

**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI AXBOROT TEXNOLOGIYALARI
VA KOMMUNIKATSIYALARINI RIVOJLANTIRISH VAZIRLIGI
MUHAMMAD AL-XORAZMIY NOMIDAGI TOSHKENT
AXBOROT TEXNOLOGIYALARI UNIVERSITETI**

Qo'lyozma huquqida
UDK:004.738:339

YO'LDOSHEVA DILNOZA G'AYRAT QIZI

**MAMLAKAT IQTISODIYOTINI RIVOJLANTIRISHGA ELEKTRON
TIJORATNING TA'SIRI**

Mutaxassislik: 5A350302 – Elektron tijorat

Magistr akademik darajasini olish uchun yozilgan

DISSERTATSIYA

“Menejment va marketing”
kafedrası mudiri
i.f.n., dots., G.F.Ismoilova

Ilmiy rahbar
i.f.n., A.X. Muxitdinov

Toshkent – 2018

**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI AXBOROT TEXNOLOGIYALARI
VA KOMMUNIKATSIYALARINI RIVOJLANTIRISH VAZIRLIGI
MUHAMMAD AL-XORAZMIY NOMIDAGI TOSHKENT
AXBOROT TEXNOLOGIYALARI UNIVERSITETI**

Fakultet: Magistratura bo'limi
Kafedra: Menejment va marketing
O'quv yili: 2016-2018

Magistratura talabasi: D.G'.Yo'ldosheva
Ilmiy rahbar: i.f.n.,A.X.Muxitdinov
Mutaxassisligi: 5A350302 – Elektron
tijorat

MAGISTRLIK DISSERTATSIYASI ANNOTATSIYASI

Mavzuning dolzarbligi. Iqtisodiy munosabatlarning axborot texnologiyalari bilan hamohangligi o'z navbatida, elektron tijoratning shakllanishiga zamin yaratmoqda. Jahon amaliyotida elektron tijorat tobora ommalashib, mamlakat yalpi ichki mahsulotidagi ulushi ortib borayotganiga qaramasdan, O'zbekistonda bu jarayon jahon miqyosi bo'yicha taqqoslaganda ancha ortda qolmoqda. Elektorn tijorat mahsulotlar eksportini rivojlantirish uchun keng imkoniyatlar yaratishini inobatga oladigon bo'lsak, elektron tijoratni milliy dasturiy mahsulotlar savdosida qo'llash orqali samaradorlikni oshirishga erishish mumkinligi e'tiborga molikdir.

Tadqiqot maqsadi va vazifalari. Ishning maqsadi elektron tijoratni takomillashtirish, uni turli sohalarda joriy etishni tashkil qilish orqali mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirishga qaratilgan ilmiy taklif va amaliy tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat. Vazifalari esa axborotlashgan iqtisodiyot va uning o'ziga xos xususiyatlarini o'rganish, unda elektron tijoratni qo'llashning zaruriyatini ochib berish, elektron tijorat turlari va infratuzilmasi mohiyatini ko'rsatish, O'zbekistonda elektron tijoratning me'yoriy-huquqiy asoslarini tahlil qilish, xorijiy mamlakatlarda elektron tijoratning rivojlanish tendensiyalarini ko'rib chiqish, O'zbekistonda elektron tijorat holatini tahlil qilish, mamlakatimizda dasturiy mahsulotlar yaratishni qo'llab-quvvatlash loyihalarini o'rganish, elektron tijorat qonunchiligini takomillashtirish yo'nalishlarini aniqlash va dasturiy mahsulotlar savdosida elektron tijoratni yo'lga qo'yish masalalarini tadqiq etishni o'z ichiga oladi.

Tadqiqot obyekti va predmeti. Mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirish masalasi tadqiqot obyeti hisoblanadi. Tadqiqotning predmetini mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirish maqsadida elektron tijoratni qo'llash tashkil qiladi.

Tadqiqot usullari. Tadqiqot jarayonida ilmiy izlanishning kuzatish, taqqoslash, analiz, sintez kabi umumiy usullaridan , shu bilan birga qiyosiy va iqtisodiy tahlil, ijtimoiy va statistik so'rov, indeks kabi maxsus usullardan foydalanildi.

Tadqiqotning ilmiy yangiligi mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirish maqsadida elektron tijorat qonunchiligini takomillashtirish va dasturiy mahsulotlar savdosida elektron tijoratni qo'llashni joriy etish bo'yicha ilmiy asoslangan taklif va tavsiyalar ishlab chiqilganligida o'z aksini topgan.

Tadqiqot natijalarining nazariy va amaliy ahamiyati. Tadqiqot ishining nazariy ahamiyati shundaki, undagi ma'lumotlarning "Elektron tijoratni rivojlantirish strategiyasi", "Biznesni boshqarish asoslari", "Elektron tijoratni loyihalashtirish" kabi fanlarni o'qitishda foydalanish mumkin. Tadqiqotning amaliy ahamiyati esa unda o'z aksini topgan yechimlarning mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirishga xizmat qilishi bilan belgilanadi.

Ish tuzilishi va tarkibi. Magistrlik dissertatsiyasi kirish qismi, uchta bob xulosa hamda foydalanilgan adabiyotlardan tashkil topgan. Umumiy hajmi 81 betdan iborat.

Bajarilgan ishning asosiy natijalari. Axborotlashgan iqtisodiyot va uning o'ziga xos xususiyatlarini o'rganildi, unda elektron tijoratni qo'llashning zaruriyatini ochib berildi, elektron tijorat turlari va infratuzilmasi mohiyati ko'rsatildi, O'zbekistonda elektron tijoratning me'yoriy-huquqiy asoslarini tahlil qilindi, xorijiy mamlakatlarda elektron tijoratning rivojlanish tendensiyalarini ko'rib chiqildi, O'zbekistonda elektron tijorat holatini tahlil qilish, mamlakatimizda dasturiy mahsulotlar yaratishni qo'llab-quvvatlash loyihalari o'rganildi, elektron tijorat qonunchiligini takomillashtirish yo'nalishlari aniqlandi va dasturiy mahsulotlar savdosida elektron tijoratni yo'lga qo'yish masalalarini tadqiq etildi.

Xulosa va takliflarning qisqacha umumlashtirilgan ifodasi. Tadqiqot natijalaridan kelib chiqqan holda, O'zbekistonda elektron tijorat yordamida mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirish uchun elektron tijorat qonunchiligini takomillashtirish yo'nalishlarini belgilab olish, elektron tijorat indikatorlarini ishlab chiqish, xalqaro hamkorlikni kuchaytirish, milliy mahsulotlar elektron tijorat orqali sotilishini rag'batlantirish, Mirzo Ulug'bek Innovation Center bilan kelishgan holda dasturiy mahsulotlar elektron savdosini yo'lga qo'yish, dasturiy mahsulotlar eksporti hajmini ko'paytirish kabi taklif va tavsiyalar ishlab chiqildi.

Ilmiy rahbar

(imzo)

Magistratura talabasi

(imzo)

**THE MINISTRY FOR DEVELOPMENT OF INFORMATION
TECHNOLOGIES AND COMMUNICATIONS OF UZBEKISTAN
THE TASHKENT UNIVERSITY OF INFORMATION TECHNOLOGIES
NAMED AFTER AL-KHARAZMIY**

THE ANNOTATION OF MASTER'S DISSERTATION

Faculty: Master's degree
department

Department: Management and
marketing

Period of study: 2016-2018

Master's degree student:

D.G.Yuldosheva

Scientific director: A.X.Mukhitdinov

Specialty: 5A350302 – E-commerce

The actuality of the theme. The synchronization of economic relations with information technology, in turn, contributes to the formation of electronic commerce. Despite the increasing popularity of e-commerce in the world's business and the share of GDP in the country, this trend is much lower in Uzbekistan than in the world. Taking into account the wide range of opportunities for the development of exports of electronic commodity exports, it is important that e-commerce can be used to increase productivity through the use of national software products.

The aim of the work and tasks. The aim of the work is to develop scientific recommendations and practical recommendations for the development of the country's economy through the development of e-commerce, the organization of its implementation in various fields. The tasks include the study of the informatics economy and its specificities, the need to use e-commerce, to demonstrate the essence of electronic commerce and infrastructure, to analyze the legal framework of electronic commerce in Uzbekistan, identifying trends in e-commerce in countries, analyzing e-commerce status in Uzbekistan, studying projects to support software development in our country, identifying trends in e-commerce legislation and e-commerce in software sales.

The object and predmet of the research. The development of the country's economy is a research objective. The subject of the study is the use of electronic commerce for the development of the country's economy.

Research Methods. In the course of the research, special methods such as comparative and economic analysis, social and statistical surveys, indexes were utilized in general research methods such as observation, comparison, analysis, synthesis of research.

The novelty of scientific results of research has been reflected in the development of e-commerce legislation and the development of scientifically-based recommendations and recommendations for the introduction of e-commerce in software sales.

Theoretical and practical significance of the research results.

Theoretical significance of the research is that it can be used to teach information such as " E-Commerce Development Strategy ", "Fundamentals of Business Management", "Designing Electronic Commerce". The practical significance of the research is determined by the fact that the solutions reflected in it contribute to the development of the national economy.

The components of the work. The master's dissertation is based on the introduction, three chapters, and the literature used. The total size is 81 pages.

The main results of the done work. The study of the information economy and its peculiarities has revealed the need for e-commerce, the importance of electronic commerce and infrastructure, the analysis of the legal framework of e-commerce in Uzbekistan, development trends of commerce, review of e-commerce status in Uzbekistan, projects on support of software development in our country, directions of improvement of e-commerce legislation and identification of e-commerce in the sale of software.

The little total expression of conclusion and invitations Based on the findings of the research, it was noted that in Uzbekistan, the development of e-commerce legislation for the development of the country's economy through the development of e-commerce, development of e-commerce indicators, strengthening international cooperation, promoting the sale of national products through e-commerce, In line with the Mirzo Ulugbek Innovation Center, proposals and recommendations have been developed to set up e-commerce for software products and to increase the export of software products.

Scientific director

(signature)

Master's degree student

(signature)

MUNDARIJA

KIRISH	7
I BOB. MAMLAKAT IQTISODIYOTI RIVOJLANISHINING NAZARIY ASOSLARI	12
1.1 Elektron tijorat va axborotlashgan iqtisodiyotda elektron tijoratni qo'llashning zarurati.....	12
1.2 Elektron tijorat turlari va infratuzilmasi.....	24
1.3 O'zbekistonda elektron tijoratning me'yoriy-huquqiy asoslari.....	34
I bob bo'yicha xulosa.....	44
II BOB. MAMLAKAT IQTISODIYOTIDA ELEKTRON TIJORATNING HOLATI TAHLILI	45
2.1 Xorijiy mamlakatlarda elektron tijoratning rivojlanish tendensiyalari.....	45
2.2 O'zbekistonda elektron tijorat holati	56
2.3 Mamlakatimizda dasturiy mahsulotlar yaratishni qo'llab-quvvatlash loyihalari.....	64
II bob bo'yicha xulosa.....	73
III BOB. ELEKTRON TIJORATNI QO'LLASH ORQALI MAMLAKAT IQTISODIYOTINI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI.....	74
3.1 Elektron tijorat qonunchiligini takomillashtirish yo'nalishlari.....	74
3.2 Dasturiy mahsulotlar savdosida elektron tijoratni yo'lga qo'yish masalalari.....	77
III bob bo'yicha xulosa.....	81
XULOSA.....	82
FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR.....	85

KIRISH

Mavzuning dolzarbligi. Mamlakatimizda amalga oshirilayotgan ustuvor vazifalar sifatida bozor munosabatlarini chuqurlashtirish orqali iqtisodiyotning rivojlanish sur'atlarini saqlab qolish, makroiqtisodiy barqarorlikni mustahkamlash, iqtisodiyotda axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini keng joriy etish kabilar belgilangan.

2017-yil 7-fevraldagi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "O'zbekiston Respublikasini rivojlantirish bo'yicha Harakatlar strategiyasi to'g'risida"gi farmoni mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirish va liberallashtirishda yangi bosqichni boshlab berdi deyish mumkin. 2017-2021-yillarga mo'ljallangan ushbu dastur xususiy mulkni himoyalash, ishbilarmonlik muhitini yaxshilash, tabdirkorlik faoliyatini qo'llab-quvvatlash, moliya-bank tizimini rivojlantirish, ishlab chiqarish tarmoqlarini modernizatsiyalash, bozor narxlari barqarorligini ta'minlash, xizmatlar ko'rsatish sifatini yaxshilash va xizmatlar turlarini diversifikatsiyalash kabi islohotlarni amalga oshirishga xizmat qilmoqda.

Iqtisodiy jarayonlarning axborot-kommunikatsiya texnologiyalari va Internet bilan uyg'unlashishi natijasida iqtisodiyot tizimi, infrastrukturasini va biznes yuritish usullari o'zgarmoqda. Bu o'z navbatida, axborotlashgan iqtisodiyotning rivojlanishiga zamin yaratmoqda. Xalqaro iqtisodiyotda AKT asosiy ishlab chiqarish vositasiga aylanayotgani natijasida AKT operatsion xarajatlarni kamaytirish, kapitalni ko'paytirish, mehnat unumdorligini oshirishga xizmat qilmoqda, Internet esa, o'z navbatida, masofa bilan bog'liq bo'lgan barcha to'siqlarni olib tashlamoqda. Shu bilan birga, bunday iqtisodiyotda intellektual mehnatning roli ortmoqda, elektron hujjat almashinuvi va elektron to'lov tizimlaridan foydalanish, biznesni elektron tarzda amalga oshirish va boshqaruvda qarorlar qabul qilishni tezlashtirishga erishilmoqda.

O'zbekiston Respublikasi Birinchi Prezidenti I.A Karimov ta'kidlaganidek: "Bugungi kunda jahon miqyosida yaratilayotgan yalpi ichki mahsulotning taxminan 5.5%i axborot-kommunikatsiya texnologiyalari sohasiga to'g'ri

kelmoqda. Nufuzli xalqaro ekspertlarning fikriga ko'ra, 2020-yilda bu ko'rsatkich 9%dan oshadi.

So'nggi yillarda iqtisodiyotimizning mazkur tarmog'i jadal sur'atlar bilan rivojlanib borayotganiga qaramasdan, hozirgi vaqtda biz bu borada dastlabki bosqichda turganimizni tan olishimiz darkor. Ya'ni mamlakatimiz yalpi ichki mahsulotining atigi 2%ga yaqini axborot-kommunikatsiya texnologiyalari hissasiga to'g'ri kelmoqda”¹.

Aynan shularni inobatga olgani holda, mamlakatimizda sohani jadal rivojlantirish maqsadida O'zbekiston Respublikasi Axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalarini rivojlantirish vazirligi tashkil etildi, sohaga oid “Elektron hukumat to'g'risida”gi, “Elektron tijorat to'risida”gi qator yangi qonunlar, Prezident farmonlari, Vazirlar Mahkamasi qarorlari qabul qilindi va 2013-2020-yillarda O'zbekiston Respublikasining milliy axborot-kommunikatsiya tizimini rivojlantirishning kompleks dasturi ishlab chiqildi.

Iqtisodiy munosabatlarning axborot texnologiyalari bilan hamohangligi o'z navbatida, elektron tijoratning shakllanishiga zamin yaratmoqda. Jahon amaliyotida elektron tijorat tobora ommalashib, mamlakat yalpi ichki mahsulotidagi ulushi ortib borayotganiga qaramasdan, O'zbekistonda bu jarayon jahon miqyosi bo'yicha taqqoslaganda ancha ortda qolmoqda. Elektorn tijorat mahsulotlar eksportini rivojlantirish uchun keng imkoniyatlar yaratishini inobatga oladigon bo'lsak, elektron tijoratni milliy dasturiy mahsulotlar savdosida qo'llash orqali samaradorlikni oshirishga erishish mumkinligi e'tiborga molikdir. Bularning barchasi tadqiqot mavzusining naqadar dolzarb ekanligini ko'rsatadi.

Muammoning o'rganilganlik darajasi. Elektron tijoratni iqtisodiyotning turli sohalarida keng joriy etish va bu orqali iqtisodiyot rivojiga ta'sir etish

¹ Karimov I.A. Bosh maqsadimiz – iqtisodiyotimizda olib borayotgan islohotlarni va tarkibiy o'zgarishlarni keskinchuqurlashtirish, xususiy mulkchlik, kichik biznes va tadbirkorlikka keng yo'l ochib berishdir. – T.: “O'zbekiston”, 2016.

masalalari xorij olimlari: S.Gringard², A.Yurasov³, T.Tardaskina, Y.Tereshko⁴ kabilarning asar va ilmiy maqolalarida keltirilgan.

Mamlakatimiz olimlaridan M.Yakubov, R.Yuldashev⁵larning asarlarida ham bu mavzu atroflicha yoritilgan.

Yuqorida keltirilgan ilmiy asarlar mavzuning ilmiy tadqiq etilganini ifodalasada, elektron tijoratning mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirishdagi roli atroflicha yoritilmagan, uni dasturiy mahsulotlar savdosida qo'llash kabi ayrim masalalar yetarlicha o'rganilmagan va tadqiq etilmagan.

Tadqiqot maqsadi elektron tijoratni takomillashtirish, uni turli sohalarda joriy etishni tashkil qilish orqali mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirishga qaratilgan ilmiy taklif va amaliy tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat.

Tadqiqotning vazifalari. Tadqiqot maqsadiga erishish uchun quyidagi vazifalar qo'yildi:

- axborotlashgan iqtisodiyot va uning o'ziga xos xususiyatlarini o'rganish, unda elektron tijoratni qo'llashning zaruriyatini ochib berish;
- elektron tijorat turlari va infratuzilmasi mohiyatini ko'rsatish;
- O'zbekistonda elektron tijoratning me'yoriy-huquqiy asoslarini tahlil qilish;
- xorijiy mamlakatlarda elektron tijoratning rivojlanish tendensiyalarini ko'rib chiqish;
- O'zbekistonda elektron tijorat holatini tahlil qilish;
- mamlakatimizda dasturiy mahsulotlar yaratishni qo'llab-quvvatlash loyihalarini o'rganish;
- elektron tijorat qonunchiligini takomillashtirish yo'nalishlarini aniqlash;

² Gringard S. The Internet of Things. – M.: "Alpina Publisher", 2016 – 188p.

³ Юрасов А.В. Основы электронной коммерции. – М.: "Горячая линия- Телеком", 2008. – 480с.

⁴ Тардаскина Т.Н., Терешко Ю.В. Электронная коммерция. – Одесса: ОНАС им.А.С Попова, 2011. – 128с.

⁵ Yakubov M.S., Yuldashev R.X. Elektron tijorat asoslari. – T.: TATU, 2010.

– dasturiy mahsulotlar savdosida elektron tijoratni yo'lga qo'yish masalalarini tadqiq etish.

Tadqiqot obyekti bo'lib mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirish masalasi hisoblanadi.

Tadqiqotning predmetini mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirish maqsadida elektron tijoratni qo'llash tashkil qiladi.

Tadqiqot usullari. Tadqiqot jarayonida ilmiy izlanishning kuzatish, taqqoslash, analiz, sintez kabi umumiy usullaridan, shu bilan birga qiyosiy va iqtisodiy tahlil, ijtimoiy va statistik so'rov, indeks kabi maxsus usullardan foydalanildi.

Tadqiqot natijalarining nazariy va amaliy ahamiyati. Tadqiqot ishining nazariy ahamiyati shundaki, undagi ma'lumotlarning “Elektron tijoratni rivojlantirish strategiyasi”, “Biznesni boshqarish asoslari”, “Elektron tijoratni loyihalashtirish” kabi fanlarni o'qitishda foydalanish mumkin. Tadqiqotning amaliy ahamiyati esa unda o'z aksini topgan yechimlarning mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirishga xizmat qilishi bilan belgilanadi.

Tadqiqotning ilmiy yangiligi mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirish maqsadida elektron tijorat qonunchiligini takomillashtirish va dasturiy mahsulotlar savdosida elektron tijoratni qo'llashni joriy etish bo'yicha ilmiy asoslangan taklif va tavsiyalar ishlab chiqilganligida o'z aksini topgan.

Ish tuzilmasining tavsifi. Ilmiy ish kirish, uchta bob, xulosa va foydalanilgan adabiyotlar ro'yxatidan iborat.

Ishning kirish qismida tadqiqot mavzusining dolzarbligi, muammoning o'rganilganlik darajasi, tadqiqotning maqsadi, vazifalari, obyekti, predmeti, tadqiqot usullari, natijalarning nazariy va amaliy ahamiyati hamda tadqiqotning ilmiy yangiligi izohlab berilgan.

Tadqiqotning “Mamlakat iqtisodiyoti rivojlanishining nazariy asoslari” nomli birinchi bobida elektron tijorat va axborotlashgan iqtisodiyotda elektron tijoratni qo'llashning zarurati, elektron tijorat turlari va infratuzilmasi hamda O'zbekistonda elektron tijoratning me'yoriy-huquqiy asoslari o'rganilgan.

Ilmiy ishning ikkinchi bobi “Mamlakat iqtisodiyotida elektron tijoratning holati tahlili” deb nomlangan bo’lib, unda xorijiy mamlakatlarda elektron tijoratning rivojlanish tendensiyalari, O’zbekistonda elektron tijorat holati va mamlakatimizda dasturiy mahsulotlar yaratishni qo’llab-quvvatlash loyihalari tahlil qilingan.

Ilmiy ishning “Elektron tijoratni qo’llash orqali mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirish istiqbollari” deb nomlangan uchinchi bobida elektron tijorat qonunchiligini takomillashtirish yo’nalishlari belgilab olingan va dasturiy mahsulotlar savdosida elektron tijoratni yo’lga qo’yish mexanizmlari ishlab chiqilgan.

Dissertatsiyaning xulosa qismida olib borilgan tadqiqotning asosiy natijalari bo’yicha ilmiy asoslangan taklif va tavsiyalar berilgan.

I BOB. MAMLAKAT IQTISODIYOTI RIVOJLANISHINING NAZARIY ASOSLARI

1.1. Elektron tijorat va axborotlashgan iqtisodiyotda elektron tijoratni qo'llashning zarurati

Internetning rivojlanishi bilan uning imkoniyatlari yanada ortib bormoqda. Tijorat savdosini ham Internet orqali amalga oshirish hozirgi kunda elektron daromadning asosiy yo'nalishlaridan biri bo'lib qolmoqda. Elektron tijoratning rivojlanishi hozirgi paytda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishning eng muhim vositasi bo'lib, axborot kommunikatsion texnologiyalar sohasida keng rivojlanishning asosiy belgisi hisoblanadi. Buning natijasida bozor qatnashchilari o'rtasidagi axborot almashinishda va bitimlar tuzishdagi xarajatlarni qisqartirish mumkin.

"Elektron tijorat" tushunchasiga qat'iy ta'rif berish bugungi kunda oddiy ish emas. Gap shundaki, bir tomondan, ommaviy axborot vositalarida va taniqli nashriyotlarda elektron tijorat tovarlarni internet orqali sotib olish, deya ta'riflanadi. Ikkinchi tarafdin, ixtisoslashtirilgan nashriyotlarda elektron tijoratni juda ko'p ta'riflari keltiriladiki, ularda ushbu global hodisaning u yoki bu xususiyati qirralari qayd etiladi. Umumiy holda bu yerda "elektron" va "tijorat" so'zlarini tashkil etuvchilari bugungi kun hisobi bilan qanday ma'no berishini bilib olish lozim. Shundan kelib chiqib, elektron tijorat tushunchalarini amaliy nuqtai nazardan aniqlashtirish bilan chegaralanamiz.

Elektron tijorat tushunchasi ostida tovar buyurtmasini qabul qilish, to'lovni amalga oshirish, tovar (xizmat bajarilishi) yetkazib berilishidagi boshqaruvda qatnashuvni o'z ichiga oluvchi amallarning yopiq siklli texnologiyasi tushuniladi. Ushbu operatsiyalar axborot texnologiyalari va elektron vositalar yordamida o'tkazilib, egalik etish yoki ishlatish huquqini bir yuridik (jismoniy) shaxsdan ikkinchisiga o'tishi ta'minlanadi⁶.

Keltirilgan ta'rif elektron tijoratning "ideal" tushunchasini yoki boshqa so'zlar bilan elektron tijorat tizimlarini tashkil etishda intilishi lozim bo'lgan

⁶ Юрасов А. В. Основы электронной коммерции. – М.: "Горячая линия- Телеком", 2008. – 480с.

maqsadni o'zida aks ettiradi. Haqiqatda bugungi kunda faqat keng rivojlangan elektron tijorat tizimlarigina barcha tijorat kelishuvlar to'liq, yoki amallarni elektron yo'l bilan o'tishini ta'minlaydi. Keyinchalik esa biz shunga amin bo'lamizki, elektron tijorat sinfiga kiruvchi deb qabul qilingan tizimlarning asosiy qismi operatsiyalar (amallar) bajarilishining elektron va odatiy usullari, masalan tovar va xizmatlar to'lovini o'z ichiga oladi. Yuqorida keltirilgan ta'rifda "savdo" va "internet" so'zlari yo'q bo'lishiga sabab shuki, elektron tijoratda savdo xususiy holat va internet elektron tijoratni kiritish bo'yicha axborot texnologiyalari vositalaridan biri hisoblanadi. Elektron tijoratda internet imkoniyatlari 90 -yillardan faol ishlatila boshladi. Elektron tijoratning o'zi esa bundan uzunroq tarixga ega.

Elektron tijorat tushunchasining paydo bo'lishi 1948-yilda G'arbiy Berlinni kerakli material va texnik xom-ashyo bilan ta'minlash uchun G'arbiy mamlakatlar tomonidan bunyod etilgan avia ko'prikn tashkillashtirish ishlarida qo'llanilgan amaliyot bilan bog'lanadi. Ushbu ko'prikn deyarli 11 oy faoliyat ko'rsatib, shahar ehtiyojlari tug'risida juda tez va aniq ma'lumotlar uzatilishini talab qilgan.

Internet tarmog'i paydo bo'lguncha bir necha yillar davomida elektron tijorat turli xil ma'lumotlarni uzatish elektron tizimlariga asoslangan. EDI (Electronic Data Interchange - ma'lumotlar elektron almashinuvi), EFT (Electronic Funds Transfer - fondlarning elektron almashinuvi), E-mail (Electronic Mail - elektron pochta) elektron tijorat tizimlarining butun bir qatorida yuqoridagi ma'lumotlarni almashish tashkiliy usullaridan hozirda ham foydalaniladi. Internet elektron tijoratning butun dunyoda tarqalishi uchun eng istiqbolli vosita bo'lishiga qaramasdan, elektron tijorat rivojlanishining axborot texnologiyalari nuqtai nazaridan bu vosita optimallik o'rnini egallab olmaydi⁷.

Biroq aynan global tarmoq elektron tijoratning rivojlanishiga qattiq turtki berdi va u katta korporatsiyalargagina emas, balki kichik va o'rta tadbirkorlarga

⁷ Калужский М.Л. Электронная коммерция: Маркетинговые сети и инфраструктура рынка. – М.: Экономика. 2014. – 7с.

hamda alohida shaxslarga ham foydalanish imkoniyatini berdi. Bu bilan esa yetkazib beruvchilar va iste'molchilarning tobora kengroq doirasini elektron tijoratga jalb etish mumkin bo'ldi. Elektron tijorat kundan - kunga tovar va xizmatlar saviyasini oshira boshlagan sari alohida shaxslarni, korxonalarni, soxalarni, davlat muassasalarini va nixoyat davlatlarni bir butunlikka birlashtirib, hamkorlarning o'zaro ta'siri axborot va telekommunikatsion texnologiyalar yordamida samarali va to'siqlarsiz ro'y berishiga imkon berdi.

Elektron tijorat o'z - o'zidan tovar va xizmatlarni realizatsiyalash va yetkazib berish shartnomalarini tuzishda 2 ta: moddiy va nomoddiy oqimlar, xizmati bilan bog'liq. Nomoddiy oqimlar nomoddiy tovarlar (dasturiy ta'minot, bino loyixalari va b.) ni to'g'ridan – to'g'ri tarmoqda uzatish, moddiy xizmatlar (transport chiptalari, mehmonxonalarda xonalar va xokazolar buyurtmasi)ning tug'ridan-tug'ri tarmoqda bajarilishi, hamkorlar (mijozlar, buyurtmachilar, yetkazib beruvchilar, banklar va b.) bilan moliyaviy tarmoqda xisobotlar, moddiy xizmatlarni yetkazib berishni axborot va telekommunikatsion vositalarini qo'llash natijasida yuzaga keldi. Bunday oqimlar u yoki bu virtual tijorat faoliyati natijasida umumiy oqimlarning sezilarli, ba'zida esa juda katta qismini tashkil etadi. Tabiiyki, nomoddiy oqimlarga xizmat ko'rsatishda elektr vositalarning ishlatilishi ish jarayonlarini tezlashtirishga, oqibatda, elektron tijoratning rivojlanishiga olib keladi.

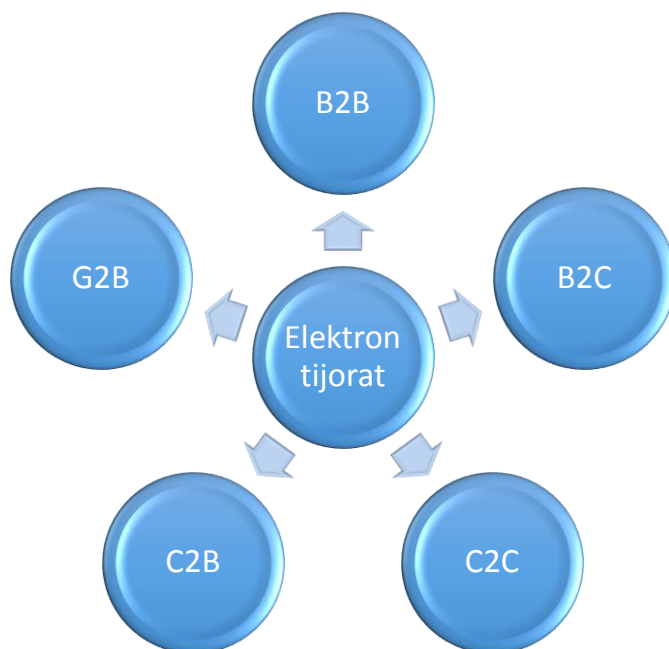
Hozirgi elektron tijorat yuritishning turli xil andozalari qariyb hamma mamlakatlarda, iqtisodiyotlarning turli soxalarida, turli xil hajmdagi korxonalarda, shuningdek davlat muassasalari va turli darajadagi vakolatli qonun chiqaruvchi va ijro etuvchi hokimiyat organlarida tarqalmoqda. Bu andozalarning umumiy-qabul qilingan tasnifi asosiga shartli ravishda mol yetkazib beruvchi va xaridor deb nomlash mumkin bo'lgan elektron tijoratning o'zaro aloqador tomonlari turlari qo'yilgan. Bu tavsifning mazmuni shundan iboratki, elektron tijoratni yuritish andozalari mol yetkazib beruvchi va xaridorlarning aniq turlariga qarab farqlanadi.

Tovar yetkazib beruvchi va xaridorlar turkumiga quyidagilar kiradi:

- Davlat (Government);
- Korxona (Business);
- Mijoz, iste'molchi (Consumer);
- Hamkor (Partner);
- Korxona xodimi (Executive, Employee)⁸.

Andoza belgilanishi tovar yetkazib beruvchi va xaridor nomlanishidan tuziladi. Misol: Ingliz tilida (Business to business) yoki o'zbek tilida (korxona-korxona) Business to consumer-korxona-iste'molchi. Andozaning qisqartirilgan belgilanishi sotuvchi va xaridorning ingliz tilidagi nomlari bosh xarfidan tuziladi va ular o'rtasida 2 raqam ko'yiladi. Hozirgi vaqtda iqtisodiy rivojlangan mamlakatda turli xil darajada quyidagi andozalardan foydalaniladi: B2B, B2C, B2R, B2E, C2B, C2C, B2G, G2P, G2B: (davlat-korxona) va P2G (xamkor-davlat).

Shundan kelib chiqqan holda elektron tijoratning keng tarqalgan andozalari sifatida quyidagilarni qayd etish mumkin:



1.1-chizma. Elektron tijoratning asosiy andozalari⁹

⁸ Yakubov M.S. Elektron tijorat asoslari. – T.:TATU, 2016

⁹ Adabiyotlarni o'rganish natijasida muallif tomonidan ishlab chiqildi

Elektron tijoratning faol rivojlanishi bir necha asosiy toifalarning paydo bo'lishiga olib keldi, ular orasida:

1. Business-to-business (B2B) sektori. Uning xususiyati - tuzilmalar o'rtasidagi har qanday shovqin. Bu turli xil texnologiyalar va valyuta standartlaridan foydalanish imkonini beradi, masalan, EDI. Eng boshidan boshlab "B2B" atamasi faqat onlayn rejimida amalga oshirilgan xarid va oldi-sotdi jarayonlarini o'z ichiga olgan. Biroq, bugungi kunda "biznesdan biznesga" ikki kompaniya yoki ularning bo'linmalari o'rtasidagi har qanday biznes faoliyati deb tushuniladi. Shunday qilib, bu vazifa global tarmoq orqali amalga oshiriladi.

Shu bilan birga, virtual B2B uchta asosiy turdan iborat edi: Qabul qiluvchilarni boshqarish, Yetkazib beruvchini ta'minlovchi yoki uchinchi tomonga asoslangan. Shu bilan birga, bunday saytlarni shakllantirishda bir qancha asosiy fikrlar hisobga olingan:

- yangi mijozlar uchun sayt mavjudligi;
- ishlatiladigan platformalarning o'lchamlari;
- asosiy standartlarni sifatli ta'minlash (XML ilovalari, EDI va hk);
- barcha aloqalar va bitimlar xavfsizligini ta'minlash;
- turli elektron biznes vositalarini birlashtirish imkoniyati;
- ma'lumotlarning mavjudligi va uni boshqarish qobiliyati.

2. Business-to-consumer (B2C) sektori. Ushbu faoliyat sohasi chakana savdo tarmog'ini, ya'ni iste'molchilar bilan to'g'ridan-to'g'ri ishlashni o'z ichiga oladi. Ushbu korxona korxonalarni yirik shaharlar va potensial mijozlarning asosiy qismini olib tashlashda samarali bo'ladi. B2C sohasida ishlashingiz eng kam vositachilik kompaniyalari va tuzilmalari bilan iste'molchiga mahsulot yetkazib berish imkonini beradi. Bu, o'z navbatida, tovarlarga nisbatan qulay narxlarni qo'yish, sotish hajmini oshirish va yaxshiroq daromad olish imkonini beradi.

Tarmoqdan-iste'mol sektoriga quyidagilar kiradi:

- tovarlarni sotish bilan shug'ullanadigan onlayn-do'kon. Shu bilan birga, ularning savdo uchun zarur barcha infratuzilmalari mavjud;

- Veb-vitr-stendlar (front office) potensial mijozlarning e'tiborini kompaniya mahsulotlariga jalb qilish uchun yaratilgan. Bu elektron biznesni amalga oshirishning eng oson variantlaridan biridir;

- Internet-kompaniyalar. Bunday tashkilotlarning o'ziga xos xususiyati korxonadagi barcha biznes-jarayonlarga to'la integratsiyalashganidir.

3. "Consumer to Business" (C2B) sektori tadbirkorga xizmat va tovarlar uchun narx-navo siyosatini mustaqil ravishda belgilash imkonini beradi. Shu bilan birga, bunday qo'shimcha talab, tovar ayirboshlash va, natijada, kompaniyaning yanada katta daromadlari shakllanmoqda. Olingan ma'lumotlarga asoslanib, tadbirkor qaysi maxsulot eng qimmat bo'lgan va maxsus rivojlanishni talab qiladigan xulosa chiqarishlari mumkin.

Bundan tashqari, B2C sektori sotuvchi va iste'molchi o'rtasidagi onlayn operatsiyalarni amalga oshirish imkonini beradigan turli texnologiyalar va vositalardan foydalanishga imkon beradi. Misol tariqasida, siz turli xil profilleri, targ'ibotchilar, advokatlar, reklama agentliklari va boshqa saytlarni keltirib o'tishingiz mumkin.

4. Iste'molchi-iste'molchi (C2C) sektori tovarlar va xizmatlar sotuvi kompaniya va iste'molchi o'rtasida emas, balki turli xil xaridorlar o'rtasida tashkil etilgan shakllardan biridir. Shu bilan birga, daromadlar vositachilikdan kelib chiqadi. Bugungi kunda bunday saytlar yanada keng tarqalgan: erkin reklama resurslari, onlayn auksionlar (masalan, molotok.ru, e-auksion.uz, uzex.uz) va boshqalar. Bunday saytlarda ba'zi odamlar o'z mahsulotlarini namoyish qilishadi, boshqalari esa sotib oladi. Shu bilan birga, kichik korxonalar sotuvchi sifatida faoliyat yuritishlari mumkin.

5. Biznes-ma'muriy (B2G) sektori kompaniya (tadbirkor) va ma'muriyat o'rtasidagi o'zaro munosabatlarning alohida turidir. B2A tufayli davlat va tijorat tashkilotlari o'rtasida aloqalarni o'rnatish mumkin. Davlat tuzilmalari, mahalliy hokimiyat organlari yoki xatto xalqaro tashkilotlar ham harakat qilishi mumkin.

6. Iste'molchi-ma'muriy (C2G) sektori eng kam rivojlangan hududlardan biridir. Boshqa tomondan, uning potentsiali eng katta hisoblanadi, chunki davlat

tuzilmalari va iste'molchilarning o'zaro hamkorligi demokratik jamiyatdagi eng muhim omillardan biridir. Shu bilan birga, maksimal shovqin ikki yo'nalishda - ijtimoiy va soliq sohasida belgilanishi kerak.

Xorijda B2B andozasi 30 yil oldin paydo bo'lgan va keng tarqalgan. B2B andozasidan foydalanishning 2 ko'rinishi bor:

Birinchidan: 2 yoki undan ortiq korxonalar o'zaro turli xil shartnomalar tuzadi. Masalan korxonalar internet orqali shartnoma tuzishda o'z takliflarini yuborishlari, hisob varaqalarini qabul qilishlari va to'lovlarni amalga oshirishlari mumkin.

Ikkinchidan: B2B sektorida elektron tijorat yuritishning rivojlangan tizimlarining o'ziga xos xususiyati bo'lib, korporativ axborot tizimlari bilan integratsiya xisoblanadi. Shunday qilib, istiqbolda, nafaqat xarid va sotuv jarayonining avtomatlashuvi, balki korxona boshqaruvining kompleks avtomatlashuvi masalalari yechimi ham ta'minlanadi.

Ichki bozor doirasida elektron tijoratning bu yo'nalishi ishlab chiqaruvchilar orasida yangi tijorat aloqalarini vujudga keltirishga yordam beradi, shuningdek, materiallar va uskunalarni xarid qilish jarayoni sezilarli darajada yengillashadi. Xalqaro darajada B2B andozasi bizning ishlab chiqaruvchilarga dunyo bozorida qatnashishga imkon beradi.

B2B andozasini qurish va muvaffaqiyatli faoliyat yuritish maqsadida mo'ljallangan bozor segmenti shu kabi yechimlarni qabul qilish va joriy etishga tayyor bo'lishi lozim. Bozorning bu segmenti bir necha tasnifga ega bo'lishi kerak. Ularning eng ahamiyatlisi quyidagilardir: hajmlilik va sig'imlilik. Tabiiyki, Shimoliy Amerika, G'arbiy Yevropa va bizning bozorlar uchun xajm buyicha kursatkichlar keskin farkanadi.

Turli xil korxonalar va ishtirokchilar bozorning bu segmentida har biri o'z maqsadini ko'zlaydi, lekin B2B andozasini tadbiq etib, undan foydalanishda hamma yutishi mumkin. Texnologik yechimlarni yetkazib beruvchilar B2B andozasini amalga oshirishda o'z mahsulotlari texnologiya va ilmlarini sotuvdan

va keyinchalik bu bo'yicha elektron tijorat jarayonini olib borish funksiyalarni amalga oshirishdan yutishadi.

Belgilab o'tish lozimki, ko'p hollarda shu kabi korxonalar axborot resursining egasi yoki to'la xuquqli hamkori bo'lib qoladi va uning faoliyatidan foyda olishda qatnashadi. Sotuvchi - korxonalar sotuv bozorini kengaytiradilar, tovar yetkazib berish zanjirini va sotuv bilan bog'liq bo'lgan xarajatlarni qisqartiradilar, har bir buyurtma bilan alohida ishlash imkoniyatiga ega bo'ladilar. Xaridor - korxonalar bir joyning o'zida tovar yetkazib beruvchilarni ham, mahsulotni ham tanlash imkoniyatiga, mahsulotlarga narxlarni umumiy tushishiga, yuqori tezlik va xizmat ko'rsatish sifatiga ega bo'ladilar. Hamma ishtirokchilar uchun umuman olganda yutuq ish faoliyati rivojlanishida yangi istiqbollar vujudga kelishidadir.

Umuman olganda, elektron tijorat virtual savdo maydonchasi, deganda shunday joy tushuniladiki, u yerda sotuvchi va xaridor o'rtasida shartnoma tuziladi va moliyaviy oldi - sotdi amallari o'tkaziladi. Virtual savdo maydonchalari 3 ko'rinishda bo'ladi.

1. Xaridor tomonidan tashkil etiladigan (buyer-driven);
2. Sotuvchilar tomonidan tashkil etiladigan (supplier-driven yoki seller driven);
3. Uchinchi shaxs tomonidan tashkil etiladigan (third-party-driven);

U yoki bu ko'rinishdagi elektron tijorat savdo maydonchalarini tashkil etish odatda xaridor va sotuvchilarning shu sohadagi faoliyatiga ta'sir etish darajasi bilan belgilanadi.

Buyer-driven ko'rinishdagi maydonchalar bir yoki bir necha yirik kompaniyalar tomonidan tashkil etiladi va ko'pgina tovar buyuruvchilar kompaniyasini jalb etishga qaratilgan. Savdo maydonchalarining bu konsepsiyasi yirik kompaniyalarning sotib olish jarayonini optimallashtirish, buyurtmalarni yetkazib berish tarmog'i va savdo kontaktlarini kengaytirishga bo'lgan ehtiyojlari bilan bog'liq,

Supplier-driven ko'rinishidagi maydonchalar sotuvchilar tomonidan tashkil qilinib, mijozlar sonini ko'paytirishga va xizmat ko'rsatish yoki mahsulotni sotish bo'yicha xarajatlarni kamaytirishga qaratilgan.

Third-party-driven ko'rinishidagi maydonchalar xaridor va sotuvchilarni uchrashtirish mas'uliyatini oladi. Odatda, bunday maydonchalar biznesning ma'lum sektorida va unda bo'ladigan jarayonlarda yaxshi mo'ljal oladigan tomonidan tashkil qilinadi. Haqiqatda bunday maydoncha tuzuvchi sotuvchi va xaridor o'rtasida o'ziga xos dallol vazifasini o'taydi. Bugungi kunda virtual savdo maydonchalarini tashkil etishning 3 asosiy ko'rinishini ajratib ko'rsatish mumkin: katalog, auksion va birja.

Katalog zamonaviy axborot tizimini katta quvvatli qidiruv imkoniyatlarini solishtirish va mahsulotni bir varakayiga bir necha parametrlar bo'yicha tanlashni, narxni, keltirib berish muddati, kafolati, xizmat ko'rsatish bo'yicha ma'lumotlar va boshqalarni xisobga olgan holda ishlatishni tashkil qilib beradi. Bu model nisbatan uncha katta bo'lmagan tovarlar bilan tez-tez oldi - sotdi qiladigan kuchli sotuvchi va xaridor fragmentatsiyalashini tavsiflovchi tarmoqlar uchun afzaldir. Agar ko'pgina oldi - sotdilar mashhur buyurtmachilar tomonidan ma'lum bir qoidalar asosida amalga oshirilsa va xaridorga sotuvchini tanlash uchun ko'p mayda buyurtmachilar takliflari bilan o'rganib chiqish zarurati bo'lganida katalogli model qo'l keladi va nixoyat, bu modelni talab yetarlicha aniq bo'lib narxlar kamdan - kam o'zgarganida qo'llash yaxshi samara beradi.

Auksion (kim oshdi savdosi) - narxlar qayd etilmagan, balki oldi - sotdi jarayonida o'rnatilgandagi savdo maydonchasi tashkiloti model. Bu model nostandart, o'z yo'nalishidagi yagona yoki sifati tez buziluvchi maxsulotlar (xizmatlar, tovar) narxini aniqlashga o'z yondoshishlari bo'lgan kompaniyalar tomonidan sotib olinganda yoki sotilganida ishlatiladi. Bu guruxga kamyob buyumlar, kapital uskunalar, tovarlar, avval ishlatilgan, zaxiralar va boshqalar kiradi.

Birja shunday savdo maydonchasiki, u yerda narx talab va taklif asosida belgilanadi va buning natijasida kuchli o'zgarishlarga uchrashi mumkin. Bu model tovar va taklifni vaqtinchalik kelishuvini ta'minlaydi. U talab va taklifni real vaqt davomida kelishish mexanizmini tashkil qilishni, bozor narxini aniqlashni, shu bilan birga ro'yxatga olish jarayoni va oldi-sotdi o'tkazishni talab qiladi. Bu model keng tarqalgan maxsulotlar uchun maqbul hisoblanadi. Birja modeli talab va taklif notekis bo'lgan bozorda o'ziga jalb etadi. U bozor ishtirokchilari uchun ortiqcha yoki yuqori bo'lgan talabni boshqarishga yordam beradi. Shuni ham aytib o'tamizki, birjalar bir kuncha kompaniyalarga anonim holda oldi - sotdi qilishga imkon beradi, masalan, ovoza bo'lish sotuvchi va xaridor tutgan o'rning raqobatbardoshligiga xalaqit berishi mumkin bo'lgan qismida u katta ahamiyatga ega. Ko'pincha virtual savdo maydonchalari bir emas, bir necha tashkilot ishlarining ko'rib chiqilgan modellarini baravar ishlatishadi, qachonki, bu holatlarda mijozlar o'zlarining imkoniyatlari darajasida savdo sxemalarini tanlab olishlari mumkin. Virtual savdo maydonchalarining yana bir o'ziga xos xususiyati ularning maxsuslashtirilganligidir. U quyidagicha bo'lishi mumkin:

- 1) vertikal - biror bir tarmoq, yoki mahsulot turiga mo'ljallangan;
- 2) gorizontal (funktional) - ma'lum bir biznes - jarayonlarga mo'ljallangan.

Elektron tijoratning bu sektorda yuqorida keltirilgan savdo maydonchalari va ular tashkilot modellarining deyarli hammasi ishlatiladi.

Tarixan B2B sektordagi savdo maydonchalarining bir turi supplier-driven ko'rinishdagi maydonchalar hisoblanadi. Ular katalogli modelda tashkil qilingan. Bu savdo maydonchasida korxona o'ziga uskuna-jihoz yoki boshqa tovarlar oldi - sotdilarini to'g'ridan - to'g'ri buyurtmachi bilan dallollarsiz olib borishlari mumkin. Bu savdo maydonlari bir sotuvchining ko'pgina xaridorlar bilan ishlashi orqali xarakterlanadi.

Oxirgi vaqtlarda B2B sektorida katalogli tizimlar yuqori sur'atda rivojlanayapti, ular o'zida bir qancha sotuvchilarni, birja va auksion modellari

bilan ishlovchi tizimlarni birlashtiradi. Bunday savdo maydonchalari vaqtni qisqartirish, yaxshi variantlarni qidirib topish va tanlashda, sotuvchi va xaridorlar uchun shartnomani amalga oshirishda bir qancha afzalliklar keltirib chiqaradi. Bunda xaridorlar keng ko'lamda tanlash, sotuvchilar esa ko'p sonli xaridorlar bilan muomala qilish imkoniyatiga ega bo'ladilar. Bu afzalliklar shu tizimdan foydalanuvchilarga proporsional ravishda o'sib boradi.

Shuni ta'kidlab o'tish lozimki, ba'zi davlatlarda savdo maydonidagi B2B sektori bugungi kunda kelishilgan shartnomalar tartibida ishlovchi savdo - axborot tizimi bo'lib hisoblanadi. Shartnomalar an'anaviy usulda tuziladi, chunki hozircha bu tizimlar elektron usul bilan shartnoma tuzishni o'zlarida mujassamlashtirmaganlar.

Bugungi kunda B2C sektoridagi virtual savdo maydonchalarining quyidagi turlari mavjud:

- WEB - vitrinalar;
- Elektron do'konlar;
- Elektron savdo qatorlari;
- Savdo - Internet - tizimlari;
- Auksionlar (kim oshdi savdolari)¹⁰.

WEB - vitrinalar - bu aytarli katta bo'lmagan WEB bo'limlaridir. Odatda ular kichik biznes - kompaniyalariga tegishlidir. Bu saytlardagi savdo xajmi odatda uncha katta bo'lmaydi va bir kunda bir nechtdan to o'ntagacha bo'lgan savdo ishlarini amalga oshiradi.

WEB - vitrinalarning asosiy komponenti tovarlar va xizmat turlari qayd etilgan kataloglar (prays - list) xamda xaridorlardan buyurtma to'plash tizimidir. Saytda to'planadigan barcha buyurtmalar sotuvchilar kompaniyasining elektron pochta manziliga yuboriladi. So'ngra sotuvchi ularni odatiy biznes - tadbirlarida ko'rib chiqadi. "WEB - vitrinalar shunisi bilan ajralib turadiki, ular internet-savdoda rivojlangan boshqaruv tizimiga ega emas. Biroq vitrinalarni tashkil

¹⁰ Yakubov M.S. Elektron tijorat asoslari. – T.:TATU, 2016. 22-bet.

etish yuzasidan mavjud qarorlar WEB -katalogga EXCEL-jadvallar va elektron pochtalardangina foydalangan holda osonlikcha o'zgartirishlar kiritish imkonini beradi. Natijada bu ish maxsus tayyorgarlik talab qilmaydi va buni menejer WEB -dizayner va programmist yordamisiz ham bajarish mumkin. Shu tufayli bu kabi tizimlar ishlab chiqarish va ekspluatatsiyada arzon tushadi.

Elektron do'konlar - bu kichik va o'rta biznes kompaniyalarining savdo saytlaridir. Ular WEB - vitrinalarga nisbatan kattaroq, xajmdagi savdoga mo'ljallangan va shunga yarasha nisbatan murakkabroq tizimga ega. Internet do'kon 3 qismdan iborat:

1)virtual savdo zali: u o'zida vitrina, katalog, tovarlar ro'yxati, buyurtmani xujjatlashtirish tizimi, do'kon va savdo kompaniyasi haqidagi ma'lumotlar va boshqalarni mujassamlashtiradi.

2)virtual bloki - internet do'konning menejerlar ishlaydigan qismi. Shu blok orqali internet-do'konni boshqarish amalga oshiriladi, ya'ni ma'lumotlar bazasidan eski tovarlarni o'chirib tashlash yoki bazaga yangi tovarlar haqidagi ma'lumotni kiritish, tovarlar katalogini konfiguratsiyalash, narxini belgilash, tovar narxini chegirish, dilerlar yoki doimiy xaridorlar uchun turli imtiyoz sxemalar, shuningdek internet-do'kon ombori holati nazorat qilib turiladi. Undan tashqari, menejer interfeys boshqaruvi orqali internet - do'kon omborini to'ldirish uchun yangi tovarlar olishga buyruq berish, tovarlar va xaridorlar haqidagi turli statistik ma'lumotlar olish imkoniyatiga ega bo'ladi.

3) ma'lumotlar bazasi - tovarlar, buyurtmalar, xaridorlar haqidagi barcha ma'lumotlar to'planadigan omboridir. Shuningdek, unda internet-do'konning hamma yo'nalishlari, buyurtmalarini olish - sotishni tashkil qiluvchi biznes qoidalarining barcha turlari mavjud.

Bu tizim internet - do'kondan o'zining avtomatlashtirilgan savdo tizimi bilan bevosita aloqasi, korxona resurslarini boshqara olishi va shu bilan kompaniyalarning tashkil topib bo'lgan biznes jarayoni qatoriga o'tgani bilan ajralib turadi.

Savdo internet tizimlari - elektron tijoratning maxsus tizimlari bo'lib, yirik savdo kompaniyalari, korporatsiyalar, xoldinglar, ishlab chiqarish korxonalarining ta'minot va mahsulotni sotish bo'limlari mehnat unumdorligini oshirishga xizmat qiladi.

Ishlab chiqaruvchi savdo internet tizimlari tarkibidagi tizimlarni o'zining distribyutor va reseller tarmog'i orqali, distribyutor esa, o'zining dillerlik tarmog'i orqali boshqarishi mumkin.

Maxsuslashtirilgan savdo internet tizimlari tarmoqlari korporatsiyalarni xom ashyo, materiallar va yordamchi materiallar bilan ta'minlashni uzluksiz tashkil etish maqsadida yirik ishlab chiqarish korxonalari va korporatsiyalar, xoldinglar tomonidan katta talabga ega.

Auksion - WEB-sayt, bunda istagan talablar xoxlagan tovarni uzi belgilangan boshlangich narx orqali sotuvga qo'yishi mumkin. Belgilangan muddat tugagach, sotuvchi shu tovar uchun eng yuqori narx taklif etgan xaridor bilan bog'lanishi va an'anaviy tarzda savdo - sotiq ishini amalga oshirishi mumkin.

Yuqoridagilardan ko'rinib turibdiki elektron tijorat tushunchalari kundalik hayotimizda uchraydigan faoliyatlarning axborot kommunikatsion texnologiyalar yordamida tashkil etilgan virtual ko'rinishidir. Bu tushunchalarga hozirgi kunda tez-tez duch kelish mumkin. Haqiqatdan ham rivojlangan davlatlarda bu sohalar juda yaxshi rivojlangan, chunki hozirgi paytda davlat iqtisodiyotining rivojini axborot texnologiyalarisiz tasavvur etish qiyin.

1.2.Elektron tijorat turlari va infrastrukturas

Internet - bu zamonaviy eng quvvatli va tez rivojlanib borayotgan kommunikasiya tarmoqlaridan hisoblanadi, qisqa vaqt mobaynida oddiy idoraviy tarmoq sifatidan jahon axborot kommunikatsiya infrastrukturas darajasiga ko'tarildi. Internet kommunikatsiya texnik vositalarini qaytadan tahlil etib, yangi samarador texnologiyalar sari ildam intilmoqda.

Foydalanuvchi nuqtai nazaridan tahlil qiladigan bo'lsak, internet birinchi navbatda tarmoq mijozlariga o'zaro ma'lumotlar almashish, virtual muloqot qilish imkonini yaratib beruvchi "informatsion magistral" vazifasini o'taydi, ikkinchidan esa unda mavjud bo'lgan ma'lumotlar bazasi majmuasi dunyo bilimlar omborini tashkil etadi. Bundan tashqari internet bugungi kunda dunyo bozorini o'rganishda, marketing ishlarini tashkil etishda zamonaviy biznesning eng muhim vositalaridan biriga aylanib bormoqda, so'nggi yillarda axborot texnologiyalari internetni rivojlangan axborot tizimiga aylantiradi. Bu tizim bir qancha axborot markazlarini birlashtirdi, jahon axborot resurs markazlari, kutubxonasi, ilmiy va huquqiy axborotlar bazasi, ko'pgina davlat va tijorat tashkilotlari, birja va banklarni o'z ichiga oldi.

Odatiy shakldagi savdo kelishuvlari foydalanuvchi xaridorga qulay bo'lgan uy yoki ofisdan foydalanishga o'tib bormoqda. Shuning uchun ham dastur va qurilma vositalarini yaratuvchi, savdo va moliya tashkilotlari internetga tijorat faoliyatini olib borishga turli ko'rinish va usullariga e'tiborni qaratmoqda, shular bilan bir qatorda elektron savdoda umuman internet tarmog'ida xavfsizlikni ta'minlash juda muhimdir¹¹.

Kundalik hayotimizdagi savdo-sotiq, turli xil maishiy xizmat ko'rsatuvchi korxonalar, bank bo'limlari to'lov vositasi sifatida plastik karta orqali qabul qiluvchilar hisoblanib, plastik karta xizmatini o'tovchi nuqtalar qabul qilish tizimini tashkil etadi.

Elektron tijorat tizimi maxsulot yetkazib beruvchi va xaridor o'rtasidagi savdo-sotiq munosabatlarini amalga oshirishga, moddiy texnik ta'minotga va mahsulotni o'tkazish masalasini yechishga qaratilgan.

Mahsulotni harakat jarayoni 6 turga bo'linadi. Egalik qiluvchi sub'ekt, yangi mahsulot yetkazib beruvchi - distributor – diler - chakana yoki ulgurji sotuvchi-xoridor. Bu zanjirda faqat birinchi va oxirgi sub'ekt ishtirok etadi xolos. Zanjirda o'zaro bog'langan juftliklarda elektron tijoratning tashkil

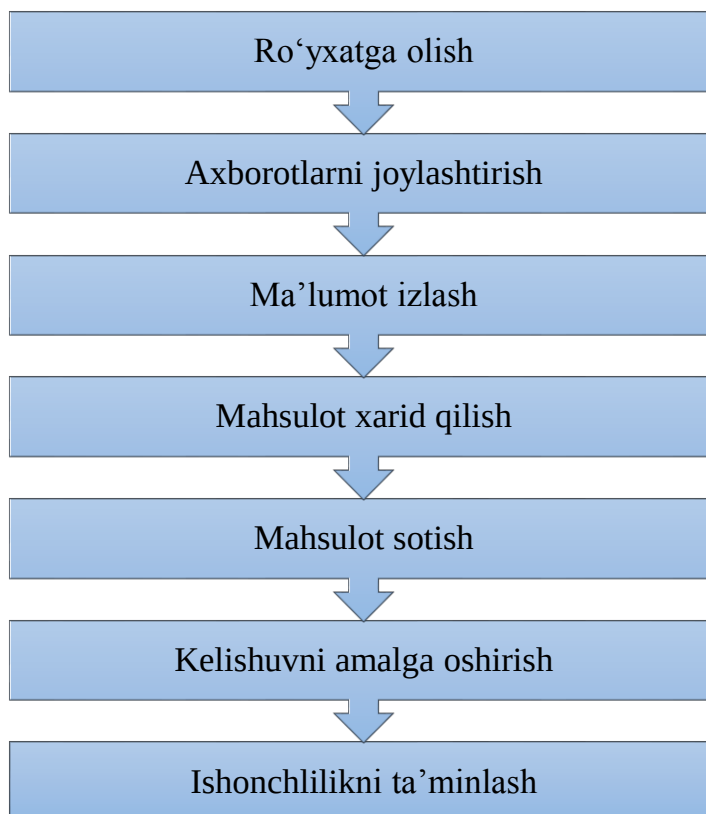
¹¹ Калужский М.Л. Электронная коммерция: Маркетинговые сети и инфраструктура рынка. – М.: Экономика. 2014. – 256с.

etishning o'ziga xos hususiyatlari mavjud. Bu jarayonda birinchi navbatda ko'p vaqt oluvchi murakkab qo'l mexnatlarini avtomatlashtirish, buyurtma qabul qilish, talablarni kelishib olish, tijoratga bog'liq boshqa ma'lumotlar bo'yicha fikr almashinishi. Elektron tijorat samaradorligini oshirish uchun mahsulot yetkazib beruvchi va ishlab chiqaruvchi tashkilot orasida axborot almashinuvi mavjud bo'lib, doimiy ravishda kelishilgan bo'lishi zarur.

Keng tarqalgan elektron tijorat:

1. Xarid boshqaruv tizimi;
2. Mahsulot yetkazib beruvchini kuzatib borish tizimi to'liq bosqichi;
3. Sotuvning boshqaruv tizimi;
4. Mijozni kuzatib borish tizimining to'liq bosqichlari;
5. Sohalar (yo'nalishlar) bo'yicha (tarmoqlangan) elektron savdo maydonlari;
6. Elektron bozorlar yoki ko'p soxali savdo-sotiq maydonlari.

Bularni o'zaro bog'lash uchun mahsulot ishlab chiqaruvchi tashkilotlarni xom ashyo bilan ta'minlash tizimi integrallashgan, ya'ni o'zaro bog'langan bo'lishi zarur.



1.2-chizma. Elektron savdoning asosiy jarayonlari¹²

Yuqoridagi jarayonlarni alohida tahlil etsak:

Ro'yxatga olish. Xaridor va sotuvchini ro'yxatga olish, o'zlarining manzil yoki rikvizitlarini ko'rsatadilar, shundan so'ng identifiktor va parollarni oladilar. Tizimda xaridor va sotuvchi ro'yxatga olinadi, ya'ni o'zi xaqidagi ma'lumotlar ko'rsatildi, shundan so'ng mos keluvchi identifikator va parol qo'yiladi. Ro'yxatga olish jarayonida savdo tizimi ishtirokchilari va uning poydevori o'rtasida savdo qoidalariga rioya etish va pulli xizmat olib borishga oid holatlar bo'yicha kelishib olishadi. Kelishuv ro'yxatga olish jarayonida amalga oshiriladi.

Axborotlarni joylashtirish. Foydalanuvchilar, tizim katalogidan foydalanib, tegishli bo'limlarda mahsulotlarga bo'lgan talab yoki maxsulot yetkazib berish to'g'risidagi takliflar kiritiladi.

Ma'lumot izlash. Ma'lumot izlash qo'lda xarakatlantirib kataloglar tarmog'idan yoki avtomatik ravishda maxsulotning kerakli ko'rsatkichlarini (nomi, tashkiliy bahosi va h.z.) berish va ro'yxatini olish bilan amalga oshiriladi. Ma'lumot olishning qulay usuli elektron pochta orqali olishdir. Bunda foydalanuvchi kerakli mahsulot ko'rsatkichlarini beradi va har bir katalog o'zgarganda (ya'ni ayrim yangi mahsulotlar paydo bo'lganda yoki ayrim mahsulotlar umuman yo'q bo'lganda) yangi ma'lumot berilib boriladi.

Mahsulot xarid qilish. Xarid qilishning uch varianti: katalogdan taklif etilayotganlardan ma'qulini tanlash, sotuvchi xabar berilgan savdoda ishtirok etish; yoki o'zining biron bir mahsulot sotib olishga bergan xabaridan. So'nggi holatda buyurtmachi soni chegaralangan yoki chegaralanmagan miqdordagi sotuvchilarni jalb qilishi va ma'lum shartlarda (yetkazib berish muddati, kam va ma'qul baho va x.z.), o'ziga to'g'ri keluvchi ko'rsatkichli variantdagi taklifni tanlaydi.

¹²Adabiyotlarni o'rganish natijasida muallif tomonidan ishlab chiqildi

Mahsulot sotish. Xarid qilish jarayonidagi kabi usulda amalga oshiriladi. Tomonlarning kelishuvini aniqlash. Savdoni kelishib olishgach yoki kelishuvlarning boshqa shartlari kelishib olingach bir-birlarining rikvizitlari, koordinatalari olinadi.

Kelishuvni amalga oshirish. Kelishuv elektron raqamli imzo texnologiyasidan foydalanish usuli bilan elektron tarzda amalga oshiriladi. Shuning bilan tomonlar o'rtasida kelishuv bo'lganligi ishonchliligi va savdo jarayonida erishilgan kelishuv shartlarini bajarilishiga erishiladi.

Kelishuv majburiyatlarini bajarish ishonchliligini ta'minlash. Bu odatda iqtisodda qo'llanilib kelinayotgan mexanizmga asoslanadi, farqi, xujjatning ya'ni kelishuv xujjatlarining elektron shaklda amalga oshirilishi. Bundan tashqari savdo kelishuvni amalga oshirishda tavakallikga qisman barxam beriladi.

Xarid qilish tizimini boshqarish. Bu tizim moddiy – texnika resurslariga bo'lgan talabni chop etish, maxsulot yetkazib beruvchilarni izlash, ulardan tijorat takliflarini olish, tender tashkil etish konkurslar tashkil etish va hokozoni o'z ichiga oladi. Tashkilotni ta'minlash jarayonini nazorat qilish murakkab kechadi. Bu jarayonlarni avtomatlashtirish amalga oshirilishi bilan bu sohada samaradorlik oshadi, xarid qilish tizimi korxonaga mahsulot yetkazib beruvchi bilan to'g'ridan to'g'ri Internet tarmog'i orqali bog'lanish imkonini yaratadi.

Bu tizim quyidagilar uchun mo'ljallangan:

- korxonaning xarid qilish ishlarini tashkil etish sarf xarajatini kamaytiradi;
- xarid jarayonida nazorat darajasini oshiradi;
- xarid tan narxini kamayishi tufayli sarf xarakat kamayadi;
- doimiy mahsulot yetkazib beruvchilar bozorini yaratish;
- xarid mahsulotlari turlarini olish bilan tanlash darajasining sezilarli darajada oshishi.

Bunday tizim moddiy texnika vositalariga buyurtma berish, mahsulot yetkazib beruvchilarni izlash va ulardan tajriba haqida taklif va tavsiyalar olish,

buyurtmalarni tender yoki aukcion maydonlari va tarqatish, doimiy mahsulot yetkazib beruvchiga ishlab chiqarish zaxiralarini to'ldirish rejalari haqida axborot berish yuzasidan ma'lumotlarni chop etish. Bunday tizimdan foydalanish xarid sarf-xarajatlarini 5-50% kamaytiradi.

Xarid boshqaruv tizimining asosiy elementlari;

- mahsulot tekazib beruvchilarning kayd etilgan ro'yxati ma'lumotlar bazasi;
- mahsulot yetkazib beruvchining mahsulot haqidagi yagona katalog;
- tender asosida savdo qilish tizimi;
- hamkorlikda xarid qilish tizimi (bir qancha xaridorlarni birlashtirib xarid qilish, xarid bahosini kamaytirish maqsadida);
- haq to'lash tizimi;
- kelishuvga kredit ajratish va uni sug'urta qilish tizimi;
- mantiqiy (logistikani) boshqaruv tizimi;
- xarid qiluvchi maxsulot yetkazib beruvchi o'rtasidagi turli xisob tizimlarini birlashtirish moduli (buxgalter, omborxona);
- ma'lumotlar xavfsizligi tizimi.

Hududiy tarqalgan yirik korxonalarda markazlashgan xaridni tashkil etish eng samarali usul hisoblanadi va korporativ xarid tizimi deb yuritiladi. Bu tizimda xaridga nisbatan nazorat kuchayadi, xarid uchun sarf bo'ladigan vaqt qisqaradi, xujjat almashinuviga ketgan harajat kamayadi. Bu xarid tizimini amalda tadbiq etishdan olingan foyda tenderli avtomatlashtirilgan savdodan xarid qilinayotgan mahsulot tan narxini kamaytirish va xizmatni osonlashtirish orqali ifodalanadi.

Bu tizim kompaniya raxbarlari va xodimlariga quyidagi amallarni avtomatlashtirilgan rejimda bajarish imkonini beradi:

- ofis inventarlari, qurilma uchun ehtiyot qismlar va xizmatlar, ishlab chiqarishni tashkil etuvchi qismlari, xom ashyo va boshka materiallarni sotib olish buyurtmalarini generasiya qilish;

- kelib tushayotgan buyurtmalarni tahlil qilish, o'zgartirishlar kiritish, qo'llab quvvatlash va rad etish;
- tender asosida mahsulot yetkazib beruvchining natijalariga qarab tanlangan xaq to'lashga sanksiya berish;
- internetda kompaniyaning ehtiyoji, rejalashtirilgan tenderi (muddati va sharti), haqida ma'lumot chop etish, shuningdek, ro'yxatga olingan mahsulot yetkazib beruvchilarga narx xaqida so'rov va xarid, tender xaqida habar yetkazish;
- ishlab chiqarish uchun zarur bo'lgan kompaniyadan ishlatiluvchi mahsulotlar bo'yicha aniq vaqtda auksionlar o'tkazish;
- ular tomonidan ishlab chiqarilayotgan mahsulotga rejalashtirilayotgan xarid haqida avvaldan ma'lumotga ega bo'lish;
- Internet imkoniyatlaridan foydalanib, aniq bir vaktida auksionda ishtirok etish, savdo natijalarini ko'rish va ancha past narxni taklif etish.

Elektron ta'minot tizimi tashqi katalog va elektron savdo maydonlari bilan hamda, ichki korxona kataloglar bazasi bilan ishlash imkoniga ega.

Internet – xarid qilish tizimi ishlab chiqarish korxonasi va savdo tashkilotlariga mahsulot yetkazib beruvchilar foydasini kengaytirib, ular uchun ma'qul narxdagi mahsulotlarni olishga imkon beradi. Bu o'z navbatida mahsulot ta'minlovchilarning mahsulot yetkazib beruvchilar o'rtasidagi kelishmovchiliklarga chek qo'yadi. Xarid qilish tizimi ta'minot bo'limi xodimlari ish faoliyati samaradorligini oshiradi. Oddiy usulda ta'minot xodimi kuniga 15-20 ta telefon qo'ng'irog'i bilan kelishuvga erishsa. Elektron tizim orqali minglab mahsulot yetkazib beruvchilarga takliflarni uzatish, ulardan kelgan ma'lumotlarni taxlil etish va o'zi uchun afzal taklifni tanlab qabul qilishi mumkin.

Xaridor katta tashkilot bo'lsa elektron xarid tizimi orqali o'zaro munosabatni tartibga keltirish mumkin.

Bir necha yillar avval Internet tarmog'i asosan ma'lumotlarni pochta orqali ma'lumot almashinuvi va fayllarni uzatishda foydalanilgan xolos. Lekin

soʻnggi yillarda axborot texnologiyalari Internetni rivojlangan axborot tizimiga aylantiradi. Bu tizim bir qancha axborot markazlarini birlashtirdi, jahon kutubxonasi, ilmiy va huquqiy axborotlar bazasi, koʻpgina davlat va tijorat tashkilotlari, birja va banklarni oʻz ichiga oldi.

Katta qiziqish uygʻotayotgan soha bu elektron savdodir. U bank kartasi orqali xarid qilish soni buyurtmalar tizimini yaratish bilan olib boradi. Internet katta bozor hisoblanib, yer sharidagi barcha aholini jalb qilishi mumkin. Ochiq kompyuter Internet tarmogʻidan foydalanish, maʼlumot olish, taklif va xizmatga haq toʻlash, maxsulot sotib olish va xisob kitob qilish imkonini beradi. Savdo-sotiq kelishuvlari odatdagi bozor usulidan xaridorga qulay boʻlgan uy yoki ofisdan foydalanishga oʻtib bormoqda. Shuning uchun xam dastur va qurilma vositalarini yaratuvchi, savdo va moliya tashkilotlari internetga tijorat faoliyatini olib borishga turli koʻrinish va usullariga eʼtiborni qaratmoqda.

Koʻpchilik kompaniyalar koʻp bosqichli savdo qilish jarayonidan foydalanadilar:

- boshlangʻich qiziqish uygʻotish (mijozni izlash);
- tovarlar prezentatsiyasini va reklama seminarini oʻtkazish;
- xizmat koʻrsatish va tovar sotish shartlarini batafsil muxokama etish va kelishuvga erishish;
- xizmat koʻrsatish va bevosita tovarni yetkazish;
- tovardan foydalanishni oʻrganish va maslaxat berish.

Elektron tijorat texnologiyasi orasida keng qoʻllanishi kutilayotgan yoʻnalishlar:

- elektron pul yordamida oʻzaro xisob-kitob qilish mexanizmi;
- elektron davlat tuzishni amalga oshirish konsepsiyasi;
- geografik jihatdan tarmoqlangan ishtirokchilarning xamkorlikdagi faoliyatini yuritish texnologiyasi;
- kelishuvning maʼlum bosqichida tomonlarning aniqlanishi, kerakli maʼlumotlarni yigʻish, filtrdan oʻtkazish va maʼlumotlarni aylanma harakati texnologiyasi. Bunday texnologiya tarmoqdan foydalanuvchisiga axborot

yuklamasini kamaytiradi, kelishuvda tezlik oshadi va o'zaro bog'lanish sifati ortadi.

Biznesni Internet tarmog'iga integratsiya qilish imkoniyatlari butun dunyodagi tadbirkorlar uchun katta imkoniyatlar ochib berdi. Shu nuqtai nazardan qaraganda:

1. Tadbirkor uchun:

- mijozlar bazasining o'sishi va sotuv hajmini oshirish hisobiga kompaniya daromadlari oshadi;

- QXK zaxiralari kamayadi;

- Korxonani tashkil qilish uchun xarajatlar kamaydi. Agar onlayn do'konga ega bo'lsangiz, siz faqat kichik omborxonani ijaraga olasiz yoki hatto ishchisiz ishlashingiz mumkin. Barcha faoliyatlar bevosita mahsulot yetkazib beruvchilar bilan shartnomalar tuzish yo'li bilan amalga oshirilishi mumkin;

- qo'shimcha xarajatlar va tranzaksion xarajatlar kamayadi;

- mijozlarga xizmat ko'rsatish sifati yaxshilanadi. Ayniqsa bugungi kunda internetda xatto "quyoshdagi joy" uchun jiddiy kurash olib borilgani ham sezilarli. Raqobat sizni yaxshiroq qiladi;

- tarqatish va marketing uchun yangi kanallar mavjud bo'ladi;

- uzoq muddatli rivojlanish istiqbollari paydo bo'ladi;

- geografik cheklovlar yo'qoladi. Endi siz o'zingizning mahsulotingizni yoki xizmatigingizni dunyoning har qanday joyida istalgan mijozga taqdim eta olasiz.

2. Mijozlar uchun:

- tovarlarni tanlash uchun soddalashtirilgan qidiruv. Kerakli narsalarni qidirishni sotib olish kabi bir necha daqiqa davom etadi;

- xarid qilish va yetkazib berishni kutish vaqtini kamaytirish;

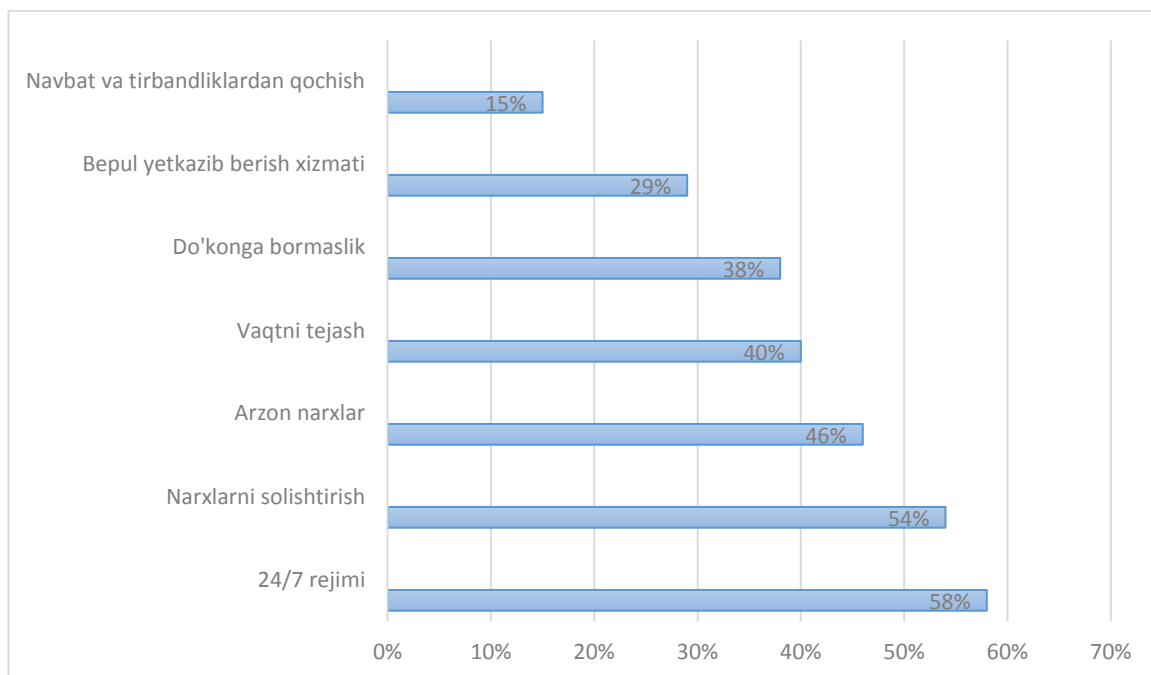
- mahsulotni solishtirish va uydan chiqmasdan eng maqbul variantni tanlash imkoniyati. Bunday holda, taqqoslash juda ko'p turli xil xususiyatlarga ko'ra amalga oshirilishi mumkin;

- narx tushib, qo'shimcha chegirmalar va bonuslarni olish imkoniyati ochildi. Internet-do'konlar xaridorlar uchun kurashishga majbur bo'ladi, shuning uchun ular raqobatchilardan yaxshiroq shart-sharoitlarni taklif qilishadi;

- axborotdan foydalanish imkoniyati ochiladi. Veb-resurs orqali siz nafaqat maqbul mahsulotni tanlaysiz, balki u haqida kerakli ma'lumotlarni ham olishingiz mumkin;

- vaqt parametrlarini kengaytirish. Elektron tijorat xizmatlaridan 24 soat haftasiga 7 kun foydalanishingiz mumkin.

Statistik ma'lumotlarga tayanadigan bo'lsak, xaridorlar uchun elektron tijoratning afzalliklarini quyidagi diagrammada ko'rishimiz mumkin:



1.3-chizma. Xaridorlarning elektron tijoratdan foydalanish sabablari¹³

Shu bilan birga elektron tijoratning salbiy tomonlarini ham ko'rib o'tish zarur. Bular:

¹³ Global&Ecommerce Report&2017. 57-bet

- tarmoqlar bo'yicha cheklovlar mavjudligi. Xususan, tadbirkorlar barcha yo'nalishlarda, masalan, oziq-ovqat mahsulotlari toifasida rivojlanish imkoniyatiga ega emas;

- "noto'g'ri narsa" ni sotib olish qo'rquvi bor. Bir xil zargarlik buyumlarini yoki kiyimlarni sotib olayotganda, xaridor birinchi navbatda tovarlarni o'zida sinab ko'rishni va elektron tarzda sotib olayotganda - asbobning yaxlitligini va samaradorligini tekshirishni xohlaydi;

- biznesni optimallashtirish xarajatlarini ko'payishi. Saytni yuqori darajada ushlab turish uchun uni optimizatsiyalash va rivojlantirishga sarmoya kiritishingiz kerak. Shunday qilib, odamlarni tarbiyalash, odamlarni tayyorlash, moddiy-texnika tizimini optimallashtirish va boshqalar uchun mablag' sarflash kerak;

- bitimning xavfsizligini ta'minlash bo'yicha savollar mavjud. Hozirgi kunga kelib, xaridorlar tovarlarni jo'natilgan holda onlayn to'lovlardan qo'rqishadi;

- maxfiylik zararlidir. Ba'zi do'konlarda siz shaxsiy ma'lumotlaringizni - ismi-sharifingiz, telefon raqamingizni, elektron pochta manzilingizni va shunga o'xshash ma'lumotlarni taqdim qilishingiz kerak. Shu bilan birga, kompaniyalar korporativ maqsadlar uchun mijozlar bazasidan foydalanishi va xatto ularni sotishi mumkin;

- yuridik sohadagi nomukammallik va Internet orqali xaridlar natijasida yuzaga keladigan kelishmovchiliklarni tezkor tartibga solishning mumkin emasligi.

1.3.O'zbekistonda elektron tijoratning me'yoriy-huquqiy asoslari

Mamlakatimizda elektron tijoratning me'yoriy-huquqiy hujjatlari sifatida quyidagilarni keltirish mumkin:

1. "Elektron tijorat to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasining Qonuni (2004-yil 29-aprel 613-II-son va 2015-yil 22-maydagi O'RQ-385-son yangi tahriri);

2. “Aloqa to’g’risida”;
3. “Axborotlashtirish to’g’risida”;
4. “Axborotdan foydalanish kafolatlari va erkinligi to’g’risida”;
5. “Telekommunikatsiyalar to’g’risida”;
6. “Pochta aloqasi to’g’risida”;
7. “Elektron raqamli imzo to’g’risida” (2003-yil 11-dekabrda 562-II-son qarori);
8. “Elektron hujjat aylanishi to’g’risida” (2004-yil 29-aprelda 611-II-son qarori);
9. “Elektron to’lovlar to’g’risida”(2005-yil 16-dekabrda O’RQ-13-son);
10. “Elektron hukumat to’g’risida” (2015-yil 9-dekabrda O’RQ-395-son);
11. “Elektron shakldagi kontraktlar va elektron tijoratda qo’llaniladigan hujjatlarning boshqa namunaviy shakllarini tayyorlash tartibi to’g’risidagi nizomni tasdiqlash haqida” O’zbekiston Respublikasi tashqi iqtisodiy aloqalar, investisiyalar va savdo vazirligi, O’zbekiston Respublikasi Davlat Bojxona Qo‘mitasi va O’zbekiston Respublikasi Davlat Soliq Qo‘mitasining qarori (2007-yil 21-noyabrda 1740-son);
12. “2016-2018-yillar davrida O’zbekiston Respublikasida elektron tijoratni rivojlantirish konsepsiyasini tasdiqlash to’g’risida” O’zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarori (2015-yil 4-dekabrda 353-son);
13. “Elektron tijoratda bitimlarni amalga oshirish tartibini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to’g’risida” O’zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarori (2016-yil 2-iyunda 185-son);
14. “Prokuratura organlarining qabul qilinayotgan normativ-huquqiy hujjatlar ijrosini ta’minlashdagi faoliyati samaradorligini oshirish bo’yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to’g’risida” (2018-yil 15-fevralda PF-5343-sonli);
15. “Davlat aktivlarini sotishda va ijaraga berishda elektron savdolarini joriy etish chora-tadbirlari to’g’risida” O’zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarori (2018-yil 22-martda 209-son) va boshqalar.

2004-yil 29-aprelda qabul qilingan 14 ta modddan iborat bo'lgan Qonun vaqt o'tishi bilan eskirganligi va unda elektron tijorat bo'yicha ayrim aktual masalalar inobatga olinmaganligi sababli 20 ta modddan iborat. To'ldirilgan "Elektron tijorat to'g'risida"gi Qonun 2015-yil 22-mayda yangi tahrirda qabul qilindi. Bu Qonunda elektron tijoratga ko'p yillik xalqaro tajribadan kelib chiqqan holda yangicha yondoshuv bilan ta'rif berilgan, elektron tijoratning asosiy prinsiplari keltirilgan, shu bilan birga elektron tijorat sohasidagi davlat siyosati, sohani davlat tomonidan tartibga solish, O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining sohadagi vakolatlari, maxsus vakolatli davlat organining vakolatlari yuzasidan yangi moddalar keltirilgan.

Qonunda "elektron tijorat" tushunchasiga axborot tizimlaridan foydalangan holda tuziladigan shartnomaga muvofiq amalga oshiriladigan tovarlar (ishlar, xizmatlar) oldi-sotdisi, deb aniq ta'rif berilgan. Uning asosiy prinsiplari elektron tijoratda tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish erkinligi, shartnomalar tuzishning ixtiyoriyligi, unda ishtirok etish shart-sharoitlarining tengligi, ishtirokchilarning huquqlari va qonuniy manfaatlari himoya qilinishini ko'zda tutadi.

Ma'lumki, elektron tijorat sohasidagi davlat siyosati ushbu sohani rivojlantirish uchun huquqiy, iqtisodiy, tashkiliy, texnikaviy va boshqa shart-sharoitlar yaratishga yo'naltirilgan. Bunda asosiy e'tibor elektron tijorat vositasida amalga oshiriladigan tadbirkorlik faoliyatini qo'llab-quvvatlash va rag'batlantirish, sohaga investitsiyalar, zamonaviy texnologiyalar va jihozlarni jalb etish uchun shart-sharoitlar yaratishga qaratiladi. Tadbirkorlik faoliyati subyektlarining elektron tijorat sohasidagi faoliyatini huquqiy, iqtisodiy, statistik, ishlab chiqarish-texnologik va boshqa axborotlar bilan ta'minlash, elektron tijorat sohasidagi ilmiy-texnikaviy tadqiqotlarni rag'batlantirish, kadrlarni tayyorlash, qayta tayyorlash va ularning malakasini oshirish hamda elektron tijorat sohasidagi xalqaro hamkorlikni kengaytirish izchil qo'llab-quvvatlanadi.

Qonunda ushbu sohani davlat tomonidan tartibga solish masalalariga alohida e'tibor berilgan. Unga ko'ra, sohani davlat tomonidan tartibga solishni O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi va elektron tijorat sohasida maxsus vakolat berilgan davlat organi amalga oshirishi belgilangan. Ushbu normalardan kelib chiqib, tegishli organlarga ma'lum bir vakolatlar ham yuklatilgan.

Qonunning 7-moddasiga ko'ra, O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi elektron tijorat sohasidagi davlat dasturlarini tasdiqlash va amalga oshirish, davlat organlarining elektron tijorat sohasidagi faoliyatini muvofiqlashtirib borishni hamda sohada xalqaro hamkorlikni ta'minlaydi.

Maxsus vakolatli davlat organi sohadagi davlat dasturlarini shakllantirish va amalga oshirishda ishtirok etadi. Boshqa manfaatdor davlat organlari va o'zga tashkilotlar bilan birgalikda, o'z vakolatlari doirasida, elektron tijorat sohasidagi standartlar, normalar va qoidalarni ishlab chiqadi va tasdiqlaydi. Sohani rivojlantirish uchun shart-sharoitlar yaratish bo'yicha takliflar ishlab chiqadi. Elektron tijorat ishtirokchilarining huquq va qonuniy manfaatlarini himoya qilish choralari ko'radi. Soha faoliyatini tartibga soladigan qonun hujjatlarini takomillashtirishda va ularning ijrosini ta'minlashda ishtirok etish hamda bu borada tadqiqotlar va monitoringlarni tashkil etadi.

Ushbu munosabatlarni tartibga solishda elektron tijorat ishtirokchisi va axborot vositachisi munosib o'rinni egallagani bois, qonunda ularning faoliyatiga ham oydinlik kiritilgan. Xususan, elektron tijorat ishtirokchisi deganda elektron tijoratda tovarlarni (ishlar, xizmatlarni) sotuvchi yoki ularning xaridori bo'lgan yuridik yoki jismoniy shaxs tushuniladi. Axborot vositachisi – elektron tijoratda elektron hujjatlar va elektron xabarlar aylanishi bilan bog'liq xizmatlar ko'rsatuvchi yuridik shaxsni anglatadi.

Bundan tashqari, qonunda ularning huquq va majburiyatlari, elektron tijoratdagi shartnoma shartlari, shartnomani tuzish va bajarish, ofertaga qo'yiladigan talablar, davlat xaridlari va korporativ xaridlarni amalga oshirish, shaxsga doir ma'lumotlardan foydalanish masalalari ham aks etgan. Ko'rinib

turibdiki, yangi tahrirdagi qonunning mazmuni avvalgisidan ancha kengaytirilib, bir qator yangi moddalar qo‘shilgan.

Qonunning avvalgi tahririda elektron tijoratning asosiy prinsiplari, elektron tijorat sohasidagi davlat siyosati, elektron tijorat sohasini davlat tomonidan tartibga solish, hukumat va maxsus vakolatli davlat organining bu sohadagi vakolatlari, elektron tijoratdagi elektron hujjatlar va elektron xabarlarining yuridik kuchi va boshqa shu kabi normalar nazarda tutilmagan edi. Yangi tahrirdagi qonunda ushbu masalalar o‘zining huquqiy yechimini topgan.

Yangi qonun elektron to‘lovlar tizimini yangi bosqichga ko‘tarmoqda. Chunki shu asosda mamlakatimizda axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini yuqori darajada raqamlashtirishga keng yo‘l ochildi. Bu savdo operatsiyalarini amalga oshirish bo‘yicha xarajatlarni kamaytirish, elektron tijorat subyektlarining bir-biridan uzoqligi bilan bog‘liq muammolarni hal etish, sotuvchilar va xaridorlar o‘rtasida to‘g‘ridan-to‘g‘ri shartnomaviy munosabatlarni o‘rnatish, xalqaro standartlarga javob beradigan texnologik bozor infratuzilmasini yaratishga xizmat qilmoqda¹⁴.

Yuqoridagilardan kelib chiqqan holda “Elektron tijorat to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasi Qonunining eski va yangi tahrirlaridagi farqlarni quyidagi jadval orqali qiyosiy tahlil qilamiz:

2004-yil 29-aprel	2015-yil 22-may
14 ta modda	20 ta modda
3-modda. Elektron tijorat Axborot tizimlaridan foydalangan holda amalga oshiriladigan tovarlarni sotish, ishlarni bajarish va xizmatlar ko‘rsatishga doir tadbirkorlik faoliyati elektron tijoratdir.	3-modda. Elektron tijorat Axborot tizimlaridan foydalangan holda tuziladigan shartnomaga (bundan buyon matnda elektron tijoratdagi shartnoma deb yuritiladi) muvofiq amalga oshiriladigan tovarlar (ishlar,

¹⁴ <http://uza.uz/uz/laws/review/elektron-tijorat-tizimi-yanada-takomillashadi-05-06-2015/>

	xizmatlar) oldi-sotdisi elektron tijoratdir.
Elektron tijorat prinsiplari keltirilmagan	4-modda. Elektron tijoratning asosiy prinsiplari quyidagilardan iborat: • elektron tijoratda tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish erkinligi; • elektron tijoratda shartnomalar tuzishning ixtiyoriyligi; • elektron tijoratda ishtirok etish shart-sharoitlarining tengligi; • elektron tijorat ishtirokchilarining huquqlari va qonuniy manfaatlari himoya qilinishi.
Elektron tijorat sohasidagi davlat siyosati keltirilmagan	5-modda. Elektron tijorat sohasidagi davlat siyosati Elektron tijorat sohasidagi davlat siyosati elektron tijoratni rivojlantirish uchun huquqiy, iqtisodiy, tashkiliy, texnikaviy va boshqa shart-sharoitlar yaratishga yoʻnaltirilgandir. Elektron tijorat sohasidagi davlat siyosatining asosiy yoʻnalishlari quyidagilardan iborat: • elektron tijorat vositasida amalga oshiriladigan tadbirkorlik faoliyatini qoʻllab-quvvatlash va ragʻbatlantirish; • elektron tijorat vositasida amalga oshiriladigan tadbirkorlik sohasiga investitsiyalar, zamonaviy

	texnologiyalar va jihozlarni jalb etish uchun shart-sharoitlar yaratish; • tadbirkorlik faoliyati subyektlarini ularning elektron tijorat sohasidagi faoliyati uchun zarur bo'lgan huquqiy, iqtisodiy, statistik, ishlab chiqarish-texnologik, ilmiy-texnikaviy va boshqa axborot bilan ta'minlash; • elektron tijorat sohasidagi ilmiy-texnikaviy tadqiqotlarni rag'batlantirish, kadrlarni tayyorlash, qayta tayyorlash va ularning malakasini oshirish; • elektron tijorat sohasidagi xalqaro hamkorlik.
	Elektron tijorat sohasini davlat tomonidan tartibga solish, O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining elektron tijorat sohasidagi vakolatlari, maxsus vakolatli davlat organining vakolatlari bo'yicha moddalar kiritildi.
	9-modda. Elektron tijoratdagi elektron hujjatlarning va elektron xabarlarining yuridik kuchi degan modda qo'shilgan.
4-modda. Elektron tijorat ishtirokchilari yuridik va jismoniy shaxslar deb belgilangan.	10-modda. Elektron tijorat ishtirokchilari yuridik shaxs yoki yakka tartibdagi tadbirkor deb o'zgartirilgan.

5-modda. Elektron tijorat ishtirokchilarining huquqiy holati juda umumiy tarzda bayon qilingan.	11-modda. Elektron tijorat ishtirokchisining huquq va majburiyatlari tarzida to'ldirilgan.
6-modda olib tashlangan.	12-modda. Axborot vositachisi alohida modda sifatida ajratilgan.
7-modda. Axborot vositachilarining xizmatlari	13-modda. Axborot vositachisining huquq va majburiyatlari tarzida to'ldirilgan
	17-modda. Elektron tijoratda davlat xaridlari va korporativ xaridlarni amalga oshirish. Yangi modda.
12-modda. Elektron hujjatlardan bitim tuzilganligining dalili sifatida foydalanish. Olib tashlandi.	18-modda. Elektron tijoratda shaxsga doir ma'lumotlardan foydalanish. Yangi modda.

1.1-jadval. Eski va yangi tahrirdagi “Elektron tijorat to’g’risida”gi Qonunning qiyosiy tahlili¹⁵

2015-yilda O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi tomonidan elektron tijoratni amalga oshirish qoidalari ishlab chiqildi, 2016-2018-yillar davrida O'zbekiston Respublikasida elektron tijoratni rivojlantirish konsepsiyasi bo'yicha tadbirlar kompleksi doirasida ishlar ham boshlab yuborilgan. Xususan, Konsepsiyada 2018-yil yakuniga qadar elektron tijorat sohasida: elektron tijoratning to'lov operatsiyalari sohasidagi qonunchiligini yanada takomillashtirish, elektron tijorat sektorini tavsiflovchi indikatorlarni shakllantirish, axborot vositachilari faoliyatini tashkil etish tartibini ishlab chiqish, elektron tijorat qatnashchilarining mumkin bo'lgan tavakkalchiliklarini kamaytirish bo'yicha qonunchilikni takomillashtirish, elektron tijoratda eksport

¹⁵ Adabiyotlarni o'rganish natijasida muallif tomonidan ishlab chiqildi

bitimlarini hisobga olish tizimini ishlab chiqish, elektron tijorat doirasida xalqaro pochta jo'natmalarini bojxonada rasmiylashtirishni tartibga solish va boshqa masalalarni hal etish belgilangan.

O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining "Elektron tijoratda bitimlarni amalga oshirish tartibini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi 2016-yil 2-iyundagi 185-son qarori "Elektron tijorat to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasi Qonuniga muvofiq, elektron tijorat subyektlari o'rtasidagi o'zaro munosabatlarni tartibga solish hamda elektron tijorat subyektlari tomonidan bitimlar sodir etilishi tartibini, elektron tijoratda qo'llaniladigan elektron hujjatlar va xabarlarni saqlash tartibini belgilash maqsadida qabul qilingan. Unda ilova tarzida elektron tijoratni amalga oshirish qoidalari, shartnomalarni tuzishda elektron raqamli imzolarni qo'llash va elektron hujjatlarni hamda elektron tijoratda qo'llaniladigan elektron xabarlardagi mavjud axborotni saqlash tartibi to'g'risidagi nizom va elektron tijorat shaklida tovarlarni sotish (ishlarni bajarish, xizmatlar ko'rsatish) sxemasi keltirilgan. Shu bilan birga qarorda:

- axborot tizimlaridan foydalangan holda tuzilgan shartnoma yozma shaklda tuzilgan va taraflar tomonidan imzolangan, shu jumladan taraflarning muhrlari bilan tasdiqlangan shartnomaga tenglashtiriladi;
- tovarlar sotuvchining o'z avtomobil transportida yetkazib berilganda O'zbekiston Respublikasi hududida avtomobil transportida yo'lovchilar va yuklarni shaharda, shahar atrofida, shaharlararo va xalqaro tashishlarga litsenziya olish talab etilmaydi (qonun hujjatlarida belgilangan holatlar bundan mustasno) deb belgilangan.

Elektron tijoratni amalga oshirish qoidalarida umumiy qoidalar, asosiy tushunchalar, elektron tijorat subyektlari, elektron savdo maydonchasini tashkil etish, shartnoma tuzish tartibi, elektron hujjat va elektron xabar, elektron tijoratda to'lovlarni yetkazish va amalga oshirish, shartnoma shartlarini bajarishni rad etish tartibi hamda elektron tijoratda eksportni amalga oshirish xususiyatlari kabi bo'limlar keltirilib, atroflicha yoritilgan.

2017 — 2021 yillarda O‘zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo‘nalishi bo‘yicha Harakatlar strategiyasini “Faol tadbirkorlik, innovatsion g‘oyalar va texnologiyalarni qo‘llab-quvvatlash yili”da amalga oshirishga oid davlat Dasturini o‘z vaqtida va sifatli ijro etish, shuningdek, davlat aktivlarini sotishda va ijaraga berishda shaffoflikni ta‘minlash, xususiy tadbirkorlik uchun qo‘shimcha shart-sharoitlar yaratish, davlat mulki ob‘ektlarini sotish tartibotlarini yanada soddalashtirish maqsadida Vazirlar Mahkamasi qaror qildi.

Unda quyidagilar belgilab qo‘yildi:

- davlat aktivlarini elektron savdolarga qo‘yish bilan bog‘liq barcha turdagi ro‘yxatdan o‘tkazish va ruxsat berish tartibotlari ular elektron savdolarga qo‘yilgungacha amalga oshiriladi;

- savdolarida turgan davlat mulki ob‘ektlarini elektron savdoga qo‘yishda ular qayta baholanmaydi hamda elektron savdolarga qo‘yilgan sanada shakllangan narxlar bo‘yicha savdoga qo‘yiladi;

- elektron savdolarini o‘tkazganlik uchun savdolar tashkilotchisi xizmatlariga haq to‘lash sotuvchi yoki ijaraga beruvchi tomonidan, tegishli ravishda sotiladigan davlat mulki ob‘ekti qiymatining yoki ijaraga beriladigan davlat mulki uchun yillik ijara to‘lovining 1 foizidan ortiq bo‘lmagan miqdorda amalga oshiriladi;

- erkin iqtisodiy va kichik sanoat zonalarida hududlaridagi davlat aktivlarini sotish va ijaraga berish tegishli normativ-huquqiy hujjatlarda belgilanadigan tartibda amalga oshiriladi;

- jismoniy shaxslar va nodavlat tashkilotlari tomonidan ko‘chmas mulk ob‘ektlari “E-IJRO AUKSION” elektron savdo maydonchasida tashkil etiladigan onlayn-auksionlar orqali, shuningdek, ishtirokchilar uchun teng imkoniyatlar yaratishni hamda elektron hujjatlardan, elektron xabarlar va shaxsiy ma‘lumotlardan ruxsatsiz foydalanishdan himoya qilishni ta‘minlovchi boshqa ixtisoslashtirilgan elektron savdo maydonchalarida sotilishi mumkin.

Davlat aktivlarini sotishda va ijaraga berish elektron savdolari ishlab chiqish va joriy etish bo'yicha "yo'l xaritasi" ishlab chiqildi va unda chora-tadbirlarning bajarilish muddatlari va mas'ul shaxslar aniq belgilandi.

I BOB BO`YICHA XULOSA

Birinchi bobda mavzuning nazariy asoslari yoritilgan bo'lib, ulardan foydalanish sohani rivojlantirishda katta ahamiyatga egadir. Elektron tijorat orqali iqtisodiyotni jadallashtirish va rivojlantirish hozirgi kunda mamlakatiniz uchun aktual hisoblanadi. Umuman olganda, elektron tijorat bu zamonaviy vositalar va Internetdan foydalangan holda tovarlarni ayirboshlash jarayoni hisoblanadi. Shundan kelib chiqib, ushbu bobda elektron tijoratning asosiy tushunchalari, tamoyillari o'rganildi, iqtisodiyota uning tutgan o'rni va ta'siri nazariy asoslandi, infratuzilmasi va uni rivojlantirish yo'llari ko'rib o'tildi, O'zbekistonda sohani tartibga solish bo'yicha qonunchilik, undagi o'zgarish va yangiliklar taqqoslandi.

II BOB. MAMLAKAT IQTISODIYOTIDA ELEKTRON TIJORATNING HOLATI TAHLILI

2.1.Xorijiy mamlakatlarda elektron tijoratning rivojlanish tendensiyalari

Internet tarmog‘i jahon miqyosida bo‘lgani uchun elektron tijorat kichik tashkilotlar uchun ham jahon miqyosida ishtirok etish va biznes ishlarini olib borish imkoniyatini beradi. Xaridor ham keng ko‘lamdagi, masofaga bog‘liq bo‘lmagan holda ishlab chiqaruvchilarning mahsulotlari va xizmatlarini tanlash imkoniyatiga ega bo‘ladi.

Elektron tijorat ishlab chiqaruvchilardan raqobatbardosh mahsulot va xizmatlarini ko‘rsatishni talab qiladi. Ko‘pgina kompaniyalar Elektron tijoratdan o‘z mahsulotlariga savdodan oldin va keyin xizmat ko‘rsatishni taklif etish uchun foydalanadilar, ya‘ni o‘z mahsulotlari to‘g‘risida to‘liq ma’lumot berish va xaridor so‘rovlariga tezda javob berish kerak.

Elektron tijoratning asosiy qulayliklaridan biri savdo jarayonidagi xarajatlarni kamaytirishdir. Savdo jarayonlarini elektron ko‘rinishga olib borilishi vaqt va harajatni kamaytirib, xaridorlar uchun narxlarni kamaytirishga olib keladi. Yangi biznes modellar - virtual tashkilot, virtual agent, autsorting va virtual ishlar texnologiyalari tijorat ishlarining effektivligini ancha oshiradi. Bundan tashqari Elektron tijorat yangi xizmat turlari mahsulotlar yaratilishiga olib keladi.

Elektron tijoratda tovarlar va xizmatlar shakli ikki turda bo‘ladi: moddiy va nomoddiy. Nomoddiy mahsulotlar (dasturiy ta’minot, patentli axborot, bino proektlari va h.k) Internet tarmog‘i yordamida to‘g‘ridan – to‘g‘ri uzatiladi, nomoddiy xizmatlarni to‘g‘ridan – to‘g‘ri tarmoqda bajarilishi mumkin (transport chiptalari, mexmonxonalardan joy egallash va h.k). Internet texnologiyalardan nomoddiy mahsulot va xizmatlarni yetkazib berishda qo‘llash ish jarayonini tezlashishiga olib keladi.

Internet mijozlarga nomoddiy tovarlarni yetkazib berishda transport vaqtini tejashlariga yordam beradi. Tovar yetkazib berish sxemasi “ishlab

chiqaruvchi – distribyuter – diler – iste'molchi" dan iborat. Internetdan foydalanishning yana bir afzallik tomoni shuki, unda buyurtmachi to'g'ridan to'g'ri ishlab chiqaruvchiga murojaat etadi va undan tovar yoki xizmatni qabul qilib oladi, albatta yetkazib beruvchilarni xisobga olgan holda.

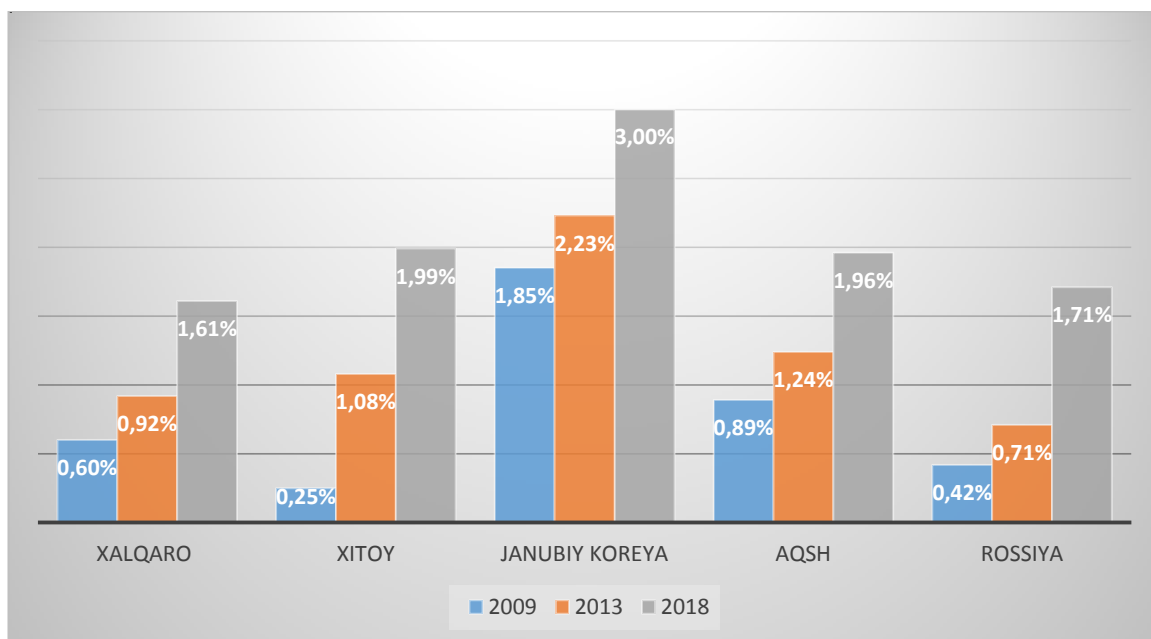
Elektron tijoratni zamonaviy rivojlanish jarayonlari va uni xar – xil soxa muxitlariga kirib kelishi odamlar, tizimlar, tashkilotlar, korxonalar va davlat boshqarish organlari o'rtasida bog'lanishni yangi usuli xisoblanadi.

Dunyodagi biror - bir mamlakat taraqqiyotini axborot almashinuvisiz tasavvur etib bo'lmaydi. Axborot almashinuvi kishilik jamiyatining turli tarixiy bosqichlarida ham muayyan shaklda rivojlanib kelgan. Bugungi axborot asrida esa bu jarayon yanada faollashdi. Birgina internet tizimi butun yer yuzini o'rgimchak to'ridek qamrab olganini ortiqcha izohlashga hojat yo'q. Axborot texnologiyalarining mislsiz taraqqiyoti dunyo miqyosida yaxlit axborotlashgan jamiyat shakllanishiga olib kelgani isbot talab qilmaydigan voqelikka aylandi. Hech bir mubolag'asiz aytish mumkinki, dunyoning turli nuqtalarida yaratilayotgan ilmiy kashfiyotlar, ulkan texnikaviy imkoniyatlar, universal texnologiyalar, axborot tarqatishning globallashuvi, ya'ni ularning butun kurrai zaminni qamrab olish jarayoni shiddat bilan davom etmoqda. Shu qatorda, elektron tijorat yuritishda internetda hususiy firma faoliyatni tashkil qilish va boshqarishda internet marketing veb saytlarining o'rni alohida. Demak, muhim axborotlarni hozirjavoblik, tezkorlik va xolislik bilan yetkazib berish va samarali elektron tijorat yuritishda internet texnologiyalaridan foydalanish muhim ahamiyat kasb etadi.

Elektron tijorat bu biznesning shunday bir turiki, u tez va tejamli yo'l bilan yuritiladi va internet texnologiyalari, umuman internet tarmog'i orqali amalga oshiriladi. Masalan: Chet elda, xususan, dunyoning iqtisodiy rivojlangan davlatlarida bu noodatiy bo'lgan tovarlar va xizmatlar savdo-sotig'i bilan yuz millionlab kishilar shug'ullanadi, elektron do'konlarning soni esa o'n minglablarni tashkil etadi.

Rivojlangan mamlakatlarda elektron tijoratga biznes yuritishning ajralmas bo'lagi sifatida qaralsa, rivojlanayotgan mamlakatlarda uni muqobil biznes yuritish usuli deb qaraladi. Biroq hali ham elektron tijorat xalqaro miqyosda mamlakatlar iqtisodiyotida sezilarli o'rin egallamagan. Agar elektron tijoratning kichik va o'rta biznes vakillari jahon bozoriga chiqishlari uchun juda qulay vosita ekanini, xom-ashyo bozoriga kirishni osonlashtirishi, qishloq xo'jaligi mahsulotlari marketingini xalqaro ko'lamda olib borish imkoniyatini oshirishini inobatga olsa, bu ayniqsa, rivojlanayotgan mamlakatlardagi tadbirkorlar uchun ancha foydali degan xulosaga kelinadi. Shunday bo'lsada, elektron tijoratni rivojlantirish talab va taklif darajasiga bog'liq va bunda sezilarli natijalarga erishish uchun, albatta, faoliyatni eksportni oshirishga yo'naltirish zarur.

Jahon miqyosida eng rivojlangan yo'nalish B2C bo'lib, chakana savdo ko'rinishida, har bir mijozga individual yondoshib ishlash orqali olib boriladi. Statista.com saytining 2015-yil natijalariga ko'ra o'tkazilgan tadqiqoti 2009-2018-yillar kesimida elektron tijoratning B2C yo'nalishida mamlakatlar Yalpi Ichki Mahsulotidagi miqdori natijalari va bashoratlarini ko'rsatadi. Ular quyidagi diagrammada keltirilgan(2.1-chizma):

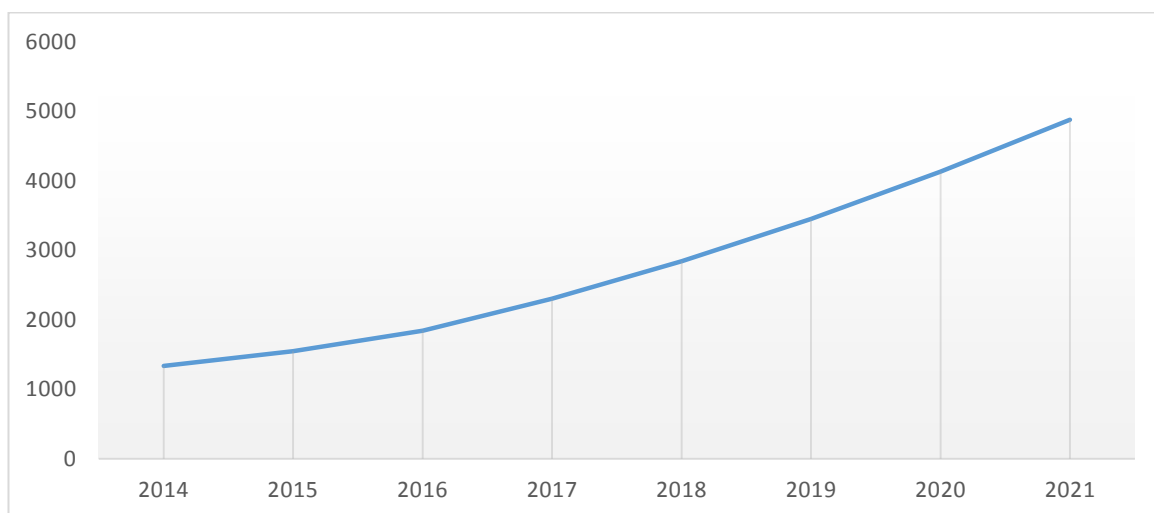


2.1-chizma. Mamlakatlar YaIMda elektron tijoratning ulushi¹⁶

¹⁶ statista.com sayti ma'lumotlari asosida muallif tomonidan ishlab chiqildi

Chizmadan ko'rinib turibdiki, 2018-yilda eng yuqori ko'rsatkichga Janubiy Koreya erishadi va mamlakat YAIMda elektron tijoratning ulushi 3%ga yetadi. Xalqaro miqyosda bu ko'rsatkich 1,61%ni tashkil etadi. Eng yirik elektron tijorat kompaniyalariga ega bo'lgan Xitoyda esa bu ko'rsatkich 1,99%ga yetishi bashorat qilinmoqda. Bu sohada eng jadal rivojlanayotgan davlat sifatida Rossiya Federatsiyasi ko'zga tashlanmoqda. Bu mamlakatda elektron tijoratni rivojlantirishga juda katta e'tibor qaratilmoqda. Ma'lumotlar 2009-2015-yillar yakun lari bo'yicha olingan va 2018-yil uchun bashorat qilingan.

Keyingi diagramma orqali 2014-2021-yillar kesimida elektron chakana savdo aylanmasini milliard AQSh dollari miqdorida kuzatamiz.



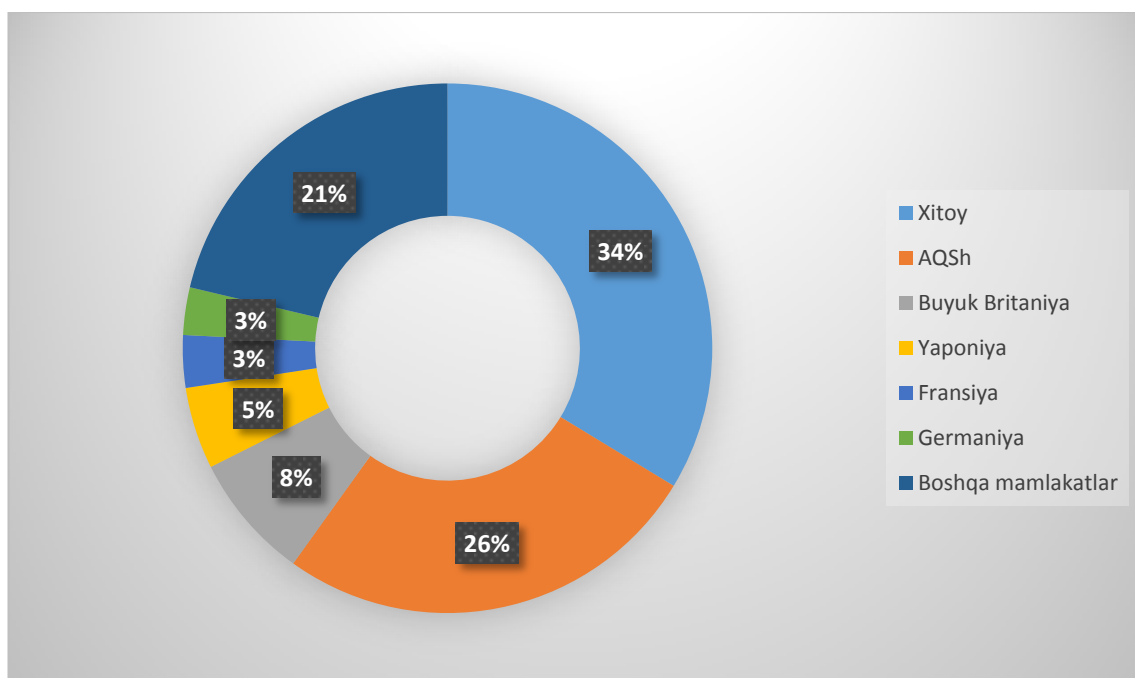
2.2-chizma. Elektron chakana savdo aylanmasi¹⁷

2017-yilda elektron chakana savdo 2,3 trillion AQSh dollarini tashkil etdi va 2021-yilga kelib chakana elektron tijoratning hajmi 4,88 trillion AQSH dollarini tashkil etishi kutilmoqda. Chakana savdolar ichida onlayn xarid dunyodagi eng ommabop onlayn faoliyat turiga aylanmoqda.

Elektron tijorat – globallashuv mahsulidir. Milliy mahsulot va xizmatlarning ichki bozorlarda amal qilishi va jahon iqtisodiyoti tizimiga integratsiyalashuvini elektron tijoratsiz tasavvur etish mushkul. Xorijiy mamlakatlarda ulgurji va chakana savdodda, birja savdolarida, shu bilan birga,

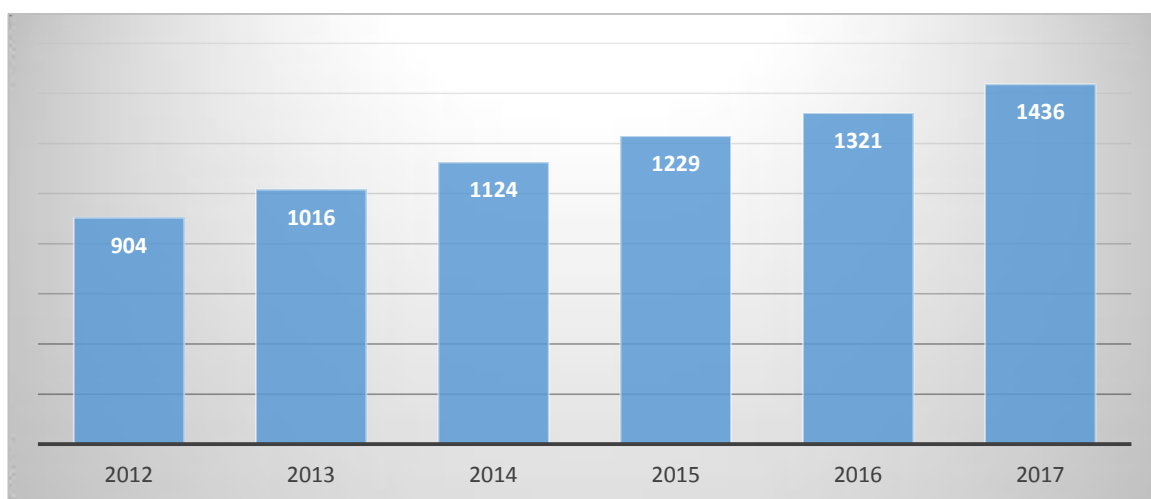
¹⁷ statista.com sayti ma'lumotlari asosida muallif tomonidan ishlab chiqildi

davlat xaridlarni amalga oshirishda elektron tijoratdan keng foydalanilgan holda iqtisodiyotning barcha tarmoqlari qamrab olinmoqda.



2.3-chizma. Mamlakatlarning xalqaro elektron tijoratdagi ulushi¹⁸

Statistik ma'lumotlarga qaraganda, Yer yuzida 2,520 milliard kishi Internetdan foydalanadi. 1,436 milliard kishi esa elektron tijorat foydalanuvchilari va shularning har biri yiliga o'rtacha elektron tijorat orqali 1583 AQSh dollaridan sarf qilmoqda¹⁹.



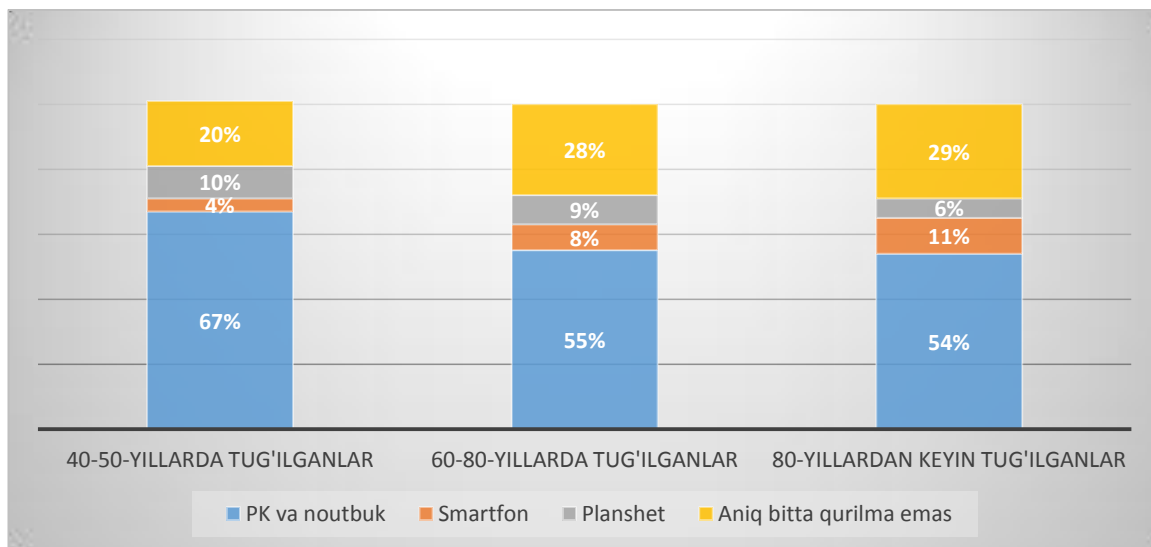
2.4-chizma. Elektron tijoratdan foydalanuvchilar soni (million kishi)²⁰

¹⁸ Global B2C E-commerce Report 2016

¹⁹ Global B2C E-commerce Report 2016

²⁰ IBIS World.com score

Texnologiyalarning tobora rivojlanib borayotganiga qaramasdan mobil qurilmaganga qaraganda , shaxsiy kompyuterlar orqali buyurtma berish hali ham ommabopdir. Buni quyidagi chizmada yosh segmentatsiyasi asosida ko'rish mumkin.



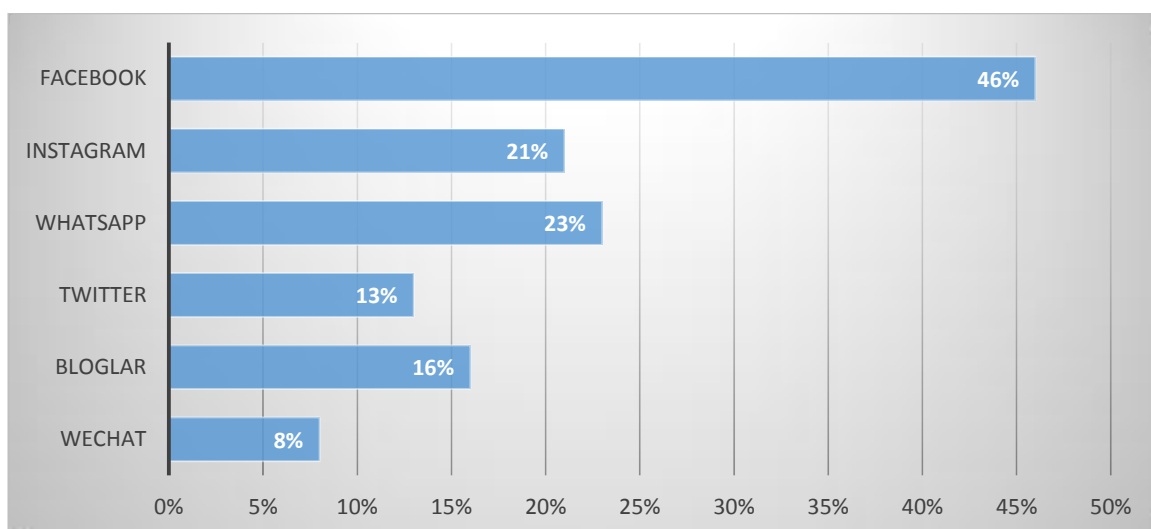
2.5-chizma. Qurilmalardan foydalanish²¹

Ko'plab mamlakatlarda elektron tijorat va onlayn savdolardagi mojoyzlarga xizmat ko'rsatish muvoffaqiyat garovi hisoblanadi. Iqtisodiyotning ayrim tarmoqlarida Facebook va Google ning monopolligini inobatga olgan holda biznesni rivojlantirish uchun iste'molchilar oqimini ana shu saytlarga yo'naltirish lozim

Yangi mojoyzlarga bo'lgan talabni kamaytirishning yo'llaridan biri - bu doimiy mijozlarga e'tiborni kuchartirishdir. Mijoz bilan ishlash tajribasi va mijozning savdodan qoniqishi tadbirkorlik muvoffaqiyatining kaliti hisoblanadi. Natijada, mijozlarga xizmat ko'rsatish mijozlani o'ziga jalb etish va ushlab turish uchun savdo jarayonining oxirgi qismidan markaziy qismiga o'tdi.

Iste'molchi xulq-atvoridan kelib chiqqan holda xorijiy mamlakatlarda qaysi ijtimoiy tarmoq eng mashxurligini ko'rib o'tamiz.

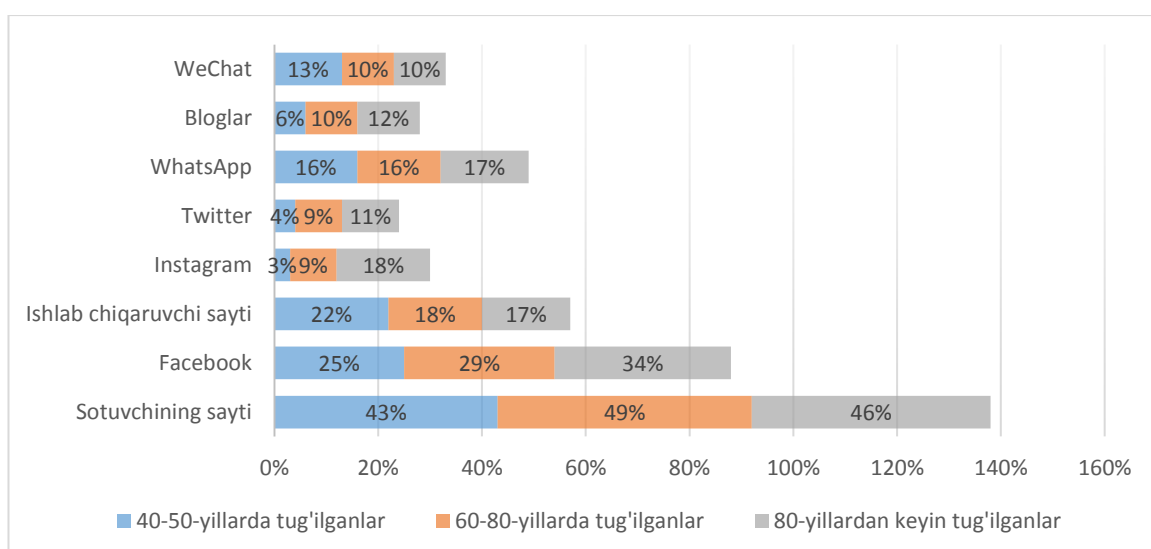
²¹ Global&Ecommerce Report&2017



2.6-chizma. Ijtimoiy tarmoqlarning ommaviyligi²²

Mijozlarga xizmat ko'rsatish usullarining o'zgarishiga ommaviy axborot vositalari o'z ta'sirini ko'rsatgan. 2017-yilda birinchi marotaba xizmat ko'rsatishga aloqador telefon qo'ng'iroqlari sonining Ommaviy axborot vositalari ta'sirining ortishi natijasida haqiqiy pasayishiga guvoh bo'ldik. 80% dan ortiq interaktiv xizmatlarning hali ham telefon va e-mail orqali ko'rsatilishi bu borada ijtimoiy tarmoqlarni asosiy o'ringa chiqarish murakkab vazifa ekanligini bildiradi.

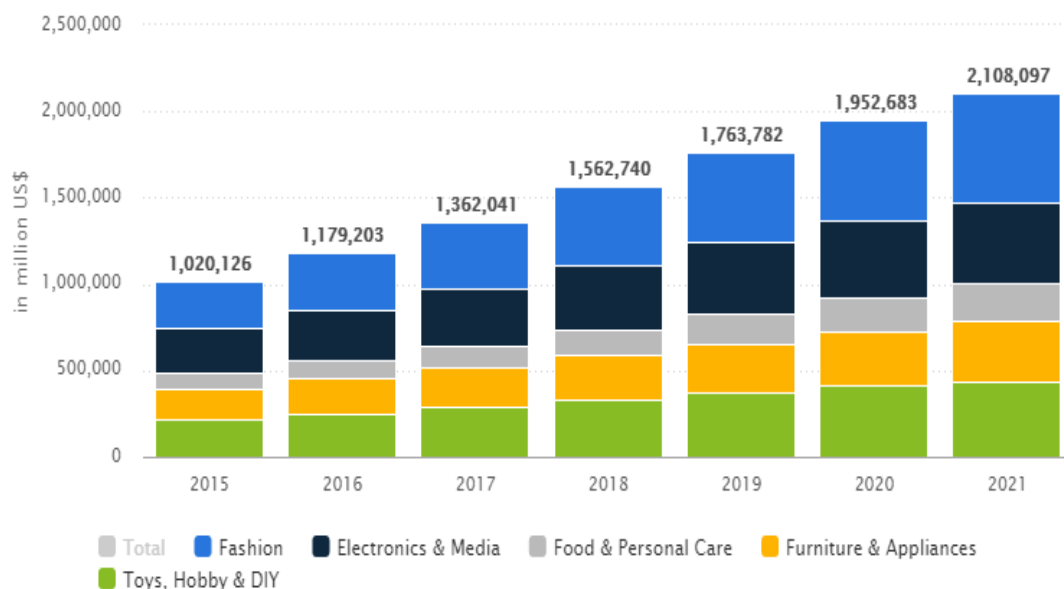
Qayta aloqa uchun esa mijozlar yosh segmentlaridan kelib chiqqan holda quyidagicha taqsimlangan:



²² Global&Ecommerce Report&2017. 77-bet ma'lumotlari asosida muallif tomonidan ishlab chiqildi

2.7-chizma. Qayta aloqa vositalari²³

Elektron tijorat vositasida sotiladigan tovarlar turli xil bo'lib, keying chizmadan ko'rish mumkinki, ular orasida moda mahsulotlari ya'ni kiyim-kechaklar asosiy o'rinni egallaydi va bu ko'rsatkich 2021-yilgacha faqat ortib borishi kutilmoqda.



2.8-chizma. Elektron tijorat vositasida sotiladigan asosiy tovarlar²⁴

Davlat	2015	2016	2017
Xitoy	43.3%	34.4%	29.4%
Indoneziya	37.2%	26.0%	22.0%
Hindiston	30.3%	25.4%	20.0%
Argentina	18.0%	12.0%	10.0%
Meksika	14.5%	10.0%	5.0%
Braziliya	8.5%	6.9%	6.0%
Rossiya	10.8%	6.9%	5.2%
Italiya	13.5%	12.0%	10.6%
Buyuk britaniya	12.2%	9.2%	8.2%
Kanada	13.5%	12.5%	11.5%
Ispaniya	11.9%	10.0%	8.0%
Shvetsiya	10.3%	9.0%	8.4%
AQSH	11.4%	10.9%	10.4%

²³ Global&Ecommerce Report&2017. 78-bet

²⁴ <https://www.statista.com/outlook/243/100/e-commerce/worldwide#market-revenue>

Norvegiya	10.8%	8.1%	7.2%
Daniya	8.9%	6.5%	5.9%
Fransiya	9.8%	76.0%	7.1%
Niderlandiya	8.4%	6.3%	5.3%
Janubiy Koreya	4.8%	4.3%	3.6%
Germaniya	6.9%	6.5%	6.1%
Yaponiya	6.7%	5.6%	5.0%
Avstraliya	5.1%	5.0%	4.2%
Finlandiya	3.2%	2.7%	2.5%

2.1-jadval. Xorijiy mamlakatlarda elektron tijoratning o'sish darajasi²⁵

Bu jadval bo'yicha quyidagilarni aytish mumkin:

- Buyuk britaniya va boshqa rivojlangan mamlakatlarda elektron tijoratda “Click and collect” – haridorlar tovarlarni maxsus belgilangan markazlardan olishlari strategiyasi qo'llaniladi;

- Yevropada elektron tijorat bozori aylanmasi bo'yicha ikkinchi o'rinda Germaniya turibdi. Elektron tijorat hajmining o'sishi katta ko'chmas mulk obyektlariga bo'lgan talabning o'sishi bilan belgilanadi;

- Avstraliyada elektron tijoratni avtomatlashtirish darajasi ortib bormoqda. Kelajakda bu yerda maxsus logistika obyektlari keng tarqaladi. Tovarlarini maxsus bo'limlarda tarqatish modeli mashhur;

- Amerikada talabning 30%i ulgurji onlayn tijoratga to'g'ri keladi. Onlayn savdolar tarmoqlari katta shaharlarda tarqatuvchi markazlar tashkil qilib, kichik shaharlarda omborlar tashkil etishgan. Bu esa o'z navbatida butun mamlakat bo'yicha mijozlarga buyurtma rasmiylashtirilgan kunning o'zida tovarlarni yetkazib berish imkonini yaratadi;

- Xitoyda elektron tijorat endi boshlangan davrlarda omborxonalar asosan Pekin, Shanxay va Guangjou kabi yirik shaharlarda joylashgan edi. Biroq 2011-yilga kelib Xitoy elektron tijorat qatnashchilari barcha hududlarda tarqatish markazlarini tashkil etishdi;

²⁵ IBIS World.com score

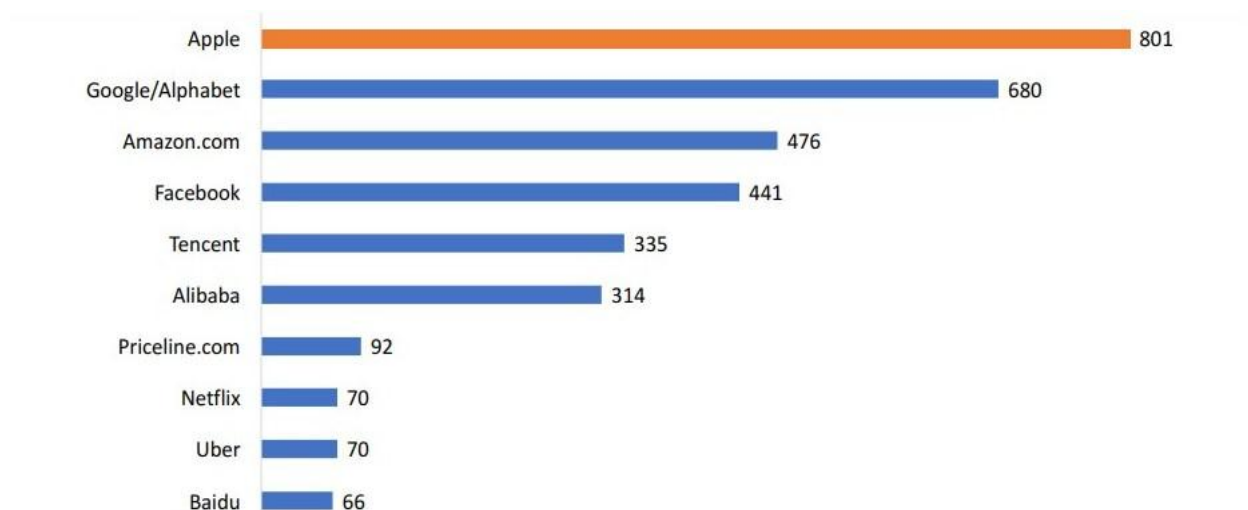
- Braziliyada onlayn tijorat ravnaqiga asosiy sabab omborlarning tashkil etilishi bilan bog'liq. Mamlakatning eng yirik logistika markazi San-Paulo da joylashgan. Yangi logistika tarmoqlari esa unga yaqin shaharlarda ochilmoqda;

- Hindistonda elektron jijorat umumiy ikkilamchi bozor hajmining 1 % dan kamrog'ini tashkil etadi. Bu yerda asosiy omborlar faqat yirik shaharlarga xizmat ko'rsatish uchun moslashgan. Mamlakatning murakkab soliq tizimi markazlashtirilmagan ombor tizimlari tashkil etishni taqozo etadi.

Hamma davrlarda biznes samarali bo'lishi, foyda keltirishi hamda mijozlar va mahsulot yetkazib beruvchilar bilan aloqani ta'minlashi kerak. Barcha davrlarda muvaffaqiyatli faoliyat yuritgan korporasiyalar kommunikasiya va boshqaruvning xar xil texnologiyalarini rivojlantirishga faqat o'z biznesini yanada samaraliroq qilish uchun ancha investisiyalar qo'yib kelishgan.

Masalan, o'z vaqtida telegrafning kashf etilishi ham biznes, ham xukumat uchun ko'plab vazifalarni bajarish samaradorligini tubdan oshirdi. Pul jo'natmalari, masofadan turib bitimlar tuzish, axborot olish va tarqatish kabi jarayonlar jiddiy ravishda soddalashdi va tezlashdi.

Elektron biznes shu ma'noda – korporatsiyalarga menejmentning prinsipial jihatdan yangi sifatini ta'minlagan texnologik yechimlardan biridir. Uning yordamida yetkazib berishlar xalqasi va mijozlar bilan muomala halqasi jiddiy ravishda yaxshilanadi. To'lovlarning elektron tizimiga o'tish bank chiqimlarini kamaytiradi. Shu sababli biznesni yuritishning elektron shakllari juda samarali texnologik ishlanmalar xisoblanadi. Ushbu soxaga bugungi kunda ancha salmoqli investisiyalar yo'naltirilmokda. Bu mablag'lar abstrakt - nazariy izlanishlarni qo'llab - quvvatlaydigan "mesenatlik" dan kelib chiqib emas, balki korporasiyalarning foydasini oshirishdek sof fragmatik muloxazalardan kelib chiqib yo'naltirilmokda. Muvaffaqiyatli faoliyat yuritayotgan ko'plab kompaniyalar ushbu yangi texnologik imkoniyatlarni to'g'ridan-to'g'ri bog'liq bo'lgan kompaniyalar ham bor.



**2.9-chizma. AKT kompaniyalari savdo aylanmasi hajmi
(mlrd. dollar)²⁶**

Jahonning eng katta savdo aylanmasi hajmiga ega bo'lgan AKT kompaniyalari o'ntaligida birinchi o'rinda Apple kompaniyasi turibdi. Bu kompaniyaning yillik savdo aylanmasi hajmi 801 mlrd. AQSH dollarini tashkil etadi. Keyingi o'rinlarda esa Amazon.com, Alibaba, Priceline.com kabi yirik elektron tijorat kompaniyalarini uchratish mumkin.



2.10-chizma. Yirik elektron tijorat kompaniyalari (kapitali, daromadi va ishchilari soni bo'yicha, mlrd. dollar)²⁷

²⁶ Global&Ecommerce Report&2017. 95-bet.

²⁷ Global&Ecommerce Report&2017. 92-bet.

Elektron tijorat kompaniyalari ichida Amazon yetakchi o'rinni egallaydi. O'z faoliyatini Internetda kitob sotishdan boshlagan Amazon.com kompaniyasi Amerikada ommaviy tovarlarni sotish bo'yicha internet xizmatlari ko'rsatuvchi yetakchi kompaniyadir. 2016-yilning yakunlari bo'yicha kompaniyada 180ming kishi faoliyat ko'rsatgan. Hozirgi kunda bu kompaniya 34 turdagi tovarlar, shu jumladan, elektron kitoblar, maishiy texnika, bolala o'yinchoqlari, oziq-ovqat mahsulotlari, xo'jalik tovarlari, sport tovarlari va boshqalar savdosi bilan shug'ullanadi. Kompaniyaning Braziliya, Kanada, Buyuk Britaniya, Germaniya, Yaponiya, Italiya, Ispaniya, Hindiston va Xitoy kabi mamlakatlarda filiallari mavjud.

2.2. O'zbekistonda elektron tijorat holati

O'zbekistonda ko'plab yillar mobaynida biznesni va biznesga xizmat qiluvchi bozor infrastruktura qurilmalarini qo'llab-quvvatlashda AKT dan foydalanilmoqda. Xususan, bu texnologiyalar yordamida aksiyalar, ko'chmas mulk, texnik va kundalik hayotda ishlatiladigan mahsulotlar elektron savdo-sotiq jarayonlari olib boriladi. Tijorat banklari va boshqa moliya tashkilotlarida mijozlarga xizmat ko'rsatishning elektron tizimlari tashkillashtirilgan.

O'zbekiston hukumati elektron savdo-sotiqda AKTni qo'llani muhim istiqbolli yo'nalish sifatida ko'rib chiqmoqda. 2002-2010-yillar ichida kompyuterlashtirish va axborot kommunikatsion texnologiyalarni rivojlantirish dasturi ishtiroki kengaytirildi. Keying yillarda esa elektron hukumat tizimini yaratishga katta e'tibor qaratildi.

Elektron tijorat AKTni qo'llash maqsadida mamlakatning noqulay geografik o'ri, muhim savdo kommunikatsiya va milliy biznesimizni rivojlantirishdagi boshqa noqulay faktorlarni chetlab o'tishga imkon beradi. Jahon iqtisodiyotida oxirgi yillarda kuzatilayotgan elektron tijoratga bo'lgan qiziqish susayganiga qaramay, bu sektor juda qiziqarlidir, chunki elektron tijoratning rivojlantirilishi tovar almashinishini sezilarli kuchaytirib, ba'zi bir tovar va xizmatlarga bo'lgan axborot vakuumini yo'qotishi mumkin.

Elektron tijorat murojaatga chiqimlarni 20-30% ga tushirish imkoniyatini beradi. Bundan tashqari u tovar va xizmatlar bozorida amalga oshiriladigan operatsiyalar shaffoflik darajasini oshirishga, raqobat muxitining rivojlanishini va resurslarga bir xil ijozatni ta'minlashga, o'zbek ishlab chiqaruvchilari mahsulotlarining jahon bozoriga chiqishini tezlashtirishga, tadbirkorlik faoliyatida yangi standartlarni joriy etilishiga imkon beradi.

Faoliyat ko'rsatish samaradorligi biznes uchun o'ta muhim omil hisoblanadi. Qattiq raqobat muhiti mavjud bo'lgan bir sharoitda eng samarali kompaniyalar yashab qolishi va foyda keltirishi mumkin. Boshqalar singari natijalarga erisha olmaydiganlari inqiroz bo'lishiga maxkum etilgandir.

Shu sababli hamma davrlarda biznes samarali bo'lishi, foyda keltirishi hamda mijozlar va mahsulot yetkazib beruvchilar bilan aloqani ta'minlashi kerak. Barcha davrlarda muvaffaqiyatli faoliyat yuritgan korporatsiyalar kommunikatsiya va boshqaruvning xar xil texnologiyalarini rivojlantirishga faqat o'z biznesini yanada samaraliroq qilish uchun ancha investisiyalar qo'yib kelishgan. O'zbekistonda hali bunday natijalarga erishgan yirik elektron tijorat kompaniyalari mavjud bo'lmasada, startup loyihalar tarzida innovatsion g'oyalari bilan ko'plab kompaniyalar bozorga kirib kelmoqda. Ayniqsa, elektron tijorat kompaniyalari internet marketingga e'tibor qaratib, SMM ya'ni content bilan ishlashni kuchaytirmoqda.

O'zbekistonda elektron tijoratni rivojlantirish imkoniyatlari yildan-yilga o'sib borayotganligini alohida ta'kidlab o'tish lozim. Uning rivojlanishi milliy ishlab chiqaruvchilarimizga yangi bozorlar ochish, yangi mijozlar topish imkoniyatini yaratadi. Elektron tijoratni rivojlantirish bo'yicha tanlangan va amaldagi yo'ldan to'g'ri borish – kelajakda mamlakatimiz iqtisodiyotini jahon bozorining yetakchi vakillaridan biriga aylantiradi. O'zbekiston elektron tijorat bo'yicha mavjud muammolarni hal qilishning to'g'ri yo'li tanlaganligi xalq farovonligiga, jamiyatimizning taraqqiy topishida, iqtisodiy rivojlanishimizda o'z aksini topadi. Shu bilan birga, elektron tijorat mamlakatimizda faoliyat olib

borayotgan kichik biznes vakillarining imkoniyatlarini mislsiz darajada oshirishda muhim ahamiyat kasb etadi.

Bugungi kunga kelib, O'zbekiston davlat organlari elektron tijoratni rivojlantirishda dunyo tajribasida keng qo'llanilgan quyidagi tamoyillarga amal qilmoqda:

- elektron tijoratni rivojlantirishda korporativ sektor faol rol o'ynashi lozim;
- elektron tijoratga nisbatan davlat organlari tomonidan asoslanmagan turli cheklovlar qo'yilishiga yo'l qo'ymaslik lozim;
- davlat hokimiyati elektron tijorat jarayoniga, ushbu soha subyektlarini qo'llab-quvvatlash va huquq bazasini takomillashtirish maqsadida aralashishi mumkin;
- elektron tijoratni boshqarish chora-tadbirlarini ishlab chiqishda davlat hokimiyati internetning o'ziga xosliklarini inobatga olishi lozim;
- elektron tijorat jarayoni ma'muriy-hududiy bo'linish va davlat chegaralariga bog'liq bo'lmagan ravishda global ko'lamda sodir bo'lishi mumkin²⁸.

www.uz – milliy qidiruv tizimining ma'lumotlariga ko'ra, 2018-yil 13-may holati bo'yicha elektron tijorat saytlari reytingi o'ntaligi quyidagicha:

 MILLIY QIDIRUV TIZIMI						Saytlar reytingi (Katalog)		Forum	Yo'riqnomalar	Til: O'zbekcha –
O'rin	Resurs nomi	TAS-IX	Xashrif buyuruvchi	Uzraishlar	Barcha yo'nalishlar					
1	ok.uz (ранее Torg.Uz) - бесплатные объявлен...		153196	1699784	Ta'lim					
2	Mediabay.Uz - Развлекательный портал Узбек...		9969	57322	Ilm					
3	Glotr.uz - Торговый центр в интернете		6366	19410	Madaniyat					
4	Доска объявлений Torguem.uz: сайт объявлен...		3750	14186	Sport					
5	Zor.uz - Объявления Ташкента		2406	15668	Jamiyat					
6	TOP.UZ - Информационно-деловой портал		1613	2478	IT-industriya					
7	Информационный портал Узбекской республи...		1302	8475	Biznes					
8	Uztp.uz - Бесплатная торговая площадка		1111	3796	E-tijorat new					
9	Теперь AliExpress в Узбекистане! Китайский и...		1020	11577	Yangiliklar va OAV					
10	Makeup Shop		671	1864	Hordiq					
					Turizm					
					Uy					
					Davlat boshqaruv orga...					

2.11-chizma. O'zbekiston elektron tijorat saytlari reytingi²⁹

²⁸ <https://www.xabar.uz/uz/tehnologiya/ekspert-ananaviy-bozor-elektron>

²⁹ https://www.uz/uz?cat_id=351

Ko'rish mumkinki, O'zbekistonda elektron tijoratning ko'proq C2C yo'nalishi keng tarqalgan bo'lib, aholi ya'ni jismoniy shaxslar ijtimoiy tarmoqlar va olx.uz, zor.uz, irr.uz, torquem.uz kabi axborot portallaridan foydalangan holda o'zaro savdoni amalga oshirmoqda. Bu esa, o'z navbatida, raqobat muhitining buzilishiga, tovarlar sifatining pasayishiga, soliqlarning to'lanmasligiga va kishilarda ishonchsizliklar paydo bo'lishiga olib kelmoqda. Zero, elektron tijorat iqtisodiyotning samaradorligini oshirishga, tanlov erkinligi va axborotni qidirish, olish, uzatish, tarqatish erkinligiga, yangi ish o'rinlari va yangi mutaxassislar paydo bo'lishiga zamin yaratmog'i kerak edi.

Shu bilan birga bu reytingda, O'zbekiston Respublikasi tovar-xomashyo birjasining axborot portal ham mavjud.

O'zbekiston Respublika tovar-xomashyo birjasi aksiyadorlik jamiyati 1994 yili aprel oyida Adliya vazirligi tomonidan ro'yxatdan o'tkazilgan va hozirgi kunda Markaziy Osiyodagi eng yirik savdo maydonchasi, hamda MDH mamlakatlari ichida izchil rivojlanayotgan xomashyo birjasi hisoblanadi.

Birja faoliyati maqsadi va predmeti o'rnatilgan qoidalar asosida oldindan ma'lum bo'lgan joyda va vaqtda, ochiq savdolarini tashkil qilish va o'tkazish yo'li bilan birja tovarlari bilan savdo qilishga zaruriy sharoitlarni yaratishdir. Birja savdolarini tashkil qilish va aniqlangan haqiqiy talab va taklif nisbati asosida birja tovarlari narxlarini shakllantirish yo'li bilan birja tovarlar bozorini yaratishdir.

“O'zRTXB” AJ birjasavdolari ochiq-oydinlik, oshkoralik va mijozlarga teng raqobat sharoitlarni yaratib berish tamoyillari asoslarida olib boriladi. Birja savdosi qoidalariga binoan barcha savdo ishtirokchilari ularning maqomi - respublika rezidenti yoki norezidentligidan qat'iy nazar teng xaq-xuquqlarga egadirlar.

“O'zRTXB” AJ milliy va xorijiy kompaniyalarni respublikada ishlab chiqariladigan yuqori likvidli tovar aktivlari, shu jumladan qora va rangli metallar, neft mahsulotlari, paxta tolasi, mineral o'g'itlar, shakar, bug'doy uni, don va boshqalar bilan teng xuquqlik asosida ta'minlashda muhim o'rin tutadi.

Birja O'zbekiston Respublikasining poytaxti Toshkent shahrida joylashgan. Birja ko'p tarmoqli savdo infratuzilmasiga ega. Uning tarkibiy tuzilmasiga respublikamizning barcha viloyatlarining markazlarida joylashgan 13 filiallari kiradi. Shuningdek, hozirgi kunda mijozlarga 200dan ziyod savdo maydonchalari va 800 brokerlik idoralari birja xizmatlarini ko'rsatib kelmoqda.

Birjada 3 savdo platformalari faoliyat yuritadi:

- Birja elektron savdo tizimi (avtomatlashtirilgan savdo-sotiqqa tegishli talablarni yig'ish va ularga javob berish elektron savdo tizimi);
- Ko'rgazma-yarmarka savdolarining elektron savdo tizimi;
- Avtoraqamlarni sotish bo'yicha elektron savdo tizimi.

Birja savdolari elektron tizimi asosida olib boriladi. Savdolarga tizimli ravishda bir turdagi standart xususiyatga ega, boshqa ishlab chiqaruvchi tovarlari yoki boshqa tovarlar partiyasi bilan o'zaro almashuvchi tovarlar qo'yiladi.

Birja savdosining asosiy afzalliklari quyidagilar:

- yuqori malakali savdo xodimlari xizmatidan foydalanish imkoniyati;
- vositachi-brokerlarni tanlab olish imkoniyati;
- harajatlarni oshirmasdan savdo hajmini ko'paytirish;
- bitimlarning bajarilishini kafolatlanganligi;
- brokerlar idorasi orqali savdo operatsiyalarni amalga oshirishda shu xizmatlariga ma'lum bir foiziga teng miqdorda to'lov o'tkazish imkoniyati;
- savdo operatsiyalarning tezkorligi;
- barcha savdo ishtirokchilari uchun korxona hajmi, biror tarmoq yoki idoraga mansubligi, hududiy joylashuvidan qat'iy nazar tenglik ta'minlanganligi;
- bozorning yuqori darajada likvidligi;
- bitimlarni amalga oshirishda operasion harajatlarning kamligi;
- savdolarida ko'plab xaridorlar/sotuvchilarning ishtiroki hisobiga shakllangan kuchli raqobat asosida optimal bozor bahosini aniqlash imkoniyati.

Birja savdolarida ishtirok etish huquqi brokerlik joyini o'rnatilgan tartibda olgan birja a'zolariga beriladi.

Birja savdolari platformasida faqatgina birja tovarlari savdoga chiqariladi. "Birja tovari" tushunchasiga o'z sifati, tuzilishi bilan bir turdagi xususiyatga ega bo'lgan, o'zining asosiy va aniqlovchi parametrlari bilan xuddi shunday boshqa ishlab chiqaruvchining yoki boshqa partiyadagi tovar bilan o'zaro almashinuvchanlik xususiyatiga ega bo'lgan tovar kiradi va u doimiy ravishda savdolarga chiqarilishi shart.

O'zRTXB savdolari har kuni, shanba va yakshanbadan tashqari, Toshkent vaqti bilan 9:30 dan 17:00 gacha o'tkaziladi. Tashqi iqtisodiy faoliyat olib boruvchi mahalliy va xorijiy ishtirokchilarga qulay shart-sharoitlar yaratish maqsadida 2005-yili 4-martdan boshlab O'zRTXBda valyuta savdo maydonchasi ishga tushirilgan, u yerda birja savdolariga erkin ayirboshlanadigan valyutada qo'yiladigan har qancha miqdordagi yuqori likvidlik mahsulotlarni sotib olish imkoniyati bor.

Ko'rgazma-yarmarka savdo tovarlariga xususiyatlaridan qat'iy nazar, fuqarolik muomalasida bo'lgan tovarlar, shu jumladan, individual xususiyatga ega bo'lgan va savdolarga muntazam ravishda chiqarilmaydigan yoki kamdan-kam chiqariladigan tovarlar kiradi.

Savdolar internet orqali real vaqt rejimida olib boriladi, savdo bo'yicha hisob-kitoblar ham onlayn rejimida amalga oshiriladi.

Tizimning afzalliklari:

- vaqt tejamkorligi – savdo tizimida ro'yxatdan o'tish jarayonining soddaligi;
- savdolarga kechayu kunduz kira olish;
- mablag' tejamkorligi – reklama xizmatlari uchun qo'shimcha mablag' talab etilmaydi;
- vositachilar sonini minimal darajadali.

AVTORAQAM - jismoniy va yuridik shaxslarga avtomototransport vositalari uchun ro'yxatdan o'tkazish davlat raqami belgilarini oshirilgan to'lov stavkalarida sotish bo'yicha savdo platformasi.

Avtoraqamlarni sotish bo'yicha elektron auksion savdolar mexanizmi, birjaning boshqa savdo platformalari kabi ochiq-oydinlik, oshkoralik, raqobat va barcha savdo ishtirokchilari uchun teng sharoit yaratish tamoyillariga asoslangan.

Avtoraqamlarni savdolariga qo'yilishi O'zbekiston Respublikasi IIV YHXBB bo'linmalarining mas'ul xodimlari tomonidan amalga oshiriladi.

Jismoniy shaxslar uchun to'lov shaxsiy kabinetdan ro'yxatdan o'tib bo'lingach, faollashtirilgan plastik kartochka orqali amalga oshiriladi. Yuridik shaxslar esa ro'yxatdan o'tish sahifasida havola kilingan Ofertada ko'rsatilgan hisob raqamga pul o'tkazish yo'li orqali to'lovni amalga oshiradilar³⁰.

Reytingning keyingi o'rinlaridan:

- alibuy.uz – Xitoyning AliExpress internet do'konining uz domenidagi sayti;
- makeup.uz – kosmetika mahsulotlari onlayn do'koni;
- pc.uz – kompyuterlar bozori;
- tak.uz – onlayn kitoblar do'koni;
- hm.uz – uy va ofis tovarlarining Home Market do'koni Internet sayti;
- shoptextile.uz – Samarqand kiyim-kechaklar internet do'koni;
- dekos.uz – biznes sovg'alar internet do'koni;
- auditoriya.uz – elektron mahsulotlarini oldi-sotdisini amalga oshiruvchi internet do'konlaridan biri;
- flytech.uz – texnologiyalar do'koni;
- platya.uz – ayollar kiyim-kechagi internet do'koni;
- days.uz – uy jihozlari, aksessuarlar, sovg'a va kitoblar;

³⁰ <https://uzex.uz/uz/pages/about-us>

- kpk.uz – telefon va smartfonlar do’koni va boshqa internet do’konlari o’rin olgan. E’tiborlisi ular soni tobora ko’payib bormoqda.

O’zbekistonda elektron tijoratning hozirgi holati haqida gap ketganda, O’zbekiston Respublikasi Bosh Prokuraturasi huzuridagi majburiy ijro byurosi tuzilmasi tarkibidagi “Elektron onlayn-auksionlarni tashkil etish markazi” davlat unitar korxonasi tomonidan tashkil etilayotgan onlayn-auksionlar alohida o’ringa ega.

Ijro ishi yuritishni amalga oshirishda mol-mulkni realizatsiya qilish bo’yicha auksion savdolarining qonuniyligi, shaffofligi va xolisligini ta’minlash, narx-navo manipulyasiyasi va boshqa suiiste’molchiliklarga yo’l qo’ymaslik hamda ularning oldini olish, shuningdek, sud hujjatlari va boshqa organlar hujjatlari so’zsiz ijro etilishini ta’minlash maqsadida “Sud hujjatlari va boshqa organlar hujjatlarini ijro etishda mol-mulkni realizatsiya qilish tartib-tamoyillarini tubdan takomillashtirish chora-tadbirlari to’g’risida”gi O’zbekiston Respublikasi Prezidentining 27-iyul 2017-yilda PQ-3149- sonli qarori qabul qilingan. “E-IJRO AUKSION” YAESMda auksionlar sud hujjatlari va boshqa organlar hujjatlarini ijro etishda mol-mulkni realizatsiya qilish uchun tashkil etiladi va faqatgina elektron onlayn-auksionlar shaklida o’tkaziladi. “E-IJRO AUKSION” YAESM fuqarolar uchun elektron onlayn-auksionlarda keng ishtirok etish hamda ko’chmas mol-mulk, avtotransport vositalari va boshqa mol-mulkni adolatli va shaffof savdolarda sotib olish imkoniyatini ta’minlash uchun mo’ljallangan. .

“E-IJRO AUKSION” YAESM yaratashnig asosiy maqsadlari:

- ijro ishi yuritishni amalga oshirishda mol-mulkni realizatsiya qilish bo’yicha auksion savdolarining qonuniyligi, shaffofligi va xolisligini ta’minlash;
- narx-navo manipulyasiyasi va boshqa suiiste’molchiliklarga yo’l qo’ymaslik hamda ularning oldini olish;
- sud hujjatlari va boshqa organlar hujjatlari so’zsiz ijro etilishini ta’minlash;

– elektron onlayn-auksionlar Internet tarmog‘ida arizalarni qabul qilish va g‘olibni aniqlash jarayonlariga har qanday aralashuvga yo‘l qo‘ymaydigan mexanizmini yaratish;

– axborot xavfsizligi vositalari yordamida axborot butunligini va maxfiylikini ta‘minlash³¹.

2.3. Mamlakatimizda dasturiy mahsulotlar yaratishni qo‘llab-quvvatlash loyihalari

O‘zbekiston so‘nggi yillarda AKTni barcha ijtimoiy-iqtisodiy tarmoqlarga, jumladan davlat boshqaruviga hamda davlat xizmatlarini ko‘rsatish sohasida joriy qilish bo‘yicha bosqichma-bosqich islohotlar amalga oshirdi. Bu o‘z o‘rnida mamlakatimizda elektron hukumat tizimini joriy qilishda sezilarli natijalarga erishish imkonini berdi. Jumladan, AKTni keng qo‘llash natijasida xalq bilan davlat o‘rtasida aloqa o‘rnatishning samarali tizimi joriy qilindi.

AKTning jadal rivojlanishi yangi imkoniyatlarni ochib berar ekan, davlat tomonidan keng ko‘lamli qo‘llab-quvvatlashni hamda respublikaning xalqaro AKT bozoridagi o‘rnini kuchaytirishni talab qiladi.

Mamlakatimizda AKT uchun xalqaro standartlarga muvofiq dasturiy mahsulotlar ishlab chiqarishni rivojlantirish, mahalliy ishlab chiqaruvchilar tomonidan sifatli va raqobatdosh dasturiy mahsulotlarni ishlab chiqarishni kengaytirishni rag‘batlantirishni kuchaytirish, shuningdek 2017-2021 yillarda O‘zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo‘nalishi bo‘yicha Harakatlar strategiyasini Xalq bilan muloqot va inson manfaatlarini yilida amalga oshirishga oid Davlat dasturida nazarda tutilgan boshqa vazifalarni hal qilish, AKT mahsulotlari eksportini kengaytirish, mahalliy va xorijiy investitsiyalarni jalb qilishni rag‘batlantirish maqsadida AKT sohasida mahalliy Innovatsiya markazi - «Mirzo Ulugbek Innovation Center»ni tuzish to‘g‘risida qaror qabul qilindi.

³¹ <https://e-auksion.uz/dXoubWliY2VudGVyLm1pYmF1Y3Rpb24ud2lja2V0LnBhZ2luZy5Qb3J0YWxQYWdlMTUyNjM2NTYzMTkwOQ==mib?1>

«Axborot texnologiyalarini ishlab chiqish va joriy qilishni qo‘llab-quvvatlash bo‘yicha «Mirzo Ulugbek Innovation Center»» Innovatsiya markazi O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 30-iyundagi PF-5099-son “Respublikada axborot texnologiyalari sohasini rivojlantirish uchun shart-sharoitlarni tubdan yaxshilash chora-tadbirlari to‘g‘risida” Farmoni, O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2017-yil 15-avgustdagi 631-son “Axborot texnologiyalarini ishlab chiqish va joriy qilishni qo‘llab-quvvatlash bo‘yicha «Mirzo Ulugbek Innovation Center» Innovatsiya markazi faoliyatini tashkil etish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi qarori asosida tuzildi.

Farmonga asosan, Innovatsiya markazining asosiy yo‘nalishlari etib quyidagilar belgilangan:

- xo‘jalik yurituvchi subyektlar va oliy ta’lim muassasalarining o‘zaro hamkorligini kengaytirish uchun axborot texnologiyalari mahsulotini ishlab chiqarishga hamda ichki va tashqi bozorlarda sotishga yo‘naltirilgan zarur tashkiliy-texnik, iqtisodiy-moliyaviy sharoitlarni yaratish;

- ichki va tashqi bozorlarda axborot-kommunikatsiya texnologiyalari (keyingi o‘rinlarda – AKT) sohasida raqobatbardosh loyihalarni amalga oshirish uchun xorijiy investitsiyalarni jalb qilishda Innovatsiya markazi rezidentlariga yordam ko‘rsatish;

- oliy ta’lim muassasalari va kasb-hunar kollejlarning «axborot texnologiyalari» ixtisosligi bo‘yicha bitiruvchilarini ish bilan ta’minlashda shu jumladan, qobiliyatli yoshlarni ular tomonidan «start-ap» loyihalar amalga oshirilishida qo‘llab-quvvatlash ishtirok etish, yo‘li bilan;

- qisqa muddatli va o‘rta muddatli ixtisoslashtirilgan kurslar olib borish orqali, shu jumladan, chet ellik mutaxassislarni taklif etgan holda, AKT sohasida kadrlar malakasini oshirish va qayta tayyorlashni tashkil qilish;

- istiqbolli yo‘nalishlar bo‘yicha axborot texnologiyalari mahsulotini ishlab chiqish sohasida endigina ish boshlagan tadbirkorlar tomonidan innovatsion loyihalar amalga oshirilishini qo‘llab-quvvatlash³².

Innovatsiya markazi fuqarolar uchun eng qulay shart-sharoitlar yaratish, eng avvalo, axborot texnologiyalari sohasida hayotga joriy etish va amalga oshirish mumkin bo‘lgan aniq loyihalarga ega bo‘lgan iqtidorli yoshlarni qo‘llab-quvvatlashga xizmat qiladi.

Markaz mamlakatimiz hududi doirasida eksterritoriallik prinsipi asosida faoliyat yuritadi, ya’ni AKT sohasidagi korxonalar respublikada joylashgan hududidan qat’i nazar, Innovatsiya markazi rezidentlari bo‘lishi mumkin. Ushbu tamoyil mamlakatda AKT mahsulotlarini ishlab chiqarishni rivojlantirish uchun eng qulay shart-sharoitlarni yaratishga xizmat qiladi.

Undan tashqari, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 30-iyundagi PF-5099-son “Respublikada axborot texnologiyalari sohasini rivojlantirish uchun shart-sharoitlarni tubdan yaxshilash chora-tadbirlari to‘g‘risida” Farmoniga asosan Innovatsiya markazi rezidentlari 2028-yil 1-yanvargacha bo‘lgan muddatga:

- barcha turdagi soliqlar va davlat maqsadli jamg‘armalariga majburiy ajratmalarni, shuningdek yagona ijtimoiy to‘lovni to‘lashdan;

- belgilangan tartibda tasdiqlanadigan ro‘yxatlar bo‘yicha O‘zbekiston Respublikasida ishlab chiqarilmaydigan, o‘z ehtiyojlari uchun olib kirilayotgan uskunalar, butlovchi qismlar, detallar, uzellar, texnologik hujjatlar, dasturiy ta’minot vositalari uchun bojxona to‘lovlari to‘lashdan (bojxona yig‘imlaridan tashqari);

- o‘zi ishlab chiqaradigan tovarlar (ishlar, xizmatlar)ni eksport qilishdan tushadigan valyuta tushumining bir qismini majburiy sotishdan ozod etiladi.

³² <https://muic.uz/uz/about#>

Yuqoridagi imtiyozlardan tashqari, xodimlar tomonidan Innovatsiya markazi rezidentlari bilan tuzilgan mehnat shartnomalari bo'yicha 2028-yil 1-yanvargacha olingan mehnatga haq to'lash shaklidagi daromadlar:

- qayd etilgan 7,5 foizli stavka bo'yicha jismoniy shaxslar daromadlaridan olinadigan soliqqa tortiladi, 4,5 foizli stavka bo'yicha – fuqarolarning O'zbekiston Respublikasi Moliya vazirligi huzuridagi byudjetdan tashqari Pensiya jamg'armasiga kiritadigan sug'urta badallariga tortiladi;

- jismoniy shaxslarning soliqqa tortish maqsadlarida belgilanadigan jami yillik daromadlari hajmiga kiritilmaydi³³.

O'zbekistonda AKTning real holati:

- 149ta IT kompaniya ro'yxatdan o'tgan;
- eksport hajmi 3,3 mln dollar;
- YaIMda AKTning ulushi 2,3%;
- yuqori malakali IT mutaxassislar xorijiy kompaniyalarda ishlamoqda.

Innovatsion markaz tashkil etilganidan keyin kutilayotgan natijalar:

- 1000dan ortiq kompaniya resident;
- yaqin 5 yil ichida eksport hajmi 20 mln dollar;
- YaIMda AKTning ulushi 6%;
- 10 mingdan ortiq yangi ish o'rinlarining tashkil etilishi.

O'zbekiston ko'p yillardan buyon dasturchilar va dasturiy mahsulotlar milliy katalogi – software.uz loyihasi faoliyat ko'rsatmoqda. Milliy katalogning maqsadi respublikada milliy dasturiy mahsulotlar va dasturchilar bozori rivojlanishini qo'llab-quvvatlash, dasturiy mahsulotlar ishlab chiqaruvchi kompaniyalar rivojlanishiga zamin yaratishdan iborat.

Katalogning asosiy vazifalari:

- dasturiy mahsulotni ishlab chiqarish bilan bog'liq holda, dasturchilarning kasbiy faoliyati doirasida jamoaviy manfaatlarini ifodalash va himoya qilish;

³³ <https://muic.uz/uz/menu/pochemu-muic>

- O'zbekiston Respublikasi hududida dasturiy mahsulotlarni ishlab chiqish va sotishda monopolilikka qarshi kurashish;
- dasturiy xizmatlar ko'rsatuvchi milliy korxonalar manfaatlarini himoya qilish;
- dasturiy mahsulotlarni ishlab chiqishda dasturchilarningchilarning umumiy muammolarini birgalikda hal etish;
- mehnatning madaniy shakllarini va sog'lom raqobat tamoyillarini joriy etish;
- qulay moliyaviy va iqtisodiy sharoitlarni yaratishga ko'maklashish;
- tajriba almashishda, mijozlar bilan foydali aloqalarni o'rnatishda yordam berish;
- xorijiy mamlakatlarda O'zbekistonning va milliy dasturchilarning ijobiy obro'-e'tiborini shakllantirish.

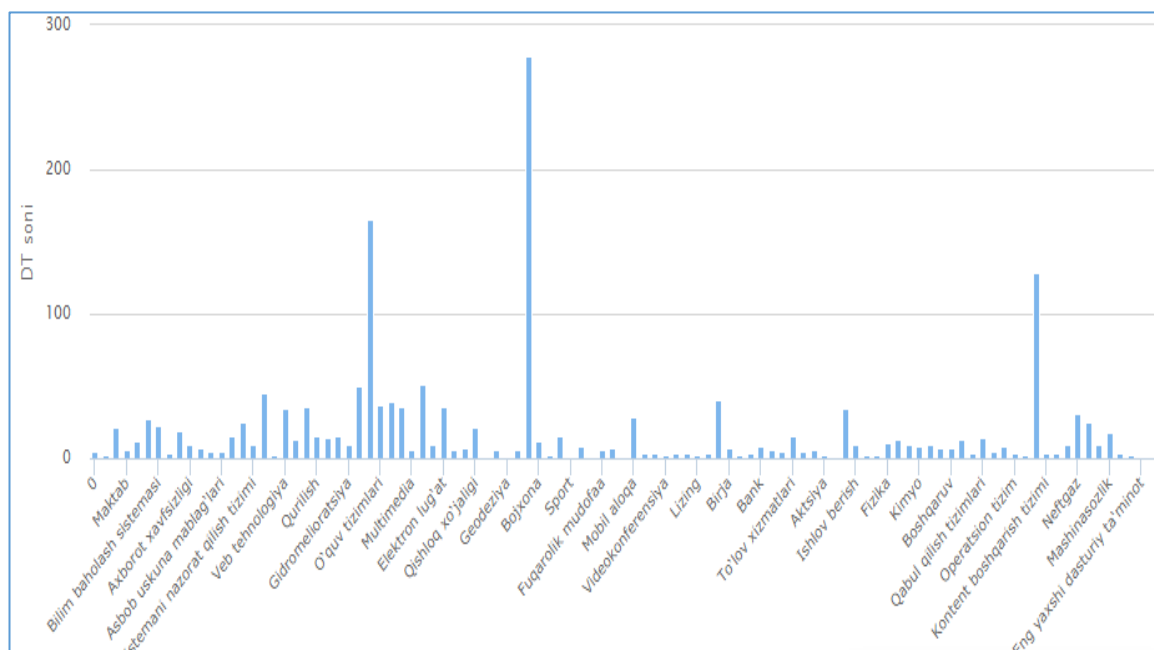
Katalog quyidagi imkoniyatlarni taqdim etadi:

- milliy ishlab dasturchilarni ro'yxatdan o'tkazish va hisobga olish;
- dasturiy ta'minot ishlab chiqaruvchi kompaniyalarni ro'yxatdan o'tkazish va hisobga olish;
- milliy dasturiy mahsulotlarni ro'yxatdan o'tkazish va hisobga olish;
- dasturiy mahsulotlar dunyosidagi yangiliklar bilan tanishtirish;
- dasturiy mahsulotlarni ishlab chiqish bo'yicha loyihalar va buyurtmalarni e'lon qilish (rasmiy ro'yxatdan o'tgan ishlab chiquvchilar va kompaniyalar uchun);
- tajriba almashishda yordam berish, foydali tanishuv va aloqalarni o'rnatishda ko'maklashish.

Tashkilotlar	• 288
Dasturchilar	• 63
Bo'sh ish o'rinlari	• 19
Dasturiy ta'minotlar	• 1736

2.12-chizma. Katalog bo'yicha statistika³⁴

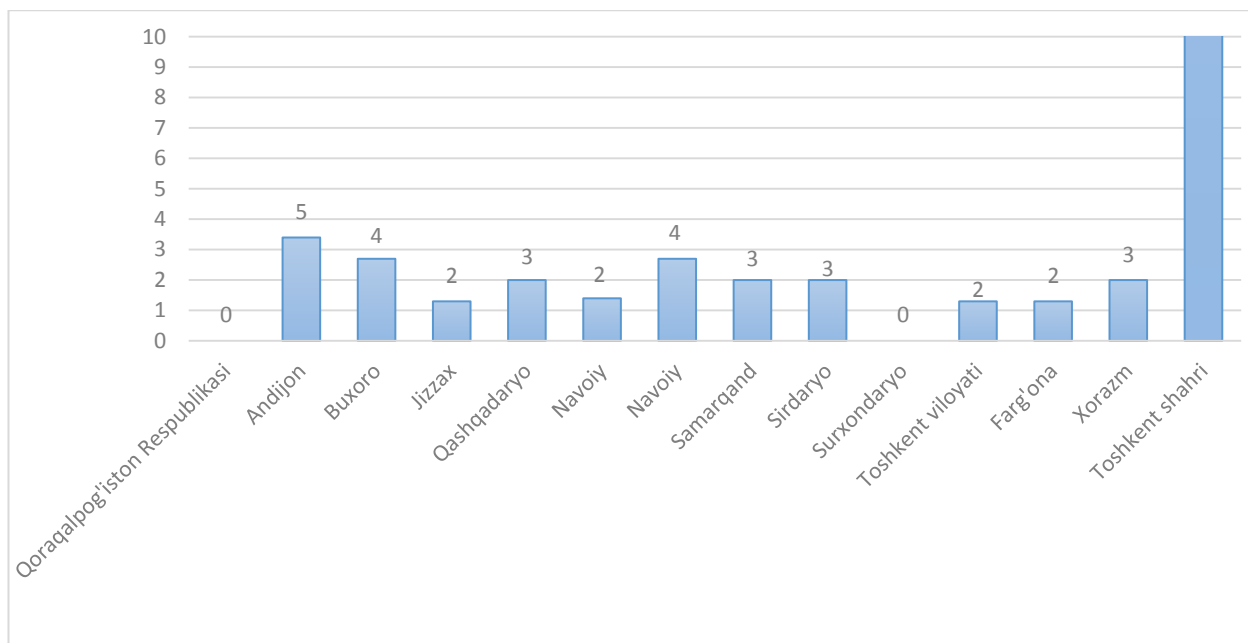
Dasturiy ta'minot vositalari ishlab chiquvchilar milliy katalogidagi tashkilotlar o'rtasida hamkorlikni yo'lga qo'yish, ular yaratgan ochiq kodli dasturlarni yanada takomillashtirish uchun shart-sharoit yaratish maqsadida Portalida ochiq dasturiy ta'minot vositalarini joylashtirish va yuklab olish moduli joriy etildi.



2.13-chizma. Dasturiy ta'minotning yo'nalishi bo'yicha taqsimlanishi³⁵

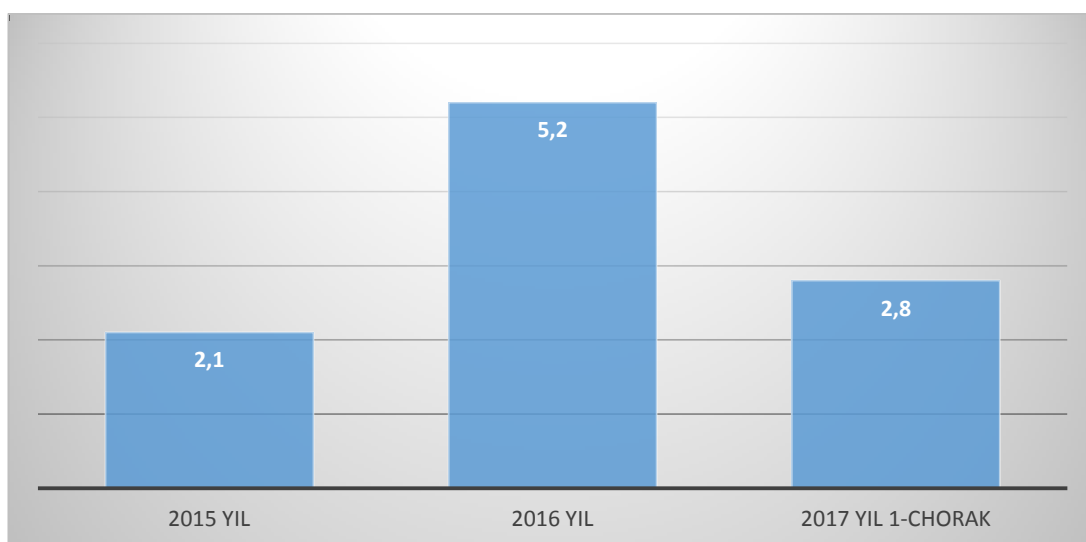
³⁴ software.uz ma'lumotlari asosida muallif tomonidan ishlab chiqildi

³⁵ <http://software.uz/uz/stat/soft>



2.14-chizma. Hududlarda ro'yxatdan o'tgan korxonalar³⁶

Ushbu diagrammadan ko'rish mumkinki, reestrda ro'yxatdan o'tgan korxonalarning aksariyati Toshkent shahriga to'g'ri keladi. Qoraqalpog'iston Respublikasi va Surxondaryo viloyatlarida esa bironta ham dasturiy mahsulot ishlab chiqaruvchi korxona ro'yxatdan o'tmagan. Bu yerda eng ayanchli holat shundaki, Nukus shahrida Toshkent axborot texnologiyalari universitetining filiali mavjud bo'lib, u yerda dasturlash bo'yicha mutaxassislar tayyorlanadi.

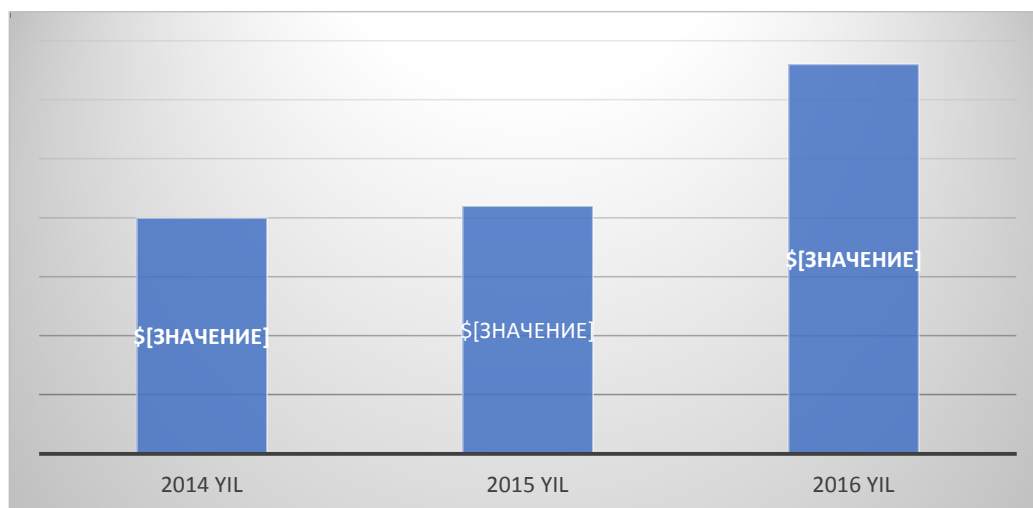


2.15-chizma. Korxonalarga berilgan imtiyoz asosida tejalgan mablag' (mlrd.so'm)³⁷

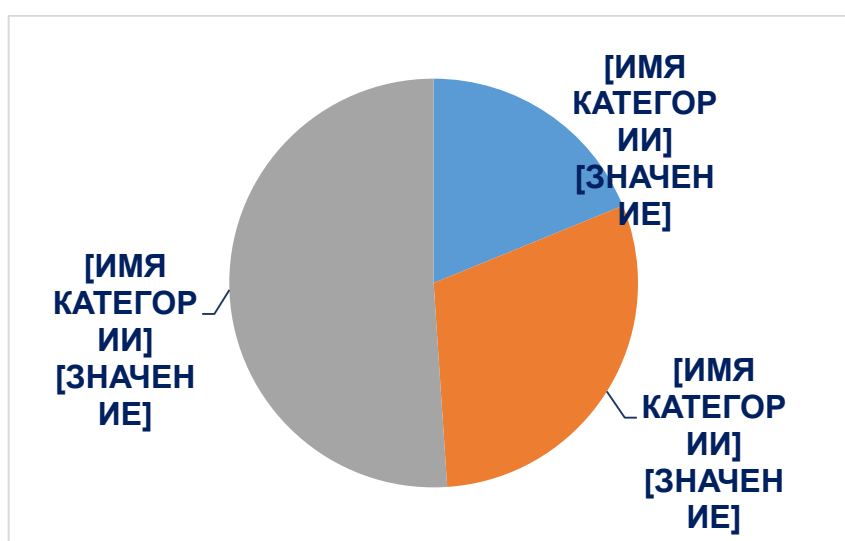
³⁶ To'plangan statistik ma'lumotlar asosida muallif tomonidan ishlab chiqildi

³⁷ To'plangan statistik ma'lumotlar asosida muallif tomonidan ishlab chiqildi

Shuningdek, dastur talqinlarini nazorat qilish uchun ochiq kodli tizim (Software git based on Gitlab Community Edition) asosida texnologik maydoni va veb-servis ishlab chiqildi. Ushbu tizimdan git.software.uz manzili orqali foydalanish mumkin. Ushbu tizim IT loyihalarini TAS-IX xududida xostingini tashkil qilish va ularni hamkorlikda yaratish uchun qaratilgan.



2.16-chizma. Eksport hajmi (mln AQSh dollar)³⁸



2.17-chizma. Sotilgan mahsulotlar va ko'rsatilgan xizmatlardan kelib tushgan daromad (mlrd.so'm)³⁹

³⁸ To'plangan statistik ma'lumotlar asosida muallif tomonidan ishlab chiqildi

³⁹ To'plangan statistik ma'lumotlar asosida muallif tomonidan ishlab chiqildi

Yuqoridagi ikkita chizmada so'nggi yillarda dasturiy ta'minotlar eksporti hajmi va ular savdosidan kelib tushgan daromadlar pul ekvivalentida ko'rsatilgan.

Shuni aytish mumkinki, O'zbekistonda dasturiy mahsulotlar ishlab chiqarishga katta e'tibor qaratilib, sohani takomillashtirish bo'yicha talay ishlar amalga oshirilmoqda. 2017-yil 15-martda O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Toshkent axborot texnologiyalari universitetining faoliyatini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi qarori qabul qilindi va unda dasturiy mahsulotlar yaratishni qo'llab-quvvatlash yuzasidan aniq vazifalar belgilandi. Shu jumladan, Universitet huzuridagi Dasturiy mahsulotlar va apparat dasturiy majmualar yaratish markazi negizida yuridik shaxs maqomiga ega bo'lgan Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari ilmiy-innovatsion markazi (keyingi o'rinlarda Markaz deb yuritiladi) tashkil etildi va uning asosiy vazifalari etib quyidagilar belgilandi:

- respublika iqtisodiyotining yetakchi tarmoqlari va sohalari uchun real ehtiyojlarni hisobga olib, ichki va tashqi bozorlarda raqobatbardosh, sifatli mahalliy dasturiy mahsulotlarni, eng avvalo, Universitetda ta'lim olayotgan talabalarni keng jalb etgan holda ishlab chiqish;

- axborot-kommunikatsiya texnologiyalari sohasida ilmiy maktablarni yanada rivojlantirish, yosh olimlar va ilmiy-pedagog xodimlar mehnatini rag'batlantirish, ularning ilmiy-tadqiqot hamda tajriba-konstruktorlik ishlarini tijoratlashtirishni tashkil qilish;

- iqtisodiyotning yetakchi tarmoqlari va sohalari buyurtmalari asosida boshqaruv, ishlab chiqarish, biznes va boshqa yo'nalishdagi jarayonlarni avtomatlashtirishni tizimli ilmiy tahlil qilish, ularning modellarini hamda algoritmlarini ishlab chiqish va joriy etish;

- respublikada yuqori texnologiyalarga asoslangan texnik va dasturiy mahsulotlarni yaratish, import o'rnini bosuvchi qurilmalarni mahalliyashtirish va eksportbop qurilmalarni ishlab chiqish yuzasidan fundamental va amaliy ilmiy-tadqiqot ishlarini olib borish;

- davlat ilmiy-texnik grantlari va xo‘jalik shartnomalari asosida ilmiy-tadqiqot ishlarini amalga oshirish;

- universitet talabalari, mutaxassislari va yosh ilmiy xodimlarini milliy dasturiy mahsulotlar va apparat dasturiy majmualarni yaratish bo‘yicha ilmiy-tadqiqot loyihalariga keng jalb etish;

- xorijiy mamlakatlarning axborot-kommunikatsiya texnologiyalari sohasidagi ilg‘or ilmiy-tadqiqot markazlari bilan o‘zaro manfaatli hamkorlikni yo‘lga qo‘yish.

Bu tadbirlarning barchasi mamlakatimizda dasturiy mahsulotlar yaratishni rivojlantirishga xizmat qilmoqda deyilsa mubolag’a bo‘lmaydi.

II BOB BO'YICHA XULOSA

Rivojlangan mamlakatlarda elektron tijoratga biznes yuritishning ajralmas bo'lagi sifatida qaralsa, rivojlanayotgan mamlakatlarda uni muqobil biznes yuritish usuli deb qaraladi. Biroq hali ham elektron tijorat xalqaro miqyosda mamlakatlar iqtisodiyotida sezilarli o'rin egallamagan. Agar elektron tijoratning kichik va o'rta biznes vakillari jahon bozoriga chiqishlari uchun juda qulay vosita ekanini, xom-ashyo bozoriga kirishni osonlashtirishi, qishloq xo'jaligi mahsulotlari marketingini xalqaro ko'lamda olib borish imkoniyatini oshirishini inobatga olsa, bu ayniqsa, rivojlanayotgan mamlakatlardagi tadbirkorlar uchun ancha foydali degan xulosaga kelinadi. Shunday bo'lsada, elektron tijoratni rivojlantirish talab va taklif darajasiga bog'liq va bunda sezilarli natijalarga erishish uchun, albatta, faoliyatni eksportni oshirishga yo'naltirish zarur.

O'zbekistonda elektron tijoratni rivojlantirish imkoniyatlari yildan-yilga o'sib borayotganligini alohida ta'kidlab o'tish lozim. Uning rivojlanishi milliy ishlab chiqaruvchilarimizga yangi bozorlar ochish, yangi mijozlar topish imkoniyatini yaratadi. Elektron tijoratni rivojlantirish bo'yicha tanlangan va amaldagi yo'ldan to'g'ri borish – kelajakda mamlakatimiz iqtisodiyotini jahon bozorining yetakchi vakillaridan biriga aylantiradi. O'zbekiston elektron tijorat bo'yicha mavjud muammolarni hal qilishning to'g'ri yo'li tanlaganligi xalq farovonligiga, jamiyatimizning taraqqiy topishida, iqtisodiy rivojlanishimizda o'z aksini topadi. Shu bilan birga, elektron tijorat mamlakatimizda faoliyat olib borayotgan kichik biznes vakillarining imkoniyatlarini mislsiz darajada oshirishda muhim ahamiyat kasb etadi.

Shularni inobatga olgan holda ikkinchi bobda xorijiy mamlakatlarda elektron tijoratning rivojlanish tendensiyalari, O'zbekistondagi holati va imkoniyatlari, mamlakatimizda dasturiy mahsulotlar yaratishni qo'llab-quvvatlash loyihalari tadqiq etilganini ko'rish mumkin.

III BOB. ELEKTRON TIJORATNI QO'LLASH ORQALI MAMLAKAT IQTISODIYOTINI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI

3.1. Elektron tijorat qonunchiligini takomillashtirish yo'nalishlari

Birinchi bobda ko'rib o'tilganidek, O'zbekistonda elektron tijoratni rivojlantirish maqsadida me'yoriy-huquqiy asoslar mavjud, zamon talablaridan kelib chiqilgan holda elektron to'g'risidagi qonun yangi tahrirda qabul qilindi, O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi tomonidan bir qancha qarorlar ishlab chiqildi. Shunday bo'lishiga qaramay, sohada faoliyat yuritayotgan tadbirkorlar ayrim kamchiliklar haqida to'xtalib o'tishmoqda va aytish mumkinki yaratilgan huquqiy baza hamda kiritilayotgan o'zgartirishlar soha rivojlanishi templaridan sezilarli darajada ortda qolmoqda.

Shu o'rinda soha qonunchiligini takomillashtirish bo'yicha ayrim masalalarni ko'rib o'tamiz:

1. "Elektron tijorat to'g'risida"gi yangi tahrirdagi Qonunning 10-moddasida: "Elektron tijoratda tovarlarni (ishlarni, xizmatlarni) sotuvchi yoki ularning xaridori bo'lgan yuridik yoki jismoniy shaxs elektron tijorat ishtirokchisidir.

Elektron tijoratda tovarlarni (ishlarni, xizmatlarni) sotuvchi yuridik shaxs yoki yakka tartibdagi tadbirkor hisoblanadi.

Elektron tijoratda ishtirok etish, agar qonunda boshqacha qoida belgilanmagan bo'lsa, uning ishtirokchisiga nisbatan axborot tizimlaridan foydalanmasdan amalga oshirilayotgan tadbirkorlik faoliyatiga nisbatan qo'shimcha talablar yoki cheklovlar belgilanishi uchun asos bo'la olmaydi.", - deyiladi. Elektron tijoratning nazariy asoslarida ko'rib o'tilganidek, elektron tijoratda C2B va C2C kabi andozalar bor. Qonunda sotuvchi sifatida yuridik shaxs yoki yakka tartibdagi tadbirkor elektron tijoratda qatnashishi mumkin deb belgilangani bu andozalar ishlashi uchun to'siq yaratadi.

Statistik ma'lumotlarga tayanadigan bo'lsak, O'zbekistonda elektron tijoratning C2C yo'nalishi keng tarqalganining guvohi bo'lamiz. Telegram va Instagram ijtimoiy tarmoqlarida 300 dan ortiq elektron tijorat guruh va kanallari

orqali “tadbirkorlar” faoliyat yuritmoqda. Qonunda bu masala yuzasidan hech qanday alohida to’xtalishlarning mavjud emasligi sababli bunday noqonuniy tadbirkorlikka chek qo’yish va uni nazarat qilishning aniq asoslari yo’q. Shu nuqtai nazardan qaraganda, bunday faoliyatga barham berish kishilarda elektron tijoratga nisbatan ishonchsizlik kelib chiqishiga, davlatga esa “tadbirkorlik” faoliyatidan olinayotgan foyda berkitilib, soliqlardan qochish sababli budjet tushumlarining kamayishiga sabab bo’layotgani bilan o’ta muhimdir.

2. Soliqlar va soliqqa tortish tizimida mamlaktimizda olib borilayotgan keng ko’lamli chora-tadbirlar, soliq yukini pasaytirishga va soliq preferensiyalari berishga qaratilgan tadbirlar orasida axborot vositachilari uchun soliq stavkalari miqdorini qayta ko’rib chiqib, imtiyozlar berilsa, elektron tijorat sohasi yanada jadal rivojlanishi uchun sharoit yaratilgan bo’lar edi.

3. Qonunchilikda: “Elektron tijoratda to’lovlar faqat quyidagi usullar bilan amalga oshiriladi:

- bank plastik kartalaridan foydalangan holda to’lovlarni qabul qilish bo’yicha hisob-kitob terminalini qo’llash orqali;

- shaxsiy kabinet yoki chakana to’lovlar tizimi orqali (onlayn-to’lov) bank plastik kartasidan mablag’larni o’tkazish vositasida;

- bank hisob raqamidan pul mablag’larini o’tkazish vositasida.” – deb belgilanga. Biroq xalqaro tajribadan va amaloyotdan kelib chiqqan holda aytish mumkinki, elektron tijoratni amalga oshirish uchun naqd pullardan foydalanishga to’sqinliklar yo’q.

4. Iste’molchilar huquqlarini himoya qilishga e’tibor qaratish. Bunda, sifatsiz yoki yaroqsiz holatdagi tovar yetkazib berilganda, yoki tovar umuman yetib kelmaganda oldindan to’langan pulni qaytarib olish, tovarni almashtirish bo’yicha chora-tadbirlarni aniq belgilab berish lozim.

5. Elektron tijorat infratuzilmasini rivojlantirish bo’yicha chora-tadbirlarni kuchaytirish.

6. Mahalliy ishlab chiqaruvchilarni qo’llab-quvvatlash. Eksportga chiqish tamoyillarini soddalashtirish orqali milliy mahsulotlarning xalqaro miqyosda

xarid qilinishiga yo'l ochish. Bu orqali milliy brendlarni xorijiy mamlakatlarga tanitish imkoniyatlari ham yaratiladi.

7. Xalqaro savdo-sotiqalarda xavfsizlikni ta'minlash. Bunda logistika masalasi nazarda tutilib, tashish davomida yo'ldagi bo'ladigan turli ushlanib qolishlar, ortiqcha tekshiruvlarga yo'l qo'yilmasligini Davlat bojxona organlari bilan maxsus shartlarni kelishib olish.

8. Elektron tijoratda risklarni boshqarish. Sotuvchilarning huquq va manfaatlarini himoya qilish maqsadida maxsus sug'urta xizmatlarini joriy etish. Bu orqali sug'urta bozorini rivojlantirishga erishish mumkin.

9. Intellektual mulk huquqini himoya qilish. Ayniqsa, IT mahsulotlar: dasturiy ta'minot va dasturiy mahsulotlar savdosida patentlashni joriy qilish. Shu bilan, bu yerda axborot xavfsizligini ta'minlash, axborot tarqalib ketmasligi va maxfiy saqlanishini kafolatlash chora-tadbirlarini ko'rish ham ahamiyatga ega.

10. Tranzaksiyalar xavfsizligini ta'minlash. Elektron to'lov tizimlari, xalqaro to'lov tizimlari faoliyatlarini muvofiqlashtirish. Pul o'tkazmalarining vaqtida, o'z joyiga yetkazilishini ta'minlash chora-tadbirlarini kuchaytirish.

11. Elektron tijorat ishtirokchilarini rag'batlantirish maqsadida kreditlash tizimini mustahkamlash. Ayniqsa, eksportni kuchaytirishga katta e'tibor qaratish va eksportga chiqmoqchi bo'lgan tadbirkorlarga maxsus imtiyozlar tizimini yaratish.

12. Tovarlar va ko'rsatilayotgan xizmatlar sifatini nazorat qilishning markazlashgan tizimini yaratish yuzasidan chora-tadbirlarni ko'rib chiqish.

Yuqorida ko'rib o'tilgan yo'nalishlar bo'yicha qonunchilikni takomillashtirish elektron tijoratga bo'lgan ishonchni oshirish, elektron tijorat madaniyatini shakllantirish, elektron tijoratda eksportni rag'batlantirish, ichki va tashqi bozorda raqobatni kuchaytirish, iqtisodiyotda turli yangi xizmatlar paydo bo'lishiga zamin yaratish, innovatsiyalar joriy etilishini kuchaytirish, investitsiya oqimini ko'paytirish va albatta, mamlakat yalpi ichki mahsuloti ko'payishiga zamin yaratishi bilan ahamiyatlidir.

3.2.Dasturiy mahsulotlar savdosida elektron tijoratni yo'lga qo'yish masalalari

Hozirgi kunda jahonning eng rivojlangan kompaniyalari dasturiy mahsulotlar yaratish va ular savdosi bilan shug'ullanadi. O'z mahsulotlarini kompaniya veb sayti orqali to'g'ridan to'g'ri sotish foydalanuvchilardagi ishonchni yanada mustahkamlaydi. Shu bilan birga dasturiy mahsulotlarni maxsus saytlar va savdo maydonchalari orqali ham sotish mumkin. Bozor holati va marketing strategiyasidan kelib chiqqan holda dasturiy mahsulotlarni sotishning ikki xil usulini va ularni amalga oshirish bosqichlarini ko'rib o'tamiz.

a) Tayyor dasturiy mahsulotni sotish.

1. Yaratilgan dasturiy mahsulot qanday masalalarni yechishi, muammoni hal etishi yoki nima uchun xizmat qilishini aniqlash.

2. Bozorni o'rganish va segmentlarga ajratish orqali qiziquvchilar va foydalanuvchilar guruhini aniqlash.

3. Marketing tadqiqotlarini o'tkazish va reja ishlab chiqish.

4. Bozordagi raqobat holatini tahlil qilish. Nechta va qanday kompaniyalarning analog mahsulotlari mavjud? Ularning o'ziga xosliklari nimada?

5. Fayllarni qanday holatda taqdim qilish yo'llarini o'ylab ko'rish. Qaysi va qanday sayt orqali sotish.

6. Dasturiy mahsulotni yuklab olish yoki CD disk ko'rinishida sotish uchun veb saytni maxsus tarzda sozlash.

7. Marketing rejasidagi ishlarni amalga oshirish.

b) Dasturiy mahsulotni sotish rejasi.

1) Tanlangan bozorni baholash. Bozorga nima kerakligini aniqlash.

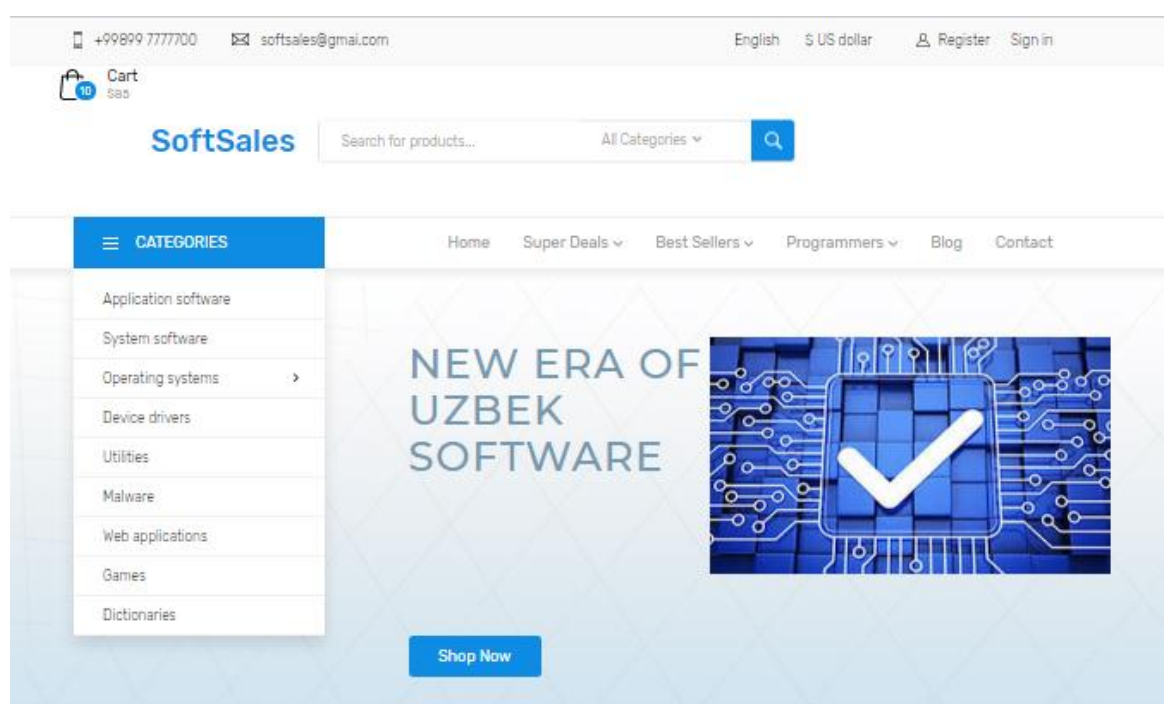
2) Bozordagi bo'shliqni to'ldirish imkoniyatlarini qidirish.

3) Bozorda talab qilinayotgan dasturiy mahsulotni yaratish.

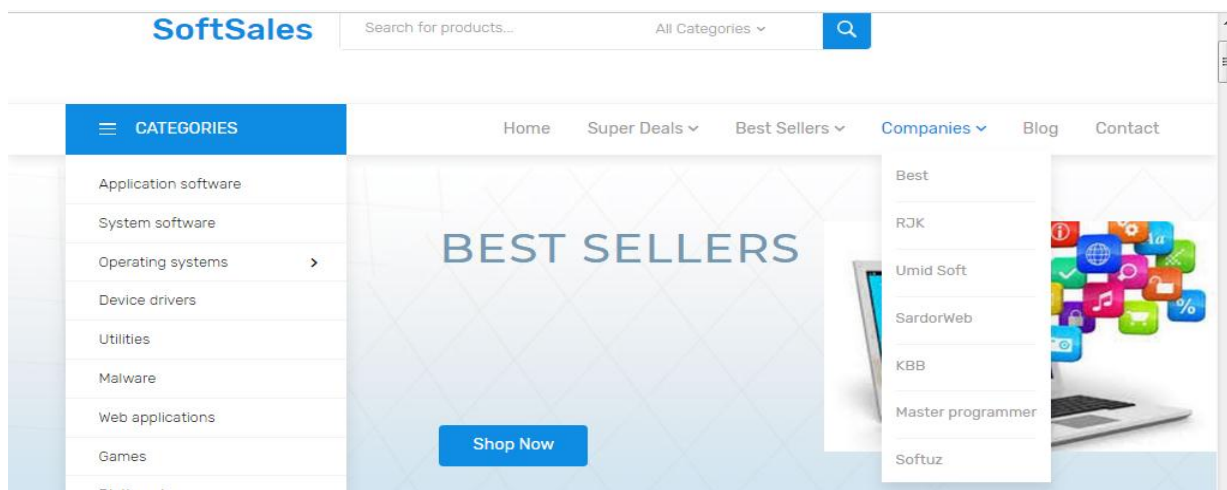
4) Onlayn do'kondan foydalanish.

Yuqoridagilardan kelib chiqqan holda, O'zbekiston sharoitida dasturiy mahsulotlarni Mirzo Ulug'bek innovatsion markazi bilan kelishilgan holda muic.uz saytiga o'zgartirish kiritish yoki alohida sayt ochish yo'li bilan sotish loyihasini tadbiq etish imkoni mavjud. Dasturiy mahsulotlarni AppStore, Play market va boshqa ommabop platformalarda sotish imkoni cheklanganligi sababli sohada qiyinchiliklarga duch kelinmoqda. Dissertatsiyada har ikki usulda dasturiy mahsulotlarni sotish imkonini beruvchi sayt loyihasi bilan tanishamiz.

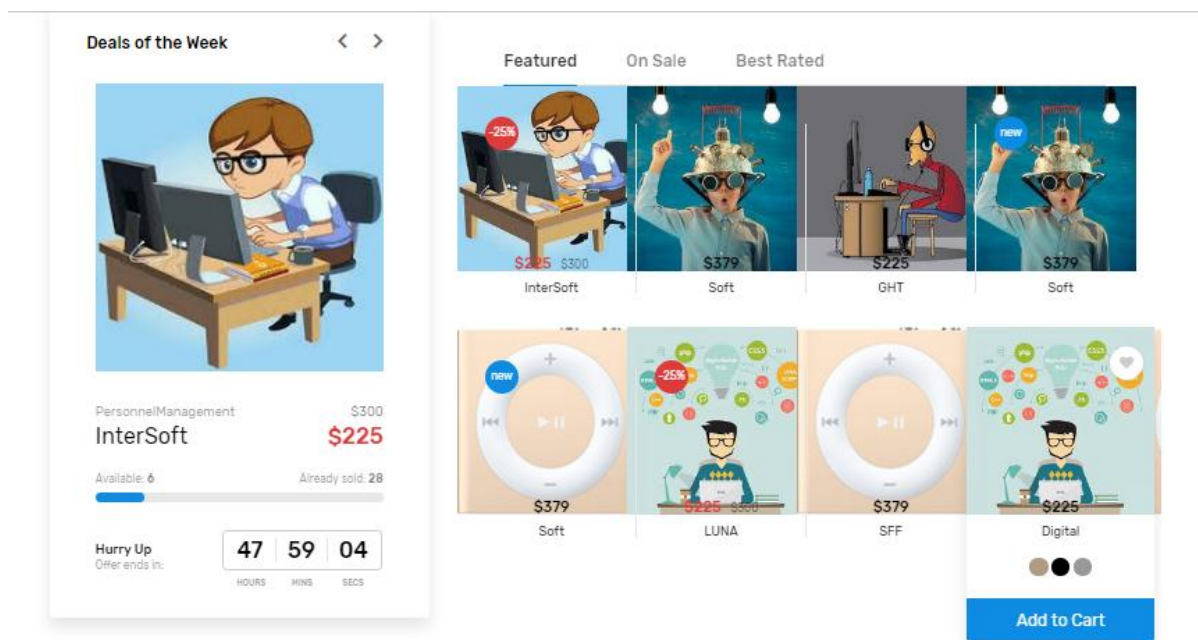
Sayt shartli ravishda SoftSales deb nomlangan bo'lib, dasturiy mahsulotlar turlari bo'yicha sotilishi mumkin.



Shu bilan birga, milliy reestrga kirgan yoki Markaz rezidenti bo'lgan kompaniyalar nomidan kelib chiqqan holda dasturiy mahsulotlarni sotib olish imkoniyati yaratiladi. Bu kompaniyalar esa o'z navbatida, tayyor dasturiy mahsulotlari sotishlari yoki buyurtma asosida dasturiy mahsulotni maxsus yaratib berishlari mumkin. Barcha kelishuvlar sayt orqali amalga oshirilishi va tayyor mahsulot elektron tijorat shaklida sotilishi bilan ahamiyatlidir.



Shuningdek, saytda maxsus chegirmalar, ularning amal qilish muddatlari ko'rsatiladi. Dasturiy mahsulotlarni sotib olish shartlari usullari keltiriladi. Mahsulotni to'g'ridan to'g'ri sayt orqali yoki ishlab chiqaruvchining sayti orqali yuklab olish yoki buyurtma qilish imkoniyatlari yaratiladi. Uzcard hamda xalqaro Visa va Mastercard to'lov tizimlaridan foydalanish imkoni yaratiladi.



Flagma.uz, micros.uz, fido-biznes kabi saytlar orqali dasturiy mahsulotlarni yuklab olish yoki buyurtma imkoni mavjud bo'lib, ular tayyor xorijiy mahsulotlar savdosini amalga oshiradi. Loyihaviy saytning o'ziga xosligi shundaki, unda milliy dasturiy mahsulotlar elektron tijorat mexanizmlaridan foydalanilgan holda sotiladi.

Shu bilan birga ushbu sohaadagi boshqa imkoniyatlarni ham nazardan chetda qoldirmaslik zarur. Hozirgi kunda mamlakatimizda kliring tizimidagi to'siqlar elektron tijorat tizimini rivojlantirishda muammolarga sabab bo'lmoqda. Milliy mahsulotlarni elektron tijorat vositasida eksport qilishda kliring tizimidagi to'siqlarni bartaraf etish katta ahamiyat kasb etadi. Agar bu muammo ham tegishli qonunchilik asosida hal etilsa, dasturiy mahsulotlarni AppStore yoki Google Play kabi xalqaro platformalar orqali sotish imkoniyati paydo bo'ladi. Buning afzalliklarini quyidagi ma'lumotlardan ko'rish mumkin:

- 2017-yil sentabr holatiga 2,9 mln android uchun dasturlar mavjud;
- ishlab chiqaruvchi hisobi 25 AQSh dollari;
- 145 ta mamlakatda foydalaniladi;
- 2017-yil yakunlari bo'yicha 114 mlrd dastur yuklab olingan;
- foydalanuvchilar 400mln.

Google Playda O'zbekistonlik dasturchilar ro'yxatdan o'tishlari mumkin, ammo o'z dasturlarini sota olmaydilar. Shuning uchun ham to'lov shartlari belgilanmagan.

software.uz saytiga esa 2017-yil mobaynida 44083 kishi tashrif buyurgan. Demak, kontingentdan kelib chiqqan holda aytish mumkinki, milliy dasturiy mahsulotlarni Google Playda joylashtirish potensial mijozlar sonini ming borobarga oshiradi va eksport salohiyatini hamda raqobat muhitini kuchaytiradi.

III BOB BO'YICHA XULOSA

Qonunchilikni takomillashtirish elektron tijoratga bo'lgan ishonchni oshirish, elektron tijorat madaniyatini shakllantirish, elektron tijoratda eksportni rag'batlantirish, ichki va tashqi bozorda raqobatni kuchaytirish, iqtisodiyotda turli yangi xizmatlar paydo bo'lishiga zamin yaratish, innovatsiyalar joriy etilishini kuchaytirish, investitsiya oqimini ko'paytirish va albatta, mamlakat yalpi ichki mahsuloti ko'payishiga zamin yaratishi bilan ahamiyatlidir.

Hozirgi kunda jahonning eng rivojlangan kompaniyalari dasturiy mahsulotlar yaratish va ular savdosi bilan shug'ullanadi. O'z mahsulotlarini kompaniya veb sayti orqali to'g'ridan to'g'ri sotish foydalanuvchilardagi ishonchni yanada mustahkamlaydi. Shu bilan birga dasturiy mahsulotlarni maxsus saytlar va savdo maydonchalari orqali ham sotish mumkin.

Ilmiy ishning "Elektron tijoratni qo'llash orqali mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirish istiqbollari" deb nomlangan uchinchi bobida elektron tijorat qonunchiligini takomillashtirish yo'nalishlari belgilab olingan va dasturiy mahsulotlar savdosida elektron tijoratni yo'lga qo'yish mexanizmlari ishlab chiqilgan.

XULOSA

Elektron tijorat axborot kommunikatsiya texnologiyalari inqilobining natijasi yoki iqtisodiy o'sish omili sifatida namoyon bo'lmoqda. Internetni rivojlantirish va uni tijoratlash tirish so'nggi yillarda an'anaviy savdo usullarini o'zgartirib, jahon iqtisodiyotini rivojlantirmoqda. Biznes AKTga, birinchi navbatda, ish haqi, buxgalteriya, moliya, kadrlar va ishlab chiqarish kabi ichki jarayonlarga avtomatik ravishda investitsiya qildi. Elektron tijorat ta'minot zanjiri munosabatlarini rivojlantirish va kuchaytirishi xarajatlarni kamaytirish va bozorga yuqori sifatli mahsulotlarni olib kelishi mumkin. Bu mamlakatlarga savdo samaradorligini oshirishga yordam beradi va o'zaro savdo-sotiqni osonlashtiradi. Elektron tijorat savdo usullari va amaliyotida inqilobni yuzaga keltirdi va tezkorlik hamda tejamkorlikni eng yaxshi yo'l bilan qo'lga kiritdi. Elektron muhitda geografik masofa yoki vaqt yo'q, kosmik chegaralar mavjud emas.

Elektron tijorat elektron biznesning bir qismi bo'lib o'zida hamkorlar, banklar yetkazib beruvchilar va mahsulot, xizmat istemolchilari bilan o'zaro aloqa vositasi sifatidagi elektron tizimlardan foydalangan xolda buyurtmalarni amalga oshirish va tijorat faoliyatini yuritishdagi tashkiliy va texnik formalar majmuyini aks ettiradi.

Internet tarmog'i orqali nafaqat yirik tashkilotlar, balki kichik tashkilotlar, o'rtacha korxonalar va alohida shaxslarga elektron tijorat sohasida faoliyat olib borishlari mumkin. Axborot va telekommunikasion texnologiyalarni o'z ichiga oluvchi internet tarmog'i elektron tijorat yuritishda xamkorlarni o'zaro samarali va muammosiz ish olib borishlarida aloxida shaxslar, tashkilotlar va yo'nalishlarni bitta jamiyatga integrasiyalovchi vosita bo'lib bormoqda.

Umuman olganda, elektron tijorat - axborot-kommunikatsiya texnologiyalari bilan savdo-sotiqning globallashuvi, vaqt va kosmik chegaralarni yo'qotish, sotib olish stavkasini oshirish, axborotga oson kirish, tranzaksion xarajatlarni sezilarli darajada pasaytirish va tranzaksion muddatlarni qisqartirish kabi afzalliklarga ega bo'lgan AKTning obyektiv natijasidir. Elektron tijorat

rivojlanayotgan mamlakatlarga iqtisodiy o'sishni va rivojlanishni sezilarli darajada oshirish imkoniyatini taqdim etadi.

Shuning uchun elektron tijoratni rivojlantirish texnik infratuzilma, huquqiy va tartibga solish masalalari, ogohlik, ta'lim, xususiy sektorni muhofaza qilish va elektron tijorat qatnashchilariga kerakli shart-sharoitlar yaratish uchun bir qator muhim tadbirlarni amalga oshirishni talab qiladi.

Elektron tijoratning asosiy masalalari bo'lib xaridorlardan maksimum buyurtma qabul qilishi, mahsulot realizatsiyasi, bitimlarni tuzish hisoblanadi. Elektron tijoratni Internetga o'tkazishning asosiy sabablari esa reklamada, personalda, savdo maydonlarida iqtisod qilmoqlik, mijozni o'zi rasmiylashtirishi hisobiga shartnoma tuzishga ketadigan vaqtning qisqarishi, buyurtma to'lovini zudlik bilan rasmiylashtirish imkoniyati buyurtmaning xizmatlar tizimiga tushishining avtomatlashtirilishi va ishlab chiqarishning rejalashtirilishidir. Internetda shartnomalar tuzishning hal qiluvchi sababi bo'lib sotuvchi yoki xizmatlarni yetkazib beruvchi bilan mijozning to'g'ridan to'g'ri kelishuvi va dialogi sanaladi. Bunday mexanizmning bo'lmasligi elektron tijoratni Internetga to'la qonli kiritish imkoniyati to'g'risida gapirishga sharoit yaratmaydi. Shunday qilib, elektron tijorat yordamchi ishlab chiqarish va jarayonlarning salmoqli qismi bo'lib, sotuvlarning operativ hisobi va ularning avtomatlashtiruvini ta'minlaydi.

Elektron tijorat ishlab chiqaruvchilardan raqobatbardosh mahsulot va xizmatlarini ko'rsatishni talab qiladi. Ko'pgina kompaniyalar elektron tijoratdan o'z mahsulotlariga savdodan oldin va keyin xizmat ko'rsatishni taklif etish uchun foydalanadilar, ya'ni o'z mahsulotlari to'g'risida to'liq ma'lumot berish va xaridor so'rovlariga tezda javob berish kerak.

Elektron biznesda xaridorlar ham o'z xususiyatlariga ega bo'lib, ular an'anaviy jismoniy bozor xaridorlaridan farq qiladi. Internetdan foydalanish ma'lum apparat vositalari va ma'lum bir bilim darajasi mavjudligiga bog'liq. Shu sababli, internet foydalanuvchisini real bozorning o'rta darajadagi

xaridoridan, umuman olganda, ancha yuqori foyda va bilim darajasi bilan xarakterlanadi.

Tadqiqot natijalaridan kelib chiqqan holda O'zbekistonda elektron tijorat yordamida mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirish uchun quyidagi taklif va tavsiyalar ishlab chiqildi:

- Elektron tijorat qonunchiligini takomillashtirish yo'nalishlarini belgilab olish;
- Elektron tijorat indikatorlarini ishlab chiqish;
- Xalqaro hamkorlikni kuchaytirish;
- Milliy mahsulotlar elektron tijorat orqali sotilishini rag'batlantirish;
- Mirzo Ulug'bek Innovation Center bilan kelishgan holda dasturiy mahsulotlar elektron savdosini yo'lga qo'yish;
- Dasturiy mahsulotlar eksporti hajmini ko'paytirish.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

O'zbekiston Respublikasi Qonunlari

1. O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi.-Toshkent:“O'zbekiston”, 2014.
2. “Aloqa to'g'risida” (1992-yil 13-yanvar 512-XII-son).
3. “Axborotlashtirish to'g'risida” (2003-yil 11-dekabr 560-II-son).
4. “Elektron raqamli imzo to'g'risida” (2003-yil 11-dekabrda 562-II-son qarori).
5. “Elektron hujjat aylanishi to'g'risida” (2004-yil 29-aprelda 611-II-son qarori).
6. “Elektron tijorat to'g'risida”gi O'zbekiston Respublikasining Qonuni (2004-yil 29-aprel 613-II-son va 2015-yil 22-mayda O'RQ-385-son yangi tahriri).
7. “Elektron to'lovlar to'g'risida”(2005-yil 16-dekabrda O'RQ-13-son).
8. “Elektron hukumat to'g'risida” (2015-yil 9-dekabrda O'RQ-395-son);

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining farmonlari va Vazirlar

Mahkamasi qarorlari

9. “2016-2018-yillar davrida O'zbekiston Respublikasida elektron tijoratni rivojlantirish konsepsiyasini tasdiqlash to'g'risida” O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarori (2015-yil 4-dekabrda 353-son).
10. “Elektron tijoratda bitimlarni amalga oshirish tartibini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida” O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarori (2016-yil 2-iyunda 185-son).
11. “O'zbekiston Respublikasini rivojlantirish bo'yicha Harakatlar strategiyasi to'g'risida”gi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining farmoni (2017-yil 7-fevralda PF-4947-sonli).

12. “Toshkent axborot texnologiyalari universitetining faoliyatini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori (2017-yil 27-15-martdagi).

13. “Respublikada axborot texnologiyalari sohasini rivojlantirish uchun shart-sharoitlarni tubdan yaxshilash chora-tadbirlari to‘g‘risida” O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining farmoni (2017-yil 30-iyundagi PF-5099-sonli).

14. “Sud hujjatlari va boshqa organlar hujjatlarini ijro etishda mol-mulkni realizasiya qilish tartib-tamoyillarini tubdan takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori (2017-yil 27-iyuldagi PQ-3149- sonli).

15. “Prokuratura organlarining qabul qilinayotgan normativ-huquqiy hujjatlar ijrosini ta’minlashdagi faoliyati samaradorligini oshirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida” gi O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining farmoni (2018-yil 15-fevraldagi PF-5343-sonli).

16. “Davlat aktivlarini sotishda va ijaraga berishda elektron savdolarni joriy etish chora-tadbirlari to‘g‘risida” O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarori (2018-yil 22-martdagi 209-son).

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining ma’ruza va asarlari

17. Karimov I.A. O‘zbekistonning o‘z istiqlol va taraqqiyot yo‘li.- Toshkent: “O‘zbekiston”, 1992.

18. Karimov I.A. O‘zbekiston – bozor munosabatlariga o‘tishning o‘ziga xos yo‘li.- Toshkent: “O‘zbekiston”, 1993.

19. Karimov I.A. Bizning maqsadimiz – erkin va farovon, demokratik hayot qurish (Tadbirkorlar va ishbilarmonlar harakati – O‘zbekiston liberal-demokratik partiyasining VII syezdidagi ma’ruzasi)// Karimov I.A. Ona yurtimiz baxtu-iqbol va buyuk kelajagi yo‘lida xizmat qilish – eng oliy saodatdir.-Toshkent: “O‘zbekiston”, 2015.

20. Karimov I.A. Bosh maqsadimiz – iqtisodiyotimizda olib borayotgan islohotlarni va tarkibiy o‘zgarishlarni keskinchuqurlashtirish, xususiyl mulkchlik,

kichik biznes va tadbirkorlikka keng yo'l ochib berishdir. – T.: “O‘zbekiston”, 2016.

21. Mirziyoyev Sh.M. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining Yoshlar siyosati, madaniyat, axborot tizimlari va telekommunikatsiyalar masalalari Kompleksining 2016-yilning 9 oyida ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish yakunlariga bag‘ishlangan yig‘ilishdagi ma‘ruzasi//”Xalq so‘zi”,-2016-yil 21-oktabr.

22. Mirziyoyev Sh.M. Milliy taraqqiyot yo‘limizni qat’iyat bilan davom ettirib, yangi bosqichga ko‘taramiz. / Sh. M. Mirziyoev. – T.: “O‘zbekiston”, 2017.

Asosiy qo‘llanma va adabiyotlar

23. Gringard S. The Internet of Things. – M.: “Alpina Publisher”, 2016 – 188p.

24. Юрасов А.В. Основы электронной коммерции. – М.: “Горячая линия- Телеком”, 2008. – 480с.

25. Тардаскина Т.Н., Терешко Ю.В. Электронная коммерция. – Одесса: ОНАС им.А.С Попова, 2011. – 128с.

26. Денисова А.Л., Молоткова Н.В. Электронная коммерция: основы организации и ведения бизнеса. ТГТУ, 2012. – 89с.

27. Yakubov M.S., Yuldashev R.X. Elektron tijorat asoslari. – T.: TATU, 2010.

28. Калужский М.Л. Электронная коммерция: Маркетинговые сети и инфраструктура рынка. – М.: Экономика. 2014. – 7с.

29. YakubovM.S. Elektron tijorat asoslari. – T.:TATU, 2016.

30. Global B2C E-commerce Report 2016.

31. Global&Ecommerce Report&2017.

32. IBIS World.com score annual report.

Internet resurslar

33. www.uz – milliy qidiruv tizimi.

34. www.statista.com - statistik ma'lumotlar sayti.
35. www.mitc.uz - O'zbekiston Respublikasi axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalarini rivojlantirish vazirligi rasmiy veb sayti.
36. www.lex.uz - O'zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari ma'lumotlari milliy bazasi.
37. www.uza.uz – O'zbekiston milliy axborot agentliigi.
38. www.xabar.uz – axborot-tahliliy portal.
39. www.alibuy.uz – Xitoyning AliExpress internet do'konining uz domenidagi sayti.
40. www.makeup.uz – kosmetika mahsulotlari onlayn do'koni.
41. www.pc.uz – kompyuterlar bozori.
42. www.tak.uz – onlayn kitoblar do'koni.
43. www.hm.uz – uy va ofis tovarlarining Home Market do'koni Internet sayti.
44. www.shoptextile.uz – Samarqand kiyim-kechaklar internet do'koni.
45. www.dekos.uz – biznes sovg'alar internet do'koni.
46. www.auditoriya.uz – elektron mahsulotlarini oldi-sotdisini amalga oshiruvchi internet do'konlaridan biri.
47. www.flytech.uz – texnologiyalar do'koni.
48. www.platya.uz – ayollar kiyim-kechagi internet do'koni.
49. www.days.uz – uy jihozlari, aksessuarlar, sovg'a va kitoblar.
50. www.kpk.uz – telefon va smartfonlar do'koni veb sayti.
51. www.tuit.uz – Muhammad al-Xorazmiy nomidagi Toshkent axborot texnologiyalari universiteti.
52. www.uzex.uz – O'zbekiston Respublikasi Tovar-xomashyo birjasi.
53. www.e-auksion.uz – elektron onlayn auksionlarni tashkil etish markazi.
54. www.muic.uz – Mirzo Ulug'bek Innovatsion markazi.
55. www.software.uz – dasturchilar va dasturiy mahsulotlar milliy katalogi.

