

JAHON BOZORLARI RIVOJLANISHINING ELEKTRON TIJORAT STRATEGIYALARIGA TA'SIRI

Xakimjanova Dildora Kamilevna

Muhammad al-Xorazmiy nomidagi TATU,
“Menejment va marketing” kafedrası katta o‘qituvchisi

Annotatsiya

Ushbu maqolada jahonda elektron tijorat strategiyalarining rivojlanishi va nazariy qarashlar, jahon bozorida elektron tijorat strategiyalarining ahamiyati, jahon elektron tijoratining rivojlanish istiqbollari haqida ma'lumotlar keltirilgan. Undan tashqari jahon bozorlari rivojlanishining elektron tijorat strategiyalariga ta'sirini tahlil qilish haqida ma'lumotlar keltirilgan.

Kalit so'zlar: Elektron tijorat, axborot tarmog'i, elektron tijorat bozori, axborot-kommunikatsiya texnologiyalari, onlayn marketing, global elektron tijorat, to'lov tizimi, onlayn savdo, mobil aloqa, an'anaviy va elektron sotuvchi, global onlayn savdo.

Аннотация

В данной статье представлена информация о развитии и теоретических взглядах на стратегии электронной коммерции в мире, о значении стратегий электронной коммерции на мировом рынке, а также о перспективах развития глобальной электронной коммерции. Кроме того, представлена информация по анализу влияния развития мировых рынков на стратегии электронной коммерции.

Ключевые слова: Электронная коммерция, информационная сеть, рынок электронной коммерции, информационно-коммуникационные технологии, онлайн-маркетинг, глобальная электронная коммерция, платежная система, онлайн-торговля, мобильная связь, традиционный и электронный продавец, глобальная онлайн-торговля.

Abstract

In this article presents information about the development and theoretical views of e-commerce strategies in the world, the importance of e-commerce strategies in the world market, and the prospects for the development of global e-commerce. In addition, information is provided on the analysis of the impact of the development of world markets on e-commerce strategies.

Keywords: E-commerce, information network, e-commerce market, information and communication technologies, online marketing, global e-commerce, payment system, online commerce, mobile communications, traditional and electronic seller, global online commerce.

KIRISH

Ma'lumki, dastlab biror bir ishning yoki mahsulotning vujudga kelishiga nimadir turtki bo'ladi. Elektron tijorat yetkazib beruvchilar va ularning biznes mijozlari o'rtasida buyurtmalar yoki schyot-fakturalar kabi biznes hujjatlarini almashish uchun standart sifatida paydo bo'ldi. Bu kelib chiqishi 1948-1949- yillarga to'g'ri keladi.

Berlin blokadasidan so‘ng va teleks orqali buyurtmalarni havo orqali tashish. Birinchi umumiy standart 1975 yilda nashr etilishidan oldin keyingi o‘n yilliklar davomida turli sohalar tizimni ishlab chiqdi. Natijada kompyuterlar o‘rtasida elektron ma’lumotlar almashinuvi (EDI) standarti ko‘pgina oddiy elektron biznes operatsiyalarini bajarish uchun yetarlicha moslashuvchan hisoblanadi. 1991 yilda Internetning keng qo‘llanilishi va World Wide Web paydo bo‘lishi va 1993 yilda unga kirish uchun birinchi brauzer paydo bo‘lishi bilan ko‘pchilik elektron tijorat Internet orqali amalga oshirilib boshladi.

Smartfonlarning global tarqalishi va tezkor keng polosli Internet ulanishlarining mavjudligi bilan ko‘pchilik elektron tijorat mobil qurilmalarga, jumladan planshetlar, noutbuklar va soatlar kabi taqiladigan narsalarga o‘tganligiga guvohmiz. Innovatsion va aqlli texnologiyalarni joriy etish natijasida yuzaga kelgan yangi global o‘zgarishlar savdo bozoriga, shuningdek, ularning ishtirokchilariga ta’sir ko‘rsatdi. Axborot tarmog‘i iqtisodiyoti deb ataladigan ehtiyojlarni qondirish uchun tovarlar va xizmatlarni ilgari surishning yangi texnologik hodisasi mavjud. Axborot tarmog‘i iqtisodiyoti — bu bozor ishtirokchilari yoki iqtisodiy agentlar o‘rtasida Internet yoki boshqa elektron virtual vositalar orqali munosabatlar mavjud bo‘lgan butun bir global tizim bo‘lib, u har qanday mamlakat yoki sanoatning samaradorligini oshiradi. Axborot va tarmoq iqtisodiyoti bir nechta elementlarni o‘z ichiga olgan yirik tizim bo‘lib, ulardan birini elektron tijorat deb atash mumkin. Elektron tijoratni o‘rganish xorijiy mamlakatlarda ham amaliy, ham ilmiy nuqtai nazardan uzoq vaqtdan beri dolzarb bo‘lib kelgan. Elektron tijoratni tovarlar va xizmatlarni sotib olish va sotish yoki Internetning elektron tarmog‘i orqali pul yoki ma’lumotlarni uzatish deb atash mumkin. Elektron tijoratni nafaqat savdoning oddiy turi sifatida tushuntirish mumkin, uning tushunchasi kengroq va innovatsion axborot texnologiyalaridan foydalanishga asoslangan. Shuningdek, u bir nechta biznes jarayonlaridan iborat bo‘lgan marketingdagi eng yirik tizimlardan biridir. Amalda, elektron tijorat o‘zining jozibadorligi va samaradorligini ko‘rsatdi, chunki u kamroq xarajatlarni talab qiladi yoki umuman talab qilinmaydi, shuning uchun mijozlar xizmatlarni farqlash va har qanday iste’molchiga samarali xizmat ko‘rsatish qobiliyatiga ega bo‘lgan katta bozorga osongina kirishlari mumkin.

Ma’lumki jahonda yuz bergan pandemiya juda ko‘p o‘zgarishlarga olib keldi. Covid-19 tufayli 2015- 2020-yillar oralig‘ida onlayn elektron tijorat savdolari 140% ga oshdi va eng katta bozorlar AQSh va Xitoy ekanligini ta’kidlash kerak. Shuningdek, elektron tijorat sohasidagi mutaxassislarning fikricha, 2025-yilga borib elektron tijoratda chakana savdo hajmi 7,4 trillion dollarga yetishi mumkin. Elektron tijorat bozorining yetakchi ishtirokchilari: Amazon.com, Inc JD.com, Inc Apple, Inc Alibaba Walmart, Inc Ebay Inc The Home Depot Otto GmbH& Co Priceline.com Groupon, Inc 2020 yilga kelib Xitoy bozori eng yirik elektron bozorga aylandi. Dunyodagi savdo bozori, uning hajmi 2,780 mlrd. Xitoy bozori yaqin 3-4 yil davomida o‘zining yetakchi mavqeyini saqlab qolishi va 2025-yilga borib o‘sish sur’ati 8–8,5 foizgacha yetishi kutilmoqda. Elektron tijorat bozorida ikkinchi o‘rinni 2020-yilga borib daromadi 840,2 milliard dollarni tashkil etgan Qo‘shma Shtatlar egallagan. Dunyodagi uchinchi yirik elektron tijorat bozori Yevropa bo‘lib, umumiy daromadi taxminan 385,34 milliard

dollarni tashkil etadi, bunda Fransiya, Buyuk Britaniya, Ispaniya va Germaniya yetakchilik qiladi. Qayd etilgan mamlakatlarda elektron tijoratning jadal o'sishi nafaqat Internetga kirish imkoniyati, balki kirishdagi to'siqlarning kamayishi bilan ham bog'liq bo'lishi mumkin. COVID-19 pandemiyasi biznes va iste'molchilarni raqamli tizimga o'tishga, onlayn platformalarda mavjud bo'lgan tovarlar va xizmatlarga tobora ko'proq kirishga undadi.

Bugungi kunda aynan axborot-kommunikatsiya texnologiyalari iqtisodiy taraqqiyotning hal qiluvchi omili bo'lib xizmat qilmoqda. Elektron tijorat bilan bog'liq masalalarni o'rganishda quyidagi hal qiluvchi omilni ajratib ko'rsatish kerak — amalga oshirilishi yoki tuzilishi Internetda amalga oshiriladigan va tomonlarning jismoniy ishtirokisiz sodir bo'ladigan tijorat bitimining mavjudligi. Natijada, xizmat yoki mahsulotga egalik huquqi bir ishtirokchidan boshqasiga o'tadi. Elektron tijorat (tijorat) quyidagi operatsiyalarni qamrab oladi:

- onlayn marketing;
- tovar yetkazib beruvchilar bilan internet aloqalari;
- sotishdan keyingi xizmat – to'lov tizimi;
- logistika va tovarlarni yetkazib berish.

Yuqoridagi barcha elementlar asosiy havoladan — Internetdagi tijorat bitimidan mahrum bo'lib, elektron tijorat jarayoni doirasidan tashqarida yotadi va bu holda elektron tijorat turlari deb atash mumkin emas. Hozirgi vaqtda elektron tijorat texnologiyalaridan foydalanishning iqtisodiy samarasi ijobiy va ijobiy o'sish dinamikasiga ega. Ijtimoiy taraqqiyotning hozirgi bosqichida ushbu faoliyat sohasi inson hayotining ajralmas qismi hisoblanadi. Elektron tijorat ko'plab afzalliklarga ega bo'lib, bu xizmatlar va tovarlar narxining pasayishiga olib keladi. O'z navbatida, bu onlayn savdo hajmini oshirishga yordam beradi. Zamonaviy ma'lumotlarni uzatish tizimlaridan foydalanish tufayli tijorat operatsiyalarini amalga oshirish qulayroq bo'ldi. Masalan, hujjatlarni almashish jarayoni sezilarli darajada soddalashtirildi: bosma narx-navolar, schyot-fakturalar, birja kotirovkalari, xarid buyurtmalari va boshqa hujjatlar o'rniga kontragentga elektron versiyalar yuboriladi. Xuddi shunday holat elektron pul o'tkazmalari (to'lovlar) sohasida ham shakllandi. Mijozlarning hisobvaraqlarini kreditlash va debetlash bo'yicha moliya institutlari o'rtasida samarali o'zaro hamkorlik mexanizmi yaratildi va faoliyat ko'rsatmoqda. Onlayn savdo kichik va o'rta tashkilotlarga yirik korporatsiyalar bilan muvaffaqiyatli raqobatlashish imkonini beradi. Amerika Qo'shma Shtatlarida Internetdan faol foydalanadigan kichik tashkilotlar o'z faoliyatida Internetdan foydalanmaydiganlarga qaraganda 46% tezroq kengayadi.

2008-yilgi jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi Internetda kichik biznes rivojlanishining sabablaridan biriga aylandi. 10 tagacha ishtirokchi ishtirok etadigan loyihalar soni sezilarli darajada oshdi. Ishbilarmonlik faolligining umumiy pasayish tendensiyasiga qaramay, ushbu segmentdagi o'sish to'xtamadi. Buning sababi, tadbirkorlik faolligining umumiy pasayishi va xodimlarning qisqarishi sharoitida ayrim yosh mutaxassislar o'z bizneslarini ochishga qaror qilishdi. Bundan tashqari, Internetda biznes boshlash katta investitsiyalarni talab qilmaydi. Ushbu afzallik onlayn savdoni barcha xo'jalik yurituvchi subyektlar — ham kichik, ham yirik biznes uchun jozibador qiladi. 2008 yildagi inqiroz ko'plab tadbirkorlik subyektlarini radikal

choralar ko'rishga majbur qildi — xodimlarni qisqartirish, xodimlarni ishdan bo'shatish va budjetni qisqartirish. Ko'pgina kompaniyalar qimmat tashqi reklamalarni sotib olish imkoniyatiga ega emas edi. Shu munosabat bilan, shuningdek, xizmatlar va tovarlarni ilgari surish imkoniyatlari nuqtayi nazaridan katta salohiyat tufayli Internetning roli sezilarli darajada oshdi. Onlayn savdo asta-sekin jahon iqtisodiyotining ajralmas qismiga aylanib bormoqda. Ammo mikrohududlarda yangi yo'nalishni rivojlantirish turli sur'atlarga ega. Segmentning mutlaq yetakchisi Osiyo-Tinch okeani mintaqasi hisoblanadi. Onlayn savdo aylanmasi bo'yicha Shimoliy Amerikadan ikki baravar ko'p aylanmaga ega bo'lgan Xitoy hisobiga). Bu tendensiya asosan Osiyodagi rivojlanayotgan mamlakatlarning faol iqtisodiy o'sishi va axborotlashtirish bilan izohlanadi. Shu bilan birga, yangi bozor an'anaviy chakana savdoga nisbatan kamroq shaffof va madaniyatli. Bu ko'p jihatdan virtual texnologiyalarning xususiyatlariga bog'liq. Biroq, onlayn savdoning global tabiati o'sishning kuchli haydovchisi va ayni paytda ushbu sektorni qonuniylashtirish uchun samarali moliyaviy va huquqiy vositalarni yaratishga asosiy to'siq bo'lib xizmat qiladi. Ayrim hollarda vujudga kelayotgan tovar-pul munosabatlarini bir davlat hududida amalda bo'lgan qoidalar va qoidalar bilan tartibga solish qiyin. Yurisdiksiyadan qat'iy nazar, transchegaraviy va ichki onlayn savdoni yagona tamoyillar asosida tartibga solish zarurati yaqqol namoyon bo'ladi. Ammo bugungi kunga kelib, davlat tomonidan tartibga solishning yagona amaliyoti mavjud emas. Shu bilan birga, ko'plab mamlakatlarda milliy (mahalliy) ishlab chiqaruvchilar va onlayn-riteyrlarni rag'batlantirish uchun proteksionistik choralarni ommalashtirish tendensiyasi aniq kuzatilmoqda (AQSh va bozorni o'z-o'zini tartibga solish kursini olgan boshqa ba'zi davlatlar bundan mustasno).)

Onlayn savdo hajmlari haqida gapirganda, keling, quyidagi fikrlarga e'tibor qaratamiz. Shunday qilib, eMarketer ekspertlarining ma'lumotlariga ko'ra, 2015 yilda bu ko'rsatkich 1,8 trillion dollar darajasida edi. 2014 yilga nisbatan uning o'sishi 17,7 foizni tashkil etdi. 2016 – 2017 – yillarda sektor o'sishi biroz sekinlashdi. O'sishning eng kuchli omillari quyidagilar bo'lishi mumkin:

– Internetning kirib borishi (ayniqsa, mobil aloqa) – iste'molchilarning xarid qobiliyatining oshishi (asosan Osiyo-Tinch okeani mintaqasidagi rivojlanayotgan mamlakatlarda). Soha mutaxassislarining fikriga ko'ra, sezilarli o'sishga nomoddiy tovarlarning elektron savdosi orqali erishish mumkin (yiliga taxminan 20-25%), bu bozor mutaxassislari tomonidan onlayn savdoning umumiy hajmida deyarli hisobga olinmaydi. Buni bugungi kunga qadar rivojlanayotgan onlayn savdo bozori ko'rsatkichlarini hisobga olish va baholashning yagona xalqaro amaliyoti rivojlanmaganligi bilan izohlash mumkin. Davlatlarning xizmatlar va tovarlarning onlayn savdosi bozoridagi o'рни beqiyos darada ekanligi ma'lum. Remarkety ma'lumotlariga ko'ra, Xitoy 2017 – yilda dunyodagi eng yirik onlayn savdo bozoriga aylandi. O'sishning asosiy omili mamlakat aholisidir.

Global elektron tijorat savdosi qariyb 6 trillion AQSh dollarini tashkil etadi, bu butun dunyo bo'ylab chakana savdoning 19,5 foizini tashkil qiladi.

Ba'zi mamlakatlar elektron tijoratni qabul qilishda sezilarli darajada oldinda yoki orqada, buni siz ushbu postda ko'rasiz. Agar siz qaysi mamlakatlarda elektron

tijorat eng ko'p sotilishi haqida qiziqsangiz, siz to'g'ri joydasiz. Biz sizga dunyodagi eng yaxshi elektron tijorat bozorlarini, shuningdek, elektron tijorat eng tez rivojlanayotgan mamlakatlarni va jami chakana savdoga nisbatan onlayn savdo ulushi eng yuqori bo'lgan mamlakatlarni ko'rsatamiz.

Xitoy juda katta farq bilan dunyodagi birinchi elektron tijorat bozori bo'lib, yiliga 3 trillion dollardan ortiq elektron tijorat savdosini ishlab chiqaradi, bu butun dunyo bo'ylab onlayn savdolarning yarmidan ko'pini tashkil qiladi.

Keyingi o'rinda AQSh 1 trillion dollardan ko'proq yillik elektron tijorat sotuvi bilan keladi – ta'sirchan, ammo Xitoy har yili qilgan ishining uchdan bir qismi. Shundan so'ng, keyingi yirik elektron tijorat bozorlariga sezilarli pasayish kuzatiladi.

AQSh Buyuk Britaniya Yaponiya Germaniya Fransiya Janubiy Koreya Kanada Rossiya davlati Xitoyning global elektron savdo sohasida yetakchi o'rinlarini saqlab qolish va oshirish so'nggi bir necha yil ichida XXR iqtisodiyotining yuqori o'sish sur'atlaridan dalolat beradi. shuningdek, ularning saqlanishi va yanada o'sishiga oid ekspert prognozlar. Ba'zi mamlakatlar allaqachon Xitoy onlayn-do'konlari tomonidan taqdim etilayotgan xizmatlar va tovarlarning nisbatan yuqori sifatli va arzon bozoriga proteksionistik to'siqlarni o'z ichiga oladi. Ekspert prognozlariga ko'ra, kelgusi bir necha yil ichida global onlayn savdo bozorida sezilarli o'sishni kutish kerak. Marketer ekspertlari 2019 – yilga kelib savdo hajmi 3,5 trillion dollargacha o'sishini bashorat qilmoqda. Shu bilan birga, onlayn savdoning global chakana savdodagi ulushi 2015 – yildagi 8–9 foizga nisbatan 12 foizgacha oshadi.

Jahon elektron tijorat bozori yilining o'sishi onlayn savdo sektori o'sishining asosiy omili yangi Internet foydalanuvchilari, asosan mobil Internet foydalanuvchilari (planshetlar, smartfonlar) doimiy ravishda kirib kelishidir. Shuningdek, har qanday operatsiya va tranzaksiyalar uchun, agar ularni global tarmoqqa o'tkazish mumkin bo'lsa, xarajatlarni minimallashtirish uchun jamiyatni raqamlashtirishning umumiy global tendensiyasini hisobga olish kerak. Marketer ekspertlari yaqin kelajakda xaridlar soni sezilarli darajada oshishini, shu jumladan, bozor ishtirokchilari o'rtasidagi narx raqobatining kuchayishi hisobiga bashorat qilmoqda. Buning sababi shundaki, onlayn iste'molchilar turli sotuvchilarning narxlarini (jumladan, bozor formatida) solishtirish imkoniyatiga ega bo'lib, bu an'anaviy va elektron sotuvchilar tomonidan muntazam va tez-tez o'tkaziladigan aksiyalarning haydovchisi bo'lib xizmat qiladi. Mutaxassislarning fikricha, Xitoy global onlayn savdo bozorida yetakchilikni davom ettiradi (yiliga 26%), asosan eksport chakana savdosi hisobiga. Rivojlanayotgan boshqa mamlakatlar: Hindiston (24%), Indoneziya va Janubiy Koreyada (20% dan ortiq) yuqori o'sish suratlari kutilmoqda. Ushbu hududlarda o'sishning asosiy omillari demografik vaziyat (yuqori aholi) va mobil Internetning kirib borishi hisoblanadi. Rivojlangan mamlakatlar (Yaponiya, Germaniya, Buyuk Britaniya, AQSH) bozorlarining o'sishiga mobil sotuvlar sezilarli ta'sir ko'rsatadi

Ebay, Amazon va Alibaba kabi onlayn bozordagi global o'yinchilarga kelsak, ularning rivojlanishi tez sur'atlar bilan davom etayotganini ta'kidlaymiz. Ular bozorning muayyan segmentlariga mo'ljallangan loyihalarni joriy etish, shuningdek, boshqa onlayn o'yinchilarni sotib olish orqali o'z pozitsiyalarini mustahkamlaydi. Onlayn tijoratning rivojlanishi va kengayishi tezroq globallashtirishga va tezlashtirilgan

axborot almashinuviga olib keladi. Shu bilan birga, onlayn-tijoratni rivojlantirish iqtisodiy rivojlanishning asosiy global tendensiyalaridan biridir.

1-jadval.

Rivojlangan davlatlarda elektron tijoratning rivojlanishi

№	Davlatlar	Ma'lumotlar
1	Xitoy	2023 – yilda elektron tijorat savdosi: 3,02 trillion dollar Xitoydagi eng yaxshi elektron tijorat brendlari: JD.com (yillik savdo 132,76 milliard AQSh dollari), Tmall (yillik savdosi 22,19 milliard AQSh dollari), VIP.com (yillik savdo 16,38 milliard AQSh dollari)
2	AQSh	2023 – yilda elektron tijorat savdosi: 1,16 trillion dollar AQShdagi eng yaxshi elektron tijorat brendlari Amazon (yillik savdosi 130,27 milliard dollar) Walmart (yillik savdosi 52,40 milliard AQSh dollari) Apple (yillik savdosi 30,99 milliard AQSh dollari)
3	Buyuk Britaniya	2023 – yilda elektron tijorat savdosi: 195,97 milliard dollar Buyuk Britaniyadagi eng yaxshi elektron tijorat brendlari Amazon Buyuk Britaniya (yillik savdosi 15,36 milliard AQSh dollari) Sainsbury's (yillik savdosi 7,04 milliard AQSh dollari) Tesco (yillik savdosi 7,04 milliard AQSh dollari)
4	Yaponiya	2023 – yilda elektron tijorat savdosi: 193,42 milliard dollar Yaponiyadagi eng yaxshi elektron tijorat brendlari Amazon Japan (yillik savdosi 12,83 milliard AQSh dollari) Apple (yillik savdosi 3,61 milliard AQSh dollari) Yodobashi (yillik savdosi 2,50 milliard AQSh dollari)
5	Janubiy Koreya	2023 – yilda elektron tijorat savdosi: 147,43 milliard dollar Janubiy Koreyadagi eng yaxshi elektron tijorat brendlari Coupang (yillik savdosi 18,25 milliard AQSh dollari) Himart (yillik savdosi 1,34 milliard AQSh dollari) SSG (yillik savdo 1,33 milliard AQSh dollari)
6	Hindiston	2023 – yilda elektron tijorat savdosi: 118,90 milliard dollar Hindistondagi eng yaxshi elektron tijorat brendlari AJIO (yillik savdo 2,15 milliard AQSh dollari) Reliance Digital (yillik savdosi 1,37 milliard AQSh dollari) JioMart (yillik savdosi 1,24 milliard AQSh dollari)
7	Germaniya	2023 – yilda elektron tijorat savdosi: 97,32 milliard dollar Germaniyadagi eng yaxshi elektron tijorat brendlari Amazon DE (yillik savdosi 16,10 milliard dollar) OTTO (yillik savdo 5,06 milliard AQSh dollari) Zalando (yillik savdosi 2,92 milliard AQSh dollari)
8	Indoneziya	2023 – yilda elektron tijorat savdosi: 97,14 milliard dollar Indoneziyadagi eng yaxshi elektron tijorat brendlari JD (yillik savdo 1,02 milliard AQSh dollari) Blibli (yillik savdosi 697,4 million AQSh dollari) Orami (yillik savdosi 372,0 million AQSh dollari)
9	Kanada	2023 – yilda elektron tijorat savdosi: 82,81 milliard dollar Kanadadagi eng yaxshi elektron tijorat brendlari Amazon CA (yillik savdosi 11,51 milliard AQSh dollari) Walmart (yillik savdosi 4,15 milliard AQSh dollari) Costco (yillik savdodan 2,55 milliard dollar) 2023 – yilda elektron tijorat savdosi: 82,81 milliard dollar Kanadadagi eng yaxshi elektron tijorat brendlari

№	Davlatlar	Ma'lumotlar
		Amazon CA (yillik savdosi 11,51 milliard AQSh dollari) Walmart (yillik savdosi 4,15 milliard AQSh dollari) Costco (yillik savdodan 2,55 milliard dollar)
10	Fransiya	2023 – yilda elektron tijorat savdosi: 79,36 milliard dollar Frantsiyadagi eng yaxshi elektron tijorat brendlari Amazon FR (yillik savdosi 5,14 milliard AQSh dollari) Shein (yillik savdosi 1,75 milliard AQSh dollari) Veepee (yillik savdosi 1,57 milliard AQSh dollari) Eng tez rivojlanayotgan elektron tijorat bozorlari Endi elektron tijorat eng tez rivojlanayotgan mamlakatlarga qaraylik.

Janubiy-Sharqiy Osiyo sotuvlar o'sishi bo'yicha 10 ta eng yaxshi elektron tijorat bozorida ustunlik qiladi va umuman mintaqa 2023 – yilda 18,6% o'sish bilan elektron tijorat uchun eng tez rivojlanayotgan mintaqadir. Filippin 24,1% o'sish bilan eng tez rivojlanayotgan elektron tijorat bozorlari ro'yxatini boshqaradi. Keyingi o'rinlarda Hindiston, Indoneziya, Malayziya va Tailand. AQSH allaqachon dunyodagi ikkinchi yirik elektron tijorat bozori bo'lsa ham, u hali ham elektron tijoratning o'sishi bo'yicha birinchi o'ntalikka kiradi, bozor 2023 – yilda 10,5 foizga o'sadi. Quyida dunyo bo'ylab eng tez rivojlanayotgan elektron tijorat bozorlarini rivojlanishini ko'rishimiz mumkin.

2-jadval.

Dunyo bo'ylab eng tez rivojlanayotgan elektron tijorat bozorlari o'sishi

№	Davlatlar	Foiz
1	Filippin	24,10 foizga o'sdi
2	Hindiston	22,30 foizga o'sdi
3	Indoneziya	20,00% o'sish
4	Malayziya	18,00% ga o'sish
5	Tailand	16,00% gacha
6	Meksika	14,20 foizga o'sdi
7	Argentina	14,00% ga o'sdi
8	Vetnam	12,50% ga o'sish
9	Janubiy Koreya	10,60 foizga o'sdi
10	AQSh	10,50% ga o'sdi

XULOSA VA TAKLIFLAR

Zamonaviy dunyoda iqtisodiyotni rivojlantirishning eng muhim yo'nalishlaridan biri bu elektron tijoratdir. Elektron tijorat — bu iqtisodiyotning jadal rivojlanayotgan sohasi bo'lib, inson faoliyatining barcha sohalariga kirib borishini osonlashtiradi.

Hozirgi vaqtda elektron tijorat bir necha yil davom etadigan intensiv o'sish bosqichida. U elektron ma'lumotlar almashinuvi, pul o'tkazmalari, to'lov tizimlari, marketing, bank, sug'urta va boshqa elektron xizmatlarni o'z ichiga oladi.

2020 yilgacha elektron tijoratning rivojlanishiga faol internet foydalanuvchilari sonining ko‘payishi ta’sir ko‘rsatdi. 2021-yil yanvar oyida dunyo bo‘ylab 4,66 milliard kishi internetdan foydalanadi, bu o‘tgan yilga nisbatan 316 million (7,3 foiz) ko‘pdir. Shuningdek, elektron tijoratning rivojlanishiga pandemiyaning ham ta’siri bo‘ldi va u quyidagi omillarni keltirib chiqardi:

- Oflayn xaridlarni cheklash;
- Masofaviy ishlashga o‘tish va bu bilan bog‘liq holda aholining yirik shaharlardan chiqib ketishi;
- Oziq-ovqat yyetkazib berishga bo‘lgan talabning ortishi.
- Iste’molchilarning do‘konlarda tovarlar sotib olish imkoni yo‘q edi, shuning uchun izolyatsiya paytida odamlar onlayn xarid qilishga o‘rganib qolishdi.

Hozirgi vaqtda elektron tijorat jahon savdo aylanmasining nisbatan kichik qismini (10-20%) egallab turibdi, biroq u har qanday mamlakatning savdo va iqtisodiyotining eng dinamik rivojlanayotgan segmentlaridan biri bo‘lib, raqamli o‘zgarishlarning zamonaviy texnologiyalarga ta’sirini tavsiflaydi.

Elektron tijoratni rivojlantirishning asosiy yo‘nalishlari quyidagilardir: savdo, marketing va sotishni rag‘batlantirish sotishdan oldingi ishlar, dastlabki kelishuvlar, yetkazib berishni moliyalashtirish va tijorat operatsiyalarini sug‘urtalash (buyurtma berish, qabul qilish, to‘lash) mahsulotga xizmat ko‘rsatish va birgalikda mahsulot ishlab chiqarishni qo‘llab-quvvatlash, taqsimlangan qo‘shma ishlab chiqarishdan foydalanish. umumiy va xususiy xizmatlar biznes boshqaruvi (lisenziyalar va ruxsatnomalar olish, soliqlar, bojxona va h.k.) transport, transport texnologiyasi va materiallari umumiy xaridlar elektron tovarlarning avtomatik savdosi buxgalteriya hisobi nizolarni hal qilish va boshqalar. To‘lov davri, elektron tarzda amalga oshirilishi mumkin. Bojxona va soliq majburiyatlarini bajarish bo‘yicha vakolatli markazlar, shuningdek, statistika organlari bilan o‘zaro hamkorlik allaqachon yaxshi yo‘lga qo‘yilgan. Biroq, elektron tijoratning bir qismi bo‘lgan xavfsizlik, intellektual mulk huquqlari, huquqiy muammolar va tartiblar kabi ba’zi masalalar haligacha noaniqlik qolmoqda.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YHATI

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 Mirziyoyev 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.