HUDUDIY TARMOQLANGAN TIZIMLARDA ELEKTRON SAVDONI TASHKIL ETISHNING O‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI



Soliyev Bahromjon Nabijonovich,
Muhammad al-Xorazmiy nomidagi Toshkent axborot texnologiyalari universiteti Farg‘ona filiali katta o‘qituvchisi.
bahromjonsoliev@gmail.com

Annotatsiya

Ushbu maqola O‘zbekiston Respublikasida elektron tijoratni o‘ganishga bag‘ishlangan. Tadqiqot mavzusining dolzarbligi ushbu savdo segmentining yuqori o‘sish sur’atlari bilan bog‘liq. Tadqiqotning maqsadi iste’molchilar, savdo biznesi va umuman milliy iqtisodiyot uchun bog‘liq imkoniyatlar va tahdidlarni hisobga olgan holda elektron tijoratni rivojlantirish istiqbollarini tahlil qilishdir. Tadqiqot predmeti elektron tijorat bozorining rivojlanish jarayonidir. Tadqiqot vositasi elektron tijorat evolyutsiyasini nazariy tahlil qilishda ko‘plab noiqtisodiy omillarni: ijtimoiy, ilmiy, texnik, texnologik va boshqalarni hisobga olishni o‘z ichiga olgan institutsional yondashuv metodologiyasini qabul qildi. Tadqiqot uchun axborot bazasi Internet-savdo kompaniyalari assotsiatsiyasi, masofaviy savdo milliy assotsiatsiyasi ma’lumotlari, mahalliy va xorijiy olimlarning ishlari edi. Savdo shakllari evolyutsiyasi tarixini o‘rganish elektron tijorat masofaviy savdoning bir turi ekanligini isbotlash imkonini berdi.

Kalit so‘zlar: elektron tijorat, raqamli iqtisodiyot, savdo, savdo shakllari, elektron tijorat, masofaviy sotish, chakana harid, imkoniyatlar

Аннотация

Данная статья посвящена изучению электронной коммерции в Республике Узбекистан. Актуальность темы исследования связана с высокими темпами роста данного сегмента торговли. Цель исследования – проанализировать перспективы развития электронной коммерции с учетом связанных с этим возможностей и угроз для потребителей, торгового бизнеса и национальной экономики в целом. Предметом исследования является процесс развития рынка электронной коммерции. В качестве инструмента исследования принята методология институционального подхода, включающая в теоретическом анализе эволюции электронной коммерции учет множества неэкономических факторов: социальных, научных, технических, технологических и т.д. Информационной базой исследования послужили данные Ассоциации компаний интернет-торговли, Национальной ассоциации дистанционного маркетинга, а также работы отечественных и зарубежных ученых. Изучение истории эволюции форм торговли позволило доказать, что электронная коммерция является разновидностью дистанционной торговли.

Ключевые слова: электронная коммерция, цифровая экономика, продажи, модели продаж, электронная коммерция, дистанционная торговля, розничная покупка, возможности.

Kirish. Dunyo aholisining 33% dan ortig‘i onlayn haridlar bilan shug‘ullanadigan elektron tijorat hozirda 6 trillion dollarlik sanoatdir va 2027 yilga kelib 8 trillion dollarlik belgiga yetadi. Dunyo bo‘ylab 2,71 milliard odam maxsus elektron tijorat platformalari yoki ijtimoiy media do‘konlaridan onlayn harid qilmoqda. Birlashgan Millatlar Tashkilotining Savdo va rivojlanish bo‘yicha konferensiyasi ma’lumotlariga ko‘ra,[1, 9] keyingi o‘n yillikda an’anaviy (bozor iqtisodiyoti) iqtisodiyotdan raqamli iqtisodiyotga o‘tish ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlarda yaqqol ko‘zga tashlandi. O‘tish jarayoni boshqaruvda, biznes yuritishda, qarorlar qabul qilishda, xodimlarni rag‘batlantirishda yangicha tafakkurni taqozo qilmoqda. Hozirgi vaqtda jahon YaIMda raqamli iqtisodiyot hissasi turli statistik ma’lumotlarda 4,5 -15,5% gacha ekanligi aytiladi. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari (AKT) sohasidagi qo‘shilgan qiymatga kelsak, Qo‘shma Shtatlar va Xitoy birgalikda dunyoning deyarli 40 foizini tashkil etadi.

Adabiyotlar tahlili va metodologiya. 2016-yilgi hisob-kitoblarga ko‘ra, xalqaro raqamli iqtisodiyot 11,5 trln. AQSh dollarini tashqil qildi, bu dunyo YaIM ni 15,5 % demakdir. Raqamli iqtisodiyotning asosiy ko‘rsatkichlarini iste’molchiga yo‘naltirilgan internet texnologiyalari bilan izohlanadi. 2025-yilga kelib sanoat internetini jadallik bilan rivojlanishi kutilmoqda, bunda barcha sohalarda yuqorida darajadagi raqamlashtirish va intellektuallashtirish kuzatiladi. Bu vaqtga kelib raqamli iqtisodiyot dunyo YaIM ni 24,3 % ni tashkil etishi bashorat qilinmoqda. [2, 10]

Elektron tijoratning tarixiy boshlang‘ich nuqtasi sifatida 1960 yildagi American Airlines va IBM amerika kompaniyalarining hamkorlikdagi ishlab chiqqan tizimi ko‘rsatiladi. Unda aviareyslar uchun joylarni band etish jarayonini avtomatlashtirish tizimi SABRE (Semi-Automatic Business Research Environment) hisoblanadi. Ushbu tizim reyslar va tariflarni tanlab olishdagi afzalliklari bilan ommabop bo‘lgan. Tizimning avtomatlashtirishi natijasida xizmat narxlari arzonlashib, yo‘lovchi tashish hajmi oshgan. Ushbu hamkorlikdagi loyiha dastlabki elektron tijorat namunasi sifatida ko‘rsatiladi.[3, 10]

Belarus Respublikasida onlayn xaridlarni amalga oshiradigan Internet foydalanuvchilari 20% dan ortiqni tashkil qiladi. Mamlakatning kattalar aholisining deyarli yarmi kamida bitta onlayn xarid qilish tajribasiga ega. Internet-xaridorlarning jug‘rofiy tuzilishida Minsk aholisi eng ko‘p ulushga ega.[4]

O‘zbekistonda esa jug‘rofiy tuzilishda elektron tijoratning keng va mustahkam qo‘llanilishi Toshkent shahriga to‘g‘ri keladi. Toshkent shahri internet va mobil aloqaning sifatililigida ham, yetkazish xizmatlarining ko‘pligi bilan ham boshqa viloyatlardan ustun deb hisoblash mumkin.

Elektron tijorat haqida gap ketganda Xitoy davlati haqidagi ma’lumotlarga to‘xtalmaslikning iloji yo‘q. Chunki bu davlatda juda ko‘plab sohalar kabi elektron tijorat sohasida ham yirik kompaniyalarga ega. Ushbu kompaniyalar geografik jihatdan deyarli barcha davlatlar bilan savdo aloqalarini qiladi.

Xitoy davlati onlayn xarid qilish va elektron biznes jadal sur’atlar bilan kengayib, millionlab oddiy odamlarning kundalik hayotining bir qismiga aylanib borayotgan dunyodagi yetakchi mamlakatlardan biridir. 2017-yilning 11-noyabrida Xitoyda Butunjahon xarid qilish kuni deb atalgan Alibaba guruhi va JD.com global onlayn-do‘konining sotuvi atigi bir kun ichida rekord darajadagi 253,97 milliard yuanga yetdi, bu 32,56 milliard yevroga teng. Mobil telefonlar savdosi esa umumiy hajmining 8,7% ni tashkil etdi. O‘sha kundagi sotuvlar Islandiya va Kamerun davlatlarining yillik yalpi ichki mahsulotidan oshdi.[5,11]

Elektron tijorat yo‘nalishida ko‘plab tadqiqotlarni o‘tkazgan Pekin shahridagi Xalqaro biznes va iqtisod universiteti iqtisod fanlari doktori, professor Van Syaodun haqida ham to‘xtalsak. Uning ko‘plab maqolalari aynan elektron tijorat sohasiga qaratilgan. Shu maqolalardan biri “«Szin Dun» kompaniyasi misolida elektron tijoratning rivojlanishi” dir.[6]

Statistik ma’lumotlar shuni ko‘rsatadiki, 2004-yildan 2018-yilgacha Xitoyning elektron tijorat operasiyalari hajmi 930 milliard yuandan 31,63 trillion yuanga ko‘tarilib, global elektron tijorat tranzaksiyalari hajmining 40 foizini tashkil qiladi. JD.com Xitoydagi eng yirik B2C elektron

tijorat kompaniyasi bo‘lib, 2018-yilda milliy elektron tijorat bozorining chorak qismini tashkil qiladi.

Bozorni yanada kengaytirish maqsadida 2014-yildan beri JD.com Xitoyning taniqli Tencent (Xitoydagi eng yirik integrasiyalashgan internet-provayderlaridan biri), Baidu (Xitoy Google nomi bilan tanilgan), Douyin kabi (Tik Tokning inglizcha nomi Xitoydagi eng katta qisqa video almashish platformasidir) taniqli tarmoq kompaniyalari bilan ham izchil hamkorlik qilib kelmoqda.

Xitoyning elektron tijorat rivojlanishining dastlabki bosqichida Amerika Qo‘shma Shtatlaridan juda ko‘p tajriba keltirildi, bu Amazon va eBay kabi ko‘plab xalqaro poytaxtlarning e’tiborini tortdi. Vaqt o‘tishi bilan mahalliylashtirish rangi chuqurlashdi va 2019-yilda Xitoyda Amazon stansiyasining yopilishi, bir tomondan, mahalliy elektron tijoratning g‘alabasini ko‘rsatdi. Bugungi kunda JD.com, Alibabaning Taobao/Tmall, Suning.com va Pinduoduo kabi mahalliy kompaniyalar integrasiyalashgan chakana elektron tijoratning tipik vakillariga aylandi.[10]

Natijalar. Chakana haridlarning 20,1 foizi 2024 yilda onlayn tarzda amalga oshiriladi. Bundan tashqari, 2027 yilga kelib barcha chakana haridlarning 22,6 foizi onlayn tarzda amalga oshirilishi kutilmoqda. Onlayn chakana haridlar ulushi 2021 yildan boshlab har yili o‘rtacha 0,32 foizga oshib bormoqda.

Vaqt o‘tishi bilan onlayn chakana xaridlarning o‘sishini ifodalovchi matematik formulani yaratish mumkin. Taqdim etilgan ma’lumotlarni ajratib, modelni shakllantiriladi:

Berilgan ma’lumotlar:

- 2024 : chakana xaridlarning 20,1% onlayn.
- 2027 : chakana xaridlarning 22,6% onlayn.
- Yillik o‘sish sur’ati : 2021 yildan beri yiliga 0,32%.

Hisoblash usullari:

1. Chiziqli model: Eng oddiy model chiziqli tenglama bo‘lib, vaqt o‘tishi bilan onlayn chakana xaridlar foizini ifodalaydi. Doimiy yillik o‘sish sur’atini hisobga olgan holda, onlayn chakana xaridlarning foiz ulushini quyidagicha modellashtirish mumkin:

$$P(t) = P_0 + r \times (t-t_0) \quad (1)$$

Bu yerda:

- P(t) – bu (t)yil davomida onlayn amalga oshirilgan chakana xaridlar foizi.
- P_0 – bu bazaviy t_0 yilida onlayn tarzda amalga oshirilgan chakana xaridlar ulushi (masalan, 2021).
- r - yillik o‘sish sur’ati (0,32%) hisoblanadi.
- t_0 – asosiy(bazaviy) yil (masalan, 2021 yil).
- t - foizni hisoblamoqchi bo‘lgan yil.

2. Ma’lum qiymatlarni almashtirish : Faraz qilinsaki, P_0 2021 yildagi foiz va o‘sish sur’atini hisobga olgan holda r=0,32% bo‘lsa, uni quyidagicha yozish mumkin:

$$P(t) = P_0+0,32\%\times(t-2021) \quad (2)$$

3. Muayyan yillar uchun hisoblash:

- 2024 yil uchun (t=2024):

$$P(2024)=P_0+0,32\%\times(2024-2021) \quad (3)$$

BerilganP(2024)=20.1%, P_0 uchun yechim topish.

- 2027 yil uchun (t=2027):

$$P(2027)=P_0+0,32\%\times(2027-2021)=22.6\% \quad (4)$$

Yilning asosiy(bazaviy) foizini topish (P_0):

P_0 ni ma’lum bo‘lgan 2024 qiymat bilan hisoblanilsa:

$$20.1\%=P_0+0,96\% \quad (5)$$

$$P_0=20.1\%-0,96\%=19.14\% \quad (6)$$

Shunday qilib, asosiy(bazaviy) yil (2021) foiz taxminan 19,14% ni tashkil qiladi.

Yakuniy formula:

Vaqt o‘tishi bilan onlayn chakana xaridlar foizining formulasi quyidagicha bo‘ladi:

$$P(t)=19.14\%+0,32\%\times(t-2021) \qquad (7)$$

Ushbu formuladan istalgan *t* yilda onlayn chakana xaridlar foizini 2021 yildan boshlab baholash uchun foydalanish mumkin.

Bu sizning biznesingizning onlayn mavjudligiga ko‘proq sarmoya kiritish va hozirgi chakana savdo sohasida dolzarb bo‘lib qolish belgisidir.[7, 10]

Global elektron tijorat savdosi 2024 yilda 6,3 trillion dollarni tashkil etadi, bu 2023 yilga nisbatan 8,76 foizga ko‘pdir.



1-rasm. Yillar davomida global miqyosda chakana elektron tijorat savdosining o‘sishi

Savdolar 2024 yildan 2027 yilgacha bo‘lgan davrda CAGR 7,8% ga o‘sishda davom yetadi va 2027 yilga kelib 8 trillion dollarga yetadi. Jismoniy do‘konlarga nisbatan 2 barobardan ko‘proq sur’atda o‘sadi. Bu shuni ko‘rsatadiki, elektron tijorat butun dunyo bo‘ylab kompaniyalar uchun yanada foydali tanlovga aylanib bormoqda.[8, 11]

Xulosa. Onlayn chakana xaridlarning o‘sishi raqamli davrda rivojlanayotgan iste’molchi xatti-harakatlarining yaqqol dalilidir. Formuladan ko‘rinib turibdiki, onlayn tarzda amalga oshirilgan chakana xaridlar foizi prognoz qilinadigan tezlikda doimiy ravishda oshib bormoqda. Ushbu tendentsiyani tushunish va kelajakdagi foizlarni prognoz qilish orqali korxonalar elektron tijoratga o‘tishga yaxshiroq tayyorgarlik ko‘rishlari mumkin. Ushbu barqaror o‘sish chakana sotuvchilar uchun o‘z strategiyalarini onlayn xaridlarga bo‘lgan talabni qondirish uchun moslashtirish muhimligini ta’kidlab, ular raqamli tranzaktsiyalarni tobora ko‘proq afzal ko‘rayotgan bozorda raqobatbardoshligini ta’minlaydi. Model onlayn chakana savdoning kelajakdagi savdoda o‘ynashda davom etishi muhim rolini ta’kidlaydi, bu esa korxonalar uchun sarmoya kiritish va ularning onlayn mavjudligini oshirishni hal qiluvchi ahamiyatga ega qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Digital Economy report 2019, United Nations conference on trade and development, https://unctad.org/system/files/official-document/der2019_overview_en.pdf

2. Digital Spillover: Measuring the true impact of the digital economy. OXFORD Economics. 2017 Huawei Technologies Co., Ltd.

3. Электронная коммерция, https://ru.wikipedia.org/wiki/Электронная_коммерция

4. Карчевская Е.Н., Перспективы развития электронной коммерции на Белорусских предприятиях // Тип: статья в сборнике трудов конференции, Год издания: 2020, Стр.: 326-328

5. Секретарёва К.Н., Вызовы электронной коммерции и электронного налогообложения в КНР, // Экономика и управление: проблемы, решения, № 1, том 1, январь 2021, ISSN: 2227-3891, eISSN: 2308-927X

6. Ван Сяодун (WANG XIAODONG), Развитие электронной коммерции на примере компании «Цзин Дун» (“Jingdong”), 以京东为例看电商发展的影响, // Российско-Китайские исследования, Язык: китайский, Том: 4, № 3, Год: 2020, Стр: 205-213, ISSN: 2587-7445

7. E-commerce as percentage of total retail sales worldwide from 2021 to 2027, https://www.statista.com/statistics/534123/e-commerce-share-of-retail-sales-worldwide/

8.Worldwide Retail Ecommerce Forecast 2024, https://www.emarketer.com/content/worldwide-retail-ecommerce-forecast-2024

9. B.Soliyev, VEB TEXNOLOGIYALARDA ELEKTRON SAVDO PLATFORMALARI, monografiya, Farg‘ona, “Classic”, 2022y, 84 b. ISBN: 978-9943-8603-8-4

10. Солиев Б. Н. Проблемы моделирования электронных торговых процессов на основе местных характеристик //Исследования молодых ученых. – 2020. – С. 8-11.

11. Солиев Б. Н. и др. ИЗУЧИТЬ ОПЫТ ДРУГИХ СТРАН ПО РАЗВИТИЮ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В УЗБЕКИСТАНЕ //Журнал Технических исследований. – 2022. – Т. 5. – №. 1.