

UDK 339:004.738.5

O‘ZBEKISTONDA ELEKTRON SAVDO VA ELEKTRON TIJORATNI RIVOJLANTIRISHNING O‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI

Xamrayeva Sayyora Nasimovna – Qarshi muhandislik iqtisodiyot instituti, Innovatsion iqtisodiyot kafedrası mudiri, i.f.d., professor

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ И ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В УЗБЕКИСТАНЕ

Хамраева Сайёра Насимовна – Каршинский инженерно-экономический институт, заведующая кафедрой Инновационная экономика, д.э.н., профессор

FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF ELECTRONIC COMMERCE AND ELECTRONIC TRADE IN UZBEKISTAN

Khamraeva Sayyora Nasimovna - Karshi Engineering and Economic Institute, Head of the Department of Innovative Economics, Doctor of Economics, Professor

Annotatsiya. Ushbu maqolada O‘zbekistonda elektron tijorat va elektron savdoni rivojlantirish muammolari va xususiyatlari o‘rganilgan. Rivojlangan davlatlar va O‘zbekistonda elektron tijorat va elektron savdoning rivojlanish ko‘rsatkichlarini qiyosiy tahlil qilish asosida xulosa va takliflar ishlab chiqilgan.

Kalit so‘zlar: raqamli iqtisodiyot, elektron tijorat, elektron savdo.

Аннотация. В данной статье исследованы проблемы и особенности развития электронной коммерции и электронной торговли в Узбекистане. На основе сравнительного анализа показателей развития электронной коммерции и электронной торговли в развитых странах и Узбекистане разработаны выводы и предложения.

Ключевые слова: цифровая экономика, электронная коммерция, электронная торговля.

Abstract. This article explores the problems and features of the development of e-commerce and e-trade in Uzbekistan. Based on a comparative analysis of the development indicators of e-commerce and e-commerce in developed countries and Uzbekistan, conclusions and proposals have been developed.

Keywords: digital economy, e-commerce, e-trade.

1. KIRISH

Elektron tijorat xizmatlarining rivojlanishi mamlakatlar uchun katta imkoniyatlarni ochib beradi. Global aloqa tarmoqlari va, birinchi navbatda, Internetning paydo bo'lishi elektron tijorat faoliyatini tashkil etish va amalga oshirishda haqiqiy inqilobga olib keldi. Natijada biznes yuritishning nafaqat yangi yo‘nalishlari paydo bo‘ldi, balki mavjud yo‘nalishlar ham tubdan o‘zgardi. Bugungi kunda butun dunyo bo‘ylab millionlab odamlar elektron tijorat xizmatlaridan foydalanishni qulay deb bilishadi. Va bu tanlov elektron tijorat xizmatlaridan foydalanadigan korxonalar uchun yuqori daromad oqimini ta'minlaydi.

Jahon amaliyotida elektron tijorat kichik va o‘rta biznesni qo‘llab-quvvatlashning asosiy vositalaridan biri hisoblanadi. Yirik kompaniyalar bilan biznes yuritish uchun teng sharoit-

lar yaratib beradi. Kichik biznes o'z mahsulotlarini reklama qilish uchun ko'p pul sarflay olmaydi. Eng arzon narxlarda elektron tijorat mexanizmlaridan foydalanish ularga potentsial mijozlarning butun bozoriga kirish imkonini beradi. Biroq, elektron tijorat avtomatik ravishda butun dunyo bo'ylab auditoriyani taqdim etmaydi. Axir, xalqaro yetkazib berish xizmatlari mahalliy xizmatlarga qaraganda qimmatroq va yetkazib berishning o'zi uzoqroq davom etadi. Bundan tashqari, xalqaro savdo bilan shug'ullanadigan sayt tuzilishi va ishlash sxemasi bilan bog'liq texnik yordam muammolariga duch kelishi mumkin.

2. MAVZUGA OID ADABIYOTLAR TAHLILI

Elektron tijorat va elektron savdoga bag‘ishlangan ko‘plab tadqiqotlar mavjud bo‘lib, elektron savdo sohasida faoliyat yurita-

digan xo‘jalik yurituvchi subyektlar faoliyatining turli jihatlarini ko‘rib chiqqanlar. Xususan, N.A.Yefimova va A.S.Tarasov [2] o‘z tadqiqotlarida internet-savdoning an‘anaviy savdoga nisbatan afzalliklari hamda uni takomillashtirishning asosiy yo‘nalishlarini yoritib berganlar.

S.A. Kolesnichenko [3] internet-magazinnlarning samaradorligini oshirish bo‘yicha taklif va tavsiyalar ishlab chiqqan.

E.Y. Shavruk va G.R. Vankovich [4], K.A. Xapilina [5], L.A. Bragin va uning hammualliflari [8] lar o‘z tadqiqot ishlarida elektron savdoning hududiy jihatlarini ko‘rib chiqqanlar, T.O. Faleyeva [6], N.A. Mansurova va I.O.Oltinboyev [7], Mayorova va uning hammualliflari [9] elektron savdoning samaradorligini baholash va istiqbolini bashoratlash uslublarini tadqiq etganlar.

Jahon elektron savdo bozorini A.N. Zaxarov va T.A. Cherxanova [10], N.E.Yadova [11] o‘z tadqiqot ishida ko‘rib chiqishgan. Xususan A.N. Zaxarov va T.A. Cherxanova [10] o‘z tadqiqot ishlarida elektron tijorat platformalarining o‘sishi, korxonalarda kiberxavfsizlik tizimini takomillashtirish va xalqaro tanlov savdolarida kriptovalyutalardan foydalanish kabi elektron tijorat tendensiyalari tahlil qilingan.

N.E. Yadova [11] tomonidan olib borilgan tadqiqot ishining asosiy maqsadi – Rossiya elektron tijoratining kelajakdagi tendensiyalarini bashorat qilish uchun global Internet-tijoratning hozirgi holati va rivojlanish istiqbolini o‘rganish va baholash.

Shuningdek, ayrim tadqiqotchilar xorijiy mamlakatlar misolida elektron savdoning rivojlanishini ko‘rib chiqishgan. B.Jeong [12]

statistik ma’lumotlarga asoslanib, Koreyaning elektron tijorat platformalarining o‘ziga xos xususiyatlari tahlil qilgan va mamlakatda uning rivojlanish darajasini tavsiflovchi asosiy jihatlari e’tibor qaratgan.

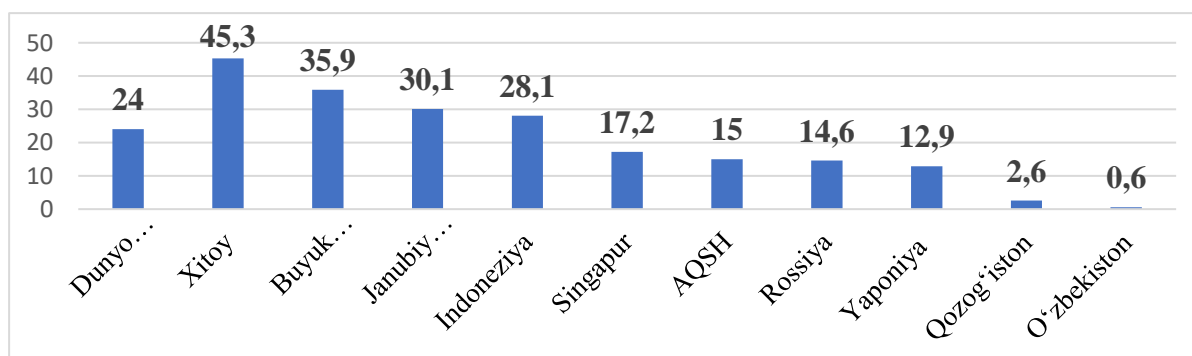
CH. Xan [13] Xitoyda elektron savdoni rivojlanishining o‘ziga xos xususiyatlarini yoritgan va istiqbolda uni rivojlantirish bo‘yicha tavsiyalar ishlab chiqqan.

3. TADQIQOT METODOLOGIYASI

Mazkur maqolada asosan raqamli iqtisodiyot sharoitida O‘zbekistonda elektron tijorat va elektron savdoning rivojlanish dinamikasini o‘rganildi va tahlil qilindi, an‘anaviy savdoga nisbatan afzalliklarini ko‘rsatildi. Tadqiqot jarayonida elektron savdoni rivojlantirish jihatlarini o‘rgangan turli xorijiy olimlarning ilmiy maqolalari tahlil qilingan. Jahon elektron savdo rivojlanishini baholashda turli xalqaro eksperlar hisoboti ma’lumotlaridan foydalanilgan. Tadqiqot jarayonida induksiya va deduksiya, tahlil va sintez, miqdor va sifat, taqqoslama tahlil usullaridan foydalanildi.

4. TAHLILLAR VA ASOSIY NATIJALAR

Xalqaro ekspertlarining hisobotlariga ko‘ra, 2022 yilda jahon chakana savdosida chakana elektron tijoratning ulushi 24,0 foizni tashkil etdi. [1]. Mazkur hisobotga ko‘ra, top-5 talikka Xitoy (45,3 %), Buyuk Britaniya (35,9%), Janubiy Koreya (30,1 %), Indoneziya (28,1 %) va Singapur (17,2 %) mamlakatlari yetakchilik qilib kelmoqda. Ammo O‘zbekistonda chakana savdo hajmida elektron tijoratning ulushi 0,6 foizni tashkil etib, jahon o‘rta ko‘rsatkichlariga nisbatan ancha past hisoblanadi, (1-rasm).



1-rasm. Rivojlangan mamlakatlar va O‘zbekistonda chakana savdo hajmida elektron tijoratning ulushi [1].

O'zbekistonda elektron tijorat rivojlantirishining asosiy omillari quyidagilardan iborat:

birinchidan, geografik omil, ya'ni mintaqaning dunyoning ko'plab rivojlangan davlatlaridan uzoqda joylashganligi. O'zbekiston Markaziy Osiyoning markazida joylashgan, bundan tashqari, respublika ochiq dengizga chiqish uchun ikki davlatni kesib o'tishi kerak bo'lgan ikki davlatdan (Lixtenshteyn) biri hisoblanadi. Bu, o'z navbatida, mamlakatda makroiqtisodiy integratsiyaning rivojlanishiga to'sqinlik qiladi;

ikkinchidan, mamlakatimizning jahon axborot tizimi va xalqaro jarayonlarga integratsiyalashuv darajasini oshirish zarurati. Hozirgi vaqtda mamlakatni rivojlantirish va raqobatbardoshligini oshirish uchun xalqaro integratsiya nafaqat iqtisodiyot tarmoqlari o'rtasida, balki axborot tizimi sohasida ham zarur;

uchinchidan, milliy mahsulotlarning jahon bozorida raqobatbardoshligini oshirish, umumiy savdo va tranzaksiya xarajatlarini kamaytirish, savdo tizimidagi iqtisodiy jarayonlarni boshqarishni takomillashtirish, davlat budjetini ko'paytirish, ishlab chiqarish faoliyati ustidan nazoratning zarur darajasiga erishish zarurati.

Shu bilan birga, O'zbekistonda elektron tijoratni rivojlantirish uchun zarur shart-sharoitlar mavjud. Xususan, **birinchidan**, savdo munosabatlari ishtirokchilarining axborot xavfsizligi va kriptografik himoyasini ta'minlash vositalari va texnik yechimlarining mavjudligi; **ikkinchidan**, mijozlarga banklararo va masofaviy xizmat ko'rsatishga qaratilgan individual bank texnologiyalarining zarur ishlanmalarining mavjudligi; **uchinchidan**, jahon axborot makoniga chiqish imkonini beruvchi zarur texnik va texnologik bazani jadal rivojlanishi. [14].

Tahlillarga ko'ra (1-jadval), axborot iqtisodiyoti va elektron tijorat sektorining yalpi qo'shilgan qiymati 2021-yilda 2016-yilga nisbatan 3,5 barobarga, yalpi qo'shilgan qiymat hajmidagi elektron tijorat hajmi esa qariyb 389 barobarga oshib, 3 trillion so'mdan ortiqni tashkil etdi. Elektron tijorat rivojiga ta'sir etuvchi omillardan yana biri bu internetdan foydalanuvchi obunachilar sonining o'sishidir. Agar 2016-yilda internetdan foydalanuvchi abonentlar soni 9,6 million kishini tashkil etgan bo'lsa, 2021-yilda internetdan foydalanuvchilar soni 23 million kishidan oshdi. [16].

1-jadval

O'zbekistonda elektron tijoratga ta'sir etuvchi omillar va ularning o'zgarish tendentsiyasi [16]

Ko'rsatkichlar	2016 y.	2017 y.	2018 y.	2019 y.	2020 y.	2021 y.
Axborot iqtisodiyoti va elektron tijorat sektori hajmi, mlrd	4 967,7	6 377,8	7 934,0	8 701,4	11 121,8	17 455,5
Elektron tijorat hajmi, mlrd	-	10,1	107,3	264,7	602,0	3 944,5
Internetdan foydalanuvchilar soni, million kishi.	9,6	11,2	13,3	16,4	20,0	23,0
O'rtacha internet tezligi, mb/s.	0,057	0,76	8,57	18,92	32,39	43,01
Internet tarmog'iga ulangan korxonalar va tashkilotlarning ulushi, %.	25,9	27,2	27,5	26,2	21,1	17,5

O'zbekistonda raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish bo'yicha qator chora-tadbirlar amalga oshirilayotganiga qaramay, rivojlangan davlatlar bilan solishtirganda, respublikada elektron tijorat global miqyosida to'liq integratsiyalashuvi uchun yetarli darajada rivojlanmagan, mamlakatning jahon elektron tijorat bozorida ishtiroki juda pastligicha qolmoqda. "O'zbekistonda chakana savdo tarkibida elektron tijoratning ulushi 0,515 foizni, aholi jon boshiga esa atigi 0,87 AQSh dollarini tashkil etadi. Jahonda chakana tovar aylanmasi tarkibi-

da elektron tijoratning ulushi 18 foizni, AQShda 13,6 foizni, Xitoyda 24,9 foizni, Qozog'istonda 2,6 foizni tashkil etadi" [15].

O'zbekistonda elektron tijoratni rivojlantirish maqsadida hukumat tomonidan bir qator huquqiy-me'yoriy hujjatlar qabul qilindi. Xususan, 2022-yil 29-sentabrdagi "Elektron tijorat to'g'risida"gi O'RQ-792-sonli Qonuni, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020 yil 05-oktabrdagi «Raqamli O'zbekiston – 2030» strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PF-6079

son farmoni, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 14-maydagi "Elektron tijoratni jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-3724-son qarori, 2018-yil 13-oktabrdagi "Elektron tijoratni amalga oshirish qoidalariga o'zgartish va qo'shimchalar kiritish to'g'risida"gi PQ – 825-son qarori va boshqa normativ-huquqiy hujjatlar. Qabul qilingan me'yoriy hujjatlarga muvofiq ishlab chiqilgan chora-tadbirlar natijasida elektron tijorat hajmi-ning 2021 yilda 2020 yilga nisbatan 100,25 million AQSh dollaridan 265 million AQSh dollariga ko'tarildi [16].

5. XULOSA VA TAKLIFLAR

Xulosa o'rnida shuni ta'kidlash lozimki, elektron tijorat iste'molchiga kapital aylanmasini tezlashtirish, tranzaksiya xarajatlarini sezilarli darajada kamaytirish, hududiy iqtisodiy komplekslarni rekonstruksiya qilish jarayonlarini faollashtirish imkonini beradi. Milliy elektron tijoratning rivojlanishi savdo operatsiyalarini tayyorlash va o'tkazish vaqtini qisqartiradi, mahalliy ishlab chiqaruvchilar o'rtasida raqobat kuchayishiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi, tovar va xizmatlar narxlarini pasaytirishga yordam beradi, tovarlar va xizmatlar sifatini yaxshilaydi va rivojlanish orqali yangi ish o'rinlarini yaratadi.

Umuman olganda, O'zbekiston Respublikasida to'laqonli elektron biznes bozorini yaratish va mahsulot (xizmat) ishlab chiqaruvchi mahalliy korxonalarini tashqi bozorlarga chiqarishda quyidagi jihatlarga e'tibor qaratish lozim:

birinchidan, elektron biznes sohasidagi munosabatlarni huquqiy tartibga solishning

amaldagi tizimini soha rivojidadagi jadal o'zgarishlarga moslashtirish va o'z navbatida, aholining keng qatlamlari va tadbirkorlik subyektlarining elektron tijoratdan foydalanishini ta'minlash;

ikkinchidan, mahalliy tadbirkorlik subyektlarining tashqi bozorlarda to'liq raqobatinini ta'minlash, elektron tijorat orqali tovarlar (xizmatlarni) eksport qilishda eskirgan byurokratik to'siqlarni bartaraf etish;

uchinchidan, elektron biznesni rivojlantirishga qaratilgan zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini joriy etish jarayonini to'g'ri amalga oshirish;

to'rtinchidan, mahalliy to'lov tizimlarining mashhur xorijiy analoglari bilan integratsiyalashtirish, mamlakat xo'jalik yurituvchi subektlari va yetakchi xorijiy tashkilotlarning elektron tijorat sohasida to'laqonli xalqaro hamkorligini, shuningdek, eksport salohiyatini oshirish va ichki bozorning raqobatbardoshligini ta'minlash;

beshinchidan, elektron tijoratning imkoniyatlari va afzalliklarini, shu jumladan, tovarlar (xizmatlar) uchun naqd pulsiz hisob-kitoblarni, ayniqsa, joylarda, yashirin iqtisodiyotning o'sishiga va davlat budjetiga soliq tushumlari-ning qisqarishiga yo'l qo'ymaslikni ommalash-tirish;

oltinchidan, amaldagi soliqqa tortish tizimi elektron tijorat sohasida tadbirkorlik subyektlari faoliyatini, shu jumladan ommaviy axborot vositalarini kengaytirishni rag'batlantirishga qaratish.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. <https://www.statista.com/statistics/534123/e-commerce-share-of-retail-sales-worldwide/> E-commerce as percentage of total retail sales worldwide from 2015 to 2026.
2. Ефимова Н.А., Тарасов А.С. Совершенствование работы интернет-магазина // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2018. № 5 (72). С. 174-183.
3. Колесниченко С.А. КРІ и повышение эффективности работы интернет-магазина // Экономика. Бизнес. Информатика. 2016. Т. 2. № 3. С. 39-46.
4. Шаврук Е.Ю., Ванкович Г.Р. Регионализация интернет-магазинов // Экономика. Бизнес. Финансы. 2018. № 1. С. 3-6.
5. Хапилина К.А. Современные проблемы управления предприятиями электронной торговли и их динамика развития в Украине // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. 2016. № 4. С. 109-111.
6. Фалеева Т.О. Выбор метода прогнозирования продаж интернет-магазина // Поиск (Волгоград). 2017. № 2 (7). С. 52-56.
7. Мансурова Н.А., Алтынбаев И.О. Оценка работы интернет-магазина // Экономические исследования. 2018. № 1. С. 4.

8. Bragin L.A., Ivanov G.G., Panasenko S.V., Efimovskaya L.A., Karashchuk O.S., Krasilnikova E.A., Mayorova E.A., Nikishin A.F., Aleksina S.B., Boykova A.V., Tyunik O.R. / Ed. by S. Panasenko, A. Nikishin, E. Mayorova. Globalization of Trade Based on Innovations. Hamilton, 2018.
9. Майорова Е.А., Никишин А.Ф., Панкина Т.В. Систематизация показателей развития электронной торговли // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2020. Т. 9. № 1(30). С. 244-247
10. Захаров А.Н., Чехранова Т.А. Тенденции развития электронной торговли в международной практике // Российский внешнеэкономический вестник. 2019. № 6. С. 102-106.
11. Ядова Н.Е. Современное состояние мирового рынка электронной коммерции и перспективы его развития // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Экономика. 2019. № 2. С. 116-125.
12. Чжон Б. Электронная торговля в республике Корея: современное состояние и особенности // Вестник Института экономики Российской академии наук. 2019. № 5. С. 178-190.
13. Хань Ч. Современное состояние развития электронной торговли в Китае // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2017. № 4 (106). С. 166-170.
14. Khamraeva S. N. Features and trends of digital economy development in uzbekistan and abroad //Academicia: An International Multidisciplinary Research Journal. – 2021. – Т. 11. – №. 2. – S. 1198-1205.
15. <https://www.statista.com/statistics/534123/e-commerce-share-of-retail-sales-worldwide/> E-commerce as percentage of total retail sales worldwide from 2015 to 2026.
16. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi ma’lumotlari. <https://stat.uz/uz/rasmiy-statistika/raqamli-iqtisodiyot>.