



РАҚАМЛАШТИРИШ ШАРОИТИДА ЭЛЕКТРОН ТИЖОРАТ МУАММОЛАРИ ВА РИВОЖЛАНТИРИШ ЙЎНАЛИШЛАРИ

Махмудова Хилола Эркиновна

Тошкент давлат иқтисодиёт университети

ORCID: 0009-0000-1346-0194

xilola2025tdiu@mail.ru

Аннотация. Халқаро электрон тижорат глобал иқтисодиётнинг муҳим ва жадал ривожланаётган тармоғи бўлиб, сўнгги йилларда рақамлаштириш ва глобаллашув туфайли ўз кўламини сезиларли даражада кенгайтирди. Бунда халқаро бозорларга чиқиш, сотиб олиш ва сотиш жараёнларини оптималлаштириш, шунингдек, транзакция хавфсизлиги ва маълумотларни ҳимоя қилиш масалалари муҳим саналади. Ушбу мавзунинг аҳамияти электрон тижорат учун хавфсиз ва самарали муҳитни яратишга қаратилган тартибга солиш меъёрлари ва стандартларини жорий этиш билан изоҳланади.

Калит сўзлар: электрон тижорат, глобаллашув, онлайн савдо, рақамлаштириш, халқаро бозорлар, логистика, тўлов тизимлари.

ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Махмудова Хилола Эркиновна

Ташкентский государственный экономический университет

Аннотация. Международная электронная коммерция является важным и быстрорастущим сектором мировой экономики, который в последние годы значительно расширил свои масштабы за счет цифровизации и глобализации. Ключевые вопросы включают доступ к международным рынкам, оптимизацию процессов купли-продажи, а также безопасность транзакций и защиту данных. Важность данной темы объясняется введением нормативных норм и стандартов, направленных на создание безопасной и эффективной среды для электронной коммерции.

Ключевые слова: электронная коммерция, глобализация, онлайн торговля, цифровизация, международные рынки, логистика, платежные системы.

PROBLEMS AND DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF ELECTRONIC TRADE IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION

Makhmudova Khilola Erkinovna

Tashkent State University of Economics

Abstract. International e-commerce is an important and rapidly growing sector of the global economy, which has significantly expanded its scope in recent years due to digitalization and globalization. Key issues include access to international markets, optimization of purchase and sale processes, as well as transaction security and data protection. The importance of this topic is explained by the introduction of regulatory norms and standards aimed at creating a safe and efficient environment for e-commerce.

Keywords: e-commerce, globalization, online trade, digitalization, international markets, logistics, payment systems.

Кириш.

Халқаро электрон тижорат бугунги кунда жаҳон иқтисодиётининг муҳим элементи бўлиб, унинг аҳамияти тобора ортиб бормоқда. Савдони рақамлаштириш ва глобаллаштириш шароитида у нафақат анъанавий савдо усулларига муқобил бўлибгина қолмай, балки йирик компаниялар учун ҳам, кичик ва ўрта корхоналар учун ҳам бизнес имкониятлари кўламини сезиларли даражада кенгайтириш имконини беради.

Унинг муҳимлиги қўйидагилар омиллар билан белгиланади, жумладан:

Иқтисодиётнинг глобаллашуви. Интернет ва рақамли технологияларнинг ривожланиши билан мамлакатлар ўртасидаги чегаралар йўқ бўлиб бормоқда, шу сабабли мижозларнинг сони кескин ошишига олиб келади. Электрон тижорат компанияларга жисмоний мавжуд бўлмасда, улар сотувчиларга халқаро бозорларга чиқиш имконини беради, товарларни ташиш ва сақлаш харажатларини камайтиради.

Онлайн харидларни кўпайиши. Сўнгги йилларда Интернет-технологияларнинг ривожланиши, логистиканинг яхшиланиши ва харид қилиш қулайлиги билан боғлиқ бўлган онлайн савдо ҳажмининг кескин ўсиши кузатилмоқда. Айниқса, сезиларли ўзгаришлар СОВИД-19 пандемияси даврида, кўплаб корхоналар онлайн режимга ўтишга мажбур бўлган ва истеъмолчилар товар ва хизматларни сотиб олишнинг янги усулларини фаол равишда ўргана бошлаган пайтдан ривожлана бормоқда.

Халқаро логистика ва тўлов тизимларини ривожлантириш. Халқаро логистика ва глобал тўлов тизимларининг такомиллашуви халқаро харидларни кўпроқ мижозлар учун очиқ қилди. Бундай ўзгаришлар халқаро савдони қулай, хавфсиз ва истеъмолчиларга чет эл бозорларида тез ва самарали харид қилиш имконини яратиб берди.

Шундай қилиб, халқаро электрон тижорат глобал иқтисодиётнинг асосий йўналиши бўлиб, янги бизнес имкониятларини тақлиф қилади, савдо бозорини кенгайтиради ва глобаллашув жараёнини тезлаштиради. Шу билан бирга, у халқаро стандартларга риоя қилиш ва хавфсизликни таъминлаш зарурати каби қатор муаммоларни келтириб чиқаради. Бу халқаро электрон тижоратнинг долзарб тенденциялари ва муаммоларини чуқурроқ ўрганиш ва таҳлил қилиш муҳимлигини таъкидлайди.

Адабиётлар шарҳи.

Ҳозирги кунда электрон тижорат савдо соҳаси ва ҳар бир давлат миллий иқтисодиётининг энг жадал ривожланаётган сегментларидан бири бўлиб, замонавий ҳаётдаги рақамли ўзгаришларнинг таъсирини ифодалайди. Бир қатор тадқиқотчилар ҳатто буни “рақамли иқтисодиётнинг ривожланиш кўрсаткичи” деб ҳам аташади.

Невская (2020) фикрига кўра, замонавий жаҳон иқтисодиётининг барқарор тенденцияларидан бири унинг асосий таркибий қисмларини, биринчи навбатда, савдо операцияларини рақамлаштириш ҳисобланади. Бозорнинг барча иштирокчилари учун қўшимча қулайликлардан ташқари, янги технологиялар ва бизнес форматлар минтақавий, саноат ва жаҳон бозорлари фаолиятида ўзгаришларга олиб келади. Бундай ўзгаришлар ортидан қўшилган қиймат таркиби ўзгаради, рақобат, меҳнат бозорининг табиати ва тузилишига тубдан таъсир қилади ҳамда давлат томонидан тартибга солиш учун янги талабларни тақдим этади.

Электрон тижорат концепцияси 1960 йилларга бориб тақалади, лекин биринчи марта 1983 йилда Калифорниянинг Вулкан шаҳрида тижорат коммунал хизматлари қўмитаси йиғилишида шакллантирилган. Калифорния штати ассамблеяси аввалроқ қўмита таҳлилчилари Роберт Жейкобсон ва Жон Статтон томонидан ишлаб чиқилган «электрон тижорат» атамасини расман киритди. 1984 йилдаги «Электрон тижорат тўғрисида»ги қонун чиқарилди, унга «телекоммуникация тармоғи орқали товарлар ва

хизматларни харид қилиш» учун мўлжалланган «электрон савдо тизимлари» киради (Белов, 2021)

Электрон тижоратнинг амалга оширилиши даврида адабиётларда электрон тижоратнинг кўплаб таърифлари пайдо бўлди ва улар тўлдирилиб, бойитилиб борилмоқда. Масалан халқаро электрон тижоратни технологик нуқтаи назардан «маълумотлар алмашинувининг электрон воситаларидан фойдаланган ҳолда тижорат операцияларини такомиллаштириш ва ишлаб чиқариш жараёнларини бошқариш технологиялари» деб таърифлаш мумкин ёки “халқаро электрон тижорат – бу рақамли технологиялардан фойдаланган ҳолда ишлайдиган ва товарларни/хизматларни буюртма қилишни, тўловларни амалга оширишни ва бошқаларни ўз ичига олган бизнес операцияларининг тўлиқ ёпиқ циклини таъминловчи технология” (Крутин, 2018).

“Электрон тижорат” тушунчасининг ўзига хос хусусияти унинг ахборот технологияларидан фойдаланиш билан боғлиқ барча иқтисодий фаолиятга қўлланилишидир (Кубкина, 2012).

Успенский (2001) фикрига кўра, электрон тижорат деганда томонларнинг ўзаро ҳамкорлиги жисмоний алмашинув ёки тўғридан-тўғри жисмоний алоқа ўрнига электрон шаклда амалга ошириладиган ва бунинг натижасида маҳсулот ёки маҳсулотга эгалик қилиш ёки ундан фойдаланиш ҳуқуқига эга бўлган бизнес битимининг ҳар қандай шакли ёхуд хизмат бир шахсдан бошқасига ўтказилиши тушунилади.

Тадқиқотчи Абдурахмонов (2020-2024) ўз тадқиқотларида рақамли маконда юзбериши мумкин бўлган рискларни аниқлаш, уларни бартараф этишда суғурта механизмларини қўллаш бўйича кўплаб тадқиқотлар олиб борган.

Тадқиқот методологияси.

Тадқиқот жараёнида электрон тижоратга берилган тарифлар бўйича хорижий ва маҳаллий олимларнинг ишлари ўрганилди ва таҳлил қилинди. Мақолада назарий мушоҳада, тизимли ёндашув, кузатиш, умумлаштириш, таҳлил, синтез каби усуллар самарали қўлланилди, шунингдек электрон тижоратни ривожлантириш муаммолари ва уларнинг ечимлари борасида хулоса ва таклифлар шакллантирилган.

Таҳлил ва натижалар муҳокамаси.

Миллий ва жаҳон электрон бозорларни ривожлантиришда бутун жаҳон интернет тармоғи катта ва асосий ўринни эгаллайди. Ҳозирги кунда интернет маркетинг, савдо ва хизмат кўрсатиш соҳаларида туб ўзгаришлар юз бермоқда. Бунда интернетнинг асосий ролини қуйидагиларда кўриш мумкин бўлади, жумладан:

Биринчидан, жаҳон бозорига кириш имконияти. Интернет электрон тижорат платформаларига жаҳон бўйлаб мижозлар билан алоқа ва савдо қилиш имкониятларини бир неча баробарга оширади. Бу маҳаллий ишлаб чиқарувчиларни (хизмат кўрсативчиларни) ва бизнеснинг халқаро бозорларда рақобатбардошлигини осонлаштиради.

Иккинчидан, кўплаб савдо каналларини таъминлаш. Интернет орқали савдо қилиш, фойдаланувчиларга турли платформа ва иловалар орқали маҳсулотларни харид қилиш имкониятини яратади. Онлайн дўконлар, мобил иловалар ва ижтимоий тармоқлар орқали савдо қилишни таъминлайди.

Учинчидан, тезкор ва қулай харид қилиш. Интернет орқали харид қилиш жараёни, фойдаланувчиларга маҳсулот ва хизматлар ҳақида тез ҳамда осон маълумот олиш имконини беради. Бу ўз навбатида, савдо жараёнини тезлаштиради ва мижозлар учун кўплаб қулайлик яратади.

Тўртинчидан, рақамли маркетинг ва реклама имкониятлари. Интернет маркетинг ва реклама учун кенг имкониятлар тақдим этади. Маҳсулотлар ва хизматлар ижтимоий тармоқларда, онлайн реклама орқали ёки қидирув тизимларида реклама қилиш

имконини беради, бу эса бизнеснинг кенг аудиторияларга кириб боришига ёрдам беради.

Бешинчидан, маълумотларни таҳлил қилиш. Интернет орқали бизнес вакиллар мижозларнинг хатти-ҳаракатларини кузатиб бориш, уларнинг истак. хоҳиш ва эҳтиёжларини аниқлаш имкониятига эга бўлишади. Бу эса уларга ўз маҳсулотлари ва хизматларини кўрсатишни яхшилашга ёрдам беради.

Олтинчидан, тўлов тизимлари ва хавфсизлик. Интернет тижоратни хавфсиз ва қулай тўлов тизимлари орқали амалга ошириш имконини беради. Электрон тўлов тизимлари, карта тўловлари, криптовалюта ва бошқалар савдо жараёнини янада осонлаштиради.

Еттинчидан, ҳар қандай вақт ва жойда савдо қилиш имконияти. Интернет орқали савдо қилиш 24/7 ишлайди, бу мижозларга ҳар қандай вақтда харид қилиш имкониятини беради. Бундан ташқари, онлайн савдо ва сотиш жойга нисбатан чекловларни йўқ қилади.

Шу тариқа, интернет электрон тижоратни ривожлантиришда катта роль ўйнайди ва бизнесга кўплаб янги имкониятлар тақдим этади.

Кўплаб ривожланаётган мамлакатларда электрон тижоратни ривожлантиришга тўсиқ қилаётган омиллар деярли бир хилдир. Уларни умумлаштирган ҳолда айримларини келтириб ўтамиз, жумладан:

- онлайн иқтисодий жараёнлар иштирокчилари тайёргарликларининг паст даражаси;
- психологик омиллар (истеъмолчиларнинг ишончсизлиги, электрон тўлов тизимлари, интернетдаги фирибгарликлар, харидларни тез-тез рад этиш ҳолатлари);
- электрон харид қилиш тажрибасининг етишмаслиги (хатти-ҳаракат хусусиятлари ва харидларни амалга ошириш омиллари);
- интернет муҳитида савдони амалга ошириш учун тегишли тайёргарликка эга бўлган малакали, бошқарув ва маркетинг ходимларининг етишмаслиги.

Электрон тижоратнинг ривожланиши, чегараларнинг йўқ қилиниши, ягона иқтисодий маконнинг пайдо бўлиши орқасидан кўплаб миллий компанияларнинг анъанавий фаолият юритишлари кўплаб қийинчиликларга дуч келмоқда. Тўғри улар ҳам бир четда қараб тургани йўқ. Ривожланиш тенденцияларини ҳисобга олган ўз фаолиятларини ривожлантириб бормоқдалар. Бунда улар асосий эътиборни интернетдан фойдаланишга эмас, балки уни қайси жараёнларга жорий этиш ва бунда қандай ресурсларни жалб этиш масалаларини самарали ечишга қаратишмоқда.

Мавжуд муаммоларни умумлаштирган ҳолда уларнинг айримларини келтириб ўтишимиз ўринлидир (1-расм).

Расм маълумотларидан кўриниб турибтики, электрон тижоратнинг асосий муаммолари интернет ва ҳақиқий фаолият ўртасидаги муносабатларда намоён бўлади. Норматив-ҳуқуқий базанинг йўқлиги ёки етарли даражада ривожланмаганлиги электрон тижорат орқали сотиладиган товарларга нисбатан интеллектуал мулк ҳуқуқларини ҳимоя қилиш билан боғлиқ муаммоларни, шунингдек, шартномавий ва молиявий муаммоларни келтириб чиқаради. Буларнинг барчаси натижасида инвесторлар ва истеъмолчилар томонидан ишончсизликни келтириб чиқармоқда. Шунингдек, электрон пуллар ва интернет тўловлари муаммоси. Бу муаммо электрон тижорат пайдо бўлгандан бери мавжуддир. Шунинг учун электрон тижорат ўзининг электрон ёки виртуал кўринишдаги тўлов тизимига эга бўлиши муҳимдир.

Шундай муҳим муаммолардан бири бу логистикадир. Харидор ва сотувчи ўртасидаги ўзаро муносабатларнинг энг муҳим босқичи бу харид қилган товарни ёки хизматлари истеъмолчиларга этказиб беришдир. Этказиб беришни яъни логистика хизматини ташкил қилишнинг бир неча йўллари мавжуддир. Энг қизиқарлиси уларнинг

хар бири ўзининг ижобий ва салбий томонларига эгаллиги, яъни ягона универсал логистик тизимнинг мавжуд эмаслиги.

бозордан офф-лайн тижорат корхоналарни сиқиб чиқариши	харид қилинган маҳсулотларни етказишни кутиш ва логистика муаммолари	Истеъмолчилар-нинг интернетда сотиладиган маҳсулот (хизматларга) ишончсизлиги	Информацион маконда тизимнинг ишдан чиқиш rischi
электрон тижорат фаолият учун жаҳонда ягона ҳуқуқий базанинг йўқлиги	ЭЛЕКТРОН ТИЖОРАТ МУАММОЛАРИ		Информациялар-нинг кўплиги ва кўплаб сайтлар-нинг бир бирини такрорлаши
интеллектуал мулк ҳуқуқлари ва товар белгилари ҳимоя қилиш муаммоси	кўплаб ноқонуний “схемаларнинг” мавжудлиги сабаб бюджет солиқ йиғимларнинг келиб тушмаслиги	фрибгарлик учун кенг имкониятлар (платформа тизимларининг ҳимоя даражаларининг пастлиги)	махфийлик ва ахборот хавфсизлиги масалалари, айниқса молия-кредит соҳаларида

1-расм. Электрон тижорат муаммолари

Манба: эмперик адабиётлар таҳлили асосида муаллиф томонидан тайёрланди.

Етказиб бериш тўловдан кўра каттароқ муаммодир. Айнан етказиб беришдаги қийинчиликлар туфайли корхоналар ҳудудларда марказларга нисбатан камроқ товарларни сотадилар. Агар маҳсулот ёки хизматларни рад этишларининг умумий сонини оладиган бўлсак, уларнинг атиги 3 фоизи кредит карта орқали тўлаш имконияти йўқлиги сабабли, 70 фоизи эса етказиб бериш тизими йўқлиги сабабли содир бўлади. Ғарб тажрибаси шуни кўрсатадики, онлайн-дўконлар катта шаҳарлардан узоқда жойлашган истеъмолчилар томонидан кўпроқ фойдаланилади (Бондаренко ва Герега, 2021).

Бундай ҳолатларнинг олдини олиш учун кўпчилик тадбиркорлар кўплаб омборлар ва курерлик хизматини ташкил қилиш орқали ҳал қилишади, аммо бу кўп ҳолларда ижара ва иш ҳақи шаклида катта харажатларни талаб қилади. Бундан ташқари, онлайн-дўконларнинг истеъмолчилар аудиторияси камдан-кам ҳолларда битта ҳудуд ёки минтақа билан чегараланади. Қамровнинг ошиши сари мавжуд логистика тизимининг ҳам ўзгаришга ҳам олиб келиши мумкин. Бундай ҳолларда интернет тадбиркорлар тез етказиб бериш муаммоларини мустақил ҳал қилишлари керак бўлади, албатта бундай ёндашув кўплаб ресурсларни талаб қилади ва рискларнинг ошишига олиб келади, проварда эса маҳсулотнинг бошқа рақобатчиларга нисбатан тан нархининг ошишига олиб келади.

Шунингдек, “ишончсизлик синдроми” сабаб юзага келадиган қатор муаммолар ҳам мавжуддир. Сабаби бунда виждонсиз сотувчилар сифатсиз маҳсулотларни сотиш ёки сохта сайтлар орқали мижозларни йўқ бўлган товарларни (хизматлар) таклиф қилиши орқали уларни харид қилишга мажбур қилишади. Анъанавий савдода мижоз (харидор) маҳсулотни кўриши, ушлаб кўриши унинг хусусиятларини билиб кейин олишади, яъни бунда мижоз ва харидор ўртасида жонли мулоқат мавжуддир. Электрон тижоратда эса бевосита бундай алоқа мавжуд эмас. Электрон дўконларда бундай имкониятларнинг мавжуд эмаслиги, уларни қатор афзалликлардан маҳрум қилади.

Юқоридагилардан кўриниб турибтики, электрон тижорат бошқа савдо турлари орасида ўз ўрнини эгаллаб бўлди. Электрон тижоратнинг ўзига хос камчиликлари бўлсада, уларнинг деярли барчаси амалий ва инсон билан боғлиқдир.

Электрон тижорат савдо жараёнининг барча бўғинларини ўз иштирокчилари билан ягона занжирга боғлайди, чунки у стандартлаштириш, бизнес жараёнларини

автоматлаштириш тамойилларига риоя қилиш заруратини ўз ичига олади, бу эса пировардида юқори сифатли маълумот даражасини таъминлайди, иштирокчиларнинг харажатларини камайтиради ва товарларни сотиш жараёнини қулай воситасига айлантиради.

Пандемия шароитида электрон тижорат бозорларининг ўзгариши янги шароитларга мослашиш билан тўғридан-тўғри боғлиқликда кечди. Истеъмолчилар бундай салбий вазият таъсирида ўзларининг харид қилиш хулқ-атворларини ўзгартирдилар, шу билан ижтимоий тармоқлар, онлайн-дўконлар ва турли иловалар орқали савдо операциялари ҳажмининг ошиши савдоларнинг умумий ўсишига олиб келди. Ўз навбатида, пандемия кўп йилларга таъсир қиладиган омилларни белгилаб берди.

Электрон тижорат соҳаси доимий равишда ўзгариб, ривожланиб бормоқда, шунинг учун замонавий тенденцияларни кузатиб бориш ва уларга асосланиб янги бизнес стратегияларини жорий этиш керак бўлади.

Электрон тижорат тенденциялари қуйидагиларни ўз ичига олади:

1) Мобил тижорат. Сўнгги йилларда мобил қурилмалар учун браузер орқали веб-саҳифага киришдан анча қулайроқ иловалар яратилди. Мобил тижоратнинг ўсиши унинг қулайлиги билан боғлиқ, бу исталган жой ва вақтда телефондан шарҳларни ўқиш, маҳсулот тавсифларини ўрганиш ва буюртма бериш мумкиндир. Бозорга маҳсулотлар (хизматлар) етказиб берувчилар учун мобил платформалардаги контент ва операцияларни кузатиш ҳамда бошқариш учун кўпроқ ҳаракатчанликни таъминлайди, бу эса ўз навбатида самарадорлик ва сотиш ҳамжларини оширишга хизмат қилади.

2) Товар ва компонентларнинг визуал тавсифи. Бу шу билан аҳамиятлики, ҳатто сифатли ва яхши маҳсулот ҳам тўғри тақдим этилиши керак, акс ҳолда уни ҳеч ким сотиб олмайди. Шундан келиб чиқиб етказиб берувчилар (хизмат кўрсатувчилар) ўз маҳсулотларининг тавсифларига кўпроқ эътибор бера бошладилар. Маҳсулот тавсифларини оптималлаштириш учун тобора кўпроқ автоматик воситалар жорий этилмоқда. Масалан, маркетплейслардаги алгоритмлар етказиб берувчиларнинг маҳсулот карточкаларининг мувофиқлиги бўйича мустақил равишда солиштириш, хатолар ва ноаниқликларни қидириш имкониятига эгадир.

3) Сунъий интеллект. Платформадан фойдаланувчилар уларга ёрдам берувчи сунъий интеллект ишига катта қизиқиш билан эътибор қаратиб келишмоқда. Маркетплейс эгалари мижозларнинг эътиборини жалб қилиш учун бир қатор чоратадбирларни амалга оширмоқдалар, бу индивидуал, шахсийлаштирилган тавсиялар, чат-ботлар, овозли ёрдамчилар, ақлли қидирув ва бошқалар. Тадқиқотлар шуни кўрсатадики, харидорларнинг 71% қидирув тарихига асосланган шахсий таклифларга дуч келганда сайтни ўрганишда давом этадилар.

4) Етказиб бериш муддати ва харажатларининг қисқариши. Пандемиядан кейин етказиб бериш соҳаси жуда тез ривожланиш кўрсаткичларини намоён этди. Кўпгина мижозлар учун товарларни уйга етказиб бериш учун буюртма бериш ҳаётий заруратга айланди. Тез ва арзон (ёки бепул) етказиб бериш бошқаларга нисбатан рақобатбардош устунлик тақдим этади. Шуни қайд жоизки, харидорларнинг 18 фоизи етказиб беришнинг секинлиги, 60 фоизи эса товарларни етказиб беришнинг юқори қўшимча харажатлари туфайли харид қилишдан бош тортганлар. Маркетплейсни замонавий логистика хизматлари билан интеграциялаш муҳим афзалликларни таъдим этиши мумкин. Бунга Хитой тажрибасини келтиришимиз мумкин, масалан хитойнинг етказиб бериш компаниялари мамлакатнинг чекка ҳудудларига дрон орқали маҳсулотларни етказиб беришни синовдан ўтказишмоқда. Бундай фаолият етказиб бериш соҳасининг яқин истиқболдаги ривожланиш йўналишини белгилаб бермоқда.

5) Тўлов хизматларининг ривожланиши. Харидорлар учун тўлов тизимини танлаш имкониятининг мавжудлиги муҳим аҳамият касб этади. Бу ҳолат ҳозирги кунда

хам ўз долзарблигини сақлаб турибти. Бугунги кунда мижозлар тўловларни одатий банк карталари ёки бошқа замонавий усуллар бўлган QR-кодлар, тезкор тўлов тизимлари, ҳамда электрон ҳамёнлар орқали амалга оширишлари мумкин бўлмоқда.

6) D2C (*direct to customer, тўғридан-тўғри мижозга*) модел. Бу янги бизнес юритиш модели бўлиб, унда ишлаб чиқарувчи воситачиларсиз харидор (истеъмолчилар) билан бевосита мулоқот қилади. Ушбу модел логистика ва электрон тижоратдаги жараёнларни автоматлаштиришни, шунингдек, барча ўзаро таъсир каналларини ягона платформа доирасида бирлаштиришни ифодалайди.

7) Конвертацияни оптималлаштириш. 2022 йилда бозорга кириб келган машҳур CRO (*conversion rate optimization*) тенденцияси маркетплейсларда онлайн харид қилиш жараёнини имкони борича қулай қилишга ёрдам берди. Бундай янгиликнинг натижасида мижозларнинг товарлар етказиб берувчилар ва маркетплейсга эгалик қилувчи компаниялар тўғрисида ижобий фикрларини шакллантирдилар. Шунингдек, турли хил тадқиқотлар ва таҳлилларни ўтказиш фойдани оширишга, нотўғри қарорлар қабул қилиш хавфини камайтиришга ва мижозларнинг кўпроқ содиқлигини оширишга ёрдам беради.

8) PWA ни амалга ошириш. PWA (Progressive Web App) - бу мобил иловага ўхшаш веб-сайтдир. Ундан интернетга уланмасдан ҳам фойдаланиш мумкинлиги ва уни яратиш ҳамда қўллаб-қувватлаш компания учун бир неча баробарга арзонроқ бўлади. Бундан келиб чиққан ҳолда энди веб-ресурс ва смартфонлар (iOS, Android) учун иловани алоҳида яратиш шарт эмас.

9) Овозли ёрдамчини жорий этилиши. Бу соҳада етакчилик “Amazon”га тегишлидир. Бунда у ақлли динамиклар ёки бошқа уй қурилмаларига ўрнатилган “Alexa” овозли ёрдамчисидан фойдаланади. Унинг ёрдами билан мижоз уйдан чиқмасдан туриб овозли харидни амалга ошириши мумкин. Бундан ташқари “Amazon” бир тугмани босиш орқали такрорий буюртмаларни жойлаштириш имконини берувчи *Dash Button* қурилмасини жорий этди. Бундай технология кундалик товарларни сотиш соҳасида кенг талабга эга бўлиб бормоқда.

Шундай қилиб, электрон тижорат йил сайин ривожланишда давом этмоқда, бунинг натижасида ушбу соҳада бизнес юритишнинг ахборот-техник ва тартибга солувчи омиллари билан боғлиқ кўплаб муаммолар юзага келмоқда. Таъкидлаш жоизки, юқори рақобатбардош электрон тижорат бозорида ўз ўрнини сақлаб қолиш учун янги тенденциялар ва мижозларнинг ошиб бораётган эҳтиёжларига ўз вақтида жавоб бериш муҳим саналади. Электрон тижорат бизнесининг янада ривожланиши келажакда компания самарадорлигини ва мижозларга хизмат кўрсатиш сифатини оширадиган инновацияларни ривожлантириш билан бевосита боғлиқ бўлади. Шу сабабли, электрон тижоратни ривожлантириш тенденцияларини жорий этиш келажакда муваффақиятни кафолатлайди, бу эса бозорда етакчи ўринни эгаллаш имкониятини беради.

Хулоса ва таклифлар.

Электрон тижорат – бу иқтисодийнинг барча молиявий, савдо бизнес-жараёнлари ва операцияларини ўз ичига олган соҳаси бўлиб, улар ўз навбатида интернетда амалга оширилади. Бугунги кунда электрон тижорат соҳаси оммалашган ва ижобий ривожланиш динамикасини намоён этиб келмоқда. Шунингдек, ҳозирги кунда электрон тижорат жамият ҳаётининг ажралмас қисмига айланиб бўлди.

Электрон тижорат кўплаб тур ва йўналишларга бўлинади, уларнинг ҳар бири ўзига хос хусусиятларига ва қисмларига эгадир. Шуни таъкидлаш жоизки, электрон тижорат доимий ривожланишда, онлайн фойдаланувчилар сонининг ошиши электрон тижоратнинг янги йўналишларини ривожланишини таъминламоқда.

Электрон тижорат халқаро ва ички бозорлар бизнес соҳасида муҳим роль ўйнайди. Бу компанияларга ички бозорларда янада самарали ва мослашувчан бўлиш имконини

беради, шунингдек, электрон тижорат географик чегараларга қарамай, жаҳон бозорида истеъмолчи ва етказиб берувчилар ўртасида янги даражага кўтарилмоқда.

Таъкидлаш жоизки, юқори рақобатбардош электрон тижорат бозорида ўз ўрнини сақлаб қолиш учун янги тенденциялар ва мижозлар эҳтиёжлари, хоҳишларига тезда жавоб бериш керак бўлади. Электрон тижорат бизнесининг янада ривожланиши бу компания самарадорлигини ва мижозларга хизмат кўрсатиш сифатини оширишга қаратилган инновацияларни жорий этиш ҳамда уларни ривожлантириш билан боғлиқ бўлади.

Юқоридагилардан келиб чиқиб шуни айтиш мумкинки, электрон тижорат сўнгги йилларда жуда кўп ўзгаришларга учради, аммо бу соҳанинг фаолияти бугунги кунда энг муваффақиятли йўналишлардан бирига айланиб бормоқда.

Адабиётлар / Литература/Reference:

Abdurahmonov, I. (2020). *Efficiency of organizing the activities of insurance intermediaries in the development of insurance sector. International Finance and Accounting, (1), 5.*

Abdurakhmonov, I. (2020) "Prospects for applying new marketing technologies in the insurance industry," *International Finance and Accounting: Vol. 2020: Iss. 4, Article 6.* Available at: <https://uzjournals.edu.uz/interfinance/vol2020/iss4/6>.

Abdurakhmonov, I. (2020) "Regulation of the insurance market and implementation of effective mechanisms of prudential control," *International Finance and Accounting: Vol. : Iss. 2, Article 10.* Available at: <https://uzjournals.edu.uz/interfinance/vol2020/iss2/10>.

Abdurakhmonov, I. (2020). *Impact of insurance services on the development of real sector enterprises. International Finance and Accounting, (6), 7.*

Abdurakhmonov, I. (2020). *Methods and approaches to evaluating the insurance industry efficiency. International Finance and Accounting, (3), 7.*

Abduraxmonov, I. (2022). *Sug'urta sohalarining shakllanish tendensiyalari. MOLIYA VA BANK ISHI, 8(3), 60-67.*

Abduraxmonov, I., Abduraimova, M., & Abdullayeva, N. (2018). *Sug 'urta nazariyasi va amaliyoti. O'quv qo'llanma. Toshkent. "IQTDISOD-MOLIYA.*

Ilyas, A. (2018). *Competition in the insurance market of Uzbekistan. Asian journal of management sciences & education, 7(2), 56-61.*

Ilyas, A. (2018). *Insurance market analysis methods: case-study from Uzbekistan. SAARJ Journal on Banking & Insurance Research, 7(1), 59-68.*

Ilyos, A. (2019). *Fair tariff policy in insurance: Theory and methods of calculation. SAARJ Journal on Banking & Insurance Research, 8(2), 20-27.*

Khurshidovich, A. I. (2021). *Issues of innovative development of insurance in Uzbekistan. International Journal of Management IT and Engineering, 11(7), 91-96.*

Абдурахмонов И. Суғурта соҳасининг тараққиётида манфаатдор томонлар ва уларнинг стратегияси. (2025). *Ilg'or Iqtisodiyot Va Pedagogik Texnologiyalar, 2(1), 440-447.* <https://doi.org/10.60078/3060-4842-2025-vol2-iss1-pp440-447>

Абдурахмонов И.Х. (2020) Суғурта соҳасида маркетингнинг янги технологияларини қўллаш истиқболлари. "Халқаро молия ва ҳисоб" илмий журнали. №4, 1-10 б.

Абдурахмонов И.Х. (2022) Суғурта соҳасида рақамли технологияларни қўллаш истиқболлари. "Moliya va bank ishi" илмий журнал. №1, 95-99 б.

Абдурахмонов И.Х. (2022) Суғурта соҳасида янги рақобат кўринишлари: назарий асос ва иқтисодий таҳлил. "Moliya va bank ishi" илмий журнал. №2, 145-150 б.

Абдурахмонов, И. (2020). *Суғурта бозорини тартибга солиш ва пруденциал назоратнинг самарали механизмларини жорий этиш, "Халқаро молия ва ҳисоб" илмий электрон журнали, 2.*

Абдурахмонов, И. (2022). Суғурта соҳасида рақамли технологияларни қўллаш истиқболари. *MOLIYA VA BANK ISHI*, 8(1), 95–99. Retrieved from <https://journal.bfa.uz/index.php/bfaj/article/view/82>.

Абдурахмонов, И. (2023). Совершенствование практики страхования ответственности в Республике Узбекистан. *Каталог авторефератов*, 1(1), 1–20. извлечено от <https://inlibrary.uz/index.php/autoabstract/article/view/41252>.

Абдурахмонов, И. (2024). НЕИЗВЕСТНЫЕ НАМ РИСКИ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ. *Экономическое развитие и анализ*, 2(7), 230–239. извлечено от <https://inlibrary.uz/index.php/eitt/article/view/48792>.

Абдурахмонов, И. (2024). Страховой рынок: современное состояние и тенденции развитие. *Экономическое развитие и анализ*, 2(4), 309–319. извлечено от <https://inlibrary.uz/index.php/eitt/article/view/48500>.

Абдурахмонов, И. (2024). Суғурта соҳасини ривожлантириш истиқболлари. *Nashrlar*, 2(D), 12–15. <https://doi.org/10.60078/2024-vol2-issD-pp12-15>.

Абдурахмонов, И. Х. (2018). Суғурта назарияси ва амалиёти. Ўқув қўлланма. Т.:“Иқтисод-Молия” нашриёти, 23-24.

Абдурахмонов, И. Х. (2019). Теория и практика страхования. Учебник/–Т.:«Иқтисод молия», 353-354.

Абдурахмонов, И. Х. (2023). Ўзбекистон Республикасида суғурта тармоқларини ривожлантиришнинг концептуал асослари. Автореферат дисс... и. ф. д, 78.

Абдурахмонов, И.Х. (2024). Суғурта соҳасининг самарадорлигини баҳолаш. *TADQIQOTLAR. UZ*, 37(6), 161-167.

Белов В. А. (2021) Электронная торговля: понятие, правовое регулирование и судебная практика // *Вестник арбитражной практики*. № 4. С. 11–20.

Бондаренко И.А., Герезга П.В. (2021) Проблемы транзакций участников электронной коммерции в России. *Научно-образовательный журнал для студентов и преподавателей «StudNet» №4/2021*. 1-10 стр.

Крутин Ю. В. (2018) Электронная коммерция. Екатеринбург : РГППУ, 103 с.

Кубкина Ю.С. (2012) Электронная коммерция: роль, понятие, направления развития. *TERRA ECONOMICUS*. Том 10 № 2 Часть 2. 53-58 стр.

Невская А (2020) Цифровизация в торговле России и Европейского союза. *Современная Европа*, №4, с. 91–101.

Успенский, И. (2001) *Энциклопедия Интернет-бизнеса*. СПб.: итер, 61 с