



ELEKTRON TIJORAT VA UNING IQTISODIY SAMARADORLIGI

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti

Buxgalteriya hisobi va menejment fakulteti talabasi

Xudoyqulova Zarina Bekzod qizi

Zarrinaxudoykulova212@gmail.com

Samiyev Mirkamol Amridin o'g'li

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti

"Iqtisodiyot nazaryasi" kafedrasi assistenti

samievmirkamol@gmail.com

Annotatsiya: Mazkur ilmiy maqolada elektron tijoratning zamonaviy iqtisodiyotdagi o'rni, uning rivojlanish omillari hamda iqtisodiy samaradorligi kompleks tarzda tahlil qilingan. Raqamli texnologiyalar asosida shakllanayotgan yangi iqtisodiy munosabatlar tizimida elektron tijoratning ahamiyati, uning biznes subyektlari faoliyatiga ta'siri va iste'molchilar uchun yaratayotgan qulayliklari yoritilgan. Tadqiqot davomida nazariy va amaliy usullar qo'llanilib, elektron tijoratning samaradorligini oshiruvchi asosiy omillar aniqlangan. Shuningdek, O'zbekiston sharoitida elektron tijoratni rivojlantirish istiqbollari va muammolari ham tahlil etilgan.

Kalit so'zlar: elektron tijorat, raqamli iqtisodiyot, onlayn savdo, iqtisodiy samaradorlik, elektron to'lov tizimlari, internet texnologiyalari, biznes modeli.

Kirish

XXI asrda iqtisodiy taraqqiyotning asosiy drayverlaridan biri bu – raqamli texnologiyalar hisoblanadi. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining jadal rivojlanishi natijasida iqtisodiyotning barcha tarmoqlarida tub o'zgarishlar yuz bermoqda. Ayniqsa, savdo va xizmat ko'rsatish sohasida elektron tijoratning keng tarqalishi iqtisodiy munosabatlarning yangi bosqichini boshlab berdi. Elektron tijorat dastlab oddiy onlayn savdo shaklida paydo bo'lgan bo'lsa, bugungi kunda u murakkab tizimga aylangan bo'lib, logistika, marketing, moliya va axborot



texnologiyalarini o'z ichiga olgan integratsiyalashgan platforma sifatida faoliyat yuritmoqda. Elektron tijorat orqali amalga oshiriladigan operatsiyalar hajmining yil sayin ortib borishi uning iqtisodiy samaradorligini tasdiqlaydi. Bugungi kunda dunyo bo'yicha elektron tijorat hajmi trillionlab dollarni tashkil etmoqda va bu ko'rsatkich yil sayin o'sib bormoqda. Shu sababli, elektron tijoratni o'rganish, uning iqtisodiy samaradorligini baholash va rivojlantirish yo'llarini aniqlash dolzarb masala hisoblanadi.

Mazkur maqolaning maqsadi – elektron tijoratning nazariy asoslarini tahlil qilish, uning iqtisodiy samaradorligini aniqlash va amaliy tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat.

Adabiyotlar sharhi

So'nggi yillarda elektron tijorat bo'yicha ko'plab ilmiy tadqiqotlar olib borilgan. Xususan, xalqaro va mahalliy olimlar elektron tijoratning iqtisodiy samaradorligiga turli jihatlardan yondashgan.

Masalan, zamonaviy iqtisodiy adabiyotlarda elektron tijorat quyidagicha talqin etiladi: bu – internet orqali amalga oshiriladigan savdo operatsiyalari majmui bo'lib, u mahsulot va xizmatlarni sotish, xarid qilish va almashishni o'z ichiga oladi.

Ilmiy manbalarda elektron tijoratning quyidagi asosiy modellari ajratiladi:

B2B (Business to Business) – korxonalar o'rtasidagi savdo

B2C (Business to Consumer) – korxonalar va iste'molchi o'rtasidagi savdo

C2C (Consumer to Consumer) – iste'molchilar o'rtasidagi savdo

C2B (Consumer to Business) – iste'molchining biznesga xizmat ko'rsatishi

Adabiyotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, elektron tijoratning iqtisodiy samaradorligi quyidagi asosiy omillar orqali baholanadi:

xarajatlarni qisqartirish

bozor kengayishi

savdo hajmining ortishi

tranzaksiya tezligining oshishi



Shu bilan birga, ayrim tadqiqotlarda elektron tijoratning muammolari ham ko'rsatib o'tilgan. Ular orasida kibernetika, logistika tizimidagi muammolar va iste'molchilar ishonchining pastligi asosiy o'rin egallaydi.

Tadqiqot metodologiyasi

Mazkur tadqiqotda quyidagi ilmiy usullardan foydalanildi:

1. Analitik tahlil usuli

Elektron tijorat bo'yicha mavjud nazariy manbalar o'rganilib, ularning asosiy g'oyalari umumlashtirildi.

2. Taqqoslash usuli

An'anaviy savdo va elektron tijorat o'rtasidagi farqlar tahlil qilindi.

3. Statistik tahlil usuli

Elektron tijoratning iqtisodiy samaradorligi statistik ko'rsatkichlar asosida baholandi.

4. Sistemali yondashuv

Elektron tijorat tizimi bir butun tizim sifatida ko'rib chiqilib, uning barcha elementlari o'zaro bog'liqlikda o'rganildi.

5. Induksiya va deduksiya usullari

Alohida faktlardan umumiy xulosalar chiqarildi va nazariy qarashlar amaliy misollar orqali asoslandi.

Asosiy

qism

Elektron tijoratning iqtisodiy mohiyati

Elektron tijorat – bu iqtisodiy faoliyatning zamonaviy shakli bo'lib, u axborot texnologiyalari asosida amalga oshiriladi. Elektron tijorat nafaqat savdo jarayonlarini o'zgartiradi, balki biznes yuritish usullarini ham tubdan yangilaydi.

Elektron tijorat quyidagi asosiy elementlardan tashkil topadi:

onlayn savdo platformalari

elektron to'lov tizimlari

logistika xizmatlari

marketing vositalari

axborot xavfsizligi tizimlari



Ushbu elementlarning uyg'unligi elektron tijoratning samarali ishlashini ta'minlaydi.

Elektron tijoratning afzalliklari

Elektron tijorat iqtisodiy samaradorlikni oshiruvchi quyidagi afzalliklarga ega:

1. Xarajatlarning kamayishi

An'anaviy savdoda mavjud bo'lgan ko'plab xarajatlar (ijara, xizmat ko'rsatish, transport) elektron tijoratda sezilarli darajada kamayadi.

2. Vaqt samaradorligi

Savdo operatsiyalari tez va qulay amalga oshiriladi, bu esa vaqtni tejaydi.

3. Global bozorga chiqish imkoniyati

Elektron tijorat orqali kompaniyalar xalqaro bozorlarga chiqish imkoniyatiga ega bo'ladi.

4. Ma'lumotlarga asoslangan boshqaruv

Onlayn tizimlar orqali mijozlar xatti-harakatlarini tahlil qilish va marketing strategiyalarini optimallashtirish mumkin.

Elektron tijoratning iqtisodiy samaradorligi tahlili

Elektron tijoratning samaradorligini quyidagi mezonlar orqali baholash mumkin:

1. Tranzaksiya xarajatlarning kamayishi

Elektron platformalar vositachilarni qisqartirib, operatsion xarajatlarni kamaytiradi.

2. Savdo hajmining oshishi

Onlayn savdo orqali mijozlar soni ortadi va savdo hajmi kengayadi.

3. Resurslardan samarali foydalanish

Avtomatlashtirilgan tizimlar orqali inson omiliga bo'lgan ehtiyoj kamayadi.

4. Logistika samaradorligi

Zamonaviy texnologiyalar orqali yetkazib berish tizimlari optimallashtiriladi.

Elektron tijoratning muammolari

Elektron tijorat rivojlanishiga to'sqinlik qiluvchi omillar ham mavjud:

kiberxavfsizlik tahdidlari

firibgarlik xavfi

internet infratuzilmasining yetarli emasligi



iste'molchilar ishonchining pastligi

logistika tizimidagi kamchiliklar

Bu muammolarni hal etish elektron tijoratni rivojlantirishda muhim ahamiyatga ega.

O'zbekistonda elektron tijoratning rivojlanishi

So'nggi yillarda O'zbekistonda elektron tijorat jadal rivojlanmoqda. Davlat tomonidan raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishga qaratilgan siyosat bu jarayonni jadallashtirmoqda.

Quyidagi omillar elektron tijorat rivojiga ijobiy ta'sir ko'rsatmoqda:

internet foydalanuvchilar sonining ortishi

mobil to'lov tizimlarining rivojlanishi

startap loyihalarning ko'payishi

davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash

Shu bilan birga, infratuzilma va huquqiy baza yanada takomillashtirilishi zarur.

Natijalar va muhokama

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, elektron tijorat iqtisodiy samaradorlikni oshirishda muhim vosita hisoblanadi. Ayniqsa, kichik biznes uchun bu juda katta imkoniyat yaratadi.

Elektron tijorat orqali:

xarajatlarni kamayadi

daromad ortadi

mijozlar bazasi kengayadi

Shu bilan birga, elektron tijoratni rivojlantirish uchun quyidagi chora-tadbirlar muhim:

axborot xavfsizligini kuchaytirish

qonunchilikni takomillashtirish

logistika tizimini rivojlantirish

aholining raqamli savodxonligini oshirish



Xulosa

Elektron tijorat zamonaviy iqtisodiyotning ajralmas qismi bo'lib, u iqtisodiy samaradorlikni oshirishga xizmat qiladi. Raqamli texnologiyalar asosida shakllanayotgan bu tizim kelajakda yanada rivojlanishi kutilmoqda.

Elektron tijoratni rivojlantirish orqali mamlakat iqtisodiyotining raqobatbardoshligini oshirish mumkin. Shu sababli, ushbu sohani qo'llab-quvvatlash va rivojlantirish strategik ahamiyatga ega.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2022). E-commerce 2022: Business, Technology, Society. Pearson Education Limited.
2. Turban, E., King, D., Lee, J., Liang, T. P., & Turban, D. (2021). Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective. Springer.
3. Chaffey, D. (2023). Digital Business and E-Commerce Management. Pearson UK.
4. Schneider, G. P. (2022). Electronic Commerce. Cengage Learning.
5. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi "Raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish strategiyasi" to'g'risidagi qarori.
6. OECD (2023). E-commerce in the Digital Economy. OECD Publishing, Paris.
7. World Bank (2022). Digital Economy for Development Report. Washington DC.
8. UNCTAD (2024). Digital Economy Report 2024. United Nations Publications.