

ELEKTRON TIJORAT: TUSHINCHASI, TURLARI VA HUQUQIY ASOSLARI

Avazova Sevinch

Toshkent davlat yuridik universiteti 2-bosqich talabasi

<https://doi.org/10.5281/zenodo.20377099>

ANNOTATSIYA: Ushbu tadqiqot elektron tijorat turlari rivojlanish bosqichlari uning iqtisodiyotning rivojlanishida o'рни va jahon bozoriga tasiri, elektron tijorat sohasida rivojlangan davlatlarda qaratilayotgan e'tibor tahlil qilingan. Maqolada O'zbekiston Respublikasining elektron tijorat sohasidagi qonunchilik hujjatlari tahlil qilinib, sohaning mamalakat iqtisodiyotidagi o'рни asosli va tushinarli yoritilgan. Shuningdek, maqolada jahon ya'ni Xitoy tajribasidan foydalangan holda Taobao platformasi misolida savdoning B2C va C2C modellari qiyosiy o'rganilgan. Maqolaning metodologik asosi sifatida statistik tahlil, adabiyotlar tahlili va case-study usullaridan foydalanilgan. Olingan natijalar elektron tijoratning raqamli iqtisodiyotni transformatsiya qilishdagi ahamiyatini ko'rsatib beradi va milliy platformalar (masalan, Uzum Market) rivoji uchun takliflar ishlab chiqishga xizmat qiladi.

Kalit so'zlar: elektron tijorat, e-commerce, raqamli iqtisodiyot, elektron shartnoma, B2C, C2C, B2B modellari.

KIRISH

Zamonaviy iqtisodiyotning jadal rivojlanishi axborot- kommunikatsiya texnologiyalarning keng qo'llanilishi bilan chambarchas bog'liq bo'lib bu jarayonda internetdagi elektron tijorat tizimlari muhim o'rin tutmoqda. Bugungi kunda axborot texnologiyalariga bo'lgan talab katta sur'atlar bilan oshib bormoqda va shuning natijasida iqtisodiy o'sishining faollashuvi, dunyo aholisi yashash darajasining yaxshilanishi axborot texnologiyalarning kundalik hayotimizga singib ketgani natijasidir. 1980-yillarda bir- biri bilan elektron hujjatlar almashinuvi individual foydalanuvchilar soni oshgandan so'ng 1990-yillarda eBay va Amazonning yuksalishi elektron tijorat sanoatida inqilob qildi. Elektron tijoratning jahon iqtisodiyotiga ta'sirini aniqlash, ushbu sohadagi dolzarb masalarni ko'rib chiqishdan avval **“elektron tijorat”**, **“elektron biznes”**, **“elektron tijorat”** kabi tushinchalarni izohlashimiz kerak. ¹Umuman olganda, elektron tijorat eketron beznisning bir ko'rinishi bo'lib, inson hayotini tubdan o'zgartirgan kuchli innovatsion jarayon hisoblanadi va u iqtisodiy sohada axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalari inqilobining asosiy mezonlaridan biridir. Elektron tijorat –axborot tizimlaridan foydalangan holda tovarlar, ishlar va xizmatlarni oldi-sotdi qilishning raqamli shakli bo'lib, global iqtisodiyotni transformatsiya qiluvchi asosiy omillardan biriga aylangan. Elektron tijoratdagi elektron hujjatlar, shuningdek, elektron shaklda qayd etilgan, o'z yuboruvchisini identifikatsiya qilish imkonini iberadigan axborot qog'ozda rasmiylashtirilgan va o'z qo'li bilan imzolangan hujjatlarga tenglashtiriladi hamda ulardan shartnoma tuzilganligining dalili sifatida foydalanishi mumkin. Shartnoma faqat axborot tizimlaridan foydalanilgan holda tuzilganligiga asoslanib, haqiqiy emas deb topilishi mumkin emas. Bu esa shartnomaning ishonchli ekanligini ta'minlovchi asosiy omillardan biri hisoblanadi. Elektron tijorat tovarlarning axborot tizimidan foydalangan holda elektron savdo marydonchasida shartnoma asosida amalga oshiriladigan oldi-sotti bo'lib elektron maydoncha esa yuqorida takidlaganimizdek ushbu

¹; https://tami.uz/matnga_qarang.php?id=229

tovarlar aylanadigan axborot tizimi. Elektron tijoratning asosiy prinsiplari quyidagilardan iborat:²

- elektron tijorat sohasida tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish erkinligi;
- elektron tijoratda shartnomalar tuzishning ixtiyoriyligi;
- elektron tijoratda ishtirok etish shart-sharoitlarining tengligi;
- elektron tijorat subyektlarining huquqlarini va qonuniy manfaatlarini himoya qilish;
- tovarlarning (ishlarning, xizmatlarning) tegishli darajadagi sifatini ta'minlash;
- elektron tijoratda jarayonlarning ochiqligi va shaffofligi

Elektron tijoratning asosiy faoliyati ushbu prinsiplar asosida amalga oshiriladi.

Elektron tizimning rivojlanishi har bir sohaning rivojlanishi va ushbu soha mutaxassisleri va oddiy aholi uchun bir qancha qulayliklar keltirib chiqaradi. Bu albatta axborot texnologiyalaridagi rivojlanish – elektron tijorat, mamalakat iqtisodiyotiga ayniqsa tadbirkorlik sohasida ko'plab yutuqlarga erishishga olib keladi. O'zbekiston iqtisodiyoti ham bundan mustasno emas. Yaqqol misol sifatida axborot texnologiyalarining bir qator segmentlari masalan, ma'lumotlar yetkazish tarmoqlari, axborot interknit- resurslari va ular orasidagi elektron hujjat almashuv, biznes va tijoratning barqaror rivojlanganligini ko'rsatish mumkin. Shu sababi ham elektron tijorat bugungi kunda jahon va o'zbekiston iqtisodiyotining eng jadal rivojlanayotgan va dolzarb sohalaridan biri hisoblanadi. U savdo-sotiqni an'anaviy do'konlardan raqamli platformalarga ko'chirib, tadbirkorlik uchun gangi imkoniyatlar ochmoqda.

USULLAR

Ushbu tadqiqot axborot texnologiyalar sohasining iqtisodiyotga ta'siri va elektron tijorat haqida bo'lib adabiyotlar tahlili, qiyosiy, statistik va case tahlili usularini qo'llagan holda olib boriladi.

Statisika

So'nggi yigirma yil ichida Amazon va eBay kabi electron tijorat platformasidan keng foydalanish onlayn chakana savdoning sezilarli o'sishiga yordam berdi. AQSH aholini ro'yxatga olish byurosi ma'lumotlariga ko'ra, 2011 yilda electron tijorat umumiy chakana savdoning 5 foizini tashkil etgan. 2020-yilga kelib COVID-19 pandemiyasi boshlanishi bilan chakana savdoning 16% dan ortig'iga ko'tarildi. 2025-yil holatiga ko'ra, jahon elektron tijorat bozori hajmi taxminan 5-7 trillion AQSH dollariga yetib, yillik o'sish sur'ati 8-10% atrofida saqlanmoqda. ³Bu o'sish nafaqat yirik kompaniyalar (masalan, Amazon, Alibaba) faoliyatini kengaytirishga, balki kichik va o'rta biznesning global bozorga chiqishga ham imkoniyat yaratmoqda.

Qiyosiy

Butun dunyoda elektron tijorat yuqori darajada rivojlangan davlatlar qatorida Xitoy eng katta e-commerce bozoriga ega davlat hisoblandi. Ushbu davlat tijorat platformalari juda mukammal raqamlashtirilgan bo'lib, mobil to'lovlar xavfsiz va rivojlangan. Xitoyning onlayn bozorlari B2B (biznes beznesga), B2C (biznes iste'molchiga) va gibrid modellar asosida ishlaydi:

² [O'RQ-792-coH 29.09.2022. Elektron tijorat to'g'risida](#)

³ https://inlibrary.uz/index.php/development_economy/article/view/16448

- ❖ **B2B (Business-to-Business):** ishlab chiqaruvchi va ulgurji sotuvchilar o'rtasidagi savdo – **Alibaba.com**
- ❖ **B2C (Business-to-Consumer):** korxonalar bevosita iste'molchiga mahsulot sotadi – **Tmall** va **JD.com**
- ❖ **Gibrid model:** B2B va B2C elementlarini birlashtiradi.

Masalan nafaqat Xitoy balki butun dunyoda keng foydalanilayotgan Taobao platformasi bo'lib, u 2003-yilda Alibaba Group tomonidan yaratilgan. Ushbu platforma C2C tizimi ya'ni iste'molchidan, jismoniy shaxslar va kichik biznes vakillari o'z mahsulotlarini bevosita iste'molchilarga sotishadi. Sotuvchilari kichik biznes vakillari hunarmand va xususiy shaxslar bo'lib, ularning mahsulotlarini ushbu tijorat maydonchasida tovar aylanishi orqali sotib olishchi bo'lgan oddiy fuqarolar va shuningdek kargo xizmatlari orqali butun dunyodan xaridorlar sotib oladi. Ushbu platformaning ommalashishi va butun dunyo fuqarolari tomonidan foydalanishining asosiy sabablaridan biri Xitoy savdo bozorida ishlab chiqarish sifati va narx masalasida juda yetakchi va qulay davlat hisoblanadi. Shu munosabat bilan Taobao platformasining mahsulotlari sifatli va narx past shuningde, barcha bitimlar uchun to'lov **Alipay** tizimi orqali amalga oshiriladi, bu esa to'lov ishonchli va qulay, negaki bu tizimda xaridorning pullari mahsulot yetib kelgunga qadar himoya qilinadi. Talab yuqori bo'lishining asosiy sabablarida biri platformada mahsulot rasmining asl ko'rinishi, shuningdek ushbu rasmlar qidirish funksiyasi orqali joylashtirilgan bu xitoy tilini bilmaydiganlar uchun qulayliklar yaratadi.

Ammo yuqorida aytib o'tilganidek, mahsulot haqida tafsilotlar va hamma ma'lumotlar Xitoy tilida xaridorga ancha noqulayliklar keltirib chiqaradi. Taobao tovarlarini faqat Xitoy bo'ylab yetkazib beradi. Boshqa davlat xaridorlari esa logistika tizimidan ya'ni kargo shaklidan foydalanadilar. Ro'yxatdan o'tish tizimining ba'zan chet el davlat raqamlari bilan akaunt ochish yoki uni blokdan saqlash murakkab bo'lishi mumkin.

Adabiyotlar tahlili

O'zbekiston Respublikasi qonunchiligida ham elektron tijoratga quyidagicha ta'rif berilgan "Axborot tizimlaridan foydalangan holda tuziladigan shartnomaga (bundan buyon matnda elektron tijoratdagi shartnoma deb yuritiladi) muvofiq amalga oshiriladigan tovarlar (ishlar, xizmatlar) oldi-sotdisi elektron tijoratdir"

Ushbu qonun elektron tijorat sohasini tartibga soluvchi asosiy qonunchilik hujjati bo'lib unda elektron shaklda tuzilgan birim va shartnomalar qog'oz shakli bilan bir xil yuridik kuchga ega ekanligi belgilab o'tilgan, shuningdek, Elektron tijorat elektron hujjat elektron xabar kabi tushinchalarga ilk bor qonuniy tarif berilgan. Sotuvchi, xaridor va axborot tizimi operatorlarining majburiyatlarini qonun bilan mustahkamlangan.

Vazirlar mahkamasining ushbu qarori 2016-yil 2018-yillar oralig'ida ushbu sohani rivojlantirishning aniq yo'nalishlarini o'z ichiga olgan bo'lib, elektron savdodagi byurokratiyani kamaytirish va ularning faoliyatini yaxshilash uchun sharoit yaratish shuningdek, milliy tovarlarni xalqari platformalar orqali sotishga zamin yaratishga asosiy e'tiborni qaratish uchun asosiy maqsadlar tizimi sifatida ishlab chiqilgan.

Ushbu Vazirlar Mahkamsi qarori va Prezident farmoning mazmuni va qabul qilinishidan maqsad, elektron tijorat sohasiga yengilliklar berish va uning rivjiga jiddiy e'tibor qaratish u bilan shug'illanaayotgan tadbirkorlardan maxsus letsinziya olish talabini olib tashlash va

ularga erkinliklar berish. Shuningdek, ushbu qonun hujjatlarida elektron tijorat milliy reyesterida bo'lgan korxonalar uchun soliq imtiyozlari ham joriy etish haqida keltirib o'tilgan.

Case tahlili

“24 soatlik yetkazib berish va'dasi”

Uzum Market o'zining asosiy brend va'dasi sifatida "Ertagayoq yetkazib beramiz" (24 soat ichida) shiorini tanlagan. Bu strategiya ularni bozorda yetakchi qildi. 2023-yil dekabr oyi o'rtalarida "Yilning eng yirik chegirmalari" va Yangi yil oldi xaridlari boshlandi. Buyurtmalar soni kutilganidan 5-6 barobar ortib ketdi. Natijada saralash markazida tovarlarni qadoqlashga ulgurishmadi. Viloyatlariga yuk tashiydigan yuk mashinalari yetishmadi. Punktlarda tovarlarni joylashtirishga joy qolmadi, xaridorlar navbatda 1-2 soatlab qolib ketishdi. Minglab odamlar bayram sovg'alarini va'da qilingan vaqtda olaolmadilar va ijtimoiy tarmoqlarda Uzum Marketga nisbatan salbiy izohlar to'lib ketti. Ushbu vaziyatda shunday savol tug'iladi? Bunday eng yuqori yuklamalar paytida logistikani qanday optimallashtirish mumkin? Kechikkan buyurtmalar uchun mijozlarga kompensatsiya (promokod yoki keshbek) berish kompaniya uchun qanchalik to'g'ri strategiya?

Bunday vaziyatda sayt va ilovada "24 soatda yetkazib berish" bannerini vaqtinchalik olib tashlash va savatchada real muddatni ko'rsatish shuningdek, o'z kuryerlaridan tashqari uchunchi tomon logistika kompaniyalari bilan shoshilinch shartnomalar tuzish. Ombor va saralash markazlariga vaqtinchalik ishchi kuchini jalb qilish kerak. Uzum ayana shunday qildi ya'ni talabalarni vaqtinchalik maoshli ishlarga chaqirdi. Elektron tijoratda mijozni jalb qilish uni saqlab qolishdan ko'ra ancha qimmatga tushadi. Agar mijoz bayram sovg'asini ololmasa va kompaniya indamasa, u ilovani o'chirib tashlaydi. Inson psixologiyasi shunday: agar unga nisbatan xatolik bo'lsa va bu moddiy tomondan "yuvilsa", uning brendga bo'lgan g'azabi pasayadi va hatto "adolatli kompaniya" degan ijobiy fikr paydo bo'lishi mumkin.

Uzum Market uchun bu vaziyatda promokod berish — eng arzon va samarali marketing vositasi edi. Chunki reklama berib yangi mijoz topish, g'azablangan mijozni tinchlantirishdan ko'ra qimmatroqdir. Uzum market ha ham ushbu vaziyatda sghunday yo'l tutib, vaziyatni yashirishmadi. Rasmiy kanallarda kechikishlar borligini tan olishdi, logistika markaziga qo'shimcha 500 dan ortiq xodimni shoshilinch ishga olishdi va kechikkan har bir mijozga uzr so'rash sifatida maxsus promokodlar tarqatishdi. Bu qadam salbiy to'liqinni pasaytirishga yordam berdi.

Natijalar

Tadqiqot natijasida elektron tijorat nima, uni kelib chiqishi, turlari va hozirgi kundagi o'rni rivojlanish tendinsiyalari shuningdek uni rivojlantirish uchun qabul qilinayotgan qonun hujjatlari, xorijiy davlatlarda undan foydalanish darajasi va o'zbekiston iqtisodiyotida tutgan o'rni haqida o'rganib tahlil qilindi va quyidagi ma'lumotlarga ega bo'lindi.

Elektron tijorat termini juda keng tushuncha bo'lib, unga ko'pgina ta'riflar berilgan. Keltirilgan ta'riflarni aksariyatida internet orqali amalga oshirilgan har qanday savdoga yoki tranzaksiyaga elektron tijorat deb aytiladi.

Elektron tijorat deganda kompyuter tarmoqlari yordamida amalga oshiriladigan barcha moliyaviy va savdo operatsiyalari va bunday operatsiyalar bilan bog'liq biznes jarayonlarini o'z ichiga olgan iqtisodiyot sohasi tushuniladi. Yuqorida aytib o'tganimizdek elektron tijoratda tovarlarni sotuvchi, xizmatlarni yetkazib beruvchi yoki ishlarni bajaruvchi sifatida ishtirok etuvchi yuridik yoki jismoniy shaxslar (bundan buyon matnda sotuvchi deb yuritiladi),

shuningdek elektron tijoratda tovarlarning (ishlarning, xizmatlarning) xaridori, iste'molchisi sifatida ishtirok etuvchi yuridik yoki jismoniy shaxslar (bundan buyon matnda xaridor deb yuritiladi) elektron tijorat ishtirokchilari hisobladi. Shuningdek ushbu tijorat elektron bo'lganligi bois kichik biznes vakili va jismoniy shaxs, jismoniy shaxs va jismoniy shaxs va yuridik shaxs va yuridik shaxs yoki tadbirkorlar o'rtasida onlayn birtim asosida amalga oshirladi. Uning oddiy tijorat va biznes shaklidan farqlari haqida gapirib o'tadigan bo'lsak:

Elektron tijoratning an'anaviy savdo turidan quyidagi xarakterli xususiyatlari bilan farqlanadi:⁴

- xaridor o'ziga qulay vaqt, joy va tezlikda mahsulotni tanlash va sotib olish imkoniyatiga ega;
- savdo-sotiq faoliyatini ish faoliyati bilan birga parallel ravishda, ya'ni ishlab chiqarishdan ajralmagan holda olib borish imkoniyati mavjud;
- ko'p sonli xaridorlarning bir vaqtning o'zida bir nechta firmalarga murojaat qila olishi. Bu ko'p sonli xaridorlarning aloqa vositalari yordamida sotuvchilar bilan muloqotda bo'lish imkoniyati;
- kerakli mahsulotlarni tezlikda izlab topish va shu mahsulotlari bor firmalarga murojaat qilishda texnika va transport vositalaridan samarali foydalanish, mahsulotlarni bir joyga yig'ish va ularni sotib olishda aniq manzillarga murojaat qilish. Ortiqcha vaqt va xarajatlarni kamaytiradi;
- xaridorning yashash joyi, sog'lig'i va moddiy ta'minlanish darajasidan qat'iy nazar hamma qatori teng huquqli mahsulot sotib olish imkoniyati;
- elektron tijorat sotuvchining mahsulotlarini (ish, xizmatlarini) sotish jarayonidagi imkoniyatini yanada kengaytiradi va yangilaydi. Endi sotuvchi mahsulotlarini sotish jarayonini tezlashtirishi, yangi va sifatli mahsulotlarni muntazam almashtirishi, mahsulotlarning aylanma xarakatini tezlashtirishi kerak bo'ladi.

Elektron tijoratning rivojlanish darajasiga global tarmoqning kirib borish darajasi va foydalanuvchilar soni kabi ko'rsatkichlar bevosita ta'sir ko'rsatadi. Texnik nuqtai nazardan, O'zbekiston Respublikasi interneti mamlakatda elektron tijoratni rivojlantirishga tayyor. O'zbekiston Respublikasi hududining katta qismi internet bilan qamrab olingan: internetdan foydalanuvchilar sonining tezlik bilan o'sishi va axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining rivojlanishi kuzatilmoqda, bu tovarlar va xizmatlarni xarid qilish uchun zamonaviy axborot va kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalanadigan potensial xaridorlar soniga o'zining ijobiy ta'sirini ko'rsatmoqda.

⁴<https://cyberleninka.ru/article/n/sberbankning-zamonaviy-boshqaruv-modellaridan-foydalanish-tajribasi-va-uning-samaradorligi-tahlili/viewer>

Худудлар	2019 йил	2020 йил	2021 йил
Республика бўйича жами:	150	476	544
Қорақалпоғистон Республикаси	-	10	10
Андижон	-	5	12
Бухоро	-	6	23
Жиззах	1	10	9
Қашқадарё	1	9	13
Навоий	2	9	10
Наманган	3	31	28
Самарқанд	4	28	31
Сурхондарё	-	8	6
Сирдарё	1	8	8
Тошкент	6	37	44
Фарғона	3	32	40
Хоразм	1	10	9
Тошкент ш.	128	203	301

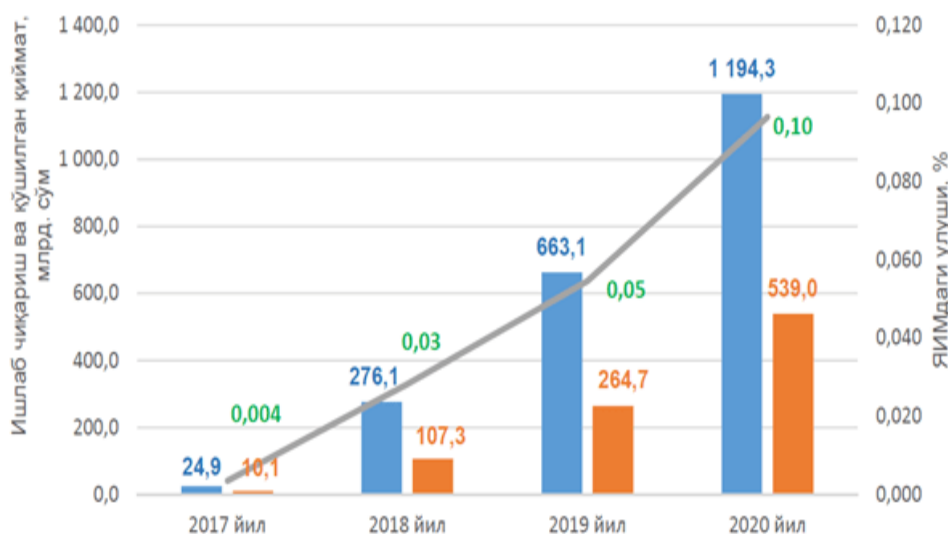
1-rasm. Elektron tijorat sohasida internet orqali taqdim etiladigan xizmatlar ko'rsatgan korxonalar va tashkilotlar soni, birlik.

5

Mahalliy onlayn do'konlarni tashkil etish darajasi doimiy ravishda oshib bormoqda. O'z mahsulotlari yoki xizmatlarini sifat va vizual idrok etishning yuqori standartlariga javob beradigan onlayn do'konlar soni ortib bormoqda. Bu bozorning turli segmentlarida raqobat darajasining oshishi bilan bog'liq. Shu sababli, bozorda o'z mavqeini saqlab qolish uchun ishbilarmonlar doimiy ravishda o'z bizneslarini rivojlantirishlari va shu bilan O'zbekiston Respublikasida elektron tijoratning rivojlanishiga hissa qo'shishlari kerak. Bugungi kunga kelib, onlayn do'konlarni yaratish mahalliy onlayn biznesning istiqbolli yo'nalishlaridan biridir. Texnologiyaning jadal rivojlanishi iste'molchilarning ushbu sohaga qiziqishining kutilmagan o'sishiga olib keldi.

⁵<https://cyberleninka.ru/article/n/o-zbekistonda-elektron-tijoratning-huquqiy-asoslarini-takomillashtirish/viewer>

Электрон тижорат



2-rasm. Respublikada elektron tijorat daromadlari statistikasi

Review.uz internet nashrining xabar berishicha 35 milliondan ortiq aholiga ega bo'lgan O'zbekiston Respublikasida internet foydalanuvchilari soni 27,2 milliondan oshgan. Shundan mobil internet foydalanuvchilari soni 25,3 million kishini tashkil etadi. Bugungi kunga kelib 95 foiz aholi maskanlari mobil internet bilan qamrab olingan, 54 foiz uy xo'jaliklarida yuqori tezlikdagi internetga ulanish imkoni yaratilgan. Elektron tijoratni rivojlantirish imkoniyatlarini baholash uchun nafaqat Internet tarmog'iga ulanish va tashkilotlarning zamonaviy kompyuterlar bilan texnik jihozlanishi, balki veb-sayt va elektron pochta manzilining mavjudligi ham katta ahamiyatga ega. Saytda taqdim etilgan yoki taqdim etilayotgan tovarlar va xizmatlar yuzasidan jamoatchilik fikrini aniqlash uchun so'rovlar o'tkazishi mumkin; – reklamaga, kompaniyaning o'ziga va mahsulotiga munosabat; – tezkor buyurtma Ta'kidlash joizki, respublika miqyosidagi onlayn xaridlarning aksariyati mahalliy do'konlardan amalga oshiriladi⁶. O'zbekiston Respublikasidagi onlayn-xaridorlar uchun asosiy mamlakat Xitoy xisoblanadi. Xitoyning takomillashgan platformalari bilan qiyoslab tahlil qiladigan bo'lsak, Taobao asosan vositachi rolini bajaradi ya'ni sotuvchi va xaridor o'rtasidagi elektron savdo maydonchasi orqli Tovar almashinuvi kuzatiladi, ammo o'zbekistondagi ko'plab elektron tijorat platformalarida alohida omborxonalar bo'lib to'g'ridan to'g'ri sotuvchi va iste'molchi bilan bog'lanmagan. Logistika tarmog'i ham Xitoyda ancha takomillashgan bo'lib butun xitoy bo'ylab bir kun ichida yetkazib berish tizimi shuningdek chet davlatlariga ham kargo tizimlari mavjud. Himoya tizimining mustahkamligidan yana bitta yaqqol dalil bu to'lov eng yirik raqamli hamyonlardan biri bo'lgan AliPay orqali amalga oshirilishi hisoblanadi. Ushbu ma'lumotlarga e'tibor qaratib Xitoy O'zbekistonga qaraganda ancha elektron tijorat sohasida rivojlandan davlat bo'lishiga qaramasdan o'zbekistonda ham Uzum Market "Xitoy Taobaosi" maqomiga erishib ulgurgan va o'zbekistonda ham ushbu soha rivojlanish bosqichida hisoblanadi.

MUHOKAMA

Yuqorida keltirilgan usullarni o'rganish metodlarni qo'llash orqali bir qancha ma'lumot va natijalarga ega bo'lindi. Ya'ni elektron tijorat qanday ishlaydi uning rivojlanishidan iqtisodiy

⁶ [ELEKTRON TIJORAT TUSHUNCHASI VA USHBU SOHANI O'ZBEKISTONDA RIVOJLANTIRISHNING AHAMIYATI](#)

va ijtimoiy sohalarga nima naf va ulardan foydalangan davlatlar qanday iqtisoyi o'shishga ega bo'lishganligi haqida natijalar qismida o'rganildi. Ushbu qismda esa natijalarni muhokama qilamiz.

Xo'sh, Elektron tijorat platformalari qanday ishlaydi. Elektron tijorat internitdan quvvatlanadi. Mijozlar o'z qurilmalari orqali mahsulot yoki xizmatlarnij ko'rib chiqish va buyurtma berish uchun onlayn- do'konga kirishadi. Buyurtma berilganda, mijozga veb – brauzeri elektron tijorat veb- saytini joylashtirgan server bilan oldinga va orqaga bog'lanadi. Buyurtmaga tegishli ma'lumotlar buyurtma menejeri deb nomlanuvchi markaziy kompyuteriga 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 yetarli ekanligiga ishonch hosil qilishdir. Bu elektron platformalarda savdo tizimining ishlash jarayoni edi. O'zbekistondagi endg ommalashgan platforma sifatida **Yandex Go** va **Uzum Market** tizimlarini keltirish mumkin.

Masalan, **Uzum Market** sotuvchilari ikki xil usulda ishlashi mumkin.

Sotuvchi tovarlarini Uzumning omborxonasiga yetkazib beradi. Buyurtma tushganda, uzum xodimlari maxsulotni qadoqlaydi va bir kun ichida xaridorga yetkazib beradi.

Ikkinchi usulda esa, sotuvchi tovarlarni o'z omborida saqlaydi va buyurtma tushganda ularni Uzumning qabul qilish punktlariga o'zi yetkazib beradi. Bu model katta hajmli yoki maxsus saqlash sharoitini talab qiladigan tovarlar uchun qulay.

Sotuvchi sifatida ishlash uchun MCHJ, YaTT yoki o'zini o'zi band qilgan shaxs sifatida ro'yxatdan o'tish va elektron raqamli imzo (ERI) bo'lishi kerak. "Seller Central" shaxsiy kabineti orqali tovarlar tavsifi va rasmlari joylanadi. Uzum Market butun mamlakat bo'ylab 200 dan ortiq shaharlarni qamrab olgan va o'zining yetkazib berish punktlariga ega. Xaridorlar naqd, karta orqali yoki **Uzum Nasiya** tizimidan foydalanib bo'lib to'lashlari mumkin. Platforma sotuvdan o'z komissiyasini oladi va qolgan mablag'ni sotuvchining hisob raqamiga o'tkazib beradi.⁷

Yuqorida Usullar qismida aytib o'tganimiz kabi ushbu ttijoratda Xitoy keng miqyosda foydalanadi va Uzum Market faqat o'zbekiston miqyosida foydalanilsa **Taobao**, **1688.com**, **Tmall** kabi platformalar jahon bozoridagi eng yirik E-commercelar hisoblanadi va ular ushbu davlat ichida kuryerlar va boshqa yetkazib beriish tizimlaridan foydalansa boshqa davlatdagi mijozlari esa kargo ya'ni logistikadan keng foydalanishadi. Bundan ko'rinib turibdiki elektron tijorat anaviy tijoratga qaraganda ancha samarali va iqtisodiyotning rivojlanishining kuchli omili bo'la oladi.

XULOSA

Ushbu maqolada elektron tijorat sohasinini uning turlari uning rivojlanish tendensiyasini o'rganish davomida, ko'plab ushbu sohadagi olim va mutaxassislarining fikrlarini o'rganib chiqib, shuningdek, ushbu sohani tartibga solish va uning takomillashtirish uchun qabul qilinayotgan

⁷<https://cyberleninka.ru/article/n/o-zbekistonda-elektron-tijoratning-huquqiy-asoslarini-takomillashtirish/viewer>

hujjatlarning asosiy maqsadlarini ko'rib chiqib shunday xulosaga keldikki, elektron tijorat har bir davlatning axborot texnologiyalarining rivojlanishi narijasida aholi, kichik va yuqori biznes vakillarining ovvoragarchiliklarini kamaytirish, uzoqni yaqin qilish, qulay narx siyosati shuningdek, xavfsiz to'lov tizimi bilan ta'minlab berar ekan. Uning rivojlanishi jahon bozorida an'anaviy tijorat tizimiga nisbatan ancha samaraliroq bo'lib, davlatlarning iqtisodiyotini jahon bozorida yuqori o'rinlarda bo'lishi uchun yaxshi imkon yaratadi.

Adabiyotlar, References, Литературы:

1. Rayport J.F., Jaworski B.J. Introduction to e-commerce. - McGraw-Hill Irwin marketpaceU, 2014
2. Schueffel P. Taming the Beast: A Scientific Definition of Fintech // Journal of Innovation Management. 2017. o.4, N.45
3. Akramov, A., Mirzaraimov, B., Akhtamova, Y., M.A. (2020)
4. Protects For The Development Of Trust Management In Uzbekistan. *Psychology and Education Journal*, 57(8), 530-535
5. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarori, 02.06.2016 yildagi 185-son
6. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Qarori, 14.05.2018 yildagi PQ-3724-son
7. Kiber huquq: o'quv qo'llanma / Abdixakimov Islombek Bahodir o'g'li. - T.: TDYU nashryoti, 2025. - 418b.