

**O`ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIV VA O`RTA MAXSUS TA`LIM VAZIRLIGI**

TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI

MAGISTRATURA BO`LIMI

Qo`lyozma huquqida
UDK:6II2.15.61:334.75

AZIZOV ODILJON OLIMOVICH

**Biznesni tashkil etish va rivojlantirishda elektron tijoratdan
samarali foydalanish**

(“Visit Central Asia” mas`uliyati cheklangan jamiyati asosida)

5A230102– “Iqtisodiyot” (real sektor) mutaxassisligi bo`yicha

Magistr

akademik darajasini olish uchun yozilgan

DISSERTATSIYA

Ilmiy rahbar: Phd. Sh.Aktamov

TOSHKENT – 2017

Ushbu magistrlik dissertatsiyasining yangiligi, xorijiy tajribalardan foydalanish orqali elektron tijoratni rivojlantirish bo'yicha taklif etilayotgan nazariy va amaliy tavsiyalarning asoslanganligi hisoblanadi va ular quyidagilarda namoyon bo'ladi: elektron tijoratni zamonaviy axborot texnologiyalar imkoniyatlarini qo'llagan holda yangi strategiyalarni joriy etish hamda innovatsion tovarlar (xizmatlar) oldi-sotdi muhitini kuchaytirish, yirik elektron savdo maydonchalarini yaratish hamda elektron tijoratni rivojlantirish maqsadida internet-logistikaga mo'ljallangan yangi loyihalardan samarali foydalanishning istiqbollari baholash asosida xulosa va takliflar ishlab chiqilgan.

The novelty of this master's thesis is that theoretical and practical recommendations based on foreign experience are justified. They are as follows: improving e-commerce using the opportunities of modern information technology and strengthening the innovative environment of electronic goods turnover (service), the creation of large electronic trading platforms and the development of e-commerce developed conclusions and proposals for the use of Internet logistics.

Magistrlik dissertatsiya ishi "Sanoat iqtisodiyoti" kafedrasida dastlabki himoyadan o'tgan. ____ - sonli bayonnoma « ____ » ____ 2017 y.

Ilmiy rahbar: Phd. Sh.Aktamov _____

Magistr: O.O.Azizov _____

"Himoyaga ruxsat etiladi"

"Sanoat iqtisodiyoti" kafedrası

mudiri dots. I.Xotamov _____

" ____ " " ____ " 2017 yil

Himoya Toshkent Davlat iqtisodiyot universitetida
2017 yil " ____ " _____ soat " ____ " da bo'ladi.

Kirish

Magistrlik dissertatsiya mavzusining asoslanishi va uning dolzarbligi.

Zamonaviy axborot kommunikatsiya texnologiyalarining juda katta tezlikda rivojlanishi elektron tijorat munosabatlarini qayta ko`rib chiqishni taqozo etdi. Shu sababli 2015 yil 22 mayda hukumatimiz tomonidan O`zbekiston Respublikasining “Elektron tijorat to`g`risida”gi Qonunining yangi tahriri qabul qilindi. Ushbu qonunga ko`ra axborot tizimlaridan foydalangan holda tuziladigan shartnomaga muvofiq amalga oshiriladigan tovarlar (ishlar, xizmatlar) oldi - sotdisi elektron tijoratdir.

Elektron tijorat Internet tarmog`idagi tijorat sohasiga oid faollikni, unda oldi - sotdini amalga oshirilishini ifodalash uchun qo`llaniladi. U kompyuter tarmog`idan foydalangan holda xarid qilish, sotish, servis xizmatini ko`rsatishni amalga oshirish, marketing tadbirlarini o`tkazish imkoniyatini ta`minlaydi.

O`zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning mamlakatimizni 2016 yilda ijtimoiy - iqtisodiy rivojlantirishning asosiy yakunlari va 2017 yilga mo`ljallangan iqtisodiy dasturning eng muhim ustuvor yo`nalishlariga bag`ishlangan Vazirlar Mahkamasining kengaytirilgan majlisidagi ma`ruzalarida jamijatni axborotlashtirishning muhim ahamiyatini ta`kidlab, quyidagi fikrni bildirganlar: “Bizning navbatdagi kechiktirib bo`lmaydigan va istiqboldagi vazifamiz – “Elektron hukumat” tizimini samarali ishlashini ta`minlashdan iborat”.¹

Mamlakatimizda o`tkazilayotgan iqtisodiy islohotlar iqtisodiyotining yetakchi sohalarini liberallashtirishga qaratilgan bo`lib, elektron tijorat sohasi ham bundan mustasno emas va aynan shu dissertatsiya ishining dolzarbligini belgilab beradi.

Tadqiqot ob`ekti va predmeti. Tadqiqot ishining ob`ekti sifatida elektron tijoratni amalga oshiruvchi kompaniyalar va Visit Sentral Asia MChJ olingan.

¹ O`zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoyevning mamlakatimizni 2016 yilda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning asosiy yakunlari va 2017 yilga mo`ljallangan iqtisodiy dasturning eng muhim ustuvor yo`nalishlariga bag`ishlangan Vazirlar Mahkamasining kengaytirilgan majlisidagi “Tanqidiy tahlil, qat`iy tartib intizom va shaxsiy javobgarlik-har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo`lishi kerak” nomli ma`ruzasi-T.: Xalq so`zi, 2017 yil 16 yanvar.26-bet.

Tadqiqot ishining predmeti sifatida esa ushbu korxonalarining elektron tijoratni amalga oshirish mexanizmlari olingan.

Tadqiqot maqsadi va vazifalari. Tadqiqot ishining maqsadi bo`lib, axborotlashgan iqtisodiyot shakllanayotgan bir paytda mamlakatimizda elektron tijoratni rivojlantirishga oid taklif va tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat.

Belgilangan maqsaddan kelib chiqqan holda tadqiqot vazifalari quyidagilardan iborat:

- Axborotlashgan iqtisodiyot shakllanishi sharoitida elektron tijorat zaruriyati va xususiyatlarini aniqlash;
- Elektron tijorat tushunchasi va an’anaviy savdo hamda xizmat ko`rsatish turlaridan farqini belgilash;
- O`zbekistonda elektron tijoratni rivojlanishini huquqiy me`yorlarini tahlil qilish;
- Milliy iqtisodiyotni modernizastiyalashda elektron tijoratni tutgan o`rni va ahamiyatini aniqlash;
- Elektron tijoratni rivojlanish jarayonlarini tadqiq etish;
- Jahonda elektron tijorat tizimidan foydalanish mexanizmini tahlil qilish;
- Internet orqali savdo va xizmatlarni amalga oshirishning hozirgi holatini o`rganish va elektron tijorat orqali biznesni rivojlantirish bo`yicha takliflar berishdan iborat.

Tadqiqot ishining ilmiy yangiligi:

- Elektron tijorat munosabatlarini tartibga solishda xorijiy mamlakatlarning tajribalarini o`rganish va zamonaviy innovatsion tarkibiy o`zgarishlarning zarurligi tahlil qilindi;
- Korxonadagi iqtisodiy jarayonlarni takomillashtirishda elektron tijorat imkoniyatlaridan foydalanish samaradorligi aniqlandi;
- Internet logistika imkoniyatlaridan foydalangan holda elektron tijoratni amalga oshirish imkoniyatlari aniqlandi;
- Internet logistika xizmatlari orqali yuk tashish samaradorligi oshishi imkoniyatlari aniqlandi;

– Elektron to'lovlarni amalga oshirish orqali xizmatlar oldi sotdisini rivojlantirish imkoniyatlari o'rganildi.

Tadqiqot natijalarining nazariy va amaliy ahamiyati. Tadqiqotning amaliy ahamiyati shundaki, uning natijalaridan elektron tijorat faoliyati bilan shug'ullanuvchi korxonalarda tovarlar yetkazish va xizmatlar ko'rsatishning zamonaviy tizimini yo'lga qo'yishda, xizmatlar yoki tovarlarni yetkazishni tartibga solish natijasida korxonada ish samaradorligini oshirish mexanizmlarini aniqlashda foydalanish mumkin. Magistrlik dissertatsiya ishining asosiy natija va xulosalaridan elektron tijorat bilan shug'ullanuvchi korxonalarda iqtisodiy jarayonlarni takomillashtirishdagi muammolarni o'rganishga barishlangan ilmiy tadqiqot ishlarini bajarishda foydalanish mumkin.

Ish tuzilmasining tavsifi. Magistrlik dissertatsiya ishi kirish, uchta bob, xulosa, foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati va ilovalardan iborat.

Aniqlangan muammolar. Mamlakatimizda elektron tijorat yanada rivojlantirishga bir qancha to'siqlar mavjud bo'lib, ulardan quyidagilardir:

1. Tadbirkorlar tomonidan elektron tijorat imkoniyatlarini aniq tasavvur qila olmasliklari va elektron tijorat, elektron hujjat almashinuvi, elektron raqamli imzo kabi tushunchalardan ko'pgina tadbirkorlar bir muncha yiroqligi.

2. Tadbirkorlarimiz elektron tijoratdan foydalanish samaradorligini etarlicha baholay olmasliklari.

3. Elektron to'lov tizimlarining barcha sohalar bo'yicha keng qo'llanmaganligi.

4. Yuk tashish xizmatlarini amalga oshirganda korxonada internet logistika xizmatlarining joriy etilmaganligi.

Taklif va tavsiyalar. O'zbekistonda elektron tijorat va elektron bozorni tashkil etish va rivojlantirish maqsadida quyidagi takliflar ishlab chiqildi:

1. Elektron tijorat bilan shug'ullanuvchi korxonalarda zamonaviy AKT texnologiyalarini keng joriy etish;

2. Elektron to'lov tizimlari xizmatlaridan keng foydalanish;

3. Tovar oldi - sotdisi va xizmatlar ko`rsatishda elektron tijoratning ilg`or usullarini joriy etish;

4. Xususan logistika operatsiyalarini amalga oshirishda internet logistikasi imkoniyatlari orqali elektron tijoratni amalga oshirish;

5. Rivojlangan davlatlarda amalga oshirilayotgan elektron tijorat mexanizmlarini o`rganib, amaliyotga tadbqiq etish;

6. Elektron to'lovlar va elektron tijorat tizimini yanada rivojlantirishga doir qonunchilik mexanizmlarini yanada takomillashtirish;

7. Internet - marketing va reklama bo'yicha mutaxassislarning faoliyatini takomillashtirish.

Bunday ishlarning amalga oshirilishi natijasida elektron savdo operatsiyalarini amalga oshirish bo'yicha xarajatlar ancha kamayadi, sotuvchilar va xaridorlar o'rtasida to'g'ridan - to'g'ri tezkor ravishda shartnomaviy munosabatlarni o'rnatish uchun sharoit yaratiladi, shu jumladan bozorda yangi ishtirokchilar paydo bo'ladi, axborot tarmoqlari vositasida elektron savdo qilishda operatsiyalarning shaffofligi oshadi, bu esa sotuvchilar va xaridorlarga qisqa fursatda narxlar, sifat va tovar (xizmatlar)ni etkazib berish bilan bog'liq har xil raqobatchilar taklif etgan ma'lumotlarni olish imkonini beradi.

I BOB. Iqtisodiyotni modernizatsiyalash va diversifikatsiyalash sharoitida elektron tijorat munosabatlarini tartibga solishning kontseptual asoslari

1.1. O'zbekistonda elektron tijorat va uni rivojlantirish konstepstiyasi

Bugungi kunda O'zbekiston Respublikasida elektron hukumat tizimini takomillashtirish dolzarb masalalardan hisoblanmoqda. Jumladan 2017-2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha qabul qilingan harakatlar strategiyasida: "Elektron hukumat" tizimini takomillashtirish, davlat xizmatlari ko'rsatishning samarasi, sifatini yuksaltirish va bu xizmatdan aholi hamda tadbirkorlik sub'ektlari tomonidan foydalanish imkoniyatini oshirish"² masalalari kiritilgan.

Tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishda elektron tijorat muhim o'rin egallaydi. Elektron tijorat faoliyati O'zbekiston Respublikasining "Elektron tijorat to'g'risida"gi Qonunning 2015 yil 22 mayda qabul qilingan yangi tahriri bilan belgilanadi va amalga oshiriladi.

Elektron tijorat Internet tarmog'idagi tijorat sohasiga oid faollikni, unda oldi-sotdini amalga oshirilishini ifodalash uchun qo'llaniladi. U kompyuter tarmog'idan foydalangan holda xarid qilish, sotish, servis xizmatini ko'rsatishni amalga oshirish, marketing tadbirlarini o'tkazish imkoniyatini ta'minlaydi.

Elektron tijoratning an'anaviy savdo turlaridan farqi. Elektron tijoratning an'anaviy savdo turidan quyidagi xarakterli xususiyatlari bilan farqlanadi:

- xaridor o'ziga qulay vaqt, joy va tezlikda mahsulotni tanlash va sotib olish imkoniyatiga ega;
- savdo-sotiq faoliyatini ish faoliyati bilan birga parallel ravishda, ya'ni ishlab chiqarishdan ajralmagan holda olib borish imkoniyati mavjud;
- ko'p sonli xaridorlarning bir vaqtning o'zida bir nechta firmalarga murojaat qila olishi. Bu ko'p sonli xaridorlarning aloqa vositalari yordamida sotuvchilar bilan muloqotda bo'lish imkoniyati;

² lex.uz - 2017-2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha harakatlar strategiyasi. 2017-yil 7-fevral

– kerakli mahsulotlarni tezlikda izlab topish va shu mahsulotlari bor firmalarga murojaat qilishda texnika va transport vositalaridan samarali foydalanish, mahsulotlarni bir joyga yig'ish va ularni sotib olishda aniq manzillarga murojaat qilish. Ortiqcha vaqt va xarajatlarni kamaytiradi;

– xaridorning yashash joyi, sog'lig'i va moddiy ta'minlanish darajasidan qat'iy nazar hamma qatori teng huquqli mahsulot sotib olish imkoniyati;

– hozirgi kunda chiqqan jahon standartlariga javob beradigan mahsulotlarni tanlash va sotish imkoniyati;

– elektron tijorat sotuvchining mahsulotlarini (ish, xizmatlarini) sotish jarayonidagi imkoniyatini yanada kengaytiradi va yangilaydi. Endi sotuvchi mahsulotlarini sotish jarayonini tezlashtirishi, yangi va sifatli mahsulotlarni muntazam almashtirishi, mahsulotlarning aylanma xarakterini tezlashtirishi kerak bo'ladi.

Elektron tijoratda savdoni tashkil qilish firmalarning raqobatini kuchaytiradi, monopoliyadan chiqaradi va mahsulotlarning sifatini oshirish imkoniyatini beradi.³ Xaridorlar kundalik xayotida kerakli mahsulotlar ichida sifatlilarini tanlashi mumkin. Chet el firmalariga murojaat qiladi.

Elektron tijorat tizimi yordamida xo'jalik yurituvchi sub'ektlar o'rtasidagi to'lov operastiyalari tezkor bajariladi, buyurtmachilar va mahsulot etkazib beruvchilar o'rtasidagi hamkorlik amalga oshirishda bir qancha qulayliklarga ega bo'ladilar. Qolaversa, tadbirkorlarimiz zamonaviy axborot texnologiyalari xizmatlariga ega bo'lishib, dunyoning istalgan davlatidan o'zlariga hamkorlar topishi, mahsulot va xizmatlarini jahon bozoriga olib chiqishlari uchun yangi yo'nalishlar ochiladi.

Hozirgi jahon iqtisodiyotida elektron tijorat biznes rivojlanishining va biznes strategiyasining eng kerakli tarkibiy qismiga aylanib qoldi. Elektron tijorat biznes rivojlanishi uchun eng kuchli instrumentga aylanib qoldi. Informastion va kommunikastiya texnologiyalarni integrastiyasi tashkilotlar ichida, tashkilotlar orasida, tashkilotlar va insonlar orasidagi munosabatlarni keskin o'zgartirib

³ E-commerce - Vladimir Zwass <https://www.britannica.com/topic/e-commerce>

yubordi. Hususan, informatika va kommunikatsiya texnologiyalarni biznesda qo'llanilishi xarajatlarni qisqartirdi, samaradorlikni oshirdi, iste'molchilarning faolligini oshirdi va umumiy sotuv hajmini oshirdi. Xozirgi iqtisodiyotni olimlar "Internet iqtisodiyoti" deb atashmoqda. Ayniqsa internetning keng tarqalishi elektron tijorat rivojlanishiga keskin yordam berdi.

O'zbekistonda AKTning rivojlanishi 2013–2020 yillarga mo'ljallangan O'zbekiston Respublikasi Milliy axborot-kommunikatsiya tizimini Kompleks rivojlantirish dasturi asosida amalga oshiriladi. Ushbu dastur O'zbekiston Respublikasining Birinchi Prezidenti Islom Karimovning 2012-yil 21-mart "Zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini yanada joriy etish va rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-1730-son Qarori bilan tasdiqlangan.

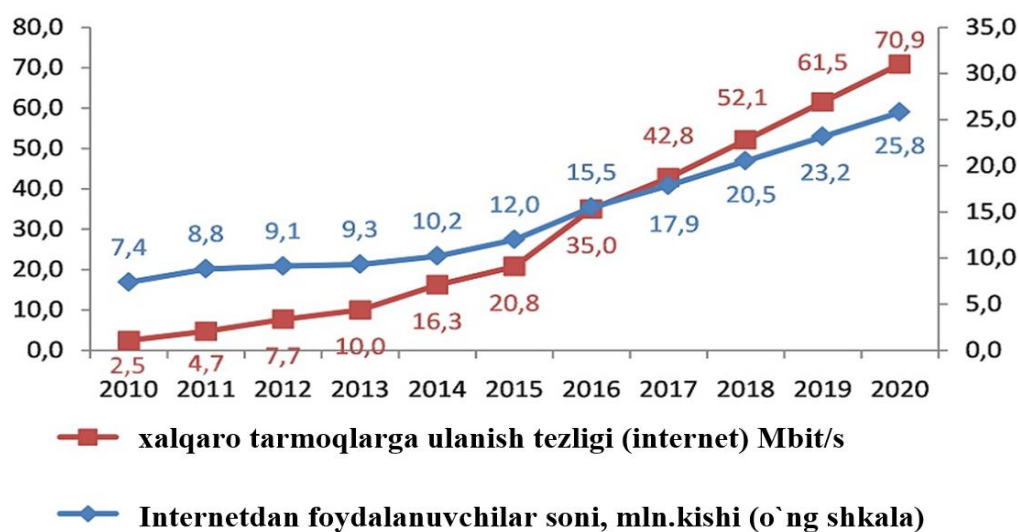
AKTni rivojlantirish bo'yicha davlat dasturlari amalga oshirilishining muvaffaqiyatli monitoringini o'tkazish kafolati bo'lib, axborotlashgan iqtisodiyotning shakllanib borish indikatorlari samarali tizimini barpo etish xizmat qiladi.

Har qanday mamlakatga xos bo'lgani kabi O'zbekistonda ham axborotlashgan iqtisodiyotni shakllantirish darajasini zamonaviy AKT ni joriy etish va rivojlantirish, iqtisodiyotga ilmiy-tadqiqotlarni joriy etish ko'rsatkichlari hamda YAIMda xizmat ko'rsatish sohasining ulushi bilan belgilab berish mumkin bo'ladi. O'zbekistonda axborotlashgan iqtisodiyot bilan bog'liq chuqur ilmiy-tadqiqot ishlari hozirgi vaqtgacha yetarli darajada olib borilmaganligini hisobga olib, mazkur mavzuni o'rganish va izlanishlar olib borish dolzarb hisoblanadi.

Quyidagi 1.1. - diagrammada O'zbekistonda internet foydalanuvchilarining soni 2010 yildan boshlab 2020 yilga qadar o'sish tendensiyasi ko'rsatilgan.

Internet Live Stats ning baho berishiga ko'ra 2016 yilning o'rtalarida O'zbekistonda internetga kirish darajasi 50% (15,5 mln. kishini) tashkil etdi. Bir yil davomida foydalanuvchilar soni 893,6 ming kishini (taxminan o'sish – 6%), aholi soning o'sishi esa bu davrda 1,4% ni tashkil etgan.

O'zbekistonda internet foydalanuvchilarining soni va tashqi kanalning xalqaro tarmoqlarga ulanish tezligi prognozi⁴



Ushbu joriy tendentsiya saqlanib qolsa 2020 yilda internet foydalanuvchilar soni 26 mln. kishiga oshishi kutilmoqda.

O'zbekistonda AKTning joriy qilish holati (2016 yil may sanasiga)⁵



⁴ <http://kommersant.uz/kejs/budushhee-telekom-industrii>

⁵ http://mitc.uz/uz/pages/information_technologies

Bugungi kunda axborot texnologiyalari sohasi respublikamizning rivojlanishida muhim o‘rin tutib kelmoqda. O‘tgan yillar mobaynida O‘zbekiston Respublikasi hukumati tomonidan yurtimizda axborot texnologiyalarini keng joriy qilish va rivojlantirish borasida olib borgan siyosati hozirgi kunga kelib o‘z natijalarini ko‘rsatmoqda. Xususan yuqoridagi 1.1. – rasmda:

– Internet tarmog‘ining milliy segmentini rivojlantirish yo‘nalishida amalga oshirilayotgan ishlar natijasida “UZ” domenidagi domen nomlari soni 30 168 tani (o‘shish 119%) tashkil etdi. uMail.uz milliy elektron pochta tizimi foydalanuvchilari soni 398 500 dan ortdi (o‘shish 151%);

– Dasturiy ta‘minot vositalari ishlab chiquvchi 360 ta korxonadan 1 728 dan ziyod dasturiy mahsulotlar ishlab chiqarilgan. Shundan 818 tasi ijtimoiy soha va ta‘lim yo‘nalishida, 249 tasi iqtisodiyot va moliya yo‘nalishida, 244 tasi ishlab chiqarish va boshqa yo‘nalishlarga bo‘linadi;

– Milliy axborot-kommunikatsiya tizimini rivojlantirish Kompleks dasturini bajarish doirasida elektron hukumat axborot tizimlari komplekslari va markaziy ma‘lumotlar bazalarini yaratish bo‘yicha ko‘zda tutilgan loyihalarning 14 tasi (Yagona interaktiv davlat xizmatlari portali, “Xarid”, “Soliq”, “Bojxona”, “Byudjet”, “Nafaqa”, “Kliring”, “Litsenziya” axborot tizimlari komplekslari, Idoralararo integratsion platforma, Yagona identifikatsiya tizimi, jismoniy va yuridik shaxslar, avtotransportlar ma‘lumotlar bazalari, ma‘lumotnomalar registri) joriy qilindi;

– Umumiy o‘rta ta‘lim, o‘rta maxsus ta‘lim, oliy ta‘lim yo‘nalishidagi 11 325 ta ta‘lim muassasasidan 10 620 tasi (93,8%) Ziyonet tarmog‘iga ulandi, Ziyonet tarmog‘i resurslari soni 130 000 dan ortiqni (o‘shish 119%) tashkil etdi;

– Barcha davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining rasmiy veb-saytlari yaratildi;

– 295 ta davlat axborot resurslari, 499 ta davlat axborot tizimlari joriy etildi;

– Amaldagi elektron raqamli imzo kalitlari 1 720 ming donaga yetdi.

Elektron tijorat termini juda keng tushuncha bo‘lib, unga ko‘pgina ta‘riflar berilgan. Keltirilgan ta‘riflarni aksariyatida internet orqali amalga oshirilgan har

qanday savdoga yoki tranzakstiyaga elektron tijorat deb aytiladi. Lekin bu ta'rif elektron tijorat tushunchasini to'raligicha yoritmaydi.

“Elektron tijorat” to'g'risidagi qonunning 3-moddasida quyidagicha ta'riflangan: “Axborot tizimlaridan foydalangan holda tuziladigan shartnomaga (bundan buyon matnda elektron tijoratdagi shartnoma deb yuritiladi) muvofiq amalga oshiriladigan tovarlar (ishlar, xizmatlar) oldi-sotdisi elektron tijoratdir”.⁶ Yana bir ta'rifda “Elektron tijorat - bu to'g'ridan-to'g'ri fizik aloqa yoki fizik almashinuv o'rniga, tomonlarning elektron usulda qilingan har qanday bitimi”⁷ deb ta'rif berilgan.

BMT ning savdo qonunchiliga bo'yicha tashkiloti UNCITRAL o'zining me'yoriy hujjatlarida elektron tijoratga qonuniy jihatdan ta'rif bergan. BMT Bosh Assambleyasi 1996 yil 16 dekabrda elektron savdo haqida № 51/162 rezolyustiyasini qabul qildi.⁸ Bu rezolyustiyaga asosan elektron axborot uzatish va axborotni qayta ishlovchi vositalari orqali amalga oshiriladigan quyidagi jarayonlarga va biznes-operastiyalariga elektron tijorat deb qaraladi. Bularga:

- buyurtmachilar va tovar etkazib beruvchilar orasida aloqalar o'rnatish;
- tijoratga oid axborotlarning almashishi;
- bozorning marketing tadqiqotlarini olib borish;
- savdo belgilarini propaganda qilish va reklama qilish;
- mahsulot va xizmatlarni sotilishini ta'minlash;
- fizik mahsulot va xizmatlarni savdosini tashkil qilish, shuningdek elektron
- materiallar savdosini tashkil qilish;
- litsenziyalar berish;
- ishga yo'llash;
- faktoring;
- lizing operastiyalari;
- treyding;

⁶ www.lex.uz/pages/GetAct.aspx?lact_id=2650293 “Elektron tijorat to'g'risida” Qonun. 2015 yil 22 may

⁷ Юрасов А. В. Электронная коммерция: Учеб. пособие. – М.: Дело, 2003.– 408 б. (15 bet)

⁸ <http://www.un.org/ru/ga/51/docs/51res.shtml>

- konsalting;
- injiniring;
- investistiyalash;
- sug’urtalash;
- bank xizmatlari;
- korxonaning avtomatlashtirilgan resurs boshqaruvini ishlatish;
- korxonaning ma’muriy masalalarini hal qilish;
- buxgalterik hisob olib borish;
- kadrlarni boshqarish va elektron usulda hal qilinadigan har qanday faoliyatlar.

Elektron tijoratning asosiy prinsiplari quyidagilardan iborat:

- elektron tijoratda tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish erkinligi;
- elektron tijoratda shartnomalar tuzishning ixtiyoriyligi;
- elektron tijoratda ishtirok etish shart-sharoitlarining tengligi;
- elektron tijorat ishtirokchilarining huquqlari va qonuniy manfaatlari himoya qilinishi.

Elektron tijorat sohasidagi davlat siyosati elektron tijoratni rivojlantirish uchun huquqiy, iqtisodiy, tashkiliy, texnikaviy va boshqa shart-sharoitlar yaratishga yo’naltirilgandir.

Elektron tijorat sohasidagi davlat siyosatining asosiy yo’nalishlari quyidagilardan iborat:

- elektron tijorat vositasida amalga oshiriladigan tadbirkorlik faoliyatini qo’llab-quvvatlash va rag’batlantirish;

- elektron tijorat vositasida amalga oshiriladigan tadbirkorlik sohasiga investistiyalar, zamonaviy texnologiyalar va jihozlarni jalb etish uchun shart-sharoitlar yaratish;

- tadbirkorlik faoliyati sub’ektlarini ularning elektron tijorat sohasidagi faoliyati uchun zarur bo’lgan huquqiy, iqtisodiy, statistik, ishlab chiqarish-texnologik, ilmiy-texnikaviy va boshqa axborot bilan ta’minlash;

- elektron tijorat sohasidagi ilmiy-texnikaviy tadqiqotlarni rag’batlantirish, kadrlarni tayyorlash, qayta tayyorlash va ularning malakasini oshirish;
- elektron tijorat sohasidagi xalqaro hamkorlik.

1.1. - jadval

Elektron tijoratning an’anaviy savdo turlaridan farqi⁹

№	Elektron tijorat	An’anaviy tijorat
1.	Xaridor o’ziga qulay vaqt, joy va tezlikda mahsulotni tanlash va sotib olish imkoniyatiga ega	Xaridor vaqt ajratib, transport vositasida aytilgan manzilga borib xarid qilish kerak
2.	Savdo-sotiq faoliyatini ish faoliyati bilan birga parallel ravishda, ya’ni ishlab chiqarishdan ajralmagan holda olib borish imkoniyati	Savdo sotiq aloxida faoliyat bo’lib, undan tashqari boshqa faoliyat bilan band bo’lish imkoni yo’q
3.	Ko’p sonli xaridorlarning bir vaqtning o’zida bir nechta firmalarga murojaat qila olish imkoniyati	Murojaat qiluvchi xaridorlar soni cheklangan bo’lishi
4.	Kerakli mahsulotlarni tezlikda izlab topish va ushbu mahsulotlar mavjud bo’lgan korxonalariga murojaat qilishda texnika va transport vositalaridan samarali foydalanish imkoniyati	Kerakli mahsulot izlashda bir qancha muammolar mavjudligi, masalan, vaqt sarflash, texnik va transport vositalaridan unumli foydalanmaslik
5.	Xaridorning yashash joyi, sog’lig’i va moddiy ta’minlanish darajasidan qat’iy nazar hamma qatori teng huquqli mahsulot sotib olish imkoniyati	Xarid qilish xaridorning sog’ligi, moddiy ta’minlanganligiga bog’liq bo’ladi
6.	Hozirgi kundagi mavjud jahon standartlariga javob beradigan mahsulotlarni tanlash va sotish imkoniyati	Bozorda taklif etilayotgan tovar assortimenti bilan cheklangan bo’ladi
7.	Elektron tijoratda savdoni tashkil qilish korxonalarining raqobatini kuchaytiradi, monopoliyadan chiqaradi va mahsulotlarning sifatini oshirish imkoniyatini beradi	An’anaviy savdoda raqobat cheklangan bo’ladi, bu o’z navbatida sifatni oshirish va narxni barqarorlashuviga to’sqinlik qiladi

Yuqoridagi 1.1. - jadvalda sanab o’tilganlarni amalga oshirishda “Elektron pullar” tushunchasi ishlatiladi. Elektron pullar - bu pul birligiga tenglashtirilgan belgilar hamda kupyura va tanga rolini bajaruvchi katta son yoki fayllardir.

⁹ http://tami.uz/matnga_qarang.php?id=229 va muallif tomonidan qo’shimchalar kiritildi

Bundan tashqari, elektron pullar to'liq anonimlikni ta'minlashi mumkin, chunki uni ishlatgan mijoz haqida hech qanday ma'lumot yubormaydi. To'lovni amalga oshirishda biz texnika vositalaridan, axborot texnologiyalaridan va axborot tizimlari xizmatlaridan foydalangan holda elektron to'lov hujjatlari vositasida naqd pulsiz hisob-kitoblarni amalga oshirish bu elektron to'lovdur.

Umuman olganda bugungi kunda internet tarmog'i orqali firmalar bir necha ko'rinishdagi elektron biznesni amalga oshirishlari mumkin. Bunday elektron biznesning asosiy modellari quyidagilarni keltirish mumkin:

- elektron aukstion;
- elektron birja;
- elektron reklama;
- elektron tijorat;
- elektron marketing;
- elektron ta'lim.

Elektron tijorat quyidagilar ishtirokida shakllanadi:

- elektron savdo;
- axborotlarni elektron almashish;
- elektron to'lov tizimlari.

Mazkur komponentlarning o'zaro uzviy bog'liqligi elektron tijorat samaradorligini belgilaydi. Elektron tijoratda to'lovlarni qabul qilish, samarali etkazib berish, kafolat, xariddan keyingi ta'mirlash va qo'llab - quvvatlash masalalari muhim ahamiyat kasb etadi.

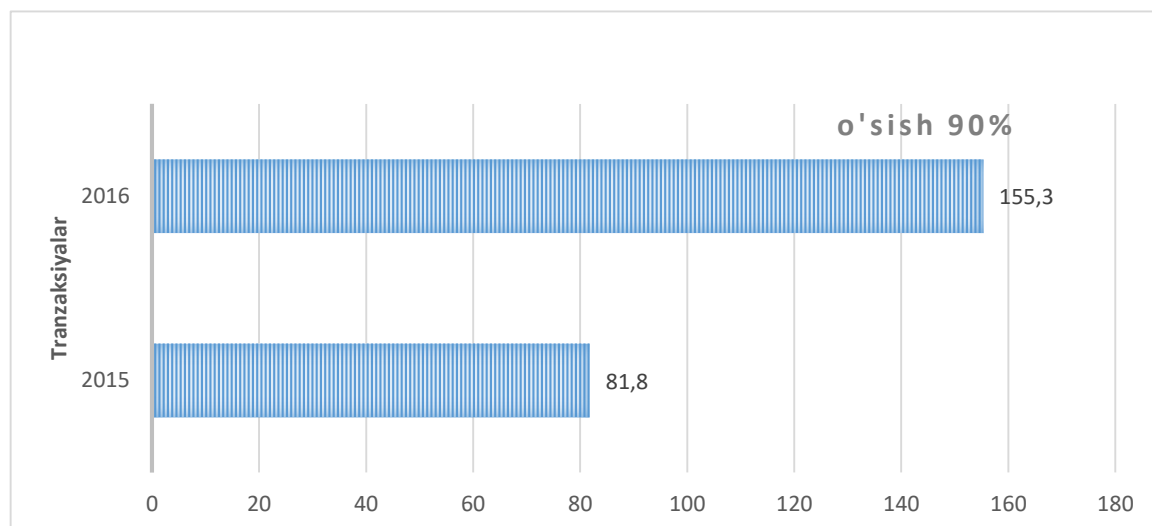
Quyida Allbiz internet - savdoning xalqaro markazi ma'lumotlariga ko'ra 2015 yilda O'zbekistonning tashqi savdodagi aktivligi mart oyida eng yuqori bo'lgani ko'rsatilgan:

O'zbekistonning eksport dinamikasi, 2015y.¹⁰
(Tranzaksiyalar soni hisobida)



2016 yilda O'zbekistonda elektron tijorat barqaror o'sishni namoyish etdi. YaUPM ekspertlari baholariga ko'ra, o'tgan yili mamlakatdagi onlayn-biznes 2015 yilga nisbatan katta tezlikda rivojlandi. Masalan, 2016 yilda "e-commerce" tranzaksiyalari soni 155,3 million donani tashkil qilgan, bu 2015 yilga nisbatan 90 foizga ko'p demakdir (2015 yilda - 81,8 million tranzaksiya qayd etilgan).

Elektron tijorat bo'yicha tranzaksiyalarining
sonining o'sish darajasi (mln.ta)¹¹



Jami elektron tijorat bo'yicha tranzaksiyalar summasi 2016 yilda 998,2 mlrd. so'm yoki 2015 yilga nisbatan 130% ga oshdi. 2015 yilda esa 433,4 mlrd.ni tashkil etgan edi.

¹⁰ <http://www.anons.uz/article/it/16955/>

¹¹ <http://www.uzdaily.uz/MoWiY/VihiZ/articles-id-31493.htm>

Hozirgi kunda elektron savdoning asosiy mahsulotlari oziq-ovqat mahsulotlari, ishlab chiqarish mahsulotlari va informastion mahsulotlar hisoblanadi. Aslini olganda firmalarning faoliyatini raqamli ko'rinishda olib borishi yangilik emas. Ishxonalarda komyuterlarning ishlatilishi firmalar faoliyatini engillashtirgan bo'lsa, internetning paydo bo'lishi elektron tijorat sohasining kuchayishiga olib keldi. Dastlab katta korporastiyalar internetni tijorat maqsadida ishlatgan bo'lsa, keyinchalik kichik firmalar ham unga ehtiyoj seza boshladi.

Elektron tijorat tushunchasi faqatgina biz biladigan elektron vositalar orqali savdo-sotiq faoliyatini bildirmaydi. Bu tushunchaga yana tovar va xizmatlarga talabni yaratish, savdo amalga oshirilgandan so'ng mijozlarga qo'shimcha xizmatlar ko'rsatish, hamkorlar orasida o'zaro harakatlarni engillashtirishlar ham kiradi. Elektron tijoratda davlat, xom-ashyo etkazib beruvchilar, sotuvchilar, iste'molchilar, ishlab chiqaruvchilar ishtirok etishi mumkin. Elektron tijorat korporativ, internet, va tijorat tarmoqlari ichida amalga oshiriladi.

1.2. Elektron tijoratni tashkil etishning iqtisodiy mexanizmlari

O'zbekistonda elektron tijoratni rivojlanish xususiyatlarini ko'rib chiqish uchun avvalombor AKT ni rivojlantirish darajasini tadqiq etish kerak. O'zbekistonda AKTni rivojlanishini shartli ravishda to'rtga bo'lib o'rganishimiz mumkin. Birinchi bosqichda mustaqillikka erishilgan davrdan 2002 yilga qadar bo'lgan davrni olishimiz mumkin. Ushbu davrda Toshkent elektrotexnika aloqa instituti Toshkent axborot texnologiyalari universitetiga aylantirildi, AKT ni bosqichma bosqich joriy etish yo'li bilan hukumat organlari boshqaruviga bir qancha o'zgartirishlar kiritildi.

Keyingi davr 2002 yildan 2012 yilga qadar bo'lgan davrni qamrab olib, bu davr mobaynida AKT sohasida asosiy qonunlar qabul qilindi, davlat muassasalarini kompyuterlashtirish jarayoni amalga oshirildi, telekommunikastiya tarmoqlarini raqamlashtirish jarayoni nixoyasiga etkazildi. 2012 yildan keyingi

davrni uchinchi bosqich deb qarash mumkin. Ushbu davr 2020 yilga qadar mo'ljallangan bo'lib, davlat organlarida ichki axborot tizimlarini va dasturiy maxsulotlarni tadbiq etish, axborot va ma'lumot elektron xizmatlarini taqdim etishni yo'lga qo'yish, mobil aloqani shiddatli rivojlanishini kuzatish mumkin. Shu bilan birga bu davr mobaynida davlat boshqaruvidagi AKT tuzilmalarini yanada takomillashtirish, elektron hukumat sohasida "28 ta yirik loyixalarni amalga oshirish, iqtisodiyotni real sektorida AKT loyihalarini amalga oshirish rejalashtirilgan".¹²

Tahlil natijalariga asoslanib, elektron savdo maydonchalarini (ESM) talab darajasida shakllantirish uchun elektron tijorat tizimida quyidagi asosiy elementlar mavjud bo'lishi maqsadga muvofiq:

- Elektron axborot almashuv tizimi. Uning asosini Internet yoki boshqa elektron tizimlari tashkil qilishi mumkin.
- Elektron pochta. Uning elektron savdo ishtirokchilari o'rtasida to'g'ridan - to'g'ri aloqa o'rnatish uchun zarurdir.
- Elektron to'lov tizimi. Elektron savdo jarayonida to'g'ridan - to'g'ri hisob - kitoblarni amalga oshirish uchun shart - sharoitlarni yaratib beruvchi tizim.
- Intranet tizimi. Uning yordamida xaridor ishlab chiqaruvchining ichki axborot bazalariga to'g'ridan-to'g'ri ulangan holda qonun doirasida ruxsat etilgan ko'shimcha ma'lumotlarni olishi mumkin, masalan ishlab chiqaruvchi to'g'risida, ular tomonidan ishlab chiqarilayotgan mahsulotlar to'g'risida va h.q.
- Ekstranet tizimi. Uning yordamida elektron savdo jarayoniga taalluqli boshqa soha vakillarini axborot bazasiga qonun doirasida ruxsat etilib, qo'shimcha ma'lumotlar olish imkonini beradi. Masalan, sifat sertifikatini bergan tashkilotga to'g'ridan - to'g'ri murojaat qilib, ko'rsatilgan sertifikatni haqqoniyligini tasdiqlab olish mumkin, shuningdek boshqa organ va tashkilotlar bazasidan ham zaruriy ma'lumotlarni olish mumkin.

¹² <http://uz.infocom.uz/page/36/?s>

– Ichki arbitraj tizimi. Ushbu tizimni mavjud bo‘lishi, elektron savdo ishtirokchilarining ishonchini oshirishda va ularning o‘rtasida yuzaga keladigan nizolarda zarur hisoblanadi.

– Logistika tizimi. Elektron savdo tizimida material ko‘rinishdagi tovarlarning oldi-sotdisi amalga oshirilishi uchun barqaror ishlovchi transport logistika tizimi mavjud bo‘lishi talab etiladi.

Ilmiy tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatdiki, elektron tijorat tizimi faoliyatida tijorat banklari hisob-kitob jarayonida faol ishtirok etishi talab etiladi, vaholanki xalqaro amaliyotda banklar ushbu jarayonda faol ishtirok etib, yuqorida qayd etilgan elektron tijorat tizimining komponenti bo‘lmish to‘lov tizimini shakllantirishda asosiy rol ni bajaradi.

Hozirda O‘zbekiston iqtisodiyotida bank kartalaridan elektron savdo jarayonlarida samarali foydalanishni ta‘minlab beruvchi ESMLarini yuqori darajada tashkil qilinishini va ularda tovar va xizmatlarni keng assortimentini jamlanishini ta‘minlash lozim.

Elektron tijorat tushunchasi ancha keng tushuncha bo‘lib, tovar va xizmatlarga karta orqali online to‘lovni amalga oshirish bilan cheklanib qolmaydi. Yuqorida aytib o‘tilgandek, milliy qonunchilikka muvofiq elektron tijorat deganda “axborot tizimlaridan foydalanilgan xolda tovar sotish bo‘yicha tadbirkorlik faoliyati, buyurtma bo‘yicha ish bajarish va xizmat ko‘rsatish” tushuniladi. Shunga muvofiq, aytish mumkinki, O‘zbekistonda elektron tijoratni amalga oshirish bir muncha avvaldan shakllangan.

Elektron to‘lovni amalga oshirish bu buyurtmani joylashtirish, oldi sotti shartnomasini imzolash, maxsulotni etkazib berish, talab va taklifni o‘rganish kabi elektron tijoratning bir qancha bosqichlaridan biridir.

O‘zbekistonda avval online kartalar mavjud bo‘lmagan, faqatgina DUET texnologiyasidan foydalanilgan. 2011 yildan esa Uzcard banklararo to‘lov tizimi yangi texnologiyani joriy etdi va kartani taqdim etmasdan turib to‘lovni amalga oshirish imkoni paydo bo‘ldi. Bugungi kunda online rejimida to‘lovni mamlakatimizning barcha joyidan turib amalga oshirish imkoniyati mavjud.

Bugungi kunda internet orqali to'lovni amalga oshirish imkoniyati telekommunikatsiya xizmatlari (mobil aloqa operatorlari, internet provayderlar), kommunal xizmatlari, soliq.uz portali orqali soliq to'lash imkoniyatlari mavjud, yaqin kunlarda esa, davlat avtoinspektsiya nazorati jarimalarini to'lash imkoniyati yo'lga qo'yiladi.

Shu bilan birga bugungi kunda internet orqali real vaqt oralig'ida to'lash imkonini beruvchi Paynet, Click, Sms - to'lov, Websum va boshqa to'lov tizimlaridan keng foydalanilmoqda.

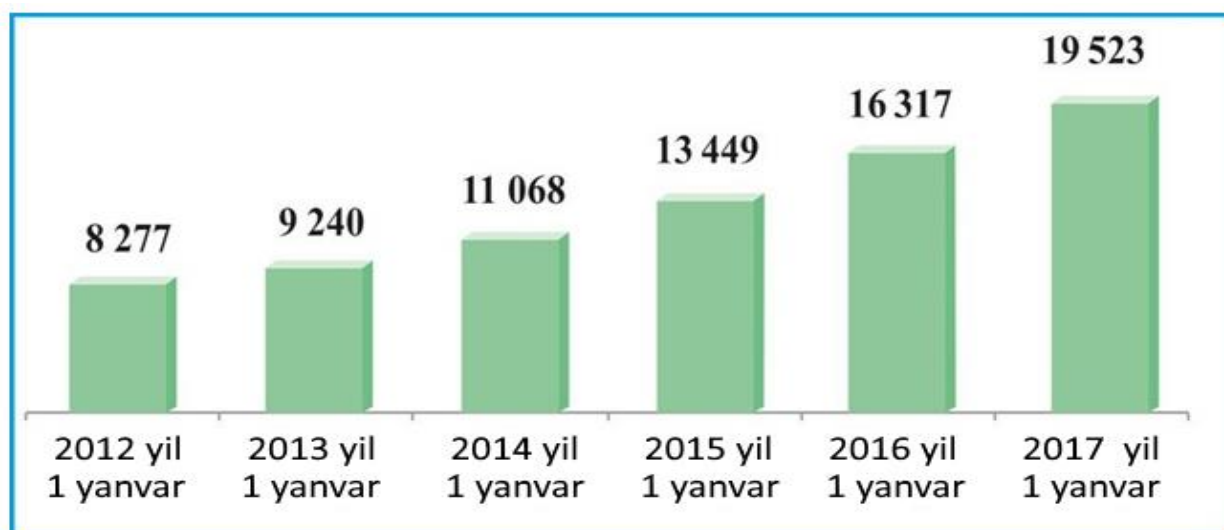
Shu o'rinda mamlakatimizda elektron tijoratni rivojlantirishga to'sqinlik qiluvchi omillarni ko'rib chiqamiz. Birinchi yo'nalish bu texnologik omillar bo'lib, ikkinchi yo'nalish bu tashkiliy omillardir. Xususan, elektron tijoratni rivojlanishiga sabab bo'lgan online kartalarini paydo bo'lishi xalq etilgan texnologik omillarga kiritish mumkin.

Mamlakatimizda 2010 yilga qadar elektron tijorat rivojlanishiga to'sqinlik qiluvchi omillarga aholini kompyuterni bilish darajasi birmuncha pastligini, internetdan foydalanuvchilar soni kamligini va online xaridni amalga oshirish imkonini beruvchi to'lov tizimlarini deyarli yo'lga qo'yilmaganini sabab qilib keltirishimiz mumkin. Biroq so'nggi uch yil davomida ushbu kamchiliklar bartaraf etildi. Respublikamiz Birinchi Prezidentining PQ 1730-sonli 21.03.2012 yildagi "Zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini yanada joriy etish va rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida" Qaroriga muvofiq zamonaviy to'lov tizimlari yo'lga qo'yildi, internet banking yanada rivojlantirildi va nixoyat Uzcard EMV tizimi joriy etildi. Ushbu texnologiya orqali plastik kartani taqdim etmasdan turib xaridni amalga oshirish imkoniyati yo'lga qo'yilgan.

Barcha savdo va xizmat ko'rsatish shoxobchalarining to'lov terminallari bilan jihozlanganligi, ularning uzluksiz ishlashini ta'minlash maqsadida servis xizmatlarining tashkil etilganligi, barcha turdagi tovarlar va ko'rsatiladigan xizmatlar haqini to'lashni plastik kartochkalar orqali cheklovlersiz amalga oshirishning yo'lga qo'yilganligi ushbu to'lov vositasining jozibadorligini ta'minlamoqda. Quyidagi diagrammalarda o'z aksini topgan.

1.4. - diagramma

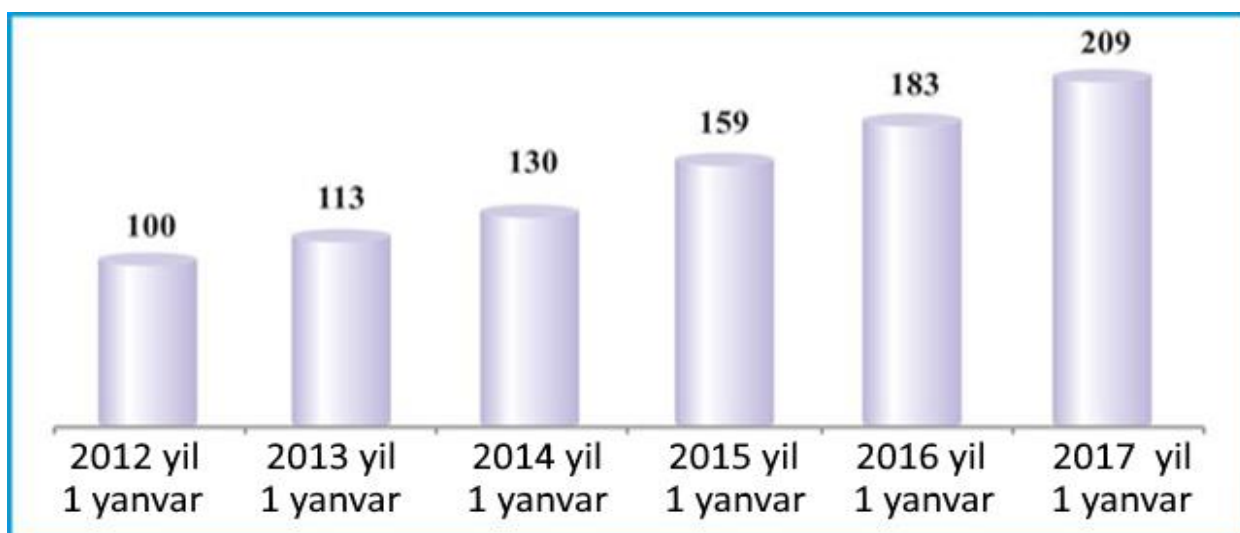
Muomalaga chiqarilgan plastik kartochkalar soni (ming dona)¹³



Bank plastik kartochkalari muomalasini kengaytirish va takomillashtirish bo'yicha amalga oshirilgan chora-tadbirlar natijasida 2017 yil 1 yanvar holatiga ko'ra, ularning umumiy soni 2016 yilning boshiga nisbatan 3,2 mln.taga ortib, 19,5 mln. donadan oshdi.

1.5. - diagramma

To'lov terminallari soni (ming dona)



Chakana savdo va xizmat ko'rsatish sohasi ob'ektlarida o'rnatilgan to'lov terminallari soni yil boshiga nisbatan qariyb 26 mingtaga ortib, 2017 yil 1 yanvar holatiga ko'ra, 209 ming donadan oshdi.

1.6. - diagramma

¹³ <http://m.cbu.uz/uzc/monetarnaya-politika/doklad-o-monetarnoy-politike/>

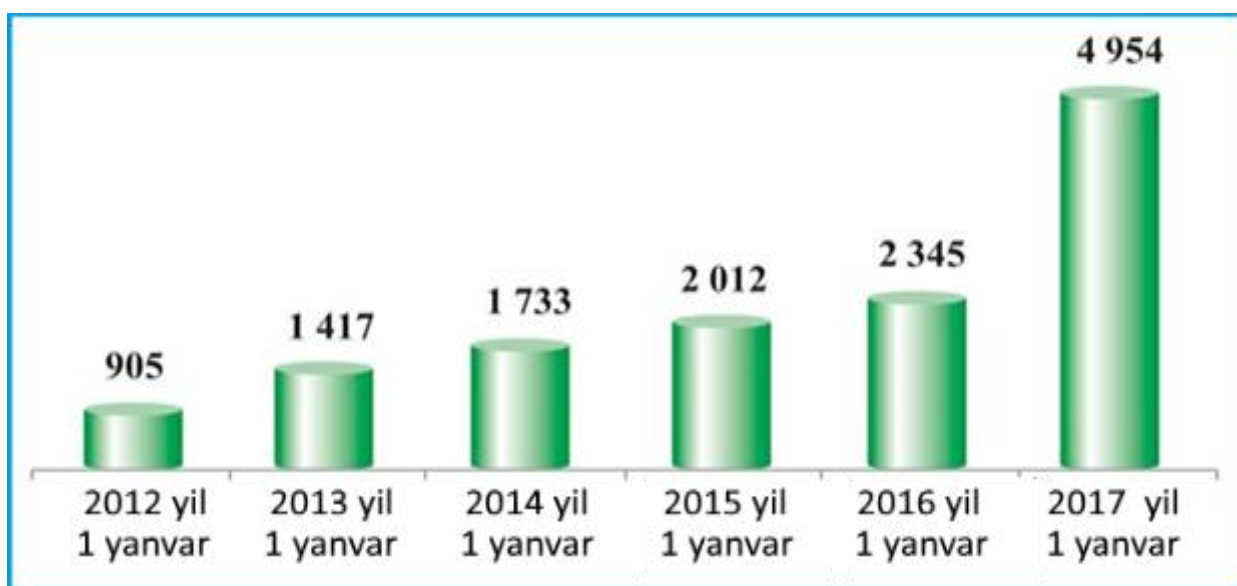
To'lov terminallari orqali amalga oshirilgan to'lovlar hajmi (mlrd. so'm)¹⁴



2016 yil davomida plastik kartochkalar orqali amalga oshirilgan to'lovlar hajmi 53 trln. so'mdan ortiqni tashkil etib, 2015 yilga nisbatan qariyb 70 foizga oshdi.

1.7. - diagramma

O'rnatilgan bankomat va infokioskalar soni



Shuningdek, joylarda to'lovlarni uzluksiz qabul qilishni ta'minlash maqsadida o'rnatilgan infokiosk va bankomatlar soni 2016 yil davomida 2 609 donaga ortib, 2017 yil 1 yanvar holatiga 4 954 tani tashkil etdi.

¹⁴ <http://m.cbu.uz/uzc/monetarnaya-politika/doklad-o-monetarnoy-politike/>

2017–2021 yillarda O‘zbekistonni rivojlantirish harakatlar strategiyasining maqsad va vazifalaridan kelib chiqib Bank-moliya akademiyasi tomonidan tasdiqlangan qisqa muddatli amaliy-innovatsion tadqiqotlar dasturiga muvofiq “Aloqabankda axborot kommunikatsiya texnologiyalardan foydalangan holda zamonaviy bank xizmatlarini joriy etish” mavzusida hamda Vazirlar Mahkamasi huzuridagi Fan va texnologiyalarni rivojlantirishni muvofiqlashtirish qo‘mitasining Davlat ilmiy-texnikaviy dasturlari doirasida “O‘zbekiston iqtisodiyotida elektron tijoratni rivojlantirish yo‘llari” ilmiy mavzusida tadqiqotlar olib borilmoqda va tegishli ilmiy xulosalar hamda amaliy takliflar shakllantirilmoqda.

Ilmiy loyiha ishtirokchilari tomonidan elektron tijorat tizimini rivojlanishiga ta'sir etuvchi omillar tahlil etildi va ularning ichida elektron savdo maydonlarini (ESM) tashkil qilinishining uslubiy yondashuvi muhim o‘rin tutishi aniqlandi.

Hozirgi elektron tijorat yuritishning turli xil modellari qariyb barcha mamlakatlarda, iqtisodiyotning turli sohalarida, turli xil hajmdagi korxonalarda, shuningdek davlat muassasalari va turli darajadagi vakolatli qonun chiqaruvchi va ijro etuvchi hokimiyat organlarida tarqalmoqda. Bu andozalarning umumiy -qabul qilingan tasnifi asosiga shartli ravishda mahsulot yetkazib beruvchi va xaridor deb nomlash mumkin bo‘lgan elektron tijoratning o‘zaro aloqador tomonlari turlari qo‘yilgan. Bu tavsifning mazmuni shundan iboratki, elektron tijoratni yuritish modellari mahsulot yetkazib beruvchi va xaridorlarning aniq turlariga qarab farqlanadi.

Mahsulot (tovar) yetkazib beruvchi va xaridorlar turkumiga quyidagilar kiradi:

- Davlat (Government).
- Korxonalar (Business).
- Mijoz, iste'molchi (Consumer).
- Hamkor (Partner).
- Korxonalar xodimi (Executive, Employee).

Model belgilanishi mahsulot yetkazib beruvchi va xaridor nomlanishidan tuziladi. Misol: Ingliz tilida (Business to business) yoki o‘zbek tilida (korxonalar-

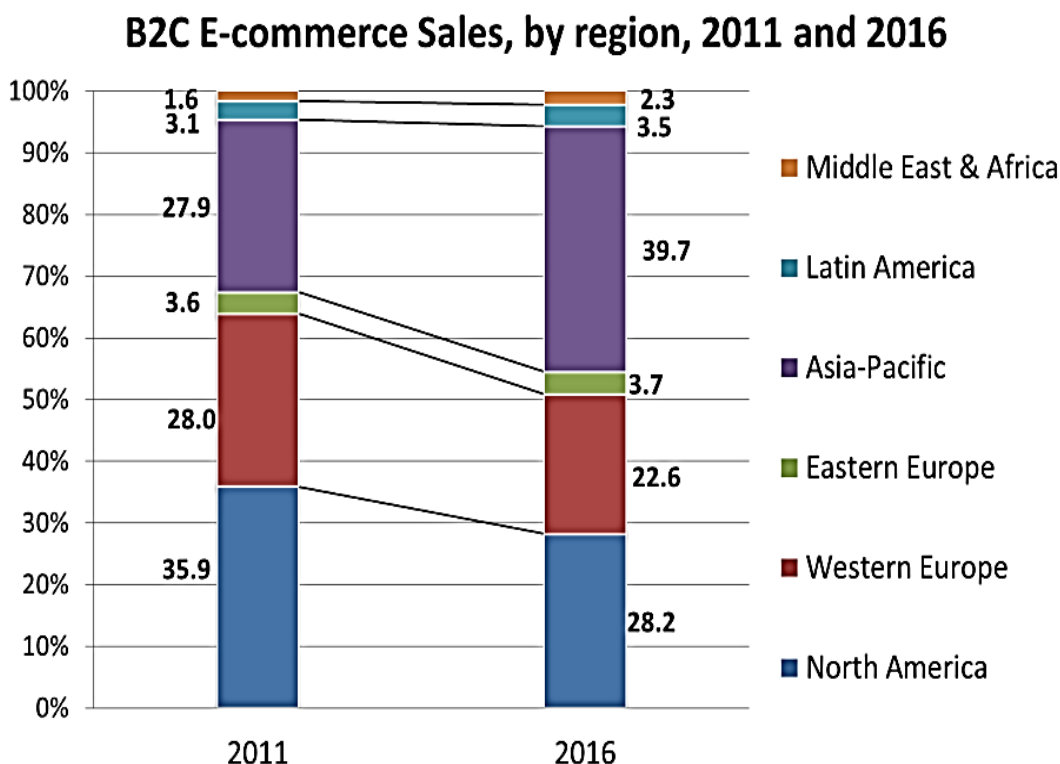
korxonaga) Business to consumer-korxonaga-iste'molchi. Modelning qisqartirilgan belgilanishi sotuvchi va xaridorning ingliz tilidagi nomlari bosh xarfidan tuziladi va ular o'rtasida "2" raqam qo'yiladi. Hozirgi vaqtda iqtisodiy rivojlangan mamlakatda turli xil darajada quyidagi modellardan foydalaniladi: B2B, B2C, B2P, B2E, C2B, C2C, B2G, G2P, G2B: (davlat - korxonaga) va P2G (hamkor - davlat).

Shimoliy Amerika, G'arbiy yevropa va Rossiya mamlakatlarida hozirgi paytda eng keng tarqalgan elektron tijorat yuritish modellari quyidagilar:

- B2B - korxonaga - korxonaga
- B2C- korxonaga - iste'molchi
- C2C - iste'molchi - iste'molchi
- C2B- iste'molchi -korxonaga

1.8. - diagramma

Qit'alar bo'yicha B2C modeli bo'yicha elektron tijoratning ulushi¹⁵



O'zbekistonda ham elektron tijorat jarayonlarida ushbu modellardan foydalanib kelinmoqda.

¹⁵ <http://www.itu.int/net4/ITU-D/idi/2016/>

1.3. Elektron to'lov tizimlari orqali to'lovlar va xaridlarni amalga oshirish yo'llari

2005 yil 3 dekabrda O'zbekiston Respublikasi "Elektron to'lov" to'g'risidagi qonuni qabul qilindi. Ushbu qonunning 3-moddasida elektron to'lov tushunchasiga quyidagicha ta'rif berilgan: "Texnik vositalardan, axborot texnologiyalaridan va axborot tizimlari xizmatlaridan foydalangan holda elektron to'lov hujjatlari vositasida naqd pulsiz hisob kitoblarni amalga oshirish elektron to'lovidir".¹⁶

Elektron to'lovlar tizimi bu umumdavlat tizimi bo'lib, banklararo to'lovlarni tashkil etadi va u qog'ozsiz texnologiyalarni O'zbekiston respublikasi Markaziy banki elektron pochta vositalari orqali o'tkazilishiga asoslangandir. Hozirgi kunda elektron to'lovlar tizimi yuqori o'tkazish imkoniyatiga ega.

Elektron to'lovlar tizimi quyidagi funkstiyalarni bajaradi:

- O'zbekiston Respublikasi banklari o'rtasida naqd pulsiz hisob kitoblarni jadallashtirish;
- Uzatiladigan elektron to'lov hujjatlarini ruxsatsiz tashqi daxl etishdan himoya qilish;
- Banklarning vaqtincha pul resurslaridan samarali foydalanish;
- Kredit va xatarlilik darajasini boshqarish;
- To'lov operastiyalarini tartibga soluvchi qonun va qoidalarga rioya qilish;
- Tijorat banklari tomonidan amaldagi qonunchilikka va bank faoliyati me'yoriy hujjatlariga rioya qilinishi bo'yicha Markaziy bankning nazorat va kuzatuv funkstiyalarini bajarish;
- Ma'lumotlar bazasini yaratish.

Elektron to'lovlarni o'tkazishda inistiator va benifistiar banklar ishtirok etadi. Inistiator bank bu – to'lov operastiyalarini boshlovchi bank, benifistiar bank esa to'lov operastiyalarini yakunlovchi bankdir. Banklar o'rtasidagi hisob kitoblar

¹⁶ lex.uz - O'zbekiston Respublikasi "Elektron to'lov" to'g'risidagi qonuni, 2005 yil 3 dekabr.

elektron to'lov hujjatlari asosida amalga oshiriladi. Elektron to'lov hujjati O'zbekiston Respublikasi Markaziy banki tomonidan belgilangan shaklda pul hisob kitob hujjatlari asl nusxasi asosida yaratilgan "elektron" belgili hujjat bo'lib, uning asosiy nusxasi hisoblanadi va asl nusxa kuchiga ega bo'ladi. Elektron to'lovlar tizimida uzatish uchun mo'ljallangan hujjatlarning to'g'ri to'ldirilganligi uchun bank mijozi javobgar bo'ladi. Hududiy axborotlashtirish markaziga qayta ishlash uchun uzatiladigan elektron to'lov hujjatlarini hisoblab o'tkazish, hisobdan chiqarish va ularning elektron fayllarini shakllantirilishi to'g'riligi uchun javobgarlik inistiator – bankka, hududiy axborotlashtirish markazidan qabul qilinadigan to'lov hujjatlari uchun javobgarlik esa benifistiar bankka yuklatiladi. Elektron to'lov tizimi bir qator prinstitplar asosida faoliyat ko'rsatib, ular quyidagilardir:

- To'lovlar bo'yicha transakstiyani o'tkazish tashabbusi inistiator - bankka tegishli bo'ladi;

- To'lovni amalga oshirishdan oldin operastion kunning boshida tijorat banklarining ichki va tashqi vakillik hisobvaraqaqlaridagi oborotlar va qoldiq mablag'lari bir biriga muvofiqligi tekshiriladi;

- Amalga oshirilgan transakstiya qaytarilmaydi;

- To'lovlarning eng yuqori summasi cheklanmagan;

- To'lovlar inistiator – bank tomonidan vakillik hisob varag'idagi mablag' qoldig'i chegarasida to'lanadi. Undan ortiqcha mablag' sarflash overdraft summasi miqdorida amalga oshirilishi mumkin.

Elektron to'lov ishtirokchilari O'zbekiston Respublikasi Markaziy bankining Axborotlash markazlari va hisob kitob markazlaridir. Elektron to'lovlar tizimidan foydalanuvchilar hisob kitob kassa markazlari va tijorat banklaridir. Elektron to'lovlar tizimi ishtirokchilari va foydalanuvchilarning huquq va majburiyatlari tijorat banklari, axborot markazlari va hisob kitob markazlari o'rtasida tuzilgan shartnoma bilan tartibga solinib turiladi.

Har bir bank elektron to'lovlar tizimiga sto'shilishi uchun avvalo Respublika Markaziy bankida ro'yxatga olingan hamda BDMAB tomonidan unikal kod

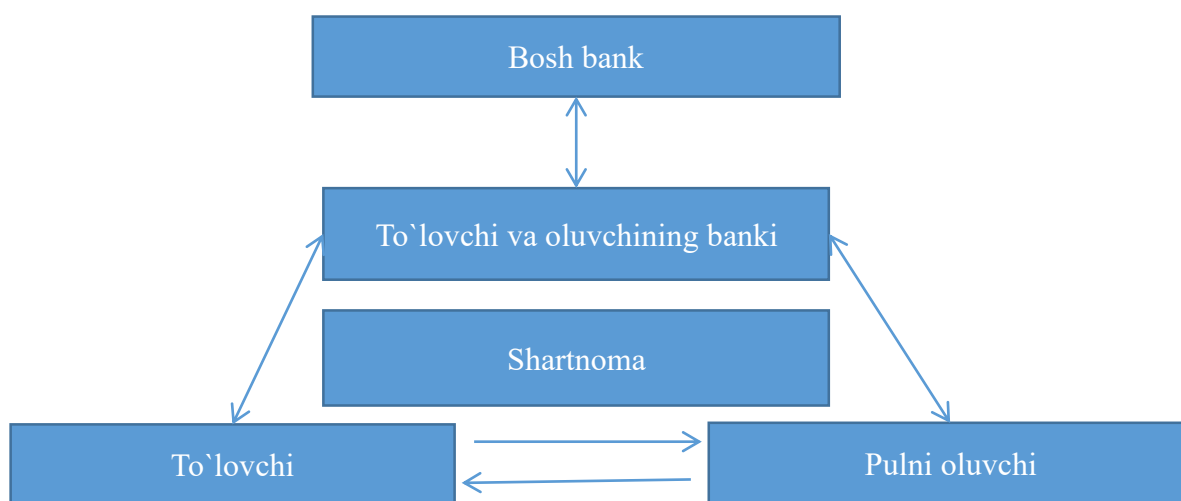
berilgan bo'lishi lozim. Shundan so'ng bank elektron to'lovlar tizimiga ulanguncha axborotlashtirish bosh marazi xodimlari yordamida ma'lumotlarni qabul qilish, uzatish bo'yicha bir necha sinov tajribalarini o'tkazish yo'li bilan bank tayyorgarligining haftalik tajriba tekshiruvi o'tkaziladi va bu tajriba ijobiy natija olguncha davom ettiriladi. Tajriba yakunlanishi bilan hududiy axborotlashtirish markazida bankning elektron to'lovlar tizimida ishlashga tayyor ekanligi to'g'risida dalolatnoma tuziladi va bank elektron to'lovlar tizimiga qo'shiladi.

To'lovlarni o'tkazish texnologiyalari:

1. Bir bankning mijozlari bo'lgan sub'ektlar o'rtasidagi hisob-kitoblarni o'tkazish texnologiyasi. Bir bankning mijozlari o'rtasidagi hisob – kitoblar shu bankning o'zida o'tkaziladi. Bu holda banklararo hisob kitoblar vujudga kelmaydi. Buni quyidagi chizma orqali yaqqol ko'rishimiz mumkin:

1.1. - chizma

Bir bankning mijozlari bo'lgan sub'ektlar o'rtasidagi hisob-kitoblarni o'tkazish texnologiyasi¹⁷



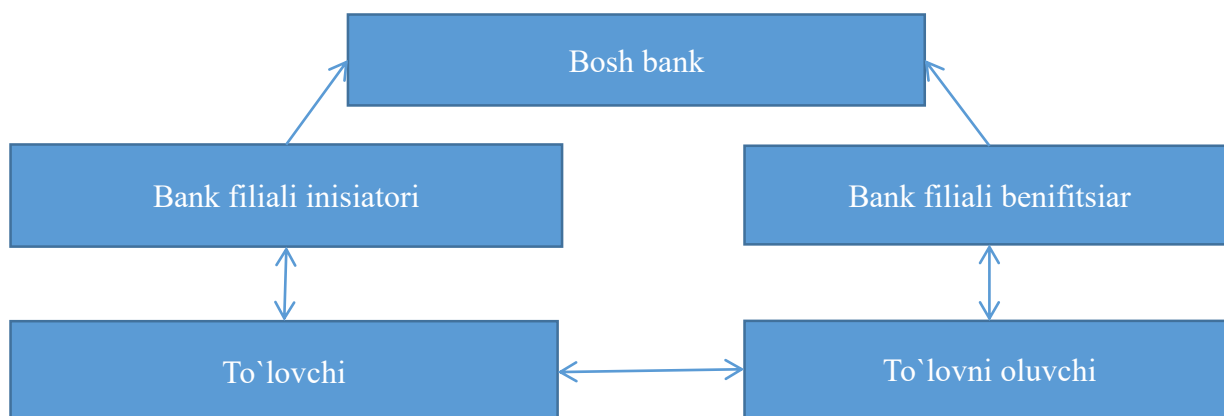
Ushbu chizmadan ko'rish mumkinki, to'lovchi va oluvchi o'rtasida shartnoma imzolagandan so'ng, to'lovchi o'z bankiga topshiriqnomaga topshiradi. Bank topshiriqnomaga asosan to'lovchining hisob varag'idan pulni o'tkazadi va bu xaqda sotuvchi va to'lovchiga shaxsiy hisobvaraqdan ko'chirma beradi. Sotuvchi to'lovchiga mahsulot jo'natadi va hisob kitoblar tez va oson yakunlanadi.

¹⁷Д.А.Саидов ва бошқалар. “Пул ва пул муомаласи”//Ўқув қўлланма.2011й. 204-б.

2. Bir bankka tegishli filiallar o'rtasidagi filiallararo hisob-kitoblar. Bir bank filiallari o'rtasida hisob kitoblar debet hujjatlari bo'yicha alohida buxgalteriya provodkalari yordamida bajariladi. Pul mablag'larini o'tkazish avvalo to'lovchi bank filialida amalga oshiriladi. Bunda to'lovchi korxonaga hisobvarag'idan mablag'lar hisob qitob hujjatida ko'rsatilgan summaga kamaytiriladi. Ushbu bankdan pul mablag'lari chiqib ketayotganligi sababli bank filialining banklararo hisob-kitoblar hisob varag'i ham kamaytiriladi.

1.2. - chizma

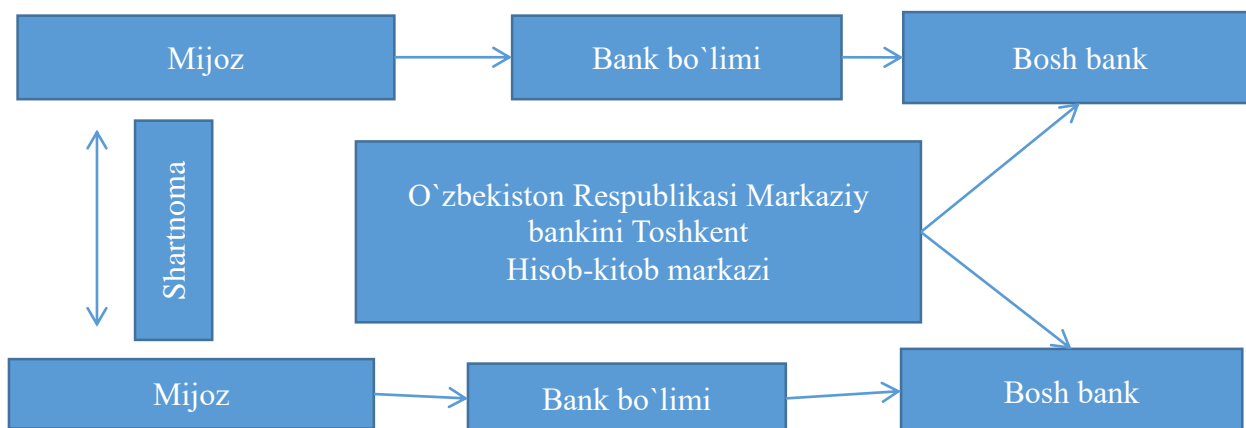
Bir bankning turli filiallar mijozlari o'rtasidagi hisob – kitoblarning o'tish texnologiyasi



1.2. – chizmada to'lovlarni o'tkazish va qayta ishlash avtomatik tarzda bajariladi. Bosh bank filiallarning hisobvarag'idan pul mablag'larining etarililigini nazorat qiladi, mablag'lar etmaganda mablag' bilan ta'minlanish usullarini ishlab chiqadi.

3. Turli banklar o'rtasidagi banklararo hisob-kitoblar. Amaliyotda ko'p hollarda turli banklarning mijozlari bir birlari bilan xo'jalik munosabatlarini o'rnatadilar bu esa ushbu banklar o'rtasidagi banklararo hisob kitoblarni o'tkazishda bank tipi va bank kodiga alohida e'tibor beriladi.

Bosh bank elektron to'lovlarni qayta ishlab yagona vakillik hisobvarag'i orqali benifitsior bankka jo'natadi. Bosh bankda bu operastiyalar dasturiy yo'l bilan amalga oshiriladi. Turli banklar o'rtasidagi hisob kitoblar Toshkent shahar hisob kitob markazi orqali ko'rish mumkin.

Banklararo hisob kitoblarning o'tish texnologiyasi¹⁸

Yuqoridagi chizmada turli banklarning mijozlari o'rtasidagi hisob kitoblarning 2 bosh bank orqali o'tishi mujassamlashgan turli banklar o'rtasidagi hisob kitoblar chizmada ko'rib turganimizdek, O'zbekiston Respublikasi Markaziy bankining Toshkent shahar hisob-kitob markazi orqali tashkil etiladi.

Elektron to'lov tizimi bo'yicha hisob kitoblar doimiy ravishda bir bank vakillik hisobvarag'idan ikkinchi bank vakillik hisobvarag'iga o'tkaziladi, ya'ni bir bank mijozining pul mablag'lari kamayib, ushbu summa boshqa bank mijozining hisobvarag'iga o'tkaziladi. Bunday pul o'tkazish elektron axborot ko'rinishida bo'lib, maxsus dastur yordamida aloqa kanallari orqali bajariladi. Lekin mana shu axborotlar muxofazasi eng dolzarb masala bo'lib hisoblanadi. O'zbekistonda ham bank elektron axborotlarini muhofaza qilish masalalariga alohida e'tibor beriladi. Elektron axborotlarni muhofazasini ta'minlash maqsadida O'zbekiston Respublikasi Markaziy banki tomonidan "O'zbekiston Respublikasi hududida banklarda elektron axborotlarni muhofazalashni tashkil etish to'g'risida"gi yo'riqnoma ishlab chiqildi va amaliyotga tadbiiq etildi. Ushbu yo'riqnoma banklar o'rtasida elektron to'lov tizimi orqali o'tadigan axborotlarni muhofazalashning asosiy yo'nalishlari va ularni joriy etish tartibini belgilab beradi.

Banklar mijozlar bilan hisob – kitob qilganda va o'z operastiyalarini bajarishda memorial orderlar va to'lov topshiriqnomalaridan foydalanadi. O'zbekiston Respublikasi hududida banklararo hisob – kitoblar tijorat banklarining

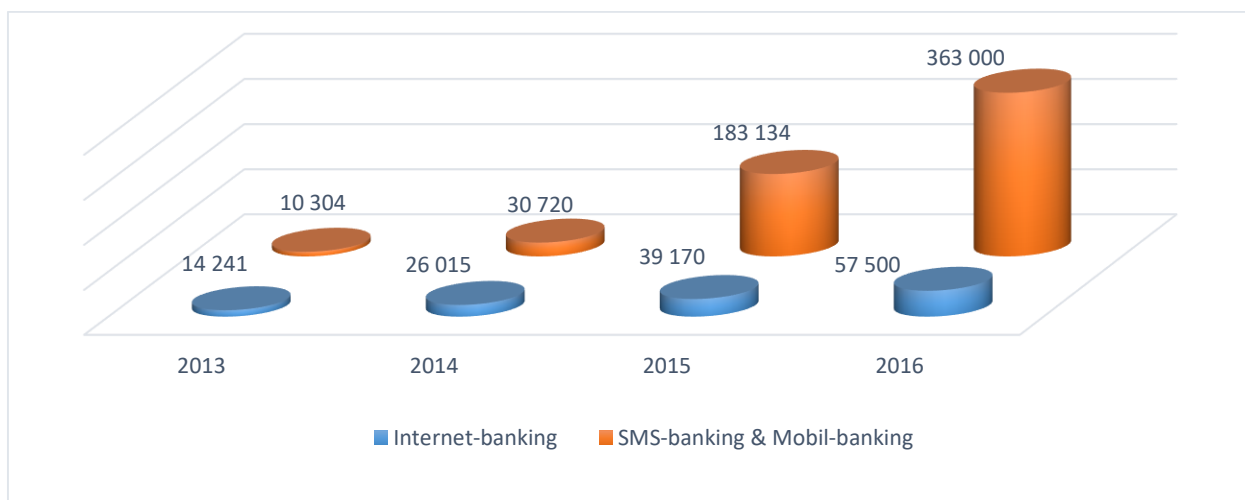
¹⁸ Д.А.Саидов ва бошқалар. “Пул ва пул муомаласи”//Ўқув кўлланма.2011й. 205-б.

Markaziy bank Hisob-kitoblar markazida ochilgan vakillik hisob varaqlari orqali elektron to'lovlar tizimi bo'yicha milliy valyutada amalga oshiriladi.

Xozirgi davrda internet-banking xizmatlaridan tijorat banklarining 57,5 mingdan ortiq mijozlari foydalanmoqda, 363 mingdan ortiq kishi mobil banking foydalanuvchilaridirlar. Online kartochka egalari orasida jismoniy shaxslarga aloqa operatorlari, internet-provayderlar, telefoniya, kabel televideniesi, kommunal xizmatlar, savdo-xizmat korxonalarini, taksi xizmatlari uchun haq to'lash imkonini beradigan "Click", "Mbank", "PayMe" va "Uzcard" kabi mobil banking tizimlaridan foydalanish kengayib bormoqda.

1.9. - diagramma

Internet banking va mobil-banking abonentlari sonini o'sish dinamikasi¹⁹



Yuqoridagi 1.9. - diagrammadan ko'rish mumkinki, internet bankingdan foydalanuvchilar soni 2013 yilda 14 241 kishini tashkil etgan bo'lsa, 2014 yilda deyarli ikki barobar o'sdi, 2015 yilga kelib 39 170 kishini tashkil etdi. 2016 yilda foydalanuvchilar soni 57 500 kishiga etdi. Sms-banking va mobil banking esa bir muncha jadal rivojlangan. 2013 yilda 10 304 kishi foydalangan bo'lsa, 2014 yilda deyarli 3 barobarga o'sgan, 2015 yilga kelib esa foydalanuvchilar soni 6 barobarga oshdi va natijada 183 134 kishini tashkil etdi. 2016 yilda 2015 yilga nisbatan 2 barobar o'sish kuzatilib, 363 ming kishini tashkil etdi.

Elektron hisoblash mashinalarining bank xo'jaligini yuritish amaliyotiga keng joriy etilishi to'lov kartochkalarini qo'llashni keltirib chiqardi.

¹⁹ <http://uz.infocom.uz/2016/11/19/>

Hozirgi vaqtda banklararo hisob-kitoblarda pul mablag'leri o'tkazishning quyidagi elektron tizimlaridan foydalaniladi:

SVIFT – xalqaro moliya oborotidagi elektron kommunikatsiyalar tizimi (1977 yilda ta'sis etilgan, ishtirokchilar tarkibi: 4800 ga yaqin banklar va moliya muassasalari, shu jumladan, O'zbekistonda ham qatnashchilar bor);

CHIPS – Nyu-York hisob-kitob palatasining elektron o'tkazmalar tizimi (130 bank-ishtirokchi).

MDHda elektron tijoratning rivojlanishini ta'minlayotgan elektron to'lovlarni amalga oshirishda real ishtirok etayotgan asosiy to'lov tizimlarini ko'rib chiqamiz.

Cyber Plat - bu tizim birinchi to'lov tizimlaridan biri bo'lib, "Cyber Plat konstepstiyasi asosida debitlash chizmasi yotadi"²⁰ va kelajakda Internet-banking imkoniyatlari paydo bo'ladi. Bu tizim Internetda real pullar bilan bir vaqtda naqd pulsiz hisobni ham amalga oshiradi. Internet - do'konlarda oldi-sotdi hisob - kitobi mijozlarning "Platina" bankidagi hisob varaqasida ham, ixtiyoriy bankning kredit kartochkalarida ham amalga oshirilishi mumkin. Internet tarmog'ida ma'lumot almashinuvlar amalga oshiriladi.

Assist tizimi 1999 yil apreldan ishga tushgan.²¹ U Internetga ulangan ixtiyoriy kompyuterda Internet provayderlari mijozlarning shaxsiy hisob varaqalaridan yoki kredit kartochkalaridan "On-line" rejimida avtorizatsiya o'tkazish va to'lovlarni qayta ishlash imkonini yaratadi.

Assist tizimi orqali Internet do'konda oldi-sotdini hisob-kitob qilish uchun Visa, Euro, Card, Master Card, Dinners Club, 7CB, American Exrgezelarda kredit kartochkaga ega bo'lish yoki yirik Internet provayderlardan birining mijozi bo'lish kerak. Shunday qilib, Assist, asosan, kredit kartochkalari orqali ishlovchi tizim bo'lib, o'zida debit chizmasining ba'zi elementlarini ham mujassamlashtirgan. Assist web-sayti ma'lumotlariga qaraganda 60 dan ortiq korxonalar bu tizimdan foydalanadi.

²⁰ <http://www.cyberplat.ru>

²¹ <http://www.assist.ru>

“Web Money tizimi Internetdan foydalanuvchiga xavfsiz naqd pulli to’lov larni amalga oshirishga, On-line rejimida “Web Push” deyiluvchi elektron naqd pullar bilan hisob-kitob qilishga imkon beradi”.²² Tizim mijozlari Internet - do’konlar va ularning iste’molchilari hisoblanadi. Bir tomondan qaraganda, bular internet-do’konlar, boshqa tomondan esa, hisob-kitob qilishning an’anaviy usulidan foydalanilmaydigan yoki imkoniyati yo’q, ixtiyoriy internetdan foydalanuvchilar hisoblanadi.

O’zbekistonda “PayNet”, “Click.uz”, “Websum” va boshqa elektron to’lov tizimlari faoliyat olib bormoqda.

Bugungi kunda “PayNet” tizimi keng tarqalgan. “UzPayNet” kompaniyasi O’zbekiston bozorida 2005 yildan beri faoliyat yuritib kelmoqda. Respublikamizda kompaniyaning 25000 dan ortiq shaxobchalarida 2 mln. dan ortiq axolii to’lovlarini amalga oshirmoqda. Bu punktlar orqali mijoz mobil telefon va xo’jalik xizmatlari uchun (gaz, elektr, suv) to’lovlarni amalga oshirishi mumkin. 2015 yil aprel oyidan ushbu tizim orqali soliqlar to’lash imkoniyati paydo bo’ldi.

Mijoz “PayNet” bilan ishlaganda uning punktiga kirib, operator yoki provayder nomini, provayder to monidan o’rnatilgan xizmat nominali yoki telefon raqamini aytadi va naqd pul berish bilan amalga oshiradi. Mijozdan qabul qilingan to’lov xaqidagi ma’lumot “PayNet” tizimiga uzatiladi. Bu tizimda mos keluvchi provayderga ma’lumotlar marshrutizastiyasi yuz beradi. “PayNet” tizimida mijozga mo’ljallangan axborot cheki bosmadan chiqariladi. Agent pul mablag’ini “PayNet” hisobiga mijozdan qabul qilgan to’lovlari asosida o’tkazadi. Qabul qilingan to’lovlar operator yoki provayder billingida ham yozib qo’yiladi. Agent qabul qilingan to’lovlar asosida operator yoki provayder hisobiga pul o’tkazadi. Shundan so’ng provayder yoki telefon operatori mijoz uchun xizmatni amalga oshiradi. Agar mijoz mobil telefon uchun pul to’lagan bo’lsa, operator tomonidan unga hisob to’ldirilganligi xaqida SMS xabarini yuboradi.

“Click” MCHJ kompaniyasi 2011 yilning noyabr oyida tashkil topgan. “Click” - bu mobil internet banking tizimi bo’lib, mobil aloqa operatorlari

²² <http://www.webmoney.ru>

xizmatlari, internet provayderlar, kommunal xizmatlar, internet magazinlardan online xaridlarni amalga oshirish imkonini beradi. “Click” tizimidan foydalanish 24/7 rejimida uydan (chiqmagan xolda) to’lovni amalga oshirish, bu tizimdan foydalanish uchun maxsus dasturiy ta’minotlardan foydalanish zaruriyati yo’qligi, balansni online rejimida tekshirish imkoniyati va boshqa ko’plab afzalliklarga ega.

Elektron tijoratda xaridni amalga oshirishda elektron pullardan foydalaniladi. Elektron pul – bu pul birligiga tenglashtirilgan belgilar hamda kupyura va tanga rolini bajaruvchi juda katta son yoki fayllardir. Bunday tizimning faoliyat ko’rsatish harajatlari boshqalaridan ancha kam. Bundan tashqari, elektron pullar to’liq anonimlikni ta’minlashi mumkin, chunki uni ishlatgan mijoz haqida hech qanday ma’lumot berilmaydi.

1.2. - rasm

WEBSUM elektron to’lov tizimi²³

Система Интернет - розничных платежей

Главная О компании Документы Тарифы Помощь Контакты Портал Партнерская программа СМИ о нас Заработок Форум Блог

Панель услуг

Домены и Хостинг Пин Коды

Оплата за рекламу Телевидение

Издания и пресса Интернет Магазины

Билеты Телефония

Датацентры Web Ресурсы

Безопасность

Добро пожаловать в WEBSUM — систему online платежей, в среду для ведения электронного бизнеса!

ООО «E-SERVICES HOUSE» — владелец и администратор платежной системы «WEBSUM», инструмента по осуществлению online продаж товаров/услуг, сервиса через Интернет, обеспечивающая информационное и техническое взаимодействие между Организацией, Предприятием и Пользователем при совершении электронных платежей посредством сети Интернет.

«WEBSUM» позволяет оплатить услуги, сделать покупки в Интернет-магазине — не выходя из дома! Совершайте платежи с максимальным удобством и с минимальными затратами времени и сил.

Мы считаем, своим долгом помогать компаниям, ведущим электронный бизнес, расти и развиваться, используя комплексную сервисную платформу «WEBSUM» и все её функции для ведения маркетинга, расширения сети контактов и благодаря этому — повышать доходность и прибыльность.

Подключение Интернет-магазинов к системе
Подключите ваш Интернет-магазин к системе электронных платежей WEBSUM и ваши клиенты получат возможность оплачивать ваши товары и услуги мгновенно и без комиссий!

Мы предлагаем выгодные условия сотрудничества — **нулевые тарифы**, мгновенное прохождение оплаты, поддержка ваших клиентов и возможности для продвижения вашего сервиса среди пользователей WEBSUM.

Совместная программа развития и продвижения — это возможность для бесплатного продвижения товаров и услуг Вашего Интернет-магазина или online сервиса среди клиентов WEBSUM.

Авторизация

Регистрация

Вход в личный кабинет

Партнеры

ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ ПАЛАТА УЗБЕКИСТАНА

TURON BANK

Samarqand BANK
traditions & innovations

O`zbekistonning milliy elektron to`lov tizimlaridan biri Websum internet orqali tovar olib sotish, internet tarmog`i orqali xizmat ko`rsatishga imkon beradi. Websum – 1 WSM – 1 so`mga ekvivalent hisoblanadi.

²³ <https://websum.uz/>

Elektron pullarni bir necha xil elektron pul birliklari mavjud bo'lib, ular quyidagilardir:

WMY – O'zbekiston zonasida operastiyalarni amalga oshirish uchun UZSning Y-hamyondagi ekvivalenti.

WMR – rubl zonasida operastiyalarni amalga oshirish uchun RURning R-hamyondagi ekvivalenti, WMR operastiyalarining kafili bo'lib WebMoney Transfer ning Rossiya hududidagi vakili “BMP” MCHJ xizmat qiladi.

WMZ – AQSH dollarida operastiyalarni amalga oshirish uchun USD ning Z-hamyondagi ekvivalenti.

WME – EVRO da operastiyalarni amalga oshirish uchun EURning E-hamyondagi ekvivalenti, WMZ va WME operastiyalarining kafili bo'lib Amstar Holdings Limited, S.A. xizmat qiladi.

WMU – Ukraina zonasida operastiyalarni amalga oshirish uchun UAHning U-hamyondagi ekvivalenti, WMU operastiyalarining kafili bo'lib “Ukrainskoe Garantiynoe Agentstvo” MCHJ xizmat qiladi.

WMB – Bellorusiya zonasida operastiyalarni amalga oshirish uchun BYRning V-hamyondagi ekvivalenti.

WMG – 1 gramm oltinning G-hamyondagi ekvivalenti.

Elektron to'lov tizimida tovar-xizmatlar to'lovi xaridorning elektron hisobidan shaxsiy bank raqami hisobiga pul mablag'larini chiqarish imkoniga ega bo'lgan sotuvchining elektron hisobiga pul mablag'larini o'tkazish yo'li bilan amalga oshiriladi.

Elektron to'lov tizimlari yordamida Internet va IP-telefoniyaga ulanish uchun “PIN” kodlar va internet do'konlardan tovarlarni harid qilish, uyali aloqa xizmati, shaxar telefoniyasi, kommunal xizmatlar, domen va xosting, reklama, televidenie, chiptalar, datastentrlar, veb resurslar uchun haq to'lash mumkin.

iPAY – bu UzExdagi birja savdolarida, www.uzbex.com global savdo maydonchasida, hamda iPAY tizimiga qo'shilgan internet do'konlarda online to'lovlarni amalga oshirish imkonini beruvchi, O'zbekiston Respublikasi tovar hom - ashyo birjasining to'lov tizimidir.

Yuqorida keltirilgan to'lov tizimlaridan tashqari elektron tijoratda aloxida ahamiyatga ega bo'lgan tizim internet-banking tizimi mavjud. Internet banking bu internet orqali bank operastiyani amalga oshirish hisoblanadi.

Internet – banking bankdagi hisob raqamni internet orqali boshqarish imkoniyatini beradigan xizmat. Internet banking tizimida samarali ishlash uchun internetga ulangan va internet brouzerga ega kompyuter bo'lishi etarli hisoblanadi.

Internet-banking imkoniyatlari quyidagilarni bajarishga imkon beradi:

- bankka barcha turdagi moliyaviy hujjatlarni yuborish;
- istalgan davr uchun bankdagi hisob raqamlardan ko'chirmalar va ularga tegishli boshqa hujjatlarni olish;
- haqiqiy vaqt tartibida to'lov hujjatlari bank ishlovidan o'tishining barcha bosqichlarini kuzatish;
- xatolar to'g'risida xabarlarini tezkor olish;
- kirim va chiqim to'lov hujjatlarini ko'rish va chop etish.

Internet-banking va bankdan tashqari elektron to'lovlar tizimlarining yanada rivojlanish jarayonida on-layn sotuvlar sektorida jadal o'sishni kutish lozim, bunda ulgurji va chakana savdo bilan shug'ullanuvchi barcha kompaniyalar internet tarmog'i orqali tovarlarini bemaolot sotishlari mumkin bo'ladi.

To'lovlarning bankdan tashqari sektorini rivojlantirishning keyingi bosqichi bu mobil to'lovlar tizimlari bo'ldi. Shu bilan birga elektron karmon tushunchasi mavjud bo'lib, ularni to'ldirish va pul olish imkoniyati mavjud. Elektron karmon - bu elektron pullarni saqlash uchun mo'ljallangan vosita.

Tovarlarni sotish va xarid qilishga mo'ljallangan veb texnologiyalar asosida yaratilgan axborot tizimi tomonidan amalga oshiriladigan vazifalar quyidagilardan tashkil topadi:

- mijozga tovar (xizmat) haqida ma'lumot berish;
- mijozdan tovar (xizmat)ga buyurtma qabul qilish.

Ba'zan onlineli to'lov tizimlaridan foydalanilganda uchinchi vazifa-to'lov haqini olish, tovarni sotishda esa yana to'rtinchi vazifa - haqi to'langan tovarni jo'natish qo'shiladi.

Elektron karmonni to'ldirish va ulardan pul yechishni quyidagi usullar bilan amalga oshirish mumkin:

1. Tijorat banklarida naqd pul bilan;
2. Bank kartalari (VISA, MasterCard, UzCart) yordamida;
3. Pochta orqali;
4. Internet-banking yordamida;
5. Pul o'tqazmalar tizimlari yordamida;
6. Mobil aloqa yordamida.

Qaysi pul o'tkazish vositasidan foydalanishdan qat'iy nazar bu ishni amalga oshirish uchun Internet VISA va MasterCard to'lov kartochkalaridan foydalaniladi.

Visa Inc. – to'lov operastiyalarini amalga oshirish xizmatlarini ta'minlovchi amerika kompaniyasi. VISA International Service Association - jahonning etakchi to'lov tizimi hisoblanadi.

VISA kartalari bo'yicha yillik savdo aylanmasi 4,8 trillion AQSH dollarini tashkil qiladi. VISA kartalari dunyoning 200 dan ortiq mamlakatlarida qabul kilinadi. Dunyoda to'lov kartalarining 57 % VISA kartalari tashkil qiladi, asosiy raqobatchilari MasterCard 26 % va American Express 13% tashkil qiladi.

MasterCard WorldWide – dunyoning 210 mamlakatlaridagi 22 ming moliyaviy tashkilotlarni birlashtirgan xalqaro to'lov tizimi hisoblanadi. Bosh ofisi AQSHning Nyu-York shahrida joylashgan.

Hozirgi kunda internet to'lov tizimlari to'liqligicha yuqorida keltirilgan VISA va MasterCard bilan ishlash imkoniyatiga ega, ya'ni internet to'lov tizimlaridagi xamyonlarni to'ldirish yoki xamyonlardagi ishlatilmay qolgan mablag'larni qayta kartochkaga chiqarish mumkin.

Internet do'konlar va internet birja. Bugungi kunda "Internet do'kon" nomi ostida turli ko'lam va maqsaddagi echimlarning keng spektri taklif qilinmoqda. Websum elektron to'lov tizimidan bir qancha do'konlar foydalanib, ularga quyidagi internet do'konlarni misol qilishimiz mumkin: Eshopping.uz, Evision.uz, Pozdrav.uz, Market.wsm.uz, Nav.uz, Inmarket.uz va boshq.

UzEx internet birja – bu shaxsiy kompyuter orqali UzEx savdo maydonchalarida savdo qilish imkoniyatini beruvchi global milliy savdo maydonchasi. Ushbu savdo tizimi, iPAY tizimi foydalanuvchilariga, maksimal qulayliklar bilan osongina o'z tovarlarini sotish va kerakli tovarlarni harid qilish imkonini beradi.

Umuman olganda, axborot va kommunikasiya texnologiyalarning (AKT) rivojlanishi elektron tijoratning rivojlanishiga salmoqli ta'sir qiladi. Mobil telefonlar va raqamli ma'lumotni tahrirleydigan texnologiyalarning (PDA) ommaviylashuvi elektron tijoratning keng tarqalishiga sabab bo'ldi.

Ishning keyingi bobida dissertatsiya mavzusidan kelib chiqqan holda “Visit Central Asia” ma'suliyati cheklangan jamiyat misolida biznesni tashkil etish va rivojlantirishda elektron tijoratdan samarali foydalanishning tahlili olib boriladi.

Birinchi bob bo'yicha xulosalar

Dissertatsiyaning birinchi bobida O'zbekistonda elektron tijoratni rivojlanish xususiyatlari va uni bugungi holati tahlili, elektron tijoratni amalga oshirishning muammolari, elektron to'lov tizimlari orqali to'lovlar va xaridlarni amalga oshirish yo'llari taxlil qilingan.

Aholi orasida internetdan foydalanuvchilar sonini o'sishi internet xizmatlarini taqdim etish va ulardan foydalanish elektron tijoratni rivojlantirishga zamin yaratadi. Bugungi kunda internet orqali to'lovni amalga oshirish uchun Paynet, Click, Sms - to'lov , Websum va boshqa to'lov tizimlaridan keng foydalanilmoqda.

Shu o'rinda mamlakatimizda elektron tijoratni rivojlantirishga to'sqinlik qiluvchi omillarni mavjud bo'lib, mamlakatimizda elektron tijoratni asosini tashkil etuvchi AKT keng joriy etilishiga va elektron tijoratni tartibga soluvchi tegishli huquqiy-me'yoriy asoslar qabul qilingan bo'lishiga qaramasdan, axborot texnologiyalari va tijoratning rivojlanish darajasi elektron tijorat sohasidagi munosabatlarni yanada aniqlashtirilishini talab etadi.

Dissertatsiyaning birinchi bobida keltirilgan tahlillardan shunday fikr yuritish mumkinki, mamlakatimizda ishlab chiqarilgan tovarlar uchun elektron pasportlarning davlat standarti ishlab chiqilmagan. Elektron usulda amalga oshirilayotgan to'lovlar bo'yicha imtiyozlar va preferenstiyalarning aniq ro'yxati yo'q. Bozor munosabatlarini elektron hujjatlar bilan tasdiqlash orqali davlat yo'li bilan tartibga solish borasida elektron tijorat ko'nikmalariga ega bo'lgan kadrlar bilan bog'liq muammolar ham mavjud. Elektron raqamli imzolarning ishonchli (uchinchi) tarafi yagona markazi, elektron to'lovlar sug'urtasi ham mavjud emas. Online-terminallari infratuzilmasi ham rivojlanmagan. Keltirilgan muammolar bugungi kunda o'z yechimini topishni taqozo etadi.

II BOB. “Visit Central Asia” MCHJning texnik ekspluatatsiya va iqtisodiy ko`rsatkichlari tahlili

2.1. “Visit Central Asia” MCHJda transport xizmati ko`rsatishni tashkil etish va tartibga solish

“Visit Central Asia” Mas`uliyati cheklangan jamiyatining Ustavi 2009 yil 26-mayda Shayxontoxur tumani hokimiyati tadbirkorlik sub`ektlarini ro`yxatga olish inspeksiyasi reestrda R-003343-09 raqami bilan ro`yxatga olingan.

“Visit Central Asia” Mas`uliyati cheklangan jamiyatining Ustavi 2016 yil 09-aprelda Shayxontoxur tumani hokimiyati tadbirkorlik sub`ektlarini ro`yxatga olish inspeksiyasi reestrda R-003343-09 raqam bilan ro`yxatga olingan, ustav fondining oshirilishi munosabati bilan yangi tahrirdagi ustav ishlab chiqilgan.

“Visit Central Asia” Mas`uliyati cheklangan jamiyatining Ustavi 2016 yil 14-avgustda Shayxontoxur tumani hokimiyati tadbirkorlik sub`ektlarini ro`yxatga olish inspeksiyasi reestrda R-003343-09 raqam bilan ro`yxatga olingan, ustav fondining kamayishi va korxonaning yagona ta`sischi qolganligi munosabati bilan yangi tahrirdagi ustav ishlab chiqilgan.

“Visit Central Asia” Mas`uliyati cheklangan jamiyatning Ustavi “06” noyabr 2015 yilda Shayxontoxur tuman hokimiyati tadbirkorlik sub`ektlarini ro`yxatga olish inspeksiyasi reestr rakamida R-003343-09 ro`yxatga olingan ta`sischilar tarkibi o`zgarishi munosabati bilan yangi tahrirdagi ustav ishlab chiqilgan.

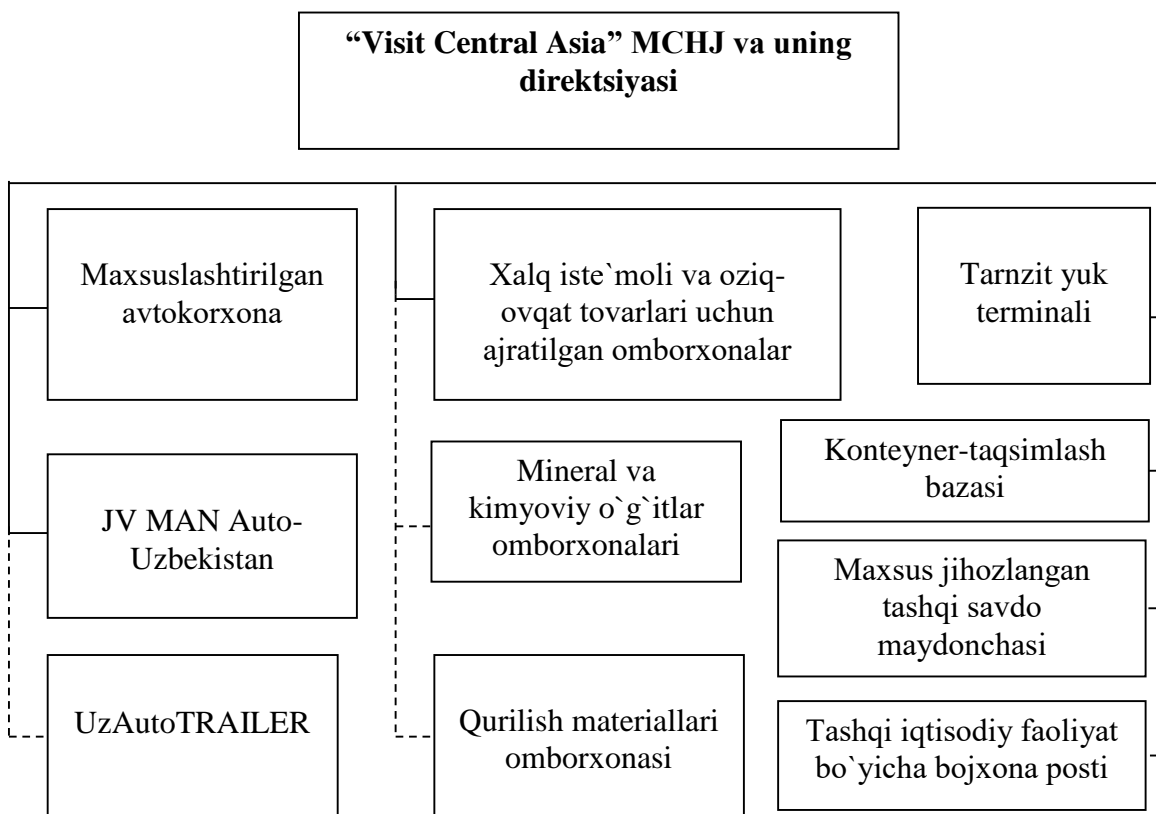
“Visit Central Asia” Mas`uliyati cheklangan jamiyatning Ustavi 25-noyabr 2015 yilda Shayxontoxur tuman hokimiyati tadbirkorlik sub`ektlarini ro`yxatga olish inspeksiyasi reestr rakamida R-003343-09 ro`yxatga olingan ta`sischilar tarkibi o`zgarishi munosabati bilan yangi tahrirdagi ustav ishlab chiqilgan.

“Visit Central Asia” Mas`uliyati cheklangan jamiyatning Ustavi 28-dekabr 2015 yilda Shayxontoxur tuman hokimiyati tadbirkorlik sub`ektlarini ro`yxatga olish inspeksiyasi reestr rakamida R-003343-09 ro`yxatga olingan ta`sischilar tarkibi o`zgarishi munosabati bilan yangi tahrirdagi ustav ishlab chiqilgan.

“Visit Central Asia” Mas’uliyati cheklangan jamiyatning Ustavi 28-fevral 2017 yilda Shayxontoxur tuman hokimiyati tadbirkorlik sub’ektlarini ro’yxatga olish inspeksiyasi reestr rakamida R-003343-09 ro’yxatga olingan ta’sischi tarkibi o’zgarishi munosabati bilan yangi tahrirdagi ustav ishlab chiqilgan.

2.1. - chizma

“Visit Central Asia” mas’uliyati cheklangan jamiyatning tashkiliy strukturasi²⁴



“Visit Central Asia” MCHJ tarkibiga kiruvchi tashkilotlar jamiyatning ustav fondi 378 800 000 so‘m hisobida tashkil etilgan va u ishtirokchilar o‘rtasida quyidagicha taqsimlangan:

- Sabirov Kamol Ilxomovich – 325 400 000 so‘m yoki 85,90% hajmida;
- OOO “Visit Central Asia” – 53 400 000 so‘m yoki 14,10 % hajmida pul mablag‘lari bilan shakllantiradi.²⁵

“Visit Central Asia” (VCA) MCHJ Nizomida keltirilgan markaz faoliyatining maqsadlari, yo`nashilishlari va mazmuniga oid vazifalar tarkibida tashish xizmati jarayonini logistik jarayonlariga qaratilgan bir qator masalalar hisobga olinmagan. Bunday masalalar qatoriga quyidagilarni kiritish mumkin:

²⁴ “Visit Central Asia” MCHJ ma’lumotlari asosida muallif ishlanmasi

²⁵ “Visit Central Asia” MCHJ ning Nizomi

– Iste`molchilarga ko`rsatilayotgan tashish xizmati sifati tushunchasi va undagi miqdoriy ko`rsatkichlari aniqlanmagan va VCAni ish faoliyatiga kiritilmagan;

– VCAning Nizomida ko`zda tutilgan funktsiyalari tarkibida iste`molchilarni ehtiyojini qondirishga qaratilgan va tashiladigan yuk oqimlarini logistik rejalashtirish va rejalashtirishga oid masalalar va ko`rsatkichlar o`z aksini topmagan;

– VCAning “Tranzit – yuk terminali” ni moliyaviy-xo`jalik faoliyatiga oid ko`rsatkichlari tarkibida turli texnik-texnologik operatsiyalarga oid ish hajmlari keltirilgan (ortish-tushirish ishlari, shu jumladan ko`lda, kozlovoy kranda, avtokranda bajariladigan ishlar, avtokran operatsiyalari, omborxonada saqlash, tarozida o`lchash, xabar va maslahat berish, vagonlarni tozalash va sh.k.);

2.1. - jadval

“Visit Central Asia” MCHJning yuk tashish bo`yicha 2016 yildagi ko`rsatkichlari to`g`risida ma`lumot²⁶

№	Oylar	Xizmat ko`rsatish (ming so`m)		Reyslar soni		Tashil- gan yuklar soni	Bosib o`tilgan yo`l (km)	Bajarilga n(tn/km)
		Jami	bundan GM Uzb	Jami	bundan GM Uzb			
1.	yanvar	85174,02	58824,0	68,0	51,0	1,22	27,7	469,68
2.	fevral	372870,51	298034,0	314,0	257,0	5,79	193,58	1922,68
3.	mart	455681,75	347510,0	394,0	281,0	7,91	231,15	2687,67
4.	aprel	1059074,01	852530,0	972,0	735,0	19,43	537,55	6009,55
5.	may	1696329,52	1278185,1	1670,0	1090,0	36,99	845,3	10378,66
6.	iyun	2279591,49	1825900,0	2287,0	1550,0	46,79	1151,45	13452,77
7.	iyul	2748274,19	2062089,0	2737,0	1793,0	60,42	1511,13	17897,77
8.	avgust	2392250,3	1591877,0	2780,0	1394,0	58,98	1241,66	15683,43
9.	sentyabr	3118533,22	1544686,5	2934	1399	62,16	1216,13	17064,24
10.	oktyabr	3166024,97	2358356,0	3555	2002	71,76	1293,48	21401,53
11.	noyabr	3572654,21	1971972,0	3647	1674	81,47	1578,46	21537,71
12.	dekabr	3261484,86	1850942,0	3796	1739	77,52	1462,18	18924,51
	JAMI	24207943,0	16040905,6	25154	13965	530,45	11289,8	147430,2

Ushbu jadval ma`lumotlaridan ko`rinib turibdiki, 2016 yil yanvar-dekabr oylarida xizmat ko`rsatish sohasida o`shish kuzatilgan.

²⁶ “Visit Central Asia” MCHJ ma`lumotlari

O'z faoliyatini amalga oshirish va o'z oldida turgan vazifalarni yechish maqsadida, mas`uliyati cheklangan jamiyat quyidagi huquqlarga egadir:

- tuzilgan shartnomalarga muvofiq, moddiy-texnik va boshqa mahsulotlarni yetkazib berishni ta'minlash;

- MDX, va xorijiy mamlakatlarning Jamiyatlari va tashkilotlari bilan o'zaro foydali hamkorlikni rivojlantirish;

- ishlab chiqarilgan maxsulotlarni, xizmatlarni kelishilgan narx va tariflar buyicha sotish;

- ta'sischi sifatida katnashish yoki uzga yul bilan boshqa yuridik shaxslar ustav fondida katnashish, Respublika va undan tashkaridagi xududlarda vakolatxonasi, filial va savdo uylarini tashkil etish;

- birgalikdagi faoliyat tugrisidagi shartnomalar asosida Jamiyat va uning filiallari ish faoliyatiga xorijiy investitsiyalarni jalb qilish (bu xolda foydaning taksimoti aloxida shartnomada kursatib utiladi);

- texnik vositalarga xizmat kursatish va ularni ijaraga berish, asbob-uskunalar lizingi shaxobchalarini tashkil qilish;

- O'zbekiston Respublikasi xamda undan tashkaridagi xududlarda davlat, tijorat, yuridik va jismoniy shaxslar bilan turli bitimlar va boshqa yuridik aktlarni amalga oshirish;

- Jamiyat ishlariga chet el jismoniy shaxslarini jalb qilish;

- O'zbekiston Respublikasi xududida kuchar va kuchmas mulklarni, mulkchilik xukuklarini va intellektual mulkni mulk kilib sotib olish, ularni ijaraga berish va olish;

- uyushma, ittifok, konsorsium va birlashmalarga a'zo bulish;

- belgilangan tartibda banklarda xar kandy, shuningdek valyuta xisob rakamlarini ochish, bank kreditlari va ssudalarini olish, amaldagi konunchilik asosida xar kandy tulov shakllarini utkazish va akseptlash, uz mablaglarini urnatilgan tartibda vakolatli banklar orkali ayirboshlash;

- tender va sinovlarda katnashish;

- nakd pulga maxsulotlar va xizmatlarni sotish va sotib olish;
- uzining ishlab chikarish va xujalik faoliyatini, xamda ijtimoiy rivojlantirish jamgarmalarini mustakil rejalashtirish;
- O'zbekiston Respublikasining amaldagi konunchiligiga muvofik mustakil ravishda uz karamogidan mol-mulk, karz, kamomad, boshka ziyonlarini chikarish;
- Jamiyatning Ustavida kuzda tutilgan maksadlarga erishish uchun zarur bulgan texnik-ishlab chikarish vositalari, xom ashyo, materiallar, transport vositalarini sotib olish;
- kim oshdi savdosi, savdo, tanlovlarda ishtirok etish, xomiylik va xayriya faoliyatini amalga oshirish;
- tashki iktisodiy faoliyatni amalga oshirish;
- O'zbekiston Respublikasining amaldagi konunchiligiga muvofik boshka xukuklarni amalga oshirish.

2.2. – jadval

“Visit Central Asia korxonasi” saqlash, ortish-tushirish bo'yicha 2016 yildagi daromad va xarajat ko'rsatkichlari to'g'risida ma'lumot (so'm)²⁷

№	Yil davomida	Jami daromad	Jami xarajatlar	+/-
1	yanvar	4253115,6	17739922,5	-13678197,1
2	fevral	34875214,0	46394299,4	-13088470,1
3	mart	150613380,0	83860604,7	59975173,2
4	1-chorak	189741709,6	147994826,6	33208506,0
5	aprel	106469240,0	95080039,6	6598084,6
6	may	81999408,4	114062208,9	-35752773,9
7	iyun	119108948,7	137092159,7	-23343113,6
8	2-chorak	307577597,0	346234408,2	-52497803,0
9	iyul	143768523,3	130139103,6	7159836,1
10	avgust	388047486,4	170196070,2	200389279,4
11	sentyabr	202587358,7	191836088,6	1634839,0
12	3-chorak	734403368,4	492171262,4	209183954,5
13	oktyabr	162724308,8	241421721,0	-86020006,1
14	noyabr	137007352,9	185674610,6	-54832588,5
15	dekabr	280933642,8	295343001,5	-27051372,7
16	4-chorak	580665304,5	722439333,0	-167903967,2
17	Jami 12 oy	1812387979,6	1708839830,2	21990690,3

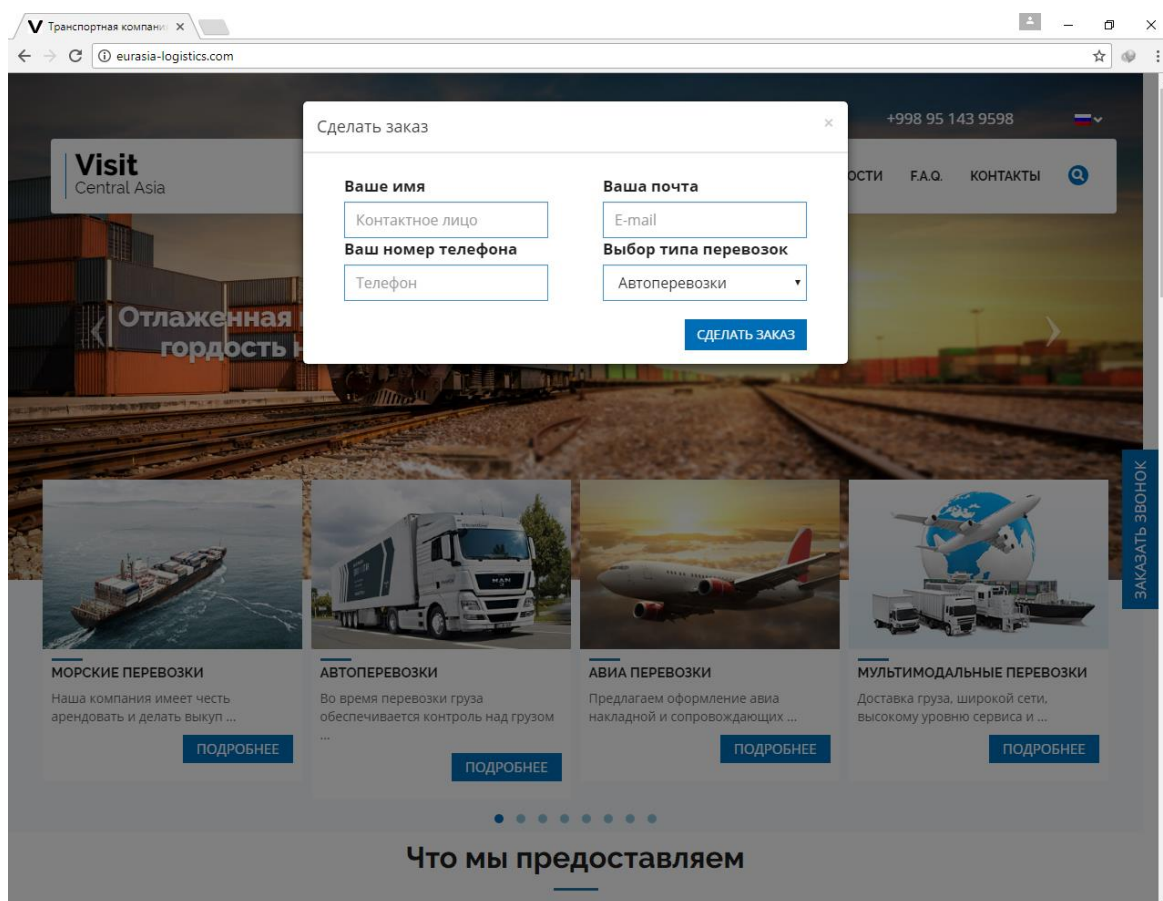
²⁷ “Visit Central Asia” MCHJ ma'lumotlari

Yuqoridagi jadvalga asosan xulosa qilish mumkinki, 1-chorak hamda 3-chorakda daromadlar xarajatlardan oshgan, lekin ikkinchi va to`rtinchi choraklarda akchinch xarajatlar daromadga nisbatan oshgan. Yil yakuniga ko`ra esa jamiyat ijobiy saldo bilan chiqqan.

Jamiyat o`z saytiga ega bo`lib, saytdan asosan korxon faoliyati haqida reklama tarzida foydalanilgan. Elektron tijorat imkoniyatlaridan foydalanib biznesni yo`lga qo`yish amalga oshirilmagan. Malakaviy amaliyot davrida muallif tomonidan saytda elektron buyurtmalarni qabul qilish imkoniyati kiritildi.

2.1. – rasm

“Visit Central Asia” MChJ saytida elektron buyurtmalarni qabul qilish jarayoni²⁸



Jamiyatga qarashli bo`lgan yuk tashuvchi transport vositalari zamonaviy AKT vositalari bilan jihozlanmagan. Xizmatlar uchun to`lovlar bank-mijoz tizimi asosida amalga oshmoqda.

2.2. “Visit Central Asia” MChJning

²⁸ <http://eurasia-logistics.com/>

ishlab chiqarish – xo`jalik faoliyati tahlili

Tahlilning bosh vazifasi foydalanilmagan ichki zahiralarni yuzaga chiqarishdan iborat. Bu maqsadga erishish uchun sonli va sifat ko`rsatkichlari bo`yicha reja bajarilishini nazorati amalga oshirladi.

Iqtisodiy tahlilning ma`nosi korxonaning ishlab chiqarish faoliyatini har tomonlama ko`rib chiqib, uning xo`jalik faoliyati natijalariga baho berishdan iborat. Iqtisodiy tahlilning asosiy maqsadi korxonaning xo`jalik yuritish faoliyatining haqiqiy ahvoli, shart – sharoitlari, imkoniyatlaridan kelib chiqqan holda, ichki rezervlarni ishga solib, ishlab chiqarish samaradorligini qanday qilib oshirish yo`llarini ko`rsatib berishdan iborat. Iqtisodiy tahlilning asosiy vazifasi korxonaning ish faoliyati doirasida biznes rejada shu davrga mo`ljallangan mehnat va moddiy resurslardan hamda ishlab chiqarish mablag`laridan qay darajada foydalanganligi nuqtai – nazardan baholashdan iborat.

Iqtisodiy tahlil natijalari zamonaviy texnik vositalarni korxonaning ishlab chiqarish faoliyatida qo`llash natijasida mahsulot ishlab chiqarish, xizmatlar ko`rsatish quvvatlarining oshishi va ulardan samarali foydalanish darajasini baholash imkonini beradi. Iqtisodiy tahlil korxonadagi tsexlar va bo`linmalarning ishlab chiqarish faoliyati natijalarini baholash, xodimlarning bozor iqtisodiyoti sharoitidan kelib chiqqan holda materiallar, uskunalardan tejab – tergab foydalanish talablariga qanday amal qilayotganini ko`rsatish imkonini beradi. Buning natijasida boshqaruv apparati va rejalashtirish bo`limlari ishlab chiqarish dasturlarini bajarishini ta`minlash maqsadida qo`shimcha tadbirlar ishlab chiqishini belgilaydi. Shunday qilib iqtisodiy tahlilning asosiy vazifasi rejalashtirishda, xo`jalik faoliyatini va korxonaga jamoasining ijtimoiy jarayonlarini boshqarishni takomillashtirishdan iborat.

Iqtisodiy tahlil ikki uslubda bajarilishi mumkin. Uslub deganda ma`lum ishlarni bajarish yo`llarini tushunish kerak. Uslublar qiyoslash va solishtirish shakllariga bo`linadi.

Qiyoslash uslubida tahlil qilishda rejada belgilangan ko`rsatkichlar qabul qilinadi. Haqiqiy hisobot bo`yicha bajarilgan va rejalashtirilgan ko`rsatkichlarni bir – biri bilan qiyoslash natijasida ularning qay miqdorda bajarilganligi aniqlanadi, rejadagiga qaraganda ko`pmi yoki ozmi ekanligini bilish mumkin.

Qiyoslash uslubida tahlil qilishning asosiy maqsadi rejadagiga nisbatan ko`rsatkichlarning kam yoki ko`p miqdorda bajarilishi sabablarini aniqlash va bunday holatlarni bartaraf qilish uchun tadbirlar ishlab chiqishdan iborat.

Mamlakatimizda transport tarmog`ini rivojlantirishda logistikaning ahamiyati katta. Hozirda transport – logistika zamonaviy jahon iqtisodiyotida alohida ahamiyat kasb etadi. Bizga ma`lumki O`zbekiston Markaziy Osiyoning yuragi hisoblanadi. Mamlakatimizning iqtisodiyotining kundan kunga rivojlanib borishi va xalqaro darajadagi iqtisodiy mamlakatlarga aylanishimiz bizdan xorijiy mamlakatlarda o`z ishlab chiqarish korxonalarimizni va ularning filiallarini ochishimizni taqazo etmoqda. Demak dunyoning turli burchaklarida ochilgan markazlar o`z navbatida jahon hamjamiyatida bizning mahsulot va xizmatlarga bo`lgan talabni oshiradi va biz xalqaro mijozlarga ega bo`lamiz. Dunyoning barcha nuqtalarida mamlakatimiz tovar va xizmatlariga bo`lgan talab bizga o`z navbatida chet elga chiqishimiz uchun transport sohasini va transport koridorlari (yo`laklarini) rivojlantirish shartini qo`yadi. Transport – logistika ayni shu masalarni echimini topuvchi katta tizimdir.

Yakinda poytaxtimiz Toshkent shahrida ham logistik markaz qurib bitqaziladi. Bu markazlar mamlakatimizdagi transport tizimini modernizatsiyalashda eng muhim jabhalar hisoblanadi. Bu markazlarning asosiy maqsadlari, yo`nalishlari va mazmuni quyidagilardan iborat bo`ladi:

- Xizmatlar ko`rsatish va ishlarni bajarish;
- Iste`mol talabi va bozordagi vaziyatning o`zgarishiga tezkor munosabat bildirish yo`li bilan halq iste`moli va transport, tushurish-ortish, yuklarni omborlarda saqlash xizmatlarini ko`rsatish va boshqalar.

Bu markazlar faoliyati quyidagi funktsiyalarni o`z ichiga oladi:

– Marketing tadqiqotlarini amalga oshirish, tijorat faoliyati, moliya va boshqaruv masalalari bo`yicha maslahat berish;

– O`rnatilgan tartibda o`zaro manfaatli tashqi iqtisodiy aloqalarni yo`lga qo`yish va rivojlantirish, qo`shma korxonalarni tuzish xaqida qaror qabul qilish, shu jumladan xorijiy xamkorlar bilan xam;

– Temir yo`l va avtomobil transportlari orqali yuklarni tashishni tashkil etish;

– Transport vositalari, mexanizmlar va omborlarni ta`mirlash, ularga texnik xizmat ko`rsatish hamda ijaraga berish;

– Marketing, agentlik va boshqa xizmatlar ko`rsatish va boshqalar.

Demak logistika mamlakat transport tizimini sohasini rivojlantiruvchi asosiy soha hisoblanar ekan.

2.2. - rasm



“Tranzit yuk terminali” er uchastkasi maydoni - 8,6 ga, “Maxsus yuk terminali” - 8,9 ga. Konteynerlarni joylashish chizmasini optimallashtirish maqsadida marketing tadqiqotlari bo`yicha 7,2 ga erni egallovchi yangi

²⁹ “Visit Central Asia” MCHJ ma`lumotlari asosida muallif ishlanmasi

qo`shimcha konteyner maydonlari qurilmoqda. Uning muhimligi, Ablik stantsiyasi orasidagi masofani uch martaga qisqarishiga olib keladi ya`ni yoqilg`idan foydalanish va vagoni berish-tozalash vaqtdan samarali foydalanishni ta`minlaydi (quyi jadvalda taqqoslash berilgan).

Terminal ishi ikkita yo`nalishga asoslangan:

- Yuk va konteynerlarni tushurish – ortish;
- Yuk va konteynerlarni saqlash va boshqa xizmatlar;

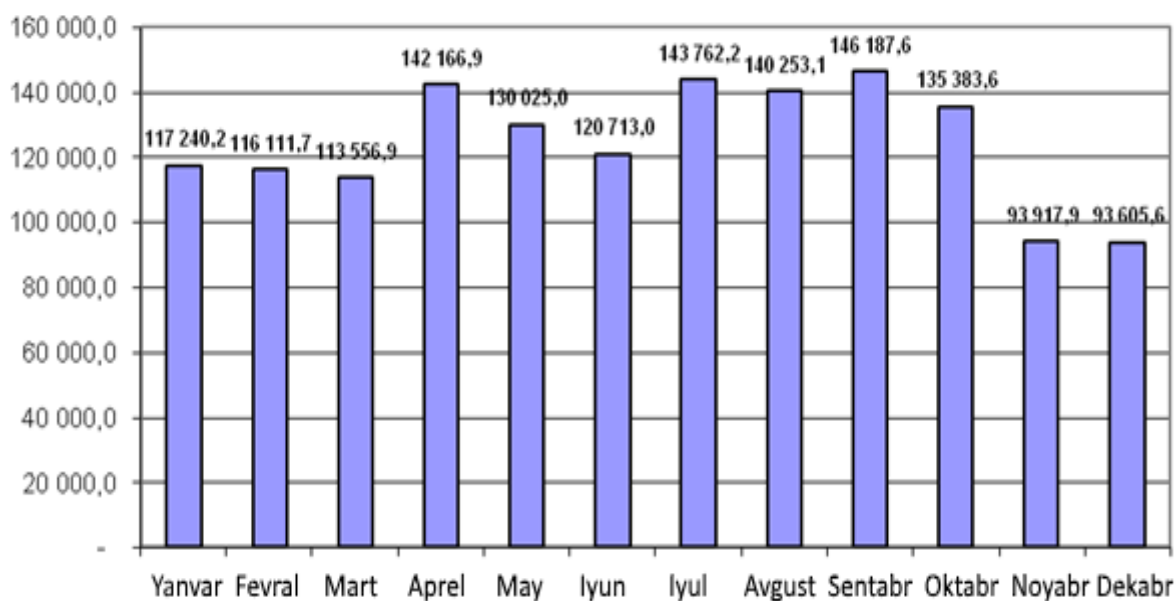
Kuzatishlar asosida terminal xizmatining asosiy kelajagi aniqlandi. “O`z kimyosanoat” OAJ, “O`z sangvu” QK, “O`z xanvu” QK va “O`z aystem” yuk kompaniyalarining yuklariga qiyin xizmat qo`rsatish kuzatilmoqda. Istimolchilarga yo`naltirilgan asosiy parametrlar quyidagilardir:

- o`z vaqtda ortish tushurish yuklarini amalga oshirish;
- hujjatlashtirishni tartibga solish va soddalashtirish;
- kelgusi xarajatlarni yo`qligi va boshqalar.

2.1. - diagramma

“Visit Central Asia” MCHJ bo`yicha 2016 yil tashish hajmi dinamikasi

(ming kg)³⁰



³⁰ “Visit Central Asia” MCHJ ma`lumotlari asosida muallif ishlanmasi

Yuqoridagi diagrammaga asosan xulosa qilish mumkinki, yil davomida aprel, iyul, avgust, sentabr oylarida jamiyat yuk tashish bo'yicha yuqori ko'rsatkichlarga erishgan.

2.3. - jadval

**2016 yil uchun “Visit Central Asia” MCHJning moliyaviy-xo'jalik faoliyati
ko'rsatkichlari**

№	Ko'rsatkich nomlari	O'lchov birligi	Ko'rsatilgan xizmat hajmi	Ko'rsatilgan xizmat foydasi, ming so'm
1	Ortish-tushirish ishlari	t.tn	4492,2	913 959
	Shu jumladan qo'lda bajariladigan ortish-tushirish	t.tn	145,5	538 190
	NESTLE	t.tn	31,7	98 076
	Kozlovoy kran operatsiyalari	t.tn	69,3	131 664
	Kozlovoy kran konteyner operatsiyasi	dona	4220	61 618
	Ortuvchi mexanizmida ortish	t.tn	7,4	20 130
	Transportda ortish	t.tn	0,1	25
	Avtokranda operatsiyalar	t.tn	1,4	3 699
	Avtokranda operatsiyalar	t.tn	16,8	60 557
2	Saqlash	t.tn		663 861
	Shu jumladan, yuklarni saqlash	t.tn		122 113
	Shu jumladan, oddiy omborxonada	t.tn	7,9	11 868
	Bojxona rejimida	t.tn	30,3	109 985
	Avtomashinani bojxona rejimida saqlash	dona	9	260
	Konteynerlar	dona		541 748
	Shu jumladan, yuklanganlik 40 fut	dona	447	11 380
	Yuklangan 20 fut	dona	1123	10 323
	Yuklangan 20 fut	dona	804	3 951
	Yuklangan GM	dona	5141	315 754
	Yuklanmagan GM	dona	3376	200 340
3	Boshqa xizmatlar			185 240
	Shu jumladan, avtotransportni kirishi	mash.dona	9028	86 083
	Tarozida o'lchash	mash.dona	5859	52 001
	Xabar berish	marta	239	655
	Maslahat berish	marta	60	177
	Manevr berish	manevr	453	10 419
	Zakrutka qilish	o'rash	1049	2 923
	ZPU	plom.	231	2 772
	Og'zaki ma'lumot	marta	96	228
	Qo'shma faoliyat			49 327
	Omborni arendalash			3 442
	Omborxonada xizmati NESTLE			43 750
	Omborxonada xizmati GM			2 135
	Jami			1 812 387

Manba: "Visit Central Asia" MCHJ ma'lumotlari asosida muallif ishlanmasi

VCA ni faoliyatini rejalashtirishga oid ko'rsatkichlar tizimida iste'molchilarni turli logistik xizmatlarga bo'lgan ehtiyoji va ularni qondirish darajasi, iste'molchilarni tashishga bo'lgan ehtiyojini qondirishni rejalashtirilgan ishonchliligi va sifatiga ko'rsatkichlar ko'zda tutilmagan.

VCA texnik-ekspluatatsion va iqtisodiy-moliyaviy ko'rsatkichlar tizimida yuklarni iste'molchilarga etkazib berish sifatini belgilovchi eng muhim mezonlar o'z o'rnini topmagan. Bunday ko'rsatkich – mezonlar sifatida quyidagilarni ko'rsatish mumkin:

- iste'molchilarga yuklarni etkazib berish ishonchliligi;
- yuklarni etkazib berish texnologiyasi va boshqarilishini turli tashish sharoitlari va iste'molchilar talablariga moslashuvchanligi;
- xizmat ko'rsatishni har tomonlama to'laligi va ehtiyojlarni qamrab olishi;
- ko'rsatilayotgan transport xizmati narx-navosi.

2.4. - jadval

Asosiy vositalar samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar tahlili³¹

Ko'rsatkichlarning nomi (Asosiy vositalar)	2014y.	2015y.	2016y.	2016y.da 2014y.ga nisbatan farqi
Rentabelligi, %	45.8	52.2	16.43	-29,37
Daromadliligi, %	35.8	36.9	15.3	-20,5
Natijaviyligi, % (fond qaytimi)	16.7	28.6	7.13	-9,57

Manba: Korxonaga ma'lumotlari asosida muallif tomonidan tuzildi

Jadval ma'lumotlaridan ko'rinadiki, asosiy vositalarning 1 so'miga to'g'ri keladigan foyda summasi (rentabelligi) 2014 yilda 45.8% bo'lgan, 2015 yilda 52.2% gacha ortib 2016 yilda esa keskin kamaygan va 16.43% ni tashkil etgan yoki 29.37 punktga kamaygan. Buni ijobiy baholash mumkin emas, lekin umuman 16.43% rentabellik ancha yuqori ko'rsatkich hisoblanadi. Asosiy vositalarning 1 so'miga to'g'ri keladigan daromad summasida ham keskin sur'atlardagi kamayishni kuzatish mumkin. U davr oxirida 20,5 punktga kamaygan. Asosiy

³¹ "Visit Central Asia" MCHJ ma'lumotlari asosida muallif ishlanmasi

vositalarining 1 so'miga to'g'ri keladigan ishlab chiqarilgan mahsulot (fond qaytimi) summasining o'zgarishi 2014-2016 yillarda ijobiy bo'lib, oxirgi yilda keskin kamaygan va 7.13%ga tushib qolgan.

2.3. Mas'uliyati cheklangan jamiyatning moliyaviy barqarorligini ifodalovchi ko'rsatkichlar tahlili

Korxonalar moliyaviy holatini umumiy baholashdan keyingi moliyaviy tahlil bosqichi bo'lib, korxonalarining moliyaviy mustahkamligi (barqarorligi) tahlili hisoblanadi. Moliyaviy mustahkamlikni tahlil etishdan oddin moliyaviy mustahkamlikning mazmuni to'g'risida kelishib olishimiz lozim.

Iqtisodiy adabiyotlarning ko'pchiligida moliyaviy mustahkamlikka (barqarorlikka) va balans likvidligiga bir xil ta'rif berishadi va aniqlanayotgan ko'rsatkichni yoki moliyaviy mustahkamlik yoki balans likvidligi, ya'ni korxonalarining olingan qarzlarni qaytarib berish qobiliyatiga egalik deb tushuniladi. Moliyaviy mustahkamlik va balans likvidligi — bu o'z mazmuniga ega bo'lgan ikki xil moliyaviy ko'rsatkichlar bo'lib, korxonalar moliyaviy faoliyatini har xil nuqtai nazardan ifodalaydi. E.Akromovning “Korxonalarining moliyaviy holatining tahlili” deb nomlangan o'quv qo'llanmasida shunday deyiladi. Moliyaviy mustahkamlik ko'rsatkichi kompleks sifatidagi ko'rsatkich bo'lib, u:

- korxonalarining murakkab bozor munosabatlari davrida ishlab chiqarishni saqlanib qolish imkoniyatini;
- korxonalar mablag'laridan erkin ravishda foydalanish imkoniyati borligini;
- ishlab chiqarishni to'xtatmasdan, mahsulot sotish imkoniyati borligini;
- korxonalar faoliyatining umumiy mustahkamligini;
- korxonalar faoliyatiga to'g'ri boshqaruvlik qilinayotganligini;
- korxonalarda mavjud moliyaviy resurslarni bozor munosabatlarning talablariga javob berishligini;
- korxonalarining zaxira va xarajatlarga bo'lgan ehtiyojlarini qoplovchi manbalar borligi darajasini ko'rsatadi.

Demak, moliyaviy mustahkamlik korxonalar moliyaviy resurslarining shakllanishi va ulardan foydalanish bilan aniqlanadi. Korxonaning moliyaviy barqarorligiga korxonalarining butun xo`jalik, ishlab chiqarish faoliyatining hamma yo`nalishlari ta`sir qo`rsatadi. Unga ham ichki, ham tashqi omillar, shart-sharoitlar ta`sir etadi.

Ichki omillar sifatida quyidagilarni ko`rsatishimiz mumkin:

- korxonada ishlab chiqarishning barqarorligi;
- ishlab chiqarishni tashkil qilish;
- ishlab chiqarishni boshqarish;
- korxonada ustav jamg`armasining hajmi;
- korxonada xarajatlari va daromadlarining nisbati;
- o`zlik mablag`larining manbalari va korxonada majburiyatlarining nisbati;
- korxonada aylanma mablag`lari tarkibi.

Korxonalar o`z faoliyati davomida boshqa xo`jalik sub`ektlari bilan iqqisodiy aloqalarda bo`lar ekan, korxonalar moliyaviy barqarorligiga tashki omillar xam ta`sir etadi. Bunday omillar tarkibiga quyidagilarni kiritishimiz mumkin:

- korxonaning tovarlar bozoridagi holati;
- korxonaning eksport va import aloqalari;
- korxonaning boshqa korxonalar bilan ishga doir aloqalarda aktivligi;
- bank organlari, debitor va kreditor korxonalar bilan aloqalar;
- respublikada amalga oshirilayotgan iqtisodiy siyosat, soliq, narx-navo va moliya, bank siyosati, texnika, texnologiya siyosati.

Shunday qilib moliyaviy mustahkamlikka korxonada ichidagi va undan tashqaridagi vaziyat, omillar, shart-sharoitlar ta`sir ko`rsatar ekan, bundan ko`rinadiki, moliyaviy mustahkamlikning darajasi korxonalarining hozirgi va kelgusidagi faoliyatiga katta ta`sir ko`rsatadi. Masalan, moliyaviy mustahkamlikning darajasiga binoan korxonada quyidagi muammolar echiladi:

- korxonada xodimlariga o`z vaqtida ish haqi to`lab turish;

- ta`minlovchi va iste`molchi korxonalar bilan iqtisodiy aloqalarni kerakli darajada olib borish;
- banklardan olingan kreditlarni o`z vaqtida qaytarib turish;
- davlat byudjetiga tegishli soliq va to`lovlarni o`z vaqtida o`tkazib turish;
- boshqa korxonalar va tashkilotlardan olingan qarzlarni o`z vaqtida qaytarib turish;
- korxonalar xodimlarini moddiy rag`batlantirib borish;
- korxonalar jamoasining sotsial rivojlanishini ta`minlash;
- korxonalar texnikaviy darajasini ko`tarib turish.

Demak, moliyaviy mustahkamlik bir qancha omillar, shart-sharoitlar ta`sirining yakuni bo`lib, u o`z navbatida korxonalar faoliyatining ko`p tomonlariga ta`sirini ko`rsatar ekan. Moliyaviy mustahkamlik tahlilini boshlamasdan oldin yana bir muammoni hal qilib olsak. Bu moliyaviy mustahkamlik atamasining mazmuni haqidagi muammodir. Moliyaviy mustahkamlikning mazmuni shundan iboratki, moliyaviy mustahkamlikni o`lchash, baholash uchun foydalaniladigan ko`rsatkichlar tizimini chegaralab olish lozim.

Ma`lumki, korxonalar moliyaviy resurslarining shakllanish, taqsimlanish va foydalanish samaradorligi ularning umuman moliyaviy holati bo`lsa, moliyaviy mustahkamligi korxonalar faoliyatini faqat bir shaklini, yo`nalishini ifodalaydi.

Moliyaviy barqarorlik bu — korxonalar moliyaviy holatini zaruriy bir xil darajada turishini, pasaymasligini ifodalaydi.

Moliyaviy mustahkamlik albatta, nisbiy ko`rsatkichlar, zaxiralar va xarajatlar hamda ularni qoplovchi manbalar nisbati bilan aniqlanishi lozim. Zaxira va xarajatlar bilan ularni qoplovchi manbalar o`rtasidagi absolyut farq esa — moliyaviy mustahkamlikni ko`rsatmaydi. Ulardan faqat moliyaviy mustahkamlikni aniqlash uchun axborot bazasi sifatida foydalaniladi. SHunday qilib, iqtisodiy adabiyotlarda moliyaviy mustahkamlikni tahlil qilishda eng asosiy muammo, uning iqtisodiy mazmuni bo`yicha iqtisodchi olimlar o`rtasida kelishuvchanlik hali mavjud emas ekan.

Bozor sharoitida moliyaviy barqarorlik va to'lovga qobiliyatlilik korxonaning muhim iqtisodiy ko'rsatkichi hisoblanadi. Moliyaviy barqarorlik balansdagi ma'lumotlar asosida o'rganiladi. Undagi ko'rsatkichlarni bir-biri bilan taqqoslab, mablag'lar o'rtasidagi nisbat va o'zaro bog'lanish aniqlanadi. Korxonaning moliyaviy barqarorligini belgilovchi eng muhim ko'rsatkichlar quyidagilardan iboratdir:

1. Jami mablag'dagi korxonaning o'ziga qarashli mablag' ulushini qanchaligini hisoblash quyidagi tartibda topiladi:

$$\frac{\text{korxonaning o'zlik mablag'i}}{\text{jami mablag'i (balans jami)}} ; (2.1.)$$

Bunda o'ziga qarashli mablag' qanchalik ko'p bo'lsa, shunchalik moliyaviy barqarorlik yuqori bo'ladi.

2. Korxonadagi o'ziga qarashli mablag' bilan, qarzga olingan mablag'lar o'rtasidagi nisbat yoki bu quyidagi tartibda topiladi:

$$\frac{\text{qarzga olingan mablag'i}}{\text{o'ziga qarashli mablag'i}} ; (2.2.)$$

O'ziga qarashli mablag' ulushi ortgan sari moliyaviy barqarorlik kuchaya boradi.

3. Uzoq muddatli qarzlardan foydalanish koeffitsienti, ya'ni uzoq muddatli qarz mablag'larini korxonaning o'ziga qarashli va qarz mablag'lar summasining yig'indisiga bo'linadi yoki bu quyidagi tartibda aniqlanadi:

$$\frac{\text{uzoq muddatga olingan qarz mablag'i}}{\text{korxonaning o'z mablag'i + uzoq muddatga olingan qarz mablag'i}} ; (2.3.)$$

4. Korxonaning o'ziga qarashli mablag'larning chaqqon harakatchanlik koeffitsienti yoki bu quyidagicha topiladi:

$$\frac{\text{o'ziga qarashli aylanma mablag'i}}{\text{o'ziga qarashli jami mablag'i}} ; (2.4.)$$

5. Eskirishning jamlanish koeffitsienti yoki bu quyidagicha topiladi:

$$\frac{\text{asosiy vositalarning eskirish summasi}}{\text{asosiy vositalar + nomaterial aktiv}} ; (2.5.)$$

Bu ko`rsatkich balans ma`lumotlari bo`yicha topiladi:

6. Korxonada mulki tarkibidagi asosiy vositalarning aniq qiymati koeffitsienti, bu ko`rsatkich balans ma`lumotlari asosida hisoblanadi va quyidagicha topiladi:

$$\frac{\text{asosiy vositalar (qoldiq bahoda)}}{\text{jami sof mulk}} ; (2.6.)$$

7. Korxonadagi jami mulkning harakatchanligi (chaqqonlik) koeffitsienti, buni hisoblash quyidagicha bo`ladi:

$$\frac{\text{aylanma mablag`lar (zaxira va pul mablag`lari)}}{\text{jami mulk (balans jami)}} ; (2.7.)$$

Yuqorida keltirilgan ko`rsatkichlarni tahlil qilish korxonaning moliyaviy barqarorligini aniqlash va uning ahvolini baholashga yordam beradi.

Buxgalteriya balansi ma`lumotlari asosida moliyaviy koeffitsientlar quyidagi tartibda aniqlanadi:³²

1. Moliyaviy mustaqillik koeffitsienti xo`jalik yurituvchi sub`ektning moliyaviy holatini mablag`lari qarz manbalariga qaram emasligini tavsiflaydi, o`z mablag`larining xo`jalik mablag`lari umumiy summasidagi ulushini ko`rsatadi.

Moliyaviy mustaqillik koeffitsienti (me`yori 0.5 va undan katta bo`lishi kerak) quyidagicha aniqlanadi:

$$\frac{\text{o`z mablag`larining manbalari (480 satr)}}{\text{balans jami (780 satr)}} ; (2.8.)$$

$$2014y. 213586/291796 = 0,73$$

$$2015y. 227037/323715 = 0,7$$

$$2016y 399285/532769,5 = 0,74$$

2. **To`lov qobiliyati koeffitsienti** (Ktq) korxonaning debitorlar bilan o`z vaqtida hisob-kitob qilish hamda tayyor mahsulot va boshqa moddiy vositalarini sotishning qulay sharoitlarda sotish orqali baholanadigan to`liq imkoniyatlarini ko`rsatadi. U quyidagi formula asosida hisoblanadi:

$$K_{tq} = \frac{\text{Joriy (aylanma) aktivlar}}{\text{Joriy majburiyatlar}} = \frac{A_2}{P_2 - D_0} ; (2.9.)$$

³² Ваҳобов ва бошқ. Молиявий ва бошқарув таҳлили: Дарслик. – Т.: “Шарқ”, 2010. – 220 б.

Bu erda: A_2 – aylanma aktivlar (ishlab chiqarish zahiralari, tayyor mahsulot, pul mablag`lari, debitorlik qarzlari va hokazolar) (390 satr);

P_2 – majburiyatlar (qisqa muddatli qarzarlar, qisqa muddatli kreditlar, byudjet oldidagi qarzarlar, kreditorlik qarzlari va hokazo), buxgalteriya balansining 770 satri;

D_0 – uzoq muddatli qarzar va kreditlar, buxgalteriya balansining 490 satri

Agar to`lov qobiliyati koeffitsienti hisobot yilining oxirida 1.25 dan kichik bo`lsa korxonaga to`lov qobiliyatini yo`qotgan hisoblanadi

$$2014y. 263421,6/78210 = 3,02$$

$$2015y. 282376,9/96678,2 = 2,92$$

$$2016y 166130,1/133484,5 = 1,24$$

Xususiy va qarzar olingan mablag`lar nisbati koeffitsienti (K_{xq}) (joriy moliyaviy mustaqillik koeffitsienti) ularning shakllanish manbalarini inobatga olgan holda, pul mablag`lari bilan ta`minlanganlik darajasini aniqlaydi. U quyidagi formula asosida hisoblanadi:

$$K_{xq} = \frac{P_1}{P_2 - D_0} ; (2.10.)$$

Bu erda: P_1 – xususiy mablag`lar manbalari (Nizom jamg`armasi, qo`shilgan kapital, taqsimlanmagan foyda va hokazo) (480 satr).

P_2 – majburiyatlar (qisqa muddatli qarzarlar, qisqa muddatli kreditlar, byudjet oldidagi qarzarlar, kreditorlik qarzlari va hokazo), buxgalteriya balansining 770 satri;

D_0 – uzoq muddatli qarzar va kreditlar, buxgalteriya balansining 490 satri.

Agar xususiy va qarzar olingan mablag`lar nisbati koeffitsientining qiymati yil oxirida birdan kichik bo`lsa, korxonada moliyaviy xavf xatar (risk) mavjudliging alomati bo`ladi. Xususiy va qarzar olingan mablag`lar nisbati koeffitsientining kamayishi korxonaning moliyaviy xatarini ortishini bildiradi.

$$2014y. 213586/78210 = 2,73$$

$$2015y. 227037/96678,2 = 3,34$$

$$2016y 399285/133484,5 = 2,99$$

4. Zaxira va xarajatlarni o`z manbalari bilan qoplanganlik koeffitsienti (me`eri 1dan kichik bo`lishi kerak) quyidagi tartibda aniklanadi:

**O`z mablag`lari manbalari + uzoq muddatli
majburiyatlar — uzoq muddatli aktivlar (480+490—130 satr) ; (2.11.)
Tovar-moddiy zaxiralar (140 satr)**

2014y. (213586-186790)/ 231842= 0,11

2015y. (227037-186790)/ 251094= 0,16

2016y (399285-203491)/ 15629= 12

5. Mablag`larning chaqqon harakatchanlik (manyovrlashganlik) koeffitsienti (me`yori 0,2-0,5 bo`lishi kerak) quyidagi tartibda aniqlanadi:

**O`z mablag`lari manbalari + uzoq muddatli
majburiyatlar — uzoq muddatli aktivlar (480+490—130 satr) ; (2.12.)
O`z mablag`larining manbalari (480 satr)**

2014y. (213586-186790)/ 213586= 0,12

2015y. (227037-186790)/ 227037= 0,18

2016y (399285-203491)/ 399285= 0,49

2.5. - jadval

Moliyaviy koeffitsientlar tahlili

Qo`rsatkichlar	2014 yilga	2015 yilga	2016 yil ga	2016 yili 2014 yilga nisbatan o`zgarishi (+,-)
1	2	3	4	5=4-2
1. Moliyaviy mustaqillik koeffitsienti	0,73	0,7	0,74	+0,01
2. To`lov qobiliyati koeffitsienti	3,02	2,92	1,24	-1,78
3. Xususiy va qarzga olingan mablag`lar nisbati koeffitsienti	2,73	3,34	2,99	+0,26
4. Zaxira va xarajatlarni o`z manbalari bilan qoplanganlik koeffitsienti	0,11	0,16	0,12	+0,01
5. Mablag`larning chaqqon harakatchanlik koeffitsienti	0,12	0,18	0,49	0,37

Manba: Korxonada ma`lumotlari asosida muallif tomonidan tuzildi

Yuqoridagi 2.5.-jadval ma'lumotlariga ko'ra, «Visit Central Asia» MCHJning moliyaviy ahvoriga to'g'ri baho berish uchun buxgalteriya balansiga asoslangan holda moliyaviy koeffitsientlardan foydalanamiz. Shunga ko'ra, korxonaning moliyaviy mustaqillik koeffitsienti 2014 yilga nisbatan 0.01 koeffitsientga yoki 1 % ga o'sgan. To'lov qobiliyati koeffitsienti 2014 yilga nisbatan 1.78 punktga kamaygan. Mazkur koeffitsientlarning bunday tartibda o'zgarishi korxonaning moliyaviy holatini joriy 2014 yilga nisbatan 2016 yilda birmuncha notekis o'zgarib borayotganligidan dalolat beradi. Bundan tashqari korxonada xususiy va qarzga olingan mablag'lar nisbati koeffitsientining 2016 yili 2014 yilga nisbatan ortganligini ham ijobiy baholamoq lozim, ya'ni bu korxonada majburiyatlarining qisqarganligidan dalolatdir, davr boshiga nisbatan 1.78 punktga ortgan. Xususiy va qarzga olingan mablag'lar nisbati koeffitsientining qiymati yil oxirida birdan kichik bo'lsa, korxonada moliyaviy xavf xatar (risk) mavjudligining alomati bo'ladi. Mablag'lar harakatchanligi esa 2014 yilga nisbatan 2016 yilda 0.37 punktga o'sgan. Bu esa korxonada aylanma mablag'larga bo'lgan talabni yanada to'laroq qondirib borish imkonini beradi. Umuman olganda korxonada ma'lumotlari asosida uning moliyaviy koeffitsientlari o'rganilganda, ushbu koeffitsientlarning o'zgarishi ijobiy bo'lgan.

Ikkinchi bob bo'yicha xulosalar

Ushbu bobda «Visit Central Asia» MCHJning texnik ekspluatatsiya va iqtisodiy ko'rsatkichlari, «Visit Central Asia» MCHJda transport xizmati ko'rsatishni tashkil etish va tartibga solish hamda «Visit Central Asia» MCHJning ishlab chiqarish–xo'jalik faoliyati tahlil qilindi va tahlil natijalarini ijobiy deb baholash mumkin. «Visit Central Asia korxonasining yuk tashish bo'yicha 2016 yildagi, «Tranzit yuk terminali» filialining saqlash, ortish-tushirish bo'yicha 2016 yildagi daromad va xarajatlar hamda «Visit Central Asia korxonasi» tashish hajmi bo'yicha 2016 yildagi ko'rsatkichlari tahlil qilindi.

Korxonada faoliyatini tahlil qilish asosida terminalni tarkibiy tuzulmasi va biznes rejasi ishlab chiqilgan. Terminal ishi yuk va konteynerlarni ortish tushurish, yuk va konteynerlarni saqlash yo`nalishlariga asoslangan,

Kuzatishlar asosida terminal xizmatining asosiy kelajagi aniqlandi. “O`z kimyo sanoat” OAJ, “O`z sanga” QK, “O`z xanva” QK va “O`z avtomat” yuk kompaniyalarining yuklariga qiyin xizmat qo`rsatish kuzatilayotganligi aniqlandi.

Moliyaviy tahlilning muhim xususiyatlaridan biri korxonada mulki, zaxiralar va xarajatlarni har tomonlama o`rganishdir. Bunday mablag`lar tarkibiga ishlab chiqarish zaxiralari, ya`ni xomashyo va materiallar, sotib olingan yarim fabrikatlar va komplektlovchi buyumlar, konstruktsiya va detallar, ikkilamchi materiallar va o`rnatilgan asbob-uskunalar, ehtiyot qismlar, arzon baholi va tez eskiruvchi buyumlar va boshqalar kiradi. Ular korxonaning bir me`yorida ishlashi hamda mahsulot ishlab chiqarishi va shartnoma bo`yicha sotish rejasini ta`minlashga etarli bo`lishi lozim.

Korxonada elektron tijorat va internet logistikaning zamonaviy usullari keng joriy etilmagan.

III BOB. Respublikamizda elektron tijoratni rivojlantirish istiqbollari

3.1. O'zbekistonda elektron tijoratni tashkil etish va rivojlantirish yo'nalishlari

O'zbekistonda axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini keng qo'llash hamda "axborotlashgan jamiyat" sari intilish maqsadida bir qancha tadbirlar va dasturlar ishlab chiqilgan. Ammo, bu borada qilingan ishlardan kelgusida qilinishi kerak bo'lgan ishlar ko'lami nihoyatda kengdir. Jahonda axborot-kommunikatsiya sohasi rivoji juda tezlik bilan ro'y berayotganligi sababli bu boradagi faoliyat o'ta mas'uliyatli yondoshuvni talab qiladi.

Kelgusida axborot-kommunikatsiya tizimi rivojini Respublika iqtisodiy taraqqiyotining bosh yo'nalishlaridan biriga aylantirish uchun quyidagi vazifalarni birinchi o'rinda hal qilish talab etiladi:

- iqtisodiy hamda huquqiy muhitni davr talablariga mos ravishda takomillashtirish;

- aloqa va axborotlashtirish sohasida mulkiy munosabatlarni erkinlashtirish va axborot-kommunikatsiya xizmatlari bozori rivojini davlat tomonidan qo'llab-quvvatlashni kuchaytirish;

- sohada faoliyat ko'rsatayotgan firma va kompaniyalar faoliyatini rag'batlantirish mexanizmini shakllantirish;

- sohaning respublikada tarkib topayotgan bozor munosabatlari talablariga mos oqilona boshqaruv tizimini yaratish va bu yo'nalishda chuqur sifat o'zgarishlarini amalga oshirish lozim. Tabiiyki bunday sifat o'zgarishlari boshqaruv tizimini takomillashtirish muammolarini yechishga qaratilgan chuqur ilmiy tadqiqotlar olib borishni taqozo etadi.

Ilk marotiba O'zbekistonda elektron tijorat faoliyati O'zbekiston Respublikasining "Elektron tijorat to'g'risida"gi 2004 yil 29 apreldagi 613-II son Qonuni bilan belgilandi. Elektron tijorat Internet tarmog'idagi tijorat sohasiga oid faollikni, unda oldi-sotdini amalga oshirilishini ifodalash uchun qo'llangan edi. 2015 yilning 22 mayda "Elektron tijorat to'g'risida" gi O'zbekiston

Respublikasining qonuni yangi tahrirda e'lon qilindi. 2004 yildagi qonun 14 ta moddadan iborat bo'lsa, yangi taxrirdagi qonunda 20 ta modda mavjud. Ushbu qonunga muvofiq avvalgi qonun hujjatidan farqli ravishda yangi qonunda elektron tijoratning asosiy prinsiplari 4- moddada ko'rsatilgan. 5- moddasida elektron tijorat soxasidagi davlat siyosati va asosiy yo'nalishlari belgilab berilgan. Yana bir farqli tomoni shundan iboratki, yangi taxrirdagi qonunda axborot vositachisi tushunchasi kiritilgan bo'lib, qonunning 12 moddasida kimlar vositachi hisoblanishi belgilab qo'yilgan. SHu bilan birga qonunning 17 moddasida elektron tijoratda davlat xaridlari va korporativ xaridlarni amalga oshirish belgilangan. U kompyuter tarmog'idan foydalangan holda xarid qilish, sotish, servis xizmatini ko'rsatishni amalga oshirish, marketing tadbirlarini o'tkazish imkoniyatini ta'minlaydi.

Mamlakatimizda elektron tijorat yanada rivojlantirishga bir qancha to'siqlar mavjud bo'lib, ulardan quyidagilarni ko'rib chiqamiz:

1. Elektron do'konlarda mahsulot bozordagidan ko'ra narxi qimmat (bu erda hali yetkazib berish xizmati haqqi hisobga olinmagan holda). Aslida elektron do'konlardagi mahsulot narxi do'konning ijara puli yo'qligi, xaridorga oylik maosh to'lanmasligi kabi xarajatlardan xoli bo'lgani sababli nisbatan arzon bo'lishi kerak.

2. Muhit o'zgarishi omili. Axborot-kommunikastiya infratuzilmasi bugungi kunda tez sur'atlarda o'zgarishi: AKTni rivojlanish ko'rsatkichlari mamlakatimizning barcha nuqtalarida bir xil emas. Zamonaviy optik tolali tarmoq qurish ishlari shu bugungi kunga qadar davom etib kelmoqda va nixoyasiga etkazish muddati nomalumligicha qolib turibti. Elektron tijorat faoliyati bilan shug'ullanish imkoni faqat katta shaharlardagina mavjud. Qishloq joylarda internet juda kam ishlatiladi. Chunki AKTdan foydalanish ko'rsatkichlarining pastligi elektron tijorat bilan shug'ullanish imkoniyatini etarlicha cheklab qo'yadi.

3. Tadbirkorlar tomonidan elektron tijorat imkoniyatlarini aniq tasavvur qila olmasliklari va elektron tijorat, elektron hujjat almashinuvi, elektron raqamli imzo kabi tushunchalardan ko'pgina tadbirkorlar bir muncha yiroqligi.

Tadbirkorlarimizning elektron tijoratni o'z bizneslarida foydalanish darajasi o'ta past. Tadbirkorlarimiz elektron tijoratdan foydalanish samaradorligini etarlicha baxolay olmasliklari va natijada elektron tijorat istiqbollarini aniq tasavvur qila olmayaptilar.

4. O'rta va katta yoshdagi aholi o'rtasida kompyuter savodxonligining pastligi. AKT texnologiyalarining tezda mamlakatimiz hayotiga singishiga asosiy to'siq bo'lib turgan jarayon - aholining o'rta va katta yoshdagi qatlamining AKT savodxonlik darajasining pastligidir.

5. Mamlakatimizda faoliyat yuritayotgan banklar tomonidan internet tizimida to'lovlarni amalga oshirish bo'yicha xizmatlarning (Internet-banking) to'liq yo'lga qo'yilmaganligi. Banklarimiz faoliyat olib borishlarida asosan konservativ usulda faoliyat borishga moyilliklari ancha kuchli. Banklar elektron tijorat rivojlanishiga mos ravishda faoliyatlarda innovastion xizmat ko'rsatish tizimlarini kirishlari lozim.

6. Elektron to'lov tizimlarining barcha sohalar bo'yicha keng qo'llanmaganligi. Elektron to'lov tizimlarini rivojlantirib, banklar bilan xamkorlikda faoliyatlarini takomillashtirishlari lozim. Bu jarayonni yo'lga qo'yilmasligi elektron tijoratni sohalar bo'yicha rivojlanishiga to'sqinlik qilmoqda.

Yuqoridagilardan tashqari respublikamizdagi biznes sub'ektlari va umumiy iqtisodiy vaziyatdan kelib chiqqan omillarni ham aytib o'tishimiz mumkin. Hozirgi kunda O'zbekistonda nafaqat on-layn xaridorlar, balki on-layn sotuvchilarning ham soni juda kam, ya'ni tadbirkorlarning mazkur sohadagi faolliklari rivojlantirishni talab etadi. Internetdan foydalanuvchilarning katta qismi tarmoqqa xarid uchun emas, balki shunchaki «tomoshabin» bo'lib kirishadi. Eng asosiy omillardan yana biri bu Internet-marketing va reklama bo'yicha mutaxassislarning faoliyatini takomillashtirishdir. Bizning fikrimizcha, elektron tijoratni rivojlantirish tovar tuzilmasiga qarab ikki yo'nalishda amalga oshirilishi mumkin:

Birinchisi iste'mol tovarlari va milliy an'ana, milliy tusda taqdim etiladigan, faqatgina xalqimiz urf odatlari, an'analaridan kelib chiqqan xolda foydalanuvchi tovar va xizmatlar. Bularga iste'mol muddati qisqa bo'lgan mahsulotlarni xaridini,

dori darmon vositalari xaridini, xo'jalik mollari xaridini etkazib berish kabi xizmatlarni yo'lga qo'yish orqali erishish mumkin. Ushbu elektron tijorat turi ma'lum bir xudud uchun mo'ljallangan bo'lishi lozim. Misol uchun Toshkent shaxri bo'yicha sut mahsulotlarini sotishni yo'lga qo'ygan taqdirda ham, har bir tuman uchun alohida marshrutlarni tayyorlash lozim bo'ladi. Odatda chet el mamlakatlari elektron do'konlarda mahsulot xarid qilar ekanlar mahsulotlarning narxi an'anaviy do'kondagi mahsulot narxidan bir muncha arzon bo'ladi. Bunga virtual do'konni ijara xizmatlari yo'qligi, sotuvchilarga maosh xaqi kabi xarajatlarni yo'qligi sabab bo'ladi. Mamlakatimiz aholisini bunday elektron tijoratdan foydalanishga o'rgatish mamlakat aholisini axborot madaniyatini kuchaytirishga bevosita ta'sir ko'rsatadi.

Ikkinchisi, umumiy mahsulotlar bo'lib, ularga texnika, texnologiya, kiyim kechak va umuman barcha eksport uchun mo'ljallangan mahsulotlar kiradi. Aynan elektron tijorat orqali chet el xamkorlari bilan biznes jarayonlarini yo'lga qo'yish imkoniyati paydo bo'ladi.

Elektron tijoratni rivojlantirishning bu ikkala usulida xam o'ziga yarasha xal etilishi lozim bo'lgan vazifalari mavjud:

Birinchi yo'nalishda mahsulot etkazib berish logistikasi puxta yo'lga qo'yilgan bo'lishi lozim. Mahsulotni xaridorga imkon qadar tez va sifatli etkazib berish o'ta muxim hisoblanadi. Shu bilan birga mahsulot uchun pul to'lovi masalasi xam bugungi kunda xal etilmagan muammo bo'lib turibti, sababi bugun elektron tijorat bilan shug'ullanuvchi asosiy firmalar mahsulotni naqd pulga sotadilar.

Ikkinchi yo'nalishda birinchi masala bu internet marketing. Internetda jaxon bozori kon'yunkturasini o'rganish, qaysi saytlarga reklama qo'yish, o'z mahsuloti uchun yo'naltirilgan segmentni belgilab olish, til masalasi va pul birligi masalasi bugungi kunda elektron tijorat bilan shug'ullanuvchi firma va kompaniyalar imkoniyatlarini cheklab qo'ymoqda.

Biroq ikkala yo'nalish uchun umumiy bo'lgan internet bilan ta'minlanganlik va internet tezligi muammosi eng dolzarb hisoblanadi.

Vazirlar Mahkamasining 2016 yil 2-iyundagi 186-sonli Qarori asosida “Elektron tijoratni amalga oshirish Qoidalari” tasdiqlandi.³³

Mazkur hujjatda ta'kidlanishicha, ulgurji va chakana savdoni tartibga soluvchi qonunchilik, o'z navbatida elektron tijoratga nisbatan ham qo'llanadi. Biroq, elektron tijoratning bir qator o'ziga hos xususiyatlari mavjud. Shulardan biri – bu turg'un savdo shoxobchalaridan tashqarida va nazorat-kassa mashinalaridan foydalanmasdan yuridik shaxslar tomonidan chakana va ulgurji sotishga, shuningdek yakka tadbirkorlar tomonidan elektron tijorat shaklida tovarlarni chakana sotishga yo'l qo'yilishidir.

Shundan kelib chiqqan holda, elektron tijoratda maxsus inventar, mahsulotlarni ko'rgazma taxtachalarida namoyish etish talab etilmaydi. Elektron tijorat shaklida tovarlarni sotishda ish joylaridan tashqarida tarozilardan va boshqa o'lchov asboblardan foydalanishga yo'l qo'yiladi.

Shartnomaga ilova sifatida tovarlarni (ishlar, xizmatlarni) jismoniy shaxslarga, shuningdek chakana savdo bilan shug'ullanuvchi yuridik shaxslarga elektron tijorat shaklida ulgurji va mayda turkumlar bilan sotishda xaridor (buyurtmachi) joylashgan joy bo'yicha davlat soliq xizmati organining turg'un savdo shoxobchasi mavjudligi va nazorat-kassa mashinasi ro'yxatdan o'tkazilganligi to'g'risidagi ma'lumotnomasi talab qilinmaydi. Shuningdek, elektron tijoratda sotib olingan mahsulot uchun naqd pul bilan to'lash nazarda tutilmagan.

Elektron tijoratda to'lovlar faqat quyidagi usullar bilan amalga oshiriladi:

- bank plastik kartalaridan foydalangan holda to'lovlarni qabul qilish bo'yicha hisob-kitob terminalini qo'llash orqali;
- shaxsiy kabinet yoki chakana to'lovlar tizimi orqali (onlayn-to'lov) bank plastik kartasidan mablag'larni o'tkazish vositasida;
- bank hisob raqamidan pul mablag'larini o'tkazish vositasida.³⁴

³³ lex.uz-Vazirlar Mahkamasining 186-sonli Qarori -“Elektron tijoratni amalga oshirish Qoidalari” 2016 yil 2-iyun

³⁴ <http://victory.uz/uz/электрон-тижорат-учун-назорат-касса-м/>

Mazkur tijorat turining ya'na bir o'ziga xos farqli tomoni – tovarlar sotuvchining o'z avtomobil transportida yetkazib berilganda O'zbekiston Respublikasi hududida avtomobil transportida yo'lovchilar va yuklarni shaharda, shahar atrofida, shaharlararo va xalqaro tashishlarga litsenziya olish talab etilmaydi.

Elektron tijorat axborot tizimida (vab sahifada) ofertani (taklifni) joylashtirish va ofertaga aksept olish yo'li bilan amalga oshiriladi. Shartnoma, uni tomonlar imzolagan vaqtdan emas, balki shartnomaning o'zida boshqacha hol nazarda tutilmagan bo'lsa, oferta yuborgan taraf tomonidan boshqa taraf yuborgan aksept olingan paytdan boshlab tuzilgan deb e'tirof etiladi.

Elektron tijoratda aksept:

- uning elektron raqamli imzo bilan tasdiqlanishini nazarda tutuvchi elektron hujjat tarzida;

- matnida elektron tijorat ishtirokchisining roziligi bildirilgan matn bo'lgan elektron xabar tarzida;

- ofertada ko'rsatilgan shartlarni bajarish bo'yicha harakatlarni sodir etish orqali akseptni amalga oshirish yo'li bilan tuzilishi mumkin.

Bundan tashqari, Elektron tijoratda sotuvchi va xaridor o'rtasida vujudga keladigan munosabatlarning ya'na bir o'ziga xos tomoni – axborot vositachilarining ham mavjud ekanligidir. Axborot vositachilari qatoriga quyidagilar kiradi:

- elektron tijorat ishtirokchilarining elektron hujjatlari va elektron xabarlari aylanishi bo'yicha xizmatlar ko'rsatuvchi telekommunikatsiya tarmoqlari operatorlari va provayderlari;

- elektron tijorat ishtirokchilarining to'lov tizimlaridan foydalanilishini va to'lovlar o'tkazilishini ta'minlash bo'yicha xizmatlar ko'rsatuvchi banklar;

- elektron yarmarkalar, kimoshdi savdolari va tanlovlar tashkil etilishini amalga oshiruvchi yuridik shaxslar;

- elektron tijorat ishtirokchilarining elektron hujjatlari va elektron xabarlarini saqlash bo'yicha xizmatlar ko'rsatuvchi yuridik shaxslar.

– Moliyaviy xizmatlarning onlayn imkoniyatlarini kengaytirish maqsadida Yagona Umumrespublika Protsessing Markazi Woy-wo' to'lov portali mobil ilovasida savdo terminalidan foydalanilmagan holda QR-kod orqali to'lov yangi tizimini joriy qildi.

– Dastlab ushbu xizmat "Uzcard" to'lov portali mobil ilovasida mavjud edi. Hozirda Woy-wo' mobil ilovasida ham QR-kod orqali to'lovlarni amalga oshirish mumkin.

– Yagona Umumrespublika Protsessing Markazi QR-loyihasi g'oyasi quyidagicha: bank to'lov kartasini smartfonga bog'lab olib, so'ng ushbu ilovani savdo shoxobchalarida hisob-kitoblarni amalga oshirish uchun foydalanish. To'lovning bunday usuli sotuvchi uchun ham xaridor uchun ham odatiy bank plastik kartasidan amalga oshiriladigan to'lov shaklidan qulayroqdir. Misol uchun, kartani qabul qilish uchun sotuvchiga savdo terminali talab etilmaydi. Xaridor uchun esa smartfon o'rnini bosadigan karta solingan hamyondan voz kechish imkoniyati paydo bo'ladi. Ayni paytda, karta ma'lumotlarining xavfsizlik darajasi oshadi: kartani sotuvchiga taqdim qilish yoki Internetdagi saytlarda uning rekvizitlarini kiritishga hojat qolmaydi.

– Ta'kidlash joizki, QR-kod orqali to'lov xaridor uchun mutlaqo bepul, ya'ni ushbu xizmat uchun undan hech qanday qo'shimcha to'lov undirilmaydi. Albatta, mobil telefondagi Internet xizmati uchun olinadigan to'lovni hisobga olmaganda.

– Foydalanuvchi savdo shoxobchasiga kelib, muayyan xizmat uchun to'lovni mobil telefoni orqali amalga oshirishi mumkin. Buning uchun "Woy-wo'" mobil ilovasini yuklab olishi va ishga tushirishi hamda mobil ilova menyusida QR-kod orqali to'lovni tanlashi zarur. Keyin esa QR-kod menyusiga kirishi va kamera ob'ektivini kodga qaratishi, ma'lumotni olishi va yakunda to'lovni amalga oshirish zarur.

Merchant (Ingliz tilidan olingan bo'lib, Merchant –tujjor, savdogar – biznesda foydalanishga mo'ljallangan keng tasnifdagi moliyaviy xizmatlar uchun qo'llaniladigan atama.Aksariyat holatlarda ushbu atama bank plastik kartalari yordamida to'lovlarni qabul qilish xizmatiga tegishlidir) muayyan xizmat to'lovi

uchun QR-kod aks etgan bannerni yaratish uchun o‘zining shaxsiy kabinetiga kirishi zarur. U yerda banner generatsiya uchun zarur bo‘lgan parametrlarni kiritishi lozim. Shuningdek, QR-kod menyusiga kirishi va QR-kod generatsiyasini amalga oshirishi kerak. Buning uchun quyidagi qatorlar to‘ldiriladi:

1. Banner matni (Sizning savdo belgingizning nomi yoki xohishingizga ko‘ra, boshqa matn: tovarning nomlanishi, uning bahosi yoxud xohishingizga ko‘ra istalgan boshqa matn).

2. Banner shakli – banner chop etiladigan qog‘oz varog‘i yo‘sini: “portret” yoki “landshaft”.

3. To‘lov summasi – ushbu qatorga agarda foydalanuvchi uni o‘zgartira olmasligini istasangiz tovar yoki xizmat uchun summani kiriting yoxudushbu qatorni bo‘sh qoldiring. Bunday holatda, to‘lovni amalga oshirish paytida foydalanuvchi summani o‘zi ko‘rsatishi mumkin. Agarda sizda turli narxlarda faqat cheklangan miqdordagi tovar va xizmatlar bo‘lsa, unda har bir tovar va xizmat uchun aynan ma'lum bo‘lgan summadagi alohida-alohida QR-kodli bannerlarni yaratish va summani to‘lovni amalga oshirish paytida kiritishga imkon qoldirmaslikni tavsiya qilamiz.

4. Kiritib bo‘lgach, QR-kodli PDF-faylni shakllantirish uchun “QR-kod generatsiyasi” tugmachasini bosiladi. Keyin esa generatsiya qilingan QR code yuklab olinadi va saqlab qo‘yiladi. Tayyor QR-kod Merchant generatsiyadan keyin tayyor QRni printerda qog‘ozga chiqarib olishi mumkin. Agarda brauzer qog‘ozga chiqarib olish funksiyasiga moslangan bo‘lsa, PDF-fayl to‘g‘ridan-to‘g‘ri brauzerdan qog‘ozga chiqarib olinishi mumkin. Shuningdek, PDF-fayllar bilan ishlash uchun maxsus dasturlar ham mavjud: Adobe Acrobat Reader yoki Foxit Reader).

3.1.-rasm

Woy-wo’ mobil ilovasida ham QR-kod



Yagona Umumrespublika Protsessing Markazi mutaxassislarning ta'kidlashicha, QR-kodlarni kundalik hayotda elektron to'lovlarni amalga oshirishdagi vosita sifatida qo'llanilishi aholi va savdo va xizmat ko'rsatish korxonalariga yangi imkoniyatlar va qulayliklar yaratadi.

Internet do'konlar va internet birja. Bugungi kunda "Internet do'kon" nomi ostida turli ko'lam va maqsaddagi yechimlarning keng spektri taklif qilinmoqda. Websum elektron to'lov tizimidan foydalanadigan internet do'konlar quyida keltirilgan:



UzEx internet birja – bu shaxsiy kompyuter orqali UzEx savdo maydonchalarida savdo qilish imkoniyatini beruvchi global milliy savdo maydonchasi. Ushbu savdo tizimi, iPAY tizimi foydalanuvchilariga, maksimal qulayliklar bilan osongina o'z tovarlarini sotish va kerakli tovarlarni harid qilish imkonini beradi.

3.2.–rasm

Uzbex.com O'zbekiston global savdo tizimi

To‘lovlarning bankdan tashqari sektorini rivojlantirishning keyingi bosqichi bu mobil to‘lovlar tizimlari bo‘ldi.

O‘zbekistonda Uzcard tizimi tadbiiq etilganligi va har qaysi vaqt va har qaysi joydan mobil moslamalar va kompyuterlar yordamida to‘lovlarni amalga oshirish imkonini bergan bir qator loyihalar joriy etilganligi tufayli elektron tijorat jadal rivojlanmoqda. Hozirda Click, MBank, Sms T'olov kabi onlayn rejimda xizmatlarga to‘lash vositalari muvaffaqiyatli faoliyat ko‘rsatmoqda. Odamlar uylaridan chiqmay Mytech.uz, Esavdo.uz, Uzbekmarket.uz, Bozor.uz kabi internet-do‘konlarda, shu jumladan, oziq-ovqat, kiyim-kechak, texnika, parfyumeriya, xo‘jalik tovarlari va hatto mebelni xarid qilishlari mumkin.

3.2. Elektron tijoratni rivojlantirishda chet el tajribasi va uni O‘zbekiston sharoitida tadbiiq etish yo‘llari

Elektron tijorat rivojlanishida xorij tajribasini o‘rganib chiqar ekanmiz, elektron tijorat rivojlanish darajasi shu mamlakatdagi axborot infratuzilmasiga bevosita bog‘liq xolda rivojlanishini guvoxi bo‘ldik. Mamlakatning axborot infratuzilmasi o‘z navbatida axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining (AKT) rivojlanganlik darajasi, axborot tarmoqlarning(internet tarmog‘i,) mavjudligi va bu

tarmoqlarga har bir fuqaroga kirish imkoniyatining mavjudligi, axborot-kommunikatsiya texnologiyalari sohasining kadrlar bilan ta'minlanganlik darajasi, jamiyatning AKTdan foydalanish darajasi kabi omillarga bog'liq ekan.

Bu ko'rsatkichlarning mavjudligi elektron tijoratning rivojlanishini taqozo etadi. Jahonda rivojlangan axborot infratuzilmasiga ega davlatlar kamchilikni tashkil qiladi. Chunki bu turdagi infratuzilmani yaratish etarlicha katta mablag` talab qiladi. Elektron tijorat rivojlanishini kuzatadigan bo'lsak, har bir yangi texnologiyani qo'llanilishi, bu sohada yetarli siljishni olib keladi. Ko'pgina davlatlar keyingi iqtisodiy rivojlanish aynan elektron tijoratga bog'liqligini anglashdi.

Hozirgi kunda axborot texnologiyalari sanoati sohasida raqobat juda keskin tus olmoqda. Asosan rivojlangan davlatlarda bu sohani rivojlantirish uchun etarlicha investitsiya kiritilyapti. International Telecommunication Union (ITU) ma'lumotlariga ko'ra IKTni rivojlanish indeksi quyidagi jadvalda keltirilgan

3.1-jadval

Mamlakatlar kesimida axborot kommunikatsiya texnologiyalarini joriy etishning rivojlanish indeksi³⁵

³⁵ <http://www.itu.int/net4/ITU-D/idi/2016/>

IDI 2016 Rank					
IDI 2016 Rank	Economy	IDI 2016 Value	IDI 2015 Rank	IDI 2015 Value	Rank Change
1	Korea (Rep.)	8.84	1	8.78	—
2	Iceland	8.83	3	8.66	↑
3	Denmark	8.74	2	8.77	↓
4	Switzerland	8.68	5	8.50	↑
5	United Kingdom	8.57	4	8.54	↓
6	Hong Kong, China	8.46	7	8.40	↑
7	Sweden	8.45	6	8.47	↓
8	Netherlands	8.43	8	8.36	—
9	Norway	8.42	9	8.35	—
10	Japan	8.37	11	8.28	↑
11	Luxembourg	8.36	10	8.34	↓
12	Germany	8.31	13	8.13	↑
107	Philippines	4.28	106	3.97	↓
108	Botswana	4.17	109	3.79	↑
109	Paraguay	4.08	107	3.88	↓
110	Uzbekistan	4.05	110	3.76	—
111	Bolivia	4.02	117	3.49	↑

Bu ko'rsatkich dunyo mamlakatlarini AKT rivojlanish nuqtai nazaridan erishgan yutuqlarini xarakterlaydi. Bu indeksdan global, regional va milliy darajada solishtirma taxlil o'tkazuvchi ko'rsatkich sifatida foydalaniladi. Ushbu indeks AKT rivojlanishiga bevosita ta'sir qiladigan bir nechta omillarning baholash orqali o'lchangan. Bu omillar quyidagilar:

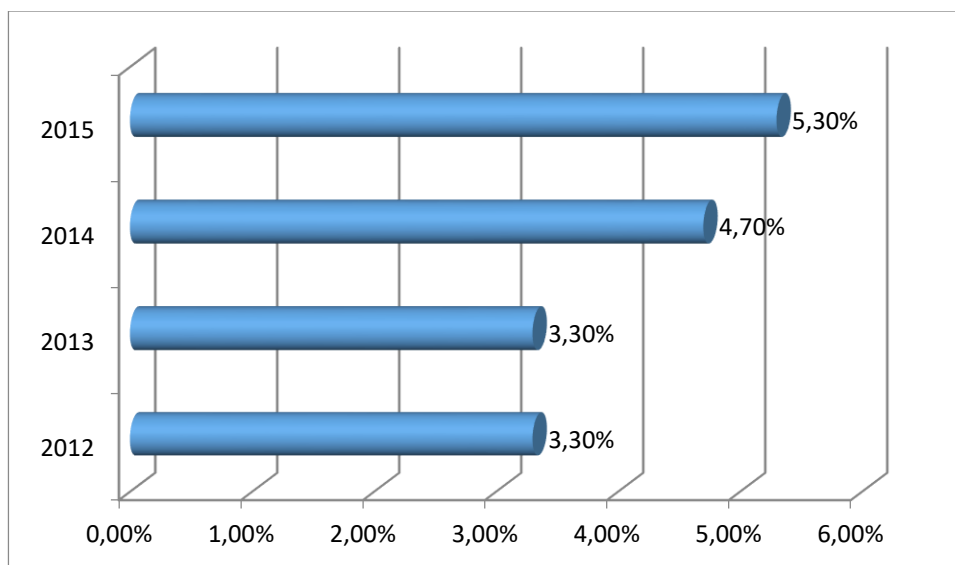
- AKTdan foydalanish darajasi;
- 100 kishiga to'g'ri keluvchi statsionar va mobil telefonlar soni;
- Internetdan foydalanuvchilar soni;
- Kompyuterdan foydalanuvchi uy xo'jaliklari soni;

– Aholini ma'lumotlilik darajasi va h.k.

Elektron tijorat yil sayin yangi texnologiyalar paydo bo'lishi, internet tezligini oshishi bilan butun jaxonni qamrab olmoqda. Elektron tijorat orqali amalga oshiriluvchi savdoda xalqaro tovar aylanmasi yildan yilga o'sib bormoqda. Bu quyidagi diagrammada keltirilgan:

3.1.-diagramma

Xalqaro tovar aylanmasining o'sish dinamikasi³⁶

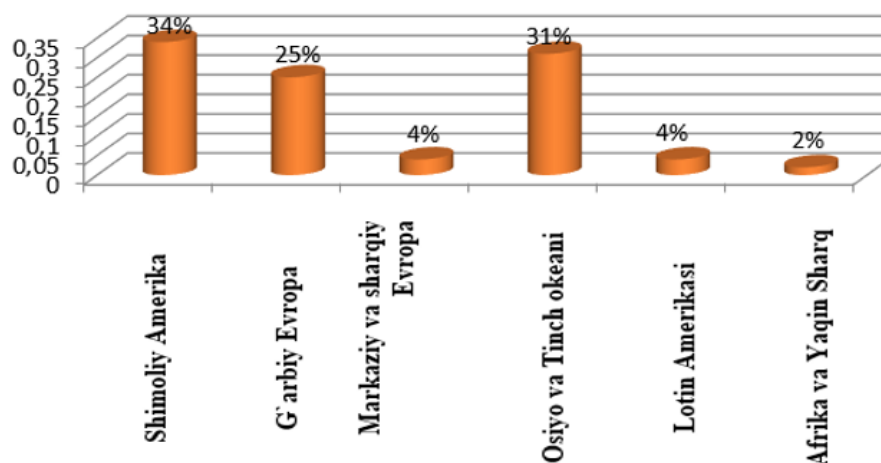


3.1. - diagrammada keltirilgandek, xalqaro tovar aylanmasining o'sish dinamikasini 2012 yildan 2015 yilgacha keltirilgan bo'lib, 2013 yilga nisbatan 2015 yilda xalqaro tovar aylanmasi 2% ga oshgan. Aynan regional xolatda qanday ekanini aniqlash uchun xalqaro internet orqali savdo strukturasi ko'rib chiqamiz.

³⁶ <http://www.itu.int/net4/ITU-D/idi/2016/>

3.2. - diagramma

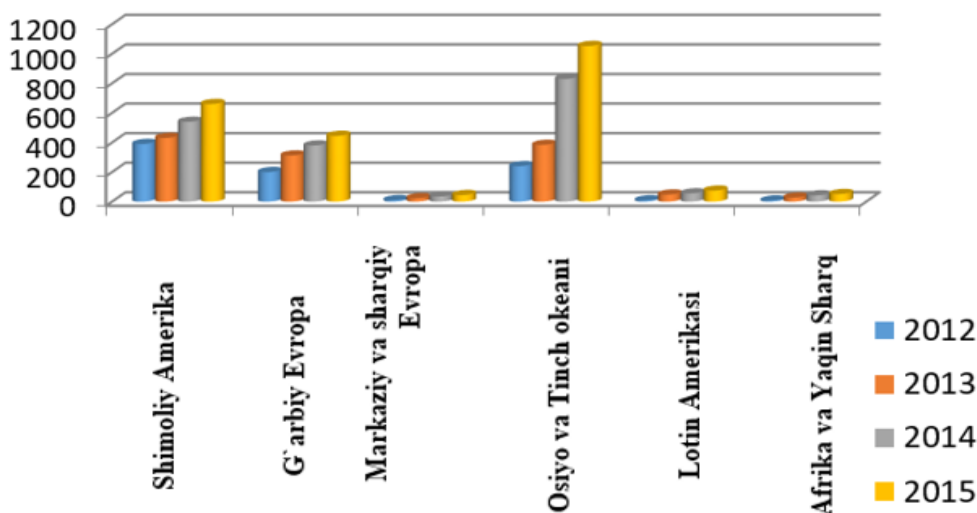
Xalqaro internet savdoni regional strukturasi 2014 yil³⁷



Xalqaro internet savdoni regional strukturasi ko'radigan bo'lsak, internet orqali savdo qilishning 34%ini Shimoliy Amerika, 31%ini Osiyo va Tinch okeani mintaqalari, 25%i G'arbiy Evropa mamlakatlari, 4% Markaziy Sharqiy Evropa va Lotin Amerikasi ulushi, 2% ulushini Afrika va Yaqin Sharq mamlakatlari tashkil etadi.

3.3. – diagramma

Dunyo miqosida internet savdo aylanmasi dinamikasi (milliard dollar)³⁸



3.3. - diagrammada dunyo miqosida internet savdo aylanmasi dinamikasi 2012 yildan 2015 yilgacha keltirilgan bo'lib, shu davr mobaynida eng jadal sur'atlar bilan o'sgan mintaqalarga Osiyo va Tinch Okeanlari mintaqalari va

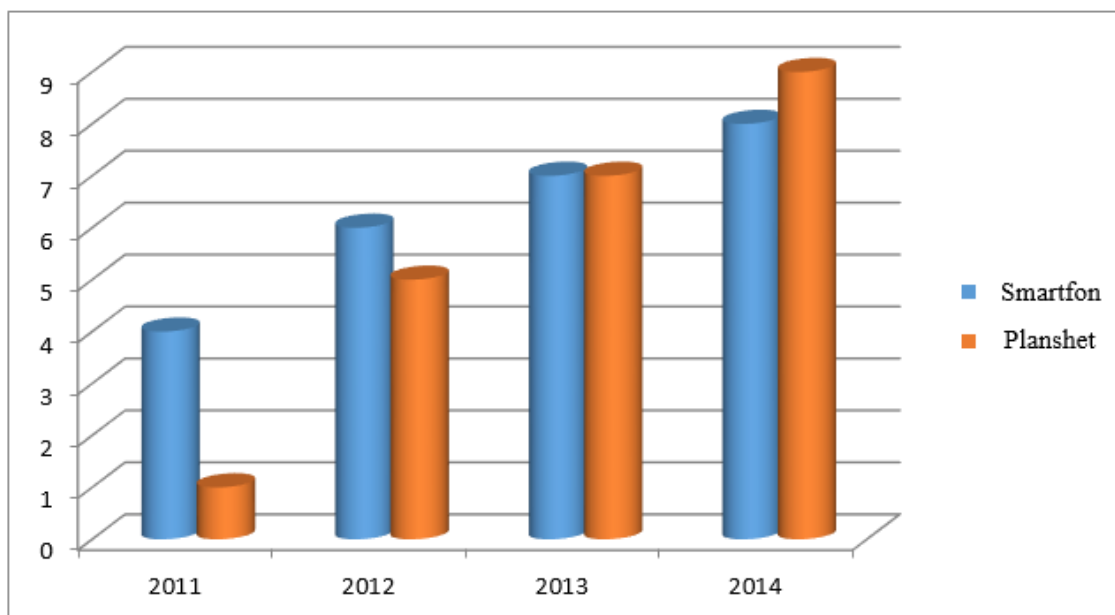
³⁷ <http://www.itu.int/net4/ITU-D/idi/2016/>

³⁸ <http://www.itu.int/net4/ITU-D/idi/2016/>

Shimoliy Amerikaga to'g'ri keladi. Undan keyingi o'rinda G'arbiy Evropa mamlakatlaridagi internet savdo aylanmasini o'sishini kuzatish mumkin.

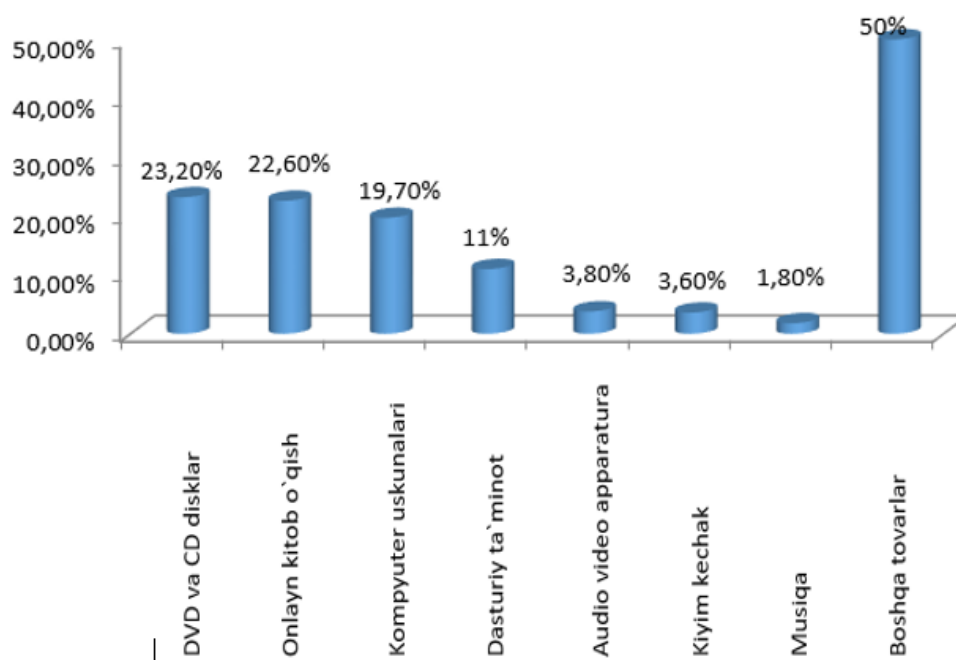
3.4. – diagramma

Dunyo miqyosida internetdan tovar buyurtma qilishda smartfon va planshetlardan foydalanuvchilar sonini o'sishi dinamikasi (mln.³⁹)



Internetdan tovar xarid qilish ekan qanday axborot kommunikatsiya texnologiyasidan foydalanishi xam ahamiyat kasb etadi. Sababi aynan o'sha rusumdagi axborot kommunikatsiya texnologiyasi keng tarqalgani, foydalanishga qulaylik darajasi, ishlash tezligi xam xarid qilish jarayoniga bevosita ta'sir ko'rsatishi mumkin. Shunday ekan, 3.4.-diagrammada internetdan tovar buyurtma qilishda smartfon va planshetlardan foydalanuvchilar sonini o'sishi dinamikasi keltirilgan. 2011 yilda smartfondan foydalangan xolda internetdan xarid qiluvchilar soni planshetdan foydalanuvchilarga nisbatan deyarli 3 barobar ko'p bo'lsa, 2013 yilga kelib bu ko'rsatkichlar tenglashib qoldi. 2014 yilda esa planshetlardan foydalanuvchilar soni smartfondan turib xaridni amalga oshiruvchilarga nisbatan oshib ketdi.

³⁹ <http://www.itu.int/net4/ITU-D/idi/2016/>

2014 yilda Dunyo bo`yicha internet xaridlarini tovar strukturasi⁴⁰

Hozirgi vaqtda elektron tijorat chet el mamlakatlarida jadal sur`atlarda rivojlanmoqda. U tijorat faoliyatini olib borishning zamonaviy va istiqboli porloq usuli sifatida o`z mavqeini yildan-yilga mustahkamlamoqda. Chet ellik sotuvchilar va iste`molchilar Internet savdo maydonchalarida tovarlar bilan olish-sotish va xizmatlar ko`rsatish bitimlarini tuzish orqali bir-birlari bilan faol o`zaro aloqa qilmoqdalar. Evropa va Amerika Qo`shma Shtatlari aholisi Internet-do`konlardan ayniqsa keng foydalanmoqda.

2009–2010 yillarda B2C o`zaro aloqa modeli doirasida elektron tijoratning daromaddorlik darajasi sezilarli darajada ko`paydi. Masalan, Buyuk Britaniyada bunday ko`payish 10% ni tashkil etdi, Frantsiyada onlayn-iste`molchilar soni 12% ga ko`paydi, Internet-do`konlar olayotgan daromad esa 20% ga o`sdi. Ushbu davrda Niderlandiyada ham Internet-xaridorlar soni 7% ga ko`paydi. Ispaniya va Italiya singari mamlakatlarda buning aksi kuzatildi: u erda Internet tarmog`ida xaridlarni amalga oshiruvchi aholi ulushi 20% ga ham etgani yo`q.

⁴⁰ <http://www.itu.int/net4/ITU-D/idi/2016/>

2011 yilda 17 yoshdan 80 yoshgacha bo'lgan Evropa aholisining 43% elektron tijorat vositasida xaridlarni amalga oshirar edi. O'z xaridlarini Internet-do'konlarda amalga oshiruvchi iste'molchilarning eng katta foizi Shvetsiya va Buyuk Britaniyada kuzatiladi (taxminan 71%). Keyingi o'rinlarni Germaniya (64%) va Frantsiya (53%) egallaydi. Onlayn-xaridorlarning eng kichik foizi Italiya (15%), Bolgariya (7%), Ruminiya (6%) singari mamlakatlarda kuzatiladi.

2011 yilda Braziliadagi elektron savdo bozorida qiziqarli vaziyat yuzaga keladi. McKinsey kompaniyasi hisobotiga ko'ra, 2004 yildan boshlab mazkur sohada jiddiy o'sish – har yili o'rta hisobda taxminan 38% kuzatiladi. 2011 yilda elektron tijorat vositalari orqali olingan daromad 10 mlrd. AQSH dollarini tashkil etadi. McKinsey kompaniyasi mutaxassislarining taxminicha, mazkur jarayon saqlanib qolgan holda 2015 yilga borib mamlakat jahondagi eng yirik elektron savdo bozorlarining beshligidan o'rin olishi lozim. Mazkur vaziyatda ikkita diqqatga sazovor fakt kuzatiladi. Birinchidan, elektron savdodan olinayotgan daromad katta ekanligiga qaramay, mamlakatda Internet tarmog'idan foydalanuvchilarning atigi 40% onlayn-xaridlarni amalga oshiradi. Ushbu ko'rsatkich Buyuk Britaniyadagi onlayn-iste'molchilar ulushidan ikki baravar, Ispaniyadagi ko'rsatkich (66%)dan esa bir yarim baravar kam. Ikkinchidan, elektron tijoratga xarajatlar ulushi iste'molchilar jami xarajatlarning atigi 4% ni tashkil etadi. Vaholanki, Amerika Qo'shma Shtatlarida bunday xarajatlar miqdori 10% ni, Buyuk Britaniyada esa – 8% ni tashkil etadi. Braziliya tijoratchilarining bu boradagi muvaffaqiyati sabablaridan biri shundaki, ular savdo faoliyatini ijtimoiy tarmoqlarda amalga oshiradilar.⁴¹

2013 yilda Barselonada «Global E-commerce» sammiti bo'lib o'tdi. Unda 2012 yil uchun elektron tijorat ma'lumotlari va ushbu sohaning rivojlanishi asosiy tendentsiyalari e'lon qilindi.

Elektron tijorat sohasida tovar aylanmasi ayniqsa keng bo'lgan mamlakatlar beshligiga Buyuk Britaniya, Germaniya, Frantsiya, Ispaniya va Rossiya kiritildi.

⁴¹ Brazil briefing:Where is the e-commerce market going? -2012.- http://csi.mckinsey.com/knowledge_by_topic/digital_consumer/where_is_brazils_ecommerce_market_going

Ma'lum bo'lishicha, Buyuk Britaniya aholisi elektron xaridlarga hammadan ko'p pul sarflaydi. 2012 yilda mazkur mamlakatda yashovchi har bir odam elektron xaridlarga taxminan 2466 evro sarflagan.

Germaniyada yashaydigan onlayn-xaridorlar soni taxminan 37 mln.ni, Internetdan foydalanuvchilar soni esa – 68,9 mln.ni tashkil etadi.

Evropada ayniqsa jadal rivojlanayotgan mamlakatlar to'rtligidan Turkiya, Gretsiya, Ukraina va Vengriya o'rin oldi.

Mobil tijorat bozorining hajmi Evropada 2012 yilda 17 mlrd. evrogacha o'sdi va elektron sotuvlar umumiy hajmining taxminan 5,5% ni tashkil etdi.⁴²

Bugungi kunda Xitoyda elektron savdo iqtisodiyot sohasi bo'lish bilan bir qatorda, iqtisodiy o'sish omiliga ham aylangan. Xitoy Sanoat va axborotlashtirish vazirligining dasturiga ko'ra, 2015 yilda chakana onlayn-sotuvlar hajmi mamlakatdagi jami chakana savdo aylanmasining 9% ni tashkil etishi va 3 trln. yuan (taxminan 470 mlrd. AQSH dollari)ga etishi lozim. Shu dasturda e-commerce bozorining umumiy hajmini 2011 yilda 4,5 trln. yuandan 2015 yilda 18 trln. yuangacha ko'paytirish vazifasi qo'yilgan (asosan o'rta va kichik kompaniyalar o'rtasida ulgurji internet-savdoni yanada rivojlantirish hisobiga).⁴³

Forrester Research o'tkazgan tadqiqotlarning natijalari Evropa mamlakatlarida elektron tijoratning ba'zi bir tendentsiyalarini prognoz qilish imkonini beradi.⁴⁴

Birinchiidan, Evropa uchun elektron tijoratda sotuvlar summasi 2012 yilda 146 mlrd. AQSH dollaridan 2017 yil yakunida 249 mlrd. AQSH dollarigacha ko'payishi kutilmoqda.

Ikkinchiidan, Internet orqali amalga oshiriladigan savdo bugungi kunda Buyuk Britaniyada alohida tarmoq hisoblanadi va milliy iqtisodiyotning 13% ni

⁴² E-commerce в Европе: инфографика и цифры. - 2013. - <http://www.internetsales.ru/e-commerce-v-evrope-infografika-i-tsifry>

⁴³ China aims for €2.14 trillion in e-commerce sales by 2015. - 2012. - <http://www.e-commercefacts.Com/news/2012/03/chinas-e-commerce-growth->

⁴⁴ Новомлинский Л. Электронная Коммерция. Тенденции развития в мире и в России. - http://www.tops.ru/publishing/pub_007.html

tashkil etadi. 2017 yilga borib mazkur ulush 15% gacha ko`payishi taxmin qilinmoqda. Bundan tashqari, Buyuk Britaniya Evropada elektron tijorat sohasida peshqadamlik qiladi, undan keyingi o`rinlarni Italiya va Ispaniya egallaydi, ularning har birida onlayn-sotuvlar yillik daromadning 2% ni tashkil etadi. Keyingi 5 yil davomida bu mamlakatlarda elektron savdo ulushi tegishli ravishda 1% va 2% ga ko`payishi prognoz qilinmoqda.

Uchinchidan, tadqiqotchilar taxminicha, Amerika Qo`shma Shtatlaridagi barcha chakana sotuvlarning 8% ni ta`minlaydigan elektron savdo tarmog`i o`shish tezligiga ko`ra 5 yil ichida an`anaviy savdo tarmog`idan o`zib ketadi. 2014 yilda u 262 mlrd. AQSH dollariga etadi va bu 2013 yilgi ko`rsatkich (231 mlrd. AQSH dollari) 13% ko`p. Prognoz to`g`ri bo`lib chiqqan taqdirda 2017 yilga borib Amerika Qo`shma Shtatlarida internet-sotuvlar ulushi 2010 yildagidan 9% ga ko`payadi. Tahlilchilar fikricha, o`shishni ikki omil – mobil qurilmalardan foydalanishning o`shishi va do`konlar o`z virtual bo`linmalariga investitsiyalarni ko`paytirishi rag`batlantiradi.

Rossiyada internet foydalanuvchilarining 50 foizi, taxminan 30 mln. kishi onlayn savdoda ishtirok etmoqda. Internet-savdo hajmi 2013 yil natijalariga ko`ra 17 mlrd. AQSH dollariga yetdi. Ushbu ko`rsatkich 264 mlrd. \$ ni, Xitoyda esa 193 mlrd. \$ ni tashkil etdi.⁴⁵

3.6.-diagramma

Dunyoda elektron tijorat hajmi⁴⁶

⁴⁵ <https://3dnews.ru/812679>

⁴⁶ <https://3dnews.ru/812679>-Покупки в Интернете совершает половина российских веб-пользователей



Shunday qilib, ko`p sonli tadqiqotlarga asoslangan holda, elektron savdo chet elda rivojlanishning yaxshi sur`atlarini va yuksak darajada daromaddorlikni namoyish etmoqda, degan xulosaga kelish mumkin. Shu tufayli ham Evropa mamlakatlari elektron tijoratni amalga oshirishda uzoq muddatli istiqbolda peshqadam bo`lib qoladilar.

Bugungi kunda Internet savdo gigantiga aylangan Alibaba kompaniyasiga tegishli ayrim ma`lumotlarni keltiramiz:

Kompaniya o`z internet platformalarida uch oy ichida \$109 mlrd. daromad ko`rdi. Bu o`tgan yilgi ko`rsatkichdan 34% ga ko`pdir. Sotuvdan tushgan daromad \$3.3 mlrd.ga teng.

Alibaba kompaniyasi “bulutli texnologiya”dan keng foydalanmoqda. Ushbu yo`nalishdan daromad o`tgan yilgiga nisbatan 2 baravar ko`paydi.

Xaridorlar asosan mobilaloqa vositalari ilivalari orqali xarid qilmoqdalar- bu tushumning 55% ni tashkil etmoqda.

Kompaniya logistika sohasini ham takomillashtirmoqda. Zero elektron tijorat logistika tizimi bilan bevosita bobastadir. Alibaba 150 ta shaharga tovarlarni 2 soat ichida etkazib bermoqda. Xitoyning 50 ta shahariga savdo operatsiyasidan bir kun keyin, Pekin va Shanxayga esa o`sha kunning o`zidayoq yetkazib bermoqda.

3.7.-diagramma

Alibaba kompaniyasida logistik buyurtmalarning o`shish dinamikasi⁴⁷

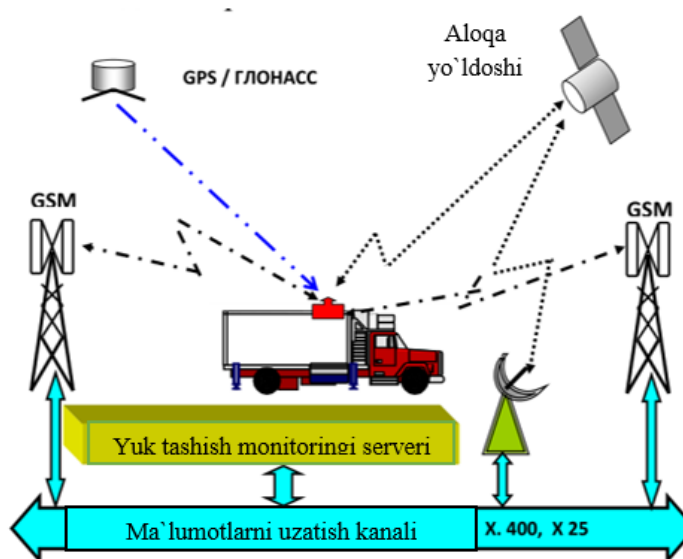
⁴⁷ <http://saleshub.pro/blog/amazon/amazon-vs-alibaba-inforgraphics>



Sanoati rivojlangan mamlakatlar tajribasi shuni ko`rsatadiki, logistikada AKTning qo`llanilishi zamonaviy biznesda muhim strategik o`rin egallaydi. Ekspertlarning baho berishicha logistik xarajatlarni 1 foizga kamaytirish, sotuv hajmining 10 foizga oshishiga olib keladi.⁴⁸

3.3. -rasm

Yuk tashishning monitoring tizimi



Bugungi kunda elektron tijorat bilan shug`ullanadigan nufuzli kompaniyalar logistika sohasida ham zamonaviy AKTni keng qo`llamoqdalar. Jumladan: GPS, ГЛОНАСС, sun`iy aql, bulutli texnologiyalar v.h.

Uchinchi bob bo`yicha xulosalar

⁴⁸ Зайцев Е.И. Информационные системы и технологии в логистике и управлении цепями поставок. Издательский дом ПАНОРАМА. 2013г.

Dissertastiyani uchinchi bobida elektron tijoratni takomillashtirish istiqbollari ko'rib chiqildi. O'zbekistonda elektron tijorat va elektron bozorni tashkil etish va rivojlantirish yo'nalishlari belgilab olindi va O'zbekiston Respublikasida elektron tijoratni rivojlantirishning qonuniy – me'yoriy asosini takomillashtirish bo'yicha taklif va tavsiyalar ishlab chiqildi.

Bizning fikrimizcha, elektron tijoratni rivojlantirish tovar tuzilmasiga qarab ikki yo'nalishda amalga oshirilishi mumkin:

Birinchisi iste'mol tovarlari va milliy an'ana, milliy tusda taqdim etiladigan, faqatgina xalqimiz urf odatlari, an'analaridan kelib chiqqan xolda foydalanuvchi tovar va xizmatlar.

Ikkinchisi, umumiy mahsulotlar bo'lib, ularga texnika, texnologiya, kiyim kechak va umuman barcha eksport uchun mo'ljallangan mahsulotlar kiradi. Aynan elektron tijorat orqali chet el xamkorlari bilan biznes jarayonlarini yo'lga qo'yish imkoniyati paydo bo'ladi.

Elektron tijoratni rivojlantirishning bu ikkala usulida xam o'ziga yarasha xal etilishi lozim bo'lgan vazifalari mavjud:

Birinchi yo'nalishda mahsulot etkazib berish logistikasi puxta yo'lga qo'yilgan bo'lishi lozim bo'lsa, ikkinchi yo'nalishda birinchi masala bu internet marketingdir.

Xulosa qilib shuni aytish mumkinki, elektron tijoratning rivojlangan davlatlar iqtisodiyotida tutgan o'rni salmoqli. Kelajakda rivojlangan davlatlar o'z iqtisodlarining rivojlanishi aynan shu sohaga bog'layaptilar.

XULOSA

Iqtisodiyotimizga zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining keng tatbiq etilishi, o'z navbatida, iste'molchilar bilan ishlab chiqaruvchilar o'rtasidagi o'zaro aloqalarni yangi bosqichga olib chiqdi desak, mubolag'a bo'lmaydi. Bugungi kunda mamlakatimizda elektron to'lovlar, internet global tarmog'i va mobil aloqa vositalari orqali bank sohasi mijozlari uchun interaktiv xizmatlar ko'rsatish tizimlari joriy etilib, ulardan samarali foydalanilmoqda. Xo'jalik yurituvchi sub'ektlar, jumladan, kichik biznes va tadbirkorlik vakillari tomonidan o'z faoliyatlari jarayonida elektron to'lovlar va elektron tijorat imkoniyatlaridan samarali foydalanish, ularning raqobatbardoshligini mustahkamlash va yuqori iqtisodiy natijalarga erishishlarida etarli asoslarni yaratadi.

Ayni vaqtda bank-moliya sektorida zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalanishning o'sib boruvchi global tendentsiyasi, bank plastik kartochkalari miqdorining o'sishi hamda elektron to'lovlar va elektron tijoratning rivojlanib borishi barobarida, yurtimizda elektron to'lovlar va elektron tijorat sohasidagi qator loyihalarning amalga oshirilishi faollashib bormoqda. Mamlakatimiz bank va moliya muassasalari internet global tarmog'i va mobil aloqa vositalari orqali o'z mijozlariga masofadan turib elektron to'lovlar, "SMS-banking", "Mobil-banking" kabi interaktiv bank xizmatlarini ko'rsatmoqdalar.

Ta'kidlash joizki, respublikamizda elektron tijoratni tartibga solish bo'yicha tegishli normativ-huquqiy baza yaratilgan. Jumladan, "Elektron tijorat to'g'risida"gi, "Axborotlashtirish to'g'risida"gi, "Elektron to'lovlar to'g'risida"gi, "Elektron raqamli imzo to'g'risida"gi Qonunlar va boshqa qator normativ hujjatlar shular jumlasidandir. Biroq, axborot texnologiyalari va tijoratning bugungi kundagi rivojlanish darajasi elektron tijorat sohasidagi munosabatlarni yanada puxtaroq tartibga solishni talab etadi.

Elektron tijorat sohasida kadrlarni tayyorlash masalasi ham bugungi kunda dolzarb ahamiyat kasb etmoqda. Zero, yuksak intellektual bilimga ega va salohiyatli kadrlarni tarbiyalash, tayyorlash va qayta tayyorlash orqali soha rivojida

muayyan yutuqlarga erishish mumkin. Ushbu fikr-mulohazalar asosida elektron to'lovlar va elektron tijorat tizimini yanada rivojlantirishga doir qonunchilik mexanizmlarini yanada takomillashtirish zarurati vujudga keldi. Bunday o'zgarishlar yo'nalishlari sifatida elektron bitimlar tuzish va elektron raqamli imzodan foydalanish jarayonini va elektron hujjat aylanmasini soddalashtirish, schet-faktura va boshqa zaruriy hujjatlarni elektron shaklda rasmiylashtirish imkonini yaratish, elektron tijorat uchun qulay sharoitlar yaratish va uni rivojlantirish, mazkur sohani tartibga soluvchi vakolatli organ tayinlanishi xal qiluvchi ahamiyatga ega.

Qonun loyihasida elektron tijorat ishtirokchilari ma'lumotlari va shaxsiy ma'lumotlar xavfsizligini ta'minlashga ham alohida e'tibor qaratilishi zarur.

Bunday ishlarning amalga oshirilishi elektron savdo operastiyalarini amalga oshirish bo'yicha xarajatlar ancha kamayadi, elektron tijorat sub'ektlarining bir-biridan geografik uzoqligi bilan bog'liq muammolar hal etilishiga, sotuvchilar va xaridorlar o'rtasida to'g'ridan-to'g'ri tezkor ravishda shartnomaviy munosabatlarni o'rnatish uchun sharoit yaratilad.

Tahlillar natijasida ishlab chiqilgan takliflar elektron tijorat tizimining rivojlanishiga va hozirda unda mavjud muammolarni hal etishga o'z hissasini qo'shadi deb o'ylaymiz.

Bizning asosiy takliflarimiz:

- ichki va tashqi bozorlarga birdek xizmat qiluvchi yirik ESMLarini yaratish;
- yaratiladigan yirik ESMLariga O'zbekistonda ishlab chiqarilgan barcha tovar va xizmatlarni jamlash mexanizmini va imkoniyatini ko'rib chiqish zarur;
- yirik ESMLarini tijorat banklari va banklararo kliring markazi bilan xamkorlik qilishi va ular o'rtasida shartnomalar asosida ushbu tuzilmalarning bu sohadagi faoliyatlarini uyg'unlashtirish lozim;
- elektron tijorat tizimida ishtirok etishi zarur bo'lgan barcha organ (Soliq, Davlat standarti, Bojxona va b.) va tashkilotlarning yagona axborot maydonini

tashkil qilish orqali uning ishtirokchilariga yetarli darajada shart-sharoitlar yaratish va mavjud xatarlarni kamaytirishga erishish;

– elektron savdo maydonlarini yaratish borasidagi me'yoriy hujjatlarni, yuqoridagi takliflarni inobatga olgan holda takomillashtirish zarur.

– Multimodal logistika markazlarini tashkil etishning jahon amaliyotidan keng foydalanish

– maxsulot etkazib berish logistikasi puxta yo'lga qo'yilgan bo'lishi, elektron tijorat bilan shug'ullanadigan kompaniyalar logistika sohasida: GPS, ГЛОНАСС, sun'iy aql, bulutli texnologiyalar v.h. zamonaviy texnologiyalarni joriy etish lozim.

Yuqorida bildirilgan ilmiy-amaliy takliflar milliy iqtisodiyotda ishlab chiqarilgan tovar va xizmatlarning elektron shaklda sotish hajmini oshishiga asos bo'ladi, chunki jahon amaliyotida aynan shu masalalar puxta ishlab chiqilganligi bilan ustuvordir.

O'tkazilgan ilmiy tadqiqotimizga asosan O'zbekistonda elektron tijoratning tovar aylanmasi hajmi 2016 yilda 1 trln. So'mni tashkil etdi. Bu YaIM ga nisbatan 0,5 foizni tashkil etadi xolos. Ushbu ko'rsatkichni 2017-2021 yillar davomida kamida o'n baravarga oshirishni taklif etamiz.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

I. O'zbekiston Respublikasi qonunlari.

1. O'zbekiston Respublikasi Konstitustiyasi. – T.: O'zbekiston, 2014.
2. O'zbekiston Respublikasining «Axborot erkinligi prinsiplari va kafolatlari to'g'risida»gi Qonuni 12.12.2002 yil // O'zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari to'plami, 2003 y., 3-son, 18-modda.
3. O'zbekiston Respublikasining «Axborotlashtirish to'g'risida»gi Qonuni 11.12.2003 yil // O'zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari to'plami, 2004 y., 6-son, 67-modda.
4. O'zbekiston Respublikasining «Elektron raqamli imzo to'g'risida»gi Qonuni.11.12.2003 yil // O'zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari to'plami, 2004 y., 4-son, 41-modda.
5. O'zbekiston Respublikasining «Elektron tijorat to'g'risida»gi Qonuni. 29.04.2004 yil // O'zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari to'plami, 2004 y., 20-son, 232-modda.
6. O'zbekiston Respublikasining «Elektron xujjat aylanishi to'g'risida»gi Qonun. 29.04.2004 yil // O'zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari to'plami, 2004 y., 20-son, 230-modda.
7. O'zbekiston Respublikasining «Elektron to'lovlar to'g'risida»gi Qonuni 16.12.2005 yil // O'zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari to'plami, 2005 y., 51-son, 373-modda.

II.O'zbekiston Respublikasi Prezident farmonlari va qarorlari,

Vazirlar Mahkamasining qarorlari.

1. O'zbekiston Respublikasi Birinchi Prezidentining «Kompyuterlashtirishni yanada rivojlantirish va axborot – kommunikasiya texnologiyalarini joriy etish to'g'risida»gi Farmoni. 30.05.2002y. // O'zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari to'plami, 2002 y., 10-son, 77-modda.

2. O'zbekiston Respublikasi Birinchi Prezidentining PQ – 1730 sonli 21.03.2012 yildagi “Zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini yanada joriy etish va rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida”

3. Vazirlar Mahkamasining 186-sonli “Elektron tijoratni amalga oshirish Qoidalari” to'g'risidagi Qarori. 2016 yil 2-iyun.

4. 2017-2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha harakatlar strategiyasi. 2017-yil 7-fevral

III.O'zbekiston Respublikasi Birinchi Prezidenti

I.A.Karimovning asarlari

1. Karimov I.A. 2015 yilda iqtisodiyotimizda tub tarkibiy o'zgarishlarni amalga oshirish, modernizatsiya va diversifikatsiya jarayonlarini izchil davom ettirish hisobidan xususiy mulk va xususiy tadbirkorlikka keng yo'l ochib berish – ustuvor vazifamizdir // O'zbekiston Prezidenti Islom Karimovning mamlakatimizni 2014 yilda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2015 yilga mo'ljallangan iqtisodiy dasturning eng muhim ustuvor yo'nalishlariga bag'ishlangan Vazirlar Mahkamasining majlisidagi ma'ruzasi.

IV.Asosiy adabiyotlar

1. Брагин Л.А. . Электронная коммерция. Учебник. – М., 2012

2. Юрасов А. В. Электронная коммерция: Учеб. пособие. – М.: Дело, 2003.– 408 с.

3. Д.А.Саидов ва бошқалар. “Пул ва пул муомаласи”//Ўқув кўлланма.2011й. 204-б.

4. Дик В.В., Лужесткий М.Г., Родионов А.Э. Электронная коммерция. – М., 2005.

5. Иличев С.К. Особенности налогообложения в сфере электронной коммерции. – М., 2004.

6. Зайцев Е.И. Информационные системы и технологии в логистике и управлении цепями поставок. Издательский дом ПАНОРАМА. 2013г.

7. Muxitdinov X.A. O'zbekistonda infokommunikatsiya xizmatlari moliyaviy samaradorligini oshirishning asosiy yo'nalishlari. Toshkent 2008. 214 b.

8. Адылова З.Т., Марахимов А.Р., и др. «Обеспечение информационной безопасности сетей передачи данных и автоматизированных систем». –Т., 2004.

9. Бабкин Ф.В. Электронная коммерция и новые организационные формы компаний // Менеджмент в России и за рубежом. – 2000. – № 1

10. Борщев В.Г. Становление и развитие предпринимательской деятельности в интернет-экономике. Диссертация кандидата экономических наук. –СПб., 2004.

11. Бахин С.В., Зажигалкин А.В. Правовые проблемы регулирования электронной коммерции: альтернативы конвенционному регулированию. Часть II // Журнал международного частного права. 2006. – № 53.

12. Василев С В Правовое регулирование электронной коммерции // Актуальные вопросы гражданского права. Сб. ст. / Под ред. М.И.Брагинского. Вып 4. –М.: Норма, 2002. –С 306,325

13. Войниканис Э.А., Якушев М.В. Информация. Собственность. Интернет: Традиция и новеллы в современном праве. – М.: Волтерс Клувер, 2004.

14. Попов В.М., Маршавин Р.А., Ляпунов С.И. Глобальный бизнес и информационные технологии. Современная практика и рекомендации / Под ред. В.М. Попова. – М.: Финансы и статистика, 2001.

15. Тедеев А.А. Электронная коммерция (электронная экономическая деятельность): правовое регулирование и налогообложение. – М.: ПРИОР-издат, 2002.

16. Электронная коммерция: Учеб. пособие / Под общ. ред. Л.А. Брагина. – М.: Экономист, 2005.

V.Qo'shimcha adabiyotlar

1. Булатецкий Ю.Э. Правовое регулирование электронной торговли // Коммерческое (торговое) право. –М., 2002.
2. Commerce electronique: Une nouvelle donne pour les consommateurs, les entreprises, les citoyens et les pouvoirs publics, Rapport Du Groupe De Travail Preside Par M. Francis Lorentz, Ministere de l'Economie, des Finances et de l'Industrie. 1998
3. Government of Canada. Electronic Commerce in Canada: Priorities for Action. 1998 // Official site Canadian e-Policy Resource Centre (CePRC) [Elektronnyy resurs] Elektronnyy portal «E-commerce law» –.Rejim dostupa: <http://www.ic.gc.ca/eic/site/ceprc-ccrcp.nsf/eng/00025.html>

VI. Davriy nashrlar, statistik to'plamlar va hisobotlar

1. “Visit Central Asia” MCHJ ning Nizomi
2. <http://uz.infocom.uz/2016/11/19/>
3. E-commerce в Европе: инфографика и цифры. - 2013. - <http://www.internetsales.ru/e-commerce-v-evrope-infografika-i-tsifry>
4. Ўзбекистон Республикаси иқтисодий-ижтимоий тараққиётининг мустақиллик йилларидаги (1990-2010 йиллар) асосий тенденция ва кўрсаткичлари ҳамда 2011-2015 йилларга мўлжалланган прогнозлари: статистик тўплам. – Т.: “Ўзбекистон”, 2011.

VII. Internet saytlari

5. <http://www.gov.uz>
6. <http://ccitt.uz>
7. <http://www.lex.uz>
8. E-commerce - Vladimir Zwass <https://www.britannica.com/topic/e-commerce>
9. <http://www.cyberplat.ru>
10. <http://www.un.org/ru/ga/51/docs/51res.shtml>

11. <http://www.webmoney.ru>
12. <https://3dnews.ru/812679>
13. <https://3dnews.ru/812679>-Покупки в Интернете совершает половина российских веб-пользователей
14. Новомлинский Л. Электронная Коммерция. Тенденции развития в мире и в России. - [http:// www.tops.ru/publishing/pub_007.html](http://www.tops.ru/publishing/pub_007.html)
15. Brazil briefing:Where is the e-commerce market going? -2012.- [http://csi.mckinsey.com /knowledge_by_topic/digital_consumer/where_is_brazils_ecommerce _ market _ going](http://csi.mckinsey.com/knowledge_by_topic/digital_consumer/where_is_brazils_ecommerce_market_going)
16. <http://eurasia-logistics.com/>
17. <http://kommersant.uz/kejs/budushhee-telekom-industrii>
18. <http://m.cbu.uz/uzc/monetarnaya-politika/doklad-o-monetarnoy-politike/>
19. [http://mitc.uz/uz/pages/information technologies](http://mitc.uz/uz/pages/information_technologies)
20. http://tami.uz/matnga_qarang.php?id=229 va muallif tomonidan qo'shimchalar kiritildi
21. <http://uz.infocom.uz/page/36/?s>
22. <http://victory.uz/uz/электрон-тижорат-учун-назорат-касса-м/>
23. <http://www.anons.uz/article/it/16955/>
24. <http://www.assist.ru>
25. <http://www.itu.int/net4/ITU-D/idi/2016/>
26. <http://www.uzdaily.uz/MoWiY/VihiZ/articles-id-31493.htm>
27. <https://websum.uz/>
28. China aims for €2.14 trillion in e-commerce sales by 2015. - 2012. - [http://www.e-commercefacts. Com/news/2012/03/chinas-e-commerce-growth-](http://www.e-commercefacts.Com/news/2012/03/chinas-e-commerce-growth-)