

## ELEKTRON SAVDONING O'ZIGA HOS JIHATLARI

**Turdiyeva Shohista Bahriddin qizi**  
**TDIU, Marketing kafedrası tayanch doktoranti**

### Annotatsiya

Jahon iqtisodiyotida savdo faoliyati o'tish davriga guvoh bo'lmoqda. Barcha kompaniyalar onlayn texnologiyalar orqali axborotga asoslangan operatsiyalarga orqali faoliyat yuritmoqda. Texnik o'tishning sur'ati shu qadar kuchliki, zamonaviy Elektron savdo hozirda sanoatning barcha sohalariga ta'sir ko'rsatuvchi iqtisodiy muhitda sezilarli siljishlarni amalga oshirmoqda. Internet kompaniyalar doirasini kengaytirdi. Ushbu maqolada Elektron savdoning jihatlari, jumladan uning ahamiyati, afzalliklari, O'zbekiston bozoridagi qiyinchiliklari va ko'lami muhokama qilindi.

**Kalit so'zlar.** Biznes, iste'molchi, Elektron savdo, internet, bozor strategiyasi, o'sish, foyda.

### Аннотация

Торговая деятельность в мировой экономике переживает переходный период. Все компании работают посредством информационных операций с помощью онлайн-технологий. Темпы технологических изменений настолько велики, что современная электронная коммерция в настоящее время вносит существенные изменения в экономическую среду, что затрагивает все отрасли промышленности. Интернет расширил сферу деятельности компаний. В данной статье рассмотрены аспекты электронной коммерции, включая ее важность, преимущества, проблемы и масштабы на рынке Узбекистана.

**Ключевые слова.** Бизнес, потребитель, электронная коммерция, Интернет, рыночная стратегия, рост, прибыль.

### Abstract

Trade activity in the world economy is witnessing a period of transition. All companies are operating through information-based operations through online technologies. The pace of technological change is so strong that modern E-commerce is now making significant changes in the economic environment that affects all sectors of the industry. The Internet has expanded the scope of companies. This article discussed the aspects of e-commerce, including its importance, advantages, challenges and scope in the market of Uzbekistan.

**Keywords.** Business, consumer, E-commerce, internet, market strategy, growth, profit.

### KIRISH

Globalashuv va axborot texnologiyalari (IT) tashkilotlarning biznes yuritish uslubini o'zgartiradi. O'z kompaniyasining yakuniy rivojlanishi uchun IT infratuzilmasiga katta miqdorda sarmoya kiritgan deyarli barcha kompaniyalarda IT tizimi joriy etilgan va integratsiyalashgan. EC bilan korxonalar "Just in Time" ishlab chiqarishni butun dunyo bo'ylab o'zlarining strategik qobiliyatlarini oshiradigan savdo hamkorlari bilan bog'lamoqdalar. Elektron savdo aloqa nuqtai nazaridan telefon

liniyalari, kompyuter tarmoqlari yoki boshqa vositalar orqali ma'lumot, xizmatlar, mahsulotlar yoki onlayn to'lovlarni taqdim etishi mumkin. EC biznes jarayonlari nuqtai nazaridan korporativ tranzaksiyalar va ish oqimlarini avtomatlashtirish texnologiyasini joriy qiladi. Xizmat ko'rsatish nuqtai nazaridan, EC — bu mahsulot samaradorligini oshirish va xizmatlarni yetkazib berishni tezlashtirish bilan birga xizmatlar narxini pasaytirish usuli bo'lib, u sanoat, mijozlar va rahbariyatning xohishiga javob beradi.

Ushbu maqolada Elektron savdo haqida umumiy ma'lumot berilgan, asosan uning ta'rifiga va zamonaviy bozor uchun muhimligiga e'tibor qaratilgan. Elektron savdoning afzalliklaridan tashqari, keyingi bo'limlarda muhokama qilinadigan ba'zi kamchiliklar ham mavjud.

### ADABIYOTLARNI SHARHI

R. E. Walch [1] biznes bilan bog'liq tranzaksiyalarni amalga oshirish usuli sifatida elektron savdodan (EC) foydalanish kuchayib borayotganligi ko'plab kompaniyalar uchun ustuvor vazifa bo'lib kelayotganligini ta'kidlagan.

E. Turban, J. Whiteside, D. King, and J. Outlandlar [2] o'zlarining ilmiy izlanishlarida "Bugungi kunda yirik kompaniya operatsiyalari onlayn tarzda amalga oshirilmoqda. Odamlar mahsulot va xizmatlarni onlayn tarzda sotadilar hamda sotib oladilar va internet infratuzilmasisiz ma'lum xaridlarni amalga oshirib bo'lmaydi" deya o'z fikrlarini ilmiy asoslagan.

E. E. Grandon and J. M. Pearsonlar [3] Elektron savdo — biznes operatsiyalarida elektron aloqa va raqamli axborot jarayonlari tashkilotlar va shaxslar o'rtasida qiymat yaratish munosabatlarini yaratish, o'zgartirish hamda qayta aniqlash uchun ishlatiladi deya ta'kidlaydi.

D. Gefen [4] o'zining elektron savdo bo'yicha o'zining Elektron savdoda ishonchning roli nomli ilmiy maqolasida — Elektron savdoning rivojlanishi iqtisodiy jihatdan o'sish tendensiyasiga ega mamlakatlar kichik bizneslari uchun real istiqbollarni yaratishini ta'kidlaydi.

R. Rahayu va J. Day [5] elektron savdoning iste'molchi uchun eng katta afzallik shundaki, ko'p vaqtni tejaydi va dunyoning istalgan nuqtasidan xaridni amalga oshirish uchun qulayligini ta'kidlaydi.

### TAHLIL VA NATIJALAR

Elektron savdo — tovarlar va xizmatlar bilan ishlash uchun elektron ommaviy axborot vositalari va internetni anglatadi. Elektron savdo kompaniyaning internetga, shuningdek, elektron ma'lumotlar almashinuvi, ITga kirishini o'z ichiga oladi. Elektron savdo internet-sotuvchining veb-saytiga, to'g'ridan-to'g'ri platformadan foydalanuvchiga tovarlar yoki xizmatlar savdosini amalga oshirish, kredit karta, debet karta yoki elektron pul o'tkazmasi orqali to'lash uchun simsiz xarid qilish savatchasini anglatadi.

AKTning, xususan, Internetning ommalashib borayotganligi dunyo tez sur'atlar bilan Elektron savdoga (Business-to-Business) o'tayotganligini anglatadi. Internet iste'molchilarga global iqtisodga kirishga imkon berganligi sababli, ular narxlarini

hududlar bo'yicha solishtirishlari, so'rovlar bo'yicha qanday o'zgarishini bilishlari va almashtirishdan xabardor bo'lishlari mumkin. Xaridorlar aniq afzalliklarga ega bo'lishadi. Bozorning ochiqligi tufayli iste'molchilar turli veb-saytlardagi Elektron savdo takliflarini qulay tarzda solishtirishlari mumkin. Agar kompaniya elektron bo'lsa, raqiblar darhol mijozdan bir marta bosish masofasida bo'ladi.

Elektron savdo faoliyatini amalga oshirishda bir qator yordamchi texnologiyalar mavjud bo'lib, ular quyidagilar:

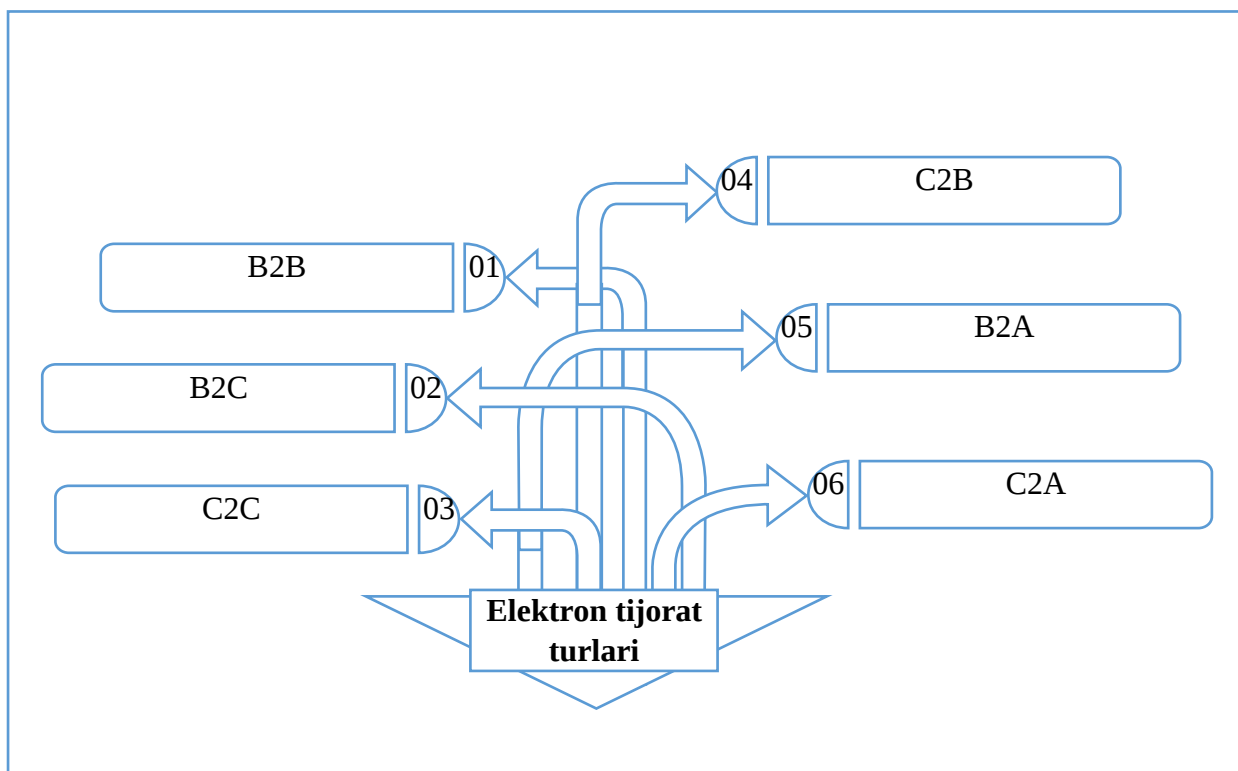
**Internet** — elektron savdo internetning keng kirib borishi tufayli o'sdi. Internet va aqlli mobil telefonlar tom ma'noda har bir hayotning bir qismi bo'lib kelgan. Internet endi razvedka manbasi emas, ammo u otliqlar, duradgorlar, shifokorlar va boshqalar sotib olishlari, o'qishlari, muloqot qilishlari va hatto xizmat ko'rsatishlari mumkin bo'lgan samarali vositadir. Ta'minot zanjiri nozik va aqlli, chunki raqamli tarmoqlar tezda mijozlar bilan bog'lanishi mumkin, bu ifloslanishni sezilarli darajada kamaytiradi va yashil biznesga foyda keltiradi. So'nggi 15 yil ichida AKT inqilobi iqtisodiyotni misli ko'rilmagan darajada quvvatladi. Internet va uning xizmatlari ulkan texnologik yutuqlar bilan yangi bozorlarni o'sishiga yordam berdi. 1980-yillarda internet foydalanuvchilari soni kichik edi va 1994 yilgacha testdan foydalanuvchilar soni o'sib borguncha bosqichma-bosqich, ammo barqaror o'sish kuzatildi. Tarmoq foydalanuvchilari soni World Wide Web paydo bo'lishi va keyinchalik multimedia kontentining kengayishi bilan portladi. Internet, o'z navbatida, boshqa barcha vositalarga qaraganda tezroq rivojlandi. Birlashgan Millatlar Tashkilotining Xalqaro Elektraloqa Ittifoqi (XEI) yaqinda 2025 yilda 7,2 milliard foydalanuvchi onlayn bo'lishini prognoz qildi.

**Analitika** — bu ma'lumotlarni qaror qabul qilish ma'lumotlariga aylantirishning empirik usuli. Analitika tashkilotlarga o'z mijozlarini to'plash, tartibga solish, ko'rib chiqish va sharhlashda yordam beradi. Ma'lumotlar hajmining katta o'sishi tashkilotlarning mijozlarning xatti-harakatlarini bilish uchun tadqiqotlarga tayanishiga sabab bo'ldi. Chakana sotuvchilar internet investitsiyalari va kanallar aralashmasidan daromadlarni hisoblash uchun real vaqt rejimida bilimga ega bo'lishlari kerak. Elektron savdo o'yinchilari uchun asosiy tahlillar mavjud; mijozlar tushunchasi uchun o'rtacha buyurtma hajmi, savat hajmini o'lchash, konversiya nisbatlari talab qilinadi va chuqurroq tahliliy yondashuv zarur.

**Ijtimoiy tarmoqlar** — o'z tovarlarini reklama qilish uchun korxonalar doimiy ravishda ijtimoiy tarmoqlardan foydalanadilar. Ijtimoiy media Internet orqali ulanish va ma'lumot almashish uchun kompyuter yoki mobil telefondan foydalanishga imkon beruvchi bloglar va kompyuter ilovalarini o'z ichiga oladi. Ijtimoiy tarmoq mahsulotlarni yaratishda muhimroq bo'lib, mijozlarga turli bitimlarni eslatib turadi. Mahsulot yoki xizmat haqidagi ma'lumotlar ham foydalidir. U ishonchli iste'molchilar guruhini, nashrlarni, og'zaki so'zlarni va boshqalarni yaratish uchun brend yaratish vositasini taqdim etadi.

**3D bosib chiqarish** — 3D printer raqamli 3 o'lchovli modelni yarata oladigan elektron qurilmalar toifasiga kiradi. "Qo'shimcha ishlab chiqarish" usuli — bu siyohli printerning ranglarini tekis qog'oz varag'iga muvaffaqiyatli joylashtirishga o'xshash qoplama. 19-asr boshidagi sanoat inqilobi qishloq xo'jaligi hayotini larzaga

keltirganidek, 3D bosib chiqarish bir kun kelib odamlar foydalanadigan mahsulot usulini yo‘q qilishi mumkin. 3D bosib chiqarish iste’molchi chop etishi kutilayotgan yoki dizayner uchinchi tomon ishlab chiqaruvchisi bilan bog‘langan prototiplar biznesini ishlab chiqaradi. Tayyor mahsulot sotilmaydi — konsepsiya sotiladi va chop etiladigan litsenziya. Internetning burchaklarida istiqbolli rassomlar uyda yoki ishda chop etish rejalarini ko‘rsatadilar.



**1-rasm. Elektron savdo biznes turlari<sup>1</sup>**

Biznesdan biznesga (B2B) — elektron savdo firmalar o‘rtasidagi barcha elektron mahsulotlar yoki xizmatlarni o‘tkazishni o‘z ichiga oladi. Umuman olganda, ishlab chiqaruvchilar va an’anaviy sanoat ulgurji kompaniyalari elektron savdo uchun ushbu yondashuvdan foydalanadilar.

Biznesdan iste’molchiga (B2C) — kompaniya va yakuniy mijoz elektron kompaniya hamkorligi. Bu Elektron savdo xarid qilish bo‘limi bo‘lib, u erda an’anaviy chakana savdo odatda amalga oshiriladi. Ushbu hamkorlik uslublari oddiyroq, murakkabroq va vaqti-vaqti bilan bo‘lishi mumkin va ular to‘xtatilishi mumkin. Ushbu biznes turi mijozlarga kompyuterlar, elektronika, kitoblar, aksessuarlar, avtomobillar, oziq-ovqat, moliyaviy materiallar va raqamli nashrlar kabi har qanday turdagi mahsulotlarni taklif qiluvchi bir qator onlayn-do‘konlar va markazlar bilan Internetning paydo bo‘lishi tufayli sezilarli darajada kengaydi. An’anaviy savdodagi chakana savdodan farqli o‘laroq, xaridor odatda mavjud bo‘lgan mazmunli kontent haqida ko‘proq ma’lumotga ega bo‘ladi va siz shunga o‘xshash individual mijozlar tajribasini xavf ostiga qo‘ymasdan, shuningdek, oson ishlov berish va tarqatishni va’da qilmasdan arzonroq sotib olishingiz mumkinligi odatda qabul qilinadi.

<sup>1</sup> Muallif ishlanmasi.

Iste'molchidan iste'molchiga (C2C) — turi elektron Elektron savdo mijozlar o'rtasida elektron shaklda tovarlar yoki xizmatlarning barcha savdolarini qamrab oladi. Odatda bu almashinuv onlayn tranzaksiya forumini taklif qiluvchi uchinchi tomon tomonidan amalga oshiriladi.

Iste'molchidan biznesga (C2B) — tovarlar almashinuvining odatiy konteksti o'zgartiriladi. Elektron savdoning bu usuli kraudsorsingga asoslangan kompaniyalarda keng qo'llaniladi. Ayrim xizmatlar yoki mahsulotlarni maqsad qilgan kompaniyalar uchun jismoniy shaxslar ham o'z xizmatlari yoki mahsulotlarini sotadilar. Ushbu tadbirlarga rassomlar logotip uchun bir nechta takliflar so'raladigan va faqat bittasi muvaffaqiyatli tanlangan va sotib olingan joylarni o'z ichiga oladi. Ushbu biznes segmentidagi yana bir mashhur vosita — royaltidan xoli fotosuratlar, fotosuratlar, media va dizayn elementlarini sotadigan bozorlar.

Biznes-ma'muriyat (B2A) — bu qism kompaniyalar va hukumat o'rtasidagi barcha internet tranzaksiyalarini o'z ichiga oladi. Bu turli xil dasturlarni, xususan, soliqqa tortish, ijtimoiy yordam, sog'liqni saqlash, huquqiy hujjatlar va hujjatlarni rasmiylashtirish va hokazolarni qamrab oladi. So'nggi yillarda bu xizmatlar turlari davlat boshqaruviga sarflangan mablag'lar hisobiga sezilarli darajada kengaytirildi.

Iste'molchi-ma'muriyat (C2A) — modeli hukumatlar va jismoniy shaxslar o'rtasidagi barcha elektron xaridlarni o'z ichiga oladi. Ilovaning diqqatga sazovor joylariga quyidagilar kiradi:

- Ta'lim – axborotni tarqatish, masofaviy ta'lim va h.k.
- Ijtimoiy ta'minot – axborotni tarqatish, to'lovlarni amalga oshirish va h.k.
- Soliqlar — soliq deklaratsiyasini topshirish, to'lovlar va boshqalar.
- Salomatlik – uchrashuvlar, kasalliklar to'g'risidagi ma'lumotlar, tibbiy xizmatlarga haq to'lash va h.k

Elektron savdo sanoatidagi yangi tendensiya endi qanday boshlanganiga nisbatan ko'p yo'nalishlarga tarqaldi. Elektron savdo bozori bugungi kunda odamlar sotib olish yoki sotish uchun oddiy onlayn forum emas, balki undan ham ko'proq, Elektron savdo tobora o'zgarib bormoqda, chunki u juda mahalliy bo'lib, sun'iy intellektni targ'ib qiladi va hatto nomoddiy mahsulotlar va xizmatlarni taqdim etadi. GST ijrosi va qisqa muddatli kreditlar sifatida. Yorug'lik tezligida rivojlanayotgan texnologiyalarni joriy etish bilan iste'molchining potensial ko'rinishi to'liq o'tish arafasida. Shu bilan birga, u narsalar Interneti (IoT) bo'ylab kengaytirilgan maishiy xizmatlar, ma'lumotlarni qayta ishlash, logistika, sun'iy intellekt, shaxsiylashtirish va Elektron savdo namunalari keyingi avlodi uchun giper-lokal makonga e'tibor qaratishi aniq.

Iste'molchilar uchun Elektron savdoning asosiy afzalliklari quyidagilardan iborat:

- savdo stavkalarini pasaytirish;
- kengaytirilgan moslashuvchanlik — xaridlarni firma bilan jismoniy aloqa qilmasdan kuniga 24 soat amalga oshirish mumkin;
- vaqtning tejash — iste'molchilar istalgan vaqtda istalgan mahsulotni onlayn xarid qiladi yoki sotadi;
- mijoz ma'lumotlarga oson va doimiy ravishda kirib, ko'plab sahifalarda tafsilotlarni qidirish uchun tugmani bosish orqali yaxshiroq kirish imkoniyatiga ega;

- xarid qilishda ham, tranzaksiyalarda ham qulaylik xaridorga uydan yoki ofisidan kerak bo'lgan qulaylikdan kelib chiqadi;

- agar kompaniya faoliyati qoniqarsiz bo'lsa, boshqa kompaniya-mijozlarga o'tish hali ham oson;

- mahalliy yoki milliy bozorda iste'molchiga avvalgidan ko'ra kattaroq mahsulotga kirishni ta'minlaydigan mahsulot mavjud emas edi;

- yakuniy xaridni amalga oshirishdan oldin iste'molchi boshqalar nima sotib olganini ko'rish yoki boshqa mijozlarning sharhlarini ko'rish uchun mahsulot haqida fikr bildiradi.

Internet orqali sotishning ko'payishi joriy va barqaror xarajatlarning kamayishi sotuvchilar nuqtai nazaridan Elektron savdoning asosiy afzalligi hisoblanadi. Bularga:

- daromad olishda yordam beradi;

- foydalanish va texnik xizmat ko'rsatish bilan bog'liq xarajatlarni sezilarli darajada kamaytiradi;

- xarid qilish va sotib olishga sarflanadigan xarajatlarni kamaytiradi;

- mijozlarning sodiqligini oshirishga, shuningdek, ushlab turishga yordam beradi;

- mahsulotlarni tashish uchun byudjet xarajatlarini sezilarli darajada qisqartirish;

- mijoz va yetkazib beruvchi o'rtasidagi munosabatlarni yaxshilash hamda rivojlantirish;

- sotish jarayonini tezlashtirishga yordam beradi;

- ichki va tashqi aloqani yaxshilash;

- har qanday kompaniya va brendning imijini targ'ib qiladi.

Yuqoridagi imkoniyatlar bilan birga Elektron savdoda bir qator muammolarga duch kelmoqda. Bu qiyinchiliklarga asosan xaridorlar hamda internetdan biznes uchun vosita sifatida foydalanadigan sotuvchilar duch kelishadi. Ushbu muammolar elektron savdo bozori xususiy va davlat korxonalari bilan birga yuksalmayapti. Elektron savdo sanoatini oshirish uchun xususiy va davlat hamkorligi zarurligi. Tizim himoyasi, ishonchliligi, maxsus talablari va ba'zi aloqa protokollari mavjud emas. Agar Elektron savdo veb-sayti buzilgan bo'lsa, mijoz pulini yo'qotadi. Elektron savdo veb-saytlari uchun kiberxavfsizlik eng keng tarqalgan muammo hisoblanadi. Yana bir eng muhim omil bu elektron hisob-kitoblarga ishonch. Asosiy qonunlar va qoidalar bo'yicha standart hujjat Elektron savdo operatsiyalarining to'g'riligi va qonuniyligini ta'minlashi mumkin. Rivojlangan dunyoda ishonch zamonaviy qonunchilik va elektron operatsiyalarda xolislikka asoslangan. Elektron savdoga asoslangan operatsiyalarni o'rnatmaydigan qonunchilik va sud tizimi, haqiqiy yoki idrok etilgan bo'lsin, qamrab olinmagan bo'lsa-da, ular salbiy. Ko'pgina rivojlangan mamlakatlarda naqd pul yetkazib berish bugungi kunda ham eng mashhur jarayon bo'lib, cheklar va kredit kartalari osonlikcha qabul qilinmaydi.

Yuqoridagi muammolardan tashqari, ba'zi rivojlanayotgan mamlakatlarning iqtisodiyoti boshqa ko'plab muammolarga duch kelayotganini alohida ta'kidlash zarur:

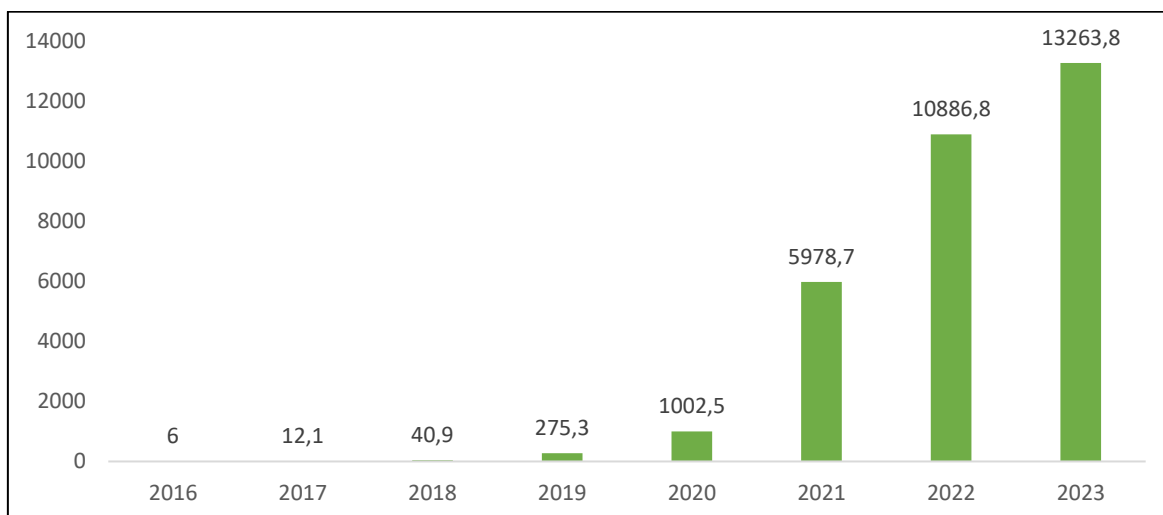
- kadrlar etishmasligi;

- turli madaniyat va an'analar;

- onlayn marketing bilan bog'liq zaif asos;

- kamroq marketing va reklama;
- siyosiy masalalar;
- an'anaviy bozorga nisbatan xizmatlar va mahsulotlarning yuqori narxi;
- internetning kamroq qamrovi;
- mamlakat bo'ylab tartibsiz aloqa;
- sotuvchi va xaridor bilan bevosita uchrashuvning yo'qligi.

Elektron savdo orqali mahsulot va xizmatlarni xarid qilish xaridorlarga qachon va qayerdan sotib olishni tanlash hamda tovar, sotuvchi va boshqa variantlarni o'rganish imkonini beradi. Onlayn ma'lumotlarning mavjudligi xarid qilish jarayonini inqilob qildi. Do'konda xarid qilish mumkin bo'lgan deyarli hamma narsani, jumladan, oziq-ovqat kabi tez buziladigan narsalarni Elektron savdo orqali xarid qilish mumkin. Butun dunyodagi mijozlar esa bu imkoniyatlardan foydalanishdi. Sanoatning barcha jabhalarida, xizmat ko'rsatishdan tortib, xaridorga yangi mahsulot dizaynigacha, elektron savdoning ta'siri allaqachon mavjud. U iste'molchilar bilan uchrashish va ular bilan muloqot qilish uchun kompaniya bilimlarining yangi shakllarini taklif etadi, masalan, Internetda reklama va tijoratlashtirish, onlayn buyurtmalarni bajarish va mijozlarni onlayn qo'llab-quvvatlash. Shuningdek, buyurtmani qayta ishlash xarajatlarini minimallashtirishi va ko'p sonli sotuvchilar va savdo hamkorlari bilan aloqa o'rnatishi mumkin, bu odatda mahsulot va xizmatlar xarajatlariga katta qo'shimcha xarajatlar keltiradi. Elektron savdo O'zbekiston kabi rivojlanayotgan mamlakatlar uchun ulkan imkoniyatlar beradi. O'zbekistonda u hali boshlang'ich bosqichida, lekin eng salbiy prognozlar ham kelajakdagi yuqori o'sishni ko'rsatmoqda. 2023-yil yakuni bo'yicha O'zbekiston Respublikasida Elektron savdo hajmi 2016-yilga 200 barobarga o'sganligini ko'rishimiz mumkin (2-rasm).



**2-rasm. 2016-2023 yillarda O'zbekiston Respublikasi elektron savdo aylanmasi, mln so'm**

2016 yilda O'zbekistonning Elektron savdo bozori 6 milliard so'mni tashkil etgan bo'lsa, bu tarmoqning 2023 yildagi ko'rsatkichi 132 milliard so'mdan oshganligini ko'rish mumkin. Bunday natijaning asosiy omillaridan biri internet va smartfonlardan foydalanishning ko'payishi bo'lib, buning natijasida onlayn xaridlarning ortishi hamda

korxonalar o'z mijozlari bilan bog'lanish imkoniyatini berdi. Elektron savdoning sog'lom va xavfsiz hamkori sifatida mobil tijorat tez rivojlandi.

## XULOSA VA TAVSIYALAR

Elektron savdo sanoati elektron biznes sohasidagi yetakchi tarmoqlardan biriga aylanadi. Elektron savdodagi inqilob tezda yangi bozorlarni taklif qilish va chegaralarni kesib o'tish orqali tranzaksiya sanoatiga katta ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Bu dunyodagi an'anaviy bozor tizimiga katta ta'sir ko'rsatdi va odamlar hayotini yaxshilashga imkon berdi. Garchi u mijozlar va sotuvchilarga mukofotlar taqdim etsada, Elektron savdo an'anaviy biznesni barqaror joyga to'sqinlik qiladi. Rivojlanayotgan mamlakatlar Elektron savdoni rivojlanayotgan mamlakatlar bilan taqqoslaganda, uni samarali olib borish uchun bir qator muammolarni keltirib chiqaradi. Internet narxleri minimal bo'lsa, Elektron savdo tez rivojlanadi va ko'plab kompaniyalar odatda quriydi. Qulaylik iste'molchilar uchun Elektron savdoning asosiy afzalliklaridan biri bo'lib, mijozlarning sodiqligini oshiradi. Buning sababi shundaki, iste'molchilar istalgan joydan Internetga kirish orqali buyurtma berishlari mumkin. Kompaniyaning uzluksiz ishlashi va bir nechta to'lovlarni taklif qiladigan elektron savdosi har qanday mijoz uchun muhim bo'lishi va onlayn rejimda foydalanish mumkin bo'lgan ko'proq funksiyalarni ta'minlashi kerak. Boshqa afzalliklarga kengaytirilgan mahsulotlar va kengaytirilgan mintaqaviy qamrov kiradi. Biroq, Elektron savdo kompaniyalari kengayishda ko'plab muammolarga duch kelishadi.

## FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI.

1. R. E. Walch, "Electronic commerce," in Key Aspects of German Business Law (Fourth Edition): A Practical Manual, 2009.
2. E. Turban, J. Whiteside, D. King, and J. Outland, Introduction to Electronic Commerce and Social Commerce. 2017.
3. E. E. Grandon and J. M. Pearson, "Electronic commerce adoption: An empirical study of small and medium US businesses," Inf. Manag., 2004, doi: 10.1016/j.im.2003.12.010.
4. D. Gefen, "E-commerce: The role of familiarity and trust," Omega, 2000, doi: 10.1016/S0305-0483(00)00021-9.
5. R. Rahayu and J. Day, "E-commerce adoption by SMEs in developing countries: evidence from Indonesia," Eurasian Bus. Rev., 2017, doi: 10.1007/s40821-016-0044-6.
6. A. G. Khan, "Electronic Commerce: A Study on Benefits and Challenges in an Emerging Economy," Type Double Blind Peer Rev. Int. Res. J. Publ. Glob. Journals Inc, 2016.
7. P. Kalia, N. Kaur, and T. Singh, "E-Commerce in India," in Mobile Commerce, 2017.
8. <https://stat.uz/uz/rasmiy-statistika/internal-trade-2>