

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ АХБОРОТ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИ ВА
КОММУНИКАЦИЯЛАРИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ВАЗИРЛИГИ
МУҲАММАД АЛ-ХОРАЗМИЙ НОМИДАГИ ТОШКЕНТ АХБОРОТ
ТЕХНОЛОГИЯЛАРИ УНИВЕРСИТЕТИ**

Қўлёзма ҳукукида

Муллабоев Мурод Фарходжонович

**ЎЗБЕКИСТОН ЭЛЕКТРОН ТИЖОРАТ ТИЗИМИНИ
РИВОЖЛАНИШИДА МАРКЕТИНГНИНГ РОЛИ**

Мутахассислик: 5A350302 – Электрон тижорат

**Магистрлик академик даражасини олиш учун ёзилган
ДИССЕРТАЦИЯ**

Ушбу иш ҳимояга рухсат этилади:

“Менежмент ва маркетинг”

кафедраси мудири

и.ф.н., доцент Г.Ф.Исмоилова

Илмий раҳбар

И.ф.н., доцент Ш.Ш.Тўраев

ТОШКЕНТ -2018

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ АХБОРОТ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИ ВА
КОММУНИКАЦИЯЛАРИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ВАЗИРЛИГИ
МУҲАММАД АЛ-ХОРАЗМИЙ НОМИДАГИ ТОШКЕНТ АХБОРОТ
ТЕХНОЛОГИЯЛАРИ УНИВЕРСИТЕТИ**

Факультет: Магистратура бўлими

Магистратура талабаси: М.Ф.Муллабаев

Кафедра: Менежмент ва маркетинг

Илмий раҳбар: Ш.Ш.Тўраев

Ўқув йили: 2016-2018

Мутахассислиги: 5А350302-Электрон
тижорат

МАГИСТРЛИК ДИССЕРТАЦИЯСИ АННОТАЦИЯСИ

Мавзунинг долзарблиги: Ўзбекистонда электрон тижорат ривожланишида маркетингнинг роли бугунги кундаги аҳамияти, ривожланишнинг инновацион йўли, стратегик мақсадини такомиллаштириш борасидаги муаммони умумий ўрганиш, электрон тижорат тизимида маркетинг ролини тобора такомиллаштириш масалалари бўйича амалий ҳулоса ва ечимлар ишлаб чиқиш мавзунинг долзарблигини асослайди.

Тадқиқотнинг мақсади ва вазифалари. Ривожланган мамлакатларда электрон тижоратни ташкил қилиш ва тартибга солиш илғор усуллар ҳақида ахборот таҳлил қилган ҳолда Ўзбекистонда электрон тижорат билан боғлиқ мавжуд муаммоларнинг ечимларини топиш ҳамда Ўзбекистонда электрон тижорат тизимини ривожлантиришда маркетингнинг ролини ошириш бўйича илмий амалий таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқишдан иборат. Ушбу мақсадга эришиш учун қуйидаги вазифалар аниқланди: электрон тижорат тизимининг концептуал асосларини ёритиш; электрон тижорат тизиминингнинг иқтисодий моҳияти ва моделлари; Ўзбекистонда электрон тижоратни ташкил этиш ва тартибга солишнинг ҳозирги вақтдаги ҳолатини таҳлил қилиш; Ўзбекистонда электрон тижорат тизими ривожланишига таъсир этувчи омилларни ўрганиш; электрон тижоратда интернет-маркетингни такомиллаштириш бўйича тавсиялар бериш;. Ўзбекистонда электрон тижоратни ривожлантириш бўйича хорижий тажрибани қўллаш имкониятлари кўриб чиқиш.

Тадқиқот объекти ва предмети. Ўзбекистонда Республикасида электрон тижорат тизими ташкилотлари олинган. Ахборот технологиялари ва коммуникациялари соҳаси ва электрон тижорат билан иш олиб бораётган субъектлар тадқиқотнинг предмети саналади.

Тадқиқот услубияти ва услублари. Тадқиқотни олиб бориш жараёнида таққослашга асосланган, график, таҳлилий, иқтисодий-математик услублардан фойдаланилди.

Тадқиқот натижаларининг илмий жиҳатдан янгилик даражаси: Электрон тижорат тизимининг иқтисодий моҳияти ва моделлари ҳамда уни

ташкил этиш ва тартибга солишнинг хорижий тажрибаси ўрганилди; Ўзбекистонда электрон тижорат тизими ривожланишига таъсир этувчи омиллар ёритилди; Электрон тижоратда интернет-маркетингни такомиллаштириш бўйича таклифлар ишлаб чиқилди. Ўзбекистонда электрон тижоратни ривожлантириш бўйича хорижий тажрибани қўллаш имкониятлари келтирилди.

Тадқиқот натижаларининг амалий аҳамияти ва тадбиқи: Ўзбекистонда электрон тижоратни ривожлантиришда маркетингнинг ролини ошириш орқали фойдаланувчиларни кўпроқ жалб этишга олиб бориладиган чора тадбирлар ва амалий тавсиялар электрон тижорат билан шуғулланаётган корхоналарда қўлланилиши мумкин.

Ишнинг тузилиши ва таркиби: магистрлик диссертацияси кириш қисми, уч боб хулоса ҳамда фойдаланилган адабиётлар рўйхатидан ташкил топган. Умумий ҳажми 115 бетдан иборат.

Хулоса ва таклифларнинг қисқача умулаштирилган ифодаси: Ўтказилган тадқиқот шуни кўрсатадики, ҳозирги кунда вирутал маконда электрон тижоратни самарали юритишни ташкил қилиш ҳамда электрон тижорат чегараларини кенгайтириш учун турли хил мавжуд муаммоларни ҳисобга олиш керак, хусусан:

- электрон тижорат иштирокчилар ахбороти ва молиявий ресурслар хавсизлиги;
- электрон тижорат тизими бўйича товарлар ва хизматлар сотувчилар солиққа тортиш базасини тартибга солиш, мониторинги ва ҳисоб-китобини юритиш;
- монетар сиёсатни ишлаб чиқишда электрон пулларни Марказий банк томонидан ҳисоб юритиш;
- электрон тижорат тизимларни тан олиш учун тижорат ахборот-реклама майдонларни ҳужжатлар айланмаси тизимлари ва хавфсиз тўлов тизимлари билан таъминлаш;
- Интернетдан аҳоли фойдаланишни кенгайтириш учун шароитларни яратиш (интернет хизматлари учун нархларни пасайтириш ва ҳ.к.);
- электрон тижорат иштирокчиларнинг бизнес жараёнларнинг электрон шаклда аниқ меъёрий ва техник жиҳатларни ишлаб чиқиш базасига ишончни ошириш.

Юқорида келтирилган хулосаларни амалга ошириш мамлакат иқтисодиётида электрон тижоратни ҳар томонлама ривожлантиришни таъминлайди ва 2016-2018 йиллар даврида Ўзбекистон Республикасида электрон тижоратни ривожлантириш концепциясида белгиланган кўпгина вазифаларнинг ечимини топишига ёрдам беради.

Илмий раҳбар

Магистратура талабаси

МУНДАРИЖА

КИРИШ	7
I БОБ. ЭЛЕКТРОН ТИЖОРАТ ТИЗИМИНИНГ (E-COMMERCE) КОНЦЕПУТАЛ АСОСЛАРИ	12
1.1 Электрон тижоратнинг ривожланиш тарихи	12
1.2. Электрон тижорат тизимининг иқтисодий моҳияти ва моделлари.....	22
1.3. Электрон тижоратни ташкил этиш ва тартибга солишнинг хорижий тажрибаси	35
II БОБ. ЎЗБЕКИСТОНДА ЭЛЕКТРОН ТИЖОРАТ ТИЗИМИНИНГ РИВОЖЛАНИШНИНГ ТАҲЛИЛИ	50
2.1 Ўзбекистонда электрон тижоратни ташкил этиш ва тартибга солиш ҳозирги вақт ҳолати таҳлили	50
2.2 Ўзбекистонда электрон тижорат тизими ривожланишига таъсир этувчи омиллар таҳлили	64
III БОБ. ЎЗБЕКИСТОНДА ЭЛЕКТРОН ТИЖОРАТ ТИЗИМИ РИВОЖЛАНИШИДА МАРКЕТИНГДАН ФОЙДАЛАНИШ ИСТИҚБОЛЛАРИ	77
3.1 Электрон тижоратда интернет-маркетингни такомиллаштириш.....	77
3.2 Ўзбекистонда электрон тижоратни ривожлантириш бўйича хорижий тажрибани қўллаш имкониятлари	93
ХУЛОСА	109
ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ	113

КИРИШ

Мавзунинг долзарблиги: Ўзбекистон ривожланишининг стратегик мақсади ривожланишнинг инновацион йўли ҳисобланади. Мазкур мақсадга эришиш учун миллий иқтисодиётнинг барча тармоқларида, шу қаторда савдо соҳасида ахборот технологиялари ва Интернет глобал тармоғидан самарали фойдаланиш зарур.

Электрон тижорат илмий тадқиқотлар ўтказилиши ва кейинчалик уни ривожлантириш бўйича самарали чораларни ишлаб чиқиш керак бўлган фаолият янги соҳаси ҳисобланади.

Ушбу соҳани ривожлантириш зарурлиги электрон тижорат иқтисодиётда ривожлантириш долзарблигини кучайтирувчи бир қатор афзаллакларга эга эканлиги билан асосланади.

Электрон тижорат замонавий субъектлари қуйидаги афзалликларга эга: таклиф қилинадиган хизматлар ва товарлар кенг кўлами, куну-тун ишлаш режими, катта потенциал аудитория, вақтни тежаш ҳамда ҳаридлар ва савдоларни ташкил қилиш қулайлиги, қиммат савдо майдонларда эҳтиёж йўқлиги, ишчилар чегараланган штати, мурожаатлар билан боғлиқ сарф-ҳаражатларни тежаш, бу эса рақобатбардош нархлар қўллаб-қувватлаш ва товарлар ва хизматлар сифатини яхшилашга имкон беради.

Ўзбекистон Республикаси Ҳукумати кетма-кет тегишли қонунлар, қарорлар, фармонлар, йўриқномалар, низомлар ва ҳ.к. қабул қилиб республикада электрон тижорат кенгайиши учун қулай (иқтисодий, техник, ташкилий ва норматив) шароитлар яратди. Қабул қилинган ҳужжатлар иқтисодиётда электрон тижоратга тезкор ривожланиши учун ёрдам беради ва Ўзбекистонда электрон тижоратни самарали ташкил этиш ва ривожлантиришни таъминлайди.

Ўтган давр мобайнида мамлакат парламенти томонидан ахборот-коммуникация технологияларини ривожлантириш, жамиятни ахборотлаштириш, шунингдек, Ўзбекистон банк тизимида ахборот-коммуникация технологияларини жорий этишни тартибга солувчи

"Ахборотлаштириш тўғрисида", "Телекоммуникациялар тўғрисида"ги конунлар, ахборотнинг электрон шакли ривожига кенг йўл очиб берувчи "Электрон ҳужжат айланиши тўғрисида"ги, "Электрон тижорат тўғрисида"ги, "Электрон рақамли имзо тўғрисида"ги, "Электрон тўловлар тўғрисида"ги, "Автоматлаштирилган банк тизимида ахборот ҳимояси тўғрисида"ги ва "Ахборотлаштириш ва маълумотларни узатиш соҳасида содир этилган конунга ҳилоф ҳаракатлар учун жавобгарлик кучайтирилиши муносабати билан Ўзбекистон Республикасининг айрим конун ҳужжатларига ўзгартиш ва қўшимчалар киритиш тўғрисида"ги конунлар, Президентимиз ва ҳукуматнинг бир қатор қарорлари бу борадаги ислоҳотларни амалга оширишнинг пойдевори бўлиб келмоқда.

Электрон тижоратни кенгайтириш бўйича қўйилган давлат вазифаларини бажариш бўйича самарали чораларидан бирига Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2015 йил 4 декабрда қабул қилинган 353-сонли "2016-2018 йиллар даврида Ўзбекистон Республикасида электрон тижоратни ривожлантириш концепциясини тасдиқлаш тўғрисида" қарорини киритса бўлади. Ушбу ҳужжатда 2016-2018 йиллар даврида мамлакатимиз иқтисодиётида электрон тижоратни ривожлантириш концепцияси тасдиқланган ҳамда уни амалга ошириш бўйича чора-тадбирлар комплекси тақдим этилган.

Концепцияда Ўзбекистон республика товар хомашё биржасининг махсус ахборот портали ҳамда давлат, корпоратив харидлар жараёнларини янада ривожлантиришга, шунингдек мамлакатимизда ишлаб чиқарилган товарларнинг экспортини кенгайтиришга қаратилган "Ташқи савдо фаолияти миллий портали" интернет-платформасини яратишга алоҳида эътибор берилган. Бундан ташқари, қабул қилинган Концепцияда Ўзбекистон иқтисодиётида электрон тижоратни муваффақиятли ривожлантириш бўйича бир қатор муҳим вазифалар қўйилган. Бизнинг фикримизча, келтирилган масалалар кўпчилигининг ечими илғор тажрибани ўрганиш натижавийлиги

ва амалиётга тадқиқотларнинг илмий тавсиялар ва таклифлар шаклидаги муваффақиятли илмий натижалар татбиқ этилиши билан боғлиқ.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 14 майдаги “Электрон тижоратни жадал ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида” ПҚ-3724-сон қарори бу борадаги янги муҳим қадам бўлди. Ушбу қарор мамлакатимизда электрон тижоратни ривожлантириш учун қулай шарт-шароитлар яратиш товар ва хизматларни интернет тармоғи орқали реализация қилиш учун замонавий механизм ва тартиб таомилларни жорий қилиш, маҳаллий тадбиркорлик субъектлари маҳсулотларини экспорт қилиш географиясини кенгайтириш ва ҳажмини оширишга қаратилган¹.

Ушбу диссертацияда қуйидаги саволларга жавоб топиш мумкин:

- электрон тижорат (e-commerce) концептуал асослари;
- электрон тижоратни ташкил қилиш ва тартибга солиш бўйича илғор тажриба;
- Ўзбекистонда электрон тижорат пайдо бўлиши ва ривожланишини баҳолаш;
- Ўзбекистонда электрон тижоратни ташкил этиш меъёрий-иқтисодий ва техник асосларнинг баҳоланиши;
- ҳозирги вақтда Ўзбекистонда электрон тижорат ривожланиш устувор йўналишларини аниқлаш.

Юқорида келтирилган ҳолатлар мазкур илмий тадқиқот иши долзарб масалалардан бирига бағишланган эканлигини билдиради.

Тадқиқотнинг мақсади. Ривожланган мамлакатларда электрон тижоратни ташкил қилиш ва тартибга солиш илғор усуллар ҳақида ахборот таҳлил қилган ҳолда Ўзбекистонда электрон тижорат билан боғлиқ мавжуд муаммоларнинг ечимларини топиш ҳамда Ўзбекистонда электрон тижорат тизимини ривожлантиришда маркетингнинг ролини ошириш бўйича илмий амалий таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқишдан иборат.

¹ Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 14 майдаги “Электрон тижоратни жадал ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида” ПҚ-3724-сон қарори

Тадқиқот ишининг вазифалари. Ушбу мақсадга эришиш учун куйидаги вазифалар аниқланди:

- Электрон тижорат тизимининг концептуал асосларини ёритиш;
- Электрон тижорат тизиминингнинг иқтисодий моҳияти ва моделлари;
- Ўзбекистонда электрон тижоратни ташкил этиш ва тартибга солишнинг ҳозирги вақтдаги ҳолатини таҳлил қилиш;
- Ўзбекистонда электрон тижорат тизими ривожланишига таъсир этувчи омилларни ўрганиш;
- электрон тижоратда интернет-маркетингни такомиллаштириш бўйича тавсиялар бериш;
- Ўзбекистонда электрон тижоратни ривожлантириш бўйича хорижий тажрибани қўллаш имкониятлари кўриб чиқиш.

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 чиқганлар.

Тадқиқот натижаларининг амалий аҳамияти: Ўзбекистонда электрон тижоратни ривожлантиришда маркетингнинг ролини ошириш орқали фойдаланувчиларни кўпроқ жалб этишга олиб бориладиган чора тадбирлар ва амалий тавсиялар электрон тижорат билан шуғулланаётган корхоналарда қўлланилиши мумкин.

Диссертация ишининг илмий янгилиги қуйидагилардан иборат

- Электрон тижорат тизимининг иқтисодий моҳияти ва моделлари ҳамда уни ташкил этиш ва тартибга солишнинг хорижий тажрибаси ўрганилди;
- Ўзбекистонда электрон тижорат тизими ривожланишига таъсир этувчи омиллар ёритилди;
- Электрон тижоратда интернет-маркетингни такомиллаштириш бўйича таклифлар ишлаб чиқилди.
- Ўзбекистонда электрон тижоратни ривожлантириш бўйича хорижий тажрибани қўллаш имкониятлари келтирилди.

Тадқиқот объекти сифатида Ўзбекистонда Республикасида электрон тижорат тизими ташкилотлари олинган.

Тадқиқот предмети. Ахборот технологиялари ва коммуникациялари соҳаси ва электрон тижорат билан иш олиб бораётган субъектлар тадқиқотнинг предмети саналади.

Диссертациянинг тузилиши ва ҳажми. Диссертация кириш қисми, уч боб, хулоса, фойдаланилган адабиётлар рўйхатидан иборат. Умумий ҳажми 115 бетдан иборат.

1-БОБ. ЭЛЕКТРОН ТИЖОРАТНИНГ(E-COMMERCE) КОНЦЕПУТАЛ АСОСЛАРИ

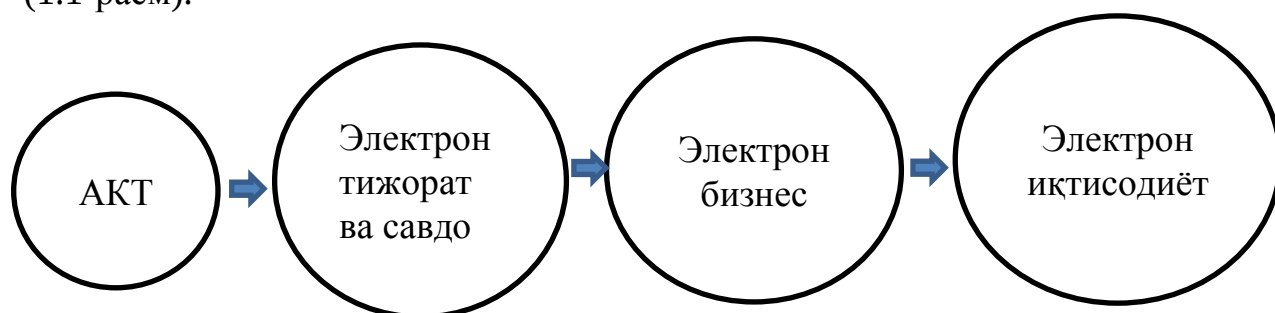
1.1. Электрон тижоратнинг ривожланиш тарихи

Ҳозирги вақтда инсоният янги рақамли иқтисодиёт оstonасида турибди.

Кўпгина иқтисодчи-олимлар электрон иқтисодга таъриф беришга интилишди. Жумладан, Н.А. Матвеев қуйидаги таъриф берган: “Электрон иқтисодиёт – бу ахборот жамиятнинг хўжалик фаолиятини юритиш шакли бўлиб, товарлар ва хизматларни рақамли ишлаб чиқариш, уларни тақсимлаш, алмаштириш ва истеъмол қилиш тизимидаги муносабатлар йиғиндисига тавсиф берувчи хўжалик фаолият юритиш шакли”². 1.

Электрон иқтисодиёт электрон бизнесда асосланади, электрон бизнес электрон тижоратда асосланади, электрон тижорат - электрон савдода, электро савдо эса – янги ахборот ва коммуникация технологияларда.

Қуйида ҳозирги даврда иқтисод соҳасида асосий технологик ўзгаришларнинг оқибат-эволюцион боғлиқлигини яққол кузатиш мумкин (1.1-расм).



1.1-расм. Электрон иқтисодиётнинг базавий асоси³

Электрон бизнес электрон иқтисодиётнинг бир қисми ҳисобланади ҳамда бизнесни ташкил қилишда инновацион ёндашув мавжудлиги,

² Рахимова Х.У. Электронная коммерция в Узбекистане: состояние, проблемы и пути развития. Ташкент-2017. 6 б.

³ Рахимова Х.У. Электронная коммерция в Узбекистане: состояние, проблемы и пути развития. Ташкент-2017. 6 б.

масштаблик ва жадаллик, реал вақт режимида ва глобал маконида операцияларни амалга ошириш билан тавсифланади. Электрон бизнеснинг тақрибий қисми электрон тижорат ҳисобланиб, унинг таркибига электрон савдо киради.

Электрон тижорат фаолиятнинг янги соҳаси ҳисобланади ҳамда ўзининг икки ўн йиллик атрофида жадал тарихий ривожланиш даврига эга. Бу ҳол сўнгги 20 йил ичида Интернет глобал тармоғининг фойдаланувчилар сони кескин кўпайгани, ижтимоий тармоқларни ва интерактив онлайн-платформалар аҳамияти ошгани, таклиф қилинаётган электрон тўлов-ҳисоблаш тизимлар, масофадан тўлаш тизимларининг турлари ва сони ўсгани билан изоҳланади.

Электрон тижорат кескин рақобат шароитида бизнесни юритишда янги ғоялар ва ёндашувларни излаш натижаси ҳисобланади.

Электрон тижорат пайдо бўлишга иқтисодиётда ресурслар айланишининг янада тезлаштириш зарурлиги сабаб бўлди, хусусан истеъмолчилар (харидорлар) ва етказиб берувчилар (сотувчилар) ўртасида хўжалик битимлар вақтининг қисқариши, транзакцион харажатлар қисқариши, даромадлар ошиши ва янги бозорларни излаш зарурлиги. Сўнгги тенденцияларга кўра инновацион иқтисодиётда нафақат товар маҳсулот бўлади, балки уни етказиб бериш, харид қилингандан сўнг хизмат кўрсатиш (маслаҳат бериш, техник хизмат кўрсатиш ва ҳ.к.), масофадан келишиш, товар бўйича электрон тўловлар ўтказиш ва ҳ.к. ҳисобланади, яъни товарга ижтимоий-иқтисодий аҳамиятга эга кенг кўламдаги хизматлар кўшилган.

Агар электрон тижорат ривожланиш тарихини бизнесда электрон тармоқлар ҳамда Интернет глобал тармоғининг пайдо бўлишидан ўрганиш мантиқан тўғри бўлади.

Электрон тижоратнинг биринчи тизимлари ва усуллари савдоларни автоматлаштириш технологияларининг пайдо бўлиши ва корпоратив ресурсларни бошқариш автоматлашган тизимларни жорий қилиш туфайли келиб чиққан

1960 йилда Американинг American Airlines ҳамда IBM компаниялари авиарейсларга жойларни бронлаш процедураларини автоматлаштириш тизимини яратишни бошлайди. IBM компанияси томонидан яратилган SABRE (Semi-Automatic Business Research Environment) тизими оддий йўловчилар учун ҳаво парвозларни ташкил қилишни соддалаштирди, кундан кунга сони ошиб боровчи рейслар ва тарифлар ҳақида аниқ маълумотлар беришга ёрдам берарди. 1964 йилда бир кунда тизим 26 минг йўловчилар учун жойларни бронлашга эришди.

SABRE тизими даромадларни комплекс бошқаришни амалга оширишга эришди, бу эса авиакомпанияларга бўш жойлар мавжудлигини ҳисобга олган ҳолда нархлар билан манипуляциялар туфайли максимал фойда олишга имкон берди. Жойларни бронлашда тарифни ҳисоблаш жараёнининг автоматлаштириш ҳисобига хизматлар баҳоси ҳам пасаяди. SABREга телефон линиялари орқали уланган American Airlines терминаллари элликдан ортиқ шаҳарларда жойлашган эди.

SABRE тизимининг яратилишига элетрон тижорат тизимининг яратилишида энг дастлабки тажрибаси сифатида қарасак бўлади.⁴

1968 йил электрон тижорат ривожланиш тарихида янги босқич бўлди. Шу йили Буюк Британияда тижорат нақд пулсиз пул айланмаси бўйича хизмат кўрсатиш учун ўтказмалар ва клиринг электрон тизими BACS (инглизчада the Bankers Automated Clearing Services) яратилган эди. Ушбу тизим орқали ўтказилган нақд пулсиз ҳисоб-китоблар бўйича жамғариб бориладиган ахборот магнит пленкаларда катта халқалар шаклида сақланади. АҚШда бундай тизим (CHIPS, инглизчада Clearing House Interbank Payment System) 1970 йилда қоғозли чеклардан электрон ҳисоб-китобларга ўтиш учун Нью-Йоркнинг клиринг палаталар уюшмаси томонидан асос солинган.

Электрон бизнес Интернет глобал тармоғи бўлмаганида бунчалик оммабоп бўлиб кетмасди. ARPANET номли биринчи компьютер тармоғи,

⁴ <https://www.wired.com/2012/07/sabre/>

Американинг тўртта университетидаги тўртта боғламани бирлаштирган бўлиб, 1969 йилда АҚШнинг ARPA (Advanced Research Projects Agency) илмий маркази томонидан яратилган эди. Ушбу марказ АҚШ ҳукумати томонидан 1958 йилда яратилган, кейинчалик ушбу марказ томонидан бир неча тармоқлар яратилган ва ягона Интернет глобал тармоғига бирлаштирилган.

АҚШ президенти томонидан Интернет глобал тармоқ яратиш ва ушбу лойиҳа барча мамлакатларни жалб қилиш тўғрисида муҳим сиёсий қарор қабул қилинди, бу эса XXI аср чегарасида электрон бизнес келажагини тубдан ўзгартириб юборди.

Ҳозирда Интернет жадал ривожланиб бормоқда, унинг географик макони дастлабки даврдагидан анча кенгайган. Замонавий дунё АҚШ томонидан таклиф қилинган тармоқ технологияси ва дастурий-аппарат қўллаб-қувватланишдан самарали фойдаланишни давом этмоқда.

70-йиллар бошида бир қатор хўжалик юритиш субъектлари фаолиятида корхона ресурсларини режалаштириш (ERP - Enterprise Resource Planning), маълумотларни электрон архивларда сақлаш, маълумотларнинг мантикий-функционал таҳлили ахборот технологиялардан фойдаланган ҳолда ўтказилган, бу эса электрон тижоратни янада ривожлантириш учун қўшимча шароитлар яратишга имкон берди.

Фаол ривожланиб боровчи оммавий ишлаб чиқариш тадбиркорлар олдида талабни режалаштириш ҳамда шунга мос равишда бир томондан тинимсиз савдо учун етарли заҳираларни таъминлаш, бошқа томонда эса ортиқча заҳиралар шаклида айланма воситаларни музлатмаслик бўйича масалаларни қўйди. Ушбу масалаларни ечиш учун электрон технологиялардан фойдаланиш ҳаражатларни анча қисқаришга имкон беради.

Ушбу масалаларни ечиш учун электрон технологиялардан фойдаланиш сарф-ҳаражатларни анча қисқаришга имкон берди. Ҳисоблаш техникаси корхоналар фаолиятини, хусусан харидлар, ишлаб чиқариш, сотиш,

персонални бошқаришларни комплекс режалаштириш учун қўлланадиган бўлди. Буларнинг ҳаммаси ҳар бир босқич ҳаражатларни минималлаштириш мақсадида ягона тизим сифатида қаралган.

1976 йилда замонавий тижорат юритишни тасаввур қилиб бўлмайдиган электрон имзо тушунчаси пайдо бўлди. 1977 йилда Америка ва Европанинг икки юздан ортиқ банклар молиявий хабарлар банклараро тармоғига бирлаштирилган эди. 80-йиллар бошида Электрон тўловларни ўтказиш биринчи тизимлари пайдо бўлди. Унда улар махсус дастурий таъминот ёрдамида фақатгина ёпиқ компьютер тармоқларда ўтказилган.

1981 йил 12 август IBM корпорацияси ўзининг IBM Personal Computer (IBM PC) биринчи персонал компьютерини расмий тақдим этди. Бу воқеа нафақат ахборот технологияларини ривожлантиришда, балки электрон тижорат ривожланишида муҳим рол ўйнайди.

“Электрон тижорат” атамаси дастлаб маълумотларни электрон айланмаси (EDI -Electronic Data Interchange) ва маблағларни электрон ўтказиш (EFT - Electronic Funds Transfer) технологиялардан фойдаланган ҳолда электрон шаклда бизнес операцияларни юритиш жараёнига таъриф бериш учун кўзда тутилган. 1970-йиллар охирида биринчи марта пайдо бўлган ушбу технологиялари ахборот алмашиш учун ва одатда **ҳисоб-фактура** ва харид қилишга электрон буюртмалар шаклида компаниялар орасида электрон транзакцияларни амалга ошириш учун имкон пайдо бўлди. EDI ва EFT технологиялари электрон тижоратнинг замонавий тизимларига асос солган.

1980-йиллар мобайнида кредит карталар, банкоматлар ва телефон банкинг тарқалиши билан электрон бизнесни ривожлантириш учун қулай шароитлар жадал яратилган. Шу муносабат билан ўтган асрнинг 80 йилларида электрон тижорат туризм соҳасига фаол татбиқ этилган. Жумладан, бир неча миллион туристик агентликлар ва кўп сонли авиакомпаниялар, шунингдек отеллар ва автомобилларни ижарага бериш фирмалари ягона компьютер тармоққа бирлаштирилган. Бу хизмат

кўрсатувчининг жойлашган манзилдан узоқда бўлган бир жойда комплекс туристик маҳсулотларни сотишга ва туристик хизматларга бўлган умумий талабни оширишга имкон берди.

Интернет тармоғи ривожланиши, шунингдек электрон тижорат ривожланишининг навбатдаги муҳим босқичи деб ҳозирги даврнинг TCP/IP тармоқ протоколлари пайдо бўлган 1983-йилни ҳисоблаш мумкин. Ушбу протоколлар туфайли компьютерлар маълум минтақада ягона тармоққа бирлашиш учун шароит яратилди. Бу эса тижорат ташкилотларига офис ва омборлар ўртасида ахборот алмашишга ҳамда кўпинча офислар жойлашадиган шаҳар марказида бинолар ижарасида тежашга имкон берди.

Шу билан бирга Интернет тижорат ривожланиши учун туртки деб 1984-йилни ҳисоблаш мумкин, сабаби шу йили ҳозиргача фойдаланиб келаётган доменли номларнинг яратилиши, тарқалиши бўйича принциплар ва стандартлар расман тасдиқланган эди. Доменли номларнинг Интернет тармоғи ва Интернет тижорати учун аҳамияти биқиёсдир.

Интернет тижорат учун 1988-йил жуда муҳим саналади, чунки шу йили тезкор хабарлар билан алмашиш IRC протоколи ишлаб чиқилган ва жорий қилинган эди. Мазкур протокол асосида ICQ, QIP каби машҳур дастурлар тузилган. Интернет тижоратнинг ҳар қандай объектида пайдо бўладиган ҳар қандай масалалар онлайн режимида фойдаланувчиларни қўллаб-қувватлаш ICQ бир неча ишчи рақамлари мавжуд. Бу электрон почтадан анча тезкор, шунингдек электрон тижорат объекти ҳамда истеъмолчи учун ҳам қулайроқдир.

1989-йилда замонавий Интернет маконнинг асосий стандарти саналган World Wide Web (WWW) стандарти, яъни глобал гиперматнли тизим ишлаб чиқилган эди. Унинг асосида яратилган http протоколи Интернетнинг асосий транспорт протоколи бўлди.

1990-йилгача Интернет тармоғидан тижорат мақсадларда фойдаланиш тақиқланган эди, бунинг оқибатида электрон тижорат тўлақонли ривожланмаётган эди. Аммо 1990 йилда Интернет тармоғида ишлашга

дастлабки йирик хусусий корпорациялар қўйилди, шу вақтгача Интернет тармоғини бошқариш эса Америка давлат органлари назоратидан хусусий тузилмаларга берилган эди. Фақатгина 1991-йилда бутун дунё томонидан ишлаб чиқилган Интернет тармоғи бутун жаҳонда фойдаланиш учун очик бўлди. 1992-йилнинг ўзида Интернет тармоғининг тижорат мақсадларда фойдаланиш АҚШ Конгресси томонидан рухсат берилди, шу вақтдан бошлаб электрон тижорат ўз ривожланишининг янги босқичига ўтди. 1993 йилда бўлажак электрон пуллар учун технологиялар ихтиро қилинган эди. 1994-йилда эса Интернет тармоғида биринчи электрон тўлов тизими пайдо бўлди.

1995 йилда ҳозирги вақтда виртуал дунёнинг энг йирик электрон савдо майдончаларидан бири саналган «Amazon» интернет-дўконинг сайти очилди. Таъкидлаш жоизки, биринчи Интернет-дўконлар электрон бизнесини АҚШда шу даврда кенг тарқалган, телефон ва почта бўйича йўли қўйилган савдо технологияси асосида юритишган. 2003-йилда жаҳонда машҳур «iTunes» бутун жаҳон мусиқали дўкон ўз ишини бошлади.

Ҳозирда электрон тижорат етказиб берувчилар ҳамда мижозлар учун кенг имкониятлар беради. Ушбу имкониятлар ичида қуйидагиларни кўрсатиш мумкин:

- харидор етказиб берувчининг сайтида мустақил рўйхатдан ўтади. Бу мижозларга хизмат кўрсатишда қўшимча қулайликлар яратади, етказиб берувчилар учун эса ўз товарлар ва хизматларнинг манзилли рекламаси ва савдо жараёнида маркетинг тадқиқотларни амалга оширишга имкони беради;

- электрон каталоглар ва прайс-варақлар ёрдамида Интернет орқали буюртмалар бериш. Ушбу имконият зарур товар ёки хизматларни излашда вақт тежашини ҳамда турли етказиб берувчиларнинг нархларини қиёслашини таъминлайди;

- буюртмаларга электрон ишлов бериш, шу қаторда омборда товар мавжудлиги текшириш, етказиб бериш эҳтимолли муддатларини ҳисоблаш.

Ушбу имконият корхона логистик тизимининг ажралмас функционал қисми ҳисобланади;

- Интернет орқали харид учун тўловни қабул қилиш. Бунда тўлов ҳимояланган тўлов терминаллар орқали банк карталари ҳамда локал ёки халқаро тўлов Интернет-тизимлари ёрдамида амалга оширилади.

Электрон тижорат ўзининг ривожланиш учун дастлабки шарт бўлиб хизмат қиладиган устувор имкониятларига эга.

Хусусан, Интернет-дўконлар ҳаражатларда тежаб, нархларни пасайтиришга эришади, бу эса Интернет тармоғи фойдаланувчилар учун қулай нархлар бўйича истеъмолчилар учун товарларни тақдим этиб, уларнинг рақобатбардошлигини оширади.

Бу факт харидорларнинг доимий оқимини, бозорда янги субъектларнинг пайдо бўлишини таъминлайди. Электрон бизнес рақобатбардошлигини ошириш воситаси бўлмоқда, бу эса натижада кўрсатиладиган хизмат ва таклиф қилинадиган товарлар сифатига ижобий таъсир қилади.

Замонавий электрон тижорат персонал компьютердан фойдаланишда асосланган. Аммо, агар ҳозирги вақтда мобил телефонлар соҳасида мобил телефонлардан фойдаланиш компьютерлардан фойдаланиш каби кенг тарқалмаган бўлса, аналитиклар башорат қилишича, яқин келажакда электрон бизнес уяли телефонлардан фойдаланишга қайта йўналтирилиши мумкин. Бу ҳолат, бир томондан уяли телефон абсолют мобил ва бошқарилиши қулай бўлган қурилма эканлиги, бошқа томондан уяли алоқа замонавий технологиялари телефонларни электрон бизнес тизимига тўлақонли кириш учун тегишли техник базасини таъминлашга қодир эканлиги билан боғлиқ. Шу билан бирга таъкидлаш жоизки, уяли телефонлар фойдаланувчиларни идентификация қилиш тизимига эга, шунингдек ҳар бир телефон эгаси уяли оператор томонидан очилган шахсий ҳисобига эга, аммо аслида у бошқа ҳисоб-китобларда фойдаланиш мумкин. Мустақил

аналитиклар таъкидлашича, уяли алоқанинг техник платформаси вақт ўтиши билан бизнесда устувор позицияларни эгаллайди.

Электрон тижорат (ҳозирги ҳолатида) ҳақиқатдан ҳам хавфсизлик протоколлар ҳамда DSL (Digital Subscriber Line) каби интернет-уланишларни жорий қилиши билан тезлашишни бошлади, бу эса онлайн-транзакцияларни ўтказишга имкон берди.

Электрон тижоратнинг биринчи очилган тизимлардан бири бу Пьер Омидьяр (Pierre Omidyar) дастурчи томонидан нотижорат мақсадларда ишлаб чиқилган eBay интернет-аукциони ҳисобланади. eBay интернет-аукциони расман 1995-йилда 4-сентябрь куни очилган. eBay интернет-аукциони (www.ebay.com), бутун дунёда кенг тарқалиб, ҳозирги вақтда электрон тижорат йирик ташкилотларидан бири саналади.

Замонавий электрон тижорат ўз ичига савдо, тўлов, арбитраж ва етказиб бериш тизимларини олган. Электрон тижоратдаги жараёнлар қуйидаги шаклларда намоён бўлади:

- бозорни тадқиқ қилиш;
- товарлар, хизматлар, ахборотни сотиш;
- буюртмаларни бажариш;
- битимлар бўйича ҳисоб-китоблар;
- тижорат фаолиятини қўллаб-қувватлаш.

Электрон тижорат субъектлар коммуникация ҳамда улар ўртасида ўзаро муносабатларни ташкил қилиш учун база бўлиб Интернет глобал тармоғи ва ихтисослашган тижорат ва корпоратив тармоқлар хизмат қилади.

90-йилларда глобал тармоқда доменни яратилиши билан веб-тижорат пайдо бўлади, унинг доирасида электрон тўлов карталарни муаллифлаш ёрдамида Интернет орқали товарлар ва хизматларни амалга ошириш таъминланади. Айнан ушбу йўналишда бизнес-жараёнлар ва тадбиркорлик фаолияти ривожланишни бошлади.

Ҳозирги кунда электрон тижоратнинг тарқалишининг асосий соҳалари қуйидагилар:

- савдо, маркетинг ва савдоларга кўмаклашиш;
- савдодан олдин иш, дастлабки битимлар, таъминот;
- молиялаштириш ва суғурта;
- тижорат операциялари (буюртма бериш, олиш, тўлаш);
- маҳсулотга хизмат қилиш ва қўллаб-қувватлаш;
- биргаликда маҳсулотни ишлаб чиқиш;
- биргаликда ишлаб чиқариш ва савдони ташкил қилиш;
- умумий ва хусусий хизматлар;
- бизнесни бошқариш (руҳсатлар, солиқлар, божхона ва ҳ.к.);
- транспорт, ташиш ва таъминлаш техникаси;
- умумий харидлар;
- электрон товарларнинг автоматик савдоси;
- бухгалтерия ҳисоби;
- музокарали масалаларни ечиш ва ҳ.к.

Тўлиқ тижорат операцияси, шу қаторда буюртма бериш, ташиш, олиш, ҳисобларни ёзиш ва тўлов цикли, электрон усулда ўтказилиши мумкин.

Муаллифлашган марказлар билан божхона ва солиқ мажбуриятларини бажариш мақсадида ҳамда статистик институтлар билан ўзаро ишлаш анча ривожланган. Аммо баъзи масалалар, мисол учун ҳуқуқий масалалар ва процедуралар электрон тижоратнинг бир қисми бўлган хавфсизлик, интеллектуал мулкка бўлган ҳуқуқларни ҳимоя қилиш, ҳалигача аниқланмаган.

Электрон тижорат чакана соҳада жуда самарали ривожланди, чунки ушбу йўналиш хўжалик юритувчи субъектлар бизнесининг ривожланиш имкониятлар салоҳиятига ишора қилади. Ривожланган мамлакатлар электрон савдодан иқтисодий самарасини англаб, Интернет ҳамда бошқа тармоқлардаги электрон майдончалар фойдаланиб ўз бизнесини жадал ривожлантирмоқда.

1.2. Электрон тижорат тизимининг иқтисодий моҳияти ва моделлари

Инсон жамияти ривожланиши ва иқтисодиётнинг электронлашиши билан оператив ахборот ва вақт муҳим ва қадрли товар ҳисобланади. Бу шароитларда юқорироқ даражада, аниқроғи виртуал муҳитда, иқтисодий субъектлар ўртасида товар-пул муносабатлари ташкил қилиш муҳим ҳисобланади.

Электрон тижорат тизимини ташкил қилиб, товарлар ва хизматлар сотувчилари сотувларнинг тезкорлигига эришига, харидорлар эса товарларни харид қилиш ва хизматларни қабул қилишга ҳаракат қилишади. Бундай самара сотувчи ҳамда харидор томонидан ахборот олиш ва тақдим қилиш ҳисобига эришилади, бу савдо жараёнининг иштирокчиларнинг трансфер ҳаражатларининг қисқаришига ижобий таъсир қилади ва ўз навбатида миллий ишлаб чиқарувчиларнинг савдо қилиш чегараларини кенгайтиради.

Турли нашрларда электрон тижорат таърифи турлича берилади. Жумладан, И.Голдовский ўз ишида электрон тижоратга қўйидагича таъриф беради: «электрон тижорат деб товарларнинг сотилиши назарда тутилиб, унда камида товарларга талабни ташкил қилиш Интернет орқали амалга оширилади»⁵. Ушбу таърифда электрон тижорат интернет савдо деб қабул қилинади, бу эса электрон тижорат субъектлар сонини сезиларли даражада чегаралайди. Ҳудди шу ёндашувга А.Н.Соколова ва Н.И.Геращенколарнинг қарашларига яқин, уларнинг фикрича “электрон тижорат –корхоналараро ёки корхона ва истеъмолчилар ўртасида тижорат операцияларни ўтказиш учун Интернетдан фойдаланишга оид атамаси”⁶. Ушбу таъриф кўриб чиқиладиган категориясининг иқтисодий мазмунини чеклайди.

А.Саммер ва Гр.Дункан каби муаллифлар таърифига кўра “электрон тижорат – бизнес жараёнининг ҳар қандай шакли бўлиб, унда субъектлар

⁵ Голдовский И. Безопасность платежей в Интернете. СПб.: Питер, 2001.-240 б

⁶ Соколова А.Н., Геращенко Н.И. Электронная коммерция: мировой и российский опыт. –М.: Открытые системы, 2000.

орасида ўзаро ишлаш электрон тарзда амалга оширилади”⁷. Ушбу таъриф, бизнинг фикримизча электрон бизнеснинг ишлаш мумкин бўлган кенгрок соҳани қамраб олади ва объектив асосга эга, чунки масофадан ва ҳар қандай электрон тармоқлар ёрдамида бажариладиган товарлар ва хизматлар савдоси жараёнини ташкил қилиш электрон савдо категориясига тегишли бўлиши керак. Халқаро институтлар ва бир қатор хорижий мамлакатлар иқтисодчи олимлар томонидан электрон тижоратга берилган бир неча иқтисодий ва юридик таърифларда қисқача тўхталиб ўтамиз.

Бирлашган Миллатлар Ташкилотининг ҳуқуқ ва халқаро савдо бўйича комиссиясининг “Электрон савдо тўғрисида” типик қонунда берилган таърифга кўра “электрон савдо-бу тадбиркорлик муносабатларнинг электрон шаклда, шу қаторда товарлар ва хизматларни олди-сотдиси, факторинг, лизинг, қурилиш объектларни қуриш, инвестициялар қиритиш, молиялаштириш, консультация ва банк хизматлари, суғурта ва ҳ.к. муносабатларнинг ҳар қандай турлари”⁸.

Электрон тижорат моделлаштирилган компьютер тармоқларда товарлар ва хизматларни сотиш ва харид қилиш имконини берувчи жараёндан иборат. Буюртмалар электрон шаклда бўлишига қарамай товарлар ва хизматлар етказиб бериш ёки тўловларни ўтказиш ҳар доим ҳам электрон маконда амалга ошириш иложи бўлмайди⁹.

Электрон тижоратда битимлар корхоналар, уй хўжаликлар, жисмоний шахслар, ҳукуматлар, давлат ёки хусусий муассасалар ўртасида тузилиши мумкин¹⁰.

Электрон тижорат деб ахборот тизимлардан фойдаланган ҳолда тузилган шартномага (бошқа ўринларда – электрон тижоратда шартнома) мувофиқ амалга ошириладиган товарларни (ишлар, хизматларни) сотиб

⁷ Саммер А. и Дункан Гр. E-COMMERCE. Электронная коммерция. Маркетинг. Пятая волна.: М., 1999.

⁸ Рахимова Х.У. Электронная коммерция в Узбекистане: состояние, проблемы и пути развития. Ташкент-2017. 16 б.

⁹ Рахимова Х.У. Электронная коммерция в Узбекистане: состояние, проблемы и пути развития. Ташкент-2017. 16 б.

¹⁰ Рахимова Х.У. Электронная коммерция в Узбекистане: состояние, проблемы и пути развития. Ташкент-2017. 16 б.

олиш ва харид қилиш ҳисобланади¹¹.

Хорижий муаллифларнинг кўпчилиги электрон тижорат деб айнан корпоратив ёки глобал тармоқлар ёрдамида битимларни тузишни кўзда тутадиган тадбиркорлик фаолияти тушунилади¹².

“Электрон тижорат”нинг муаллифлик таърифлар рўйхатини давом эттириш мумкин. Аммо ушбу ишимиз доирасида бунинг иложи йўқ, фақатгина таъкидлаш жоизки, “электрон тижорат”, “электрон бизнес”, “электрон савдо” ва ҳ.к. таърифлари шаклланмаган ва ҳамма томондан қабул қилинмаган. Бундан ташқари, ушбу тушунчалар ўзаро алмашадиган асосда кўпинча ишлатилган. Бу ерда электрон тижоратга таъриф беришда кўпгина муаллифлар таъкидланганидек, электрон тижорат фақатгина Интернет тармоқ билан чегараланмаслиги керак. Электрон тижорат ушбу мақсадга мос келадиган ихтисослашган электрон тармоқларда ташкил қилиниши мумкин.

Электрон тижорат кенг маънода – бу маълумотларни электрон воситалар ёрдамида алмашишдан фойдаланган ҳолда тижорат фаолияти. У компьютер тармоқлардан фойдаланиб харидлар, савдо, сервис хизмат кўрсатиш, маркетинг тадбирларни ўтказиш имкониятини таъминлайди.

Электрон тижорат иқтисодиётнинг турли секторларида ва турли мамлакатларда турли суратларда ривожланмоқда. Бир қатор хизматлар, мисол учун молия хизматлари, ҳозирда электрон шаклда муваффақиятли тақдим этилмоқда, аммо бутун бизнеснинг “электрон рельсларга” ўтказиш тижорат сирини таъминлаш, ахборот хавфсизлиги таъминлаш учун криптографик ишланмалар паст даражаси ва бошқа муаммоларни ечиш мураккаблиги туфайли вақтинча тўхтаб турибди.

Интернет-савдонинг моҳияти электрон савдодан фарқ қилади, ўзига хос хусусиятларига эга. Интернет-савдо автоматик режимда амалга оширилади, яъни бутун **товар-пулли** жараёни тинимсиз ўтади. Товарлар ва

¹¹ 2015 йил 22-майдаги Ўзбекистон Республикасининг “Электрон тижорат тўғрисида” Қонуни ЎРҚ-385-сон.

¹² Рахимова Х.У. Электронная коммерция в Узбекистане: состояние, проблемы и пути развития. Ташкент-2017. 17 б

хизматлар тармоқлар бўйича ҳаракатланиши мумкин бўлганлиги учун, уларга электрон китоблар, мусиқа, фильмлар, компьютер дастурлар, молиявий хизматлар, телефон хизматлар тақдим этиш ва ҳ.к. киритиш мумкин. Шундан келиб чиқиб, таъкидлаш жоизки, ҳар қандай товар ҳам интернет-савдога мос келмайди, ҳозирча ушбу соҳа торлигича қолмоқда, шу билан бирга эса у электрон тижоратнинг ажралмас қисми ҳисобланади.

Амалиётда эса электрон асосда ҳужжатлар оқимини таъминлашга кодир электрон тижоратни тан олиш керак. Электрон ҳужжатлар юридик жиҳатдан қоғозли ҳужжатларга тенглаштирилиши мумкин, уларга битим, расмий хатлар, молиявий ҳужжатлар ва ҳ.к. киритиш мумкин. Бундан ташқари, эгилувчан тўлов инструментларига эга тўлов тизимларни, жумладан картали (электрон), рақамли ва бошқа тизимларни ташқил қилиш муҳим.

Электрон тижорат фаолиятнинг кенг спектрини ўз ичига олади. У физик товарлар ва хизматлар билан электрон савдо, шунингдек электрон ресурс билан савдони ўз ичига олади. Бундан ташқари, у товарлар ва хизматларнинг рекламаси, тақдим этилаётган томонлар ўртасида муносабатлар ўрнатишга кўмаклашиш, бозор маркетинг тадқиқотлар ўтказилиши, савдодан олдин ва кейин қўллаб-қувватлаш, электрон харидлар ва алоҳида бизнес-жараёнларни қўллаб-қувватлашни таъминлайди.

Электрон бизнеснинг муҳим таркибий қисми электрон тўлов тизимлари (ЭТТ) ҳисобланиб, улар қуйидагиларга таянади:

- картали тизимлари;
- рақамли нақд пуллар операторлари;
- тўлов шлюзлари.

Картали тизимларга **оддий**банк карталари (миллий «UzCard» ҳамда халқаро Visa, MasterCard карталари) билан ҳисоб-китобда асосланган ЭТТ киради.

Иккинчи турдаги тизимлар рақамли пуллар, яъни ўзига хос ички валюта билан ишлайди, ушбу пулларни зарурат туғилганда ЭТТ маълум

иштирокчилари ёрдамида нақд қилиш мумкин.

Тўлов шлюзлари картали тизимлар ва рақамли нақд пуллар операторларнинг гибриди ҳисобланиб, ўзаро конвертацияси ва Интернетда товарлар ва хизматлар учун тўлаш усулларини қўллашни таъминлайди. Мавжуд ЭТТнинг кўп қисми шлюзларга киради, шу билан бирга уларнинг кўпчилиги тўловларнинг маълум турини устувор сифатида ажратиб кўрсатишади.

Интернет бизнес ва тижоратни юритишнинг кўп функцияли воситасига айланади. У тижоратнинг анъанавий турларига нисбатан фойдаланувчилар учун қулай ва тежамкор шароитлар тақдим қилади. Мисол учун, ҳужжатларни юбориш бўйича сарф-харажатларни кўриб чиқамиз. Ҳужжатни электрон почта ёрдамида юбориш (АҚШ мисолида) ахборот алмашишнинг анъанавий усулларни қўллашга нисбатан ўн баробар тежамкор ва тезроқ амалга оширилади (1-жадвал).

**Хужжатларни узатиш турли усуллардан фойдаланганда сарф-
харажатлар ва етказиб бериш тезлиги
(42-бетли хужжатни узатиш мисолида)¹³**

1.1-жадвал

Абонентлар	Харажатлар, АҚШ долл.	Етказиб бериш вақти
<i>Нью-Йорк - Токио</i>		
Авиапочта	7.40	5 сутка
Курьер	26.25	24 соат
Факс	28.83	31 дақ.
Электрон почта интернет	0.10	2 дақ.
<i>Нью-Йорк - Лос-Анджелес</i>		
Авиапочта	3.00	2-3 сутка
Курьер	15.50	24 соат
Факс	9.86	31 дақ.
Электрон почта интернет	0.10	2 дақ.

Келтирилган рақамлар электрон тижорат тизимидан фойдаланиш иқтисодиёт ҳамда жараённинг иштирокчилари учун қанчалик қулайлигини кўрсатади.

Электрон тижорат объектлари бўлиб, яъни электрон тижорат тизимлар фаолияти йўналтирилган, товарларнинг (ишлар, хизматларнинг) ҳар хил турлари хизмат қилиш мумкин.

Электрон тижорат субъектлари – электрон тижорат тизимларнинг иштирокчилари ва мижозлари. Буларга молия институтлари, бизнес ташкилотлари (тижорат корхоналари) ва истеъмолчилар.

Фаолиятнинг объектлари ва субъектлари бўйича электрон тижорат тизимларнинг қуйидаги турлари ажратилади:

- В2В (бизнес-бизнес);

¹³ <http://finlit.online/biznes-planirovanie-kniga/internet-instrument-biznesa-34962/html>

- B2C (бизнес-истеъмолчи);
- B2G (бизнес-давлат/бошқарувчи);
- G2G (давлат-давлат);
- C2G (истеъмолчи-давлат);
- C2C (истеъмолчи-истеъмолчи).

Юқорида кўрсатилган электрон тижорат моделларнинг хусусиятлари
1.2-жадвалда келтирилган.

Электрон тижорат моделлари ва уларнинг хусусиятлари¹⁴

1.2-жадвал

№	Электрон тижорат модели	Тавсифи	Асосий хусусиятлари
1.	B2B (бизнес-бизнес)	Модель бозорга йўналтирилган бўлиб, унда харидор ҳамда сотувчи сифатида фирмалар, компаниялар ва хўжалик юритувчи субъектларнинг бошқа ташкилий шакллари хизмат қилади. B2B модели фирмалар ва компанияларнинг бир-бирига хом-ашё, таъминот материаллар, шунингдек турли хизматларни таклиф қилиш билан боғлиқ электрон тижорат доирасида шерикларнинг ҳамкорлиги учун зарур шарт-шароитларни таъминлайди.	• Бизнес-тизимлардан Интернетга автоматик чиқиш шлюзларнинг мавжудлиги; • Компания бизнес жараёнларида маълумотларни киритиш ва чиқариш тизимларнинг интеграцияси (биргаликда ишлаши); • бир-бирига узатиладиган хабарларнинг ягона стандартдан фойдаланиш; • электрон тижоратда қатнашувчи фирмаларнинг тенг ҳуқуқлиги.
2.	B2C (бизнес-истеъмолчи)	Модель сотувчилар сифатида фирмалар, компания ва товар ҳамда хизматлар ишлаб чиқарувчининг бошқа шакллари қатнашган, харидорлар сифатида истеъмолчилар, асосан жисмоний шахслар иштирок этган бозорга йўналтирилган. Электрон тижоратнинг B2C модели кўпроқ халқ истеъмол товарлар ва хизматларга тегишлидир.	• тизим Интернет тармоғида ўрнатилган; • савдолар электрон пуллардан фойдаланган ҳолда олиб борилади; • мижозларнинг виртуал ҳисобларида пул ресурсларнинг мавжудлиги; • мижозлар базаси чексиз ва катта бўлиши; • мижозлар сонининг кўплиги туфайли тўлов қобилятини таҳлил қилиш мураккаблиги.

¹⁴ Муаалиф томонидан ишлаб чиқилган

3.	B2G (бизнес- давлат/бошқарувчи)	“Бизнес-маъмурият” модели Фирмалар ҳамда ҳукумат ташкилотлари ўртасида битимларнинг барча турларини ўз ичига олган. Ушбу модель ҳукумат харидлари, буюртмалари ёки давлат мулки сотиш ва ҳ.к. бўйича ҳукумат ва бизнес-субъектлар ўртасида иқтисодий ўзаро муносабатларни самарали ташкил қилиш учун шароитлар яратади.	• Тегишли тизимлардан Интернетга автоматик чиқиш шлюзларнинг мавжудлиги; • Давлат ва компаниялар маълумотларни киритиш ва чиқариш тизимларининг интеграцияси (уйғунлиги); • Турли хабарларни узатиш давлат стандартларидан фойдаланиш; • электрон тижорат кичик фирмалар ва ташкилотлар учун давлат томонидан тенг шароитлар яратиш.
4.	G2G (давлат- давлат)	“Давлат-давлат” модели электрон савдо майдончани яратиб, унда иштирокчи сифатида давлат муассасалари ва ташкилотлари қатнашади. Бу модель давлат муассасалари ўртасида иқтисодий-молиявий муносабатларни самарали ташкил қилиш бўйича маскимал шароитларни яратади.	• Интернет тизим ёки бошқа корпоратив тизимнинг мавжудлиги; • давлат органларнинг интеграциялашган ички тизими; • битимларнинг чегараланган йўналишлари ва турлари; • электрон хабарларни стандартлашган узатиш.
5.	C2G (истеъмолчи- давлат)	Ушбу модель аҳоли учун ҳукуматга ижтимоий масалаларни ечишга имкон беради, хусусан товарлар ва хизматлар сотиш, кам таъминланган ва муҳтож жисмоний шахсларга манзилли ижтимоий ёрдам бериш. Мазкур модель тескари йўналишда амалга оширилиши мумкин. Аҳоли ҳам давлат эҳтиёжлари учун хизматлар ва товарлар сотувчиси сифатида хизмат кўрсатиши мумкин.	• тизим мамлакатнинг давлат порталида ўрнатилади; • тизим электрон базалар билан чуқур интеграция қилинган (ID базаси, солиқ органлар базаси, ички ишлар органлар базаси, божхона органлар базаси ва ҳ.к.): • тизим истеъмолчиларнинг банк ҳисобларига бевосита уланган ёки виртуал чўнтаклар бўйича тўловларни амалга ошириш мкони мавжуд.

6.	C2C (истеъмолчи-истеъмолчи)	“Истеъмолчи-истеъмолчи” модели – янги йўналиш бўлиб, асосан унда ягона алоҳида товарлар ёки бир марталик хизматларнинг сотувчилари ва харидорларини топиш имконияти бор, у ким ошди савдо ёки ҳамжамиятларнинг бошқа шаклларида бўлиши мумкин.	• тизим Интернет тармоғида ўрнатилган; • сотувчи ва харидор электрон тижоратнинг ягона объектида шаклланишади; • тизим электрон пуллардан фойдаланган ҳолда ҳисоб-тўлов тизимига эга.
----	--------------------------------	---	---

Ҳозирги вақтда халқаро амалиёт электрон тижоратнинг энг кўп тарқалган B2B ва B2C моделларига урғу беради.

B2C (Business-to-Consumer) модели электрон тижоратнинг энг оммабоп шакли ҳисобланиб, чакана савдони, аниқроғи Интернет тармоғи орқали савдони ташкил қилишни қамраб олади. Шу билан бирга, истеъмолчи компьютер ва кредит картаси ёрдамида уйдан чиқмасдан харидни амалга ошириш ёки хизмат кўрсатилишига эришиш имкониятига эга, бу эса вақт ва маблағларни тежашга, шунингдек товар ёки хизматни оптимал танлашга имкон беради.

B2C тизимларига қуйидагилар киради:

- web-витриналар. Улар нархлар ва буюртмани расмийлаштириш минимал воситаларга эга шартларга тегишли маълум ахборот таъминоти эга компанияларнинг тармоқда жойлаштирилган товарлар ва хизматлар каталоглардан иборат;

- интернет-дўконлар. Уларда витринадан ташқари Интернет орқали электрон савдо жараёнини бошқариш учун зарур бизнес-инфраструктура, яъни back-office мавжуд. Интернет-дўкон ёрдамида савдони ташкил қилиш бутун электрон савдо жараёнини назорат қилишга ва компаниянинг операцион харажатларини камайтиришга имкон беради;

- савдо интернет тизимлари (СИТ). Ушбу тизимлар савдо бизнес жараёнлари билан бутунлай интеграция қилинган интернет-дўконларидан иборат.

B2B (Business—to—Business) модели фирмалар, компаниялар ва товарлар ва хизматлар ишлаб чиқарувчилар бошқа шакллари харидор ва сотувчилар бўлган бозорга йўналтирилган.

B2B тизимларига маълумотларни алмашиш махсус технологиялари ва стандартларидан фойдаланган ҳолда компаниялар даражасида электрон ўзаро ишлашнинг барча даражаларини ўз ичига олган ечимлар киради. B2B моделлари қуйидаги схемалари билан амалга оширилади:

- Электрон савдо майдончалари (савдо концентраторлари, «e-market

place»);

- Электрон савдо омборлар (сотиш ва таъминот тизимлари, «e-procurement»).

Электрон савдонинг B2B ва B2C моделларини ташкил қилишда ҳам компаниялар ҳам мижозларга бир қатор устунликларни тақдим этади. Асосийларда тўхталиб ўтамиз.

Биринчидан, бу глобал бозор ва унда реал вақт режимида савдо жараёнининг потенциал иштирокчиларининг борлиги. Электрон тижорат чегаралари миллий чегаралар билан эмас, балки халқаро чегаралар билан, яъни Интернет глобал тармоғи чегаралари билан белгиланади. Бу ҳатто майда компанияларга бизнес билан жаҳон миқёсда шуғулланишга имкон беради.

Иккинчидан, бу компанияларнинг ишлаб чиқариш қуввати ва рақаботбардошлигининг ошиши. Компаниялар электрон тижорат технологияларидан “буюртмачига яқинлашиш” учун фойдаланишади. Улар кенгайтирилган савдодан олдин ва кейин қўллаб-қувватлашни таклиф қилиб, мижозлар даъволарига тезда жавоб бериши мумкин.

Учинчидан, савдолар персонализацияси. Электрон тижорат воситалари ёрдамида компаниялар ҳар бир индивидуал буюртмачи талаблари ва сўровлари ҳақида маълумотлар олиш ҳамда автоматик тарзда уларнинг талабларига мувофиқ товарлар ва хизматларини тақдим этиши мумкин.

Шу билан бирга кибернетик таҳлил ва моделлаштириш усуллари, сунъий нейрон тармоқлар аппарати электрон бизнесга реал вақт режимида бозор ва истеъмолчилар ҳақида маълумотлар мониторинги ва таҳлил қилиш қимматли имкониятини тақдим этади.

Бундан эса яна бир устунлик келиб чиқади – бу компанияларнинг бозор талабига тез реакцияси. Компаниялар истеъмолчилар талабларига мослашиб, уларнинг сўровларига тез муносабат билдиради ва “тескари алоқани” амалга оширишади. Бундан ташқари, электрон йўл билан битим тузилиши савдо жараёни бўйича хизмат кўрсатишга харажатларни камайтиради, бу эса

нархлар пасайишига олиб келади ва даромадлар ўсишига ижобий таъсир кўрсатади. Электрон тижоратда савдо битимларни ташкил қилиш компания ёки фирмага арзонроқ тушади, чунки анъанавий режимга қараганда молиявий, ишлаб чиқариш ва инсон капитали тежалади. Интернет орқали товарларга буюртма бериш бошқа кенг шароитларда бир қатор харидорларга оддий савдо дўконларда харид қилишдан афзалроқдир. Миждо таклиф қилинаётган махсулотлар ичидан энг сифатлисини энг қулай нархда тезда олиш учун шароитлар мавжуд. Интернет тижоратни шундай тарзда ташкил қилишга имкон берадики, унинг натижаси электрон савдо жараёнининг икки томонини ҳам қониқтириради.

Электрон тижоратнинг B2G (Business-to-Government) модели маълум даражада янги йўналиш ҳисобланади. Бизнес-давлат-маъмурият модели компаниялар/фирмалар ҳамда ҳукумат ташкилотлари ўртасида барча турдаги битимларни бажариш учун шароитларни таъминлайди. Ушбу турдаги битимларга мисол тариқасида ҳукумат ва бизнес тузилмалари ўртасида ҳукумат буюртмалари, харидлар ёки давлат мулкани сотиш каби иқтисодий муносабатларни ташкил қилишни кўрсатиш мумкин.

Мисол учун, АҚШда ҳукумат томонидан режалаштирилган харидлар тўғрисида ахборот Интернет тармоқда эълон қилинади. Барча компаниялар ўз таклифларини электрон усулда юборишлари мумкин. Харидлар тўғрисидаги эълонларга қўшимча тарзда маъмурий органлар қўшимча қиймат солиғини қайтариш каби операцияларда электрон алмашиш имкониятини таклиф қилишлари мумкин.

Ушбу моделдан Ўзбекистонда фойдаланиш Ўзбекистон Республикаси Президенти томонидан 2011 йил 7 февралда қабул қилинган ПҚ-1475-сонли “Давлат харидлари тизимини мақбуллаштириш ва уларга кичик бизнес субъектларини жалб этишни кенгайтириш тўғрисида” қароридан бошланди.

Мазкур электрон бозорни янада такомиллаштириш ва унинг чегараларини кенгайтириш учун Ўзбекистон Республикаси Президенти томонидан 2013 йил 5 апрелда ПҚ-1948-сонли “Электрон харидлар

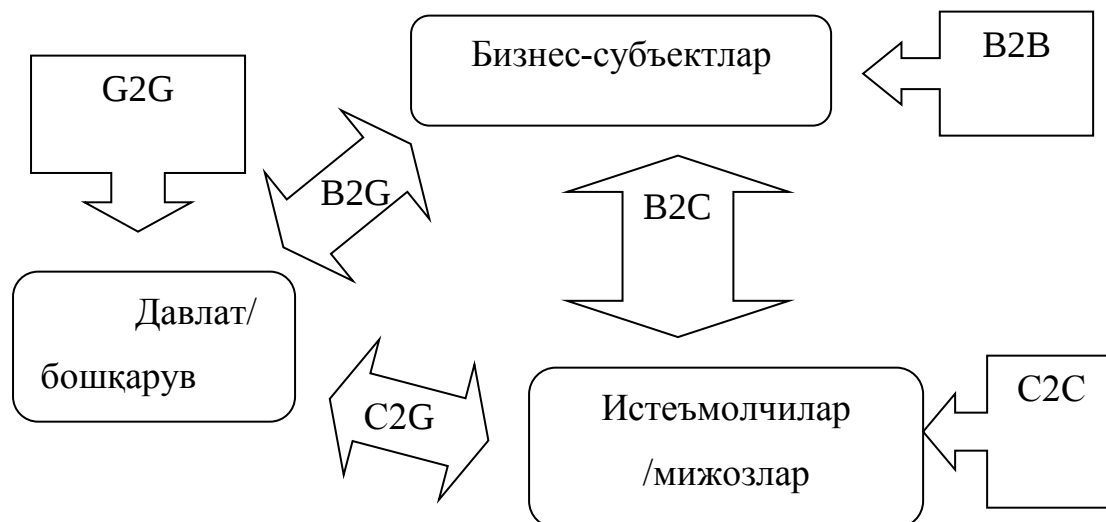
тизимини мақбуллаштириш ва улардан тадбиркорлик субъектларининг фойдаланишини кенгайтириш тўғрисида” қарори қабул қилинди. Кейинчалик Ўзбекистон Республикаси Президенти томонидан 2018 йил 9 апрелда қабул қилинган ЎРҚ-472-сонли “Давлат харидлари тўғрисида” қарор қабул қилинди.

Ушбу бозорда товарларни харид қилиш ва уларнинг рўйхати тўғрисидаги ахборотни товарлар (ишлар, хизматлар) етказиб берувчини аниқлаш санасидан камида 15 календарь кунидан аввал, шунингдек шартнома (контракт)лар тузилган кундан бошлаб уч кун ичида буюртмаларни жойлаштириш натижалари тўғрисидаги ахборотни Ўзбекистон республика товар-хон ашё биржасининг махсус ахборот порталида жойлаштирилади.

Электрон тижорат C2G (Consumer-to-Government) модели ҳозирги вақтда халқаро иқтисодиётда янги йўналиш ҳисобланади. Ушбу модель электрон тарзда ўзаро ишлаш ёрдамида давлат томонидан аҳоли учун имтиёзли асосларда тегишли товарлар ва хизматларни тақдим этиш ёки ижтимоий таъминот масалаларини ечиш учун имкониятлар беради, шунингдек ушбу модель аксинча ишлаши ҳам мумкин, яъни аҳоли давлат учун товарлар ёки хизматлар сотувчиси сифатида қатнашиши мумкин.

Электрон тижорат C2C (Consumer-to-Consumer) модели бир веб-сайтга ташриф буюриш орқали бирлашган истеъмолчиларнинг ўзаро мулоқотини ўз ичига олган сектордан иборат. Маълум веб-сайт атрофида бир хил қизиқишлар билан инсонлар маълум ҳамжамияти ташкил қилинади. Бунга электрон ким ошди савдолар мисол бўла олади. Веб-сайт ташрифчилар ким ошди савдоларни танлаб олишади, мисол учун автомобил, китоб ким ошди савдолари ва ҳ.к. Электрон тижорат соҳаси мутахассислар фикрига кўра, ўз атрофида потенциал харидорларнинг маълум ёки доимий ҳамжамиятини бирлаштирган сайтларда реклама самарадорлиги нисбатан юқори ва бу электрон тижоратни ривожлантириш учун шароитлар яратади.

Электрон тижорат моделларининг ўзаро ишлашини қуйида келтирилган схемада кўриш мумкин (1.2-расм).



1.2-расм. Электрон тижорат субъектларининг ўзаро ишлаш модели

Ҳозирги пайтда электрон тижоратни самарали юритиш учун виртуал маконни самарали ташкил қилиш, шунингдек электрон тижорат субъектларини ўзаро ишлаш соҳасини кенгайтириш учун турли хил мавжуд муаммоларни ҳисобга олиш зарур, хусусан:

- Электрон тижорат иштирокчилар ахбороти ва молиявий ресурсларининг хавфсизлиги;
- Электрон тижорат тизими бўйича товарлар ва хизматлар сотувчилар солиқ ундириладиган базани тартибга солиш, мониторинг ўтказиш ва ҳисобга олиш масалалари;
- Монетар сиёсатни ишлаб чиқишда мамлакатнинг Марказий банки томонидан электрон пулларни ҳисобга олиш;
- Электрон тижорат моделлари фойдаланувчиларнинг ишончини бизнес жараёнларни электрон шаклда меъёрий ва техник параметрларини ишлаб чиқиш асосида ошириш.

1.3. Электрон тижоратни ташкил этиш ва тартибга солишнинг хорижий тажрибаси

Глобал ахборот тармоғини яратиш кўпгина омиллар билан изоҳланади, аммо улар ичида дунё иқтисодиётининг глобализацияси ҳисобланиб, ушбу тармоқнинг фойдаланувчилари сифатида юридик ва жисмоний шахслар, молия-кредит муассасалари иштирок эитшади.

Ахборотни узатиш электрон тармоқлардан, биринчи навбатда глобал тармоқдан фойдаланиш асосида бизнес ва савдони юритиш электрон тизимларни яратиш тармоқ ахборот технологияларнинг ривожланишда эволюцион зарурати бўлди.

Жаҳон иқтисодиётда электрон савдо унинг таркибий элементи бўлиб ва хўжалик юритишнинг янги шаклига айланади.

Электрон тижоратнинг ривожланиши ва унинг ҳажмининг ошиши жаҳон иқтисодиёти учун бир қатор ижобий самаралар кузатилади. Электрон тижоратни кенгайтиришнинг натижалари қуйидагилар: аввало транзакцион харажатлар қисқариши, савдо процедураларнинг соддалашиши, инвестициялар кириб келиши учун имкониятлар кенгайиши, бизнесда иштирок этиш ва географиясини кенгайтириш, рақобатбардошлигининг оширилиши.

1.1-параграфда биз электрон тижорат ривожланиш тарихини кўриб чиқдик ҳамда мавжуд материаллар ва таҳлил натижаларига таяниб, электрон тижоратни, шунингдек бутун иқтисодиётни ривожлантириш учун ўзаро боғланган баъзи жиҳатларни кузатиш мумкин. Биринчи навбатда, таъкидлаш жоизки, юқори технологияли иқтисодга эга ривожланган мамлакатлар аллақачон товарларни ишлаб чиқариш рақобатбардошлиги кўп жиҳатдан ишлаб чиқарилган сотувлар ўз вақтида ўтказилиши ва бизнес ҳамда тижорат соҳаларида ташкил қилишда янги инновацион технологиялардан интенсив фойдаланиш усулига боғлиқ эканлиги тўғрисидаги фактни тан олишди.

Электрон тижорат ривожланишининг иккинчи омили сифатида инсон фаолиятнинг диверсификациясини кучайтириш кўрсатиш мумкин. Жамият

жадал ривожланиб ўз фаолиятининг маконини ва соҳасини кенгайтиради, кўпгина янги товарлар ва хизматлар пайдо бўлиб, улар ҳаракатлар катта майдони ҳамда кенг ахборот маконини яратишади. Бу шароитларда иқтисодий субъектлар томонидан ахборот олиш ва тақдим қилиш тезлиги муҳимдир. Ушбу муаммони электрон тижорат технологияларни қўллаб самарали ҳал қилиш мумкин. Электрон тижорат иштирокчилари катта ҳажмдаги ахборотни тизимлаштириш учун тегишли шароитларга эга, шу билан бирга олинган натижалар ўз ижтимоий-иқтисодий манфаатларни амалга ошириш учун ишлатилиши мумкин.

Электрон тижоратни ривожлантириш учинчи омили сифатида халқаро миқёсда бизнес, тижорат ва савдони юритишда ахборот технологиялардан самарали фойдаланиш жараёнига рағбатлантирувчи эффектга эга қулай меъёрий шароитларни яратиш ҳисобланади.

Халқаро миқёсда савдо жараёнини кучайтиришда муҳим роль БМТ нинг халқаро савдо ҳуқуқи бўйича комиссияга (United Nations Commission on International Trade Law - UNICITRAL), шунингдек UNICITRAL «Электрон савдо тўғрисида» 1996 й. (Model Law on Electronic Commerce) қоидалар тахминий (моделли ёки типик қонун) рўйхатига тегишлидир. Юқорида келтирилган қонун ва БМТ нинг халқаро савдо ҳуқуқи бўйича комиссиясининг бир қатор ташаббуслари туфайли электрон тижоратни ташкил қилиш учун меъёрий-ҳуқуқий шартларнинг халқаро унификациясига эришилди. Ушбу ташаббуслар орасида энг муҳими – 2005 йил ноябрда БМТ Бош ассамблеяси томонидан қабул қилинган ва 2006 йил январиди имзолаш учун очиқ бўлган БМТнинг халқаро шартномаларда электрон хабарлардан фойдаланиш тўғрисида Конвенцияси. Ушбу Конвенцияси электрон савдо ривожлантиришни тартибга солишга тегишли муҳим муаммонинг ҳал қилинишига кўмаклашади, хусусан электрон тизим бўйича узатиладиган контрагентлар орасида хабарлар қонунга мувофиқ ушбу соҳасининг тартибга солувчи давлат органлари учун ҳам маъқул. Бундай ёндашувнинг ижтимоий-

иқтисодий эффекти тартибга солувчи давлат органлар ишини анча соддалаштириш ва ахборот шаффофлигини таъминлашда кузатиш мумкин.

Электрон савдони ташкил қилиш илғор амалиётини таҳлил қилиб, электрон тижоратни кенгайтиришга таъсир этувчи муҳим омиллардан бири чакана тўлов воситалар соҳасида инновацион ишланмалар ҳисобланади деган хулосага келдик. “Онлайн тўлов имконияти электрон тижорат транзакцияларни енгиллаштириш ва менежмент таҳдидини яхшилаш учун ишлатилади” («Online payment gateways used to facilitate e-commerce transactions and improve risk management») илмий мақола муаллифлари П.Б.Лаври (P.B. Lowry), Т.Веялс (T. Wells), Г. Муди (G. Moody), С. Хумферис (C.Humpherys) ва Д. Кетлее (D. Kettles) таъкидлашадики, электрон тижорат тизимида транзакциялар қуйидагилардан фойдаланган ҳолда амалга оширилади:

- электрон кредит карталари;
- электрон (рақамли) пуллар;
- электрон чеклар.¹⁵

Мақолада электрон пуллар электрон тижоратнинг оммавий инструменти ҳали бўлмади, бу соҳада электрон чеклар устунлик қилиши айтиб ўтилган. Таъкидлаш лозимки, ушбу мақола 2006 йилда эълон қилинган, ҳозирда эса вазият бошқача бўлиб, электрон пуллар секин-аста оммавийлашиб бормоқда. Ҳозирги кунгача 10 йил ичида тўлов тизимларда катта ўзгаришлар рўй берди. Электрон тижорат ривожланишининг сўнгги тенденциялари кўра электрон тижорат тизими орқали бажариладиган транзакциялар тузилмасида электрон (рақамли) пуллар айланмаси улушининг ўсиши кузатилмоқда.

Электрон (рақамли) пуллар кредит карталари ва чекларга нисбатан электрон чўнтакларда пул ресурси бўлиб, тўловнинг янгироқ инструменти ҳисобланади ҳамда тармоқ каналлар бўйича, кўпроқ Интернет тармоғи

¹⁵ Рахимова Х.У. Электронная коммерция в Узбекистане: состояние, проблемы и пути развития. Ташкент-2017. 30 б

орқали ишлатиладиган рақамли пулларнинг ҳаракатини кўзда тутди. Электрон (рақамли) пулларнинг тўлов тизимлари бўйича ҳаракати тўловнинг бошқа воситаларига нисбатан ҳаракатланиш эгилувчанлиги анча юқори. Шу сабабли, жаҳон амалиётида электрон (рақамли) пуллардан фойдаланган ҳолда тўлов тизимлари ёрдамида ҳисоб-китоблар картали ва чекли электрон тизимлар бирикмаси кузатилади. Баъзи мамлакатларда онлайн транзакцияларни ташкил этилишининг ўзига хосликларни кўриб чиқамиз.

“eMarketer” мустақил таҳлилий агентлик берган маълумотида кўра жаҳоннинг электрон тижорат бозори жуда фаол ривожланмоқда, инкирозлар ва бошқа салбий ҳодисаларга қарамасдан йиллик ўсиш ўртача суратлари йилига тахминан 18-20% ташкил қилди, интернет-савдоларнинг (товарлар ва хизматлар) улуши жаҳон товарлар айланмасидан 5,9% эгаллади ва 1,316 трлн. АҚШ долл. етиб борди. Баъзи ривожланган ва ривожланаётган давлатлар чакана товарлар айланмасида электрон тижорат статистикаси ва ўрини кўриб чиқамиз (1.3-жавдал).

Жаҳоннинг баъзи мамлакатлар чакана товар айланмасида электрон савдонинг улуши¹⁶

1.3-жадвал

Мамлакат	Чакана савдода электрон савдонинг улуши (%)	Мамлакат	Чакана савдода электрон савдонинг улуши (%)
Буюк Британия	10,5	Бенилюкс	4,3
Германия	7,9	Польша	2,6
АҚШ	6,6	Россия	1,6
Скандинавия	6,5	Испания	1,2
Франция	6,3	Италия	1,0
Хитой	6		

Электрон тижоратни ташкил этилиш жаҳон амалиёти шуни

¹⁶ http://www.aup.ru/books/m269/6_1.html; <http://www.vestifinance.ru/articles/27535>.

кўрсатадики, 2014-йилда бу соҳада Буюк Британия, Германия ва АҚШ каби ривожланган мамлакатлар етакчилар қаторида эди. Бундан ташқари, Хитой каби ривожланаётган мамлакатда электрон савдонинг ривожланиш суратлари алоҳида қизиқиш ўйғотади.

Буюк Британия бозори бошқаларга нисбатан илғор ҳисобланади, буни юқорида келтирилган жадвалда кўриш мумкин. Ривожланган мамлакатлар ичида электрон тижорат инглизларда иқтисодиётда энг юқори ўрин эгаллаган. Бозорнинг умумий ҳажми 2013-йилда 142 млрд. АҚШ долл. баҳоланади, бу эса фақатгина Хитой ва АҚШ каби мамлакатларнинг улкан иқтисодиётларидан кичик. Британия ритейлда онлайн-савдоларнинг улуши узоқ вақтдан бери 10% ошган ва тинимсиз ошиб бормоқда. Буюк Британияда интернет-фойдаланувчилар сони аҳолининг 80% дан зиёд. Бундай муваффақият биринчидан, Британия бизнесининг анъанавий инновацион фаоллиги билан боғлиқ. Иккинчидан, Британия жамияти электрон харидларнинг қулайликларини тезда тушуниб олди: паст нархлар, вақтни ва эътиборни тежовчи масофадан хизмат кўрсатиш, танлов кенглиги. Ҳудди олдинги асрлардагидек Британия жамияти бутун жаҳонга келажакнинг ижтимоий-иқтисодий тузилиш моделини бутун жаҳонга кўрсатмоқда.

Ўзбекистон амалиёти учун Хитойнинг электрон савдосини ривожлантириш бўйича самарали ёндашув тарихи ўрнатилган бўлиши мумкин. Хитой ривожланган мамлакатларга қараганда интернет-эволюцияси тезроқ кечмоқда. Мустақил экспертларнинг таъкидлашича, АҚШ ва Буюк Британия 15-20 йил босиб ўтган йўлни Хитой 5-10 йил ичида босиб ўтишга эришди.

Электрон тижорат Хитой иқтисодиётининг йирик тармоқларидан бири ҳисобланади. Хитойнинг халқаро электрон тижоратдаги улуши 2016 йил охирига келиб 39,2% га етиб борди.

XXP Савдо вазирлиги хабар беришича, транзакцияларнинг мамлакат бўйича ҳажми олдинги йилга нисбатан 19,8% га ошди ва 26,1 трлн. юаньни ташкил қилди. Хитойда Интернет фойдаланувчилар сони 2016 йилда 731 млн. одамни ташкил қилди, бу эса мамлакат аҳолисининг 53,2% деганидир,

умумий сонининг 53,8%, яъни 467 млн. фойдаланувчилар онлайн-харидларни амалга оширишади, бу эса 2015 йилга нисбатан 12,9% га ошганини кўрсатади¹⁷.

Тадқиқотлар кўрсатадики, Хитойда электрон савдонинг ўсиш юқори суратини белгиловчи қуйидаги хусусиятлар ва омилларни ажратиш мумкин:

- биринчидан, Хитой электрон чакана савдосининг 90% электрон рекламалар ҳисобига ҳомийлик қилинадиган махсус яратилган электрон бозорларда амалга оширилади. Масалан, АҚШ ва Европада бозорнинг 70% ўзининг веб-сайтларида жойлашган интернет-дўконлардан иборат;

- иккинчидан, электрон тижорат иқтисодиётнинг бошқа тармоқлари сингари аниқ тасдиқланган ҳукумат дастурлари бўйича ривожланади. Хусусан, Хитойнинг саноат ва ахборотлаштириш вазирлиги, шунингдек тузилмасида Электрон тижорат ва ахборотлаштириш ихтисослаштирилган департамент фаолият юритадиган Хитой тижорат вазирлиги Интернет-бизнесни ривожлантириш дастурини ишлаб чиқишмоқда. Сўнгги йилларда Хитой ИТ-технологиялар ва сервислар соҳасида дунё етакчиси бўлиш учун барча чоралар кўрмоқда. 2017-йил бошида қабул қилинган йўналиш доирасида ИТ-компанияларнинг давлат томонидан кенг қўллаб-қувватлаш дастури ишга туширилган эди. Ушбу дастурнинг умумий инвестицион жамғармаси 14,56 млрд. АҚШ долл. ташкил қилди. Бундай йирик молиявий ёрдам, давлат миқёсда назорат қилинаётган ИТ-индустриясининг доимий ривожланиши ҳамда ИТ соҳасида стартапларни қўллаб-қувватлаш туфайли жорий йилда Хитой ИТ-технологиялар глобал бозорида ўзининг асосий рақобатчиси бўлган АҚШдан илгарилаб кетиши башорат қилинмоқда¹⁸;

- учинчидан Интернет фойдаланувчилар сонининг Хитойда динамик ошиб бориши электрон савдо ҳажмининг ўсиш муҳим омилли бўлди. CNNIC

¹⁷ <https://hightech.fm/2017/05/31/china-ecommerce>

¹⁸ <https://hightech.fm/2017/05/31/china-ecommerce>

томонидан тайёрланган Хитой Интернетини ривожланиш йиллик шарҳида хабар берилишича, 2014-йилда Интернетнинг Хитой ҳудудида дунё бўйича энг кўп фойдаланувчилар сони 649 млн. инсон рўйхатидан ўтган, шу билан бирга 2014-йил ичида фойдаланувчилар сони 31,17 млн. (2,1%) одамга кўпайди, камраб олиш коэффициенти Хитой аҳолисининг умумий сонидан 47,9% ташкил қилди. Мобил Интернет-фойдаланувчилар сони 557 млн. киши ёки мамлакатда Интернет фойдаланувчилар умумий сонидан 85,8% ташкил қилди.

Замонавий шароитларда халқаро электрон тижоратдан кенг қўллади фойдаланиш масалалари кўп ҳолларда устуворлар қаторига ўтади, унда эса аҳолининг Интернет глобал тармоғидан кенг фойдаланиш учун шароитлар яратиш муҳим аҳамият касб этади.

Қуйида келтирилган 1.4-жадвалда Интернет-фойдаланувчилар сони Интернет тармоғида ахборотни узатиш тезлигининг ошишига қарамадан жадал суратлар билан ўсмоқда.

БМТ ҳисоботида келтирилган маълумотларга кўра дунёда Интернет фойдаланувчилар сони 3,58 млрд. ни ташкил қилади (сайёрамиз умумий аҳолиси 7,6 млрд. одам), яъни дунё аҳолисининг 48% Интернет-фойдаланувчилар ҳисобланади. Энди фойдаланувчилар кўпчилиги ривожланаётган мамлакатларга тўғри келади – уларда 2,5 млрд. фойдаланувчилар, ривожланган мамлакатларда 1 млрд. ташкил қилади. Фойда жиҳатдан Интернетнинг ҳаётга кириб келиши ривожланган мамлакатларда кузатилади – 81%, ривожланаётган мамлакатларда ушбу кўрсаткич 40% ва ривожланиши қолоқ бўлган мамлакатларда 15% ташкил қилади.

Дунёда интернет-фойдаланувчилар ҳақида ахборот

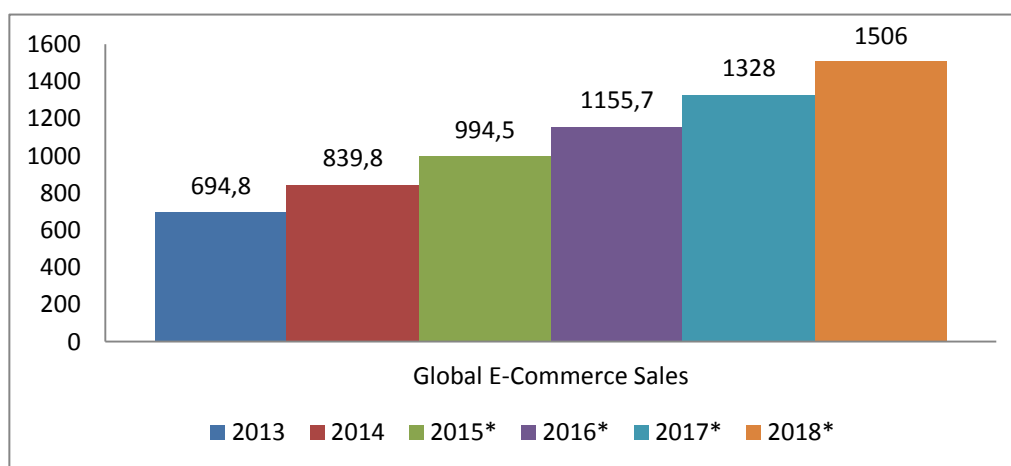
1.4-жадвал

Йил	Дунё аҳолисидан Интернет-фойдаланувчиларнинг улуши (% да)	Фойдаланувчилар ўсиши (% да)
2009	25,6	12,2
2010	29,4	16,1
2011	32,5	11,7
2012	35,5	10,5
2013	37,9	8,0
2014	40,4	7,9
2015-2016*	48,0	24,0

Интернет-фойдаланувчилар сонининг йилма-йил ўсиши уларнинг электрон тижоратда иштирок этиш имкониятларини оширади.

“Global Ecommerce Report 2017” материалларга мувофиқ 2017 йилда жаҳон электрон тижоратнинг ўсиши 17% даражасида башорат қилинади. Ҳозирда эса жаҳон электрон тижорат бозорининг 50% Осиё мамлакатларга (Хитой, Сингапур, БАА, Таиланд, Тайвань, Туркия, Жанубий Корея, Ҳиндистон ва бошқаларга) тегишли.

Шундай қонуният борки, Интернет-фойдаланувчилар сонининг ошиши билан электрон савдо ҳажми ошади. Экспертлар берган маълумотларга кўра, электрон тижоратнинг дунё бўйича ҳажми йилига 10% га ошиб боради ва 2018 йилда 1506,0 млрд. АҚШ долл. ташкил қилади (3-расм).



1.3-расм. Электрон тижорат тизимларида савдолар ҳажми (млрд. долл.)

Агар Ўзбекистон Интернет-фойдаланувчилар статистикасини кўриб чиқиб чиқсак, уларнинг сони йилига ошиб бормоқда, ҳозирда уларнинг сони

15 млн. одамни ташкил қилади (аҳоли сонининг 51,24%) ташкил қилади, мамлакатда мобил алоқа абонентлар сони 22 млн., компьютерга эга уй хўжаликлар сони 37,4% ташкил қилади, улардан 58,1% да Интернетдан фойдаланиш имкони мавжуд. Бу маълумотлар Ўзбекистон аҳолисининг учдан бир қисми Интернетдан фойдаланиш имконига эга, бу эса глобал тармоқ орқали тижоратни фаоллаштириш учун яшхигина кўрсаткич ҳисобланади.

Электрон тўловлар универсал тизими саналган Интернет-эквайринг бозорининг етакчиси, жаҳон бозорида 10 йилдан кўпроқ фаолият юритаётган ва VISA ва MasterCard сервис-провайдер ҳисобланган, «PCI DSS Level 1» сертификатига эга «Pay Online» процессинг маркази томонидан берилган статистик маълумотларида баъзи мамлакатлар аҳолисининг “e-commerce” хизматларидан фойдаланиш даражасини кўриш мумкин (1.5-жадвал).

**2016 йил учун Интернет орқали хариднинг ўртача суммаси
(АҚШ долл.)**

1.5-жадвал

Мамлакат	Харид суммаси	Мамлакат	Харид суммаси
Австралия	3802	Россия	628
Буюк Британия	3585	Хитой	501
АҚШ	2263	Аргентина	380
Япония	1743	Индонезия	337
Италия	1380		

1.5-жадвалда келтирилган маълумотларда харидлар суммалари бўйича етакчи ўринларни Австралия, Буюк Британия, АҚШ, Япония ва Италия каби мамлакатлар эгаллагани кўриниб турибди.

“RetailMeNoot” компаниясининг берилган маълумотларига кўра ҳозирги кунда АҚШ Шимолий Америка ва Европадан илгарилаб кетган. Электрон тижорат кўрсаткичлари АҚШда 2015 йилда 2014 йил

натижаларидан 15% га ошиб кетган. 2015 йил охиригача харидорлар онлайн-ритейлерлар сайталарида 300 млрд. АҚШ долл. сарфлаган.

Америка истеъмолчилари АҚШ электрон тижорат бозорини биринчи ўринга олиб чиқишда фаол қанташди, буни бир одамга 115 АҚШ долл. ташкил қилган ўрта онлайн-буюртма кўрсаткичларда кузатсак бўлади. Бу эса Европанинг саккизта мамлакатларга қараганда 26% кўпроқ (85 АҚШ долл.), Швецияга қараганда 21% (91 АҚШ долл.), Буюк Британияга қараганда 22% (90 АҚШ долл.) ҳамда Канададаги ўртача чекдан 15% га кўпроқ (98 АҚШ долл.) ҳисобланади.

Кўпгина ривожланган мамлакатларни ўрганиш шуни кўрсатдики, онлайн-сотувларнинг ўсиши кўп жиҳатдан мобил тижоратнинг кескин оммавийлашиб кетиши билан боғлиқ. АҚШ бозори мобил тижорат секторида тезроқ ривожланади. Канадада онлайн транзакцияларнинг 64% кредит карталар ёрдамида амалга оширилади. Шу билан бирга АҚШда бундай транзакциялар 42% ташкил қилади. Тўлаш муқобил усуллари, шу қаторда PayPal, Буюк Британия ва Польшада устунлик қилишади, у ерда улар барча онлайн-тўловлардан 20%ни ташкил қилади.

Хитой, Сингапур, Малайзия, Россия ва бошқа ривожланаётган мамлакатларда электрон тижорат жадал суратлар билан ривожланаётганини таъкидлаш жоиз.

Тармоқда электрон савдо майдонларни ташкил қилишда ушбу тизими иштирокчилар ўзаро ишлаш турли технологияларга таянадиган уларнинг моделлари муҳим аҳамиятга эга. Бу каталоглар сотиш учун типик саналган белгиланган нархларга эга ёки ким ошди ёки биржа савдоси учун хос динамик нархлаш тизимлари бўлиши мумкин, шунингдек бир вақтнинг ўзаро ишлашнинг бир неча турлари мавжуд, мижозлар ўзлари учун энг қулайини танлаши мумкин. Шу муносабат билан электрон савдо майдонлар иштирокчилар ўзаро ишлашни ташкил қилишнинг учта асосий моделларини ажратиш муҳим:

онлайн каталоги;

ким ошди савдо;

биржа.

Онлайн каталоги (OnlineCatalog) харидорларни керакли сотувчилар билан боғлашни таъминлайди. Харидорлар Интернетнинг излаш имкониятларидан фойдаланиб, бир неча параметрлар, шу каторда нарх, етказиб бериш муддатлари, кафолатлари, хизмат кўрсатиш ва ҳ.к. бўйича товарларни қиёслаши мумкин. Каталогли модель кичик корхоналар кўп сони ва нисбатан арзон товарлар бўйича битимларни тез-тез ўтказилиши хос бўлган тармоқлар учун қулай ҳисобланади, чунки харидорга етказиб берувчиларнинг кўп сонли таклифлари билан танишишга имкон беради.

Ким ошди савдо (Auction) онлайн каталог билан асосан нархлар белгиланмаган ва савдолар вақтида белгиланиши билан фарқланади. Ушбу модель танлов (тендер) асосида электрон харидларни ўтказиш учун қўўланилади.

Биржа (Exchange) талаб-таклиф нисбатига қараб нархлар тез ўзгариб турадиган бозорларда қўлланади.

Ушбу модель талаб/таклиф нисбатини мослаштирилишга, бозор нархларни белгилашга ҳамда битимларни реал вақт режимида ўтказишга имкон беради.

Ҳозирги кунда бир қатор халқаро электрон майдонлар муваффақиятли фаолият юритишади. Бундан ташқари, баъзи аналитиклар электрон савдо майдонлар сифатида ташрифчиларга иқтисодий хабарларни, тармоқ ва корпоратив аналитикаси, вакансиялар рўйхати ҳамда чат орқали ёки эълонлар бўлими ёрдамида мулоқот қилишга имкон берувчи ижтимоий ва тижорат ахборот порталларни алоҳида категориясини кўрсатишади. Ўзининг потенциал контрагентларни топиш мақсадида ушбу порталлар иштирокчилар, (сотувчилар ва харидорлар), товарлар ва хизматлар ва ҳ.к. ҳақида бирламчи ахборотни тақдим қилишади. Бошқа сўзлар билан айтганда ушбу майдонлар савдо эмас, балки реклама майдончалари ҳисобланади. Ахборот майдонларни савдо майдонлар даражасигача кўтариш учун ўзаро

ишлаш субъектлари ўртасида ҳужжатлар айланмаси жараёнини юридик таъминотини ошириш, яъни иштирокчилар орасида узатилаётган хабарлар юридик кучини ошириш зарур. Бундан ташқари, кўриб чиқиладиган майдонлар тижорат битими узлуксизлиги ва ҳисоб-китоб тезкорлигини таъминловчи ишончли электрон тўлов тизимлари билан таъминланмаган.

Электрон тижоратни ташкил қилиш халқаро амалиётини ўрганиш уни ривожлантириш ва эътиборга олиш керак бўлган қулай бир қатор шароитлар мавжудлигини кўрсатади.

Ривожланган мамлакатларда электрон тижоратни ташкил қилиш электрон бозор иштирокчилари ўртасида тижорат операцияларни махсус сайт ёрдамида кузатиб бориш тизими билан суғурта қилинган онлайн режимида тўловларни амалга ошириш учун хавфсиз ва ишончли тўлов тизимларига таянади. Ҳозирда жаҳон электрон тизимлари томонидан транзакцияларни хавфсиз ўтказиш учун мўлжалланган кўпгина турли тизимлар таклиф қилинади, хусусан Achex, BankNet, BidPay, BillPoint, BIPS. CAFE, Cartio, CashBox, CyberCash, DebitNet, DigiCash, DigiGold, cCash, E-gold, EMV, Gmoney, HashCash, iBill, IPAY, iPIN, MagnaCash, Mondex, PayCash, PayPal, PayWord, PCPay, NetCard. NetCash. NetCheque, NetPay, QuickCommerce, Transfer, WebCharge, WebMoney, WiSP, WorldPay ва ҳ.к. Ушбу тизимлар ишончлилиқ ва хавфсизлиқ бўйича талаблар кенг диапозонида ҳисоб-китобларни таъминлайди.

Прогрессив амалиёт тўлов тизимларнинг электрон тижорат моделларида тўлов тизимлари таклифлари қанчалиқ турли-туман ва кенг бўлса, хусусан «B2C» ва «B2B» моделларида савдо жараёнлар иштирокчилари учун қулай шароитлар яратилади ва электрон тижорат айланмаси ҳажми ўсиши таъминланади.

Умуман олганда, электрон тижоратни ривожлантиришнинг хорижий тажрибаси бўйича якуний хулоса қилиб, қуйидагиларни таъкидлаш лозим:

- электрон тижорат Интернетнинг минтақавай ёки миллий ҳудудларга кириб бориш даражаси юқори бўлган, аҳоли орасида интернет-

фойдаланувчилар сони кўп бўлган ҳолатларда ривожланади. Бунда интернет-фойдаланувчилар кам бўлган бозорларда онлайн-харидлар ҳам кам бўлади, интернет-фойдаланувчилар сони ошиб борса, онлайн-харидлар ҳажми ҳам ўсади;

- иқтисодиётда электрон тижоратни ривожлантириш учун давлат томонидан рағбатлантириш (давлат дастурларни ишлаб чиқиш, техник қўллаб-қувватлаш, рағбатлантирувчи меъёрий ҳужжатларни қабул қилиш ва ҳ.к.) зарур;

- тартибга солиш самарали тизимини яратиш, шу қаторда ташкил қилиш ва тартибга солиш бўйича мукаммал меъёрий ҳужжатларни қабул қилиш, давлат ва солиқ назорати самарали тизимини ташкил қилиш, ушбу соҳани ташкил қилиш ва тартибга солиш юқори малакали мутахассисларни тайёрлаш ва ҳ.к.;

- электрон тижорат инфратузилмасини кенгайтириш, электрон майдонларни яратиш, фирмалар ва компанияларни ушбу майдонларга жалб қилиш, улар томонидан миқдослар учун жозибатор рекламани таъминлаш, реклама интерактив жозибаторлиги, динамизм ва фойдаланиш учун очиклиги бўйича қулай шароитларни яратиш ҳамда рекламани тақдим этишда миллий, халқаро стандартлар ва меъёрларнинг интеграцияси электрон тижорат фаоллаштиришни ошириш учун асос бўлади. Бундан ташқари, таклиф қилинаётган товарлар ёки хизматлар бажаришни интернет ёки корпоратив тармоқлар бўйича рекламани ташкил қилишда турли инструментлардан фойдаланиш мақсадга мувофиқ: видеороликлар, товуш уч ўлчамли тизимлар (3D модель) ва анимация;

- электронтижорат тизимида Интернет тармоғи бўйича савдо транзакцияларни самарали ва тезкор бажариш учун хавфсиз тўлов тизимларнинг ҳар хил турларини ишлаб чиқиш ва татбиқ этиш лозим.

2-БОБ. ЎЗБЕКИСТОНДА ЭЛЕКТРОН ТИЖОРАТ ТИЗИМИ РИВОЖЛАНИШИНИНГ ТАҲЛИЛИ

2.1. Ўзбекистонда электрон тижоратни ташкил этиш ва тартибга солиш ҳозирги вақт ҳолати таҳлили

Ривожланган мамлакатлар тажрибаси шуни кўрсатадики, ҳозирда виртуал иқтисодий муносабатларни ташкил қилиш соҳасида бой тажриба тўпланган, бу эса бозорларнинг барча турларини электрон шаклга ўтказишга имкон беради. Мустақил экспертлар таъкидлашича, ҳозирги вақтда дунёда электрон бозорларнинг улкан арсенали фаолият юритади, уларни анъанавий бозор турлари каби қуйидаги мезонлар ва турлари бўйича таснифлаш мумкин (2.1-расм):



2.1-расм. Электрон бозорлар таснифи

Келтирилган ушбу таснифга мувофиқ ўзбек электрон бозорини таҳлил қиламиз.

Таъкидлаш жоизки, бозор алмашинувиини ташкил қилиш шакли бўйича чакана ва улгуржи электрон бозорларни ажратиш лозим. Улгуржи бозорлар банк институтлари билан (банклараро ҳисоб-китоб тизимлари, фонд бозори

ва биржаларнинг ҳисоб-китоб тизимларидан фойдаланган ҳолда) ишлайди ҳамда электрон тижоратнинг B2B ва G2B моделларига тегишлидир.

B2C ва C2C чакана бозорлари электрон (рақамли) пуллар билан ишлайди, хусусан «WebSum», «Узтулов» ҳамда ҳисоб-китоб картали тизимлардан фойдаланган ҳолда ишлайди.

Иқтисодий мақсадлар бўйича миллий электрон бозорлар ҳолатининг таҳлили шуни кўрсатдики, республикада бозорлар виртуализацияси даражаси бўйича етакчи ўринни молиявий бозорлар эгаллаган.

Қимматбаҳо ва молиявий хизматлар миллий бозорида (G2B, B2B, B2C моделлари) улгуржи ва йирик тўловлар бўйича электрон тўловларни ўтказиш ягона тизимлари ривожланди, хусусан Тошкент фонд биржасидаги қимматбаҳо қоғозлар бирламчи бозорда ҳисоб-китоб тизими (B2B, G2B, B2C моделлари), “Элсис савдо”даги қимматбаҳо қоғозлар иккиламчи бозорда ҳисоб-китоб тизими (B2B, G2B, B2C моделлари), электрон тўловлар банклараро тизими (B2B модели) ҳамда пул ресурслар банклараро электрон бозор тизими (B2B модели). Ушбу бозорлар электрон тижоратни ташкил қилишнинг мукамалроқ шаклга эга, чунки бозор иштирокчилари ўртасидаги муносабатлар автоматик тарзда бажарилади.

Электрон бозорлар ҳолатини баҳолашда уларни икки гуруҳга ажратиш мақсадга мувофиқ. *Бозорларнинг биринчи гуруҳига* тор ихтисосликдаги бозорларни киритса бўлади, хусусан бу қонунда чегаралари белгиланган ҳамда профессионал брокерлар, дилерлар ёки махсус тайёргарлик кўрган мутахассислар ёрдамида савдо жараёнлари бажарилиши кўзда тутилган, иштирокчилар сони чекланган биржалар ёки ихтисослашган бозорларни киритиш лозим. *Бозорларнинг иккинчи гуруҳи* ихтисослашган воситачилар (профессионал иштирокчилар) қатнашиши талаб этилмайдиган бозорлар бўлиб, биринчи гуруҳга қараганда очиқроқ ҳисобланади.

Кўриниб турибдики, юқорида келтирилган тизимлар Республикада бозорларнинг биринчи гуруҳига тегишли эканлигига ишонч ҳосил қилиш мумкин, шунингдек буларга ҳам ашё ва бошқа биржаларни киритиш мумкин.

Ушбу бозорлар тор ихтисослашган ҳамда фойдаланиш учун мураккаб бўлишига қарамай, улар миллий иқтисодиётда нисбатан ривожланган, бунга иқтисодий ўзаро муносабатларнинг тартибга солиши ҳамда бозорлар иштирокчилар хавфсизлиги ва алмашинув пайтида ахборот хавфсизлигига риоя қилиш сабаб бўлади. Бозорларнинг иккинчи гуруҳи биринчига нисбатан тартибга солиниши қийин, нисбатан номаълумлик, иштирокчиларнинг ноаниқлиги, ахборотни ҳимоялаш ёки технологик алмашинувнинг ишлаб чиқилганлик даражасини мураккаб баҳоланиши, ноинсоф контрагентлар учраш эҳтимоли бор, бу эса савдо жараёнининг операцион хавфини (хакерлик, фирибгарлик ва ишончсизлик) оширади. Шу муносабат билан бозорларнинг иккинчи гуруҳи республикада жуда секин суратлар билан ривожланаяпти, шу муаммо ҳатто ривожланган мамлакатларда ҳам мавжуд.

Агар республикамиздаги электрон бозорларни ҳудудий жиҳатдан ўргансак, локал, маҳаллий ва халқаро миқёсларда электрон молия бозорлари меҳнат ва товар электрон бозорлардан фарқли равишда идоралар даражасида нисбатан мукаммал меъёрий базага ҳамда аниқ чегараларга эга. Товарлар турлари бўйича электрон бозорларнинг таҳлили шуни кўрсатадики, халқ истеъмолчилиқ товарлар бозорида асосан тўловлар хизматлари (телефон, “Paynet”, “Websum” ҳисоб-китоблар тизимлари бўйича коммунал хизматлар учун тўловлар), ахборот ресурслари (электрон китоблар, газеталар, журналлар, фильмлар, компьютер дастурлари ва ҳ.к.) устунлик қилишади. Миллий электрон бозорларнинг таклифлари ривожланган мамлакатлар билан қиёслаганда паст даражада қолмоқда ва такомиллаштиришни талаб этади.

Ушбу бозорлар жаҳон амалиётида автоматлаштирилган бозорлар шаклига аллақачон ўзгарган. Электрон бозорларни автоматлаштирилган шаклга ўтиш молия хизматлар, қимматбаҳо қоғозлар, консалтинг хизматлар, компьютер дастурлари ва бошқаларда кузатилади, уларнинг ўзига хослиги савдо жараёнига инсон томонидан аралашиш йўқлигидан иборат. Хусусан, ушбу шартлар дунё молия марказларида (Лондон, Сингапур, Франкфурт, Токио ва б.) валюта ва фонд биржаларда савдо жараёнида бажарилади.

Ўзбекистонда давлат буюртмаси бўйича харидлар бозорида Ўзбекистон Республикаси Президенти томонидан 2011 йил 7 февралда қабул қилинган ПҚ-1475-сонли “Давлат харидлари тизимини мақбуллаштириш ва уларга кичик бизнес субъектларини жалб этишни кенгайтириш тўғрисида” қарори ҳамда 2013 йил 5 апрелда ПҚ-1948-сонли “Электрон харидлар тизимини мақбуллаштириш ва улардан тадбиркорлик субъектларининг фойдаланишини кенгайтириш тўғрисида” қарор ҳамда ЧҚЧ лари каби муҳим меъёрий ҳужжатлар қабул қилишидан кейин сезиларли ўзгаришлар кузатилмоқда.

Сўнгги ҳужжатга мувофиқ Ўзбекистон Республикаси Хусусийлаштирилган корхоналарга кўмаклашиш ва рақобатни ривожлантириш давлат қўмитаси ҳамда Ўзбекистон Республикаси товар хомашё биржаси онлайн режимида электрон корпоратив харидларни амалга ошириш учун алоҳида савдо майдонининг тўлақонли ишлашини таъминлаш учун масъул ҳисобланади.

Бозорларнинг биринчи гуруҳига қарашли Ўзбекистон Республикаси товар хомашё биржасида (ЎзРТХБ) электрон савдоларни таҳлил қилиб кўрамиз.

Ушбу биржада мунтазам савдолар икки савдо платформаларда – биржа ва кўргазма-ярмарка ўтказилади. Биржа платформасида стандарт бир хил хусусиятларга эга, улгуржи партиялар билан сотиладиган ва дастлабки кўрик талаб этилмайдиган товарлар сотилади. Индивидуал истеъмолчилик хусусиятларга эга ҳамда дастлабки кўрикни талаб этувчи товарлар кўргазма-ярмарка тизимида сотилади.

ЎзРТХБ савдо майдони таркибида 12 вилоят филиаллар ҳамда республика ҳудудида ва хорижда (Хитой, Туркия, Латвия, Россия ва б.) 350 дан ортиқ масофадаги савдо майдонлар мавжуд савдо инфратузилмаси эга www.uzex.com ҳисобланади. Биржанинг савдо майдонида товарларнинг 158 яқин гуруҳлари таклиф қилинади.

www.uzex.com Марказий Осиёдаги йирик товар биржа, МДХ мамлакатлар ҳудудида жадал суратлар билан ривожланаётган электрон савдо майдонлардан бири ҳисобланади. Республика ҳудудида ишлаб чиқарилган юқори ликвидли товарларни тенг савдо ҳуқуқларини мамлакатимиз ва хорижий компанияларига таъминлашда муҳим роль ўйнади. Ушбу товарларга металллар (қора ва рангли), турли нефть маҳсулотлари, шакар, пахта, минерал ўғитлар ва ҳ.к. киради.

ЎзРТХБда биржа савдоларида иштирок этиш учун қуйидагилар зарур:

- Биржада аккредитациядан ўтган ҳар қандай брокерлик идораси билан хизмат кўрсатишга (товарни сотиш ёки харид қилиш) шартнома тузиш.

- Биржанинг ҳисоб-китоб клиринг палатасида (ХҚП) шахсий ҳисобни очиш ва ушбу ҳисобга битим бажарилишининг кафолат таъминоти ҳисобланган ҳамда шартномада кўрсатилган омонат суммасини киритиш.

- Биржада рўйхатдан ўтган шартномани олгандан сўнг харидор беш банк кунлар ичида шартномада кўрсатилган қолган пуллари ўтказиши керак.

- Харидордан келиб тушган маблағлари Ҳисоб-китоб клиринг палатада махсус ҳисобларда блокланади ва фақатгина шартнома бажарилган ҳолатда (товар топширилгандан сўнг) блокдан чиқарилади, ёки сотувчи айби билан шартнома мажбуриятлари бажарилмаганда харидорга қайтариб берилади.

- Ҳисоб-китоб клиринг палатаси сотувчига харидорга товарни етказиб бериш бўйича топшириқ беради.

- Томонларнинг бири шартнома мажбуриятларининг бажарилмаганлиги ҳолатида биржа томонидан жабр кўрган томон фойдасига шартномада кўрсатилган жарима ечиб олинади.

Биржада савдоларни ташкил қилишда ҳисоб-китоб клиринг палатаси муҳим ўрин тутди. Ушбу палата биржанинг тузилмавий бўлинмаси бўлиб, шартномалар бўйича биржа субъектлари ўртасида ўзаро ҳисоб-китобларни ташкил қилиш учун масъулдир. Мижоз ахборотининг конфиденциаллиги ва

Клиринг палатасига ўтказилган маблағлар хавфсизлиги Ўзбекистон Республикаси банк қонунчилигига мувофиқ ҳуқуқий қафолатланган.

Шахсий ҳисобни, яъни фойдаланувчининг идентификацион рақамини очиш учун мижоз клиринг палатасида қуйидаги ҳужжатларни тақдим қилиши керак:

- ташкилотнинг фирма бланкасида ҳисоб очиш истаги билдирганлиги тўғрисида хат;
- юридик манзил, имзо ва муҳр билан тўлдирилган қоғоз;
- клиринг хизматлар тўғрисида стандарт шартнома.

Мижознинг идентификацион рақами очилгандан ва берилгандан сўнг у савдоларда қатнашиш учун омонат маблағини ўтказиши керак. Битим тузилиши ва рўйхатдан ўтишдан кейин мижоз қолган пулларни шартномага мувофиқ ўтказилиши шарт. Шартнома бўйича маблағлар етказиб берувчига товарлар (ҳом ашё) харидорлар томонидан эътирозларсиз қабул қилинган, керакли ҳужжатлар эса ЎзРТХБ қошидаги Клиринг палатасига тақдим этилганда етказиб берилади.

Тўловнинг бундай механизми шартнома тузган томонларнинг ўз мажбуриятларни бажаришни таъминлаш мақсадида ишлаб чиқилган. У биржа битими икки томонларнинг шартнома мажбуриятларининг 100% бажарилишини таъминлайди.

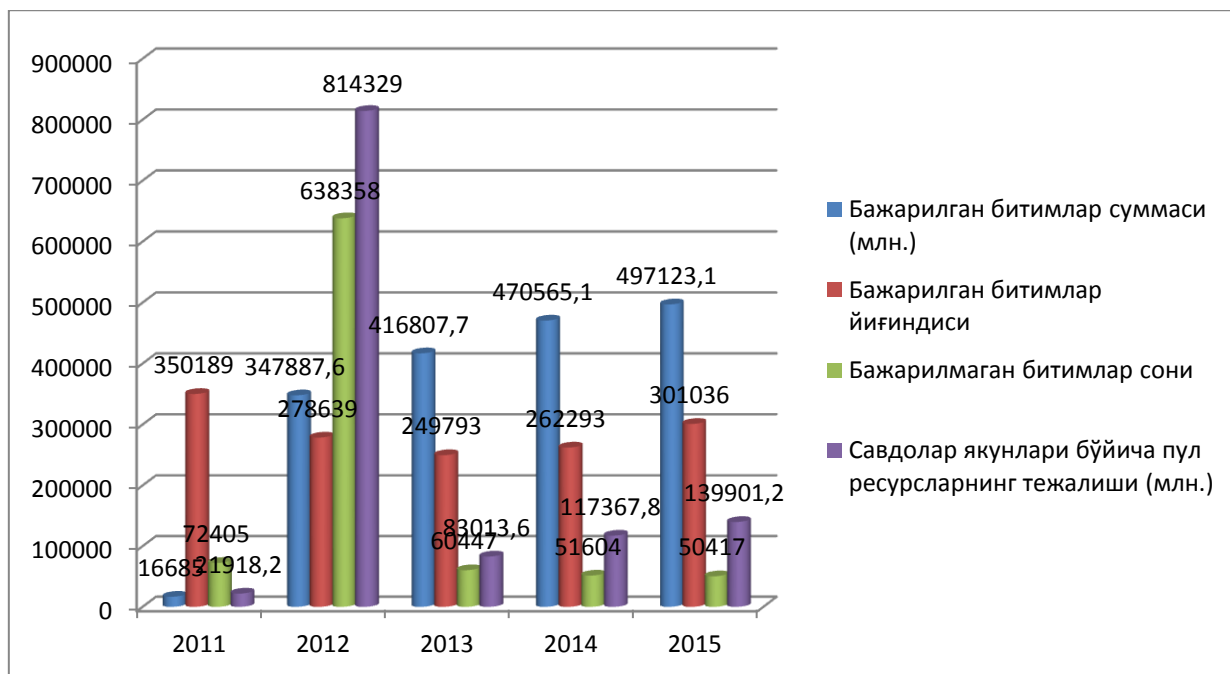
Биржа фаолиятининг янги йўналишларидан бири корпоратив харидлар бўйича “Е-харид” электрон тизими бўлиб, Ўзбекистон Республикаси Президенти томонидан 2013 йил 5 апрелда ПҚ-1948-сонли “Электрон харидлар тизимини мақбуллаштириш ва улардан тадбиркорлик субъектларининг фойдаланишини кенгайтириш тўғрисида” қарори ҳамда Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2013 йил 11 июндаги 166-сонли “Давлат ва корпоратив харидлар жараёнини такомиллаштиришга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида” қарорига мувофиқ 2013 йилдан бери фаолият юритади. Ўтган давр мобайнида электрон корпоратив харидлар механизми табиий монополиялар, давлат унитар корхоналарда давлат улуши

устун бўлган табиий монополиялар субъектлари, корхоналар ва ташкилотлар электрон харидлари бўйича устав фондидаги давлат улуши 50 фоиздан кўп бўлган табиий монополиялар субъектлари, давлат унитар корхоналари ва хўжалик жамиятлари томонидан амалга ошириладиган товарлар (ишлар, хизматлар) харидлар бўйича фаолиятини оптималлаштиришга ҳамда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектларининг корпоратив харидларда иштирокини анча кенгайтирди.

Электрон корпоратив харидлар старт нархларни пасайтиришга йўналтирилган электрон аукцион (ким ошди) савдолар шаклида амалга оширилади ва сўнгги йилларда ўсишнинг юқори кўрсаткичларни намоён қилмоқда.

Электрон ким ошди савдоларни ташкил қилишда ахборот технологиялардан самарали фойдаланиш амалиёти бизнес иқлимни давлат тузилмалар фаолиятининг шаффофлигини ошириш, хўжалик юритувчи субъектлар ишига ноқонуний аралашишга йўл қўймаслик ҳамда давлат харидлар доирасида етказиб берилган товарлар ва хизматларнинг 83% кичик бизнес объектларига тўғри келиши ҳисобига содир бўлди.

2013 йилдан 2015 йилларгача давр мобайнида электрон корпоратив харидлар ҳажми 5 баробарга ошди, яъни 61, млрд. сўм 344,3 млрд сўмгача. Шу билан бирга молия маблағларнинг тежамкорлиги электрон савдолар жараёнида старт нархларни пасайтириш ҳисобига 10,6 млрд. сўмдан 68,4 млрд. сўмгача ошган. Бундан ташқари, ўтган йили товарларни етказиб беришда тадбиркорлик субъектларнинг улуши 98% дан ошиб кетди ҳамда савдолар жараёнидан етказиб берувчилар қарши таклифлар сони 2 дан 7 гача ошди. Бу эса ўз навбатида “E-xarid” тизимида иштирок этиувчи тадбиркорлар орасида рақобат ўсиб боришидан далолат беради (2.2-расм).



2.2-расм. “Е-harid” савдо майдонида битимлар ҳажми ва сони динамикаси³¹

2016 йилга келсак, 9 ой якунлари бўйича корпоратив харидларнинг ҳажми 33,9 млрд. Сўмни ташкил қилди, бу эса ўтган йилнинг ҳудди шу даврнинг кўрсаткичига нисбатан 28% га кўпроқ. Молиявий маблағлар тежалиши ҳам 54,4 млрд. сўмдан 73,9 млрд. сўмгача ошди.

Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2016 йил 27 июлдаги 242-сонли «Ўзбекистон Республика товар-хом ашё биржаси» акциядорлик жамиятининг махсус ахборот портали ҳамда давлат ва корпоратив харидларни амалга ошириш жараёнларини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида» қарори қабул қилинган эди. Ушбу қарорнинг асосий мақсади давлат ва корпоратив харидларнинг шаффофлиги ва рақобатдошлигини ошириш, уларни амалга ошириш жараёнига замонавий ахборот-коммуникация технологияларини жорий этиш ва харидлар жараёнида ҳуқуқбузарликларнинг олдини олиш эди.

Мазкур қарорда биржанинг махсус ахборот порталида давлат ва корпоратив харидлар бўйича ахборотни жойлаштириш ва ошкор қилиш тартиби тўғрисидаги низом тасдиқланди. Унга кўра биржа порталида

мажбурий тартибда харидлар тўғрисида эълонлар, уларнинг режа-жадвали, давлат ва корпоратив харидлар якунлари, статистик маълумотлар, агентлар реестри, биржа товарлари бўйича шаклланган ўртача нархлар ҳақидаги ахборот ва бошқа маълумотлар.

Порталнинг очик қисмида давлат ва корпоратив харидлар натижалари бўйича нархлар даражаси тўғрисида ахборот ҳам мавжуд. Порталнинг ушбу функцияси давлат ва корпоратив харидлар буюртмачилари ва етказиб берувчиларига ўз сўровларини жойлаштиришда товар бозорлар конъюнктурасини ҳисобга олишга имкон беради. Бундан ташқари, фойдаланувчининг шахсий кабинетидида ҳисоб-китоб клиринг палатада пул маблағларни миқдорнинг электрон рақамли имзоси орқали қайтариш функцияси жорий қилинган, шунингдек веб-сайтнинг қидирув тизими оптималлаштирилган.

Шу билан бирга, биржа миқдорлари учун қўшимча қулайликларни яратиш мақсадида давлат ва корпоратив харидлар бўйича баҳслар ва зиддиятларни кўриб чиқиш Махсус комиссия (махсус комиссия) фаолияти соддалаштирилган. Хусусан, табиий монополия субъектлар, давлат улуши устун бўлган корхоналар ва ташкилотларга Махсус комиссияга шахсий кабинет орқали “ноинсоф” етказиб берувчилар реестрга етказиб берувчиларни киритиш учун республика хўжалик судларнинг қарорларини йўналтиришга имкон берувчи электрон модуль жорий қилинган.

Таъкидлаш жоизки, электрон корпоратив харидлар “E-xarid” тизимини такомиллаштириш рақобатнинг янада ривожланиши, электрон савдолар шаффофлиги ҳамда уларни давлат ва ижтимоий назорат қилиш самарадорлиги оширишга шароит яратади.

“IPAY.UZ” – бу ноёб тўлов тизими бўлиб, “uzbex.com” савдо майдончаси томонидан самарали қўлланилади. Ушбу тўлов тизими онлайн режимида пулларни сақлаш ва фойдаланиш учун янги имкониятлар очиб беради.

Биринчи марта Ўзбекистонда бутун жаҳонда машҳур “ipay” тўлов тизимларнинг кўп йиллик тажрибаси мамлакатимиз ҳар қандай нуқтасида аҳоли фойдаланиши учун очиқ бўлди.

Ушбу тўлов тизими қуйидаги имкониятлар беради:

- пулларни ишончли ва хавфсиз жойда – электрон чўнтакда сақлаш;
- интернет-дўконларда харидлар амалга ошириш;
- пулларни ҳисобдан ҳисобга ўтказиш;
- онлайн режимида пул ишлаш;
- хизмат кўрсатиш учун тез ва осон тўловлар амалга ошириш.

“B2C” моделида электрон савдога тўлов карталардан фойдаланиб товарлар ва хизматларни масофадан сотиш амалиётини киритиш мумкин. “B2C” моделдаги электрон тижоратни ривожлантириш навбатдаги босқичи деб рақамли сўмнинг (“WebSum”) пайдо бўлиши деб тан олиш муҳим.

2007 йилда биринчи марта Ўзбекистонда электрон тижорат тўлик циклини (электрон дўконлар очилиши, товарларни Интернет орқали сотиш ва харид қилиш, пул маблағларни чиқариш ва киритиш ва ҳ.к.) ташкил қилиш учун платформа яратилган эди. Аниқроғи эса «WebMoney» ваколатхонаси томонидан Савдогарбанкнинг пластик картасига электрон ҳисобни синов тариқасида улаш амалга оширилиб, электрон тижоратнинг имконият диапазони кенгайтирилди. Бундан ташқари электрон тижорат тизимларни ишлаб чиқиш бўйича республикада бир неча компаниялар яратилган эди, хусусан шу даврда “Multisoft Solutions” (“E-Karmon” савдо маркаси), “Mobile Link Services” (“Mobliss” савдо маркаси) компаниялари, “Unipay”, “E-Pay”, “Superkassa”, “Fast pay” тўлов тизимлари очилди, аммо кейинчалик, аниқроғи 2010 йилда улар бекор қилиниб, уларнинг ўрнига ягона “Ўзтўлов” (Paynet) тизими фаолият юрита бошлади. Ушбу тизим тўловларни ҳисобга олиш биллинг тизимига таянади, яъни истеъмолчи-харидорлардан амалга оширилган тўловлар бир неча дақиқа ичида сотувчи ҳисобига тушади, компания/фирманинг (сотувчининг) бухгалтерлик ҳисоби реал вақт

режимида олиб борилади. Бу тизим онлайн алоқа канали асосида ҳам сотувчи ҳам харидор манфаатларини ҳимоя қилишга қодир.

2010 йилда республикада “Services House” масъулияти чекланган жамияти рўйхатдан ўтди, унинг асосий мақсади электрон тўловлар тизимини ривожлантиришга кўмаклашишдан иборат бўлиб, Интернет тармоғида “WebSum” савдо маркаси остида ўз хизматларни таклиф қилди. Ҳар йили “WebSum” фойдаланувчилар сони ошиб бормоқда, яқин келажакда уларнинг сони бир неча баробар ошиб кетиш кутилмоқда, чунки ҳозирда қабул қилинган давлат дастурлари, хусусан 2016-2018 йиллар учун Ўзбекистон Республикасида Электрон тижоратни ривожлантириш концепцияси Интернет тармоғидаги тўлов тизимларида рақамли пуллардан фойдаланишни кенгайтириш масалаларини кўзда тутган.

“WebSum” тўлов тизими Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2006 йил 3 августдаги ПҚ-433-сонли “Пластик карточкалар асосида нақд пулсиз ҳисоб-китоб тизимини янада ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида” қарорини бажариш учун лойиҳалаштирилган эди.

«WebSum» нинг электрон бозор иштирокчилари учун устунлик жиҳати – бу UzCard ва VisaSum тизимларида ҳамда республиканинг бутун ҳудудида рўйхатдан ўтган банк пластик карталардан фойдаланган ҳолда Интернет тармоғи орқали товарлар ва хизматлари харид қилиш имконияти.

“WebSum” – бу интернетдаги чакана тўловлар тизими бўлиб, фойдаланувчиларга бир зумда товарларни сотиш ва харид қилиш, Интернет тармоғи орқали хизматлар кўрсатиш имкониятини беради. Тизим “B2C” ва “C2C” бизнес-моделлари бўйича тузилган.

Тизимдаги барча ҳисоб-китоблар “WebSum” (WSM) қайд бирликлари ёрдамида амалга оширилади. WSM қайд бирлиги – ғазначилик томонидан миллий ўзбек сўми эквиваленти ҳисобланиб, 1 (бир) сўм 1 (бир) WSM га тенг (1 WSM = 1 сўм).

“WebSum” тизими орқали Ўзбекистонда Arba.uz, Comfy.uz, Nav.uz, Tabaka.uz, Matras.uz, Beanbag.uz, Korzinka.uz, Avtech.uz, Nazakaz.uz, Hilolnashr.uz, Vampodarok.uz ва бошқа интернет-дўконларда савдо амалга оширилади.

“WebSum” тўлов тизими билан биргаликда электрон тижорат тизимига “Click”, “Payme” ва ҳ.к. тизимлар кириб келди.

“Click” тизими – бу мобил банкинг тизими бўлиб, жисмоний шахсларга мобил телефон ёрдамида (USSD\SMS-портالي орқали) ёки Интернет орқали операторлар, интернет-провайдерлар хизматлари учун тўловлар амалга ошириш; пул маблағларни боқша жисмоний шахсларга, савдо-сервис корхоналарига ўтказиш (супермаркетлада харидлар, кинотеатрлар, ресторанларда тўловлар ўтказиш); интернет-дўконларда онлайн-харидларни бевосита ўз банк ҳисобидан амалга оширишга имкон беради.

“Click” тизими орқали тўловлар икки усулда амалга оширилади: Интернет-сайт ёки пластик картанинг ҳисобига ёки депозит ҳисобига уланган мобил телефоннинг USSD-сўрови ёрдамида.

Мазкур тизимларнинг фойдаланиш кўлами йилдан йилга кенгайиб бормоқда, замонавий оила ушбу тизимларсиз ҳаётини тасаввур қила олмайди, улар ёрдамида ҳажми анъанавий тарзда қайта ишлаш мураккаб бўлган чакана (майда) тўловлар амалга оширилади. Ушбу тизимлар нафақат тўловларни ўтказиш тезкорлигини оширади, балки транзакцион харажатлар ҳажмини қисқартиради.

“Click” асосий имкониятлари:

- мобил телефон ёки интернет ёрдамида жисмоний шахснинг бевосита банк ҳисобидан нақд маблағларсиз тўловларни амалга ошириш;
- тақдим этилган ҳисоблар ussd/sms/web-портал ёрдамида бошқариш;
- пул маблағларни “click” тизимининг бошқа фойдаланувчиларига пул маблағларни ўтказиш;
- пул маблағларни ҳисобдан ҳисобга ўтказиш;

- баланснинг доимий ишчи ҳолатда сақлаб туришга имкон берувчи “автотўлов” хизматини фаоллаштириш;
- тўловлар тарихини кузатиш;
- банк ҳисобларнинг қолдиғини онлайн режимида текшириш;
- банк ҳисоблари бўйича sms-хабарлар;
- кредитни тўлаш ва ҳ.к.

Биринчи навбатда шуни таъкидлаш керакки, ҳозирги вақтда миллий иқтисодиётда фойдаланилаётган карталар онлайн карталар технологиясида асосланган.

Йилдан йилга алоқа тизими такомиллашиб бормокда, Интернет тармоғи фойдаланувчилар сони кенгайиб бормокда, дунё тармоғининг ўзбек сегментида веб-сайтлар сони ошиб бораяпти. Таъкидлаш жоизки, “Uzcard” тўлов тизимининг ривожланиши, юқори технологиялардан фойдаланиш, шунингдек Интернет тармоғининг имкониятларининг кенгайиши электрон бозорлар иштирокчилар имкониятларини оширади.

Миллий ишлаб чиқарувчилар бозорлар чегараларини кенгайтиришда Интернет глобал тармоғидан самарали фойдаланиш мақсадида Ўзбекистон Республикаси ташқи иқтисодий алоқалар, инвестициялар ва савдо вазирлиги БМТ РЛ “Савдони ривожлантиришга кўмаклашиш” лойиҳаси билан биргаликда “UzTrade” электрон ташқи савдо майдони ишлаб чиқилган эди. “UzTrade” электрон майдони яратилишнинг асосий мақсади ташқи бозорларга миллий маҳсулотларни олиб чиқишни кенгайтиришдан иборат эди. “UzTrade” майдони Интернет глобал тармоғида 2016 йил май ойидан бошлаб ўз фаолияти юрита бошлади. Шуни таъкидлаш жоизки, “UzTrade” Ўзбекистоннинг биринчи электрон ташқи платформа бўлиб, унинг ёрдамида республикадаги ҳар қандай корхона хорижий харидорлар учун барча зарур ахборот, шу қаторда ишлаб чиқарилаётган маҳсулотлар сифат ва техник параметрлар, етказиб бериш шартлари ва товарларнинг экспорт нархлари тўғрисида маълумотлар жойлаштирилган ўзининг интернет-саҳифасини яратишга имкон беради. Бундан ташқари, “UzTrade” корхонанинг шахсий

кабинетини яратиш кўзда тутилган, аниқроғи ушбу корхоналарнинг экспорт шартномалар тузиш шартлари бўйича харидорлар билан музокаралар олиб боровчи профессионал ходимлар учун.

“UzTrade” электрон бозори экспорт операцияни олиб бориш бўйича профессионал кўллаб-қувватлашни кўзда тутди, хусусан экспорт шартномани расмийлаштириш, ташқи савдо бозорларида маркетинг ҳамда экспортга маҳсулотларни олиб чиқиш масалаларида ойдинлик киришда Ўзбекистон Республикаси ташқи савдо вазирлиги ва “Ўзтадбиркорэкспорт” АЖ томонидан ахборот кўллаб-қувватланишни кўзда тутди.

“UzTrade” электрон савдо майдони Ўзбекистоннинг савдо тизимларни жаҳон савдо тизимлари билан уйғунлаштириш учун хизмат қилади, шу билан бирга Интернет глобал тизимида миллий ишлаб чиқарувчилар ва экспортёрларнинг ахборот жойлаштириши таъминлайди.

Кўпгина муваффақиятли ривожланаётган мамлакатлар тажрибаси шунини кўрсатадики, электрон тижорат замонавий инструментларини татбиқ қилиш ва фойдаланиш савдонинг янада ривожланиши ва экспорт фаолиятига кичик бизнес корхоналарни кенг жалб қилишнинг асосий омиллардан бири бўлди.

Экспортчи-корхоналар фаолиятини рағбатлантириш мақсадида Ўзбекистонда экспорт қилувчи корхоналарга ташқи бозорларга маҳсулотларни олиб чиқишда кўмаклашиш учун имтиёзлар тизими жорий этилган, ташқи савдо процедуралар анча соддалаштирилган, ихтисослаштирилган тузилмалар яратилган. Шу мақсадларда ҳам “UzTrade” электрон ташқи савдо майдони ишлаб чиқилган эди.

Электрон тижорат тизимининг инфратузилмасини “B2C” моделида кенгайтириш ҳамда қулай шарт-шароитларни янада такомиллаштириш учун Ўзбекистон Республикаси Миллий банки 2016 йилда “MasterCard” халқаро тўлов тизимининг принципиал аъзоси мақомига эга бўлди. Бундан ташқари, ушбу банк 1993 йилда бери “Visa” халқаро тўлов тизимининг аъзоси ҳисобланади. Яқин келажакда мамлакатимиз савдо-сервис корхоналари ўз

маҳсулотларини Интернет тармоғи орқали нафақат “Visa” карталари, балки “MasterCard” карталари ёрдамида амалга оширишлари мумкин бўлади.

2016 йил 1 январь ҳолати бўйича статистикага кўра Ўзбекистон Республикаси ташқи иқтисодий фаолият миллий банки муомалага тахминан 112 мингта “Visa” халқаро карталарини чиқарди, “Visa” халқаро карталар бўйича савдо-сервис корхоналарда айланма 42,8 млн. АҚШ долл. ташкил қилди, уларга хизмат кўрсатиш бўйича банкоматлар сони – 11, улар бўйича савдо-сервис кўрсатувчи корхоналар сони – 120. “Visa” халқаро карталар бўйича ҳисоблардаги қолдиқлар суммаси 15,5 млн АҚШ долл. ташкил қилди. Бундан ташқари, Ўзбекистон Республикаси ташқи иқтисодий фаолият миллий банки мулоқотсиз карталар инфратузилмасини яратиш устидан иш олиб бормоқда, жорий йилда POS-терминалы орқали “Visa” ва “MasterCard” мулоқотсиз халқаро карталар эквайринг лойиҳасини ишга туширишни режалаштирган.

2.2. Ўзбекистонда электрон тижорат тизими ривожланишига таъсир этувчи омиллар таҳлили

Замонавий иқтисодиёт назарияси ва амалиёти реал ва молия секторларнинг ҳолати биринчи навбатда савдони ташкил қилиш даражаси ва шаклига боғлиқ. Савдо тижоратнинг муҳим бўғини ҳисобланиб, иқтисодиёт ишлаб чиқариш ва ортиқча ишлаб чиқариш генератори бўлиб хизмат қилади. Шу муносабат билан, фан ва технологиялар янги ютуқларидан фойдаланиш асосида тижоратни ташкил қилиш жараёнини такомиллаштириш масаласи ҳам миллий иқтисодиётимиз, ҳам жаҳон иқтисодиёти учун долзарблигича қолмоқда.

Ҳозирги вақтда замонавий иқтисодиёт фанида янги тенденциялар, тармоқлар, иқтисодий атамалар шаклланиб бормоқда, жумладан электрон савдо майдони, савдо, тижорат, бизнес, ҳукумат, электрон пуллар ва ҳ.к.

Бунинг ҳаммаси фан ва амалиёт иқтисодиётда хўжалик юритувчи субъектлар орасида иқтисодий муносабатларни электрон форматга ўтказиш соҳасида янги имкониятлар ва ёндашувлар излашдан далолат беради.

Миллий ва жаҳон иқтисодиётида бизнесни ташкил қилишнинг таҳлили шуни кўрсатдики, иқтисодиётнинг барча субъектлари, электрон тижоратга катта қизиқиш билдиришига қарамасдан, уларнинг ушбу соҳасида амалиёт ҳаракатлар ҳали етарли даража эмас.

Шунингдек, Ўзбекистонда савдо бўйича ўтказилган таҳлил ҳамда фаолият юритувчи бизнесни “электрон йўллар”га ўтказиш қуйидаги тўсқинлик қилувчи омиллар ва сабаблар борлигини кўрсатди:

- харидор ва сотувчида муҳим маълумотларни, мисол учун кредит карта тўғрисида ахборотни узатишда психологик тўсиқ;
- ахборот агентликларнинг молия ва ишлаб чиқариш секторлари билан ҳамкорликни ташкил қилиш паст даражада;
- электрон савдода хавф-хатарлар (меъёрий, молиявий, фирибгарлик, хакерлик ва ҳ.к.) мавжудлиги;
- битим тузган томонларнинг рақамли имзоларни тан олиш мураккаблиги, тизим ҳимояси учун криптографик ишланмаларнинг паст даражаси;
- яхши мутахассисларнинг йўқлиги, электрон савдо бўйича маслаҳатчилар, ташкил этувчи дастурчи-тизимчилардан тортиб ушбу тизим фойдаланувчиларнинг электрон саводхонлигигача йўқлиги;
- ахборот логистикаси ва товарларни етказиб бериш логистикаси ривожланмаганлиги;
- меъёрий базани янада такомиллаштириш ва ушбу тизим фойдаланувчиларнинг ҳуқуқий билимларини ошириш зарурлиги ва бошқалар.

Ахборот хавфсизлиги электрон тижоратнинг бош вазифаси ҳисобланади. Интернет-фойдаланувчиларнинг ижтимоий сўровлари электрон тижоратни ривожлантиришда тўсқинлик қилувчи муҳим омил деб

инсонларнинг психологик жиҳати тан олинган, унга кўра кўпчилик фойдаланувчилар Интернет-муҳитида фирибгарлар қурбони бўлиш хавфини кўрсатишган. Интернет потенциал товарлар ва хизматлар харидорлари ва сотувчилар учун хавфли муҳит бўлиб қолмоқда. “B2C” моделида электрон тижоратни ташкил қилишда тизим харидорнинг шахсий маълумотларини сўрайди, хусусан унинг карта ҳисоблари билан боғлиқ маълумотларни. Шу пайтда пул ресурсларни йўқотиш хавфи билан боғлиқ харидорнинг психологик тормозланиш ишга тушади ҳамда бу битимнинг амалга оширилмаслиги ва инкор қилиш учун сабаб бўлади.

Харидорнинг пул ресурсларни йўқотиш қўрқуви киберфирибгарлар масофадан ҳаракатланиб бир неча дақиқаларда тиклаб бўлмас зарар етказиши мумкин, уларни қўлдан ушлаш ва уларнинг манзилени топиш жуда қийинлиги билан боғлиқ. Бунинг ҳаммаси электрон тижоратни ривожлантириш учун психологик тўсиқ бўлади. VISA карталар фойдаланувчиларнинг ҳаракатлари таҳлил қилинганда маълум бўлдики, электрон савдо тизимида эҳтимолли транзакцияларнинг 23% электрон дўкон томонидан сўралган харидорларнинг шахсий маълумотларни киритишдан кўрқиш туфайли амалга оширилмай қолади. Интернет-дўконлар кўп жиҳатдан савдо ресурсларга эмас, ахборот порталларга ўхшайди.

Тадқиқотлар амалиёти шуни кўрсатадики, ҳозирги вақтда киберўғрилар учун жозибадор объект сифатида юридик шахслар хизмат қилади, чунки ҳисобларда қолдиқлар ҳажми ҳамда тўлов транзакциялар мунтазамлиги билан уларни ўзига тортади, жисмоний шахсларнинг ҳисоблари эса унчалик жозибадор ҳисобланмайди. Бундан ташқари, етакчи хорижий мутахассислар фикрича электрон тижорат жараёни ривожланиши асосан ахборот хавфсизлиги соҳасида тараққиёт билан белгиланади.

Ахборот хавфсизлиги – ахборотнинг тасодиғий ёки олдиндан белгилаб қўйилган таъсирларга чидамлилиқ, ахборот эгасига ёки фойдаланувчига моддий зарар кўрсатишга олиб келадиган маълумотларни ўчириш, бузиш ёки бегона шахсларга етказиш хавфи бўлмаган ҳолат.

Ҳар қандай тижорат ахборот автоматлаштирилган тизимнинг асосий мақсади – молиявий йўқотишларни олдини олиш, реал хавф-хатарлар шароитида ушбу инструментарий эгаси ва фойдаланувчилар томонидан фойда кўриш.

Жаҳон иқтисодиётида электрон тижорат ривожланиш тажрибаси шуни кўрсатадики, ушбу секторни рағбатлантириш учун ахборот агентликлар молия ва ишлаб чиқариш секторларнинг тузилмалар билан самарали ҳамкорлик йўлга қўйиш зарур. Мазкур ҳамкорликнинг натижаси ҳам ахборот агентликлар, ҳам молия ва ишлаб чиқариш тармоқларнинг муваффақиятли бизнес юритиши бўлди. Ахборот агентликлар ва тегишли тармоқлар бизнес соҳасида ҳамкорликни амалга ошириб Интернет тармоғида муваффақиятли бизнес юритиш учун жуда муҳим элементларни тақдим этишади. Мисол учун, турли хилдаги маҳсулотларни тақдим этиш, жумладан, Интернет тармоғида молия сектори хизматлари ҳамда ишлаб чиқариш сектори товарлари/хизматларини тақдим этиш учун Интернет тармоғи орқали товарлар ва хизматларни сотиш жараёнини ахборот агентликларнинг профессионаллари амалга ошириши муҳим омил ҳисобланади. Ўз навбатида ахборот агентликларнинг электрон тижорат тизимидаги бизнеси ишлаб чиқариш субъектлари учун ахборот тақдим қилиш хизматларидан иборат. Шу билан бирга ахборот агентликлар реал ва молия тармоқлари билан ҳамкорликни кенгайтириб ўз бизнесини ҳам ривожлантиради.

Ахборот, ишлаб чиқариш субъектларнинг самарали ҳамкорлик хавфсизлик, тезкорлик ҳамда электрон тижорат тизим фойдаланувчилари учун ижтимоий-иқтисодий шароитларни таъминлайди. Натижада электрон тижорат тизими интернет-фойдаланувчилар томонидан қўллаб-қувватланади ва ушбу тизимларга уларнинг ишонч ошади.

Электрон тижорат тизимида ахборотнинг криптографик ҳимояси долзарб масалалардан бири ҳисобланади. Криптографик тизим кучли ҳисобланади, агар у асосланган шифрлаш алгоритмлари, рақамли имзо

алгоритмлари, бир томонлама хеш-функциялар ва хабарларни идентификация қилиш кодлари кучли бўлса.

Агар юқорида келтирилган ҳимоя усулларнинг бирини бузиб ўтиш эҳтимоли бўлса, у ҳолда бутун тизими бузилиш эҳтимоли мавжуд.

Ахборот ҳимоялаш даражасининг ўтказилган сараланган таҳлили шуни кўрсатдики, хакерлик хужумлардан ахборотни ҳимоялаш даражасини баҳолаш қийин, чунки амалда мураккаб тузилмага эга шифрлаш тизимлари мавжуд, аммо хабарлар идентификацияси тизимининг бузилиш эҳтимоли мавжуд.

Рақамли имзоларни худди оддий имзони қалбақилаштириш каби бузилиш хавфи бўлиши мумкин, шунинг учун рақамли имзоларни тан олиш, айниқса очиқ тармоқларда паст даражалигича қолмоқда. Таъкидлаш жоизки, ушбу муаммо халқаро амалиёт учун ҳам долзарб бўлиб қолмоқда. Ушбу масаланинг ечимида ахборот хавфсизлигини стандартлаш усулига мурожаат қилинади. Ҳаммага маълумки, стандартлаш товарлар ва хизматлар сифатини таъминлашнинг турли хил методикаларидан бири ҳисобланади.

1990 йилда Стандартлаш бўйича халқаро ташкилот (ISO) томонидан умумий фойдаланиш учун ахборот технологиялар хавфсизлигини баҳолаш мезонлари бўйича “Common Criteria” (“АТ хавфсизлигини баҳолаш умумий мезонлари”) Халқаро стандарти ишлаб чиқилган эди. Ушбу стандартнинг ишлаб чиқувлар қуйидагилар ҳисобланади: Стандартлар ва технологиялар миллий институти ва Миллий хавфсизлик агентлиги (АҚШ), Коммуникация хавфсизлиги муассасаси (Канада), Ахборот хавфсизлиги агентлиги (Германия), Коммуникация миллий хавфсизлиги агентлиги (Голландия), АТ хавфсизлиги ва сертификацияси Дастурини амалга ошириш органлари (Англия), Тизимлар хавфсизлигини таъминлагш маркази (Франция). Стандартнинг якуний тасдиғидан сўнг унга ISO 15408 рақами берилди. Ушбу стандарт ахборот технологиялар хавфсизлиги дунё миқёсда баҳолаш натижаларини тан олиш учун хизмат қилади. Улар ахборот технологиялар тизимлари ва воситалари хавфсизлиги функцияларига умумий талаблар

тўплами, шунингдек уларга нисбатан синовдан ўтиш жараёнида қўлланиладиган кафолатлар асосида ахборот хавфсизлиги ҳамда эҳтимолли хавф-хатарларни мустақил баҳолаш натижаларини таққослашга имкон беради.

Ахборот хавфсизлигини таъминлаш бўйича ишлаб чиқилган халқаро стандартнинг бош хусусияти ахборот хавфсизлигига талаблар тўлиқлиги, шунингдек қўлланиш учун қулайлик ҳамда кейинчалик фан ва техника сўнгги ютуқларини ҳисобга олган ҳолда ривожланиш учун очиқлик. Мазкур стандарт ахборот технологиялар хавфсизлиги функцияларини ишлаб чиқишда методологик база бўлиб хизмат қилиши мумкин. Бундан ташқари, ушбу стандартга мос тижорат маҳсулотлар харидида у турли хил хавф-хатарлардан кафолат сифатида хизмат қилади. Тизимнинг ахборот хавфсизлиги функцияларини халқаро стандарт бўйича ташкил қилиш тизимини шундай даражада сақлаб турадики, унда кибержиноятчилар ва бошқа омиллар билан боғлиқ хавф-хатар анча паст даражада бўлади.

Хорижда ушбу стандартнинг ишга тушиши ва жорий этилиши билан бир вақтда ҳисоблаш тизимларнинг ахборот хавфсизлигини таъминлашга йўналтирилган янги стандартлаштириладиган архитектурани ишлаб чиқиш амалга оширилмоқда. Масалан, дунёнинг турли мамлакатларнинг ҳисоблаш техника ва коммуникациялар ишлаб чиқариш бўйича 200 га яқин етакчи фирмаларни бирлаштирувчи “Open Group” халқаро ташкилоти кўрсатлиган мезонларни ҳисобга олиб тижорат автоматлаштирилган тизимлар учун янги ахборот хавфсизлик архитектурасини ишга туширди. Бундан ташқари, “Open Group” стандартлаш бўйича ҳужжатларни тез ва сифатли жорий қилишга кўмаклашувчи ўқув дастурларни яратади. Агар юқорида келтирилган ҳимоя усулларнинг бирини бузиб ўтиш эҳтимоли бўлса, у ҳолда бутун тизими бузилиш эҳтимоли мавжуд.

Ахборот ҳимоялаш даражасининг ўтказилган сараланган таҳлили шуни кўрсатдики, хакерлик ҳужумлардан ахборотни ҳимоялаш даражасини баҳолаш қийин, чунки амалда мураккаб тузилмага эга шифрлаш тизимлари

мавжуд, аммо хабарлар идентификацияси тизимининг бузилиш эҳтимоли мавжуд.

Рақамли имзоларни худди оддий имзони қалбақилаштириш каби бузилиш хавфи бўлиши мумкин, шунинг учун рақамли имзоларни тан олиш, айниқса очик тармоқларда паст даражалигича қолмоқда. Таъкидлаш жоизки, ушбу муаммо халқаро амалиёт учун ҳам долзарб бўлиб қолмоқда. Ушбу масаланинг ечимида ахборот хавфсизлигини стандартлаш усулига мурожаат қилинади. Ҳаммага маълумки, стандартлаш товарлар ва хизматлар сифатини таъминлашнинг турли хил методикаларидан бири ҳисобланади.

1990 йилда Стандартлаш бўйича халқаро ташкилои (ISO) томонидан умумий фойдаланиш учун ахборот технологиялар хавфсизлигини баҳолаш мезонлари бўйича “Common Criteria” (“АТ хавфсизлигини баҳолаш умумий мезонлари”) Халқаро стандарти ишлаб чиқилган эди. Ушбу стандартнинг ишлаб чиқувлар қуйидагилар ҳисобланади: Стандартлар ва технологиялоар миллий институти ва Миллий хавфсизлик агентлиги (АҚШ), Коммуникация хавфсизлиги муассасаси (Канада), Ахборот хавфсизлиги агентлиги (Германия), Коммуникация миллий хавфсизлиги агентлиги (Голландия), АТ хавфсизлиги ва сертификацияси Дастурини амалга ошириш органлари (Англия), Тизимлар хавфсизлигини таъминлагш маркази (Франция). Стандартнинг якуний тасдиғидан сўнг унга ISO 15408 рақами берилди. Ушбу стандарт ахборот технологиялар хавфсизлиги дунё миқёсда баҳолаш натижаларини тан олиш учун хизмат қилади. Улар ахборот технологиялар тизимлари ва воситалари хавфсизлиги функцияларига умумий талаблар тўплами, шунингдек уларга нисбатан синовдан ўтиш жараёнида қўлланиладиган кафолатлар асосида ахборот хавфсизлиги ҳамда эҳтимолли хавф-хатарларни мустақил баҳолаш натижаларини таққослашга имкон беради.

Ахборот хавфсизлигини таъминлаш бўйича ишлаб чиқилган халқаро стандартнинг бош хусусияти ахборот хавфсизлигига талаблар тўлиқлиги, шунингдек қўлланиш учун қулайлик ҳамда кейинчалик фан ва техника

сўнгги ютуқларини ҳисобга олган ҳолда ривожланиш учун очиқлик. Мазкур стандарт ахборот технологиялар хавфсизлиги функцияларини ишлаб чиқишда методологик база бўлиб хизмат қилиши мумкин. Бундан ташқари, ушбу стандартга мос тижорат маҳсулотлар харидида у турли хил хавф-хатаролардан кафолат сифатида хизмат қилади. Тизимнинг ахборот хавфсизлиги функцияларини халқаро стандарт бўйича ташкил қилиш тизимини шундай даражада сақлаб турадики, унда кибержиноятчилар ва бошқа омиллар билан боғлиқ хавф-хатар анча паст даражада бўлади.

Хорижда ушбу стандартнинг ишга тушиши ва жорий этилиши билан бир вақтда ҳисоблаш тизимларнинг ахборот хавфсизлигини таъминлашга йўналтирилган янги стандартлаштириладиган архитектурани ишлаб чиқиш амалга оширилмоқда. Масалан, дунёнинг турли мамлакатларнинг ҳисоблаг техника ва коммуникациялар ишлаб чиқариш бўйича 200 га яқин етакчи фирмаларни бирлаштирувчи “Open Group” халқаро ташкилоти кўрсатлиган мезонларни ҳисобга олиб тижорат автоматлаштирилган тизимлар учун янги ахборот хавфсизлик архитектурасини ишга туширди. Бундан ташқари, “Open Group” стандартлаш бўйича ҳужжатларни тез ва сифатли жорий қилишга кўмаклашувчи ўқув дастурларни яратади.

Электрон тижорат соҳаси Ўзбекистонда янги фаолият тури ҳисобланади, шунинг учун ҳозирги вақтда юқори малакали мутахассисларга эҳтиёж жуда юқори, хусусан электрон савдо бўйича маслаҳатчилар, ташкилотчилар ва тизим дастурчилари ва бошқа мутахассислар жуда зарур. Бундан ташқари электрон савдо тизимларда ишлаш бўйича фойдаланувчиларнинг кўникмаларини ривожлантириш ва билим даражасини ошириш талаб этилади. Бу йўналишда республикада фаол иш олиб борилмоқда, жумладан ҳозирда Ўзбекистонда олий ва ўрта таълим муассасалари ўз фаолиятини керакли мутахассисларни тайёрлашга йўналтиришган, шу билан бирга ўқув дастурларни шакллантириш ҳамда мутахассисларни тайёрлаш жараёнида ўқув жараёнининг сифати яхшилаш бўйича амалий чора-тадбирлар амалга оширилган.

Одатда электрон тижоратнинг ривожланиши тегишли асос бўлишини, биринчи навбатда ривожланган ахборот логистика ҳамда товарларни етказиб бериш логистикасига эга мукамал инфратузилма мавжуд бўлиши талаб этади. Юқорида таъкидлангандек, Ўзбекистонда электрон тижоратни ташкил қилиш ривожланишнинг дастлабки босқичида бўлиб, ахборот логистика ва товарларни етказиб бериш билан боғлиқ масалаларни ечиш керак.

Ҳозирги вақтда Ўзбекистонда почта-курьерлик хизматларни тақдим этувчи 30 га яқин компаниялар фаолият юритади. Ўзбекистонда курьерлик хизматлар ёрдамида онлайн-дўконлар орқали импорт товарларни харид қилиш сўнгги уч йил ичида анча оммалашиб кетди. Мамлакатимизда фаолият юритувчи почта-курьерлик операторларнинг умумий ўртача йиллик маблағлар айланмаси ҳар хил мутахассислар баҳоланишича 20 млн. дан 50 млн. гача АҚШ долл. ташкил қилади.

Мисол учун логистик компанияларни ташкил қилиш Хитой амалиёти олсак, ушбу мамлакатда логистик компаниялар Хитойнинг “Логистик корхоналар таснифи ва баҳолаш кўрсаткичлари” стандартига мувофиқ таснифланади. Ҳозирги вақтда фақатгина “А” синфда – 1500 дан ортиқ компаниялар, “5А” синфида эса – 100 дан ортиқ логистик компаниялар бор.

Сўнгги йиллар ичида Хитойнинг логистика саноати нисбатан юқори суратларда ўсди ҳамда мамлакатнинг иқтисодиётини барқарор ривожлантиришни таъминлашда муҳим ўрин тутди. Ҳозирги вақтдаги босқичда логистикага харажатлар улуши Хитой ЯИМда 18% дан ошиб, 8,5 трлн. юань ташкил қилади, ўсиш суратлари йилига ўртача 18,5% ташкил қилди. Хусусан, Хитойда юкларни транспортировка қилишга йиллик харажатлар 16% ўсишни ташкил қилиб, 4,5 трлн. юаньдан ошди, маъмурий харажатлар йилига 19% ўсиш билан 1 трлн. юаньни ташкил қилди, омборхона харажатлари йилига 23% га ўсиш билан 3 трлн. юаньни ташкил қилди. Хитой бутун логистика саноатининг йиллик қўшимча қиймати 3,2 трлн. дан ортиқни ташкил қилиб, ўртача йилига 14% ўсишни кўрсатди. Хитойда логистика саноатининг умумий йиллик айланма 160 трлн. Юаньдан

ортиқ ташкил қилиб, йилига ўртача 13% ўсди. Тузилма нуқтаи назаридан Хитойда саноат маҳсулотлар логистикаси умумий айланма йилига 145 трлн. юаньни ташкил қилиб, йилига ўртача 13% га ошиб борди. Хитойнинг умумий логистика айланмасида саноат маҳсулотларнинг улуши 90% дан кўпроқни ташкил қилади ҳамда ялпи логистик айланма ўсишининг муҳим омили ҳисобланади. Импорт маҳсулотнинг умумий йиллик айланмаси 11 трлн. юаньдан ортиқни ташкил қилиб, йилига тахминан 4,5% га ўсган. Хитойда қишлоқ хўжалик маҳсулотлар, қайта тикланадиган ресурслар ва аҳолисининг логистик айланмаси йилига мос равишда 5%, 20% ва 18% ўсган. Хитойнинг логистика саноатининг асосий капиталга инвестициялар йилига 3 трлн. юаньни ташкил қилиб, йилига ўртача 10% га ўсган. Авто йўллар ва денгиз йўллар соҳасида асосий капиталга умумий йиллик инвестициялар 8% га етиб боради ва йилига 1,5 трлн. юаньни ташкил қилади.

Сўнгги йиллар ичида Хитойнинг логистика саноатида йирик рақобатбардош компаниялар гуруҳлари ҳосил бўлиб, улар бозорда муҳим ўрин тутишади ҳамда экспресс етказиб бериш, автомобил юк ташишлар, автомобиллар, дорилар, тамаки, энергия манбаларни ташиш ва бошқа сегментларда логистик хизматлар кўрсатишда ихтисослашган.

Сўнгги йилларда Хитойда логистик сервислар ҳамда логистик ахборот платформалар, бизнес бошқарув ахборот тизимлари, мобил ахборот сервислар, буюмлар Интернети ва ҳ.к. ахборотлаштириш воситаларнинг интеграцияси ва интеллектуализацияси сезиларли даражада ошди. Логистика соҳасида мавжуд миллий сиёсат таъсирида Хитойнинг логистика саноати изчиллик билан тармоқ тузилмасини босқичма-босқич тартибга солиш суратларини ошириб, логистик компанияларни йириклашиш ва сервислар ихтисосланиши, турли бирлашиш йўналишида ривожланишига шароит яратилган.

Бизнинг фикримизча электрон тижоратнинг логистик инфратузилмасининг ривожланиши электрон савдо тизимига почта алоқаси институтини самарали жалб қилиш эвазига таъминланиши мумкин. Ҳозирги

вақтда почта алоқаси институтларнинг бизнес-режалари электрон тижоратнинг замонавий талабларига жавоб беришга мўлжалланган бўлиши керак, бу эса ўз навбатида почта бўлинмалар маҳсулотларнинг ҳажми ўсишини таъминлайди.

Рақобат бозорида почта компанияларнинг сотувчи-компаниялар билан харидорлар талабларига мос маҳсулотларни ишлаб чиқариш учун ҳамкорликни йўлга қўйиш керак.

Виртуал бозорлар ривожланишига тўсқинлик қилувчи омилларни яққол кўриш учун электрон бозорлар технологик тузилмасини кўриб чиқамиз.

Электрон тижорат тизимида товарларни етказиб бериш логистикасини такомиллаштириш учун мамлакат ичида ҳамда унинг чегарасидан ташқарисида етказиб бериш каналларнинг интеграцияси талаб этилади. Бу масалада Бутун жаҳон почта иттифоқи муҳим роль ўйнаши мумкин. Ўзбекистон ушбу ташкилотнинг тўлақонли аъзоси ҳисобланади. Бутун жаҳон почта иттифоқи ҳукуматлар, тайинланган операторлар ва тартибга солувчи органлар миқёсида барча аъзоларни жалб қилиб, электрон савдо соҳасида умумий стратегияни кўриб чиқишга кафолат бериши мумкин.

Электрон тижоратнинг ривожлантириш йўналишлардан бири “е-банкинг”, “е-тўловлар”, “е-ҳисоблар” ва ҳ.к. шаклдаги молия хизматларни шакллантириш ҳисобланади. Электрон форматдаги хизматлар халқаро бозорида Япония, Жанубий Корея, Италия каби мамлакатлар етакчи ўринларни эгаллаган. Электрон тижорат тизимида товарларни етказиб беришда суғурта қилиш хизматлари муҳим аҳамиятга эга, бу эса суғурта компаниялар учун қўшимча объект, электрон савдо иштирокчилари учун эса битимларни муваффақиятли яқунлашнинг кафолати бўлиши мумкин.

Бундан ташқари, электрон тижорат тизимида муҳим роль меъёрий базага тегишли ҳисобланади, шунинг учун уни такомиллаштириш зарурати бор. Ушбу долзарб масала 2016-2018 йиллар даврида Ўзбекистон Республикасида электрон тижоратни ривожлантириш концепциясида ҳам

тегишли жой олиб, унда меъёрий-ҳуқуқий базанинг такомиллаштирилиши учун қуйидагиларни ишлаб чиқиш ва жорий этиш муҳимлиги таъкидланган:

- электрон тижорат стандартлари, шакллари ҳамда амалга ошириш механизмлари;
- товарлар (ишлар, хизматлар) электрон савдоси қоидалари;
- электрон тижоратда реклама жойлаштириш, электрон ҳужжатлар ва хабарларни оммавий тарқатиш тартиби;
- электрон тижоратда қўлланиладиган электрон хабарлардаги ахборот, электрон ҳужжатларни сақлаш, битимларни тузиш тартиби ҳақида низом;
- электрон тижоратда битимларни бажариг бўйича электрон ҳужжатлар ягона шакллари;
- электрон ярмараклар, ким ошди савдолар, танлов ва кўргазмали-ярмарка савдоларни ташкил этувчи ахборот воситалар фаолиятини тартибга солиш бўйича низом;
- электрон тижоратда экспорт битимларни ҳисобга олиш тизимлари;
- электрон тижорат доирасида кўчмас мулкни сотиш бўйича қоидалар.

Электрон тижоратни ташкил қилиш хорижий ва мамлакатимиздаги амалиётнинг ҳар томонлама тадқиқи қуйидаги таклифларни киритишга ҳуқуқ беради, жумладан:

- Ўзбекистон Республикасининг “Электрон пул айланмаси тўғрисида” қонунини қабул қилиш;
- халқаро ва миллий стандартларга мувофиқ электрон савдо майдонларга талабларни ишлаб чиқиш ва жорий қилиш.

Юқоридаги фикрлар ва муҳим вазифалардан ташқари, электрон тижоратни ривожлантириш учун давлат миқёсида бир қатор аҳамиятли жиҳатлари кўриб чиқиш зарур. Мисол учун, электрон тижорат тизимлар ишининг схемасини таҳлил қилганимизда, харидорларда саволлар туғилганда ёки товарнинг сифатини ёки ишлаб чиқарувчининг ўзини чуқурроқ ўрганиш зарурати бўлганда электрон ахборот базалари ҳамда харидорлар саволлари ва сўровларига тезкор жавоб олиш учун онлайн фойдаланиш имконияти мавжуд

бўлиши кераклигини кўриш мумкин. Афсуски, республикада электрон бозорлар инфратузилмаси ривожланиш борасида қатор ечилмаган масалалар бор.

Электрон бозорлар учун ахборот базаларни шаклланиши, аниқроғи харидорнинг керакли базадан фойдаланиш технологияси ахборот хавфсизлиги, архитектура тузилиши бўйича ва идоралараро даражада, техник жиҳозланиш ва бошқа жиҳатларда яхши ишлаб чиқилмаган. Таъкидлаш муҳимки, ҳозирда республикамизда турли базалари шаклланмоқда, хусусан сертификацияланган товарлар ахборот базаси, экспорт-импорт операциялар базаси, божхона органлари базаси, солиқ тўловчилар базаси ва бошқа базалар. Шу билан бирга мавжуд базаларнинг янада такомиллаштириш ва ўзаро уйғунлигини таъминлаш зарур.

Электрон бозорларни самарали ташкил этиш ва уларнинг иштирокчилар ишончини ошириш учун ушбу жараёнга давлат томонидан идоралараро тузилмаларнинг ўзаро ҳамкорлиги ҳамда электрон бозорларда савдони ўтказишда алмашишда керакли ахборотни тақдим қилиш мумкинлигини аниқлаш масаласида ҳуқуқий таъминоти борасида билвосита аралашуви зарур.

3-БОБ. ЎЗБЕКИСТОНДА ЭЛЕКТРОН ТИЖОРАТ РИВОЖЛАНИШИДА МАРКЕТИНГДАН ФОЙДАЛАНИШ ИСТИҚБОЛЛАРИ

3.1. Электрон тижоратда интернет маркетингни такомиллаштириш

Ҳозирги вақтда электрон иқтисодиёти Ўзбекистонда электрон бозорларни ривожлантириш зарурлигини тақозо қилмоқда, бу борада ривожланишдан қолиб кетишимиз мамлакатимиз иқтисодий-ижтимоий жараёнарга салбий таъсир кўрсатиши мумкин. Шунинг учун электрон тижорат соҳасини мукамал меъёрий ва техник база билан таъминлаш жуда муҳимдир.

Ўзбекистон Республикасининг Вазирлар Маҳкамиси томонидан 2015 йил 4 декабрдаги 353-сонли қарори билан 2016-2018 йиллар даврида Ўзбекистон Республикасида электрон тижоратни ривожлантириш концепцияси ҳамда уни амалга ошириш бўйича чора-тадбирлар мажмуи тасдиқланди. Ушбу ҳужжатда асосий вазифалар белгиланиб, улар ушбу ишимизнинг ҳулосалари ва тавсияларида ишлаб чиқилган ечимларда ўз аксини топди. Ушбу муҳим вазифаларга қуйидагилар киради:

- электрон тижорат тўғрисидаги қонунчиликни такомиллаштириш;
- электрон тижорат соҳасида тадбиркорликни янада ривожлантириш учун қулай шарт-шароитлар яратиш, айниқса ривожланган мамлакатларга яқинлашган даражада мазкур бизнес-сегментида истиқболларга эришиш;
- электрон тижорат, шу қаторда телекоммуникациялар тармоқларини янада ривожлантириш ва модернизациялаш;
- истеъмолчилик бозорининг талабига мувофиқ товарлар айланмаси, маҳсулотларни ишлаб чиқариш, ишларни бажариш ва хизматлар кўрсатиш ҳажмини ошириш;
- интеграциялашган савдо ва маркетинг платформалар, интернет-дўконлар, мукамалроқ тўлов тизимлари, шунингдек электрон тижоратда логистика тизимларини яратиш;

- тадбиркорликни ривожлантириш бюрократик тўсиқларни бартараф қилиш, халқаро стандартларга йўналтирилган ишбилармонлик муҳитини яхшидаш;

- электрон тижорат соҳасида илғор халқаро тажрибасини ўрганиш, таҳлил қилиш ва татбиқ этиш.

Ўзбекистонда мавжуд электрон тижорат меъёрий-методологик базасининг ҳозирги ҳолати бўйича ўтказилган таҳлили шуни кўрсатики, бир қатор йўналишларда уни янада такомиллаштириш зарур экан, жумладан:

- электрон тижоратда солиққа тортиш самарали тизимини яратиш;

- электрон тижоратни давлат томонидан тартибга солиш меъёрий асосларини такомиллаштириш;

- макроиқтисодий даражада электрон (рақамли) пулларни тартибга солиш (эмиссия, таъминот, ликвидлик, турли хил пулларнинг рақамли пулларга трансформация ва аксинча эгилувчанлиги масалалари ва ҳ.к.) соҳасида;

- мамлакатимиз товар ишлаб чиқарувчилари ва сотувчилари қатнашиши учун электрон савдо майдонларни такомиллаштириш;

- товарлар ва хизматлар ҳақида ахборот терувчи сайтлар, шунингдек, сотишдан ва сотувдан кейинги хизмат кўрсатиш сифатини ошириш ва ҳ.к.

Электрон тижоратни ривожлантириш устувор вазифалардан бири бу интеграциялашган савдо ва маркетинг платформалар, интернет-дўконлар, мукамалроқ тўлов тизимлари, шунингдек электрон тижоратда логистика тизимларини яратишдан иборат. Таъкидлаш жоизки, ушбу вазифа бир неча кичик вазифалардан ташкил топиб, уларнинг ҳар бири ечимида алоҳида ёндашув қўллашни талаб қилади. Хусусан, уларга қуйидагилар киради:

- савдо ва маркетинг майдонларни яратиш;

- интернет-дўконларни ташкил қилиш бўйича методологик ва меъёрий базасини такомиллаштириш;

- қулай ва ишончлик тўлов тизимларни ишга тушириш ва фойдаланиш;

- электрон тижорат логистикаси инфратузилмасини таъминлаш ва ривожлантириш.

Электрон тижоратни тартибга солиш халқаро тажрибаси тижорат муносабатлар жараёнида пайдо бўладиган барча масалаларни қамраб олади.

Ушбу тижорат муносабатларга қуйидаги битимлар киради:

- олди-сотти;
- етказиб бериш;
- маҳсулотларни тақимлаш тўғрисида келишув;
- савдо ваколатхонаси ёки агентлиги;
- факторинг;
- лизинг;
- консалтинг;
- инжиниринг;
- инвестицион шартномалар;
- суғурта;
- фойдаланиш ва концепсия тўғрисида келишув;
- банк хизматлари;
- биргаликда фаолият юритиш ҳамда саноат ва ишбилармонлик ҳамкорлиги шакллари;
- юкларни ёки йўловчиларни ҳаво, денгиз, темир йўл транспорти билан ташиш.

Электрон тижорат меъёрий базасини такомиллаштиришда юқорида келтирилган барча битимларда “томонлар битимни фақатгина электрон усулда тузилганлиги учун қонунийлигини шубҳа остига олиш ҳақли эмас” деган электрон тижорат ҳуқуқий принципига амал қилиш керак. Ушбу принцип томонлар ўртасида махсус келишув билан мустаҳкамланган. Шу билан бирга бир қатор мамлакатлар қонунчилигида томонлар шартнома бўйича у ёки бу хабарлар юборилиши қонунийлигини томонларнинг ўзлари ёзма ёки ўз имзолари билан тасдиқланган ҳужжат талаб этилиши сабаб кўрсатилиб шубҳа остига олиш ҳуқуқига эгадир.

Ўзбекистонда электрон имзонинг ҳуқуқий томондан мустаҳкамлангандир, хусусан Ўзбекистон Республикаси “Рақамли имзо тўғрисида” қонун бандларига мувофиқ битим тузувчи томонларга электрон шаклда шартномалар тузишга ишонч бағишлайди. Аммо шу билан бирга баҳсли вазиятлар ҳал қилинганда электрон шаклда тузилган шартнома замонавий электрон муҳитнинг кенг қўламли техник имкониятлари диапозонини ҳисобга олмаслик хавфи мавжуд, бу эса тегишли ахборот тармоқлар ва базаларда ахборотни бузиш, ошқор қилиш, ўчириш орқали ахборот етишмовчилик, ношаффофлик ва ноҳолисликка олиб келиб ҳуқуқий жараёнларда қийинчиликлар туғдириши мумкин. Бундан ташқари, электрон шартнома иштирокчилари электрон хабарлар тузувчилари ва адресат ўртасида воситачи бўлган учинчи шахслар ҳуқуқлари, мажбуриятлари ва масъулиятини самарали тартибга солиш имкониятига эга эмас. Воситачи ушбу келишувнинг иштирокчиси бўлмай туриб, шу билан бирга электрон тижоратнинг муҳим иштирокчиси ҳисобланади. Бу ерда электрон хабарлар юбориш/қабул қилиш бўйича нормал ишлашини таъминловчи воситачилар, алоқа хизматлар етказиб берувчилар назарда тутилган. Шунинг учун ахборот воситачилар ва уларнинг фаолиятини ташкил қилишга тегишли меъёрларни электрон тижорат жараёни ташаббускорларининг ишончини ошириш учун такомиллаштириш муҳимдир. Бундан ташқари, электрон савдонинг барча иштирокчиларига ҳуқуқий кафолатларини оширишга йўналтирилган махсус меъёрларини яратиш керак.

Ҳозирги вақтда электрон тижоратни ривожлантириш соҳасида Ўзбекистонда савдо, маркетинг майдонларни ташкил қилиш билан боғлиқ долзарб муаммо мавжуд. Шу муносабат билан электрон майдонларни самарали ташкил қилиш ва тартибга солиш меъёрий асосларни такомиллатиришни тақлиф қиламиз.

У ёки бу корхонанинг инқирози ёки муваффақиятининг ҳар хил сабаблари бор, лекин кўпчилигининг охириги натижаси шу компания бошқарув звеноларининг потенциал мижоз ким ва унинг эҳтиёжлари

кандайлигини кўра олишларига боғлиқ. Маркетинг тадқиқотларидан шу маълум бўлдики, одатда улар ким ва нима харид қилаётганлиги ҳақида маълумотлар йиғишар экан, лекин нега деган саволга фақат мижозларгина жавоб бера олишади.

Бозорни ўрганишда одатда истеъмолчининг ёши, ижтимоий гуруҳи, оилавий даромади ҳақида демографик маълумотлар келтирилади, бундай маълумотларни олиш ҳам нисбатан осон, лекин истеъмолчининг нега бир товар ўрнига бошқасини афзал кўришини, бу билан у қандай эҳтиёжларини қондиришини аниқлаш учун у билан бевосита алоқада бўлиш керак. Умуман олганда, бу истеъмолчининг психологиясига мурожаат қилишдир. Бундай йўл билан олинган маълумотлар психография ва уларнинг тушунчалари дейилади, яъни истеъмолчи ҳуққининг реакциялари тахлили шу билан қийинлашадики, изланувчига фактлар билан ишлаш эмас, балки қабул қилиш хусусиятлари билан иш кўришга тўғри келади.

Интерактив маркетинг электрон тижоратни самарали юритиш асосларидан бири бўлиб, унинг мақсади аудиториянинг эҳтиёжларини аниқлаш ва уларни қондириш учун корхона мавжуд ресурсларини мобилизациялашдир. Маркетинг хизматлари масаласи уларни намоён қилиш ва мижозни унга таклиф этилган вариант энг яхшиси эканлигига ишонтириш.

Маркетинг сиёсатини аниқлашда ҳисобга олинadиган Интернет хусусиятлари орасидан қуйидагиларни ҳисобга олиш керак:

- аудитория кенглигининг деярли чегараланмаганлиги;
- мижозларнинг территория жойланишига боғлиқ эмаслиги;
- 24 соатнинг алоҳида вақтларига боғлиқ эмаслиги.
- ўзаро муносабатдаги оперативлик.

Электрон тижоратда маркетинг стратегиясининг асосий хусусияти - бу фақат мижозга йўналтирилган хизмат. Интернетдан фойдалана туриб, мижозга тўлиқ "яқинлашиш" мумкин, бошқача айтганда индивидуал хизмат кўрсатишни сифатли ташкил этиш мумкин.

Бугунги кунда чет эллик ва мамлакатимиз экспертлари ахборот технологияси конвергенциясига ҳозирги даврда энг долзарб ҳисобланган турли маҳсулот сотиш каналлари, дистрибуция тизимлари ва турли товарлар ҳамда хизматлар категорияси синоними деб қарашмоқда.

Шу туфайли яқин келажақда электрон тижоратдан кенг кўламда маҳсулот сотиш билан бирга ахборот технологиялари бўйича ҳам мижозлар эҳтиёжини тўла қондирилишини ташкиллаштириш кўзда тутилмоқда.

Интернет телефония. Мавжуд электрон тижорат юритишнинг муваффақиятли ечимларидан бирига мисол қилиб, бир қараганда, бутунлай бошқа -бошқа технологиялар - компьютер ва телефон алоқаларимизни келтиришимиз мумкин - бу компьютерлашган телефония – СТИ (Computer Telephony Integration)дир. Бунда фақатгина Электрон тижорат тизими эмас, балки ҳар икки технология базалари ҳам фойда кўрадилар. Электрон тижорат бутун тижорат жараёнининг (кўтарилиши автоматлаштиришни юксалтириш имкониятига эга бўлади, чунки компьютерли телефония унга барча асосий қулайликлардан: стандартлар, эгилувчанлик, телефон тармоқлари ва мижозлар билан бевосита ишлаш учун қулай ва кўникилган интерфейслардан фойдаланиш имкониятини яратади).

Компьютер телефонияни факсимил ва товуш орқали берилган маълумотларни тўплаш ва қайта ишлаш воситаси деб ҳам қараш мумкин. Унинг асосий қисмини нархи арзон бўлгани туфайли ҳам кўпроқ шахсий компьютерлар кичик ва ўрта бизнес яратувчи корхоналар ташкил этади ва электрон тижоратнинг кичик молиявий даромадлар тармоғида учрайди.

АҚШда компьютер телефония энг кўп тарқалган телекоммуникация технологияларидан бири ҳисобланади.

Компьютер технологиясининг доимий ривожланиб бориши унинг электрон тижоратда ҳар бир соҳада ишлатилишига олиб келмоқда ва унинг келажаги порлоқлиги намоён бўлмоқда. Ҳар қандай корхона, ўз мижозларига кенг кўламда маҳсулотлар ассортименти таклиф қилар экан, табиийки, у турли хил саволлар ва баъзи маълумотларга дуч келади. Компьютер

телефониядан фойдаланадиган электрон тижорат тармоқларда бир неча филиалларга эга бўлган корхоналар бу тармоқ орқали ўз вазифаларини жамлаб, уларни бир схемага жойлаштириб, шу маҳсулотлар ҳақидаги маълумотларни бир база орқали бошқара олиш имкониятига эга бўладилар.

Компьютер телефония авиа ва темир йўл билетларини банд қилиш ва сотишда ҳам жуда қўл келади ва кенг қўламда фойдаланилади.

Автоматлаштирилган банк тизимига эга бўлган корхоналар электрон тижорати компьютер телефония тармоғи уларга қуйидаги қулайликлар яратади:

- мижозларга аввалдан тайёрлаб қўйилган овозли маълумотни етказиш ёки маълумотлар базасидан тезкорлик билан маълумотлар тайёрлаб бериш;
- оператор орқали ёки автоматик режим бўйича телефон орқали тўлиқ ёки чегараланган ҳолда мижоз ҳисоб рақамини бошқариш;
- мижозларга маълумот, реклама ахбороти ва ҳисоб рақамлари бўйича маълумотлар беришни автоматлаштириш;
- пул ўтказиш операциялари таннархини пасайтириш;
- маълумот ва реклама ахборотлари параметрларини тезкорлик билан ўзгартириш.

Компьютер телефонияни Интернетга киритилиши корхона хизматчиларини турли хил саволлардан иборат синовлардан осонлик билан ўтказиш имконини беради. Бу эса вақтинчалик ишга ёлланувчи ишчиларга инструктаж бериш учун вақт кетказмаслик имконини беради. Сўровлар статистикаси эса аввалдан тайёрланган мезонлар бўйича автоматик тарзда йиғиб олинади.

Компьютер телефония технологияси Шимолқй Америка ва Ғарбий Европада шиддат билан ривожланиб бормоқда. Datamonitor берган маълумотга қараганда, АҚШ да бу соҳада мижозлар чақириқлари бўйича ишлаш бугунги кунда 34%, Ғарбий Европада эса ундан ҳам кўпроқ йилига 44% га ошиб бормоқда.

Уяли алоқа. Электрон тижорат тармоқларига уяли алоқанинг кириб келиши (ёки ҳаракатли алоқа) унда ишбилармонлик ёки тижоратнинг икки томонлама ҳаракатли ва самарали юритилишини таъминлайди. Бу алоқанинг электрон тижоратда техник жиҳатдан амалга оширилиши Интернет алоқаларида протоколлар ва ҳаракатли алоқани бирлаштириш орқали амалга оширилади.

Ҳатто ҳозирги кунда уяли телефонлар, шунчаки, 2 киши ўртасида симсиз алоқа вазифасинигина ўтамайди. Аппарат эслаш қобилияти, турли операцияларни бажарувчи мўъжазгина экрани билан компьютерларнинг энг биринчи кашф қилинган турларига яқинлашиб қолган. Булардан ташқари, уяли алоқанинг қисқа маълумотлар, тасвирлар узатувчи турлари ҳам мавжуд.

Россиялик мутахассислар фикрича, ҳаракатли алоқа орқали бериладиган маълумотларнинг ортиб бориши SMS, WAP, GRPS технологияларининг кенг тарқалишига олиб келади. Бугунги кунда маълумотларни уяли алоқа орқали узатишда энг қулай технология WAP дир. Электрон тижоратнинг уяли маълумотлар узатишининг энг қулай лойиҳаларидан бири бўлиб ОАО «Мобил телетизим» ("Мобильная телесистема") ва WAP - банк тузиш учун "Гута -банк" ҳисобланади.

Электрон тижоратнинг уяли алоқа сектори шиддат билан ривожланиб бормоқда. АҚШ, Япония ва Ғарбий Европада Интернетнинг уяли хизматида фойдаланувчилари сони бошқаларидан сон жиҳатидан анча устун.

Барча уяли алоқадан фойдаланувчи мижозлар электрон почталардан фойдаланишни режалаштирмоқдалар. Электрон тижорат тезкорлик билан ривожланмоқда ва унга уяли тижоратнинг кириб келиши ундан фойдаланувчилар сонини ва имкониятини тобора ошириб бормоқда.

Ахборот технологияси ривожланиши жараёни, 2018 йилга қуйидаги тахминни бермоқда:

- маълумотларнинг 1/2 қисми уяли мосламалар орқали узатилади;
- электрон тижорат орқали бажариладиган битимларнинг 15-20% алоқа мосламалари иштирокида бажарилади;

- бутун дунё бўйича 800 - 900 млн. уяли телефонлар ишлатилиши кутилмоқда. Шулардан 340 млн. Европага тўғри келади;
- электрон тижоратдан фойдаланувчилар - 500 млн.;
- потенциал иштирокчилар 300 млрд. доллар ҳажмидаги бозорни ташкил этадилар.

Юқоридаги (фактлардан) келтирилган далиллардан кўриниб турибдики, электрон тижоратнинг тизимига ҳаракатли уяли алоқанинг киритилиши катта потенциалга эга. Бироқ бу борадаги асосий сифатли ўзгариш 2004 йилдан бошлаб кутилмоқда.

Интерактив телевидения. Ҳозирги даврда электрон тижоратда интерактив рақамли телевидениядан фойдаланиш (1-коммерция деб номланади) Шимолий мутахассисларнинг фикрича 1 -тижорат (коммерция) B2C модели якка тартибдаги истеъмолчилар ўртасида электрон тижоратнинг бошқа сегментларига нисбатан анча кўпроқ урф бўлади.

Табиийки, истеъмолчининг телевидениега эга бўлганлиги унинг "он-лайн" режимида ишловчи хизматдан фойдаланиш учун етарли эмас. Чунки, ҳозирги кунда ҳамма провайдерлар ҳам 1 - тижорат бозорига кириш имконини бера олмайди. Бироқ электрон тижорат бозорида бир вақтнинг ўзида 3 та йирик сегментнинг (компьютер ёрдамидаги электрон тижорат, уяли алоқа воситаси ва рақамли телевидения) шаклланиши ва равнақи истеъмолчи ва потенциал миқдор фойдасига ишлайди. Бунинг натижасида улар маҳсулот сотиб олиш ёки турли хизматлардан фойдаланиш учун турли каналлардан истаганини танлаш учун кенг имкониятга эга бўладилар.

Бундан келиб чиқадики, юқоридаги сегментлардан бирининг ривожлана бориши электрон тижоратнинг бошқа сегментларини ҳам тезкорлик билан ривожлантириш учун оператор ва провайдерларни бош қотиришга мажбур қилади.

Бироқ банк ва молия хизматлари интерактив телевидение эгаларини қизиқтирувчи бирдан бир хизмат воситаси эмас. Америкалик аналитиклар 1 - тижорат келажаги маиший товарлар сотиб олиш, маиший хизматлар билан

боғлиқ ва шунингдек, қизиқарли бозор билан боғлиқ эканини таъкидлашмоқда. Америкалик хизмат кўрсатиш провайдерлари фикрича, интерактив телевидениенинг яна бир афзаллиги шундан иборатки, у истеъмолчига катта миқдорда визуал реклама ахборотини етказиб беради.

Етарлича узок муддатларда уяли телефония ёки интерактив телевидение каби порлоқ келажакли янгиликлар Интернет- технологиялар соясида кўринмай турган эди.

Ҳозирги электрон тижоратнинг умумий тармоғидан ўзининг муносиб ўрнини эгаллаб бормоқда. Бу деган гап улар янги тармоқлар электрон тижоратни бутунлай эгаллаб олади ёки глобал тармоқдан уни сиқиб чиқаради, дегани эмас.

Электрон савдо майдонларни ташкил қилиш мавжуд меъёрий базасининг ўтказилган таҳлили ушбу масалага тегишли ҳуқуқий меъёрлар Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2016 йид 2 июндаги 185-сонли “Электрон тижоратда битимларни амалга ошириш тартибини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида” қарори қабул қилинганлиги ҳисобланади, ушбу қарор билан Электрон тижоратни амалга ошириш қоидаларнинг IV бўлимида ўз аксини топган.

Бизнинг фикримизча, электрон тижоратни ташикл қилиш ва тартибга солиш билан боғлиқ меъёрларни Ўзбекистон Республикасининг “Электрон тижорат тўғрисида” қонуни меъёрлар қаторига кўшиш мақсадга мувофиқ, бу эса бизнес-муҳитда меъёрларни оммабоп бўлишига ҳамда меъёрий асосларнинг кучайишига кўмаклашади.

Бундан ташқари, электрон савдо тизимида виртуал муносабатларни тартибга солиш учун электрон савдо майдонларни ташкил қилиш шаклларни муҳим ҳисобланади, шунинг учун Ўзбекистон Республикасининг “Электрон тижорат тўғрисида” қонунига биринчидан электрон савдо майдонларни ташкил қилиш шакллари ва турлари, уларнинг ишлаш механизмлари, иккинчидан, электрон савдо майдонлар фаолиятини тартибга солиш билан

боғлиқ меъёрларни акс эттирувчи юридик меъёрлар киритиш зарурлиги мавжуд.

Ушбу ишнинг назарий қисмида биз электрон тижоратнинг 6 моделларида, уларнинг хусусиятлари алоҳида тўхталган эдик, электрон савдо майдонларни ташкил қилиш шаклларига келсак, улар амалиётда уч шаклша эга, аниқроғи электрон савдо майдонлар ким ошди савдолар, биржалар ва товарлар катологлар бозорлари (нархлари олдиндан белгиланган товарлар рўйхати). Электрон савдо майдонлар ва электрон тижорат моделларнинг кўпгина шакллари мавжуд шароитда электрон тижорат иштирокчилар ўзаро муносабатлар шаклларининг турли бўлиши муҳим. Ушбу вазиятда мазкур электро бозорларнинг ўзига хосликларини ҳисоб олувчи қонунчилик базасида тегишли меъёрлар ва талаблар мавжудлиги муҳим.

Мисол учун, “B2C” моделида электрон савдони ташкил қилишда бозорни товар каталоги шаклида ташкил қилиш мақсадга мувофиқ. Электрон савдо майдоннинг бундай шаклини ташкил қилиш харидорларнинг катта аудиторияси билан самарали савдони таъминлайди, аммо шу билан бирга ушбу бозорда ҳам сотувчи ҳам харидора учун юқори ҳаф бор. Шунинг учун бозор иштирокчилари учун ахборотдан фойдаланиш ва ишончлиги бўйича ҳуқуқий меъёрлар бўлиши шарт. Ҳуқуқий меъёрлар билан мажбурий ахборот (товар, унинг сифати, сотувчи, иштирокчилари, сотувчи ҳақида харидорларнинг фикрлари каби) ҳамда электрон савдо шароитида уларга бозор иштирокчилари фойдаланиш ҳуқуқи бўлиши белгиланиши керак. Бундан ташқари, сотувчи ва харидорлар томонидан тақдим этилган ахборот сифати, хусусан ахборотнинг шаффофлиги, ишончлиги, тезкорлиги, қўлами ҳақида меъёрларни ишлаб чиқиш муҳим, аммо шунингдек ҳуқуқий меъёрлар ва талабларнинг бузилишида савдо жараёни иштирокчиларига нисбатан санкцияларни қўллаш меъёрлар бўлиши муҳимдир.

Электрон савдо тизимида бозор иштирокчиларнинг ахборот таъминоти аҳамиятидан келиб чиқиб иштирокчиларнинг электрон ахборот базаларидан

фойдаланиш ҳуқуқи масаласи долзарб ҳисобланади. Бундай ёндашув товар-пул жараёнининг ўтказиш хавфсизлигини оширишга имкон беради.

Яна бир долзарб масалалардан бири бу электрон тижорат ривожланиши билан жамиятда электрон (рақамли) пулларда эҳтиёж ўсиб боражи. Электрон пулларнинг эмиссияси, айланиши, таъминоти ва қарздорлигини бартараф қилишни ҳуқуқий тартибга солиш охиргача ўз ечимини топгана, ушбу ҳол норматив базасини янада такомиллаштириш зарурлигини белгилайди.

Ўзбекистон Республикасида электрон тижоратда пуллар айланмаси ва тўлов жараёнларини самарали тартибга солиш учун “Электрон пуллар тўғрисида” қонунини қабул қилиш мақсадга мувофиқ, чунки нафақат электрон тижорат, балки электрон иқтисодиётининг ривожланиши кўтарилган масаланинг ечимига боғлиқ. Электрон иқтисодиётда пуллар айланишининг юқори даражаси, мобиллик, эгилувчанлик, ҳаракатланишда мослашувчанлик ҳамда бир шаклдан бошқасига ўзгариш каби хусусиятларга эга бўлиши керак. Буларнинг ҳаммаси фақатгина ҳисоб-китоб тўлов муҳитида инновацион технологиялардан фойдаланишда бўлиши мумкин. Иқтисодиёт учун ушбу масаланинг яна бир муҳим жиҳати шундан иборатки, бозор инфратузилмаси самарадорлиги замонавий тўлов тизимлари инфратузилмаси ривожланганлигига бевосита боғлиқ.

Ҳозирги вақтда йирик ҳамда майда (чакана) тўловлар учун тўлов тизимлар сони ошиб бормоқда, бу эса иқтисодиётда пул тизими ахборот технологияларга боғлиқлиги юқори даражада эканлигидан далолат беради. Бу борада электрон шаклда пуллар айланмасининг хавфсизлиги, ишончлиги, таъминоти, шаффофлиги глобал даражада долзарб бўлмоқда. Ушбу вазифатлар юқорида кўрсатилган махсус қонунни қабул қилиш кераклигини тақозо этади. Таклиф этилган меъёрий ҳужжат электрон пуллар эмиссияси, мамлакатда электрон пуллар айланмасини ташкил қилиш ва тартибга солиш, электрон пуллар айланмаси стандартлар ва меъёрларга риоя қилмаганда санкциялар билан боғлиқ меъёрларни ўз ичига олиши керак. Бундан ташқари, чакана ва хусусий ҳисоб-китоблар ва тўловларда электрон пуллар айланмаси

иштирокчилар ҳуқуқлари ва мажбуриятларига тегишли меъёрлар киритилиш лозим.

Замонавий иқтисодиётда виртуал ўзаро муносабатларни ташкил қилиш ва тартибга солиш соҳасида кўпгина меъёрий ҳужжатлар мавжудлиги ўшуни кўрсатдики, электрон тижоратда виртуал муносабатларни тартибга солиш соҳасида мавжуд меъёрий ҳужжатларда такровланувчи ёки мазмунан яқин меъёрлар бор экан. Бу ҳол мавжуд норматив ҳужжатларни кодекс шаклидаги ягона ҳужжатга бирлаштириш зарурлигини тақозо этади. Ушбу таклифнинг амалга оширилиши соҳани ҳуқуқий тартибга солишни соддалаштиради такрорланувчи меъёрлар, қонунлар мақолалари ва бошқа меъёрий ҳужжатларни бекор қилади.

Электрон тижорат субъектларини солиққа тортиш самарали механизмни шакллантириш жараёни, авваламбор, электрон бизнес сегментида солиққа тортиш муаммоларини бартараф қилиш имкониятларини аниқлашда асосланиши керак.

Электрон тижорат субъектларини солиққа тортиш муаммоларини қуйидаги йўналишлар бўйича таснифлаш мумкин:

- солиқ қонунчилигининг номукамаллиги муаммоси;
- электрон тижоратга солиқ назорати муаммолари;
- солиқ юрисдикциясини аниқлаш муаммолари;
- солиқ тўловчиларни аниқлаш муаммолари;
- солиққа тортиш мажбурий элементларини аниқлаш муаммолари;
- электрон савдо турли сегментларида (истеъмолчилик, корпоратив, давлат) солиқ юқини текислаш муаммоси;
- икки томонлама солиққа тортиш.

Ҳозирги вақтда хорижий олимлар томонидан электрон тижорат субъектларни солиққа тортиш бир неча концепциялари ишлаб чиқилиб, келажакда улар юқорида келтирилган муаммоларни ҳал қилиш имконини бериши мумкин. Хорижий илмий адабиётларни ўрганилганда электрон бизнесни солиққа тортиш учун янги солиқларни киритиш зарурати йўқилги,

фақатгина мавжудларни такомиллаштириш кераклиги тўғрисида фикрларни учратиш мумкин.

Электрон хизматлар сегментини ривожланиши нафақат янги бизнес юритиш учун имкониятларни очиб беради, балки солиққа тортиш соҳасида янги қийинчиликларга олиб келади. Солиқ масалалари бўйича давлат кўмитаси электрон хизматлар ва электрон тижоратни солиққа тортишда энг жиддий қийинчиликларга сабаб бўладиган асосий омилларни белгилади: контрагентлар шахсини белгилаш; контрагентлар манзилини белгилаш; ахборот ва зарур ҳужжатларни олишда солиқ органлари учун қийинчиликлар.

1998 йилда Оттава шаҳрида солиққа тортиш Асосий шартлари қабул қилинган бўлиб, электрон тижоратни солиққа тортиш фундаментал принципларини ўз ичига олган. Ушбу принциплар ҳозирги кунда ҳам ўз долзарблиги йўқотмаган ва рақамли иқтисодиётнинг солиққа тортиш асоси ҳисобланади.

Электрон тижорат фундаментал принципларга қуйидгалира киради:

Нейтраллик. Солиққа тортиш тизимлари электрон тижоратнинг ҳар хил турлари, электрон тижорат ҳамда бизнес юритишишнинг анъанавий шаклларига нисбатан нейтрал бўлиши керак. Ўхшаш операцияларни амалга оширувчи солиқ тўловчилари ўхшаш солиқларни тўлаши лозим.

Самарадорлик. Солиқ тўловчиларнинг солиқ қонунчилигининг барча талабларга риоя қилиш ҳамда солиқ органларнинг маъмурий харажатлари минимум бўлишини таъминлаш.

Аниқлик ва соддалик. Солиққа тортиш қоидалари тушуниш учун аниқ ва содда бўлиши керак, солиқ тўловчилар ўтказилган транзакциялар бўйича солиқ оқибатларини, шу қаторда солиқни белгилаш вақти, жойи ва тартибини, олдиндан белгилаш имкониятига эга бўлиши керак.

Самарадорлик ва адолат. Солиққа тортиш қоидалари солиқ тўловчининг солиқ суммаларини ўз вақтида тўғри ҳисоблашни таъминлаши зарур. Солиқлардан бўйин товлаш учун имкониялар қолдирмаслик керак, шу

билан бирга қабул қилинаётган чоралар ва хавф-хатарлар ҳажмини ҳисобга олиш лозим.

Эгилувчанлик. Солиққа тортиш тизми эгилувчан ва динамик бўлиши ҳамда технологиялар ва тижорат соҳасида ривожланишдан қолиб кетмаслик керак.

Европа Иттифоқ мамлакатларида солиқлар тартибга солишни ташкил қилиш амалиёти катта қизиқиш ўйғотади. Барча мамлакатлар электрон иқтисодий фаолиятини солиққа тортиш соҳасида мавжуд бўшлиқларни тезкор бартараф қилишда манфаатдордир. Улар ўзининг ички ва ташқи солиқ сиёсатини бюджет ва солиқ манфаатлари устуворлигидан келиб чиқиб, электрон иқтисодий муносабатларни максимал равишда давлат томонидан тартибга солиш концепцияси асосида олиб боришади. Биринчи навбатда Европанинг айрим мамлакатлари (Франция, Швейцария, Германия) ҳукуматларининг ноқонуний тадбиркорлик фаолиятини юритувчи электрон тижорат субъектларни идентификацияси механизмини яратиш бўйича уринишлар диққатга сазовор. Қонуний тадбиркорлик фаолиятини юритувчи барча сайтларда махсус идентификация белгиси мавжуд, бу эса истеъмолчига электрон тижорат субъектининг солиқ органларида рўйхатдан ўтганлигини текширишга имкон беради. Шунинг учун бундай тадбиркорларда товарларни харид қилинганда давлат истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш кафолатини беради. Табиийки, Тармоқ фойдаланувчилари айнан ушбу идентификация рақамига эга тадбиркорлар билан ишлашни афзал кўришади. Юқоридаги гапларга муҳим қўшимча сифатида таъкидлаш жоизки, ушбу рақамга эга бўлиш учун тадбиркор нафақат солиқ ҳисобига туриши лозим, балки ҳозирги ватқда ташқи назоратни қўллаш мураккаблиги билан ажралиб турган электрон тўлов тизимлар орқали пул воситалар ҳаракатланиши ҳақида батафсил маълумотлар тақдим этиш тўғрисида келишувга имзо қўяди.

Европадаги, хусусан Германия, Испания ва Италияда, амалиётнинг яна бир ютуқи бу Интернетда ноқонуний тадбиркорлик фаолиятини юритиш учун жарималар тизими яратишдан иборат. Глобал тармоқда бизнесни олиб

боришни назорат қилиш анча мураккаб бўлганлиги учун тадбиркорлар солиқларни тўлашдан бўйин товлаш учун кўпроқ мойил бўлишади. Ҳукуматларнинг фикрича юқори жарималар (хатто компаниянинг бутун мулкни мусодара қилишгача) Интернетда ноқонуний фаолиятини юритувчи ташкилотлар сонини пасайтиришга қодир.

Юқорида келтирилган фундаментал принциплар ва солиққа тортишни тартибга солишнинг илғор амалияётига мувофиқ электрон тижорат соҳасида солиққа тортиш тизими янада такомиллаштириш зарур.

Электрон тижоратни давлат томонидан тартибга солиш масаласи муҳим ҳисобланади. Ўзбекистон иқтисодиётида электрон тижоратни самарали тартибга солиш учун мамлакатимиз ҳукумати қуйидаги жиҳатларни ҳисобга олиши керак:

- “рақамли қолоқликни” арзон ва фойдаланиш учун содда ахборот тармоқларга уланишни таъминлаш эвазига енгиб ўтиш;
- солиқ механизмлар ҳисобига электрон савдонинг иқтисодий рағбатлантириш;
- электрон тижорат битимларини ҳуқуқий тан олиш;
- истеъмолчиларни фирибгарликдан ҳимоя қилиш;
- истеъмолчиларнинг шахсий ҳаёт дахлсизлигини таъминлаш;
- бузишдан ҳуқуқий ҳимоя (ёки компьютер тизимларига руҳсатсиз уланиш);
- интеллектуал мулкни ҳимоя қилиш.

Ушбу масалалар ечими бўйича чора-тадбирлар мамлакатимиз ҳукуматининг электрон тижоратни ривожлантириш бўйича сиёсий ва ҳуқуқий фаолиятига киритилиши керак. Электрон тижорат ва замонавий тендециялар, хусусан шартномаларни бажариш, истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш, интеллектуал мулк ҳуқуқларини ҳимоя қилиш, масъулият, конфиденциалигини ҳимоя қилиш, трансчегаравий савдо, логистика инфратузилмаси, соҳасида илғор халқаро меъёрларини ҳисобга олган ҳолда

ушбу йўналишда тегишли қоидалар, қонунлар, имтиёзларни такомиллаштириш ёки қабул қилиш жуда муҳим.

3.2. Ўзбекистонда электрон тижоратни ривожлантириш бўйича хорижий тажрибани қўллаш имкониятлари

Ривожланган мамлакатлар иқтисодиётларни ривожлантиришни санаб ўтиши ва баҳолаш қийин бўлган кўпгина омилар билан шартланган, аммо уларнинг ичида энг муҳими бу бизнес ва тижоратни ташкил қилиш соҳасида ҳамда янги технологиялардан самарали фойдаланиш ҳисобланади. Электрон тижоратни ташкил қилиш ва тартибга солиш илғор амалиёти унинг ривожланиши учун тегишли шароитлар мавжудлигидан далолат беради.

Ҳозирги кунда замонавий жамиятнинг манфаатлари, қизиқишлари ва эҳтиёжларининг динамик ўсиши кузатилмоқда, шу билан бирга товарлар ва хизматлар ишлаб чиқариш кўлами ва ҳажми ўсмоқда. Товар “қўзғолони” ва рабоқат шароитида товарлар ва хизматлар (Интернетда реклама базаси, товар сифати ва стандарти ҳақида ахборот, расмий ва бошқа маълумотлар) бўйича ахборот базаси сотувчи ёки харидор оптимал вариантыни тез топиш учун муҳимдир. Шунингдек, савдо жараёни иштирокчиларнинг тезкор мулоқоти учун диалогли ойна ва электрон тўлов тизими муҳим. Ушбу элементлар электрон бозорни ташкил қилишда самарали уйғунлашади.

Жаҳон иқтисодиётида Интернет тармоғида кўпгина интернет-дўконлар, савдо майдонлари муваффақиятли фаолият юритади. Аммо бир қатор йирик электрон савдо майдонлари оммабоп бўлишган. Улар каторига қуйидагилар киради «Amazon», «eBay», «Walmart», «BestBuy», «Alibaba», «Taobao», «Macy's», «Target» ва бошқалар.

Сотишда ихтисослашган биринчи савдо сайтлардан бири “Amazon” ҳисобланади. Ушбу сайт 1995 йилдан бери фаолият юритади. “Amazon” янги ҳамда ишлатилган халқ истеъмолчилиқ товарлар (техника, китоблар, кийм-кечак, транспорт воситалар ва бошқалар) сотишилини ташкил қилади.

Асосий офис Вашингтонда жойлашган, аммо бутун дунё бўйича фаолият юритади.

АҚШда шунингдек “eBay” сайти ҳам фаолият юритиб, “Amazon” дан кейин савдо айланмаси ҳажми бўйича иккинчи ўринни эгаллайди. “eBay” 1995 йилдан бери ишлайди, у нафақат интернет-дўкон, балки интернет-аукциони ҳисобланади. Ушбу портал ўттиздан ортиқ мамлакатларда ишбилармон шерикларига эга, бу эса уни дунёдаги энг катта ким ошди порталига айлантирди.

“Walmart” чакана савдо дўконлар тармоғи 1962 йилда пайдо бўлган, унда харидорлар товарларни паст нархларда сотиб олишлари мумкин бўлган. Янги техника ва технологиялардан самарали фойдаланиш туфайли “Walmart” интернет-дўконга айланди. Ҳозирги вақтда ушбу интернет-дўкон дунёнинг энг йирик мамлакатларида чакана савдо дўконлар тармоғига эга

“BestBuy” ҳозирда жаҳоннинг электроника бўйича энг яхши ритейлерлардан бири ҳисобланади. Товарлар кўлами жуда кенг, уларга гаджетлар, ноутбуклар, DVD, суюқ кристалли экранлар, планшетлар ва ҳ.к. киради, савдо айланмаси доимий равишда ўсиб боради.

Хитойнинг “Alibaba” компанияси анча янги ҳисобланади. У ўз фаолиятини 2007 йилдан олиб боради. Очилганлигига кам вақт бўлишига қарамасдан у товарлар электрон бозорида жаҳонга машҳур компаниялардан бирига айланди.

“Macy’s” универсал дўконлар тармоғи ҳисобланади, 1858 йилда ташкил қилинган. Ҳозирги вақтда ушбу компания йирик интернет-дўконлар рўйхатига киради ва кийим-кечак, никоҳ тўй либослари, пойафзал, аёллар ва эркеклар аксессуарлари, пардоз, заргарлик буюмлари ва ҳ.к. ихтисослашган.

Миллий электрон бозорлар инфратузилмасини ривожлантириш Ўзбекистон ҳукумати томонидан қўйилган бир қатор вазифалар, хусусанишлаб чиқариш ҳажмини ошириш, мамлакатнинг экспорт салоҳиятини кенгайтириш, савдонинг анъанавий шакллари ташкил қилиш

билан боғлиқ пул харажатларини қисқартириш, савдо битимларни тузиш каби вазифаларнинг ечимига имкон беради.

Электрон бозор иштирокчиларнинг ишончини ошириш ҳамда савдо жараёнини фаоллаштириш учун ўзининг шаффофлиги, ишончилиги, хавфсизлиги, фойдаланишда соддалиги, таъминганлиги, шубҳали вазиятларда ахборотни қайта текширишни назорат қилиш механизми мавжудлиги билан ажралиб турган сифатли ахборот базалар мавжудлиги аҳамиятли.

Электрон ахборот базаларни шакллантиришда электрон бозорлар схемаларини ҳисобга олиш муҳим, шу билан бирга фойдаланувчилар ахборотига эътибор бериш муҳим:

1. Электрон савдо чакан тизими (бизнес-фойдаланувчи);
2. Хўжаликлараро тизимлар (бизнес-бизнес)
3. Давлат ва бозор субъектлари ўртасида (давлат–бизнес, давлат-аҳоли).

Электрон бозорларни ташкил қилишда электрон ҳужжатлар ва электрон савдо жараёни иштирокчиларининг электрон ҳужжатлар айланмаси бўйича хизматлар кўрсатувчи телекоммуникация тармоқлар провайдерлар муҳим ўрин тутди.

Электрон бозорлар шаклланиши ва ривожланиши учун Хитойнинг динамик ривожланаётган бозорлари тажрибаси диққатга сазовордир. Ўтказилган тадқиқ шуни кўрсатдики, Хитойда электрон савдо тез суратларда ўсишини белгиланган қуйидаги ўзига хосликлар ва омилларни ажратиш мумкин:

- биринчидан, Хитойнинг электрон чакана савдонинг 90% яқини электрон реклама ҳомийлигида махсус яратилган электрон бозорларда амалга оширилади. Мисол учун, АҚШ ва Европада бозорнинг 70% ўзининг веб-сайтларида жойлашган интернет-дўконлардан ташкил топган;

- иккинчидан, бу электрон тижоарт иқтисодиётнинг бошқа тармоқлари сингари аниқ белгиланган ҳукумат дастурлари асосида ривожланади.

Хусусан, Хитойнинг Саноат ва ахборотлаштириш вазирлиги ҳамда таркибида Электрон савдо ва ахборотлаштириш ихтисослашган департаменти мавжуд Савдо вазирлиги беш йилликлар тегишли йиллар мобайнида интернет-бизнес ривожлантириш дастурини ишлаб чиқишади. Жумладан, “Finmarket.ru” ахборот агентлиги таъкидлашича: “2016-2020 йилларга мўлжалланган соҳани ривожлантириш дастурида айтилишича Хитойда электрон савдо (“e-commerce”) ҳажми беш йил ичида 40 трлн. (5,8 трлн. долл.) гача ошиб кетади”. Шу билан бирга чакана онлайн-савдолар 10 трлн. юаньгача ошиб кетади, бу соҳада 50 млн. хитойликлар банд бўлишади. 13-бешйилликга электрон тижоратни ривожлантириш дастурини Савдо вазирлиги, Киберхавфсизлик ва ахборотлаштириш бўйича Марказий раҳбарлик гуруҳининг девони, Мамлакат ривожланиши ва ислоҳ ишлари бўйича Давлат кўмитаси биргаликда тақдим этишди, деб хабар беради “Синьхуа” агентлиги. Бундан ташқари 2016-2020 йилларда ечишилиш зарур бўлагн асосий вазифалар “e-commerce” тармоғининг сифатли хусусиятларини яхшилаш, уни анъанавий тармоқдар билан интеграциясини чуқурлаштириш, “e-commerce” учун ишлаб чиқариш омилларни ривожлантириш, “e-commerce”ги тез ривожлантириш ҳамда бошқарувни яхшилашдан аҳолининг барча қатламлари тезкор фойда кўриш имкониятлар берувчи тизимни такомиллаштиришдан иборат. Агар ўтган беш йилликка мўлжалланган дастурда “e-commerce” иқтисодиётнинг “янги двигатели” сифатида эътироф этилган бўлса, янги дастурда у “асосий двигатель” деб тан олинган, таъкидлайди Электрон савдо ва ахборотлаштириш департаментининг директори Цянь Фанли;

- учинчидан, Хитойда Интернет фойдаланувчилар сони жала суратлар билан ўсиши электрон савдо айланмаси ўсиш муҳим омили бўлди. Мазкур мамлакатда Интернет фойдаланувчилар сони 731 млн. гача етди, бу эса бутун Европанинг аҳолисига тенгдир. Мобил интернет билан Хитойда 695 млн. одам фойдаланишади.

Хитойда интернет фойдаланувчилар сони рекорд даражага - 731 млн. одамга етди, бу аҳолининг 53,1% ташкил қилади, деб ёзади “Tech in Asia”. Бу 743 млн. одам ташкил қиладиган Европага аҳолисига деярли тенг. Мобил интернет билан Хитойда 695 млн. одам фойдаланишади, бу эса интернет-фойдаланувчилар сонидан 95% ташкил қилади. Бундан ташқари, мамлакатда интернет-чўнтаклар билан 469 млн. одам фойдаланишади – аҳоли “Alipay”- “Apple Pay” каби сервисларга, шунингдек Интернетдаги бошқа тўлов хизматларга мурожаат қилмоқда.

Электрон савдо жараёнларни генерация қилиш учун технологик асоснинг етарли даражада тайёргарлик муҳим. Электрон тижорат соҳасида хорижий тажриба шуни кўрсатадики, бу соҳада ахборотни узатиш, инфратузилма, ахборот ва тизим хавфсизлиги, коммуникация линиялари ва алоқалар балн таъминганлик борасида тегишли талабларга жавоб берадиган йирикроқ электрон савдо майдонларни давлат миқёсда ташкил этилиши муҳим омил ҳисобланади.

Йирикроқ электрон майдонлар коммуникация ва электрон алоқа соҳасида инновацияларни татбиқ қилиш, кам харажатлар бзлиши ва юқори хавфсизликни таъминлаш, шунингдек савдо жараёнининг иштирокчиларнинг замонавий сўровлари бўйича ишларни бажариш, уларни тегишли шароитлар ва қулайликлар, сифатли электрон савдони ташкил қилиш учун зарур ахборот билан таъминлашга қодир.

Бундан ташқари, электрон савдо майдонларнинг ташкилотчилари нафақат ахборотни узатиш тезлиги ҳамда савдо жараёнини амалга ошириш ёки уни яқунлашга кўмаклашиш масалаларига эътибор бериши керак, балки савдо жараён иштирокчилар ҳуқуқлари ва манфаатларини ҳимоя қилиш, уларнинг учун техник ва ҳуқуқий имкониятларга эга бўлиши, зарурат пайдо бўлганда керакли ахборот тегишли органларга (суд, солиқ, божхона ва ҳ.к.) талаб қилинган ахборотни бериш имкониятларига эга бўлиши керак. Интернет тармоғида жойлашган электрон савдо майдонларнинг бундай қурилмаси Хитойда мавжуд. Хитойдаги электрон савдо ҳажмининг 80%

кўпроғини “Alibaba.com” ва “Taobao.com” каби йирик электрон майдонлар томонидан бажарилади. Қолган электрон майдонлар товар ишлаб чиқарувчиларнинг (сотувчиларнинг) ўзлари яратган ёки кичикроқ савдо майдонларнинг вакиллари ҳисобланади.

6-жадвалда Хитойнинг “Alibaba.com” ва “Taobao.com” каби йирик электрон савдо майдонларнинг устувор томонлари кўрсатилган.

Хитойнинг йирик электрон савдо майдонларнинг имкониятлари ва афзалликлари

3.1-жадвал

Электрон савдо майдони	Яратилиш йили	Электрон савдо модели	Савдо майдони хусусиятлари ва имкониятлари
Alibaba. com	1999 й.	B2B, B2C	Кичик ва йирик бизнес саноати вакиллари дунёнинг турли бурчаклардан етказиб берувчилар билан ҳамкорлик алоқаларини таъминлади. Тизим 75 млн. фойдаланувчиларга эга, бундан ташқари Европанинг кўпгина мамлакатлари, Тайванда, Японияда ваколатхоналарига эга. Савдо майдони ўз фойдаланувчиларига турил товарларни – электроникадан озиқ-овқат маҳсулотлари, қурилиш молларигача – такдим этади, товарларнинг рўйхати мунтазам янги турлар билан тўлдириб борилади. Ушбу портал товарлар ишлаб чиқарувчилари ва сотувчилари билан ҳамкорлик қилади ҳамда юқори малакали мутахассислар томонидан юритилади. Таклиф қилинадиган товарларга нархлар жуда паст, юқори даражада мониторинг, ривожланган инфратузилма ва логистика. Ушбу бозор чегараларини кенгайтириш бўйича аниқ дастури ишлаб чиқилган.

TaoBao.com	2003 й.	B2C, C2	Хитойнинг интернет-дўконлар йирик тармоғи бўлиб, “Alibaba Group” ташаббуси билан яратилган ҳамда 355 млн турли товарларни ўз ичига олади: кийим ва аксессуарлар (пояфзал, сумкалар, бош кийимлари), электроника ва маиший техника халқ истеъмолчилиқ турли товарлари. Ушбу майдонларнинг фойдаланувчилари 98 млн . кишини ташкил қилади. “Таобао” чакан харидлар ҳамда товарларни кичик улгуржи харид қилиш учун иедал майдон ҳисобланади. Логистика, электрон тижоратни ривожлантириш ва товарларни етказиб бериш бўйича транспорт харажатларни қисқариши бўйича самарали сиёсат амалга оширилмоқда.
-------------------	---------	---------	--

Хорижий мамлакатларнинг электрон тижоратни ташкил қилиш амалиёти шуни кўрсатадики, унинг самарадорлиги ҳам транспорт, ҳам ахборот логистикаси ривожланиш даражасига боғлиқ.

Электрон тижоратни ташкил қилишнинг муҳим шартлардан бири бу харидор истагидаги даражада товарни етказиб беришни таъминловчи транспорт логистикаси хизмат қилади. Экспертлар таъкидлашича, товарни етказиб бериш тизими ҳар хил турларини ўз ичига олиши ҳамда етказиб берилаётган товарлар сифатини оширишга ҳамда харажатлар қисқаришига имкон бериши керак. Шу муносабат билан интернет-дўконни яратишдан олдин субъект биринчи навбатда товарларни харидорга етказиб бериш оптимал инфратузилмасини ҳисоблаб чиқиш ва кўзда тутиши керак.

Интернет-дўконлар товарларни қуйидаги усулларда етказиб бериши мумкин:

- логистик компаниялар хизматларидан фойдаланиш;
- етказиб беришнинг ўз тизимини яратиш;
- товарларни юқорида етказиб бериш усуллари бирлаштириш.

Бозорда товар ишлаб чиқарувчи ва соотувчи учун бренд, имиджни яратиш муҳимдир. Ушбу вазиятда харидор истаган ва сифатли товарни етказиб бериш масаласи аҳамиятли бўлиб, анча харажатлар сарф қилиниши керак бўлган товарларни етказиб бериш ўз тизимини яратиш талаб этилади. Электрон савдо катта айланмасида бундай харажатлар ўзини оқлайди, аммо агар айланма савдонинг талаб қилинган параметрларига жавоб бермаса, транспорт ва курьерлик ресурсларнинг турғунлик кузатилиши мумкин, бу эса сарф-харажатларни оширади.

Агар интернет-дўкон логистик компаниялар хизматларидан фойдаланиш бўйича қарор қабул қилса, унда жойда харидорга хизмат кўрсатиш билан боғлиқ муаммо пайдо бўлади, чунки харидор жойида товарни текшириш, уни ўлчаб кўриш керак, аммо логистик компаниялар харидорга товарни етказиб беришади, аммо товарнинг кейинги тақдирида манфаатдор эмас. Бундай ҳол интернет-дўконнинг имиджига салбий таъсир

килиши, шунингдек ушбу дўконга хизмат кўрсатувчи электрон савдо майдонга таъсир қилиш мумкин. Интернет-тадбиркор нуқтаи назаридан ўз курьерига эга бўлиш бу компания вакили сифатида компания брендини харидоргача етказиб бериш, шунингдек муҳим афзалликлар ҳамда миждога кўшимча сервис тақдим этиш демакдир.

Агар “Alibaba Group” амалиётини олсак, унда логистикага эътибор берилганлигини кўрсак бўлади, чунки ҳозирда савдо жараёни вақтини қисқартириш муаммоси товарни етказиб бериш тезлигига кўпро боғлиқ бўлди. “Alibaba Group” маиший техника ишлаб чиқарувчиси бўлган “Haier Group” компанияси билан қўшма корхонасини яратиш ҳақида ҳамкорлик келишувини имзолаган. Бўлинма мамлакатнинг ҳар қандай нуқтасигача катта ўлчамли маиший техникани етказиб бериш учун тақсимлаш логистикаси тармоғини қуришга ҳаракатларни йўналтиради.

“Alibaba” лойиҳага 363,8 млн. АҚШ долл. сармоя киритиб, ундан 239,89 млн АҚШ долл. “Haier Electronics” нинг бўлинмаси бўлган “Goodaymart” номли компания омборхона инфратузилмаси ва логистикасини такомиллаштиришга мўлжалланган. Бу ерда “Alibaba” компаниясининг президенти Жек Ма нинг сўзларини келтириш жоиз: “Сиз Хитойда ёки дунёда электрон тижорат мўжизаси ҳақида гапиришингиз мумкин, аммо менинг фикримча, Хитойнинг сўнгги ўн йиллик реал буюк мўжизаси бу логистик тармоқни ривожланганлигидир”.

Замонавий босқичда электрон тижорат логистикаси ривожлантириш жиҳатига товар ишлаб чиқарувчилар бўлимларидан истеъмолчиларгача транспорт коридорларни яратиш, тўхташ пунктларни ёки омборхоналарда товарлар заҳираларни қисқартириш зарурлиги масаласи киритилиши шарт.

Илғор хорижий амалиёт асосида юқорида келтирилган фикрлар ва хулосалардан келиб чиқиб, Ўзбекистон Республикасида электрон тижорат, мавжуд интернет-дўконлар ва электрон савдо майдонлари фаоллаштириш учун таклифлар ва аниқ чоралар ишал чиқилган (7-жадвал).

Ўзбекистонда электрон савдо майдонлар фаолиятини такомиллаштириш бўйича чоралар

3.2-жадвал

Электрон савдо майдони	Аниқланган муаммолар	Такомиллаштириш бўйича чоралар кўриш
Uztrade.com (B2B,B2C) Миллий товарларни экспорт қилиш учун мўлжалланган	- товарлар ва таклиф қилинган хизматлар кўламини ошириш зарурлиги мавжуд; - етарли даражада товарларнинг хусусиятларига таъриф берилган. Товарларнинг баъзи кўрсаткичлари ва реквизитлари деярли йўқ; - материалларни (реклама, йўриқномалар ва ҳ.к.) тақдим этиш зарурати мавжуд; - товарларнинг таърифи профессионал даражада эмас, бу эса харидорлар қизиқишини пасайтиради; - материал фақатгина бир тилда (рус тилида) берилган, бу эса бозорни чегарайлайди.	- электрон майдоннинг ишлаб чиқариш хўжалик юритувчи субъектлар билан ҳамкорликни кенгайтириш; - тизимга товарларни турли тилларга таъриф бериш ва тақдим этиш бўйича юқори малакали ходимларни жалб қилиш; - тўловлар ўтказишни автоматлаштириш ва оптималлаштириш учун миллий ва халқаро тўлов тизимларни (мисол учун, PayPal, Webmoney, VisaCard, MasterCard ва ҳ.к.) ҳамкорликни кенгайтириш; - электрон тижорат логистика инфратузилмасини кенгайтириш (ҳозирги кунда ушбу бозорда фақатгина Trans Osiyo Logistics LTD фаолият юритади).
Olx.Uz, Avto.Uz, Zor.Uz, Borku.uz, Vybor.uz, Uybor.uz, Arba.uz, Alibuy.uz, Make.uz, Bulavka.uz, Adab.uz,	- хусусиятлари бўйича ушбу майдонлар кўпроқ ахборот (реклама сайтлари) ҳисобланади; - ушбу майдонларни электрон шартномаларни тузиш ва расмийлаштириш бўйича интерактив юридик хизматлар билан таъминлаш зарур; - ушбу сайтларни реал фаолият юритувчи ва тартибга солинган тўлов тизимлари билан таъминлаш.	- ушбу майдонларни карта ҳисоблардан фойдаланган ҳолда автоматик режимида ишловчи электрон “Ipay.uz”, “Websum” тизимлари билан таъминлаш, “Click”, “WayWo” каби тўлов тизимларида коммуникация технологиялари фойдаланиш имконияти ёки ахборотнинг юқори ҳимоясига эга бошқа электрон коммуникация алоқаларни ишлаб чиқиш; - электрон тижорат тизимда товарларни етказиб бериш тизимини такомиллаштириш; - маҳсулот сифати, электрон тижорат жараёни

<i>Uzbekmarket.uz</i> <i>, Shoptextile.uz</i> <i>va боиқалар</i> <i>(B2C, C2C)</i>		иштирокчилари ҳақида тегишли маълумот базалари билан (қонун доирасида) таъминлаш; - хизматлар, товарлар сифати, уларни етказиб бериш ва ҳ.к. тўғрисида харидорлар баҳолар архивини яратиш; - электрон савдо майдонлар, интернет-дўконлар ва ҳ.к. рейтингини яратиш.
--	--	--

Ўзбекистонда электрон савдо майдонлар (интернет-дўконлар) фаолияти самарадорлигини ошириш учун ҳисобни олиб бориш ва қуйидаги жиҳатларга эътибор бериш керак:

1. Вақт бирлиги ҳамда маҳсулот бирлигига операцион харажатларни қисқартириш.

2. Логистик операцияларни ўтказиш учун вақтни қисқартириш. Мисол учун, етказиб бериш харажатлари ва муддати қисқариши, шу билан бирга товар/маҳсулот етказиб бериш сифатига таъсир қилмаслиги лозим.

3. Инновацион жараёнларни, айниқса логистик алоқаларга хизмат кўрсатиш ва кўпайтириш соҳасида жараёнларни тезлаштириш.

4. Ресурслардан оқилона фойдаланиш ҳамда муқобил вариантларни кенгайтириш, яъни товарлар (хом-ашё) ва хизматлар етказиб берувчиларга муқобил вариантларни доимий равишда излаш.

Ахборот логистикаси масаласида шуни таъкидлаш керакки, у яратилган ахборот платформалар ва ахборотни узатиш каналига боғлиқ.

Электрон тижоратни ташкил қилишда электрон тижорат иштирокчиларининг электрон ҳужжатлар ва электрон хабарлар айланмаси бўйича хизматлар кўрсатувчи телекоммуникация тармоқлар провайдерлари муҳим роль ўйнайди. Ўзбекистон Республикасининг “Электрон тижорат тўғрисида” қонуни 2015 йил 22 майдаги таҳририда телекоммуникация тармоқлар операторлари ва провайдерлари ахборот воситачиларга киритилган.

Халқаро амалиётда провайдерларнинг уч тури ажратилади, улар:

- “ISP” (Internet Service Provider) – Интернетга доимий уланган ҳамда доимий IP-манзилга эга (IP-манзил URL нинг бир қисми ҳисобланади). Қолган фойдаланувчилар (мижозлар) ISP га ишлаш вақтида уланишади. ISP одатда ўз мијозларига телефон алоқа коммутацияланадиган каналлар бўйича масофадан уланиш хизматларини (бу “dual-up service”) тақдим қилади. Бунинг учун ISP маҳаллий телефон компаниялардан телефон линияларни ижарага олади. Ушбу линиялар бўйича улар билан алоқага чиқиш мумкин;

- “IPP” (Internet Presence Provider) – бу ўз мижозларига Интернетга уланишни таъминловчи провайдер. У ҳам Интернетга уланган ва доимий IP-манзилга эга. “ISP” дан фаркли равишда “IPP” “dual-up service” хизматларни тақдим қилмайди. У ўз серверларида фақатгина бошқа шахсларнинг рекламаси, веб-сайтлари ва ҳ.к. жойлаштириши мумкин;

- «PCP» (Private Content Publisher) – ўз материалларнинг ношири, Интернетда ахборотни жойлаштириш учун ахборотни тайёрлайди ҳамда тармоқлараро алмашинувнинг иштирокчиси ҳисобланади.

Операторлар ўз домен отини олиб, провайдерларга айланишади, бу “ISP” ёки “IPP” шаклида бўлиши ҳамда барча хоҳловчилар учун интернет-хизматларни (сервисларни) тақдим этиши мумкин.

ISP-провайдернинг асосий хизмати ташкилотлар сайтларини жойлаштириш учун сервер диск майдонини ижараси бўлган хостингни тақдим этиш ҳисобланади. Ҳар қандай ташкилот ҳам ўз серверни юритишга имкони йўқ, биринчи навбатда етарли даражада хавфсизлик керакли даражасини, шу қаторда нафақат ахборот ҳимояси, балки серверни жисмоний йўқ қилишдан ҳимоялашни, таъминлаш зарурлиги сабабли.

Интернетдаги хостинг пулли, шартли бепул ва бепул бўлиши мумкин. Шартли бепул хостинг провайдер хизматлари компенсация сифатида ушбу ресурсда бошқа ташкилотлар рекламасининг жойлаштиришни кўзда тутаяди. Провайдер серверида ресурсни эълон қилишдан кейин ушбу ресурснинг барча саҳифаларида реклама берувчилар сайтларига гиперҳаволалар мавжуд ташқи реклама баннерлар жойлаштирилади. Бепул хизматлар юқори даражада сақлаб туриш учун учинчи шахслар томонидан ҳомийлигида ҳамда ноёб имтёзли таклифлари мавжуд реклама тарқатмалар амалга оширилиши мумкин. Бутунлай бепул хостинг фақатгина “Windows NT Web Matrix Hosting” (<http://europe.webmatrixhosting.net/russia/default.aspx>) учун ҳисобланади. Ушбу хостинг экспериментал ҳисобланиб, Microsoft маҳсулотларни Интернетга олиб чиқиш учун мўлжалланган, ҳамда пулли

хостинглардан фарқли равишда ҳеч қандай кафолатлар ва хизмат кўрсатиш даражасига тўғрисида келишувларга эга эмас.

Домен ҳудудида провайдерлар ва операторлар электрон тижоратда товарлар ёки хизматлар сотувчилари ва харидорлар ўртасида бевосита алоқаўрнатим нимтизим билан таъминлашни кўзда тутди. Бу товарни сотишни илгари сурувчи ва сотувдан кейинги хизмат кўрсатиш, харидни расмийлаштириш ва тузишда мижозга ёрдам кўрсатиш, фирма ёки компанияларнинг бевосита мулоқоти, шунингдек харидорда эътирозлар пайдо бўлганда уларнинг муаммоларни ҳал қилиш учун шароитлар яратишга имкон беради.

Электрон тижорат ташкилотчилари мижозларнинг товарга шийончини ошириш ва уларни доимий мижозларга айлантириш, уларнинг истакларининг ўрганиш каби масалаларни ҳисобга олишади.

Истеъмолчилар ишончига эришиш учун товарлар ёки хизматлар сотувчилари хизматлар ва товарлар харидорларига кафолатларни ошириш ҳамда уларнинг хавфини камайтириш, нархларда биринчи мижозлар учун чегирмалар бериш, турли иқтисодий бонусларни қўллаш, сотувчи ҳақида батафсил ахборот, шу қаторда унинг тарихи, бизнес юритишнинг меъёрий асоси ва тамойилари савдо маркаси, сертификатлари, ходимлар ҳақида маълум ахборотни, харидорларнинг товар ёки хизмат ва бошқалар ҳақида фикрлари каби усуллардан фойдаланишади.

Умуман олганда, хорижий мамлакатлар илғор тажрибаси ҳисобга олиб, миллий иқтисодиётда электрон тижоратни фаоллаштириш учун қуйидаги жиҳатларга эътибор бериш керак:

- амалиёт мижозлар учун жозибадор рекламага, реклама тушунарлиги, динамикаси, интерфаоллиги учун қулай шароитларни яратиш, шунингдек миллий ва халқаро стандартлар ва меъёрларига мувофиқлигига муҳтож;

- Ўзбекистон Республикасида фойдаланувчилар доирасини кенгайтириш ҳамда “Websum” юридик мақомини мустаҳкамлаш учун қулай шароитларни таъминлаш зарурати бор;

- товарлар ёки хизматлар тақдим этилишини Интернет ёрдамида кенгайтириш, шу қаторда турли инструментлардан фойдаланган ҳолда: видеороликлар, товуш, уч ўлчамли тизмалар ва анимация;

- электрон тижорат тизимини электрон бозорлар иштирокчилар ўртасида тижорат операциялар махсус сайти ёрдамида кузатиш тизими ҳамда ишончли ва хавфсиз тўлов тизими билан таъминлаш. Бундан ташқари, бу валюталарнинг ҳар хил турларидан, мисол учун АҚШ доллари, евро, сўм ва ҳ.к. ҳисоб-китоб бирлиги билан тизимлардан, фойдаланган ҳолда тўлов тизимлар ва коммуникация технологиялар таклифларини кенгайтиради;

- товарлар ёки хизматлар сотувчилари ва харидорлари ўртасида бевосита алоқа тизимини таъминлаш. Товар сотувчиси тизимида тўғридан-тўғри мулоқот қилишни ўрнатиш, сотувдан кейинги қўллаб-қувватлаш, харидни расмийлаштириш ва тузишда мижозга ёрдам кўрсатиш учун. Харидорларда эътирозлар пайдо бўлганда – шу заҳотиёқ чора кўриш.

Электрон тижорат тизимида истеъмолчилар ишончини ошириш учун куйидаги жиҳатларга эътибор бериш керак:

- мижозларнинг истакларини доимий равишда ўрганиш;
- товарлар ва хизматлар кафолатларини ошириш ҳамда хавфни қисқартириш;
- иқтисодий воситалардан унумли фойдаланиш, биринчи мижозларга чегирмалар бериш, турли иқтисодий бонусларни қўллаш;
- сотувчи ҳақида батафсил ахборот, шу қаторда унинг тарихи, бизнес юритишнинг меъёрий асоси ва тамойилари савдо маркаси, сертификатлари, ходимлар ҳақида маълум ахборотни, харидорларнинг товар ёки хизмат ва бошқалар ҳақида фикрлари каби усуллардан фойдаланиш.

Умуман олганда, Ўзбекистон Республикасида электрон тижоратни ривожлантириш учун юқорида кўрсатилган таклифлар ва тавсияларни амалга ошириш млий иқтисодиётнинг жадал суратларда ривожланиш учун замин яратади.

ХУЛОСА

Ўтказилган тадқиқот шуни кўрсатадики, ҳозирги кунда вирутал маконда электрон тижоратни самарали юритишни ташкил қилиш ҳамда электрон тижорат чегараларини кенгайтириш учун турли хил мавжуд муаммоларни ҳисобга олиш керак, хусусан:

- электрон тижорат иштирокчилар ахбороти ва молиявий ресурслар хавсизлиги;
- электрон тижорат тизими бўйча товарлар ва хизматлар сотувчилар солиққа тортиш базасини тартибга солиш, мониторинги ва ҳисоб-китобини юритиш;
- монетар сиёсатни ишлаб чиқишда электрон пулларни Марказий банк томонидан ҳисоб юритиш;
- электрон тижорат тизимларни тан олиш учун тижорат ахборот-реклама майдонларни ҳужжатлар айланмаси тизимлари ва хавфсиз тўлов тизимлари билан таъминлаш;
- Интернетдан аҳоли фойдаланишни кенгайтириш учун шароитларни яратиш (интернет хизматлари учун нархларни пасайтириш ва ҳ.к.);
- электрон тижорат иштирокчиларнинг бизнес жараёнларнинг электрон шаклда аниқ меъёрий ва техник жиҳатларни ишлаб чиқиш базасига ишончни ошириш.

Ривожланган мамлакатлар амалиёти шуни кўрсатдики, жаҳон иқтисодиётда муваффақият янги инновацион технологиялардан бизнесни ташкил қилишда ҳамда савдо соҳасида самарали ва кенг фойдаланиш эвазига эришилган.

Хитойнинг электрон тижоратни ривожлантириш тажрибаси диққатга сазовор. Хитой электрон тижоратининг Ўзбекистон учун муҳим хусусиятлари ва жиҳатлари ажратамиз:

- биринчидан, Хитойнинг электрон савдосининг 90% электрон рекламалар ҳисобига ҳомийлик эвазига молиялатрилидаиган махсус ташкил қилинган бозорларда амалга оширилади. Мисол учун АҚШ ва Европа

бозорининг 70%ни ўз веб-сайтларда жойлашган интернет-дўконлардан иборат;

- иккинчидан истеъмолчилар бозорининг керакли нуқталарига товарларни етказиб бериш бўйича ривожланган инфратузилма. Электрон савдо майдонлар нафақат ўзлари ташкил қилган транспорт ва курьерлик компанияларга таянади, балки бошқа мустақил логистик компаниялар билан келишувлари бор. Бундай ёндашув товарларни етказиб беришга харажатларни қисқартиради ва товарларни етказиб бериш жараёни сифати ва тезлигини оширади;

- учинчидан, электрон савдо майдонлари, хусусан, “Alibaba.com” ва “Taobao.com” бир неча тилларда (хитой, инглиз, рус ва бошқа тилларда) ўз сайтларига эга, бундан ташқари, интернет-дўконларнинг мавжуд имкониятлардан келиб чиқиб харидор учун максимал қулайликларни яратиш учун турли ҳисоб-китоб тўлов тизимларни таклиф қилишади;

- тўртинчидан, электрон тижорат иқтисодиётнинг бошқа соҳалари каби аниқ белгиланган ҳукумат дастурлари бўйича ривожланади.

Юқорида келтирганлардан ташқари, Ўзбекистонда онлайн-сотувлар тизимини ривожлантириш учун мобил тижоратни оммавийлаштиришга эътибор кўрсатиш лозим. Хусусан, бу йўналишда АҚШнинг тажрибаси диққатга сазовор, унда электрон тижорат бозори айнан мобил тижорат секторидан тезроқ ривожланган. Бу тажриба қўлланса онлайн-сотувлар бозорининг мобиллиги ва эгилувчанлиги оширилади.

Умуман олганда, электрон тижорат хорижий тажрибасини таҳлил қилиш бўйича ўтказилган таҳлил асосида илмий жиҳатдан асосланган хулосаларга келиши келиш мумкин, хусусан:

- электрон тижорат Интернет минтақавий ёки миллий ҳудудга Интернет кириб бориш даражаси юқори бўлганда ривожланади. Бу борада таъкидлаш жоизки, интернет-фойдаланувчи сони ждуд кам, онлайн-харидлар ҳам кам, унда интернет-фойдаланувчилар сони ўсиши кузатилса, онлайн-харидлар ҳажми ҳам ошади;

- иқтисодиётда электрон тижоратни давлат томонидан рағбатлантириш (давлат дастурларни ишлаб чиқиш, рағбатлантирувчи норматив ҳужжатларни қабул қилиш ва ҳ.к.);

- тартибга солиш мукамал тизими яратиш, шу қаторда давлат ва солиқ назорати самарали тизими ташкил қилиш, тартибга солиш бўйича меъёрий ҳужжатларни қабул қилиш, ушбу соҳани тартибга солиш ва ҳ.к. учун юқори малакали мутахассисларни тайёрлаш;

- электрон тижорат инфратузилмасини кенгайтириш, электрон майдонларни яратиш, ушбу майдонларга фирма ва компанияларни жалб қилиш, улар томондан мижозлар учун қизиқарли реклама билан таъминлаш, реклама жозибадорлиги учун қулайлик, динамикаси ва интерактивлиги бўйича қулай шароитлар яратиш, реклама тақдим этилганда миллий ва халқаро стандартлар ва меъёрлар интеграцияси электрон тижоратни фаоллаштириш учун асос бўлиб хизмат қилади. Шунингдек, таъкидлаш жоизки, интернет ёки таклиф қилинаётган товарлар ва бажарилаётган хизматларнинг корпоратив тармоқлар бўйича рекламани ташкил қилишда барча инструментлардан фойдаланиш мақсадга мувофиқ: видеороликлар, аудио, уч ўлчамли тимсоллар (3D-модель) ва анимация;

- Электрон тижорат тизимида Интернет тармоғи бўйича савдо транзакцияларни самарали ва тезкор бажариш учун хавфсиз тўлов тизимларининг ҳар хил турларини ишлаб чиқиш ва жорий қилиш.

Ўзбекистонда электрон тижорат соҳасида солиқларни тартибга солишни самарали ташкил қилиш учун қуйидагилар зарур:

- электрон тижорат соҳасида солиққа тортиш тизимида солиққа тортишнинг бешта фундаментал принципларни, яъни нейтраллик, самарадорлик, аниқлик ва соддалик, самарадорлик ва адолат, эгилувчанликка риоя қилиш;

- электрон бозорлар орқали товарларни экспорт қилиш ҳамда тегишли давлатлар солиқ органлар ҳисобига онлайн солиқ тушумлар тизимини таъминлаш бўйича электрон тижорат соҳасида давлатлараро келишувлар.

Электрон тижоратни давлат томонидан тартибга солиш масаласин муҳим аҳамият касб этади. Ўзбекистон иқтисодиётида электрон тижоратни самарали ташкил қилиш учун мамлакат ҳукумати қуйидаги жиҳатларни эътиборга олиш керак:

- “рақамли колоқликни” арзон ва фойдаланиш учун содда ахборот тармоқларга уланишни таъминлаш эвазига енги ўтиш;
- солиқ механизмлар ҳисобига электрон савдонинг иқтисодий рағбатлантириш;
- электрон тижорат битимларини ҳуқуқий тан олиш;
- истеъмолчиларни фирибгарликдан ҳимоя қилиш;
- истеъмолчиларнинг шахсий ҳаёт дахлсизлигини таъминлаш;
- бузишдан ҳуқуқий ҳимоя (ёки компьютер тизимларига руҳсатсиз уланиш);
- интеллектуал мулкни ҳимоя қилиш.

Юқорида келтирилган хулосаларни амалга ошириш мамлакат иқтисодиётида электрон тижоратни ҳар томонлама ривожлантиришни таъминлайди ва 2016-2018 йиллар даврида Ўзбекистон Республикасида электрон тижоратни ривожлантириш концепциясида белгиланган кўпгина вазифаларнинг ечимини топишига ёрдам беради.

ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ

1. Ўзбекистон Республикаси «Ахборот эркинлиги принципи ва кафолатлари тўғрисида»ги Қонуни 12.12.2002 й. N 439-II.
2. Ўзбекистон Республикасининг «Ахборотлаштириш тўғрисида»ги қонуни, 2003й.
3. Ўзбекистон Республикасининг Қонуни «Электрон рақамли имзо тўғрисида»ги 11.12.2003 й. N 562-II
4. Ўзбекистон Республикасининг Қонуни «Электрон ҳужжат айланиши тўғрисида»ги 29.04.2004 й. N 611-II
5. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг «Идоралараро ахборот-компьютер тармоғини ташкил этиш тўғрисида»ги қарори. 10.04.1998 й. N 150
6. Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Ўзбекистон Республикасида ахборотни криптографик муҳофаза қилишни ташкил этиш чора-тадбирлари тўғрисида»ги Қарори 03.04.2007 й. N ПҚ-614
7. Вазирлар Маҳкамасининг «Ахборотнинг криптографик ҳимоя воситаларини лойиҳалаштириш, тайёрлаш, ишлаб чиқариш, реализация қилиш, таъмирлаш ва улардан фойдаланиш фаолиятини лицензиялаш тўғрисида»ги низом 2007 йил 21 ноябрдаги 242-сон қарорига илова.
8. Егорова Т.А. Критерии эргономической и экономической оценки при проектировании предприятия // Организация производственных систем - Варшава: Польша - 1997.
9. Аскеров Т.М. Защита информации и информационная безопасность. Учеб. пособие. Под ред. К.И. Курбакова. М.: Рос.экон.акад., 2001.
10. Катаев А.В. Виртуальные предприятия - новая ступень в организации НИОКР //Стратегические аспекты управления НИОКР в условиях глобальной конкуренции: Отчет по НИР № 01.2.00100692. Таганрог: ТРТУ, 2001.
11. Балабанов И.Т. Электронная коммерция / ИХ Балабанов, — СПб.: Питер, 2001.

12. Брейли Р., Майерс С. Принципы корпоративных финансов.-М.: «Финансы», 2004.
13. Арипов ва бошқ. Ўзбекистон ахборот-оммуникация технологиялари соҳаси менежменти масалалари. – Т.: «Fan va tehnologiya», 2005.
14. Энциклопедия компьютерных вирусов Евгения Касперского //Электронная версия 2010.
15. IDC, 1999 Knowledge Management Survey.
16. Мильчакова Н. Телекоммуникации в России: Структурные реформы и проблемы повышения рыночной стоимости акций. Ж. «Вопросы экономики» № 7, 2001 г.
17. Мухитдинова М. "Предупреждение кредитных рисков". Бозор, пул ва кредит, № 12, 2001 й.
18. Жамолов Х., Абдуллаев Х. Корхоналарнинг тўловга қодирлиги ва рентабеллиги. Бозор пул ва кредит. 1-сон, 2001 й.
19. The Radicati Group, Inc., Knowledge Management Market Trends 1999-2003.
20. А.Н.Арипов, Т.К.Иминов, Х.А.Мухитдинов. Телекоммуникация соҳасида баҳо ва лицензиялаш сиёсати ва давлат томонидан тартибга солишни эркинлаштириш.-Т.: «Ўзбекистон иқтисодиёти», №4. 2004.
21. А.Н.Арипов. Ахборот-коммуникациялар соҳасида бошқарув тизими такомиллаштириш муаммолари. – Т.: Автореферат, 2004.
22. Бутундунё электроалоқа /АКТ ривожлантириш ҳисоботи // ЭАИ – 2006 й.
23. Ўзбекистон Алоқа ва ахборотлаштириш агентлигининг ҳисобот материаллари, 2007 й.
24. "Ўзбекистоннинг 2000-2007 йиллардаги асосий ижтимоий-иқтисодий кўрсаткичлари". Т.: Давлат статистика қўмитаси, 2000-2008.
25. E-commerce and Development Report 2003 , UNCTAD

26. The Impact of Investment in IT on Economic Performance: Implications for Developing Countries, Rouben Indjikian , UNCTAD, Geneva, Switzerland,2005.

27. Daniel B. Britton, Stephen McGonegal.The Digital Economy Fact Book, ninth edition, 2007.

28. Information Economy Report 2003,2005,2006,2007-2008, science and technology for development: the new paradigm of ict , prepared by the UNCTAD secretariat,UN,NEW YORK

29. International Financial Statistics (IFS), IMF 2002, 2003; 2004,2005,2006,2007,2008. www.imf.org

Интернет сайтлари:

1. www.gov.uz – Ўзбекистон Республикаси Хукумати сайти
2. www.ict.uz – Ўзбекистон Алоқа ва Ахборотлаштириш агентлиги сайти
3. www.icpt.uz – Ўзбекистон ҳукуматига мамлакат ривожланиши учун ахборот ва коммуникация технологиялари сиёсатини шакллантириш ва жорий этишда кўмак, БМТТДнинг лойиҳаси сайти
4. www.review.uz. – «Экономическое обозрение» журналининг расмий сайти
5. www.ddi.uz. – БМТТДнинг “Рақамли Ривожланиш Дастури” лойиҳаси сайти
6. <http://www.arsin.ru>
7. [http:// www.crime-research.ru](http://www.crime-research.ru)
8. <http://www.inside-zi.ru> (информационно-методический журнал «Защита информации. Инсайд»)
9. <http://www.osp.ru> (журнал «LAN»)
10. <http://www.secju> (форум по ИБ)
11. <http://www.security.com.ua/books> (литература по ИБ)
12. <http://www.wisp.ru>
13. <http://www.old.infosec.ru> (сайт по ИБ)
14. <http://en.wikipedia.org>

15. <http://www.novosoft.ru/solutions>
16. <http://www.intertrustsib.ru>
17. <http://www.iteam.ru>
18. <http://www.awaresystems.be>
19. <http://www.microsoft.com>
20. <http://www.linux.org>