

XORIJIY DAVLATLARDA ELEKTRON TIJORATNING RIVOJLANISH TENDENSIYALARI

Xakimdjanoval Dildora Kamilevna

*Muhammad al-Xorazmiy nomidagi TATU
“Menejment va marketing” kafedrasi katta o‘qituvchisi*

Annotatsiya: Ushbu maqolada mamlakatimiz milliy iqtisodiyotini rivojlantirishda elektron tijoratning hozirgi holatini o‘rganish, tahlil qilish va uni rivojlantirish bo‘yicha ijobiy natijalarga erishilganlini yoritilgan.

Kalit so‘zlar: *axborot-kommunikatsion texnologiyalar, raqamli axborot texnologiyalari, e-commerce, marketpleys, tranzaksiya, internet texnologiyalari, B2C, kredit kartalari, onlayn savdolar, veb-saytlar.*

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ

Хакимджанова Дилдора Камилевна

*ТУИТ имени Мухаммада ал-Хоразмий, старший преподаватель кафедры
«Менеджмент и маркетинг»*

Аннотация: Данной статье подчеркивается, что достигнуты положительные результаты в изучении, анализе и развитии современного состояния электронной коммерции в развитии национальной экономики нашей страны.

Ключевые слова: *информационно-коммуникационные технологии, цифровые информационные технологии, электронная коммерция, рынок, транзакция, интернет-технологии, B2C, кредитные карты, онлайн-продажи, веб-сайты.*

TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF E-COMMERCE IN FOREIGN COUNTRIES

Khakimdjanoval Dildora Kamilevna

*TUIT named after Muhammad al-Khwarizmi, senior teacher at
“Management and marketing”*

Abstract: This article emphasizes that positive results have been achieved in the study, analysis and development of the current state of e-commerce in the development of the national economy of our country.

Keywords: *information and communication technologies, digital information technologies, e-commerce, market, transaction, Internet technologies, B2C, credit cards, online sales, websites.*

KIRISH

So‘nggi yillarda axborot xizmatlarining va axborot bozorining faol rivojlanishi kuzatilmoqda. Ijtimoiy-iqtisodiy tizimlarda axborot oqimlarining hajmi va intensivligi, masofadan ma'lumotlarni tezkor uzatishning yangi imkoniyatlari, shuningdek axborotni saqlash va qayta ishlash usullari kengayib bormoqda. Buning eng asosiy sababi bu global Internet bo‘lib, u dunyo bo‘ylab elektron shaklda ish olib borishga vosita bo‘lmoqda. Chunki an'anaviy tarzda rivojlanayotgan biznes va iqtisodiy hamkorlikdan farqli ravishda, yangi imkoniyatlarni, elektron tijorat va moliyaviy operatsiyalarni amalga oshirish natijasida xo‘jalik faoliyatini yuritish shakllari va usullarining sezilarli o‘zgarishlarini ko‘rib turibmiz. Xorijiy va mahalliy olimlar tomonidan Internet - geoiqtisodiyotni rivojlantirishning istiqbolli yo‘nalishlaridan biri sifatida e'tirof etilgan. Yillar davomida rivojlanib borayotgan elektron jarayonlar har bir sohada o‘z o‘rniga ega bo‘lmoqda. Qaysi sohani tadqiq qilmaylik, internetning ish quroli sifatida faol ishlayotganligini ko‘rishimiz mumkin. Shu jumladan elektron tijorat ham internetning bir mahsuli sifatida takomillashib bormoqda, hozirgi kunga kelib bu soha kirib bormagan hayotning biron jabhasi qolmadi.

ADABIYOTLAR TAHLILI

Elektron tijorat va uning mohiyati ko‘pgina iqtisodchi olimlar tomonidan o‘rganib chiqilgan bo‘lib, ulardan A.V Yurasov, J.S.Vestland, T.K.Klark, D.Kozelar elektron tijorat va uning mohiyatini, M.Ramzaev, P.Chujanov, V.Tarasovlar elektron tijoratning rivojlangan va rivojlanayotgan davlatlar iqtisodiyotidagi o‘rni, V.V Senkevin, N.I. Geraщенко va boshqalar elektron tijoratni boshqarishda davlatning roli bo‘yicha ilmiy tadqiqotlar olib borganlar. Shuningdek, O‘zbekistonda elektron tijoratni rivojlantirish masalalari va istiqbollari bo‘yicha A.N.Aripov, X.A.Muxitdinov, M.M.Maxmudov, T.K.Iminov, N.Yusupova, B.Ergashev, S.Avganbaev, R.I. Isaev, A.R. Valiev va boshqalar ilmiy tadqiqot ishlarida ko‘rib chiqqanlar.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Tadqiqot davomida ilmiy mushohada, induksiya va deduksiya, dinamik qatorlar, iqtisodiy-statistik tahlil va sintez, statistik guruhlash, tizimli tahlil, taqqoslash va boshqa usullardan foydalanilgan.

MUHOKAMA VA NATIJALAR

Biznesga axborot-kommunikatsion texnologiyalarning (AKT) kirib kelishi korxonalarining bevosita iste'molchilar bilan aloqalarida o'ziga xos inqilobni vujudga keltirdi. Jahonda elektron tijoratni rivojlanishi barcha davlatlarda bu sohani rivojlanishiga olib keldi. Iqtisodiyotning globalashuvi sharoitida iqtisodiy rivojlanishning muhim omili hisoblanadi. Hozirgi davrning muhim masalasi, strategik pozitsiyalash, firmalar tomonidan mavjud imkoniyatlarni aniqlash hamda axborot asri va yangi iqtisodiy muhit sharoitida sodda, ishchan va hayotiy e-business strategiyasi asosida, imkoniyatlardan samarali foydalanib eng yuqori foydalilik darajasiga chiqish hisoblanadi. Shu o'rinda e-commerce kichik biznesga yirik biznes subyektlari bilan raqobatlasha olish imkonini berishini alohida ta'kidlash kerak. Uzoq vaqt davomida O'zbekistonda aloqa va axborotlashtirish texnologiyalari bir-biridan ayri holda rivojlanib bordi. Aloqa sohasi o'z xizmat turlarining foydalanilish belgisiga qarab sun'iy ravishda ishlab chiqarish va noishlab chiqarish shakllarga ajratilib qaraldi, butun axborotni yaratish sohasi esa, aloqa sohasidan alohida holda shakllandi. Shu tariqa, axborot va telekommunikatsiya texnologiyalari sohasi takomillashuvi hamda kengayishi natijasida o'tgan asrning 90-yillari oxiriga kelib, ushbu sohalarda qo'llaniladigan usullar va vositlarning bog'lanib ketish jarayoni boshlandi. Tijorat tushunchalarining klassifikatsiyasini ko'rib chiqadigan bo'lsak birinchi tushunchani AQSH olimlari A. Summer va Gr.Duncan quyidagicha berishgan: Elektron tijorat – bu subyektlar o'rtasidagi munosabat elektron tarzda (Internet texnologiyalarni qo'llagan holda) amalga oshadigan biznes jarayonning ixtiyoriy shaklidir. Bu tushunchaning mohiyatiga ko'ra olimlar tomonidan ta'rif o'sha paytdagi internet tarmog'ini rivojlanish tendentsiyalariga mos keladi. 1999-yillarga kelib internet savdo tushunchasi kirib keldi. AQSH olimlari A. Summer va Gr.Duncan fikricha elektron savdo – biznes tranzaksiyasining butun sikli yoki uning bir qismi elektron tarzda amalga oshadigan tovar yoki xizmatlarni xarid qilish va sotish jarayonidir¹.

Iqtisodiyot tarmoqlariga axborot texnologiyalarining keng joriy etilishi orqali iqtisodiyotni raqamlashtirish, kichik biznes hamda tadbirkorlik sub'ektlariga biznes yuritishda elektron tijoratning raqobat ustunligidan keng foydalanish, yuqori axborot-texnologiyalarga asoslangan innovasion ishlab chiqarishlarni tashkil etishda muhim

¹ Uzbek Scholar Journal Volume- 21, October, 2023 www.uzbekscholar.com. O'zbekistonda elektron tijoratning sohalarda rivojlanishi Usmonova Adiba Azim qizi Denov tadbirkorlik va pedagogika instituti

omil bo‘lib xizmat qiladi. Ilmiy prognozlarning ko‘rsatishicha yaqin kelajakda dunyo yalpi ichki mahsulotining salmoqli ulushini axborot mahsulotlari tashkil etib, mazkur jarayonning o‘zi esa an’anaviy do‘konlar va savdo rastalaridan farqli ravishda turgan joyda har qanday tovarni dunyoning istalgan qismidan sotib olish imkoniyatini beruvchi virtual hududga aylanadi.

Axborot-kommunikasiya texnologiyalarning mamlakat iqtisodiyotidagi o‘rni xususida O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti to‘xtalib, –“Bugungi kunda jahon miqyosida yaratilayotgan yalpi ichki mahsulotning taxminan 5,5 % axborot-kommunikasiya texnologiyalari sohasiga to‘g‘ri kelmoqda. Nufuzli xalqaro ekspertlarning fikriga ko‘ra, 2020-yilda bu ko‘rsatkich 9 foizdan oshadi. Masalan, Janubiy Koreyada 9 %, Yaponiyada 5,5 %, Xitoy va Hindistonda 4,7 %, O‘zbekistonda atigi 2,2 % ni tashkil etadi. Buni axborot - kommunikasiya rivojlanish indeksi reytingidagi 176 mamlakat orasida O‘zbekiston 95-o‘rinda ekani ham isbotlab turibdi”², deb ta’kidladilar.

Dunyoning deyarli barcha davlatlarining tashqi iqtisodiy faoliyati an’anaviy savdo aloqalaridan uzoqqa chiqib ketishga ulgurdi. Elektron tijoratning rivojlanishi va Internetda savdo platformalarining paydo bo‘lishi tufayli yuzma-yuz uchrashuvlarga bo‘lgan ehtiyoj yo‘qolib bormoqda. Har qanday mahsulotni sotib olish uchun hatto oddiy iste’molchi ham uydan chiqmay turib tovar va xizmatlarni masofadan xarid qilish imkonini yaratadi. Bu nafaqat o‘z shahringiz yoki mamlakatingizda xarid qilish, balki boshqa mamlakatlardan tovarlarga buyurtma berish va yetkazib berish imkoniyati mavjudligini anglatadi. Yangi texnologiyalardan foydalanish ommabopligi tufayli iste’molchilar huquqlarini himoya qilish zarurati ortib bormoqda.

Elektron tijorat hamda marketpleyslardan foydalanish tranzaksiya xarajatlarini kamaytirishi, butun dunyo bo‘ylab yetkazib beruvchilar va xaridorlarni bog‘laydigan savdo kanali bo‘lib xizmat qilishi mumkin. Bugungi kunda biznes uchun elektron tijoratning qiymatini baholab bo‘lmaydi: u kompaniyalarning iste’molchilar ehtiyojlarini tushunishini yaxshilaydi, mahsulot va xizmatlarni jahon bozoriga taqdim etadi. Hozirgi vaqtda jahon iste’mol tovarlari savdosining qariyb 12 % xalqaro elektron tijorat orqali amalga oshirilib kelinmoqda va bu ko‘rsatkich doimiy ravishda o‘sib bormoqda. Yevropa Komissiyasi o‘z tadqiqotida ta’kidlaganidek, onlayn platformalar Yevropa Ittifoqi va butun dunyoning kelajakdagi iqtisodiy o‘rishini ta’minlovchi “raqamli qiymat”ni yaratishda yetakchi rol o‘ynaydi.

Elektron tijoratning xalqaro statistik ma’lumotlari³

² O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoev raisligidagi “Axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini yanada rivojlantirish va xavfsizligini ta’minlash bo‘yicha amalga oshirilayotgan chora-tadbirlar natijadorligi”ga bag‘ishlangan yig‘ilishidagi ma’ruzasi – Toshkent 2018 yil 9 yanvar.

³ INFOCOM.UZ, “Dunyo bo‘ylab elektron tijorat statistikasi va faktlari”. Aprel 11, 2023

- 2023-yilda chakana xaridlarning 20,8 % onlayn tarzda amalga oshirilishi kutilmoqda.

- 2026-yilga kelib, chakana xaridlarning 24 % onlayn tarzda amalga oshirilishi kutilmoqda.

- 2023-yilda elektron tijorat savdosi hajmi 10,4 % ga o'sishi kutilmoqda.

- 2023-yilda global elektron tijorat bozori jami 6,3 trillion dollarni tashkil qilishi kutilmoqda.

- 2026-yilga kelib, elektron tijorat bozori umumiy hajmi 8,1 trillion dollardan oshishi kutilmoqda.

- 2023-yilda AQSh elektron tijorat bozori 1,1 trillion dollardan oshadi.

- AQShda 2023-yilda chakana xaridlarning 16,4 % onlayn tarzda amalga oshirilishi kutilmoqda.

- *Amazon* elektron tijorat sotuvining 37,8 % tashkil qiladi, bu barcha elektron tijorat kompaniyalarining eng yuqori bozor ulushidir.

- Walmart, eBay va AliExpress eng ko'p tashrif buyuriladigan elektron tijorat veb-saytlaridir.

Onlayn xarid qilish xulq-atvori statistikasi

- Onlayn xaridorlarning 57 % xalqaro miqyosda xarid qilishlarini ma'lum qilishdi.

- Onlayn xaridorlarning savatdagi xaridlardan voz kechilishining eng keng tarqalgan sababi yuk tashish, soliqlar va yig'imlar kabi qo'shimcha xarajatlardir (48%).

- Onlayn xaridorlarning 24 % o'z savatlarini tashlab ketishadi, chunki sayt ularni shaxsiy akkaunt yaratishni xohlaydi.

- 22 % onlayn xaridlar yetkazib berish juda sekinligi tufayli xarid jarayonida to'xtatiladi.

- Xaridorlarning 79 % oyiga kamida bir marta onlayn xarid qiladi.

- Mobil qurilmalarda onlayn yuk tashish savatini tark etish darajasi 84% ni tashkil qiladi.

- Shaxsiy kompyuterlar orqali onlayn yuk tashish savatini tark etish darajasi 72% ni tashkil qiladi.

Ijtimoiy tarmoqlarda elektron tijorat statistikasi

- 2020-yilda ijtimoiy tarmoqlar savdosiga 992 milliard dollar sarflangan.

- Ijtimoiy tarmoqlar savdosi 2026-yilga borib 2,9 trillion dollarga yetishi kutilmoqda.

- AQShda 96,9 million kishi ijtimoiy tarmoqlarda xarid qiladi.

- *Xitoyda* esa bu ko'rsatkich deyarli 890 million kishiga yetadi.

- *Millenniallar* eng ko'p ijtimoiy tarmoqlarda xarid qiladi – Qo'shma Shtatlardagi 18 yoshdan 24 yoshgacha bo'lgan odamlarning 55 % ijtimoiy tarmoqlarda xarid qilishgan.

- *Xitoy* ijtimoiy tijorat xaridorlarining eng yuqori ko'rsatkichiga ega – deyarli 50% ijtimoiy tarmoqlardan xarid qilgan.

- Facebook ijtimoiy tijorat operatsiyalari uchun eng mashhur ijtimoiy media platformasidir.

- 40 % ijtimoiy media ta'siri tufayli xarid qiladi.

- Ijtimoiy tijorat xaridorlarining 49 % *influenserlarning* tavsiyasi ularning xaridiga ta'sir qilgan.

Mobil elektron tijorat statistikasi

- 91 % smartfon yordamida onlayn xarid qiladi.

- Mobil tijorat savdosi 2023-yilda barcha chakana savdolarning 6 % ni tashkil qilishi kutilmoqda.

- 2021-yilda mobil elektron tijorat 360 milliard dollardan ortiq savdoni tashkil etdi.

- 2025-yilga kelib mobil tijorat savdosi 710 milliard dollarni tashkil qilishi kutilmoqda.

- *Planshet* elektron tijorat savdosi 2026-yilga kelib 54,01 milliard dollarga yetishi kutilmoqda.

2022-yil ma'lumotiga ko'ra mamlakat aholisi 332 millionga teng bo'lib, aholining 85 % Internetdan uzluksiz foydalanib kelmoqda. Amerika Qo'shma Shtatlarida ko'plab elektron tijorat veb-saytlari mavjud: Amazon, Walmart, eBay, Target, Apple, COSTCO va boshqalar. Amazon AQShning eng yirik on-layn platformasi bo'lib, butun dunyo bo'yicha tarqalgan. 2020-yildagi Kovid pandemiyasi AQSh iqtisodiyotiga salbiy ta'sir ko'rsatgan bo'lsada, lekin bu elektron tijoratning mamlakatda jadallik bilan o'sishiga hissa qo'shdi va elektron tijoratdan foydalanuvchilar sonini o'rtacha 20 % ga oshirdi. Sehrii diyorda on-layn xaridlar, odatda, kredit kartalari yordamida amalga oshiriladi.

Shuningdek, boshqa to'lov turlari – Pay Pal va Stripe ham keng qo'llaniladi. Amerikadagi on-layn tijoratchilar o'z mahsulotlarini nafaqat mamlakat aholisiga, balki boshqa davlatlarga ham eksport qiladilar. Yuqorida aytib o'tganimizdek, ko'plab rivojlangan davlatlar AQShning sifatli tovarlarini on-layn xarid qilishni xush ko'radilar. Ushbu mamlakatda elektron tijorat qaynab ketadigan maxsus kunlar ham mavjud. Xususan, "Black Friday"da qaysikim, "Thanksgiving" bayramidan so'ng savdolar miqdori bir necha barobarga oshib ketadi. Ushbu kunda, xaridorlar katta miqdordagi chegirmalarga ega bo'ladilar va shuning uchun ko'plab amerikaliklar ushbu kunni kutib yashashadi. On-layn veb-saytlarda eng ko'p sotiladigan tovar turi bu kiyim-kechaklar hisoblanadi. Ikkinchi o'rinda esa oziq-ovqat va ichimliklar toifasi

tursa, undan keyingi o‘rinlarda oyoq kiyimlari va elektr texnika jihozlari turadi⁴. 68 % amerikaliklar on-layn savdolarni o‘zlarining smart telefonlaridan foydalangan holda amalga oshiradilar. Amerikalik xaridorlar uchun yetkazib berish tezligi muhim hisoblanadi va shuning uchun tijorat tashkilotlari sotib olingan mahsulotlarni o‘sha kunning o‘zida yoki keyingi kun yetkazib berishadi. Bu esa o‘z navbatida, AQShda transport va logistika, omborxonalar naqadar rivojlanganligini ko‘rsatib beradi. Yetkazib berish xizmati narxlari turlicha bo‘lib, tovarlar qancha tez yetkazilsa shuncha qimmatroq va aksincha, sekin 3-4 kunda yetkazilsa shuncha arzonroq bo‘ladi. Buyuk Britaniyada elektron tijoratning holati. Elektron tijorat buyuk britaniyaliklarning sevimli mashg‘ulotidan biridir.

2020-yilda umumiy chakana savdoning 36 % onlayn savdoga to‘g‘ri kelgan va bu ko‘rsatkich 2019-yilga nisbatan 20 % ga ko‘p demakdir⁵. Buyuk Britaniyaning jami aholisi soni 68 million bo‘lib, shulardan 65 millionga yaqini Internet foydalanuvchilari hisoblanadi va bu ko‘rsatkich har yili o‘sib bormoqda. 2021-yilga kelib onlayn shopping bilan shug‘ullanuvchi aholi ko‘rsatkichi umumiy aholining 94 % ga tengdir. Xaridorlarning elektron tijorat uchun sevimli to‘lov turi debit va kredit kartalardir. Viza va master kardlar deyarli barcha elektron tijorat kompaniyalari tomondan qabul qilinadi. www.trade.gov saytiga ko‘ra 60 % onlayn savdolar smart telefonlar orqali amalga oshiriladi. 2020-yilda onlayn savdoga bo‘lgan talabning kutilmaganda oshib ketishi Buyuk Britaniya tashkilotlari uchun innovativ yetkazib berish strategiyalarini o‘ylab topishga majbur qildi. Jumladan, ko‘p supermarket va oziqovqat do‘konlari o‘z omborlarini kattalashtirdi va yetkazib berish bo‘yicha o‘z imkoniyatlarini oshirdi. Ushbu davrda ko‘plab yangi yetkazib berish sub’ektlari ham tashkil etildi. Hozirgi vaqtga kelib, o‘rtacha yetkazib berish tezligi o‘rtacha 1,9 kunga to‘g‘ri kelayotgan bo‘lsa, shulardan 57 % tovarlar ko‘pi bilan bir kunda o‘z egalariga yetkazib berilyapti. Britaniyaliklar on-layn savdo orqali asosan quyidagi tovarlarni xarid qiladilar: kiyim-kechaklar, oziq-ovqat va ichimliklar, oyoq kiyimlari, kitoblar, elektron jihozlar, uy jihozlari, atir va kosmetik mahsulotlari va boshqalar. Elektron tijorat dunyosida Amazonning o‘rni nihoyatda katta va buyuk britaniyaliklar ham ushbu platformani sevib ishlatishadi. Xaridorlar Amazon.co.uk sayti orqali 2020-yilda 14,67 million dollarlik mahsulotlarni sotib olishgan va qolgan yirik E-tijorat kompaniyalari quyidagi miqdorda savdo qilishgan:

1. Tesko – 7,59 milliard AQSh dollari;
2. Argos – 5,41 milliard AQSh dollari;
3. Sainsbarus – 4,55 milliard AQSh dollari;
4. Karryus – 4,14 milliard AQSh dollari.

⁴ Jacob wibom westerberg, therése dalebrant, katja kotala. U.s. e-commerce market entry retail playbook.

⁵ <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/united-kingdom-ecommerce>

Yaponiyada elektron tijorat. www.ecommerce-nation.com sayti yirik elektron tijorat bozorlarini tahlil qilar ekan, Yaponiya raqamli savdosiga alohida urg'u berib ketgan. Yaponiya elektron tijorat savdosi bo'yicha Osiyoda Xitoydan keyin ikkinchi o'rinda tursa, butun jahonda esa ushbu mamlakat to'rtinchi o'rinni egallaydi⁶. Yaponlarning elektron tijoratda o'ziga xos bozori mavjud bo'lib, hozirgi kunda bu bozor jadal sur'atlarda rivojlanib bormoqda. 2021-yilga kelib onlayn savdo qiluvchilar soni deyarli 89 millionni tashkil qilgan bo'lsa, 2025-yilga kelib Yaponiyada elektron tijoratdan foydalanuvchilar soni 113 millionga yetishi taxmin qilinmoqda. Yaponlar odatda on-layn xaridlarni o'z kredit kartalaridan to'lashadi, lekin naqd pul va konbini pul to'lovlari ham bozorda birdek qabul qilinadi. Yaponiyada ko'plab mashhur onlayn tijorat tashkilotlari mavjud bo'lib, ulardan eng yiriklari Amazon, Apple, Yodobashi, Rakuten, Monotaro va Zozotownlardir. Yaponiyada xalqaro on-layn saytlari ham rivojlanayotgan bo'lsa-da, ular asosan tovarlarni mahalliy kompaniyalardan xarid qiladilar va bu Yaponiya bozorining o'ziga xos xususiyatlaridan biridir. On-layn savdo eksporti haqida gapirsak, ular tovarlarni asosan Koreya, Xitoy va Amerikaga sotadilar va bundan ko'rinib turibdiki, savdoning ochiqli-gi transchegaraviy savdolar rivojlanishiga olib kelgan. Yaponiya mamlakati hududi bo'yicha ancha kichkina, lekin transport va logistika infratuzilmasi juda rivojlanganligi tovar yetkazib berish uchun ajoyib imkoniyatni yaratadi. Masalan, Amazon Japan kompaniyasi 80 % aholiga tovar sotib olingandan keyin o'sha kunning o'zida yetkazib berish xizmatini taklif qiladi. Odatda, tovarlar ko'pi bilan bir kunda mijozlar qo'lida bo'ladi.

Mamlakat aholisi onlayn saytlardan sotib oladigan eng ko'p mahsulot bu elektronika va mediatovarlaridir (telefon, soat, tabletlar va TVlar). Yana eng ommabop xaridlardan biri turli xildagi kiyim-kechakdir. Undan so'ng esa, oziq-ovqat mahsulotlari, sayohat paketlari va turli chiptalar mamlakat xaridorlari tomonidan on-layn sotib olinadi. Aholining Internetdan foydalanish darajasi mamlakatda 93,3 % ga teng. Yaponiyada raqamli tijorat rivojlanishining asosiy omillari davlatlar kuchli infratuzilmaning mavjudligi va mijozlarning on-layn savdoni afzal ko'rishidadir (xilma-xil tovarlarning mavjudligi va qulayligi uchun). Janubiy Koreya davlatida raqamli savdo. Ma'lumki, Janubiy Koreya aholisining Internetdan foydalanish darajasi dunyoda birinchi o'rinda turadi va bu ko'rsatkich hozirgi kunga kelib 93 % ga teng yoki bu 47 million aholi demakdir⁷. Aholining 80 %i esa (taxminan 41 million) internet orqali savdoni amalga oshiradi. Elektron savdo taxminan 25 yillarcha avval Korea davlatiga kirib kelgan va shu paytdan beri rivojlanib kelmoqda. Mamlakatda elektron tijorat rivojlanishi uchun barcha huquqiy asosiy sharoitlar yaratilgan,

⁶E-commerce in japan: an island of opportunity for canadian exporters. https://www.asiapacific.ca/sites/default/files/filefield/ecommerce_in_japan_report.pdf

⁷ https://www.statista.com/topics/2230/internet-usage-in-south-korea/#topicHeader__wrapper.

shuningdek, elektron tijorat bir tekis rivojlanishi uchun yaxshi infratuzilma yaratilgan. Logistika sohasining yaxshi rivojlanganligi esa sohaning rivojlanishini tezlashtirgan. Raqamli savdo nafaqat yoshlar tomonidan amalga oshiriladi, balki katta yoshdagi xaridorlar ham muntazam ravishda on-layn savdoni amalga oshiradi. Janubiy koreyaliklar odatda internet orqali kiyim-kechaklar, aksessuarlar, uy-ro'zg'or buyumlari, oziq-ovqat va ichimliklar, kosmetika jihozlari, kitoblar va sport jihozlari kabi tovarlarni sevib xarid qiladilar. Janubiy koreyaliklar nafaqat mahalliy on-layn savdoni, balki transchegaraviy elektron tijoratni ham amalga oshiradilar.

Ular o'zlari zarur deb topgan tovarlarni Amerika Qo'shma Shtatlari, Yevropa, Xitoy, Yaponiya, Avstraliya kabi mamlakatlardan buyurtma berib import qiladilar. Quyidagi xorijiy on-layn platformalar koreyaliklar uchun sevimli hisoblanadi: Amazon UQ, I Herb US, eBay US, Amazon Japan, Taobao China, Rakuten Japan va Walmart US. Nowak & Partner Co. Ltd. 2021 ma'lumotiga ko'ra, Naver platformasi koreyslarning eng ommabop onlayn platformasi hisoblanadi va 2020-yilda jami elektron savdoning 18 % ushbu dastur orqali amalga oshirilgan. Ikkinchi va uchinchi o'rinlarni esa mos ravishda Coupang and eBay Korea platformalari 13 % va 12 % bilan egallashgan. 2020-yil boshida pandemiyaning boshlanishi elektron tijorat foydalanuvchilari sonining oshishiga olib keldi va ushbu davrda bir paytlar faqat offlayn xarid qilingan oziq,ovqat mahsulotlari ham on-layn platformalar orqali sotib olingan.

Elektron tijorat korxonolari uchun o'rtacha konversiya darajasi 1,53% ni tashkil etdi. Marketpleyslardagi savatchalarning 69,57 % tashlab ketilgan. Yuqori qo'shimcha xarajatlar xaridorlarning aravadan yoki savatchadan voz kechishining asosiy sababidir.

Shopify – bu eng mashhur elektron tijorat saytlarini yaratish texnologiyasi bo'lib, bozor ulushi 15% dan oshadi va undan 4 millionga yaqin sayt foydalanadi. Elektron tijorat ite'molchilari o'rtasida, Internet maydonida nima uchun elektron tijorat saytlari orqali onlayn xarid qilasiz degan so'rov o'tkazilganda, respondentlar bu savolga quyidagicha javob berishdi, iste'molchilarning yarmidan ko'pi (50,7%) bu elektron tijorat do'konlari tomonidan taklif qilinadigan bepul yetkazib berish ekanligini aytishdi. Boshqa asosiy sabablar qatoriga kuponlardan foydalanish va chegirmalarni qo'llash (41%), boshqa xaridorlarning sharhlarini o'qish (35%), tovarlarni osonlik bilan qaytarish (33%) va mahsulotlarni tezda buyurtma berish imkoniyati (30%), iste'molchilar tomonidan javob berildi.

XULOSA

Xulosa qilib shuni aytish mumkinki, hozirgi kunda virtual makonda elektron tijoratni samarali yuritishni tashkil qilish hamda elektron tijorat chegaralarini kengaytirish uchun turli xil mavjud muammolarni hisobga olish kerak. So'nggi bir

necha yil ichida elektron tijorat *global chakana savdoning* ajralmas qismiga aylandi. Boshqa ko‘plab sohalar singari, tovarlarni sotib olish va sotish Internet paydo bo‘lishidan keyin jiddiy o‘zgarishlarni boshdan kechirdi va zamonaviy hayotning davom etayotgan raqamlashuvi tufayli butun dunyodagi iste‘molchilar endi onlayn tranzaksiyalarning afzalliklaridan foydalanmoqda. Dunyo bo‘ylab Internet orqali buyurtmalar tez sur‘atlar bilan o‘sib borayotgani sababli, butun jahonda 5 milliarddan ortiq internet foydalanuvchilari onlayn xaridlarni amalga oshirishi kutilmoqda. So‘nggi yillarda *chakana elektron tijorat* savdosi global miqyosda 5,7 trillion AQSh dollaridan oshdi va kelgusi yillarda bu ko‘rsatkich yangi cho‘qqilarga chiqishi kutilmoqda.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Uzbek Scholar Journal Volume- 21, October, 2023 www.uzbekscholar.com. O‘zbekistonda elektron tijoratning sohalarda rivojlanishi Usmonova Adiba Azim qizi Denov tadbirkorlik va pedagogika instituti
2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoev raisligidagi “Axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini yanada rivojlantirish va xavfsizligini ta‘minlash bo‘yicha amalga oshirilayotgan chora-tadbirlar natijadorligi”ga bag‘ishlangan yig‘ilishidagi ma‘ruzasi – Toshkent 2018 yil 9 yanvar.
3. INFOCOM.UZ, “Dunyo bo‘ylab elektron tijorat statistikasi va faktlari”. Aprel 11, 2023
4. <https://www.eastasiaforum.org/2021/10/13/what-is-driving-chinas-e-commerce-growth/>
5. Jacob wibom westerberg, therése dalebrant, katja kotala. U.s. e-commerce market entry retail playbook.
6. <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/united-kingdom-ecommerce>
7. E-commerce in japan: an island of opportunity for canadian exporters
8. https://www.asiapacific.ca/sites/default/files/filefield/ecommerce_in_japan_report.pdf
9. https://www.statista.com/topics/2230/internet-usage-in-south-korea/#topicHeader__wrapper.