

ELEKTRON TIJORATNI RIVOJLANISHIGA TA'SIR ETUVCHI OMILLARNI ANIQLASH

Ravshanova Muhayyo Maxmanazarovna

Iqtisodiyot va pedagogika universiteti o'qituvchisi

E-mail: muhayyo.ravshanova@mail.ru

orcid.org/0009-0002-2385-5485

Annotatsiya

Mazkur maqolada elektron tijoratning bugungi kundagi dolzarbligi va ahamiyati haqida ham tushunchalar taqdim etilgan. Innovatsion iqtisodiyot sharoitida elektron tijorat tizimini rivojlantirishga turli omillar ta'sirini o'rganish bo'yicha ekonometrik tahlillar amalga oshirilgan. Muallif elektron tijorat va uning rivojlanishiga ta'sir etuvchi omillarni tizimlashtirgan va ularga ta'rif bergan. Xususan, elektron tijoratni rivojlantirishga ta'sir qiluvchi asosiy omillar sifatida texnik, raqamli infratuzilma, iqtisodiy, ijtimoiy, huquqiy, siyosiy hamda madaniy omillarning ta'siri baholangan.

Kalit so'zlar: elektron tijorat, model, ko'p omilli regressiya tenglamasi, innovatsion iqtisodiyot, natijaviy va ta'sir etuvchi omil, internet, onlayn savdo.

Аннотация

В статье также дается представление об актуальности и важности электронной коммерции сегодня. Был проведен эконометрический анализ с целью изучения влияния различных факторов на развитие системы электронной коммерции в инновационной экономике. Автор систематизирует и дает определение электронной коммерции и факторам, влияющим на ее развитие. В частности, в качестве основных факторов, влияющих на развитие электронной коммерции, оценивалось влияние технических, цифровых инфраструктурных, экономических, социальных, правовых и политических, культурных факторов.

Ключевые слова: электронная коммерция, модель, многофакторное регрессионное уравнение, инновационная экономика, результативный и влияющий фактор, интернет, онлайн-торговля.

Abstract

This article also presents concepts about the relevance and importance of e-commerce today. Econometric analyses were conducted to study the impact of various factors on the development of the e-commerce system in an innovative economy. The author systematized and defined the factors influencing e-commerce and its development. In particular, the impact of technical, digital infrastructure, economic, social, legal and political, and cultural factors was assessed as the main factors influencing the development of e-commerce.

Keywords: e-commerce, model, multiple regression equation, innovative economy, dependent and independent variable, internet, online trade.

KIRISH

O'zbekiston iqtisodiyotini rivojlantirish borasida keng ko'lamli islohotlarni amalga oshirish jarayonida axborot texnologiyalari va internet tarmoqlari orqali iste'molchilar, kichik biznes va tadbirkorlik subyektlari hamda Davlat soliq xizmati

organlarining uyg'unlashgan faoliyati alohida ahamiyat kasb etadi. Savdo va xizmat ko'rsatish sohasini yanada erkinlashtirish, uning hajmini keskin oshirish, tahlil tizimlariga zamonaviy axborot texnologiyalarini keng joriy qilish hamda ushbu sohada jamoatchilik nazoratini amalga oshirish uchun zarur shart-sharoitlar yaratish, savdo xizmatini ko'rsatish shaffofligini ta'minlash, tadbirkorlik subyektlarining savdolarda teng imkoniyatlarini ta'minlash, ayniqsa davlat xaridlari tizimida elektron savdolardan foydalanish bugungi kunning muhim vazifalaridan biri hisoblanadi [1].

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-sentyabr PF-158-son "“O'zbekiston — 2030” strategiyasi to'g'risida”gi Farmoni ¹ bilan tasdiqlangan "“O'zbekiston – 2030” strategiyasining 57-maqsadi sifatida "“Raqamli texnologiyalarni rivojlantirgan holda mamlakatni mintaqaviy IT-HUB ga aylantirish”, bunda "“BMTning elektron hukumat reytingida TOP-30 talikka kirishga erishish” maqsadlari belgilangan. Olib borilgan islohotlar natijasida xorijiy kapital ishtirokidagi korxonalar soni 2017-yilga nisbatan 8,5 barobar o'sib, ularning soni mingtadan oshgan. Bugun soha vakillarining har o'ntadan bittasi shunday xalqaro korxonalar. Shuningdek, yetti yil avval 12 ta eksportchi korxonalar bo'lgan bo'lsa, bu yil 650 ta bo'ldi. Yil yakuni bilan axborot texnologiyalari va aloqa xizmatlari eksporti 900 million dollardan oshishi belgilab berilgan [2].

Raqamli texnologiyalarning rivojlanishi va internet tezligining oshishi natijasida mamlakatda elektron tijoratning rivojlanishiga sabab bo'lgan. Aholi o'rtasida onlayn savdolar, ya'ni internet do'konlarning samaradorligi ijobiydir. Shu sababdan, oflayn savdo yurituvchi do'konlar ham elektron platformalardan foydalangan holda o'z tadbirkorlik faoliyatini olib bormoqda. Ushbu tadbirkorlik yo'nalishida kompyuter texnologiyalari va mobil aloqa vositalarining o'rni beqiyosdir. Mazkur raqobat shaklida innovatsion usullarni qo'llash raqobatda ustunlikni saqlab qolish imkonini beradi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Elektron tijoratni rivojlanishiga omillar ta'sirini baholash borasida so'nggi yillarda keng ilmiy tadqiqotlar olib borilmoqda.

Yaser Ahangari Nanekaran o'zining "An Introduction to Electronic Commerce" asarida elektron tijoratni inson hayotini tubdan o'zgartirgan kuchli tushunchalar va jarayon sifatida ta'riflaydi. Ushbu asarda elektron tijoratning asosiy tushunchalari, tarixi, tuzilmalari, modellari, afzalliklari va cheklovlari batafsil yoritilgan. Muallif, shuningdek, elektron tijoratning iqtisodiyotdagi o'rnini va uning axborot texnologiyalari hamda telekommunikatsiya tarmoqlari bilan aloqasini ta'kidlaydi. Mazkur tadqiqot elektron tijoratning nazariy va amaliy jihatlarini o'rganishga qiziquvchilar uchun muhim manba hisoblanadi [3].

Jeffrey B. Ritter o'zining 1992-yilda "Defining International Electronic Commerce" nomli maqolasida elektron tijoratni xalqaro miqyosda tovarlar va xizmatlarning raqamli platformalar orqali almashinuvi sifatida ta'riflaydi. Ushbu

¹O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-sentyabr PF-158-son "“O'zbekiston — 2030” strategiyasi to'g'risida”gi Farmoni <https://lex.uz/ru/docs/-6600413>

maqolada muallif elektron tijorat texnologiyalarining xalqaro savdoda an'anaviy to'siqlarni qanday yengib o'tayotgani va biznes amaliyotlarini qanday o'zgartirayotganini tahlil qiladi. Riturning ta'kidlashicha, elektron tijorat kompyuter va telekommunikatsiya tizimlarining funksional imkoniyatlarini birlashtirib, kompaniyalarga qog'oz hujjatlar o'rniga elektron shaklda ma'lumot almashish imkonini beradi. Bu esa tijorat operatsiyalarini muzokara qilish, tasdiqlash va bajarishda aniqlik, tezlik va samaradorlikni sezilarli darajada oshiradi. Shuningdek, elektron tijorat geografik, lingvistik va madaniy farqlar kabi xalqaro savdoda uchraydigan an'anaviy to'siqlarni bartaraf etishga yordam beradi. Muallif xalqaro elektron tijoratni rivojlantirish global savdo hamjamiyati uchun yuqori ustuvor vazifa ekanligini ta'kidlaydi [4, 5].

Iqtisodchi olimlardan Raximov A.N., Ravshanova M.M., Rahimov A.M., G'.X. Maxmatqulovlarning ilmiy qarashlarida har qanday ijtimoiy-iqtisodiy, moliyaviy, texnik-texnologik, axborot, intellektual, dasturiy resurslar yangilanish qonunlari ta'sirida innovatsion xarakterdagi resurslarga aylanishi mumkinlik g'oyasi ilgari suriladi [6–9].

METODOLOGIYA

Mazkur maqolada ilmiy abstraksiyalash, tasviriy statistika, ekspert baholash, guruhlashtirish usullaridan foydalanib, mavzuga bog'liq ko'plab ilmiy nashrlar talqin qilindi. Ilmiy tadqiqotlarga tayangan holda ilmiy mushohada, mantiqiy fikrlash va tizimli yondashuv usullaridan foydalanilgan.

TAHLIL VA NATIJALAR

Elektron tijorat tizimi — bu mahsulotlar va xizmatlarning onlayn sotuvlari orqali amalga oshiriladigan iqtisodiy faoliyatdir. Bu nafaqat internetda savdo qilishni, balki marketing, moliya, logistika va mijozlarga xizmat ko'rsatish kabi jarayonlarni ham o'z ichiga oladi. Elektron tijoratning rivojlanishi global miqyosda iqtisodiyotning muhim qismiga aylangan.

Elektron tijoratni rivojlantirishga ta'sir qiluvchi asosiy omillar sifatida texnik, raqamli infratuzilma, iqtisodiy, ijtimoiy, huquqiy, siyosiy va madaniy omillarni keltirib o'tish mumkin.

Elektron tijoratni rivojlantirishda birinchi navbatda internet tarmog'i bilan ta'minlanganlik va internet tezligi muhim ahamiyatga egadir. Bu esa onlayn savdoning rivojlanishi va xaridor tanlov imkoniyatlarining kengayishi uchun zamin yaratadi. O'zbekistonda aholini yuqori tezlikdagi internet texnologiyalari bilan ta'minlash va internet sifatini oshirish borasida bosqichma-bosqich ishlar amalga oshirilmoqda. Elektron texnologiyalarning yana bir muhim tarkibiy qismi — bu raqamli infratuzilma. Bunda aholiga xavfsiz to'lov tizimlarini yaratish, yetkazib berish va logistika xizmatlarini raqamlashtirish muhim ahamiyat kasb etadi.

Elektron tijorat tizimining rivojlanishiga ta'sir qiluvchi asosiy omillar quyidagilardan iborat:

Birinchidan, texnologik infratuzilma — internet tezligi, onlayn to'lov tizimlarining rivojlanishi, raqamli xavfsizlik tizimlarining ishonchligi.

Ikkinchidan, ijtimoiy omillar — xalqaro aloqalar, iste'molchilarning onlayn xarid qilishga nisbatan qiziqishi, raqamli savodxonlik.

Uchinchidan, hukumat siyosati — davlat tomonidan qo'llab-quvvatlovchi qonunlar, soliq siyosati, ruxsatnomalar va regulyatsiya.

To'rtinchidan, raqobat muhiti — mahalliy va global raqobatchilar, innovatsiyalar va mahsulot diversifikatsiyasi.

Elektron tijoratga ta'sir etuvchi iqtisodiy omillardan biri aholining daromad darajasidir. Sababi, aholi daromadlari qanchalik yuqori bo'lsa, onlayn xaridlarga talab shunchalik ortadi. To'lov tizimlari va moliyaviy xizmatlar elektron hamyonlar, kriptovalyutalar va blokcheyn texnologiyalarini qamrab oladi.

Ijtimoiy omillarning elektron tijoratga ta'siri doirasida xaridorning maxfiylik siyosati, to'lov xavfsizligi iste'molchilarning ishonchini oshiradi. Tezkor yetkazib berish va sifatli xizmat esa mijozlarning sodiqligini kuchaytiradi. Bugungi kunda onlayn savdolar bilan shug'ullanuvchilarning asosiy qismini 18–35 yosh oralig'idagi iste'molchilar tashkil etadi. Bu demografik omil elektron tijoratning aynan yoshlar orasida jadal rivojlanayotganini isbotlaydi.

Elektron tijoratga ta'sir etuvchi yana bir muhim omil — bu huquqiy va siyosiy omillardir. O'zbekiston Respublikasida qabul qilingan qonunlar va me'yoriy hujjatlar elektron tijoratning rivoji uchun asos bo'lib xizmat qilmoqda. Jumladan, elektron shartnomalar, elektron imzo va onlayn to'lov tizimlarini tartibga soluvchi qonunlar, foydalanuvchi ma'lumotlarini himoya qilishga oid normativ hujjatlarni misol qilish mumkin. O'zbekiston Respublikasining 29.09.2022-yildagi “Elektron tijorat to'g'risida”gi O'RQ-792-son¹ Qonuni 2004-yildan beri amalda bo'lib, mazkur Qonun 2022-yil mart oyida Oliy Majlis Qonunchilik palatasi tomonidan yangi tahrirda qabul qilingan va sentyabr oyida Senat tomonidan ma'qullangan.

Madaniy omillarning elektron tijoratga ta'siriga kelsak, turli onlayn savdo platformalarning xalq madaniyati va qadriyatlariga mos tarzda yaratilganligi hamda platformalarda foydalanuvchi tilining mavjudligi muhim ahamiyatga ega.

Ekonometrik modellashtirish — bu iqtisodiy va statistik ma'lumotlarni tahlil qilish uchun matematik usullarni qo'llashdir. Elektron tijorat tizimining rivojlanishiga ta'sir qiluvchi omillarni o'rganishda ekonometriya modellaridan foydalanish muhim ahamiyatga ega.

Ekonometrik modellarda quyidagi yondashuvlar qo'llaniladi:

- Panel ma'lumotlari modellar — turli davrlar va hududlar (mamlakatlar yoki shaharlar) bo'yicha ma'lumotlarni birgalikda tahlil qilish imkonini beradi. Bu model yordamida vaqt va makon omillarining ta'siri birgalikda o'rganiladi.

- ARIMA va VAR modellar — vaqt qatori tahliliga asoslangan bo'lib, elektron tijoratning kelajakdagi holatini prognoz qilish uchun ishlatiladi.

- Regressiya tahlili — elektron tijorat va uning rivojlanishiga ta'sir etuvchi omillar o'rtasidagi munosabatlarni aniqlash uchun chiziqli yoki ko'p o'zgaruvchili regressiya modellaridan foydalaniladi.

¹ <https://lex.uz/docs/-6213382>

Mazkur omillarni elektron tijoratga ta'sir etuvchi muhim faktorlar sifatida qabul qilib, ularning statistik ma'lumotlari jamlanadi, omillar orasidagi korrelyatsion bog'liqlik aniqlanadi va mos ravishda ekonometrik model quriladi. Qurilgan model asosida tahlil o'tkazish va ilmiy asoslangan xulosalar chiqarish imkoniyati yuzaga keladi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

O'zbekistonda qabul qilingan "Elektron tijorat to'g'risida"gi Qonun esa elektron tijoratning xavfsizligini ta'minlashda va yangi texnologiyalarni joriy qilishda muhim qadam bo'lib, to'lov tizimlarining xavfsizligi va foydalanuvchi ma'lumotlarini himoya qilishga xizmat qiladi. Shuningdek, elektron tijoratning rivojlanishiga to'siq bo'luvchi kiberxavfsizlik tahdidlari va to'lov tizimlaridagi integratsiya muammolari o'rganilgan. Tadqiqot shuni ko'rsatadiki, to'lov tizimlarining tezligi, ishonchliligi va xavfsizligi mijozlar ishonchini oshiradi va ularning elektron tijoratga bo'lgan ishtiyoqini kuchaytiradi. Shu bilan birga, yangi texnologiyalarni joriy qilish va xavfsizlikni kuchaytirish orqali elektron tijoratning samarali rivojlanishiga yordam berish mumkin.

Shu maqsadda, bugungi kunda elektron tijoratda innovatsiyalarni qo'llash muhim ahamiyatga ega. Ta'sir etuvchi omil sifatida qonunchilik va davlat siyosatining ahamiyati muhim o'rin egallamoqda. Bugungi kunda iqtisodiyotni raqamlashtirish nafaqat iste'molchi, balki tadbirkor uchun ham zarurdir.

Ekonometrik modellar yordamida elektron tijoratning iqtisodiy rivojlanishga ta'siri va asosiy omillar aniqlanishiga harakat qilinadi. Ushbu tahlil asosida elektron tijoratning samarali rivojlanishi uchun qaysi omillarni kuchaytirish zarurligi va qanday strategiyalarni amalga oshirish muhimligi haqida xulosalar chiqariladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi.// 29.12.2020 y.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-sentyabr PF-158-son "“O'zbekiston — 2030” strategiyasi to'g'risida”gi Farmoni <https://lex.uz/ru/docs/-6600413>
3. <https://daryo.uz/2023/09/26/ozbekistonda-elektron-tijorat-kecha-va-bugun>
4. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoevning "Raqamli texnologiyalarni rivojlantirish rejalari".// 27.12.2024 y.
5. Nanekaran, Yaser Ahangari. An Introduction to Electronic Commerce. 2013.
6. Ritter, Jeffrey B. "Defining International Electronic Commerce." Northwestern Journal of International Law & Business, vol. 13, no. 1, 1992, pp. 127-150.
7. Равшанова, М. М. (2024). Значение педагогических экспериментов в развитии эконометрических навыков учащихся. Экономика и социум, (3-1 (118)), 836-839.
8. Равшанова Мухайё Максманазаровна. (2023). Талабаларни эконометрика фанини о'китишда педагогическая технологиялар тушунчаси ва унинг аспекти. Материалы Международной конференции по современной

науке и научным исследованиям , 2 (4), 153–156.

9. Рахимов, А. Н., Махматкулов, Г. К., и Рахимов, А. М. (2021). Построение эконометрических моделей развития сферы услуг для населения региона и их прогнозирование. Американский журнал прикладных наук , 3 (02), 21–48.

10. Равшанова Мухайё Махманазаровна (2025). Навыки, необходимые для выполнения двухфакторного эконометрического анализа. Европейский международный журнал педагогики , 5 (01), 50–53.



Marketing

ilmiy, amaliy va ommabop jurnali

Muharrir: Xakimov Ziyodulla Axmadovich
Ingliz tili muharriri: Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich
Rus tili muharriri: Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li
Musahhah: Karimova Shirin Zoxid qizi
Sahifalovchi va dizaynerlar: Sadikov Shoxrux Shuxratovich
Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

2025-yil, mart, 3-son

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar mas'ul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelavermasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga murojaat qilish mumkin. Ilmiy maqola, ommabop maqola, reklama, hikoya va boshqa ilmiy-ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

Elektron pochta: info@marketingjournal.uz
Bot: [@marketinjournlbot](https://t.me/marketinjournlbot)
Tel.: +998977838464, +998939266610

Jurnalning rasmiy sayti: <https://marketingjournal.uz>

Marketing jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2024-yil 04-oktabrdagi 332/5 sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali 2024-yil 15-martdan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan **C-5669517** reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan. **Litsenziya raqami: №240874**



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnalining xalqaro darajasi: **9710**. ГOCT 7.56-2002 " Seriyali nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlataro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**