



РИВОЖЛАНГАН МАМЛАКАТЛАРДА ЭЛЕКТРОН ТИЖОРAT
 ҲОЛАТИ, ИЛҒОР ТАЖРИБАЛАР ВА УЛАРНИ ЖОРИЙ ҚИЛИШ
 МАСАЛАЛАРИ

Шукуров Фарух Тохирович –
 «Ипак йўли» туризм ва маданий мерос халқаро
 университети таянч докторанти

https://doi.org/10.55439/ECED/vol23_iss5/a8

Аннотация. Ушбу мақолада дунёнинг ривожланган мамлакатларидаги электрон тижоратнинг ҳолати, улардаги илғор тажрибалар ва уларни юртимизда жорий қилиш масалалари ўз аксини топган. Шунингдек, ривожланган бешта мамлакатнинг электрон тижорат кўрсаткичлари келтирилган ва уларнинг ўзига хос хусусиятлари ўрганилган.

Калит сўзлар: электрон тижорат, электрон тижорат инфратузилмаси, интернет савдоси, ахборот-коммуникация технологиялари, глобаллашув, эркин савдо.

СОСТОЯНИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В РАЗВИТЫХ СТРАНАХ, ЛУЧШИЕ
 ПРАКТИКИ И ВОПРОСЫ ИХ ВНЕДРЕНИЯ

Шукуров Фарух Тохирович -
 докторант Международного университета
 туризма и культурного наследия «Шелковый путь»

Аннотация. В данной статье отражено состояние электронной коммерции в развитых странах мира, их лучшие практики и их внедрение в нашей стране. Также представлены показатели электронной коммерции пяти развитых стран и изучены их характеристики.

Ключевые слова: электронная коммерция, инфраструктура электронной коммерции, интернет-торговля, информационно-коммуникационные технологии, глобализация, свободная торговля.

AN OVERVIEW OF OF E-COMMERCE IN DEVELOPED COUNTRIES, BEST PRACTICES
 AND ISSUES OF THEIR IMPLEMENTATION

Shukurov Farukh Tokhirovich -
 A Ph.D student of "Silk Road" International
 University of Tourism and Cultural Heritage

Annotation. This article contained an overview of the e-commerce in the developed countries, their best practices and their implementation in our country. Also, e-commerce indicators of five developed countries are presented and their characteristics are studied.

Key words: e-commerce, e-commerce infrastructure, internet commerce, information and communication technologies, globalization, free trade.

Кириш. Ҳозирги кунга келиб электрон тижорат рақамли иқтисодиётнинг ажралмас қисми бўлиб, кўп давлатлар уни ривожлантиришга катта эътибор бермоқда. Умуман олганда, рақамли иқтисодиётнинг, хусусан, электрон тижоратнинг ривожланиши турли давлатларда турли тезликда бормоқда. Энг аввало ривожланган давлатларни олайлик, бу давлатларда электрон тижорат инфратузилмаси яхши ривожланганлиги сабабли, электрон тижоратнинг ўсиш тезлиги жуда баланд. Улар шуни аниқлаганки, ривожланган мамлакатларда аҳолининг Интернетдан фойдаланиш даражаси энди ривожланиб бораётган давлатларга нисбатан сезиларли фарқ қилади. Шунингдек, ривожланган мамлакатлар аҳолиси электрон тижорат олиб келиши мумкин бўлган қулайликлар ва имкониятларни яхши англаб етган. Ушбу давлатларда электрон тижоратнинг ривожланишига яна бир сабаб ушбу давлатларда телекоммуникация хизматларининг жадал ривожланиб бораётганлигидадир.

Ўзбекистон каби энди ривожланиб бораётган давлатларда эса электрон тижоратнинг ривожланиш тенденцияси ривожланган давлатлардан кескин фарқ қилади. Бундай давлатларда электрон тижорат ривожланиши учун молиявий, ҳуқуқий ва жисмоний инфратузилма томонидан етишмовчиликлар мавжуд. Қўшимчасига, энди ривожланиб бораётган давлатларда бошқача маданият ва бизнес фалсафаси мавжуд бўлиб, бу Ғарб давлатлари томонидан яратилган электрон тижорат моделлари қўлланилишида турли хил қийинчиликлар ва тўсиқларни олиб келади.

Мавзуга оид адабиётлар таҳлили. Электрон тижорат бизнинг юртимизда энди ривожланиб бораётган иқтисодий сектор бўлса-да, бу фаолиятнинг келиб чиқиши аслида XX асрнинг 60-йилларига тўғри келади. Ғ.М.Порсаев, Б.Ш. Сафаров ва Д.Қ. Усмонова ўзларининг илмий ишларида шуни ёзиб ўтганки, 1960 йилда Америка Қўшма Штатларининг "American

Airlines” va “IBM” kompaniyalari parvozlarни олдиндан брон қилиш мақсадида автоматлаштириш тизимини биринчилардан бўлиб жорий қиладилар [1].

Бу тизим орқали компаниялар йўловчи ташиш таннархини арзонлаштиришга эришган, чунки улар йўловчи ташиш тарифларини автоматлаштирган, натижада хизматлар таннархи тушган. Кейинроқ Стенфорд университети талабалари Agronet компьютер тармоғидан фойдаланиб, марихуанани он-лайн сотганлар ва бу ўтган асрнинг 1971 йилида бошланган. Биринчи он-лайн харид қилиш тизимини 1979 йилда Майкл Олдрич тақдим этган. 1995 йилларда эса ҳаммага машҳур Жефф Безос Amazon.comни ишга туширган [2:111-6].

Шунингдек, 1999 йилда Хитойда Жек Ма “Alibaba Group” электрон тижорат компаниясини барпо этган. XXI асрга келиб эса электрон тижорат ривожланган мамлакатларда гуллаб-яшнади. Юртимиз олимларидан С.У. Мехмонов

ва М.Ж. Темирханова ўз мақолаларида рақамли савдони Интернетсиз тасаввур қилиб бўлмаслигини ва мамлакатларда интернетдан фойдаланувчилар сонининг ошиши, охир-оқибат электрон тижоратнинг ривожланиши ва ўсишига олиб келишини айтиб ўтишган [2].

Тобаулт Ҳерпин ўз мақоласида электрон тижорат ривожланишини икки даврга бўлиш мумкин деб айтиб ўтган [3]. Биринчи давр Ковид 19 пандемиясидан олдинги давр, кейинги давр эса пандемия давридаги ривожланиш босқичидир. Вирус тарқалишининг олдини олиш учун қилинган карантин чоралари натижасида миллионлаб инсонлар уйдан ишлашга, керакли товарларни эса Интернет орқали сотиб олишга мажбур бўлдилар ва бу электрон тижорат ривожланишининг асосий омили бўлди. Дунёда электрон ижорат савдоси бўйича қуйидаги давлатлар топ 5 таликка кирган (миллиард АҚШ долларларида)[17]:

1-жадвал

Электрон савдо ҳажми бўйича ТОП 5 талик мамлакатлари 2021 йил учун

№	Мамлакатлар номи	Савдо ҳажми (млрд. АҚШ долл.)
1.	Хитой	2 779.31
2.	Америка Қўшма Штатлари	794.5
3.	Буюк Британия	180.39
4.	Япония	141.26
5.	Жанубий Корея	110.6

Жадвалга кўра, рақамли савдо бўйича Хитой якка пешқадамлик қилмоқда ва аҳолиси сонини инобатга олсак, яқин орада уларга ҳеч ким яқинлаша олмайди. Иона Брату ўзининг илмий мақоласида Хитойда электрон тижорат жуда тез суръатда ривожланаётганлигини ва келажакда бу соҳа янада ривожланиши учун ажойиб имконият борлигини қайт этган [4].

Электрон тижорат савдоси бўйича Хитойдан кейинги энг йирик мамлакат бу АҚШ ҳисобланади. В.Микола ва О.Андрейга кўра, АҚШ аҳолиси сони ва ҳудуди жиҳатидан катта бўлганлиги, шунингдек, мамлакатда электрон тижорат муҳити ва инфратузилма яхши ривожланганлиги сабабли, ушбу давлат электрон тижоратдан юқори даромад олиш қобилиятига эга [5].

Умуман олганда, электрон тижорат ривожланган давлатларда тезроқ ва аксинча, энди ривожланиб бораётган давлатларда секин ривожланиб бормоқда. М.М. Лавал ва А. Хадича бу жараённи ривожланган давлатларда электрон тижорат инфратузилмаси, хусусан, транспорт-логистика ва ахборот-коммуникация технологиялари яхши ривожланганлиги билан боғлайди [6].

Чет эл олими С.Битики ҳозирги кунда минглаб дўконлар ўз ўрнини он-лайн дўконларига бўшатиб бераётганлигини ва бу Интернет

технологиясининг ривожланиб бориши билан боғлиқлигини ёзиб ўтган [7].

Электрон тижорат бўйича машҳур тадқиқотчилар М.Э. Агву ва Ж.П. Муррай электрон тижоратни ташкил этиш ва уни ривожлантириш мамлакатларнинг ижтимоий, иқтисодий, маданий ва сиёсий ҳолатидан келиб чиқади, деб хулоса қилган [8].

Тадқиқот методологияси. Тадқиқот ишида танқидий ёндашув, индукция ва дедукция, таҳлил ва синтез, қиёсий таққослаш, гуруҳлаш, кузатиш ҳамда статистик усулларида фойдаланилган

Таҳлил ва натижалар. *Хитойда электрон тижоратнинг ҳолати.*

Юқоридаги жадвалга кўра, Хитой дунё он-лайн бозорида якка пешқадамлик қилмоқда ва давлатнинг ҳам ўз анъанларига хос бозори мавжуд. Хитойнинг тахминан 1,4 миллиард аҳолиси бўлиб, уларнинг 1 миллиардга яқини ёки 73 %и Интернетдан доимий фойдаланади [9]. Ҳозирги кунга келиб, Хитойда 800 миллион атрофида он-лайн харидорлар мавжуд ва бу давлат 2013 йилдан бери электрон тижорат тушумлари бўйича дунёда биринчи ўринни эгаллаб келмоқда [10] ва охириги 10 йилликда мамлакатда электрон тижорат савдоси 34 мартага ошган.

Бу давлатдаги Э-тижоратнинг ўзига хослиги шундаки, хитойликлар корейслардан фарқли равишда одатда маҳаллий савдоларни амалга оширадilar. Бу харидорлар, одатда, E-wallet systems орқали тўловларни амалга оширадilar. Иккинчи машҳур тўлов тури кредит карталар орқали тўлов ҳисобланади. Ҳозирга келиб, Хитойда 50 дан ортиқ катта электрон тижорат компаниялари мавжуд ва булардан энг каттаси JD.comдир. Бу платформа асосан B2C бизнес моделига асосланган ва тижорат компанияларини тўғридан-тўғри харидорлар билан боғлайди. www.ecommerce-nation.com маълумотига кўра, компания 2020 йилда 114,3 миллиард даромад кўрган. JD.comдан ташқари Хитойда бир нечта йирик электрон тижорат ташкилотлари мавжуд ва уларнинг 2020 йилда топган даромадлари қуйидагича:

- Alibaba – 109.5 миллиард АҚШ доллари;
- Tencent – 73.56 миллиард АҚШ доллари;
- Baidu – 16.4 миллиард АҚШ доллари;
- Vipshop – 15.61 миллиард АҚШ доллари.

Хитойда 90 % он-лайн савдолар телефондан фойдаланган ҳолда амалга оширилади ва бу кўрсаткич Америка Қўшма Штатларида атиги 43 %ни ташкил этади. Ҳар бир харидор сотиб олган товарларини тез, хавфсиз, арзон ва қулай олишни истайди ва шунинг учун тижорат ташкилотлари омборни автоматлаштиришга, ақлли логистика ускуналарига ва умуман, логистика инфратузилмасига катта миқдорда инвестиция киритган. Ҳозирги кунга келиб, электрон тижорат компаниялари сотиб олинган товарни бутун Хитой давлати бўйлаб ўша куннинг ўзида ёки 48 соат ичида етказиш қобилиятига эга. Хитой ҳукумати иқтисодиёт ўсишида электрон тижоратнинг роли катта эканлигини билган ҳолда, ҳар доим электрон тижорат компанияларини қўллаб-қувватлаб келмоқда. Айниқса, Хитой давлати аҳолининг Интернетдан фойдаланиш даражасини оширишга катта эътибор бермоқда ва шунинг учун телекоммуникация соҳасига, хусусан, мобиль интернет тезлигини оширишга катта инвестиция киритмоқда. Хитойлик тижоратчилар, электрон тижоратнинг ривожланишида, аввало, хитойлик истеъмолчиларнинг янги технологияларни хурсандчилик билан қабул қилганлигида деб билади. Хитой яқин 40 йил ичида катта ўзгаришларга қўл урди ва буларнинг барчаси янги технологияларни ўзлаштириш билан боғлиқ ҳисоблайди.

Америка Қўшма Штатларида электрон тижорат. Электрон савдоси тушумлари бўйича иккинчи ўринда турувчи АҚШда электрон тижорат ўз чўққисига чиққан. Бу мамлакат дунёда биринчилардан бўлиб электрон тижоратни ривожлантиришга ҳисса қўшган.

2022 йил 1 январь ҳолатига кўра мамлакат аҳолиси 332 миллионга тенг бўлиб, аҳолининг 85 %и Интернетдан узлуксиз фойдаланиб келмоқда. Америка Қўшма Штатларида кўплаб электрон тижорат веб-сайтлари мавжуд: Amazon, Walmart, eBay, Target, Apple, COSTCO ва бошқалар. Амазон АҚШнинг энг йирик он-лайн платформаси бўлиб, бутун дунё бўйича тарқалган. 2020 йилдаги Ковид пандемияси АҚШ иқтисодиётига салбий таъсир кўрсатган бўлсада, лекин бу электрон тижоратнинг мамлакатда жадаллик билан ўсишига ҳисса қўшди ва электрон тижоратдан фойдаланувчилар сонини ўртача 20 %га оширди. Сеҳрли диёрда он-лайн харидлар, одатда, кредит карталари ёрдамида амалга оширилади. Шунингдек, бошқа тўлов турлари – PayPal ва Stripe ҳам кенг қўлланилади. Америкадаги он-лайн тижоратчилар ўз маҳсулотларини нафақат мамлакат аҳолисига, балки бошқа давлатларга ҳам экспорт қилдилар.

Юқорида айтиб ўтганимиздек, кўплаб ривожланган давлатлар АҚШнинг сифатли товарларини он-лайн харид қилишни хуш кўрадilar. Ушбу мамлакатда электрон тижорат қайнаб кетадиган махсус кунлар ҳам мавжуд. Хусусан, “Black Friday”да қайсиқим “Thanksgiving” байрамидан сўнг савдолар миқдори бир неча баробарга ошиб кетади. Ушбу кунда, харидорлар катта миқдордаги чегирмаларга эга бўладilar ва шунинг учун кўплаб америкаликлар ушбу кунни кутиб яшашади. Он-лайн веб-сайтларда энг кўп сотиладиган товар тури бу кийим-кечаклар ҳисобланади. Иккинчи ўринда эса озиқ-овқат ва ичимликлар тоифаси турса, ундан кейинги ўринларда оёқ кийимлари ва электр техника жиҳозлари туради [11].

68 % америкаликлар он-лайн савдоларни ўзларининг смарт телефонларидан фойдаланган ҳолда амалга оширадilar. Америкалик харидорлар учун етказиб бериш тезлиги муҳим ҳисобланади ва шунинг учун тижорат ташкилотлари сотиб олинган маҳсулотларни ўша куннинг ўзида ёки кейинги кун етказиб беришади. Бу эса ўз навбатида, АҚШда транспорт ва логистика, омборхоналар нақадар ривожланганлигини кўрсатиб беради. Етказиб бериш хизмати нархлари турлича бўлиб, товарлар қанча тез етказилса шунча қимматроқ ва аксинча, секин 3-4 кунда етказилса шунча арзонроқ бўлади.

Буюк Британияда электрон тижоратнинг ҳолати. Электрон тижорат буюк британияликларнинг севимли машғулотида биридир. 2020 йилда умумий чакана савдонинг 36 %и он-лайн савдога тўғри келган ва бу кўрсаткич 2019 йилга нисбатан 20 %га кўп демақдир [12]. Буюк Британиянинг жами аҳолиси сони 68 миллион бўлиб, шулардан 65 миллионга яқини Интернет

фойдаланувчилари ҳисобланади ва бу кўрсаткич ҳар йили ўсиб бормоқда. 2021 йилга келиб он-лайн шоппинг билан шуғулланувчи аҳоли кўрсаткичи умумий аҳолининг 94 %га тенгдир. Харидорларнинг электрон тижорат учун сеvimли тўлов тури дебит ва кредит карталардир. Виза ва мастер кардлар деярли барча электрон тижорат компаниялари томондан қабул қилинади. www.trade.gov сайтига кўра 60 % он-лайн савдолар смарт телефонлар орқали амалга оширилади.

2020 йилда, он-лайн савдога бўлган талабнинг кутилмаганда ошиб кетиши Буюк Британия ташкилотлари учун инноватив етказиб бериш стратегияларини ўйлаб топишга мажбур қилди. Жумладан, кўп супермаркет ва озиқ-овқат дўконлари ўз омборларини катталаштирди ва етказиб бериш бўйича ўз имкониятларини оширди. Ушбу даврда кўплаб янги етказиб бериш субъектлари ҳам ташкил этилди. Ҳозирги вақтга келиб, ўртача етказиб бериш тезлиги ўртача 1,9 кунга тўғри келаётган бўлса, шулардан 57 % товарлар кўпи билан бир кунда ўз эгаларига етказиб бериляпти.

Британияликлар он-лайн савдо орқали асосан қуйидаги товарларни харид қиладилар: кийим-кечаклар, озиқ-овқат ва ичимликлар, оёқ кийимлари, китоблар, электрон жиҳозлар, уй жиҳозлари, атир ва косметик маҳсулотлари ва бошқалар. Электрон тижорат дунёсида Amazonнинг ўрни ниҳоятда катта ва буюк британияликлар ҳам ушбу платформани севиб ишлатишади. Харидорлар Amazon.co.uk сайти орқали 2020 йилда 14.67 миллион долларлик маҳсулотларни сотиб олишган ва қолган йирик Э-тижорат компаниялари қуйидаги миқдорда савдо қилишган:

Теско – 7,59 миллиард АҚШ доллари;
Аргос – 5,41 миллиард АҚШ доллари;
Саинсбарус – 4,55 миллиард АҚШ доллари;
Каррюс – 4,14 миллиард АҚШ доллари.

Японияда электрон тижорат.
www.ecommerce-nation.com сайти йирик электрон тижорат бозорларини таҳлил қилар экан, Япония рақамли савдосига алоҳида урғу бериб кетган. Япония электрон тижорат савдоси бўйича Осиёда Хитойдан кейин иккинчи ўринда турса, бутун жаҳонда эса ушбу мамлакат тўртинчи ўринни эгаллайди [13]. Японларнинг электрон тижоратда ўзига хос бозори мавжуд бўлиб, ҳозирги кунда бу бозор жадал суръатларда ривожланиб бормоқда. 2021 йилга келиб он-лайн савдо қилувчилар сони деярли 89 миллионни ташкил қилган бўлса, 2025 йилга келиб Японияда электрон тижоратдан фойдаланувчилар сони 113 миллионга етиши тахмин қилинмоқда. Японлар одатда он-лайн харидларни ўз кредит карталаридан тўлашади, лекин нақд пул

ва конбини пул тўловлари ҳам бозорда бирдек қабул қилинади. Японияда кўплаб машҳур он-лайн тижорат ташкилотлари мавжуд бўлиб, улардан энг йириклари Amazon, Apple, Yodobashi, Rakuten, Monotaro ва Zozotownлардир. Японияда халқаро он-лайн сайтлари ҳам ривожланаётган бўлса-да, улар асосан товарларни маҳаллий компаниялардан харид қиладилар ва бу Япония бозорининг ўзига хос хусусиятларидан биридир. Он-лайн савдо экспорти ҳақида гапирсак, улар товарларни асо-сан Корея, Хитой ва Америкага сотадилар ва бундан кўриниб турибдики, савдонинг очиқли-ги трансчегаравий савдолар ривожланишига олиб келган.

Япония мамлакати ҳудуди бўйича анча кичкина, лекин транспорт ва логистика инфратузилмаси жуда ривожланганлиги товар етказиб бериш учун ажойиб имкониятни яратади. Масалан, Amazon Japan компанияси 80 % аҳолига товар сотиб олингандан кейин ўша куннинг ўзида етказиб бериш хизматини таклиф қилади. Одатда, товарлар кўпи билан бир кунда миқдорлар кўлида бўлади. Мамлакат аҳолиси он-лайн сайтлардан сотиб оладиган энг кўп маҳсулот бу электроника ва медиатоварларидир (телефон, соат, таблетлар ва ТВлар). Яна энг оммабоп харидлардан бири турли хилдаги кийим-кечакдир. Ундан сўнг эса, озиқ-овқат маҳсулотлари, саёҳат пакетлари ва турли чипталар мамлакат харидорлари томонидан он-лайн сотиб олинади. Аҳолининг Интернетдан фойдаланиш даражаси мамлакатда 93,3 %га тенг. Японияда рақамли тижорат ривожланишининг асосий омиллари давлатлар кучли инфратузилманинг мавжудлиги ва миқдорларнинг он-лайн савдони афзал кўришидир (хилма-хил товарларнинг мавжудлиги ва қулайлиги учун).

Жанубий Корея давлатида рақамли савдо.
Маълумки, Жанубий Корея аҳолисининг Интернетдан фойдаланиш даражаси дунёда биринчи ўринда туради ва бу кўрсаткич ҳозирги кунга келиб 93 %га тенг ёки бу 47 миллион аҳоли демакдир [14]. Аҳолининг 80 %и эса (тахминан 41 миллион) интернет орқали савдони амалга оширади. Электрон савдо тахминан 25 йилларча аввал Корея давлатига кириб келган ва шу пайтдан бери ривожланиб келмоқда. Мамлакатда электрон тижорат ривожланиши учун барча ҳуқуқий асосий шароитлар яратилган, шунингдек, электрон тижорат бир текис ривожланиши учун яхши инфратузилма яратилган. Логистика соҳасининг яхши ривожланганлиги эса соҳанинг ривожланишини тезлаштирган. Рақамли савдо нафақат ёшлар томонидан амалга оширилади, балки катта ёшдаги харидорлар ҳам мунтазам равишда он-лайн савдони амалга оширади. Жанубий корейликлар одатда интернет орқали кийим-кечаклар, аксессуарлар, уй-рўзғор буюм-

лари, озиқ-овқат ва ичимликлар, косметика жиҳозлари, китоблар ва спорт жиҳозлари каби товарларни севиб харид қиладилар. Жанубий корейликлар нафақат маҳаллий он-лайн савдони, балки трансчегаравий электрон тижоратни ҳам амалга оширадilar. Улар ўзлари зарур деб топган товарларни Америка Қўшма Штатлари, Европа, Хитой, Япония, Австралия каби мамлакатлардан буюртма бериб импорт қиладилар. Қуйидаги хорижий он-лайн платформалар корейликлар учун сеvimли ҳисобланади: Amazon UK, I Herb US, eBay US, Amazon Japan, Taobao China, Rakuten Japan ва Walmart US.

Nowak & Partner Co. Ltd. 2021 маълумотига кўра, Naver платформаси корейларнинг энг оммабоп он-лайн платформаси ҳисобланади ва 2020 йилда жами электрон савдонинг 18 %и ушбу дастур орқали амалга оширилган. Иккинчи ва учинчи ўринларни эса мос равишда Coupang and eBay Korea платформалари 13 % ва 12 % билан эгаллашган.

2020 йил бошида пандемиянинг бошланиши электрон тижорат фойдаланувчилари сонинг ошишига олиб келди ва ушбу даврда бир пайтлар фақат оффлайн харид қилинган озиқ-овқат махсулотлари ҳам он-лайн платформалар орқали сотиб олинган.

Хулоса ва таклифлар. Юқорида кўриб ўтганимиздек, ривожланган мамлакатларда электрон тижорат гуллаб-яшнамоқда ва унинг умумий иқтисодиётдаги роли йилдан-йилга ошиб бормоқда. Албатта, бу ривожланиш ўз-ўзидан пайдо бўлган эмас. Қачонки, ҳукумат ва бизнес ташкилотлари бир ёқадан бош чиқариб, электрон тижорат ривожланиши учун барча тўсиқларни олиб ташласа ва яхши муҳит яратилса, шундагина бу соҳада ривожланиш бўлади. Ривожланган давлатлар Э-тижоратини кузатар эканмиз, бу соҳанинг ривожланишини қуйидаги йирик икки омилга боғласак бўлади. Биринчиси, бу – глобаллашув. Ҳозирги кунда давлатлар иқтисодий, сиёсий ва ижтимоий соҳаларда бир-бирлари билан алоқада бўлишмоқда. Бу ҳозирги кунда ҳар қандай иқтисодиётнинг ривожланиш калитидир. Глобаллашув давлатлар ва ташкилотларга янги бозорларни кашф қилиш ва ўзла-

рининг бизнесларини кенгайтириш имкониятини беради. Иккинчи энг катта омил эса ахборот-коммуникация технологиялари (АКТ) соҳасидаги инновацияларни ташкил қилишдир. АКТлар бу телекоммуникация орқали керакли маълумотларни олиш ҳисобланади. Буларга интернет, барча симсиз тармоқлар, мобиль телефонлар ва бошқа технологиялар киради. Ривожланган давлатларда ахборот-коммуникация технологиялари ва электрон тижоратнинг роли каттадир. UNCTAD (2003) ўз ҳисоботида шунини ёзиб ўтганки, кучли технологик давлатларнинг иқтисодиёти доимо ўсиб бормоқда [15].

Чунки янги технологиялар сарф-харажатларни тежаб, юқори самарадорликка олиб боради. Хусусан, Жаҳон савдо ташкилоти электрон тижорат, бу – тижорат ташкилотларининг операция харажатларини камайтиради, деб ёзиб ўтган [16]. Ривожланган давлатларда, омадли электрон тижорат тизимини яратишда давлатнинг роли ҳам муҳимдир. Чунки давлат ўзининг қонун ва қарорлари билан ушбу соҳа ривожланишидаги тўсиқларни олиб ташлаш ва драйверларни топишда устувор роль ўйнайди. Биринчи навбатда, ҳукумат савдо тўсиқларини олиб ташламоғи зарур.

Ўзбекистон ҳалигача Жаҳон савдо ташкилоти аъзоси эмас ва Ўзбекистонда ҳалигача экспорт ва импорт учун юқори фоизли божлар мавжуд. Эркин савдо рақобатни оширади, рақобат эса ўз навбатида, ўсишга олиб келади. Ривожланишнинг яна бир омили бу Интернетдир. Давлат ўзининг аҳоли ва бизнесларини арзон ва сифатли интернет билан таъминлаши зарур. Чунки, электрон тижорат бу интернет ёрдамида қилинадиган савдодир. Электрон ривожланишнинг яна бир омили ушбу соҳада малакали кадрларни тайёрлашдан иборат.

Демак, давлат Э-тижорат ва ахборот-коммуникация соҳасида турли хилдаги таълим дастурларини таклиф қилиши зарур. Давлатнинг яна бир вазифаси рақамли тижорат учун зарур бўлган компакт инфратузилманинг яратилишидир. Яъни ривожланган давлатларда логистика транспорт соҳаси яхши йўлга қўйилган ва ушбу соҳада етарлича малакали кадрлар мавжуд.

Манба ва фойдаланилган адабиётлар:

1. Порсаев Ф.М., Сафаров Б.Ш., Усманова Д.Қ. Рақамли иқтисодиёт асослари. Дарслик. -Т.: “Фан ва технологиялар” матбаа уйи. 2020.
2. Mekhmonov S.U., Temirkhanova M.J. Actual issues of electronic commerce development in the republic of Uzbekistan. *International Journal of Financial Management and Economics* 2020; 3(1).
3. Thibault Herpin. *The biggest E-commerce markets in 2021* <https://www.ecommerce-nation.com/top-ecommerce-markets/>.
4. Ioana Bratu. *E-commerce platform in China*. 2017. DOI: [10.13140/RG.2.2.25521.53607](https://doi.org/10.13140/RG.2.2.25521.53607)
5. Mykola V. Melnyki, Andriy O. Blyznyukov. *Electronic Business of Japan in Comparison with the U.S. Mechanism of Economic Regulation*, 2021, № 2.
6. Lawal Mohammed Ma'aruf & Khadija Abdulkadir. *An overview of e-commerce implementation in developed and developing country; A case study of United State and Nigeria*. *International Journal of Modern Engineering Research*. 2012.
7. Bytyqi, S. (2020). *Online Versus Traditional Shopping in Developing Countries Study Case - Kosovo*. *International Journal of Social Sciences Perspectives*, 7(1),10-21. doi:10.33094/7.2017.2020.71.10.21

8. Agwu M.E. and Murray J.P. (2015). Empirical Study of Barriers to Electronic Commerce Adoption by Small and Medium Scale Businesses in Nigeria. *International Journal of Innovation in the Digital Economy*, 6(2): 1-19.
 9. <https://www.globaltimes.cn/page/202202/1253226.shtml>.
 10. <https://www.eastasiaforum.org/2021/10/13/what-is-driving-chinas-e-commerce-growth/>
 11. JACOB WIBOM WESTERBERG, THERÉSE DALEBRANT, KATJA KOTALA. U.S. E-COMMERCE MARKET ENTRY RETAIL PLAYBOOK.
<https://static1.squarespace.com/static/5be156f4365f02418a904b89/t/601493aa5d2a3d4a2cb82b1d/1611961268985/U.S.+re+tail+ecommerce+market+entry+report+FINAL+Jan+2021.pdf>
 12. <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/united-kingdom-ecommerce>.
 13. E-COMMERCE IN JAPAN: AN ISLAND OF OPPORTUNITY FOR CANADIAN EXPORTERS.
https://www.asiapacific.ca/sites/default/files/filefield/ecommerce_in_japan_report.pdf
 14. https://www.statista.com/topics/2230/internet-usage-in-south-korea/#topicHeader_wrapper.
 15. UNCTAD, 2003. United Nations Conference on Trade and Development. [Online] Available at: <https://unctad.org/en/pages/PressReleaseArchive.aspx?ReferenceDocId=4253>
 16. The World Trade Organization, 2018. The future of world trade: How digital technologies are transforming global commerce. *The World Trade Report*, pp. 2-230.
 17. <https://www.ecommerce-nation.com/top-ecommerce-markets/>



IQTISODIYOTNING TARMOQ VA SOHALARIDA RAQAMLASHTIRISH JARAYONINING MUAMMOLARI

Shadmankulova Dilnoza Abdusaitovna -
O'zMU tayanch doktoranti

https://doi.org/10.55439/ECED/vol23_iss5/a9

Annotatsiya. Ushbu maqolada iqtisodiyotni raqamlashtirishda soha va tarmoqlardagi muammolar unga bevosita ta'sir ko'rsatuvchi omillar asosida aniqlangan raqamli iqtisodiyotda yaratilgan yalpi qo'shilgan qiymat hamda AKT tovar va xizmatlar eksporti tahlil qilingan. Shuningdek, O'zbekistondagi raqamlashtirish jarayonining joriy holati va tendensiyalariga baho berilgan hamda aniqlangan. Muammolar yuzasidan xulosa va takliflar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: raqamli iqtisodiyot, raqamlashtirish, raqamli texnologiyalar, AKT sektori, qishloq xo'jaligini raqamlashtirish, xizmatlar sohasini raqamlashtirish, AKT tovarlari ishlab chiqarish.

ПРОБЛЕМЫ ПРОЦЕССА ЦИФРОВИЗАЦИИ В ОТРАСЛЯХ И СЕКТОРАХ ЭКОНОМИКИ

Шадманкулова Дилноза Абдусайтовна -
базовый докторант НУУз

Аннотация. В данной статье анализируется валовая добавленная стоимость, создаваемая в цифровой экономике и экспорт товаров и услуг ИКТ, определяемая на основе факторов, непосредственно влияющих на проблемы в отраслях и секторах при цифровизации экономики. Также были оценены и выявлены текущее состояние и тенденции процесса цифровизации в Узбекистане. Сделаны выводы и предложения по проблемам.

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровизация, цифровые технологии, ИКТ-сектор, цифровизация сельского хозяйства, цифровизация сферы услуг, производство ИКТ-товаров.

PROBLEMS OF THE DIGITALIZATION PROCESS IN NETWORKS AND SECTORS OF THE ECONOMY

Shadmankulova Dilnoza Abdusaitovna -
Phd student of NUUZ

Abstract. This article analyzes the gross added value created in the digital economy and the export of ICT goods and services, determined on the basis of the factors that directly affect the problems in the sectors and sectors in the digitization of the economy. Also, the current state and trends of the digitization process in Uzbekistan were evaluated and determined. Conclusions and suggestions have been developed regarding the problems.

Key words: digital economy, digitization, digital technologies, ICT sector, digitization of agriculture, digitization of service sector, production of ICT goods.

Kirish. Raqamli iqtisodiyotda iqtisodiy, ijtimoiy va madaniy aloqalar raqamli texnologiyalarni qo'llash asosida amalga oshiriladi. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti SH.Mirziyoyev ta'kidlaganidek, "Tarmoq va hudud rahbarlari raqamlashtirishsiz natija, rivojlanish bo'lmasligini tushunib yetishi shart. Barcha darajadagi rahbarlar buni o'ziga kun-

dalik vazifa sifatida belgilab, raqamlashtirish sohasini alifbosidan boshlab chuqur o'rganishi kerak" [1]. Raqamli iqtisodiyotning global dunyoda muhimlik darajasi oshib bormoqda. Raqamlashtirish jarayonlari iqtisodiyotning barcha soha va tarmoqlariga o'z ta'sirini ko'rsatmoqda. Ayniqsa, tarmoq va sohalardagi logistika hamda tashkiliy xarajatlarni