридик жиҳатдан яна бир соҳанинг пайдо бўлишига олиб келди. Интернет-ҳуқуқи деб номланадига термин ҳозирги кунда кўп ишлатилмоқда. Табиийки, жамиятда янги бир соҳанинг кириб келиши учун ўша жамиятда шу соҳанинг қонуний асоси ишлаб чиқирилиши керак. Электрон тижорат ёки электрон иқтисодий фаолиятнинг қонуний асослари ривожланган давлатларда, ишлаб чиқилди. Германия ва АҚШ тажрибасидан келиб чиқадики, бу фаолият қонуний асослаш жараёни ҳамма давлатларда тезлаштирилиши керак. Биринчидан, электрон савдолар экспор ва импорт жараёнида қўлланилганда баъзи давлатларда электрон ҳужжатни қонуний тан олиш ёки олмаслик қонунда белгиланмаган. Шу учун глобализация жараёнида қонун жиҳатдан уйғунликка эришиш учун давлатлар электрон тижоратнинг қонуний асосини ишлаб чиқишлари керак. Иккинчидан, қонуний асоси ишлаб чиқилмаган электрон олди-сотди жараёнларида томонлар орасида келишмовчиликни ечиб берадиган меъёрий ҳужжатларнинг йўқ эканлиги. Учинчидан, электрон

иқтисодий фаолият олиб борадиган субъектларни солиққа тортиш жараёнининг қонуний асосининг йўқ эканлиги.

Электрон тижоратни ривожланиши бу фаолиятни қонуний бошқаришда бир қатор ечилмаган масалаларни вужудга келтирди. Электрон тижоратни қонуний асосини ишлаб чиқишда қуйидаги масалалар асосий ҳисобланади:

- Сотувчи ва харидолар ўртасидаги ҳисоб-китобларни олиб-бориш тартиби масалалари;
- Электрон тижорат қатнашчиларнинг солиққа тортиш масалалари;
- Маълумотларни криптографик ҳимоя қилиш масалалари;
- Электрон-имзонинг амалда қўллаш масалалари.

Юқоридаги масалаларни тартибга солиш мақсадида, Ўзбекистон Республикасида электрон тижоратнинг қонуний асослари ишлаб чиқилди.

Юқоридаги қонуний такомиллаштириш зарур бўлган соҳалар эндиликда электрон тижорат билан шуғулланадиган жисмоний ва юридик шахсларнинг фаолиятларининг қонуний асосини ташкил қилиш жараёнини секинлаштирмоқда.

Хулоса қилиш мумкинки, Ўзбекистонда электрон тижоратнинг қонунчилик-ҳуқуқий асослари етарлича ишлаб чиқилган. Шунга қарамай бир қатор ечилиш зарур бўлган юқорида қайд қилинган тадбирлар ҳам мавжуд. Хорижий тажриба таҳлили электрон савдони ҳуқуқий тартибга солиш муаммосини ечиш янада кенг муаммо – электрон ҳужжат айланишини легаллаштириш муаммосининг алоҳида бир кўриниши ҳисобланади.

Айнан электрон ҳужжат айланиши ҳам электрон савдонинг, ҳам савдо операцияларини амалга ошириш (электрон шартномалар тузиш) жараёни билан бевосита боғлиқ бўлмаса-да, лекин мазкур жараёнга тўғридан-тўғри таъсир кўрсатадиган ижтимоий муносабатларнинг нормал амал қилишини таъминлайдиган асосий омил ҳисобланади.

Бундан ташқари, қоғоз ҳужжат айланишидан электрон ҳужжат айланишига аста-секин ўтиш ахборот жамиятини янада ривожлантириш,

электрон бошқарув тизимини яратиш, кейинчалик эса электрон ҳукуматни ташкил этишнинг бош омилларидан бири ҳисобланади.

Шундай қилиб, электрон савдо соҳасида қонунчиликни ривожлантириш вазифасини ҳал этиш, энг аввало, электрон ҳужжат айланишини тегишли қонун ҳужжатларини қабул қилиш (электрон ҳужжат ва электрон имзо мезонларини белгилаш, электрон ҳужжат айланиши қўлланиладиган соҳани ва уни қўллаш тартибини мустаҳкамлаш, зарур ҳолда қайси ҳуқуқий муносабатларда электрон ҳужжат айланишидан фойдаланишга йўл қўйилмаслигини белгилаш) йўли билан легаллаштириш орқали амалга оширилиши лозим.

Электрон савдони самарали ривожлантириш учун мамлакатнинг глобал ва очиқ бозорга интеграциялашувига ҳамда мазкур бозорга хос бўлган универсал қоидаларнинг ўзлаштирилишига имконият яратиши мумкин бўлган муайян қонунчилик стратегиясини ишлаб чиқиш талаб этилади.

Электрон савдо механизмларидан айнан ташқи иқтисодий фаолиятда фойдаланиш айниқса яхши самара беради, ташқи иқтисодий контрактларни тузиш ва амалга ошириш билан боғлиқ харажатларни сезиларли даражада камайтириш, вақтни тежаш учун имконият яратади ва халқаро бозорлар янада самарали фаолият кўрсатишини таъминлайди.

Электрон тижорат ва тўловлар соҳасида ижобий жараёнлар билан бир қаторда, уни фаол ривожлантиришга монелик қилаётган бир қатор муаммолар ҳам мавжуд. Хусусан, Ўзбекистонда асосий иш чакана савдо секторида В2С1 “Бизнес-мижоз” модели бўйича олиб борилади. Электрон бизнеснинг В2В2 “Бизнес-бизнес” модели эса кам қўлланилади. Айни вақтда, Европада В2В сектори тизими инфратузилмасининг технологик фаолияти EDI электрон маълумотларни айирбошлаш халқаро стандартлари бўйича амалга оширилса, бизда улар деярли қўлланилмайди.

Электрон тижоратда томонлар ўртасидаги муносабатлар, бошқа фуқаролик ҳуқуқий муносабатлардаги сингари, шартнома асосида юзага келади. Хусусий ҳуқуқ назариясидан маълумки, шартнома мажбурият

замирида ётувчи юридик факт ҳисобланади. Шартнома мажбурияти ҳам, мажбуриятларга доир ҳуқуқий муносабат ўрнатилганини тасдиқловчи ҳужжат ҳам моҳият эътибори билан икки ёки ундан ортиқ шахсларнинг фуқаролик ҳуқуқлари ва бурчларини белгилаш, ўзгартириш ёки тугатиш тўғрисидаги келишувидир.

“Электрон тижорат тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси Қонунининг 9-моддасига мувофиқ, электрон тижоратда шартнома қўидагилар воситасида тузилиши мумкин: электрон ҳужжатларни айирбошлаш; электрон ҳужжат қўринишида бўлмаган, қабул қилиб олинган оферта (шартнома тузиш таклифи) қабул қилинганлиги тўғрисидаги электрон ҳужжатни жўнатиш; электрон ҳужжат қўринишида бўлган, қабул қилиб олинган офертадаги шартнома шартларини бажариш бўйича ҳаракатларни амалга ошириш. Электрон ҳужжат – бу қоғозли ҳужжатнинг маълумотлар, рақамлар, белгилар ёки ёзма тарзда ифодалашнинг бошқа усулларидаги ахборотни ўзида ўз ичига олган аналог. “Электрон ҳужжат айланиши тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси Қонунининг 5-моддасига мувофиқ, электрон шаклда қайд этилган, электрон рақамли имзо билан тасдиқланган ва электрон ҳужжатнинг уни идентификация қилиш имкониятини берадиган бошқа реквизитларига эга бўлган ахборот электрон ҳужжатдир. Бунда электрон рақамли имзо электрон ҳужжатдаги мазкур электрон ҳужжат ахборотини электрон рақамли имзонинг ёпиқ калитидан фойдаланган ҳолда махсус ўзгартириш натижасида ҳосил қилинган ҳамда электрон рақамли имзонинг очик калити ёрдамида электрон ҳужжатдаги ахборотда хатолик йўқлигини аниқлаш ва электрон рақамли имзо ёпиқ калитининг эгасини идентификация қилиш имкониятини берадиган ҳужжат реквизити вазифасини бажаради.

Аммо “Электрон тижорат тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси Қонунининг 9-моддасида мустаҳкамланган қоида электрон тижоратда шартномалар тузиш усулларига зид, чунки электрон тижоратда шартномалар

нафақат электрон ҳужжатлар, балки электрон хабарнинг бошқа турлари воситасида ҳам тузилиши мумкин.

Юқорида айтилганлардан келиб чиқиб, электрон тижоратдаги шартнома икки усулда тузилиши мумкин:

1) Шартномаларни электрон почта (e-mail) воситасида тузиш. Электрон хатлар-хабарларни айирбошлаш орқали шартнома тузишнинг уч босқичи амалга оширилиши мумкин: томонларнинг шартнома тузишдан олдинги алоқалари (музокаралар), оферта ва оферта акцепти;

2) Шартномаларни web-саҳифалар (сайтлар) ёрдамида тузиш. Бирон-бир шахс ўз товарлари ва хизматларини улар тўғрисидаги ахборотни интернет-саҳифада график, матнли ёки товушли форматда жойлаштириш орқали таклиф қилади. Жойлаштирилган таклифдан фойдаланишни истаган бошқа шахс шу сайтда муайян шаклни тўлдиради ва унда ўзи тўғрисида маълумотларни кўрсатади, агар бу зарур ва мумкин бўлса, шартнома шартларини ҳам белгилайди. Шаклни тўлдиргандан кейин мижоз, қоида тариқасида, унинг охирида жойлаштирилган “Розиман” ёки “Submit”, “I Agree” кнопка-нишончасини босади.

Чет эл мамлакатларининг қонун ҳужжатларида электрон шартномалар ёки ҳужжатлар далиллар сифатида қўлланилиши мумкинлиги назарда тутилган. Шунини қайд этиб ўтиш муҳимки, қонунчилик асосини такомиллаштириш учун қуйидаги масалаларни ҳал этиш зарур:

- электрон тижорат субъектларига янада кенг таъриф бериш;
- электрон шартномаларни тузиш усуллари ҳуқуқий мустаҳкамлаш;
- электрон ҳужжатларга қоғоз ҳужжатларнинг далили кучини бериш, бу хусусда Фуқаролик кодекси ва Хўжалик процессуал кодексига ўзгартиришлар киритиш;

- электрон тижоратга солиш солиш ҳуқуқий тизимини яратиш;
- электрон тижоратда истеъмолчиларнинг ҳуқуқларини ҳимоя қилиш.

Давлатимизда электрон тижоратни ривожлантириш ўз навбатида қуйидаги афзалликларни яратилишига сабаб бўлади: янги тадбиркорлик

соҳаларининг вужудга келиши ва ривожланиши; аҳоли учун уйдан чиқмаган холда ўз харидларини амалга ошириш имокияти; табиатга етказиладиган заралар камайиши; таълим соҳасида дунёдаги энг охирги билимлардан халқимиз хабардор бўлиши ва ундан фойдаланишидир. Тадбиркорларга учун эса: катта ҳудуд ёки бино талаб этилмаслиги; жаҳон бозорида маҳсулотларни сотиб олиш имкониятининг мавжудлиги; ортиқча харажатлардан ҳолилиги (транспорт харажатлари, дўконларга бориш); товар етказиб бериш тизимини тузиш имкониятининг мавжудлиги; бизнеснинг доимий фаоллиги (24 соат / 7 кун / 365 кун йил давомида); товарни бозорга чиқиш тезлиги; интернет орқали товар тарқатилгани боис, уни савдо расталарига қўйилмаганлиги учун нархи нисбатан пастлиги.

Харидорларга афзаллиги:

- бир неча дўконларга уйда ўтирган холда кириб чиқиш имконияти;
- анонимлик;
- товар ҳилма-ҳиллиги;
- товарлар ва хизматлар бозорга нисбатан арзонлиги;
- оператив етказиб бериш имконияти;
- харидор тўғридан-тўғри ишлаб чиқарувчига мурожаат қилиш имконияти.

Учинчи боб бўйича хулоса

Диссертацияни учинчи бобида электрон тижоратни такомиллаштириш истикболлари кўриб чиқилди. Ўзбекистонда электрон тижорат ва электрон бозорни ташкил этиш ва ривожлантириш йўналишлари белгилаб олинди ва Ўзбекистон Республикасида электрон тижоратни ривожлантиришнинг қонуний – меъёрий асосини такомиллаштириш бўйича таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқилди.

Муаллиф фикрича, электрон тижоратни ривожлантириш йўналишини белгилаш бир қанча омилларга боғлиқ бўлади, яъни

махсулотнинг тури, етказиб бериш муддати, махсулотнинг қиймати ва хоказо.

Электрон тижорат ёки электрон иқтисодий фаолиятнинг қонуний асослари ривожланган давлатлар мисолида ўрганиб чиқилди. Германия ва АҚШ тажрибасидан келиб чиқадики, бу фаолият қонуний асослаш жараёни ҳамма давлатларда тезлаштирилиши керак. Биринчидан, электрон савдолар экспор ва импорт жараёнида қўлланилганда баъзи давлатларда электрон ҳужжатни қонуний тан олиш ёки олмаслик қонунда белгиланмаган. Шу учун глобализация жараёнида қонун жиҳатдан уйғунликга эришиш учун давлатлар электрон тижоратнинг қонуний асосини ишлаб чиқишлари керак. Иккинчидан, қонуний асоси ишлаб чиқилмаган электрон олди-сотди жараёнларида томонлар орасида келишмовчиликни ечиб берадиган меъёрий ҳужжатларнинг йўқ эканлиги. Учинчидан, электрон иқтисодий фаолият олиб борадиган субъектларни солиққа тортиш жараёнининг қонуний асосининг йўқ эканлиги.

ХУЛОСА

Иқтисодийтимизга замонавий ахборот-коммуникация технологияларининг кенг татбиқ этилиши, ўз навбатида, истеъмолчилар билан ишлаб чиқарувчилар ўртасидаги ўзаро алоқаларни янги босқичга олиб чиқди десак, муболаға бўлмайди. Бугунги кунда мамлакатимизда электрон тўловлар, интернет глобал тармоғи ва мобил алоқа воситалари орқали банк соҳаси миждозлари учун интерактив хизматлар кўрсатиш тизимлари жорий этилиб, улардан самарали фойдаланилмоқда. Хўжалик юритувчи субъектлар, жумладан, кичик бизнес ва тадбиркорлик вакиллари томонидан ўз фаолиятлари жараёнида электрон тўловлар ва электрон тижорат имкониятларидан самарали фойдаланиш, уларнинг рақобатбардошлигини мустаҳкамлаш ва юқори иқтисодий натижаларга эришишларида етарли асосларни яратади.

Айни вақтда банк-молия секторида замонавий ахборот-коммуникация технологияларидан фойдаланишнинг ўсиб боровчи глобал тенденцияси, банк пластик карточкалари миқдорининг ўсиши ҳамда электрон тўловлар ва электрон тижоратнинг ривожланиб бориши баробарида, юртимизда электрон тўловлар ва электрон тижорат соҳасидаги қатор лойиҳаларнинг амалга оширилиши фаоллашиб бормоқда. Мамлакатимиз банк ва молия муассасалари интернет глобал тармоғи ва мобил алоқа воситалари орқали ўз миждозларига масофадан туриб электрон тўловлар, “SMS-банкнинг”, “Мобил-банкнинг” каби интерактив банк хизматларини кўрсатмоқдалар.

Таъкидлаш жоизки, республикаимизда электрон тижоратни тартибга солиш бўйича тегишли норматив-ҳуқуқий база яратилган. Жумладан, “Электрон тижорат тўғрисида”ги, “Ахборотлаштириш тўғрисида”ги, “Электрон тўловлар тўғрисида”ги, “Электрон рақамли имзо тўғрисида”ги Қонунлар ва бошқа қатор норматив ҳужжатлар шулар жумласидандир. Бироқ, ахборот технологиялари ва тижоратнинг бугунги кундаги

ривожланиш даражаси электрон тижорат соҳасидаги муносабатларни янада пухтароқ тартибга солишни талаб этади.

Электрон тижорат соҳасида кадрларни тайёрлаш масаласи ҳам бугунги кунда долзарб аҳамият касб этмоқда. Зеро, юксак интеллектуал билимга эга ва салоҳиятли кадрларни тарбиялаш, тайёрлаш ва қайта тайёрлаш орқали соҳа ривожига муайян ютуқларга эришиш мумкин. Ушбу фикр-мулоҳазалар асосида электрон тўловлар ва электрон тижорат тизимини янада ривожлантиришга доир қонунчилик механизмларини янада такомиллаштириш зарурати вужудга келди. Бундай ўзгаришлар йўналишлари сифатида электрон битимлар тузиш ва электрон рақамли имзодан фойдаланиш жараёнини ва электрон ҳужжат айланмасини соддалаштириш, счет-фактура ва бошқа зарурий ҳужжатларни электрон шаклда расмийлаштириш имконини яратиш, электрон тижорат учун қулай шароитлар яратиш ва уни ривожлантириш, мазкур соҳани тартибга солувчи ваколатли орган тайинланиши ҳал қилувчи аҳамиятга эга.

Қонун лойиҳасида электрон тижорат иштирокчилари маълумотлари ва шахсий маълумотлар хавфсизлигини таъминлашга ҳам алоҳида эътибор қаратилиши зарур.

Бундай ишларнинг амалга оширилиши электрон савдо операцияларини амалга ошириш бўйича харажатлар анча камаяди, электрон тижорат субъектларининг бир-биридан географик узоқлиги билан боғлиқ муаммолар ҳал этилишига, сотувчилар ва харидорлар ўртасида тўғридан-тўғри тезкор равишда шартномавий муносабатларни ўрнатиш учун шароит яратилади, шу жумладан бозорда янги иштирокчилар пайдо бўлади (бундай шароитда кичик бизнес субъектлари халқаро бозорда ҳам самарали рақобат қилишлари мумкин бўлади); ахборот тармоқлари воситасида электрон савдо қилишда операцияларнинг шаффофлиги ошади, бу эса сотувчилар ва харидорларга қисқа фурсатда нархлар, сифат ва товарни етказиб бериш билан боғлиқ ҳар хил рақобатчилар таклиф этган маълумотларни олиш имконини беради.

ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ

Ўзбекистон Республикаси қонунлари.

1. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси. – Т.: Ўзбекистон, 2014.
2. Ўзбекистон Республикаси Фуқаролик Кодекси 01.04.1995й. Расмий нашр. – Т., 2014.
3. Ўзбекистон Республикасининг «Телекоммуникациялар тўғрисида»ги Қонуни 20.08.1999 йил // Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси Ахборотномаси, 1999й., 9-сон, 219-модда.
4. Ўзбекистон Республикасининг «Почта алоқаси тўғрисида»ги Қонуни 31.08.2000 йил // Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2009 й., 17-сон, 209-модда.
5. Ўзбекистон Республикасининг «Ахборот эркинлиги принциплари ва кафолатлари тўғрисида»ги Қонуни 12.12.2002 йил // Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2003 й., 3-сон, 18-модда.
6. Ўзбекистон Республикасининг «Ахборотлаштириш тўғрисида»ги Қонуни 11.12.2003 йил // Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2004 й., 6-сон, 67-модда.
7. Ўзбекистон Республикасининг «Электрон рақамли имзо тўғрисида»ги Қонуни.11.12.2003 йил // Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2004 й., 4-сон, 41-модда.
8. Ўзбекистон Республикасининг «Электрон тижорат тўғрисида»ги Қонуни. 29.04.2004 йил // Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2004 й., 20-сон, 232-модда.
9. Ўзбекистон Республикасининг «Электрон ҳужжат айланиши тўғрисида»ги Қонун. 29.04.2004 йил // Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2004 й., 20-сон, 230-модда.
10. Ўзбекистон Республикасининг «Электрон тўловлар тўғрисида»ги Қонуни 16.12.2005 йил // Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2005 й., 51-сон, 373-модда.

Ўзбекистон Республикаси Президент фармонлари ва қарорлари,

Вазирлар Маҳкамасининг қарорлари.

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Компьютерлаштиришни янада ривожлантириш ва ахборот – коммуникация технологияларини жорий этиш тўғрисида»ги Фармони. 30.05.2002й. // Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2002 й., 10-сон, 77-модда.
2. Президентининг ПҚ – 1730 сонли 21.03.2012 йилдаги “Замонавий ахборот-коммуникация технологияларини янада жорий этиш ва ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”

Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А.Каримовнинг асарлари

1. Каримов И.А. «Бизнинг бош мақсадимиз – жамиятни демократлаштириш ва янгилаш, мамлакатни модернизация ва ислох этишдир», 2005 йил 28-январь. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислом Каримов асарлари тўплами. 13-жилд. «Ўзбек халқи ҳеч қачон, ҳеч кимга қарам бўлмайди», –Тошкент: Ўзбекистон, 2005. –Б.194.
2. Каримов И.А. «Мамлакатни модернизация қилиш ва иқтисодиётимизни барқарор ривожлантириш йўлида». –Т.: Ўзбекистон, 2008. –Т.16.
3. Каримов И.А. 2015 йилда иқтисодиётимизда туб таркибий ўзгаришларни амалга ошириш, модернизация ва диверсификация жараёнларини изчил давом эттириш ҳисобидан хусусий мулк ва хусусий тадбиркорликка кенг йўл очиб бериш – устувор вазифамиздир // Ўзбекистон Президенти Ислом Каримовнинг мамлакатимизни 2014 йилда ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш якунлари ва 2015 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузаси.

Асосий адабиётлар

1. Мухитдинов Х.А. Ўзбекистонда инфокоммуникация хизматлари молиявий самарадорлигини оширишнинг асосий йўналишлари. Тошкент 2008. 214 б.
2. Адылова З.Т., Марахимов А.Р., Игнатъев Н.А., Мадрахимов Ш.Ф. «Обеспечение информационной безопасности сетей передачи данных и автоматизированных систем». –Т., 2004.
3. Белоусов А. Электронный документооборот. Юридические аспекты IT-бизнеса // Crime-research.org.
4. Бабкин Ф.В. Электронная коммерция и новые организационные формы компаний // Менеджмент в России и за рубежом. – 2000. – № 1
5. Брагин Л.А. Электронная коммерция: учебник. – М., 2012
6. Борщев В.Г. Становление и развитие предпринимательской деятельности в интернет-экономике. Диссертация кандидата экономических наук. –СПб., 2004. – 16–17-б.
7. Бахин С.В., Зажигалкин А.В. Правовые проблемы регулирования электронной коммерции: альтернативы конвенционному регулированию. Часть I // Журнал международного частного права. 2006. – № 53. – 6-б.
8. Васильев С В Правовое регулирование электронной коммерции // Актуальные вопросы гражданского права. Сб. ст. / Под ред. М.И.Брагинского. Вып 4. –М.: Норма, 2002. –С 306,325

9. Войниканис Е.А., Якушев М.В. Информация. Собственность. Интернет: Традиция и новеллы в современном праве. – М.: Волтерс Клувер, 2004. – 75-б.

10. Васильева Н.М. Электронная коммерция как правовая категория [Электронный ресурс] Электронный портал «E-commerce law» – Режим доступа: <http://ecommercelaw.ru/elektronnaya-kommerciya-kak-pravovaya-kategoriya.html>

11. Дик В.В., Лужецкий М.Г., Родионов А.Э. Электронная коммерция. – М., 2005.

12. Ильичев С.К. Особенности налогообложения в сфере электронной коммерции. – М., 2004. – 12-б.

13. Новомлинский Л. Электронная Коммерция. Тенденции развития в мире. - [http:// www.tops.ru/publishing/pub_007.html](http://www.tops.ru/publishing/pub_007.html)

14. Огородов Д.В. Электронное ведение бизнеса, электронные сделки правовое регулирование // [http:// technolaw ru/reviews/docs/nl 170](http://technolaw.ru/reviews/docs/nl_170)

15. Попов В.М., Маршавин Р.А., Ляпунов С.И. Глобальный бизнес и информационные технологии. Современная практика и рекомендации / Под ред. В.М. Попова. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 55-б.

16. Ревина С.Ю. Становление и тенденции развития электронной коммерции: на примере США. Дис. ... канд. эконом. наук. – М., 2004.

17. Ревина С.Ю. Становление и тенденции развития электронной коммерции: на примере США. Дис. ... канд. эконом. наук. – М., 2004.

18. Тедеев А.А. Электронная коммерция (электронная экономическая деятельность): правовое регулирование и налогообложение. – М.: ПРИОР-издат, 2002. – 19-б.

19. Шляхтина С. Интернет и электронная коммерция в цифрах и фактах // КомпьютерПресс, 2002. –№1 [Электронный ресурс] // <http://www.compress.ru/Index.aspx>.

20. Электронная коммерция: Учеб. пособие / Под общ. ред. Л.А. Брагина. – М.: Экономистъ, 2005. – 14-б.

Кўшимча адабиётлар

1. Булатецкий Ю.Е. Правовое регулирование электронной торговли // Коммерческое (торговое) право. – М., 2002.

2. Commerce electronique: Une nouvelle donne pour les consommateurs, les entreprises, les citoyens et les pouvoirs publics, Rapport Du Groupe De Travail Preside Par M. Francis Lorentz, Ministere de l'Economie, des Finances et de l'Industrie. 1998

3. Government of Canada. Electronic Commerce in Canada: Priorities for Action. 1998 // Official site Canadian e-Policy Resource Centre (CePRC)

[Электронный ресурс] Электронный портал «E-commerce law» –.Режим доступа: <http://www.ic.gc.ca/eic/site/ceprc-ccrcp.nsf/eng/00025.html>

Интернет сайтлари

1. <http://www.gov.uz> (Ўзбекистон Республикаси Ҳукумати портали)
2. <http://ccitt.uz> (Министерство по развитию информационных технологий и и коммуникации Республики Узбекистан)
3. <http://www.lex.uz> (Ўзбекистоон Республикаси қонун ҳужжатлари миллий базаси)
4. <http://uzinfocom.uz> (Центр развития и внедрения компьютерных и информационных технологий)
5. <http://www.infolaw.ru>
6. <http://www.giic.org>
7. <http://www.witsa.org>