

**O‘ZBEKISTON SHAROITIDA ELEKTRON TIJORATNING B2C
SEKTORINI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI**

Yuldashev Shadiyor Shuxrat o‘g‘li

*Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti To‘rtko‘l fakulteti Mutaxassislik
gumanitar va aniq fanlar kafedrası Katta o‘qituvchisi*

Masharipova Lobar Iskandar qizi

*Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti To‘rtko‘l fakulteti Axborot tizimlari
va texnologiyalari yo‘nalishi talabasi*

Annotatsiya: *Mazkur maqolada O‘zbekistonda B2C (Business-to-Consumer) elektron tijoratining rivojlanish istiqbollari, uning afzalliklari va mavjud qiyinchiliklari tahlil qilinadi. Shuningdek, maqolada elektron tijoratning turli sohalarida, xususan chakana savdo va xizmat ko‘rsatish sektorlarida qanday rivojlanishi mumkinligi bayon etilgan. O‘zbekiston sharoitida raqamli savdo infratuzilmasini yaxshilash, to‘lov tizimlarini modernizatsiya qilish va mijozlarga qulay shart-sharoit yaratish orqali B2C sektorining yanada rivojlanish imkoniyatlari ko‘rib chiqilgan.*

Kalit so‘zlar: *Zamonaviy B2C elektron tijorat, O‘zbekistonda elektron tijoratning muammolari va rivojlanish istiqbollari, chakana savdo va xizmat ko‘rsatish sohalarida elektron tijoratning rivojlanishi.*

Abstract: *This article analyzes the development prospects of B2C (Business-to-Consumer) e-commerce in Uzbekistan, its advantages, and existing challenges. Furthermore, it discusses how e-commerce can develop in various sectors, particularly in retail and service provision. The study considers opportunities for the further growth of the B2C sector through improving digital trade infrastructure, modernizing payment systems, and creating favorable conditions for customers in the Uzbek context.*



Keywords: *Modern B2C e-commerce, challenges and development prospects of e-commerce in Uzbekistan, development of e-commerce in retail and service sectors.*

Аннотация: *В данной статье анализируются перспективы развития B2C (Business-to-Consumer) электронной коммерции в Узбекистане, её преимущества и существующие проблемы. Также рассматривается, как электронная коммерция может развиваться в различных секторах, особенно в розничной торговле и сфере услуг. В контексте Узбекистана рассматриваются возможности дальнейшего развития B2C-сектора через улучшение цифровой торговой инфраструктуры, модернизацию платёжных систем и создание благоприятных условий для клиентов.*

Ключевые слова: *Современная B2C электронная коммерция, проблемы и перспективы развития электронной коммерции в Узбекистане, развитие электронной коммерции в розничной торговле и сфере услуг.*

Kirish

Axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining rivojlanishi natijasida O‘zbekistonda B2C (Business-to-Consumer) elektron tijorat tizimi yangi bosqichga ko‘tarildi. Mamlakatimiz iqtisodiy islohotlar jarayonida barcha sohalarida keng ko‘lamli ishlar amalga oshirilmoqda. O‘zbekistonda “Elektron tijorat” to‘g‘risidagi birinchi qonun 2004-yilda qabul qilingan bo‘lib, so‘nggi yillarda ushbu sohani rivojlantirishga davlat tomonidan katta e‘tibor qaratilmoqda.

Prezident Sh.M. Mirziyoyev tashabbuslari bilan elektron tijorat platformalari shakllantirildi va ularning global darajada samarali faoliyat yuritishi ta‘minlandi. Shu bilan birga, davlat organlari elektron tijoratni rivojlantirishda xalqaro standartlar va ilg‘or tajribalarni tatbiq etish, mijozlar uchun qulay masofaviy xizmatlarni joriy etish, raqamli infratuzilmani kengaytirish va axborot xavfsizligini ta‘minlashga alohida e‘tibor qaratmoqda.

Masalan, Prezidentning 2020 yil 5 oktyabrdagi PF-6079-son “Raqamli O‘zbekiston – 2030” strategiyasi farmonida elektron tijorat va elektron to‘lovlar tizimini rivojlantirish bo‘yicha quyidagi chora-tadbirlar belgilangan: masofaviy



bank xizmatlarini takomillashtirish, xalqaro elektron tijorat standartlariga mos huquqiy asoslarni yaratish, raqamli infratuzilmani rivojlantirish va internet qamrovini kengaytirish orqali platformalarga shaxsiy raqamli qurilmalardan ulanish imkoniyatlarini oshirish. Ushbu chora-tadbirlar B2C elektron tijoratining O‘zbekistonda yanada keng rivojlanishiga zamin yaratmoqda.

Adabiyotlar sharhi

Biznes strategiyasining muhim qismi sifatida elektron tijorat (e-commerce) va elektron biznes (e-business) hisoblanadi. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining (AKT) korxonalarga kirib kelishi iste’molchilar bilan bevosita aloqalarni tubdan o‘zgartirdi va B2C modelidagi onlayn savdoni rivojlantirishga zamin yaratdi.

Jahon tajribasi shuni ko‘rsatadiki, elektron tijoratning kengayishi mamlakatlarning iqtisodiy rivojlanishiga sezilarli ta’sir ko‘rsatadi, chunki bu global iqtisodiy integratsiyaga xizmat qiladi.

Hozirgi davrda korxonalar uchun strategik pozitsiyalash, mavjud imkoniyatlardan samarali foydalanish va e-business strategiyalarini raqamli iqtisodiyot sharoitida qo‘llash muhimdir. Shu nuqtai nazardan, B2C elektron tijorat kichik biznes subyektlariga yirik korxonalar bilan raqobatlashish imkonini beradi.

O‘zbekistonda uzoq vaqt davomida aloqa va axborot texnologiyalari alohida rivojlandi. 1990-yillarning oxiriga kelib axborot va telekommunikatsiya texnologiyalari sohalari birlashib, ularning o‘zaro bog‘lanishi – «axborotlashtirish va telekommunikatsiya konvergentsiyasi» jarayoni boshlandi.

Yangilanish davri talablariga muvofiq, birinchi prezident I.A. Karimov aloqa va axborot bozorini rivojlantirish, tele-radio sanoati bozorida ijodiy raqobat muhitini yaratish va zamonaviy raqamli texnologiyalarni joriy etish bo‘yicha chora-tadbirlarni ta’kidlagan. Shu bilan birga, internet va raqamli xizmatlarning hayotimizga tobora chuqur kirib borishi, B2C elektron tijoratning rivojlanishi uchun qulay shart-sharoitlar yaratmoqda.

AQSH olimlari A. Summer va Gr. Duncanning ta’rifiga ko‘ra, elektron tijorat subyektlar o‘rtasidagi munosabatlarning elektron tarzda, ya’ni internet



texnologiyalari orqali amalga oshadigan biznes jarayoni hisoblanadi. Ularning fikricha, elektron savdo – bu tovar va xizmatlarni xarid qilish va sotish jarayonining butun sikli yoki uning bir qismini onlayn tarzda amalga oshirishdir. Ushbu tushunchalar B2C modelining mohiyatini ochib beradi va O‘zbekistonda onlayn chakana savdoning rivojlanish istiqbollarini belgilashga yordam beradi.

Tahlil va natijalar

Elektron tijorat tovar va xizmatlar assortimenti oshib borishi bilan shaxslar, korxonalar, davlat muassasalari va umuman mamlakatlarni bir hamjamiyatga birlashtirib, axborot va telekommunikatsiya texnologiyalari yordamida samarali hamkorlikni ta’minlash imkonini beradi. B2C modelida esa elektron tijorat mijozlar va chakana savdo subyektlari o‘rtasida mahsulot va xizmatlarni xarid qilish jarayonini soddalashtiradi va tezlashtiradi.

Elektron tijorat ikki asosiy oqimni o‘z ichiga oladi: moddiy va nomoddiy. Nomoddiy oqimlarga dasturiy ta’minot yoki loyihalar kabi raqamli mahsulotlar kiradi, moddiy oqimlarga esa transport chiptalari, mehmonxona xonalari kabi xizmatlar kiradi. Ularning yetkazib berilishi axborot va telekommunikatsion texnologiyalar orqali qo‘llab-quvvatlanadi.

Elektron tijorat tizimi quyidagi texnologiyalarni o‘z ichiga oladi: EDI (Electronic Data Interchange – ma’lumotlarni elektron almashish), elektron pochta, internet, intranet (korxona ichida axborot almashish) va ekstranet (tashqi dunyo bilan axborot almashish).

Elektron tijorat tizimini quyidagi toifalarga bo‘lish mumkin:

- **B2G (Biznes – Hukumat):** Tadbirkorlar davlat xaridlari va xizmatlariga internet orqali ariza yuboradi, hukumat esa eng maqbul taklifni tanlab shartnoma tuzadi.
- **B2C (Biznes – Iste’molchi):** Chakana savdo internet-do‘konlari orqali amalga oshiriladi. Mijoz mahsulotni uyidan chiqmay xarid qilishi, to‘lovni amalga oshirishi va yetkazib berishni olishi mumkin.



- **B2B (Biznes – Biznes):** Korxonalar oʻrtasidagi elektron savdo-sotiqni taʼminlaydi. Maxsus platformalar kompaniyalarga turli tijorat operatsiyalarini amalga oshirishda yordam beradi va savdoning shaffofligini taʼminlaydi.
- **C2C (Isteʼmolchi – Isteʼmolchi):** Internet-auksion saytlarida mijozlar oʻrtasida savdo-sotiq amalga oshiriladi. Masalan, eBay platformasi.
- **G2G (Davlat – Davlat):** Davlatlar oʻrtasidagi axborot almashinuvi, bojxona va soliq tizimlarini avtomatlashtirish, huquqni muhofaza qilish sohasida hamkorlikni rivojlantirish imkonini beradi.

Oʻzbekiston sharoitida B2C elektron tijoratining rivojlanishi uchun internet qamrovi va tezligi, onlayn toʻlov tizimlari, yetkazib berish xizmati va mijozlarga qulay interfeys yaratish kabi omillar muhim hisoblanadi. Shu bilan birga, kichik va oʻrta biznes subyektlariga raqobatbardosh imkoniyatlar berilishi B2C sektorini yanada kengaytirishga zamin yaratadi.

Zamonaviy elektron tijorat

Bugungi raqamli iqtisodiyot davrida elektron tijorat texnologiyalarini rivojlantirishga kirishgan kompaniya va tashkilotlar soni ortib bormoqda. Oʻzbekistonda B2C elektron tijoratining kengayishi milliy ishlab chiqaruvchilar va chakana savdo subyektlariga yangi bozorlar ochish, mijozlar bilan samarali aloqalarni oʻrnatish imkonini yaratmoqda.

Elektron tijoratning asosiy masalalaridan biri mijozlar bilan onlayn muloqotni rivojlantirish va mahsulot yoki xizmatlarni raqamli tarzda yetkazib berishdir. Masalan, Starbucks kompaniyasi raqamli va ijtimoiy tijoratga oʻtish orqali oʻzini texnologik kompaniya sifatida tanitmoqda. Ular mijozlarga mahsulot xarid qilish jarayonini soddalashtirish va raqamli tajriba yaratishga eʼtibor qaratgan.

Elektron tijoratning paydo boʻlishi bilan yangi tushunchalar vujudga keldi: elektron magazin, elektron vitrina, elektron pul, elektron toʻlov tizimi, elektron raqamli imzo va boshqalar. Oʻzbekistonda ham elektron tijoratning rivojlanishi yildan-yilga oʻsib bormoqda, bu esa milliy ishlab chiqaruvchilar va chakana savdo subyektlari uchun yangi imkoniyatlar yaratadi.

Muammolar va istiqbollar



B2C elektron tijoratning afzalliklari quyidagilardan iborat:

- Tranzaksiya xarajatlarini kamaytirish, vaqt va tirik mehnatni tejash;
- Xaridlar va to'lovlarga tezkor kirish, istalgan joy va vaqtda xizmatdan foydalanish;
- Mahsulotni tanlash va sotib olish jarayonini qulay va tezkor qilish;
- Ish faoliyati bilan birga savdo-sotiqni olib borish imkoniyati;
- Ko'p sonli xaridorlarning bir vaqtning o'zida bir nechta firmalarga murojaat qilishi;
- Mahsulotlarni tezlikda izlab topish va mavjud korxonalarga murojaat qilishda texnika va transport vositalaridan samarali foydalanish;
- Har bir xaridorning yashash joyi, sog'ligi yoki moddiy holatidan qat'i nazar teng huquqli xarid qilish imkoniyati;
- Jahon standartlariga mos mahsulotlarni tanlash va sotish imkoniyati.

Shuningdek, elektron tijorat raqobatni kuchaytiradi, monopoliyadan chiqaradi va mahsulot sifatini oshirishga yordam beradi. Shu bilan birga, B2C elektron tijoratda bir qator muammolar ham mavjud: internet qamrovi va tezligining cheklanishi, yetkazib berish tizimidagi nosozliklar, onlayn to'lov tizimlarining cheklanganligi, mijozlar ma'lumotlarini himoya qilish masalalari va texnologik infratuzilmaning rivojlanmaganligi. Ushbu muammolarni bartaraf etish va elektron tijoratning B2C sektorini kengaytirish O'zbekiston iqtisodiy rivojlanishida muhim omil bo'lib xizmat qiladi.

Xulosa

O'zbekiston sharoitida B2C elektron tijorat mamlakat iqtisodiyoti uchun muhim ahamiyatga ega. U iste'molchilar va ishlab chiqaruvchilar o'rtasidagi aloqalarni soddalashtiradi, savdo-sotiqni tezlashtiradi va milliy ishlab chiqaruvchilar uchun yangi bozorlarni yaratadi. Shu bilan birga, internet qamrovi va tezligi, onlayn to'lov tizimlarining rivojlanishi, yetkazib berish xizmatlari va malakali kadrlar yetishmasligi kabi muammolar B2C sektorining rivojlanishiga to'sqinlik qilmoqda. Shu sababli, O'zbekistonda B2C elektron tijoratning yanada rivojlanishi uchun strategik chora-tadbirlar zarur.



FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. R.X.Ayupov va boshqalar. O`zbekistonda elektron biznes: muammolar va yechimlar / - T.: TMI, 2016.
2. “Tijorat siri” to`g`risida O`zbekiston Respublikasining Qonuni, O`zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari to`plami, 2014-yil, 37-sonli, 463- modda; Qonunchilik palatasi tomonidan 2014-yil 18 iyunda qabul qilingan, Senat tomonidan 2014-yil 28 avgustda ma`qullangan.
3. “Elektron raqamli imzo” to`g`risida O`zbekiston Respublikasining qonuni, O`zbekiston Respublikasi Oliy Majlisining Axborotnomasi, 2004-yil.
4. “Elektron hujjat aylanishi” to`g`risida O`zbekiston Respublikasining qonuni, O`zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari to`plami, 2004-yil. 4. Adasheva M.U., Kazakov R.T. Internetda interaktiv xizmatlar. O`zDJTI nashriyot-matbaa bo`limi , 2015 yil.