

ELEKTRON TIJORATNING RIVOJLANISHI BOSQICHLARI VA UNDAGI MUHIM TENDENSIYALAR

Abidov Badriddin Nurutdinovich

Diplomat Universiteti katta o'qituvchi, ilmiy izlanuvchi

bobidov@yahoo.com

Inxomova Gulasal Javli qizi

Diplomat Universiteti, 2-kurs talabasi

inxomovagulasal@gmail.com

Erkinova Xosiyat Botir qizi

Diplomat Universiteti, 2-kurs talabasi

erkinova050@gmail.com

Annotatsiya

Zamonaviy dunyoda elektron tijorat ("e-commerce") tobora dolzarb bo'lmoqda, jahon iqtisodiyotida, ko'p tomonlama savdo tizimida va xalqaro iqtisodiy munosabatlarda asosiy rol o'ynamoqda. Internet texnologiyalarining rivojlanishi va biznesning raqamli transformatsiyasi natijasida tashkilotlar va kompaniyalar o'z faoliyatini onlayn makonga o'tkazmoqda, elektron do'konlar va platformalar yaratmoqda. Internet platformasi savdo o'sib borayotgan soha va ayni paytda iqtisodiyot uchun kuchli asos bo'lib xizmat qilmoqda. Har bir elektron tijoratning kengayishi va takomillashuvi bilan bog'liq bo'lib biznes va iste'molchilar uchun yangi imkoniyatlar yaratadi. Shuningdek xulosa o'rnida bu maqolaning maqsadi elektron tijoratning rivojlanish bosqichlari va undagi muhim tendensiyalarni tahlil qilishdir. Buning uchun biz ilmiy adabiyotlar, statistik ma'lumotlar va tadqiqotlar natijasiga tayanamiz.

Kalit so'zlar: internet-savdo, internet-marketing, onlayn-do'konlar, mahsulot turlari, savdo tashkilotlari, savdo texnologiyalari.

Аннотация

В современном мире электронная коммерция («электронная коммерция») становится все более актуальной, играя ключевую роль в мировой экономике, многосторонней торговой системе и международных экономических отношениях. В результате развития интернет-технологий и цифровой трансформации бизнеса организации и компании переносят свою деятельность в онлайн-пространство, создавая электронные магазины и платформы. Интернет-платформа — это растущая сфера коммерции и в то же время прочная основа экономики. Каждое расширение и совершенствование электронной коммерции создает новые возможности для бизнеса и потребителей. Также в заключение целью данной статьи является анализ этапов развития электронной коммерции и ее важных тенденций. Для этого мы опираемся на научную литературу, статистику и результаты исследований.

Ключевые слова: интернет-торговля, интернет-маркетинг, интернет-магазины, виды продукции, торговые организации, торговые технологии.

Abstract

In the modern world, electronic commerce ("e-commerce") is becoming more and more relevant, playing a key role in the world economy, multilateral trade system and international economic relations. As a result of the development of Internet technologies and the digital transformation of business, organizations and companies are transferring their activities to the online space, creating electronic stores and platforms. The Internet platform is a growing area of commerce and a strong foundation for the economy at the same time. Each expansion and improvement of e-commerce creates new opportunities for business and consumers. Also, in conclusion, the purpose of this article is to analyze the stages of development of e-commerce and its important trends. To do this, we rely on scientific literature, statistics and research results.

Keywords: Internet trade, Internet marketing, online stores, types of products, trade organizations, trade technologies.

KIRISH

Elektron tijorat soʻnggi yillar davomida juda ommalashib, deyarli hayotimizning bir qismiga aylanib bormoqda. Elektron tijorat zamonaviy iqtisodiyotning muhim tarkibiy qismiga aylangan. Soʻnggi yillarda texnologik taraqqiyot va internetning ommaviylashuvi elektron tijoratning rivojlanishiga katta taʼsir koʻrsatadi.

Elektron tijoratning rivojlanish bosqichlari:

1. Boshlangʻich bosqich(1990). Bu davrda asosiy maqsad kompaniyalar uchun internetda mavjud boʻlish edi. Saytlar, asosan, statik boʻlib, mijozlar uchun oddiy axborot sahifalari edi. Bunda birinchilardan onlayn doʻkonlarning paydo boʻlgan. Amazon va eBay kabi yirik kompaniyalar bu davrda onlayn savdoni yoʻlga qoʻydilar. Mijozlar internet orqali mahsulot sotib olish imkoniyatiga ega boʻldilar.

2. Oʻsish bosqichi (2000-2010-yillar). Bu bosqichda “ Interaktiv va dinamik saytlar va “Sunʼiy intellekt” paydo boʻldi. Bunda mijozlar oʻz fikrlarini qondirish, baholash va mulohazalarni bildirish imkoniyatiga ega boʻldilar. Ijtimoiy tarmoqlar yangi Facebook, Twitter kabi ijtimoiy tarmoqlar onlayn savdo jarayonini rivojlantirdi. “Toʻlov tizimlari” bunda Paypal kabi onlayn toʻlov tizimlari rivojlanib, xavfsiz va qulay toʻlov imkoniyatini yaratdi.

3. Rivojlanish bosqichi (2010-2020). Bu bosqichda mobil tijorat (m-tijorat) yaʼni smartfonlar va mobil ilovalar orqali mahsulot sotib olish koʻpaydi “Bulut texnologiyalar” va “Sunʼiy intellekt(AI)”yoʻlga qoʻyildi. Shaxsiylashtirilgan takliflar va chatbotlar orqali mijozlar bilan aloqa qilindi.

4. Raqamli transformatsiya bosqichi(2020-yillar va keyin). Bunda “Iot va Big data”, “Blockchain texnologiyasi”, “Ovozli savdo” yoʻlga qoʻyildi. Ilovalardan maxsulot sotib olish imkoniyati kengaytirildi, xavfsizlik yanada oshirildi va xizmatlar optimallashtirildi.

Elektron tijoratning muhim tendensiyalari quyidagilar:

1. Shaxsiylashtirish. All va maʼlumotlarni tahlil qilish yordamida mijozlarga shaxsiylashtirilgan tajriba taqdim etish.

2. Ko‘p kanallik (Omnichannel) yondashuvi. Turli kanallar orqali yagona savdo tajribasini taqdim etish va savdo va marketing strategiyalarini birlashtirish.

3. Barqarorlik va ekologik mas’uliyat. Barqarorlikka e’tibor qaratgan kompaniyalar mijozlar e’tiborini tortmoqda va qayta ishlanadigan mahsulotlar va ekologik toza yetkazib berish xizmatlarini o‘z ichiga oladi.

4. Xavfsizlik va maxfiylik. Mijoz ma’lumotlarini himoya qilish uchun kuchli xavfsizlik choralari va GDPR va boshqa maxfiylik qoidalariga rioya qilish.

5. Tezkor yetkazib berish. Tezkor va bepul yetkazib berish xizmatlari bilan mijozlartalablarini qondirish, dronlar va robotlar yordamida yetkazib berish xizmatlarini rivojlantirish.

Elektron tijoratning rivojlanishi texnologiyalarining o‘zgarishi va mijozlar talablariga javob berish maqsadida yangi yondashuvlarni o‘z ichiga oladi. Elektron tijoratning kelajagi texnologik yangiliklar va mijozlar talablariga moslashish bilan birga bog‘liq bo‘lib bu sohada muvaffaqiyatli erishish uchun innovatsion yondashuvlarni talab qiladi. Elektron tijoratda tovarlarni bozorda tanitish uchun ularni mijozlar o‘rtasida ilgari surish har qanday korxonaning muhim vazifasi hisoblanadi, bunda banner reklamasi oflayn va onlayn reklama va qurilmalarda ro‘yxatdan o‘tish usullar qo‘shimcha imkoniyat beradi.

Elektron tijoratning samaradorligini oshirish uchun statistik ma’lumotlardan foydalanib, qaysi mahsulotlar ommabop ekanini va marketing strategiyalarining samaradorligini aniqlash mumkin. Internet-marketing, shu jumladan, SMM, SEO va mijozlardan fikr-mulohazalar yig‘ish elektron tijoratning muhim tarkibiy qismlaridir.

ADABIYOTLAR SHARHI

Maqolani yozishda bir qancha adabiyotlardan foydalanildi. Elektron tijoratning rivojlanish bosqichlarini aniqlash va ularni ilmiy nuqtai nazardan tushunish uchun keng ko‘lamli adabiyotlarni tahlil qilish talab etiladi. Quyida bu maqola bo‘yicha asosiy adabiyotlar va ularning tahlili keltirildi. Bu maqolada Chaffe D. tadqiqolarigatayaniildi “Digital Business and E-Commerce Management” da elektron tijoratning boshqaruvi haqida keng qamrovli ma’lumotlar keltirilgan, shu sababli elektron tijoratning rivojlanish bosqichlarini va zamonaviy tendensiyalarini tushunish uchun foydalanildi.

METODOLOGIYA

Elektron tijoratning rivojlanish bosqichlari va muhim tendensiyalarni tahlil qilish uchun bir qator metodlardan foydalanildi. Misol qilib aytganda elektron tijoratning rivojlanish tendensiyalarini prognoz qilish uchun kompyuter modellari va simulyatsiyaladan foydalanildi. Hozirda dunyoda elektron tijoratning rivojlanish bosqichlari yanada takomillashmoqda. Kelajakda vediotelefon va virtual haqiqat texnologiyalari elektron tijoratda muhim rol o‘ynashi kutilmoqda. Bu texnologiyalarni ko‘rish sinab ko‘rish ularning sifatiga to‘liq baho imkonini beradi. Maqolaning maqsadi va mohiyati holat haqida umumiy tasvirni tasvirlashga asoslangan. Bundan tashqari eklektron tijoratning takomillashuvi haqida yanada yaxshiroq ko‘nikmaga ega bolishga qaratildi. Mazmuni to‘liq ochib berish uchun koproq kitoblar va mantiqqa

tayanildi. Zotan elektron tijoratning rivojlanish bosqichlari va tendensiyalari tushunish uchun yetarlicha kuchli dalil bo'la oladi.

TAHLIL VA NATIJALAR

So'nggi o'n yillikda elektron tijorat sohasida erishilgan natijalarga. Bularga quyidagilar kiradi

1. Savdo hajmining o'sishi ya'ni elektron tijorat global savdo hajmini sezilarli darajada oshirdi. Misol uchun 2020-yilda COVID-19 pandemiyasi davrida elektron tijorat orqali sotuvlar jadvali o'sdi va jahon elektron tijorat savdo hajmi 4trillion dollardan oshdi.

2. Kichik va O'rta bizneslarning o'sishi. Kichik va o'rta bizneslar uchun global bozorlar ochildi. Onlayn platformalar orqali kichik tadbirkorlar ham xalqaro savdo bozorlariga chiqish imkoniga ega bo'ldilar

3. Bandlik va yangi ish o'rinlar: Elektron tijorat sohasida ko'klab yangi ish o'rinlar yaratildi. Logistika mijozlarga xizmat ko'rsatish, IT va marketing sohalarida ish o'rinlari ko'paydi.

4. Mijozlarga tajribasining yaxshilanishi: elektron tijorat mijozlari uchun qulaylik va vaqtni tejash imkoniyatlarini taqdim etadi.

5. Innovatsion to'lov tizimlari: Xavfsiz va qulay to'lov tizimlarining rivojlanishi elektron tijoratni yanada ommallashtirdi. Yangi ijtimoiy tarmoqlar elektron tijorat bilan integratsiyalashib mijozlar bilan aloqalarni kuchaytirdi.

6. Mobil tijorat: Smartfonlar va mobil ilovalar yordamida xarid qilish imkoniyati kengaydi.

Mobil tijorat savdo hajmi jadal o'sib 2023-yilda globalelektron tijorat savdo hajmining yarmidan ko'pini tashkil etdi. Sun'iy intellekt va katta ma'lumotlarni tahlil qilish orqali mijozlarga shaxsiylashtirilgan xizmatlar ko'rsatish imkoniyati paydo bo'ldi. Bu mijozlarning ehtiyojlarini chuqurroq tushunish va ularga mos ravishda takliflar taqdim etish imkonini berdi. Elektron tijoratda tezkor va samarali yetkazib berish tizimlari rivojlandi. Blockchain texnologiyasi yordamida xavfsizlik va shaffoflik ta'minlandi. Bu texnologiya orqali tovarlarni kuzatish tranzaksiyalarni tasdiqlash va firibgarlikni oldini olish imkoniyati paydo bo'ldi. Narsalar interneti narsalari (IoT). IoT qurilmalari yordamida xarid jarayonlari yanada avtomatlashtirildi va soddalashtirildi. Aqlli uylar va do'konlar orqali mijozlar o'z xaridlarini masofadan turib boshqarish imkoniga ega bo'ldilar. Personalizatsiya elektron tijorat kompaniyalari mijozlarning xatti harakatini tahlil qilib ularga individual takliflar va reklama kompaniyalarini taqdim etish imkoniyatlariga ega bo'ldilar. Elektron tijorat sharoitida erishilgan natijalar sohaning tez suratlar bilan rivojlanayotganini va global iqtisodiyotga ijobiy tasir ko'rsatayotganini ko'rsatadi. Iqtisodiy, ijtimoiy, texnologik jihatlaridan erishilgan yutuqlar kompaniyalarga va mijozlarga katta foyda keltirdi. Kelajakda yangi texnologiyalar va innovatsiyalar yordamida elektron tijorat yanada rivojlanib, global savdo va mijozlar tajribasini yaxshilashda davom etadi.

Statistik ma'lumotlarga ko'ra, O'zbekistonda elektron tijorat va chakana savdo hajmi barqaror o'sib bormoqda. Xususan, 2022-yilda elektron tijorat savdolari hajmi

2021-yilga nisbatan 1,8 barobar oshib, 10 886,8 milliard soʻmdan ortiqni tashkil etdi. Bu umumiy chakana savdo hajmining 4 foizdan ortigʻiga teng (1-rasm).



1-rasm. Oʻzbekistonda elektron tijorat va chakana savdo hajmi,¹ mlrd. soʻm

Oʻzbekistonda elektron tijoratning kelajagini belgilovchi muhim omillardan biri sohani qonunchilik bilan tartibga solishdir. 2022-yilda yangilangan “Elektron tijorat toʻgʻrisida”gi qonun qabul qilindi. Qonun isteʼmolchilarni ham, tadbirkorlarni ham huquqiy himoya qiladi, elektron operatsiyalarni amalga oshirish va huquqbuzarliklar uchun javobgarlikni belgilash tartibini belgilaydi. Ishonchli va barqaror elektron tijorat ekotizimini yaratishda qonunchilik va toʻlov tizimlari hal qiluvchi rol oʻynaydi. Ular jarayonning barcha ishtirokchilari — ham xaridorlar, ham sotuvchilarning huquq va manfaatlarini himoya qilishni taʼminlaydi va hokazolar.

Elektron tijoratning rivojlanish bosqichlari va tendensiyalari zamonaviy iqtisodiyot va savdo tizimini sezilarli darajada oʻzgartirdi. Boshlangʻich bosqichda internet va web-saytlar paydo boʻlishi bilan elektron tijorat tez rivojlandi. Keyingi bosqichlarda ijtimoiy tarmoqlar va xavfsiz toʻlov tizimlarining rivojlanishi elektr tijoratni yangi darajada olib chiqdi. Mobil tijoratning oʻsishi va AI texnologiyalarining rivojlanishi mijozlarga shaxsiylashtirilgan xizmat koʻrsatish imkoniyatlarini kengaytirdi. Raqamli transformatsiya bosqichda IoT, katta maʼlumotlar va blockchain texnologiyalari elektron tijoratning samaradorligi oshirdi va xavfsizlikni taʼminlash. Hozirgi va kelajakdagi tendensiyalar elektron tijorat kompaniyalari uchun raqobatbardoshlikni oshirish va mijozlarga eng yaxshi tajribani taqdim etishga qaratilgan.

Personalizatsiya, omnichannel yondashuvi, barqarorlik va ekologik masʼuliyat, xavfsizlik va tezkor yetkazib berish kabi tendensiyalar kompaniyaga muvaffaqiyatga erishishda yordam beradi. Elektron tijoratning kelajagi texnologik yangiliklar va mijozlar talablariga moslashish bilan bogʻliq boʻlib, bu soha muvaffaqiyatga erishish uchun innovatsion yondashuvlarni talab qiladi. Kompaniyalar raqobatda ustunlikka erishish uchun shaxsiylashtirilgan va samarali strategiyalar ishlab chiqishi kerak.

¹ www.stat.uz sayti maʼlumotlari asosida tayyorlangan

XULOSA VA TAKLIFLAR

Elektron tijorat zamonaviy raqamli iqtisodiyotning ajralmas qismi bo'lib, u kompyuter tarmoqlari orqali amalga oshiriladigan quyidagi moliyaviy va tijorat operatsiyalarini o'z ichiga oladi.

Qonunchilikni takomillashtirish. Amaldagi qonunchilikni takomillashtirish va yangi huquqiy me'yoriy hujjatlarni qabul qilish, foydalanuvchilarning huquqlarini himoya qilishga e'tibor qaratish va shaffof soliq tizimini yaratish.

Logistika va yetkazib berishni yaxshilash. Yakuniy logistika tizimini yaratish uchun pochta xizmatlarini modernizatsiya qilish va bu sohaga investitsiya qilish talab etiladi.

Marketing va reklama. Internet-marketingga, jumladan SMM, SEO va banner reklamasiga e'tibor qaratish kerak bo'ladi.

Mahsulotlar tarkibi va xizmatlarni kengaytirish. Onlayn va an'anaviy mahsulotlar takliflarini kengaytirish muhim.

Ijtimoiy nafaqalarni oshirish. kam ta'minlangan odamlarni arzonroq tovarlar bilan ta'minlash va kasanachilik imkoniyatlarini kengaytirish.

Statistikadan foydalanish. Ommabop mahsulotlar va marketing strategiyalarining samaradorligini aniqlash uchun statistikadan foydalanish. O'qitish va tizimni rivojlantirish: Mutaxassislarni tayyorlash va malakasini oshirish uchun maxsus o'quv dasturlarini ishlab chiqish kerak.

Ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish. Ijtimoiy tarmoqlar orqali mijozlarni tarbiyalash kerak.

Aloqa va xizmatlar sifatini yaxshilash, xalqaro hamkorlikni mustahkamlash. Xalqaro hamkorlikni mustahkamlash, qo'shni davlatlar bilan o'zaro tajriba almashish va ular bilan o'zaro foydali yo'nalishlarni rivojlantirish zarur. Elektron tijoratning samaradorligini oshirish uchun statistik ma'lumotlardan foydalanib, ommabop mahsulotlarni va marketing strategiyalarining samaradorligini aniqlash mumkin. Internet-marketing (SMM, SEO) va mijozlardan fikr-mulohazalar yig'ish orqali elektron tijoratni yanada rivojlantirish mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. «Основы электронной коммерции», Юрасов А. В., Горячая линия-Телеком, Москва, 2007 год
2. «Electronic Commerce», Gary Schneider, Course Technology, 2008
3. "E-commerce 2025: Trends and Strategies" by Maria Johnsen (2020)
4. "Digital Marketing for Dummies" by Ryan Deiss and Russ Henneberry (2020)
5. Amazon.com, Inc kompaniyasi hisoboti, Annual Report 2022 (SEC Filing Form 10-K).
6. Elektron manba: <https://www.techtarget.com/searchcio/definition/e-commerce>.
7. Elektron manba: <https://infocom.uz/elektron-tijorat-ozbekiston-iqtisodiyotidamavjud-holat-muammolar-va-istiqbollar>.
8. Chaffey D.(2015).”Digital Business and E-Commerce Management”.