

ELEKTRON TIJORAT VA ONLAYN SAVDONING ZAMONAVIY IQTISODIYOTDAGI O‘RNI VA RIVOJLANISH ISTIQBOLLARI

Raximova Sevara Gayratovna

Muhammad al-Xorazmiy nomidagi
Toshkent axborot texnologiyalari universiteti
“Raqamli texnologiyalar konvergentsiyasi” kafedrası
katta o‘qituvchisi

Annotatsiya

Mazkur maqolada elektron tijorat va onlayn savdoning zamonaviy iqtisodiyotdagi o‘rni, uning rivojlanish tendensiyalari hamda istiqbollari tahlil qilingan. Elektron tijoratning tadbirkorlik faoliyatiga ta’siri, raqamli texnologiyalarning savdo jarayonlaridagi ahamiyati va O‘zbekiston sharoitida onlayn savdoni rivojlantirish omillari yoritib berildi. Tadqiqot davomida elektron tijoratning iqtisodiy samaradorligi va dolzarb muammolari ilmiy jihatdan asoslab berilgan.

Kalit so‘zlar: elektron tijorat, onlayn savdo, raqamli iqtisodiyot, internet texnologiyalari, elektron to‘lov tizimlari, tadbirkorlik.

Аннотация

В данной статье анализируется роль электронной коммерции и онлайн-торговли в современной экономике, а также тенденции и перспективы их развития. Рассматривается влияние электронной коммерции на предпринимательскую деятельность, значение цифровых технологий в торговых процессах и факторы развития онлайн-торговли в условиях Узбекистана. В ходе исследования научно обоснована экономическая эффективность электронной коммерции и выявлены актуальные проблемы данной сферы.

Ключевые слова: электронная коммерция, онлайн-торговля, цифровая экономика, интернет-технологии, электронные платёжные системы, предпринимательство.

Abstract

This article analyzes the role of e-commerce and online trade in the modern economy, as well as the trends and prospects for their development. The study examines the impact of e-commerce on entrepreneurial activity, the importance of digital technologies in trade processes, and the key factors influencing the development of online trade in Uzbekistan. The research provides a scientific justification of the economic efficiency of e-commerce and identifies current challenges in this field.

Keywords: e-commerce, online trade, digital economy, internet technologies, electronic payment systems, entrepreneurship.

KIRISH

Raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi va globallashuv jarayonlarining chuqurlashuvi zamonaviy iqtisodiyotda savdo munosabatlarining yangi shakllarini yuzaga keltirdi. Xususan, elektron tijorat va onlayn savdo an’anaviy savdo tizimlariga muqobil bo‘lgan samarali mexanizm sifatida shakllanib, iqtisodiy faoliyatning barcha bosqichlariga tobora keng kirib bormoqda [1]. Internet tarmog‘i va axborot-

kommunikatsiya texnologiyalari asosida amalga oshirilayotgan savdo jarayonlari vaqt, hudud va xarajat bilan bog'liq cheklovlarni sezilarli darajada kamaytirmoqda [2].

Elektron tijoratning zamonaviy iqtisodiyotdagi o'rni quyidagi yo'nalishlar orqali izohlanadi:

- 1) bozor samaradorligini oshirishi (transaksion xarajatlarni kamaytirishi, narx shaffofligini kuchaytirishi);
- 2) KOB (kichik va o'rta biznes) uchun bozorga kirish to'siqlarini qisqartirishi;
- 3) xizmatlar va tovarlar savdosini xalqaro miqyosda tezlashtirishi;
- 4) yangi raqamli kasblar va platforma bandlikni yaratishi;
- 5) davlat uchun soliq bazasi, raqobat siyosati va iste'molchilar huquqlarini himoya qilish bo'yicha yangi vazifalarni yuzaga keltirishi.

Onlayn savdoning tez o'sishi kiberxavfsizlik, shaxsiy ma'lumotlar himoyasi, platformalarda aldov yoki firibgarlik, sifatsiz yoki qalbaki mahsulotlar, transchegaraviy nizolar hamda raqamli tafovut (digital divide) kabi muammolarni ham kuchaytirmoqda.

Bugungi kunda elektron tijorat nafaqat tovar va xizmatlarni sotish usuli, balki tadbirkorlikni rivojlantirish, raqobat muhitini kuchaytirish hamda iqtisodiy samaradorlikni oshirishning muhim omiliga aylanmoqda [3]. Onlayn savdo platformalari orqali bozorga chiqish imkoniyatining kengayishi kichik va o'rta biznes subyektlari faoliyatida yangi imkoniyatlar yaratib, ularning iqtisodiy faolligini oshirmoqda [4].

Shu bilan birga, elektron tijoratning jadal rivojlanishi bir qator muammolarni ham yuzaga keltirmoqda. Xususan, huquqiy tartibga solish, kiberxavfsizlikni ta'minlash, shaxsiy ma'lumotlarni himoya qilish hamda iste'molchilar huquqlarini kafolatlash masalalari dolzarb ahamiyat kasb etmoqda [5]. Ayniqsa, rivojlanayotgan davlatlar, jumladan, O'zbekiston sharoitida elektron tijoratni barqaror rivojlantirish uchun institutsional va infratuzilmaviy omillarni kompleks o'rganish zarurati mavjud.

Mazkur maqolaning maqsadi elektron tijorat va onlayn savdoning zamonaviy iqtisodiyotdagi o'rnini tahlil qilish, uning rivojlanish tendensiyalari va istiqbollarini aniqlash hamda O'zbekiston sharoitida ushbu sohani takomillashtirishga oid ilmiy-amaliy xulosalar ishlab chiqishdan iborat.

ADABIYOTLAR SHARHI

Ilmiy adabiyotlarda elektron tijorat odatda tovarlar va xizmatlarni raqamli tarmoqlar orqali sotish-sotib olish jarayoni sifatida talqin qilinadi; bunda buyurtma, to'lov, mijoz bilan muloqot va yetkazib berish zanjirining muhim qismi raqamli kanal orqali boshqariladi. Biroq e-commerce ko'lamini aniq o'lchash murakkab: platformalar kesimida daromadlarni ajratish, B2B va B2C operatsiyalarini bir xil metodologiyada hisoblash, transchegaraviy raqamli xizmatlarni baholash kabi masalalar statistik tafovutlarga olib keladi. UNCTAD e-commerce statistikasi va raqamli iqtisodiyotni o'lchash bo'yicha yondashuvlarni kuchaytirish zarurligini ta'kidlab, e-commerce savdolari YAIMga nisbatan tezroq o'sayotganini qayd etadi [10].

UNCTADning Digital Economy Report 2024-yil hisobotida raqamli iqtisodiyotning tez o'sishi fonida e-commerce savdolarining kengayishi va uning kompleks ta'sirlari (jumladan, resurslar sarfi, raqamli infratuzilma yuklamasi) muhokama qilinadi. Bu yondashuv elektron tijoratni faqat "savdo kanali" emas, balki butun iqtisodiy tizimning transformatsion omili sifatida ko'rishni kuchaytiradi [11].

So'nggi tadqiqotlar e-commerce rivojida elektron savdo maydonchalari (marketplace) platformalarining roli ortayotganini ko'rsatadi: ular ko'p sonli uchinchi tomon sotuvchilarini iste'molchilar bilan bog'laydi, qidiruv va tanlash xarajatlarini kamaytiradi, lekin ayni paytda sifat nazorati, soxta sharhlar, aldov sxemalari va mas'uliyatni taqsimlash kabi muammolarni keltirib chiqaradi. OECD materiallarida onlayn bozorlar iste'molchilar uchun qulaylik va tanlovni oshirsa-da, ayniqsa uchinchi tomon sotuvchilar faol bo'lgan segmentlarda iste'molchi xavflari kuchayishi qayd etiladi [12].

Bu yo'nalishda adabiyotlar platformalarning ikki tomonlama bozor (two-sided market) xususiyatini urg'ulaydi: platforma qiymati xaridor va sotuvchilar soni oshgan sari kuchayadi (network effects). Shu sababli, bozor konsentratsiyasi, raqobat siyosati, algoritmik reytinglar va "dark patterns" kabi hodisalar e-commerce tadqiqotlarining muhim mavzusiga aylangan [9], [13].

Elektron tijoratni barqaror rivojlantirish uchun iste'molchi ishonchi (trust) hal qiluvchi omillardan biri sifatida ko'riladi. OECD e-commerce bo'yicha iste'molchini himoya qilish tamoyillarida shaffof axborot, adolatli shartlar, qaytarish va kafolat mexanizmlari, shuningdek, shikoyatlarni ko'rib chiqish tizimi (dispute resolution) zarurligini belgilaydi.

Adabiyotlarda kiberxavfsizlik va shaxsiy ma'lumotlarni himoya qilish elektron tijoratni "institutSIONAL poydevori" sifatida baholanadi: to'lov ma'lumotlari, identifikatsiya, login-parol xavfsizligi, fishing va firibgarlik risklari kamaytirilmasa, bozor o'sishi sekinlashishi mumkin. Ayniqsa, transchegaraviy savdoda iste'molchining huquqiy himoyasi, platforma javobgarligi va yurisdiksiya masalalari dolzarb bo'lib qolmoqda.

Elektron tijorat rivojida internet sifati va arzonligi, logistika tarmoqlari, raqamli ko'nikmalar, raqamli to'lovlar va "digital public infrastructure" kabi omillar "asosiy shart" sifatida talqin qilinadi. Jahon banki raqamli transformatsiya bo'yicha materiallarida raqamli infratuzilma va raqamli ko'nikmalarni kuchaytirish rivojlanayotgan mamlakatlarda raqamli iqtisodiyotga kengroq qo'shilish uchun muhimligini qayd etadi.

Shuningdek, WTO materiallarida e-commerce va raqamli texnologiyalar savdoni tubdan o'zgartirayotgani, ammo raqamli tafovut saqlanib qolsa, inklyuziv natijalarga erishish qiyinlashishi ta'kidlanadi. Shu sababli, adabiyotlar e-commerce'ni rivojlantirishda "infratuzilma + institutlar + ko'nikmalar" uchligini birgalikda ko'rishni tavsiya etadi.

METODOLOGIYA

Mazkur tadqiqotda elektron tijorat va onlayn savdoning zamonaviy iqtisodiyotdagi o'rni va rivojlanish xususiyatlarini aniqlash maqsadida umum-ilmiy va

maxsus tadqiqot metodlaridan foydalanildi. Tadqiqotning metodologik asosini tizimli yondashuv tashkil etib, elektron tijoratni iqtisodiy tizimning tarkibiy qismi sifatida kompleks tahlil qilish imkonini berdi.

Tadqiqot jarayonida ilmiy adabiyotlarni tahlil qilish, mantiqiy umumlashtirish va taqqoslash metodlari qo'llanildi. Xususan, elektron tijorat va onlayn savdo sohasiga oid xorijiy va mahalliy olimlarning ilmiy ishlari, xalqaro tashkilotlar hisobotlari hamda normativ-huquqiy hujjatlar o'rganildi. Ushbu manbalar asosida elektron tijoratning iqtisodiy mohiyati, rivojlanish tendensiyalari va mavjud muammolari aniqlashtirildi.

Shuningdek, statistik tahlil usullardan foydalanilib, elektron tijorat bozorining rivojlanish dinamikasi va iqtisodiy ko'rsatkichlarga ta'siri baholandi. Analiz va sintez metodlari yordamida onlayn savdoning afzalliklari va cheklovlari tizimlashtirildi hamda ularning tadbirkorlik faoliyatiga ta'siri tahlil qilindi.

Tadqiqotda induktiv va deduktiv yondashuvlardan foydalanish orqali umumiy nazariy xulosalardan amaliy natijalarga o'tish, shuningdek, mavjud amaliy holatlardan umumiy ilmiy xulosalar chiqarish imkoniyati yaratildi. Mazkur usullar elektron tijoratning rivojlanish istiqbollari aniqlash va ilmiy asoslangan xulosalar ishlab chiqishda muhim ahamiyat kasb etdi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Tadqiqot natijalari elektron tijorat va onlayn savdoning zamonaviy iqtisodiyotdagi ahamiyati tobora ortib borayotganini ko'rsatdi. Tahlillar shuni ko'rsatadiki, raqamli savdo shakllarining joriy etilishi savdo jarayonlarining tezlashuvi, tranzaksiya xarajatlarining kamayishi va bozor ishtirokchilari o'rtasidagi aloqalarning soddalashuviga olib kelmoqda [6].

Elektron tijoratning rivojlanishi, ayniqsa, kichik va o'rta biznes subyektlari faoliyatida sezilarli ijobiy natijalarni ta'minlamoqda. Onlayn savdo platformalari orqali tadbirkorlar yangi bozor segmentlariga chiqish, iste'molchilar bilan bevosita aloqani yo'lga qo'yish va raqamli marketing vositalaridan samarali foydalanish imkoniyatiga ega bo'lmoqda.

Tadqiqot davomida, shuningdek, elektron to'lov tizimlarining kengayishi onlayn savdoning barqaror rivojlanishida muhim omil ekanligi aniqlandi. Qulay va ishonchli to'lov mexanizmlarining mavjudligi iste'molchilarning onlayn xaridlarga bo'lgan ishonchini oshirmoqda. Internet infratuzilmasining rivojlanish darajasi elektron tijorat hajmiga bevosita ta'sir ko'rsatayotgani kuzatildi.

O'zbekiston sharoitida o'tkazilgan tahlillar elektron tijoratning huquqiy va tashkiliy asoslari izchil takomillashib borayotganini ko'rsatdi. Biroq kiberxavfsizlikni ta'minlash va iste'molchilar huquqlarini himoya qilish masalalarida qo'shimcha chora-tadbirlarni amalga oshirish zarurati saqlanib qolmoqda.

Elektron tijorat global iqtisodiyotda "qo'shimcha savdo kanali"dan "yirik iqtisodiy tizim" darajasiga ko'tarildi. UNCTAD ma'lumotlariga ko'ra, bizneslar tomonidan amalga oshirilgan e-commerce savdolari 2016-2022-yillarda qariyb 60% ga o'sib, 2022-yilda deyarli 27 trln AQSh dollariga yetgan (43 ta mamlakat ma'lumotlari asosida, jahon YAIMining ~3/4 qismini qamrab oladi). Bu shuni anglatadiki, e-

commerce bozorning “periferiyasi” emas, balki ishlab chiqarish-ta’minot-sotuv zanjiri (value chain)ning markaziy bo‘g‘iniga aylanmoqda.

Elektron savdoning o‘sishi odatda quyidagi omillar bilan izohlanadi:

1. internet va smartfon penetratsiyasi, ma’lumotlar narxining arzonlashuvi;
2. raqamli to‘lov infratuzilmasi (mobil ilovalar, QR, ekvayring, onlayn banking);
3. logistika va last-mile delivery modernizatsiyasi;
4. Elektron savdo maydonchalari ekotizimlari (platforma iqtisodiyoti) va tarmoq effektlari (network effects).

Platformalarning tez kengayishi bilan birga, iste’molchi xavflari ham ortadi: soxta reytinglar, aldov sxemalari, xavfli yoki qalbaki mahsulotlar, “dark patterns” (foydalanuvchini manipulyatsiya qiluvchi dizayn), shuningdek, uchinchi tomon sotuvchilarga nisbatan javobgarlikni taqsimlash masalasi. OECD Elektron savdo maydonchalarda iste’molchini himoya qilish bo‘yicha hisobotlarida aynan shu risklar va ularni kamaytirish uchun hamkorlik (platforma-davlat-regulyator) mexanizmlarini kuchaytirish zarurligini ko‘rsatadi.

Shu sabab, elektron tijorat rivojlanish istiqbollari faqat texnologiya bilan emas, balki institutsional sifat bilan ham belgilanadi:

- shaffof shartlar va qaytarish siyosati;
- sotuvchi identifikatsiyasi (KYC);
- to‘lov xavfsizligi va antifraud;
- tezkor shikoyat yoki da’vo mexanizmlari (online dispute resolution);
- mahsulot xavfsizligi nazorati.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, elektron tijorat va onlayn savdo zamonaviy iqtisodiyotning muhim tarkibiy qismi sifatida iqtisodiy rivojlanish jarayonlariga sezilarli ta’sir ko‘rsatmoqda. Raqamli savdo mexanizmlarining joriy etilishi bozor munosabatlarining moslashuvchanligini oshirib, an’anaviy savdo shakllarining transformatsiyasiga olib kelmoqda [7].

Elektron tijoratning rivojlanishi tadbirkorlik faoliyatining samaradorligini oshirish bilan bir qatorda, kichik va o‘rta biznes subyektlari uchun raqobatbardosh muhit yaratmoqda. Onlayn savdo platformalari orqali bozorga chiqish imkoniyatlarining kengayishi ishlab chiqaruvchi va iste’molchi o‘rtasidagi bevosita aloqalarni mustahkamlab, iqtisodiy resurslardan oqilona foydalanishni ta’minlamoqda.

Shu bilan birga, tadqiqot elektron tijoratning barqaror rivojlanishi uchun huquqiy-me’yoriy bazani takomillashtirish, raqamli infratuzilmani rivojlantirish va kiberxavfsizlikni ta’minlash muhim ekanligini ko‘rsatdi. Ayniqsa, rivojlanayotgan mamlakatlar, jumladan, O‘zbekiston sharoitida elektron tijoratni qo‘llab-quvvatlash davlat siyosatining ustuvor yo‘nalishlaridandir [8].

Umuman olganda, elektron tijorat va onlayn savdoning istiqboldagi rivoji raqamli iqtisodiyotning chuqurlashuvi, innovatsion texnologiyalarning keng joriy etilishi hamda aholining raqamli savodxonligi darajasining oshishi bilan bevosita bog‘liqdir.

Mazkur sohada ilmiy tadqiqotlarni kengaytirish va amaliy tavsiyalar ishlab chiqish iqtisodiy barqarorlikni ta'minlashda muhim ahamiyat kasb etadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Laudon K.C., Traver C.G. E-Commerce: Business, Technology, Society. - Pearson Education, 2021.
2. Turban E., King D., Lee J., Liang T., Turban D. Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective. - Springer, 2020.
3. Chaffey D. Digital Business and E-Commerce Management. - Pearson, 2019.
4. Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I. Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital. - Wiley, 2018.
5. OECD. Consumer Policy and E-Commerce. - OECD Publishing, 2020.
6. UNCTAD. Digital Economy Report. - United Nations, 2022.
7. Raqamli iqtisodiyot va elektron tijorat bo'yicha O'zbekiston Respublikasi Milliy statistik qo'mitasi hisobotlari, 2021-2025 yillar.
8. Ahmad Shah AS, Ramzan Ali M, Vokhidova M, Xusanov C, Musaeva R. Charting the Future: Analyzing Innovative Strategies in Strategic Management for Sustainable Performance Excellence and Business Leadership in the Telecom Industry. Business Ethics and Leadership. 2025;9(4):195-208. doi:10.61093/bel.9(4).195-208.2025
9. UNCTAD. Digital Economy Report 2024.
10. UNCTAD. Stronger statistics to measure e-commerce and the digital economy (2025).
11. WTO. Electronic commerce and digital technologies (topic page).
12. WTO. World Trade Report 2024 (Trade and inclusiveness).



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
Musahhih: Karimova Shirin Zoxid qizi
Sahifalovchi va dizaynerlar: Sadikov Shoxrux Shuxratovich
Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

2026-yil, fevral, 2-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: [@marketinjournalbot](https://t.me/@marketinjournalbot)
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. FOCT 7.56-2002 "Seriya nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlaro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**