



SAVDO TIZIMINI INNOVATSION RIVOJLANTIRISHDA ELEKTRON SAVDONI TASHKIL QILISH VA TAKOMILLASHTIRISH

dots. Maxmatqulov G'olibjon
Iqtisodiyot va pedagogika universiteti
ORCID: 0000-0003-3717-172X
golibmaxmatqulov@gmail.com

Annotatsiya. Ushbu maqolada savdo tizimini innovatsion rivojlantirishda elektron savdoning o'рни va ahamiyati tahlil qilindi. Maqolada zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining savdo tizimiga ta'siri, elektron platformalar va internet-do'konlarning rivojlanish holati o'rganilgan.

Kalit so'zlar: elektron tijorat, innovatsion rivojlanish, savdo tizimi, elektron platforma, internet do'konlari, elektron biznes, onlayn xizmatlar.

ОРГАНИЗАЦИЯ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В РАМКАХ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ТОРГОВОЙ СИСТЕМЫ

доц. Махматкулов Голибжан
Университет экономики и педагогики

Аннотация. В статье анализируются роль и значение электронной коммерции в инновационном развитии торговой системы. Рассматривается влияние современных информационно-коммуникационных технологий на торговую систему, развитие электронных площадок и интернет-магазинов.

Ключевые слова: электронная коммерция, инновационное развитие, торговая система, электронная площадка, интернет-магазины, электронный бизнес, онлайн-сервисы.

ORGANIZATION AND IMPROVEMENT OF ELECTRONIC TRADE WITHIN THE FRAMEWORK OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE TRADING SYSTEM

assoc. prof. Makhmatkulov Golibjon
University of Economics and Pedagogy

Abstract. This article analyzes the role and importance of e-commerce in the innovative development of the trading system. It examines the impact of modern information and communication technologies on the trading system and the development of electronic platforms and online stores.

Keywords: e-commerce, innovative development, trading system, electronic platform, online stores, e-business, online services.

Kirish.

Jahon iqtisodiyotning raqamli transformatsiyalashuvi sharoitida savdo tizimini modernizatsiya qilish zaruriyati tobora ortib bormoqda. Bugungi kunda elektron savdo nafaqat mahsulot va xizmatlar ayirboshlash vositasi, balki iqtisodiy samaradorlikni oshirish, raqobatbardoshlikni kuchaytirish va iste'molchilarga qulaylik yaratishning muhim omiliga aylanmoqda.

O'zbekiston Respublikasida ham so'nggi yillarda elektron tijorat infratuzilmasini rivojlantirishga katta e'tibor qaratilmoqda. Prezidentning 2020-yil 24-apreldagi "Raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi qarori (2020) elektron savdo tizimini takomillashtirish uchun muhim huquqiy asos bo'lib xizmat qilmoqda.

Global iqtisodiyotda integratsiyalashuv jarayoning tobora chuqurlashib borishi, axborot texnologiyalarining jadal rivojlanishi va internet tarmog'idan tijorat maqsadlarida faol foydalanish jarayonida elektron savdo hajmining oshib borishi kuzatilmoqda. Elektron savdo xizmatining dunyo miqyosidagi o'rni va roli yildan-yilga o'sib borayotgan bo'lib, xozir ushbu soha dunyo aholisining ko'plab qismini o'z doirasiga o'rab olmoqda.

Elektron savdo xizmatini rivojlantirish mamlakatlar uchun beqiyos darajadagi imkoniyatlarni taqdim etadi. Global aloqa tarmoqlari va, birinchi navbatda, internetning paydo bo'lishi elektron tijorat faoliyatini tashkil qilish va amalga oshirish sohasida haqiqiy rivojlanishiga olib keldi. Natijada nafaqat biznes yuritishning yangi yo'nalishlari paydo bo'ldi, balki mavjud yo'nalishlar ham tubdan o'zgardi. Texnologiyalarning rivojlanishi xalqaro biznesga juda ham samarali tarzda yordam bermoqda. Hozirgi kunda dunyo bo'ylab millionlab odamlar elektron savdo xizmatlaridan foydalanishni o'zlari uchun qulay deb hisoblaydi. Bu qaror esa elektron savdo xizmatidan foydalanayotgan korxonalar uchun yuqori daromad oqimini kafolatlamoqda.

Elektron tijorat tarixi. Elektron tijorat 1960-yillarda, korxonalar biznes hujjatlarini boshqa kompaniyalar bilan almashish uchun EDI dan foydalanishni boshlaganlarida boshlangan. 1979 yilda Amerika Milliy Standartlar Instituti ASC X12 ni korxonalar uchun elektron tarmoqlar orqali hujjatlarni almashish uchun universal standart sifatida ishlab chiqilgan.

Adabiyotlar sharhi.

Эфимова va Тапасов (2018) o'z tadqiqotlarida elektron tijorat va elektron savdoga bag'ishlangan ko'plab tadqiqotlar mavjud bo'lib, elektron savdo sohasida faoliyat yuritadigan xo'jalik yurituvchi subyektlar faoliyatining turli jihatlarini ko'rib chiqib internet-savdoning an'anaviy savdoga nisbatan afzalliklari hamda uni takomillashtirishning asosiy yo'nalishlarini yoritib berganlar.

Пушили́н (2015) dunyo mamlakatlarini elektron tijoratni rivojlantirish darajasi bo'yicha o'n uchta ko'rsatkich asosida besh darajaga ajratgan.

Валигурский (2012) internet-savdoga internet axborot-telekommunikatsion tarmog'idan foydalangan holda tovar va xizmatlarni sotish bo'yicha tadbirkorlik faoliyati sifatida qaragan.

Jung (2019) va Xanlar (2017) tomonidan tadqiq qilingan. Shu bilan birga, elektron tijoratning rivojlanish darajasini baholashning uslubiy jihatlarini o'rganish - davlatlar yoki hududlar kesimida bir-biridan farq qilishini ta'kidlagan.

Tadqiqot metodologiyasi.

Maqolada savdo tizimini innovatsion rivojlantirish jarayonida elektron savdoning o'rni va ahamiyatini o'rganish uchun **tizimli tahlil**, **qiyosiy tahlil**, hamda **ilmiy abstraksiya** usullaridan foydalanildi. Elektron tijorat savdo aylanmasini aniqlash metodologiyasi o'rganildi.

Tahlil va natijalar muhokamasi.

Elektron biznes va elektron tijorat imkoniyatlarini kam baholaydigan kompaniyalar bozorning yangi voqeiklariga moslashishga qodir raqobatchilarning bosimi ostida tijorat mavqeini yo'qotishi mumkin. Shuning uchun tadbirkorlik subyektlari Internet tarmoqlari orqali xizmat ko'rsatishning turli xil yo'nalishlardan foydalanishga, ya'ni reklama berish, onlayn xizmatlar taqdim etish, umumiy tarzda xarajatlar kamligini hisobga olgan holda o'z faoliyatlarini raqamli texnologiyalar bilan bog'lashga harakat qilishmoqda.

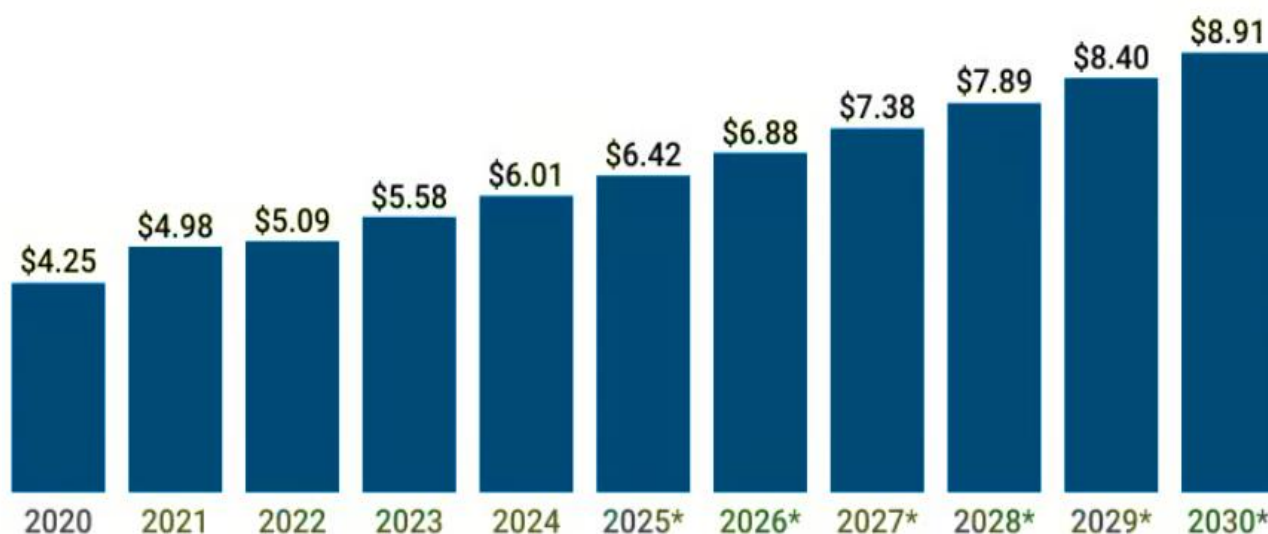
Hech bir mamlakat global iqtisodiyotning ustuvorliklarini hisobga olmasdan iqtisodiy siyosatni oqilona shakllantirishni va amalga oshira olmaydi. Ayniqsa axborot kommunikasion texnologiyalarning jadal rivojlanishi globallashuvning obyektiv jarayonlari bilan uzviy bog'liq ravishda iqtisodiy faoliyatning yangi turini elektron tijorat yoki elektron savdoni shakllantirishga olib keldi. Savdo tashkilotlari va mijozlar o'rtasidagi munosabatlarda, tovarlarni taqsimlash jarayonlarini boshqarish, bozorni monitoring qilish, yetkazib beruvchilar, biznes sheriklar va davlat idoralari bilan samarali munosabatlarni rivojlantirishda elektron tarmoqlarning, birinchi navbatda internetning imkoniyatlaridan faol foydalanilmoqda.

Rivojlangan davlatlar elektron tijoratning imkoniyatlarini va istiqbollarini aniq his qilgan holatda bu sohaning rivojlanishiga yetarlicha investitsiya ajratyaptilar. Rivojlangan davlatlarda elektron tijorat bu mamlakatlarning yalpi milliy mahsulotlarida salmoqli o'rin egallaydi. Rivojlangan davlatlar bu sohani yangi iqtisodiy tizim sifatida qaray boshlashdi va bu sohada yetakchi o'rinni egallash maqsadida elektron tijoratni o'rgana boshlashdi.

Elektron tijoratni rivojlatirishga xalaqit beradigan to'siqlarni yechish mexanizmlarni ishlab chiqishgan. Yevropa ittifoqi bu borada o'zining "elektron Yevropa" (e-europe) loyihasini ishlab chiqdi. Bu loyiha yevropa ittifoqini kelajakda yangi iqtisodiy tizimdagi holatini yaxshilashga muhim ahamiyatga egadir.

Rivojlanayotgan davlatlarda elektron tijoratni mamlakatning eksport salohiyatini oshiruvchi asosiy jarayon deb bilishadi. Bu davlatlardagi kichik biznes vakillari elektron tijoratning ahamiyatini sekinlik bilan anglashmoqda. Shuni inobatga olib, rivojlanayotgan davlatlar hukumatlari elektron tijorat rivojlanishiga turtki bo'ladigan asosiy axborot kommunikatsiya texnologiyalari infrastrukturasi rivojlantirishga ahamiyat berishmoqda.

E'tiborga molik. 2024-yilda onlayn-do'konlar bo'yicha global daromad 6,01 trillion dollarni tashkil etdi; prognozlar shuni ko'rsatadiki, 2030 yilga kelib savdo hajmi 8,9 trillion dollardan oshishi prognoz qilinmoqda.



1-rasm. Onlayn do'konlarning 2030 yilgacha prognozi

Manba: https://capitaloneshopping.com/research/online-shopping-statistics/?utm_source=chatgpt.com

Amerikaning onlayn xarajatlari 2024 yilda 1,34 trillion dollarni tashkil etgan; prognozlar shuni ko'rsatadiki, 2030 yilda onlayn xarajatlar 2,5 trillion dollardan oshadi.

2025 yilda dunyo bo'ylab 2,77 milliard odam onlayn xarid qiladi; taxminan 10,4% amerikaliklar edi.

Onlayn xaridlar 2024 yil holatiga ko'ra butun dunyo bo'ylab chakana savdoning 19,9 foizini tashkil qiladi; AQShda onlayn xaridlar chakana savdo daromadining 15,9% ni tashkil qiladi.

Elektron savdo mintaqalar, tarmoqlar o'rtasidagi savdo aloqalari tizimiga ham ta'sir qiladi, mamlakatda tovarlarni o'tkazish usullarini belgilaydi, shu bilan hududiy mehnat taqsimotini yaxshilaydi, mintaqalar rivojlanishida mutanosiblikka erishadi.

Global elektron savdoning asosiy vazifalari quyidagilardan iborat:

– bozorni, ishlab chiqarish-texnik mahsulotlar va iste'mol tovarlariga talab va taklifni o'rganish;

– iste'molchi talab qiladigan assortiment, miqdor va sifatda mahsulot ishlab chiqarishni joylashtirish;

– keng doiradagi vositachilik, chakana savdo korxonalarini, iste'molchilarni tovarlar bilan o'z vaqtida, to'liq va ritmik ta'minlash;

– tovarlarni tizimli va ritmik yetkazib berishni tashkil etishni hisobga olgan holda tovar zaxiralarini saqlashni tashkil etish;

– yetkazib beruvchilar, vositachilar, iste'molchilar o'rtasidagi munosabatlar tizimini tartibga solishning iqtisodiy usullarini keng qo'llash;

– savdo munosabatlarining an'anaviy shakllarida tovarlarni ishlab chiqaruvchilardan iste'molchilarga ilgari surish bilan bog'liq jami xarajatlarni qisqartirish.

Elektron tijorat ko'plab afzalliklarga ega bo'lib, ular butun mamlakat iqtisodiy rivojlanishining real sur'atiga mos keladi. Savdo tizimini innovatsion rivojlantirishda elektron tijoratning ta'siri

– axborot olish samaradorligini, ayniqsa, xalqaro operatsiyalarda sezilarli darajada oshiradi;

– tovarlarni rejalashtirish va buyurtma qilishdan sotishgacha bo'lgan davr sezilarli darajada qisqaradi, chunki endi har safar qabul qilingan hujjatlarni kiritish zarurati qolmaydi, shuningdek, kiritish xatolarining ehtimoli ham kamayadi;

– arzonroq aloqa vositalaridan foydalanish orqali axborot almashish bilan bog'liq xarajatlar sezilarli darajada kamaytiriladi;

– kompaniyalar mijozlarga nisbatan ochiqroq bo'ladi;

– hamkorlar va mijozlarni mahsulot va xizmatlar haqida oson va tez xabardor qilish mumkin;

– muqobil savdo kanallarini yaratish mumkin bo'ladi, masalan, korporativ veb saytdagi elektron do'kon orqali yoki potensial mijozlarga mahsulot kirimlari to'g'risidagi yangilanishlar bilan yo'naltirish orqali, oldindan buyurtma shakli deb ataladi, bu internet-do'kon tuzilmasidan foydalanmasdan ham amalga oshirilishi mumkin.

Biznesda zamonaviy internet texnologiyalardan foydalanish buyurtma berish imkoniyatiga ega veb sayt yoki elektron katalog yaratish bilan cheklanib qolmaydi, balki Internet va tegishli tarmoq kompyuteridan foydalangan holda biznes yuritish usullarini tubdan qayta qurish uchun texnologiya va tajribadan foydalanishni o'z ichiga oladi.

Onlayn savdo texnologiyalaridan foydalanish, birinchi navbatda, rivojlangan mintaqaviy sheriklar tarmog'iga ega kompaniyalar uchun zarur, chunki bu buyurtmalarni qayta ishlash xarajatlarini sezilarli darajada kamaytiradi.

Elektron tijoratning ijtimoiy-iqtisodiy mohiyati ham ushbu biznesning rentabelligida, ham "Jismoniy" mavjud savdo maydonchalari va do'konlariga imij va kognitiv qo'shimcha sifatida uning resurslarida yotadi.

Internetda ishlashning tavsiya etilgan shakllari va usullari savdoda qo'shimcha sinergik samara beradi.

Elektron tijorat internetdan quvvatlanadi. Mijozlar o'z qurilmalari orqali mahsulot yoki xizmatlarni ko'rib chiqish va buyurtma berish uchun onlayn-do'konga kirishadi. Buyurtma berilganda, mijozning veb-brauzeri elektron tijorat veb-saytini joylashtiradigan server bilan oldinga va orqaga bog'lanadi. Buyurtmaga tegishli ma'lumotlar buyurtma menejeri deb nomlanuvchi markaziy kompyuterga uzatiladi. Keyin u inventar darajalarini boshqaradigan ma'lumotlar bazalariga yo'naltiriladi; PayPal kabi ilovalardan foydalangan holda to'lov ma'lumotlarini boshqaradigan savdo tizimi; va bank kompyuteri. Nihoyat, u buyurtma menejeriga qaytib keladi. Bu buyurtmani qayta ishlash uchun do'kon inventarlari va mijozlar mablag'lari etarli ekanligiga ishonch hosil qilishdir.

Buyurtma tasdiqlangandan so'ng, buyurtma menejeri do'kon veb-serverini xabardor qiladi. U mijozga buyurtma muvaffaqiyatli bajarilganligi haqida xabar beradi. Keyin buyurtma menejeri buyurtma ma'lumotlarini omborga yoki bajarish bo'limiga yuboradi va mahsulot yoki xizmatni mijozga jo'natish mumkinligini bildiradi. Bu vaqtda mijozga moddiy yoki raqamli mahsulotlar yuborilishi yoki xizmatga kirish huquqi berilishi mumkin.

Elektron tijorat biznes modellarining asosiy turlariga quyidagilar kiradi:

B2B. Bu korxonalar va iste'molchilar o'rtasida emas, balki korxonalar o'rtasida mahsulotlar, xizmatlar yoki ma'lumotlarning elektron almashinuvini nazarda tutadi. Masalan, biznesga mahsulotlar, xizmatlar yoki ma'lumotlarni qidirish va elektron xaridlar interfeyslari orqali onlayn tranzaksiyalarni boshlash imkonini beruvchi onlayn ma'lumotnomalar va birja veb-saytlari.

B2C. Ushbu operatsiyalar korxonalar iste'molchilarga mahsulot, xizmatlar yoki ma'lumotlarni sotganda. Biroq, odatda yuk tashish, yetkazib berish va mijozlarga xizmat ko'rsatish bilan shug'ullanadigan vositachilar yoki vositachilar mavjud. Bu atama 1990-yillar oxiridagi dot-com bumi davrida mashhur bo'lgan, o'shanda onlayn-riteylerlar va tovarlar sotuvchilari yangilik edi.

<p>B2B Business to business</p> <p>Businesses sell products or services to other businesses, such as through an online directory or product website.</p>	<p>B2C Business to consumer</p> <p>Businesses sell products or services to non-business customers, such as in an online retail store.</p>	<p>C2C Consumer to consumer</p> <p>Consumers sell products or services to other consumers, such as on eBay and Craigslist.</p>
<p>C2B Consumer to business</p> <p>Consumers sell products or services to businesses. For example, Google AdSense and influencer marketing services enable bloggers and other web content providers to sell advertising space to businesses.</p>	<p>B2A Business to administration</p> <p>Businesses conduct transactions with public administration or government bodies, such as an ammunition manufacturer selling to U.S. Army.</p>	<p>C2A Consumer to administration</p> <p>Consumers conduct transactions with public administration or government bodies, such as filing taxes.</p>

2-rasm. Elektron tijorat turlari

Manba: <https://www.techtarget.com/searchcio/definition/e-commerce>

Bugungi kunda Internetda barcha turdagi iste'mol tovarlari sotiladigan son-sanoqsiz virtual do'konlar va savdo markazlari mavjud. Amazon B2C bozorida hukmronlik qiluvchi ushbu saytlar orasida eng taniqli hisoblanadi.

To'g'ridan-to'g'ri iste'molchiga (**D2C**). Bu erda mahsulot va xizmatlarni ishlab chiqaradigan yoki ishlab chiqaradigan biznes, B2C elektron tijoratidan farqli o'laroq, hech qanday vositachilar yoki distribyutorlar ishtirokisiz iste'molchilarga to'g'ridan-to'g'ri onlayn sotadi.

Iste'molchidan iste'molchiga (**C2C**). Bu iste'molchilar mahsulot, xizmatlar va ma'lumotlarni bir-birlari bilan onlayn ravishda savdo qiladigan elektron tijorat turidir. Ushbu tranzaktsiyalar odatda tranzaktsiyalar amalga oshiriladigan onlayn platformani ta'minlovchi uchinchi tomon orqali amalga oshiriladi.

Onlayn auksionlar va tasniflangan reklamalar **C2C** platformalarining ikkita namunasi. eBay va Craigslist bu platformalarning ikkita taniqli misolidir. eBay biznes bo'lganligi sababli, elektron tijoratning ushbu shaklini iste'molchidan biznesga - iste'molchi deb ham atash mumkin. Facebook bozori va Depop kabi platformalar - modani qayta sotish platformasi ham **C2C** tranzaktsiyalarini amalga oshirish imkonini beradi.

Iste'molchidan biznesga (**C2B**). Bu elektron tijoratning bir turi bo'lib, unda iste'molchilar o'z mahsulot va xizmatlarini kompaniyalar taklif qilishlari va sotib olishlari uchun onlayn tarzda taqdim etadilar. Bu an'anaviy B2C savdo modeliga qarama-qarshidir.

C2B platformasining mashhur namunasi - royaltisiz fotosuratlar, tasvirlar, media va dizayn elementlari, masalan, iStock sotiladigan bozor. Yana bir misol, mehnat kengashi bo'lishi mumkin.

Biznes-ma'muriyat (B2A). Bu kompaniyalar va davlat boshqaruvi yoki davlat organlari o'rtasida onlayn tarzda o'tkaziladigan operatsiyalarni nazarda tutadi. Hukumatning ko'plab tarmoqlari har xil turdagi elektron xizmatlar yoki mahsulotlarga bog'liq. Ushbu mahsulotlar va xizmatlar ko'pincha huquqiy hujjatlar, registrlar, ijtimoiy sug'urta, fiskal ma'lumotlar va bandlikka tegishli. Korxonalar ularni elektron shaklda taqdim etishlari mumkin. So'nggi yillarda elektron hukumat imkoniyatlariga investitsiyalar kiritilgani sababli B2A xizmatlari sezilarli darajada o'sdi.

Iste'molchi-ma'muriyat (**C2A**). Bu iste'molchilar va davlat boshqaruvi yoki davlat organlari o'rtasida onlayn tarzda amalga oshiriladigan tranzaktsiyalarga tegishli. Hukumat kamdan-kam hollarda jismoniy shaxslardan mahsulot yoki xizmatlar sotib oladi, lekin jismoniy shaxslar quyidagi sohalarda tez-tez elektron vositalardan foydalanadilar:

Xulosa va takliflar.

Elektron tijoratning rivojlanishi yurtimiz mehnat bozorini rivojlanishga turtki bo'ladi. Zamonaviy axborot texnologiyalarini sanoatlashtirish ko'plab yangi ish o'rinlarini yaratadi. Mamlakatimiz iqtisodiyotining barqarorlashishi, tovar va xizmatlarning raqobatbardoshligi kuchayishi va elektron tijorat rivojlanishining bir paytda sodir bo'lishi eksport imkoniyatlarimizning oshishiga sababchi bo'ladi. Elektron tijorat aholi turmush darajasining yaxshilanishini, marketing, menejment kabi sohalarning rivojlanishini ta'minlaydi. Yurtimizda elektron tijoratni rivojlantirish imkoniyati kundan kunga ortib bormoqda. Elektron tijoratning rivojlanishi milliy ishlab chiqaruvchilarimizga yangi bozorlar ochish, yangi mijozlar topish imkoniyatlarini yaratadi. Elektron tijoratni rivojlantirish bo'yicha tanlangan va amaldagi yo'ldan to'g'ri borish, kelajakda O'zbekiston iqtisodiyotini jahon bozorining yetakchi vakillaridan biriga aylantiradi.

Elektron savdo bozordagi raqobatni kuchaytiradi, tadbirkorlik faoliyatini yengillashtiradi hamda iste'molchilarga qulaylik yaratadi. Innovatsion texnologiyalarni joriy etish orqali savdo jarayonlarining samaradorligi oshadi, xarajatlar kamayadi va yangi bozor imkoniyatlari yuzaga keladi. Shunday qilib, elektron savdoni takomillashtirish zamonaviy savdo tizimining barqaror va raqobatbardosh rivojlanishini ta'minlovchi asosiy omillardan biridir.

Adabiyotlar / Literature / Reference:

Jo'rayev, F. D., Ochilov, M., Maxmatqulov G.X A., Rakhimov, A. M., & Doliyev, S. Q. (2023). Algorithms for improving models of optimal control for multi-parametric technological processes based on artificial intelligence. In *E3S Web of Conferences* (Vol. 460, p. 04013). EDP Sciences.

Muhammadiyevich, R. A. (2021). Residence and catering services to the population the importance of econometric modeling in regulatory assessment of consumer requirements to improve display quality. *Galaxy International Interdisciplinary Research Journal*, 9(12), 1043-1048.

Maxmatqulov, G. K., & Malikova, N. T. (2019). Stochastic model activity system of rail transport. *European Science Review*, 1(1-2), 152-156.

Maxmatqulov, G. X. (2023). Savdo xizmatlarini innovatsion rivojlantirishning zamonaviy uslubiy yondoshuvlari. *Innovative Development in Educational Activities*, 2(9), 378-386. Retrieved from <https://openidea.uz/index.php/idea/article/view/1312>

Maxmatqulov, G. O. (2022). A complex systemic issue of the development of the network of trade services. *Development and innovations in science*, 1(16), 10-13.

Maxmatqulov, G. O. X. (2023). Savdo xizmatlari tarmog'ini rivojlantirish masalalariga tizimli yondoshuv. *Educational Research in Universal Sciences*, 2(10), 175-182.

Qaror (2020) O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 24-apreldagi "Raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi 167-sonli qarori.

Rahimov, A. (2023). Mehmonxona va umumiy ovqatlanish korxonalari faoliyatini ekonometrik modellashtirishda zamonaviy uslubiy yondashuvlar. *Iqtisodiyot va ta'lim*, 24(6), 245-250.

Rakhimov, A. M. (2019). Important of bank deposit policy in expanding of the deposit base of commercial banks. *Экономика и бизнес: теория и практика*, (5-2), 198-200.

Валигурский, С. Д. (2012) Организационно-экономические основы формирования и развития интернет-торговли.: кандидата экономических наук Центрсоюза РФ «Российского университета кооперации». –Москва.

Ефимова Н.А., Тарасов А.С. (2018) Совершенствование работы интернет-магазина // *Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права*. № 5 (72). С. 174-183.

Пушилин Д.В. (2015) Классификация стран мира по уровню развития электронной торговли // *Управление экономическими системами: электронный научный журнал*. № 6 (78). С. 11.

Хань Ч. (2017) Современное состояние развития электронной торговли в Китае // *Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета*. № 4 (106). С. 166-170.

Чжон Б. (2019) Электронная торговля в республике Корея: современное состояние и особенности // *Вестник Института экономики Российской академии наук*. № 5. С. 178-190.