

RAQAMLASHTIRISH DAVRIDA ELEKTRON TIJORATNING RIVOJLANISHI

Axmedov Bexruz Ibroxim o'g'li

“Raqamli iqtisodiyot tadqiqotlari markazi” davlat muassasasi mutaxassisi

Annotatsiya: Raqamlashtirish jadal sur'atlarda o'sib borishi natijasida raqamli texnologiyalar orqali o'z tasdig'ini topmoqda. Shu bilan birga an'anaviy bozorlar ham raqamli ko'rinishga o'tib elektron tijoratni tashkil etmoqda. Ushbu maqolada elektron tijorat sohasining qulayligi va avzalliklari, rivojlangan mamlakatlar tajribasi, O'zbekistondagi joriy holat hamda uning rivojlanishi yoritib berilgan.

Kalit so'zlar: *raqamlashtirish, elektron tijorat, internet platformalari, statistika, internet foydalanuvchilari, to'lov, internet marketing, marketpleys.*

Аннотация: Цифровизация находит свое подтверждение с помощью цифровых технологий в результате быстрого роста. В то же время традиционные рынки также переходят на цифровые технологии и организуют электронную коммерцию. В данной статье рассмотрены удобства и преимущества сферы электронной коммерции, опыт развитых стран, текущая ситуация в Узбекистане и ее развития.

Ключевые слова: *цифровизация, электронная коммерция, интернет-платформы, статистика, пользователи интернета, платежи, интернет-маркетинг, marketpleys.*

Abstract: Digitalization finds its confirmation with the help of digital technologies as a result of rapid growth. At the same time, traditional markets are also switching to digital technologies and organizing e-commerce. This article discusses the convenience and advantages of e-commerce, the experience of developed countries, the current situation in Uzbekistan and its development.

Key words: *digitalization, e-commerce, internet platforms, statistics, internet users, payments, internet marketing, marketplace.*

Kirish

Raqamlashtirish sharoitida elektron tijoratning jadal rivojlanishi kuzatilmoqda, bu korxonalarda mavjud bo'lgan raqobatbardosh bozor afzalliklari va resurslarini hisobga olgan holda bozorga ta'sir qilishning samarali vositalaridan foydalanish zarurligini anglatadi. Elektron bozorning yuqori darajadagi noaniqligi bir vaqtning o'zida raqobatning o'sishi, tovarlar va xizmatlar iste'molchilarini, shuningdek, biznes-loyihalarni amalga oshirish uchun bozor sheriklarini jalb qilishda Internet-marketing imkoniyatlaridan keng foydalanish zarurligini ko'rsatadi.

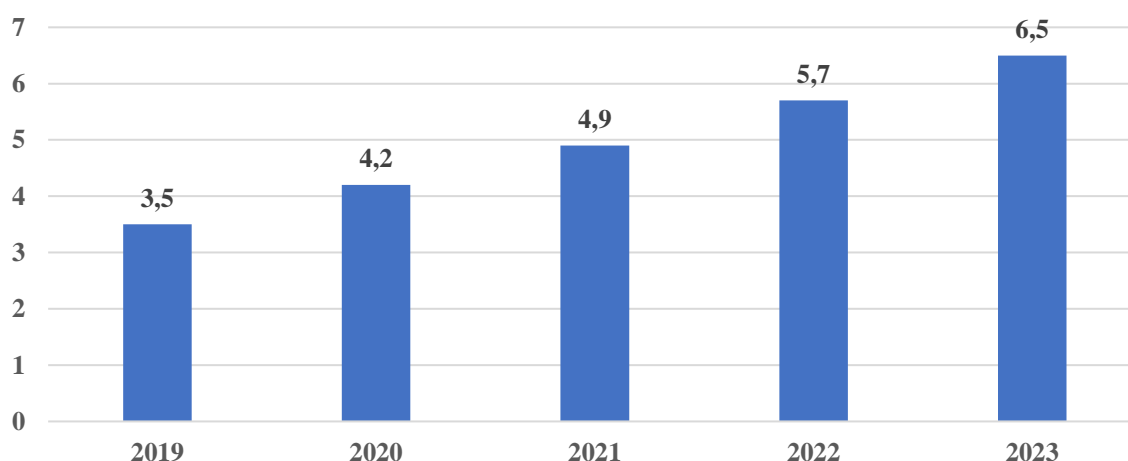
Elektron tijorat sohasining rivojlanishida marketpleysalar asosiy ro‘l o‘ynaydi. Marketplace – marketpleys elektron tijorat platformasi, uchinchi shaxslarning mahsuloti yoki xizmati to‘g‘risida ma’lumot beruvchi elektron tijorat onlayn-do‘koni hisoblanadi. Umuman olganda, mahsulot va xizmatlarni taqdim etish uchun optimallashtirilgan onlayn platforma (veb-sayt). Xuddi shu mahsulotni ko‘pincha bir nechta sotuvchilardan sotib olish mumkin. 2014-yildan boshlab global internet tarmog‘idagi marketplaslar soni ularning talab ortib borayotganidan keyin tez o‘sib bormoqda [1].

Asosiy qism

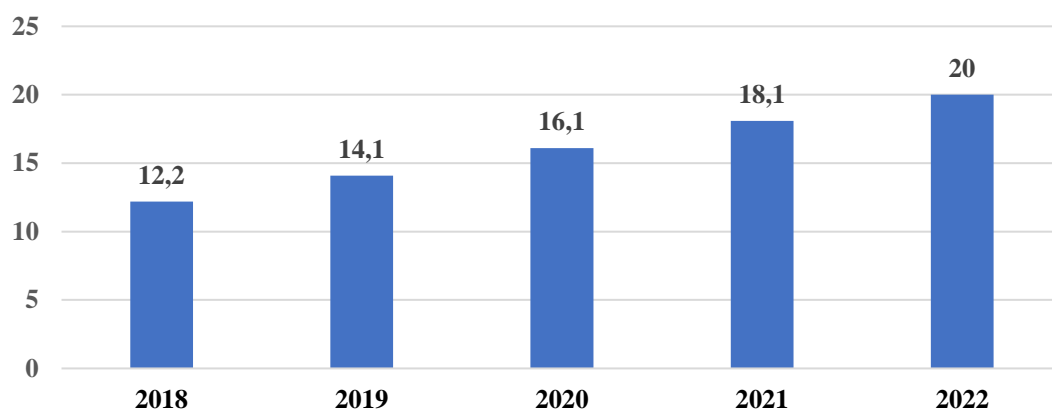
Elektron tijorat sohasida to‘ldirilgan reallikda mahsulotlarni sotish ham muhim faktorlardan biri hisoblanadi. To‘ldirilgan reallik vositalari virtual obyektlarni mobil qurilmalar yordamida real tasvirda ko‘rish imkonini beradi. Haqiqiy va aniq 3D modellar nafaqat mahsulotni har tomondan batafsil ko‘rib chiqishga, balki uni deyarli sinab ko‘rishga, asosiy old yoki orqa kameradagi tasvirning ustiga raqamli tasvirni qo‘yish orqali mahsulotni xonaga joylashtirib ko‘rish imkonini beradi [2].

Statista ma’lumotlariga ko‘ra, global savdolarning 2019-yil yakunlariga ko‘ra, 3,46 trillion AQSh dollari, 2020-yil 4,2 trillion AQSh dollari elektron tijorat savdosi hisoblanadi. Bu ko‘rsatkich 2023-yilda 6,5 trillion AQSh dollaridan oshishi va barcha global chakana savdolarning 22 foizni tashkil etishi kutilmoqda (1-rasm). 2-rasmda yillar kesimida chakana savdoda elektron tijorat ulushining dinamikasi taqdim etilgan.

Shu bilan birga, dunyo bo‘yicha 2019-yilda 1,92 milliardga yaqin, 2020-yilda 2,05 milliard raqamli xaridorlar mavjud bo‘lgan [3].

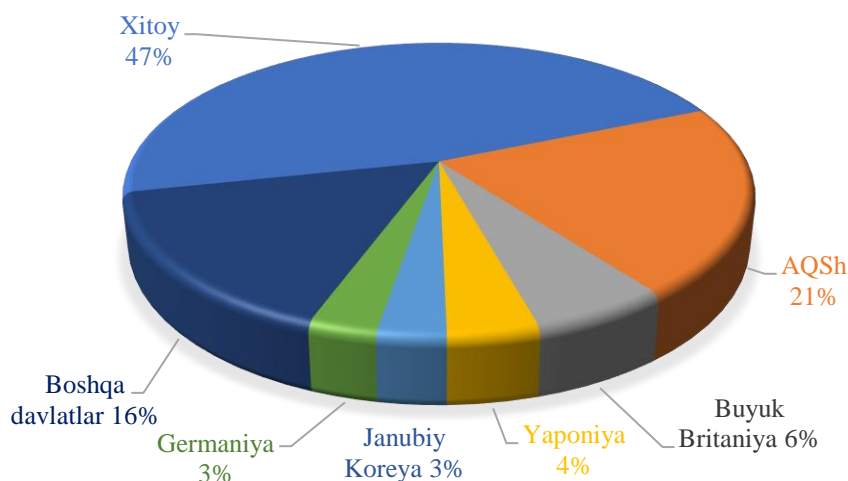


1-rasm. Global elektron tijorat hajmi, trln. AQSh dollar [4]



2-rasm. Chakana savdoda elektron tijorat ulushi, foizda [5]

Ushbu davrda chakana savdoda elektron tijorat ulushi o‘shining ijobiy dinamikasi mavjud deb aytishimiz mumkin. 3-rasmda davlatlarning onlayn savdo bozoridagi mavqei aks etgan.



3-rasm. 2021-yilda chakana elektron tijorat sohasida dunyoning yetakchi mamlakatlari [6]

Bugungi kunda Xitoy onlayn savdoning mutlaq yetakchisidir. 2020-yilda Xitoyda onlayn sotuv hajmi 2,3 trillion AQSh dollari, 2021-yilda deyarli 2,8 trillion AQSh dollar va 2022-yilda esa taxminan 3,1 trillion AQSh dollari tashkil etdi.

Taqqoslash uchun, 2021-yil yakunlari bo‘yicha AQShda elektron tijorat bozori hajmi 870 dan 930 milliard AQSh dollargacha bo‘lib, 2020-yilga nisbatan 14,2 foizga o‘sgan [7].

Xitoyda raqamli sotuvlar o‘shida davom etmoqda, ammo elektron tijorat chakana savdoning dominant turi emas va atigi 23,1% ni tashkil etadi. Xitoydagi eng yirik brendlar AliBaba, JD.com va Pinduoduo marketpleysi hisoblanadi. Xitoyda tovarlarning transchegaraviy buyurtmalari juda keng tarqalgan bo‘lib, barcha onlayn xaridorlarning taxminan 42 foizi Yaponiya va AQSh kabi boshqa mamlakatlardan

buyurtma bergan. Bunday xaridlar mamlakat elektron tijorat bozorining 696 milliard AQSh dollari – 58% ni tashkil etadi [8].

Xitoyda mobil qurilmalar orqali onlayn xaridlar ustunlik qiladi, bu umumiy savdodagi xaridlarning 4/3 qismi va 873,3 milliard dollarni tashkil etadi. Ushbu ko‘rsatkich yiliga 28,8 foizga o‘sadi, chunki mamlakatda umumiy 852,2 million smartfon foydalanuvchi mavjud, bu aholining 59,9 foizini tashkil etadi. Mamlakatda 5G aloqasi ishga tushishi munosabati bilan smartfon egalari soni ko‘payishi kutilmoqda. Shuni ta’kidlash kerakki, mobil xaridlarning 67 foizi mobil ilovalar orqali amalga oshirilgan. Smartfonlar yordamida tovarlarni faol ravishda sotib olayotgan mamlakat aholisi super mobil ilova (Super-App) kabi innovatsion yangiliklarga tezda ko‘nikib qolishdi. 980 million foydalanuvchiga ega WeChat ijtimoiy tarmog‘i messenjerdan to‘liq bozor – Marketpleysga o‘tdi [9].

Xitoyda yuqori darajadagi xavfsizlik va onlayn xaridorlarning autentifikatsiyasi mavjud. Tranzaksiyalar bilan firibgarlik uchun javobgarlikni sotuvchilar emas, balki xaridorlar amalga oshiradilar, bu AQSh va Yevropada kuzatilgan tendentsiyaga teskari jarayondir. Shunday qilib, ko‘p bosqichli autentifikatsiya keng tarqalgan va karta foydalanuvchilari tomonidan xavfsizlikni ta’minlash uchun oddiy qabul qilinadi [10].

Hindistonning onlayn xarid bozori 2023-yilga kelib prognoz qilingan o‘shish 26,5% ni tashkil etib, 36,5 milliard dollarga yetdi. Bunday sotuvlar bir martalik daromadning ko‘payishi, smartfon egalari soni, brendlar va hukumat tomonidan onlayn xaridlarni targ‘ib qilish bo‘yicha marketing harakatlari samarasi hisoblanadi. Biroq, o‘shishga qaramay raqamli xaridlar chakana xaridlarning atigi 2,9 foizini tashkil etadi. Buning sababi shundaki, hindlarning 4/3 qismi Internetga kirish imkoniga ega emas. Hukumat iqtisodiyotni raqamlashtirish (Digital India) ni tezlashtirish va ushbi dastur doirasida korxonalar ishtirok etishi yuzasidan dasturni ishga tushirdi. Shu jumladan, Google mamlakatning chekka hududlariga raqamli ulanish masalasini hal qilishda ishtirok etmoqda.

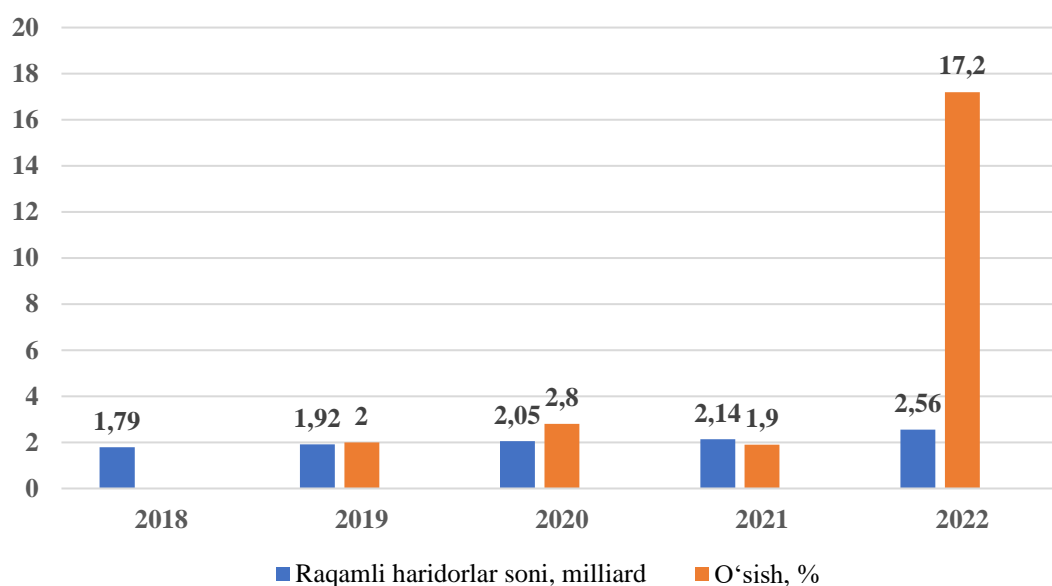
Hindiston mobil ilovalar orqali xaridlarni to‘lash bo‘yicha dunyoda yetakchi hisoblanadi, garchi aholining atigi 36,7 foizida (502,2 million) smartfonlar mavjud bo‘lsa-da. Yoqilgan mobil qurilmalar barcha onlayn xaridlarning 46 foizini (16,8 milliard) tashkil etadi va 2016-2018 yillarda mobil ilovalarni yuklab olish hajmi 165 foizga o‘sdi. Prognoz qilinayotgan o‘shishni hisobga olgan holda, 2023-yilga kelib mobil xaridlar hajmi 49,8 milliard dollarni tashkil etadi. Amazon, Flipkart va Myntra kabi ilovalar ichida mobil tijorat operatsiyalarining 82,4 foizi amalga oshirildi (SimilarWeb, 2019).

Onlayn xaridni to‘lov usullari quyidagicha taqsimlanadi:

- bank kartasi - 29%;
- elektron hamyon-25%;
- bank o‘tkazmasi-20 %.

Chegaraviy xaridlar Hindiston elektron tijoratining 74 foizini (27 mlrd dollar) tashkil etadi. Mamlakat fuqarolari AQSh, BAA va Gonkongdan yuqori sifatli xorijiy elektronika sotib olishadi. Yangi elektron tijorat qoidalari tufayli, xalqaro korxonalar Hindiston bozoridagi ishtiroki uchun qo‘shimcha ravishda rag‘batlantiriladi. Hindistonning elektron biznesiga to‘g‘ridan-to‘g‘ri investitsiyalar hajmini oshirish raqamli savdo operatsiyalarini modernizatsiya qilish va standartlashtirishga imkon beradi [11].

Savdo hajmi sanoatdagi xaridorlar sonining oshishi bilan birga amal oshadi. 4-rasmda so‘nggi yillarda raqamli xaridorlar soni 2018-yilda 1,79 milliarddan 2022-yilda 2,56 milliardgacha sezilarli darajada oshganini ko‘rish mumkin.



4-rasm. Raqamli xaridorlarning yillar kesimida o‘shish grafi [12]

Yuqoridagi o‘shishlarning asosiy sababini o‘rganish maqsadida tashkil etilgan so‘rov natijalariga ko‘ra, birinchi raqamli sabab onlayn – do‘kon tomonidan taqdim etilgan bepul yetkazib berish, ikkinchi raqamli sabab-chegirmalar va kuponlar, internetda sotib olishning uchinchi sababi saytdagi boshqa xaridorlarning sharhlari mavjudligini o‘z ichiga oladi. Xaridorlarning onlayn xarid qilish sabablarining to‘liq ro‘yxati 1-jadvalda keltirilgan.

1-jadval

Xaridorlarning onlayn xarid qilish sabablari [13]

Sababi	Ko‘rsatkich
Bepul yetkazib berish	63 %
Chegirmalar / kuponlar	41 %
Boshqa xaridorlarning sharhlari	35 %
Oson qaytarish tartibi	33 %
Sotib olishning tez / oson usuli	30 %
Ertasi kuni yetkazib berish	28 %

Ishonch darajasi	27 %
Ijtimoiy tarmoqlarda ko‘plab sharhlar	22 %
Mahsulotning ekologik xavfsizligi	21 %
To‘lovni taqsimlash imkoniyati	20 %

2020-yilda O‘zbekistonda elektron savdo 481,3 million AQSh dollar daromad keltirdi va mamlakatdagi raqamli daromadlarning 68 foizini tashkil etdi, qolgan 32 foizi raqamli media, elektron xizmatlar va elektron sayohatlardan kelib tushdi.

AQSh savdo vazirligi xalqaro savdo boshqarmasining Statista tadqiqotida 2025-yilga kelib O‘zbekistonda elektron savdodan tushgan daromad har yili 6,3 foizga oshadi.

USAID (AQSh xalqaro taraqqiyot agentligi) ko‘magida 2022-yil yanvar oyida O‘zbekistonning raqamli ekotizimini mamlakat tomonidan baholash tayyorlandi va e‘lon qilindi. 2022-yil yanvar holatiga ko‘ra, 35,5 million aholisi bo‘lgan mamlakatda internet foydalanuvchilari soni 27,2 million kishini tashkil etadi, shundan 25,3 million mobil internet foydalanuvchisi va 3,2 million statsionar (uy) keng polosali internet foydalanuvchisi hisoblanadi [14].

O‘zbekistonda internet orqali maxsulotlarni sotib olishda qator internet do‘kon mavjud bo‘lib ular o‘zlarining yo‘nalishlariga ko‘ra turli tovar va xizmatlarni taqdim etadi. Hozirgi kundagi eng katta internet do‘konlardan biri bu Uzum market undan keyingi o‘rinlarda riteyl savdo do‘konlardan biri Texnomart hisoblanadi.

Shuningdek, Olcha.uz, Openshop, Asaxiy, Alif shop, Zon.uz kabi texnika, LeBazar va Express 24 buyurtma asosida oziq-ovqat maxsulotlarini yetkazib berish xizmati va boshqa turli internet do‘konlar mavjud.

O‘zbekistonda elektron tijorat sohasini yanada rivojlantirishda qator hujjatlar tasdiqlangan. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021-yil 17-noyabrdagi “Elektron tijorat ma‘murchiligini takomillashtirish va uni yanada rivojlantirish uchun qulay sharoitlar yaratish to‘g‘risida” PQ-14-sonli qarori, O‘zbekiston Respublikasining 29-sentabr 2022-yildagi “Elektron tijorat to‘g‘risida” O‘RQ-792-sonli Qonuni va boshqa hujjatlari qabul qilindi.

Xulosa

Elektron tijorat xalqaro va ichki bozorda biznes makonida muhim rol o‘ynaydi va kompaniyalarga o‘zlarining ichki faoliyatlarida yanada samarali va moslashuvchan bo‘lish imkoniyatini beradi, shuningdek elektron tijorat savdo geografik chegaralarga qaramay, global bozorda iste‘molchi va yetkazib beruvchi o‘rtasida yangi bosqichga ko‘tarilmoqda.

Mazkur sohaning rivojlanishi ichki va tashqi bozordagi raqobat kuchayishiga olib keladi bu esa o‘z o‘rnida maxsulot sifatiga ijobiy ta‘sir ko‘rsatadi. Shu bilan birga elektron tijorat sohasi menejment, marketing va axborot texnologiyalarining

rivojlanishiga hamda mamlakat aholisining raqamli savodxonligini oshirishga ham undaydi.

Buning uchun birinchi navbatda axborot texnologiyalarini O‘zbekiston Respublikasining nafaqat markaziy shaxarlari balki chekka hududlari bo‘ylab keng tarqalishini ta‘minlash, chakana hamda ulgurji savdoni amalga oshirayotgan tadbirkorlarning internet tarmog‘i orqali erkin savdo amalga oshirishlari uchun mamlakat bo‘ylab online banking tizimini samarali joriy qilish hamda eng asosiysi elektron tijorat sohasidagi bilim va ko‘nikmalarni yanada mustahkamlash va o‘z ustida ishlash mazkur sohadagi kadr yetishmovchiligini oldini oladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

1. А.А.Марченков «Маркетплейсы как главный тренд электронной коммерции» // Научные стремления. Выпуск 26. Россия. с.65.
2. Верегина А. В., Коваль Д. В. Приоритеты развития электронной коммерции в 2022 г. // Экономика. Налоги. Право. 2022. № 1. С. 94–104.
3. А.Н.Захаров, Ю.А.Старовая «Обзор развития электронной торговли в мировой экономике: вызовы и последствия пандемии» // Российский внешнеэкономический вестник, 12-2020. с.21.
4. Маркетинговое исследование Электронная торговля 2020–2024, прогноз Data Insight. URL: https://datainsight.ru/DI_eCommerce2020_2024.
5. Statista. Retail e-commerce sales worldwide from 2014 to 2023 – URL: <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/>.
6. Мировой рынок e-commerce: развитие не остановить // Открытый журнал. URL: <https://journal.open-broker.ru/investments/mirovoj-rynok-ecommerce/>.
7. Сильвестров М. А., Михина Е. В., Жидко Е. А. Электронный бизнес в современных экономических условиях // Информационные технологии в строительных, социальных и экономических системах. 2021. № 1. С. 52–57.
8. Захаров А. Н., Старовая Ю. А. Обзор развития электронной торговли мировой экономики: вызовы и последствия пандемии // Российский внешнеэкономический вестник. 2020. № 5. С. 18–32.
9. Ещугова С. К., Хамирзова С. К. Развитие электронной коммерции в условиях цифровизации // Новые технологии. 2021. № 3. С.95–104.
10. Маркетплейсы 2022 г. URL: <https://www.insales.ru/blogs/university/toprating-marketpleysov>.
11. Делибалтова М. Электронная торговля: современные проблемы развития и пути их решения посредством развития каналов взаимодействия с клиентами // Креативная экономика. 2021. № 5. С. 2063–2078.
12. Number of digital buyers worldwide from 2015 to 2022 (in billions) – URL: <https://buildops.com/commercial-construction/number-of-digital-buyers-worldwide/>.

13. Дьяконова М. О., Сеницын С. А. Развитие электронной торговли и основные направления модернизации гражданского и процессуального законодательства // Международное публичное и частное право. 2020. № 6.С. 9–13.

14. Retail&Loyalty 2022: Развитие онлайн-торговли в Узбекистане URL: <https://retail-loyalty.org/articles/dokhody-ot-onlayn-torgovli-v-uzbekistane-k-2025-godu-budut-rasti-ezhegodno-na-6-3/>.