

**TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI  
HUZURIDAGI ILMIY DARAJALAR BERUVCHI  
DSc.03/30.12.2020/I.16.02 RAQAMLI ILMIY KENGASH**

---

**TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI**

**ARIPOV ULUG‘BEK BAXODIR O‘G‘LI**

**IQTISODIYOTNI RAQAMLASHTIRISH SHAROITIDA ELEKTRON  
TIJORATNI BOSHQARISH MEXANIZMINI TAKOMILLASHTIRISH**

**08.00.13 – Menejment**

**Iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi  
AVTOREFERATI**

**Toshkent – 2023**

**Iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi avtoreferati  
mundarijasi**

**Оглавление автореферата диссертации доктора философии (PhD)  
по экономическим наукам**

**Contents of dissertation abstract of doctor of philosophy (PhD)  
in economic sciences**

**Aripov Ulug‘bek Bahodir o‘g‘li**

Iqtisodiyotni raqamlashtirish sharoitida elektron tijoratni boshqarish mexanizmini takomillashtirish ..... 3

**Арипов Улуғбек Баходир угли**

Совершенствование механизма управления электронной коммерцией в условиях цифровизации экономики ..... 25

**Aripov Ulugbek Bakhodir ugli**

Improving the mechanism for managing e-commerce in the context of digitalization of the economy ..... 49

**E‘lon qilingan ishlar ro‘uxati**

Список опубликованных работ

List of published works ..... 52

**TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI**  
**HUZURIDAGI ILMIY DARAJALAR BERUVCHI**  
**DSc.03/30.12.2020/I.16.02 RAQAMLI ILMIY KENGASH**  

---

**TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI**

**ARIPOV ULUG‘BEK BAXODIR O‘G‘LI**

**IQTISODIYOTNI RAQAMLASHTIRISH SHAROITIDA ELEKTRON  
TIJORATNI BOSHQARISH MEXANIZMINI TAKOMILLASHTIRISH**

**08.00.13 – Menejment**

**Iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi  
AVTOREFERATI**

**Toshkent – 2023**

Iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi mavzusi O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi Oliy attestatsiya komissiyasida B2020.4.PhD/Iqt787 raqam bilan ro'yxatga olingan.

Dissertatsiya Toshkent davlat iqtisodiyot universitetida bajarilgan.  
Dissertatsiya avtoreferati uch tilda (o'zbek, rus, ingliz (rezyume)) Ilmiy kengash veb-sahifasi (www.tsue.uz) va «ZiyoNet» ta'lim axborot tarmog'ida (www.ziynet.uz) joylashtirilgan.

**Ilmiy rahbar:** Xodjamuratova Gulbaxar Yuldashevna  
iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

**Rasmiy opponentlar:** Akramov Toxir Abduraxmanovich  
iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Gofurova Dilshoda Ramazanovna  
iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

**Yetakchi tashkilot:** Toshkent moliya instituti

Dissertatsiya himoyasi Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti huzuridagi ilmiy darajalar beruvchi DSc.03/30.12.2020/I.16.02 raqamli Ilmiy kengashning 2023 yil «5» may soat 16:00 da majlisida bo'lib o'tadi. Manzil: 100066, Toshkent shahri, Islom Karimov ko'chasi, 49-uy. Tel.: (99871) 239-28-72, faks: (99871) 239-43-51, e-mail: tdiu@tdiu.uz.

Dissertatsiya bilan Toshkent davlat iqtisodiyot universitetining Axborot-resurs markazida tanishish mumkin (\_\_\_ raqami bilan ro'yxatga olingan). Manzil: 100066, Toshkent shahri, Islom Karimov ko'chasi, 49-uy. Tel.: (99871) 239-28-72, faks: (99871) 239-43-51, e-mail: tdiu@tdiu.uz.

Dissertatsiya avtoreferati 2023 yil «20» may kuni tarqatildi.  
(2023 yil «20» may da № 22 raqamli reestr bayonnomasi).



**G.Q. Abduraxmanova**  
Ilmiy darajalar beruvchi Ilmiy kengash raisi, i.f.d., professor

**R.X. Karlibaeva**  
Ilmiy darajalar beruvchi Ilmiy kengash ilmiy kotibi, i.f.d. professor

**Sh.Dj. Ergashxodjaeva**  
Ilmiy darajalar beruvchi Ilmiy kengash qoshidagi ilmiy seminar raisi, i.f.d., professor

## **KIRISH (falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi avtoreferati)**

**Dissertatsiya mavzusining dolzarbligi va dolzarbligi.** Jahonda xalqaro integratsiya jarayonlari va raqobat kuchayib borayotgan bir sharoitda elektron tijorat iqtisodiyotning muhim va istiqbolli tarmoqlaridan biri sifatida jadal rivojlanmoqda. Ommaviy raqamlashtirish, ijtimoiy izolyatsiya va ijtimoiy medianing doimiy rivojlanishi elektron tijorat sanoati uchun katalizator sifatida namoyon bo‘ladi. Elektron tijoratda sezilarli o‘shish 2019-yilda – COVID-19 pandemiyasining boshlanishi bilan, butun dunyo elektron tijoratning ulkan salohiyatini anglagan paytda sodir bo‘ldi. Shopify statistik ma’lumotlariga ko‘ra, 2019-yildan 2022-yilgacha bo‘lgan uch yil davomida onlayn xaridlar uchun jahondagi xarajatlar hajmi 3,351 trillion AQSh dollaridan 5,545 trillion AQSh dollargacha oshdi va bu ko‘rsatkich jadal o‘shishda davom etmoqda<sup>1</sup>. Bunday o‘shish sur‘atlari sohaning bugungi va istiqboldagi ahamiyatini ko‘rsatib, uni yanada rivojlantirish iqtisodiyotni raqamlashtirish sharoitida elektron tijoratni boshqarish mexanizmini takomillashtirishni taqozo etadi.

Jahonda elektron tijoratni samarali tashkil etish bo‘yicha keng ko‘lamli ilmiy tadqiqotlar olib borilmoqda. Shu munosabat bilan elektron xizmatlar sifatini yanada oshirish, B2B, B2C, B2G, C2C singari biznes platformalarini joriy etish va samaradorligini oshirish, keskin va murosasiz raqobat mavjud bo‘lgan xalqaro savdo xizmatlari bozorining yangi segmentlariga kirib borish, elektron tijorat faoliyati samaradorligini ta‘minlash bo‘yicha innovatsion vositalar va zamonaviy talablar, elektron tijoratni boshqarish strategiyasini ishlab chiqish va takomillashtirish tadqiqotlarning ustuvor yo‘nalishlaridan biridir.

So‘nggi yillarda O‘zbekistonda elektron tijorat va uning platformalarini tashkil etish va rivojlantirishga alohida e‘tibor qaratilmoqda. Mazkur muhim qaror munosabati bilan mamlakatimizda elektron tijoratni jadal rivojlantirish<sup>2</sup>, raqamli iqtisodiyotni asosiy “drayver” sifatida rivojlantirish, uning hajmini kamida 2,5 barobarga oshirish chora-tadbirlari 2022-2026-yillarda Yangi O‘zbekistonni rivojlantirish strategiyasining ustuvor yo‘nalishlaridan biri sifatida belgilandi<sup>3</sup>. Bunday vazifalarni samarali amalga oshirish respublikada elektron tijoratni boshqarish mexanizmini takomillashtirish, elektron tijorat kompaniyalari faoliyatini boshqarishda yuqori samaradorlikka erishish, elektron tijoratni boshqarish samaradorligini baholash metodikasini takomillashtirishga qaratilgan, shuningdek, O‘zbekistonda iqtisodiyotni raqamlashtirish bo‘yicha amalga oshirilayotgan izchil chora-tadbirlar ta‘sirida elektron tijorat faoliyati asosiy parametrlar hisoblanib, prognozli ko‘rsatkichlarni ishlab chiqish uchun ilmiy izlanishlarni talab etadi.

Dissertatsiya tadqiqoti O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi PF-60-son “2022-2026-yillarda Yangi O‘zbekistonni rivojlantirish strategiyasi to‘g‘risida”gi farmoni, 2018-yil 14-maydagi PQ-3724-son “Elektron tijoratni jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi qarori, O‘zbekiston

<sup>1</sup> <https://www.agora.ru/blog/trendy-e-commerce-v-2022-godu/> ma’lumotlari asosida

<sup>2</sup> O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 14 maydagi №PQ-3724-sonli “Elektron tijoratni jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida” gi qarori <https://lex.uz/docs/3744601>

<sup>3</sup> O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28 yanvardagi UP-60-sonli “2022-2026 yillarda YAngi O‘zbekistonni rivojlantirish strategiyasi to‘g‘risida”gi farmoni <https://lex.uz/ru/docs/5841077>

Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2016-yil 26-fevraldagi 55-sonli “Elektron tijoratni rivojlantirish dasturi to‘g‘risida”gi, “2016-2020-yillarda xizmat ko‘rsatish va servis sohasini rivojlantirish to‘g‘risida”gi, 2007-yil 30-yanvardagi “Elektron tijoratni rivojlantirish to‘g‘risida” gi qarorlari, shuningdek, mazkur yo‘nalishdagi boshqa normativ-huquqiy hujjatlarda belgilangan vazifalarni amalga oshirishda ma’lum darajada xizmat qiladi.

**Tadqiqotning respublika fan va texnologiyalar rivojlanishining ustuvor yo‘nalishlariga muvofiqligi.** Mazkur dissertatsiya tadqiqoti respublika fan va texnologiyalari rivojlanishining I. “Demokratik islohotlarni yanada chuqurlashtirish, fuqarolik jamiyatini shakllantirish, milliy iqtisodiyotni modernizatsiyalash va erkinlashtirishning ilmiy asoslarini ishlab chiqish” ustuvor yo‘nalishiga muvofiq bajarildi.

**Muammoning o‘rganilish darajasi.** Elektron tijorat rivojlanishining nazariy va amaliy jihatlari ko‘plab xorijiy olimlar, jumladan P.F.Druker, B.Tviss, Yu.Shumpeter, R.Foster, Frank Webster, A.Dinis, K.Oppenlender tomonidan o‘rganilgan<sup>4</sup>.

Bu yo‘nalishda MDH mamlakatlari olimlari P.N.Zavlin, L.P.Goncharenko, L.M.Goxberg, A.K.Kazansev, B.Z.Milner, Yu.V.Yakovsev, Yu.S.Kubkina, V.I.Shulepov, O.A.Kobelev va boshqalar ilmiy izlanishlar olib borganlar<sup>5</sup>.

Axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan samarali foydalanishning nazariy va amaliy muammolari B.B.Abdullaev, I.Abduraimov, S.S.G‘ulomov, B.B.Berkinov, A.N.Teshaboev, Sh.A.Tursunov, R.I.Nurimbetov singari o‘zbek olimlarining ilmiy ishlarida o‘rganilgan<sup>6</sup>.

O‘tkazilgan ilmiy tadqiqotlarga qaramay, iqtisodiyotni raqamlashtirish sharoitida elektron tijorat tizimiga ta’sir etuvchi omillar, bu tarmoqni samarali boshqarish mexanizmini takomillashtirish bilan bog‘liq masalalar tizimli o‘rganilmagan.

**Dissertatsiya mavzusining dissertatsiya bajarilgan oliy ta’lim muassasining ilmiy tadqiqot rejalari bilan bog‘liqligi.** Dissertatsiya tadqiqoti Toshkent davlat iqtisodiyot universitetining ilmiytadqiqot rejasiga muvofiq A-2-4-sonli “Innovatsion

<sup>4</sup> Друкер П. Новый бизнес. – М.: Экономика, 1993.149с., Твисс Б. Управление научно-техническими нововведениями. – М.: Экономика, 1989. – 217 с., Шумпетер Й. Теория экономического развития. – М., Прогресс, 1982. - 455с. Webster Frank. Theories of the Information Society. – London: Routledge, 2002.-p.15.7. Оппенлендер К. Технический прогресс: воздействие, оценки, результаты: Сокр. пер. с нем. – М.: Экономика, 175 с., 1981г. Y.Hsu, (2011). Design innovation and marketing strategy in successful product competition. Journal of Business & Industrial Marketing

<sup>5</sup> Завлин П.Н. Инновация в рыночной экономике. //Гуманитарные науки, 1997 №3. – С. 3., Гончаренко Л.П., Артюнов Ю.А. Инновация, управление инновационным бизнесом. – М.: ЮНИТИ, 2001., Гохберг Л.М., Экономика знаний инновационная политика. – М.: КНОРУС, 2009. - 352 с., Казанцев А.К. Информационные технологии в управлении, производстве, жизнедеятельности. – Тюмень: Ист Консалтинг, 2010 г., Кубкина Ю.С. Электронная коммерция: роль, понятие, направления развития. //Пространство экономики, 2012. № 2–2. – С. 5. Кобелев О.А. Электронная коммерция: учебное пособие/ О.А. Кобелев; под ред. проф. С.В.Пирогова. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ИТК «Дашков и К», 2013 – 684 с.; Кобелев О.А. Электронная коммерция / О.А.Кобелев; под ред. С.В. Пирогова. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2018. – 684 с. Шулепов В.И. Основы электронной коммерции /В.И. Шулепов, Г.Р. Шакирова; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола: ПГТУ, 2014. – 109 с.

<sup>6</sup> Abdullaev B.V., Abduraimov I. Innovatsiya subyektlari faoliyati samaradorligini aniqlash. // Bozor, pul va kredit. 9-son, 2005 y.; G‘ulomov S.S. Axborot tizimlari va texnologiyalari. – Toshkent: Sharq, 2000. 582-b., Aripov A.N., Iminov T.K. O‘zbekiston axborot-kommunikatsiya texnologiyalari sohasi menejmenti masalalari. Monografiya. – T., 2012. Abdullaev M. Ishlab chiqarish korxonalarida elektron hujjat va elektron hujjat aylanish tizimini takomillashtirish yo‘llari. – T., 2018 – 26 b.



xizmatlar bozorining shakllanishi va rivojlanishi hamda uning O‘zbekiston Respublikasi mintaqalari iqtisodiyotining raqobatbardoshligini oshirishga ta’siri” mavzusida olib borildi” (2014-2017-yillar).

**Tadqiqot maqsadi** iqtisodiyotni raqamlashtirish sharoitida elektron tijoratni boshqarish mexanizmini takomillashtirish bo‘yicha ilmiy taklif va amaliy tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat.

**Tadqiqotning vazifalari:**

elektron tijoratni boshqarishning nazariy va uslubiy jihatlarini o‘rganish;

iqtisodiyotni raqamlashtirish sharoitida elektron tijoratni boshqarishning konseptual yondashuvlarini o‘rganish;

iqtisodiyotni raqamlashtirish sharoitida elektron tijoratni boshqarish jarayoniga ta’sir etuvchi omillarni aniqlash;

elektron tijoratni boshqarish samaradorligini baholash uchun jahonda mavjud usullarni o‘rganish;

iqtisodiyotni raqamlashtirish sharoitida elektron tijoratni boshqarish samaradorligini baholash;

O‘zbekiston Respublikasida elektron tijoratni tartibga solish mexanizmini takomillashtirish;

ijtimoiy tarmoqlarda elektron tijoratning dolzarb muammolarini o‘rganish;

mamlakatimizda elektron tijoratni boshqarishni takomillashtirish strategiyasini ishlab chiqish;

iqtisodiyotni raqamlashtirish sharoitida elektron tijoratni boshqarish jarayonlarini takomillashtirish yo‘nalishlarini ishlab chiqish.

**Tadqiqotning obyekti** sifatida O‘zbekistondagi elektron tijorat bilan shug‘ullanuvchi korxonalar faoliyati tanlangan.

**Tadqiqotning predmeti** elektron tijoratni boshqarishni takomillashtirish jarayonidagi ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlar hisoblanadi.

**Tadqiqot usullari.** Tadqiqot jarayonida tahlil va sintez usullari, statistik kuzatuvlar, boshqaruv muammolarini hal qilish, korrelyatsiya va regressiya tahlili, sotsiologik tadqiqotlar, ekspert baholash usullaridan foydalanilgan.

**Tadqiqotning ilmiy yangiligi** quyidagilardan iborat:

elektron tijorat kompaniyalari faoliyatini boshqarishda elektron tijorat turlari bo‘yicha (A2A, A2B, A2C) sifat parametrlari integral koeffitsientining ( $KQP_{A2A}=0,75$ ), ( $KQP_{A2A}=0,70$ ) va ( $KQP_{A2A}=0,65$ ) optimal qiymatlarini ta’minlash orqali yuqori samaradorlikka erishish asoslandi;

elektron tijoratni boshqarish samaradorligini baholash metodikasi bu jarayonga sarflangan umumiy vaqt ko‘rsatkichidan elektron tranzaksiyalarga sarflangan vaqt ko‘rsatkichiga o‘tish asosida takomillashtirildi;

elektron tijoratni boshqarishda pudratchi kompaniyalar faoliyatini, on-layn bozorni yo‘lga qo‘yish, riteylerlar tomonidan buyurtmalarni bajarish va tovarlarni yetkazib berish bo‘yicha o‘zaro bog‘liq tizimni shakllantirish orqali elektron tijorat logistikasini takomillashtirish asoslandi;

O‘zbekistonda iqtisodiyotni raqamlashtirish bo‘yicha amalga oshirilayotgan izchil chora-tadbirlar ta‘sirida elektron tijorat faoliyati asosiy parametrlarining 2025 yilgacha prognoz ko‘rsatkichlari ishlab chiqildi.

**Tadqiqotning amaliy natijalari** quyidagilardan iborat:

iqtisodiyotni raqamlashtirish sharoitida elektron tijoratni boshqarishning amaliy muammolari aniqlandi;

elektron tijoratni rivojlantirish bo‘yicha xorijiy tajriba o‘rganildi va ulardan foydalanish imkoniyatlari ko‘rsatildi;

O‘zbekiston Respublikasida elektron tijoratni amalga oshirish va tartibga solishning huquqiy asoslarini takomillashtirish bo‘yicha takliflar kiritildi;

iqtisodiyotni raqamlashtirish sharoitida elektron tijoratni boshqarish samaradorligi baholandi;

“Raqamli O‘zbekiston–2030” strategiyasining asosini tashkil etgan O‘zbekiston Respublikasida elektron tijoratni rivojlantirish ssenariylari ishlab chiqildi.

**Tadqiqot natijalarining ishonchliligi.** Tadqiqot natijalarining ishonchliligi dissertatsiya ishini bajarishda qo‘llaniluvchi uslubiy yondashuv va usullarning maqsadga muvofiqligi, rasmiy axborot manbalaridan, shu jumladan O‘zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo‘mitasining statistik ma‘lumotlari va xalqaro tashkilotlar hisobotlaridan foydalanish, shuningdek, tavsiya va takliflarning tegishli tashkilotlar tomonidan amalga oshirilishi bilan belgilanadi.

**Tadqiqot natijalarining ilmiy va amaliy ahamiyati.** Tadqiqot natijalarining ilmiy ahamiyati shundan iboratki, ulardan mamlakatimizda elektron tijorat sohasini rivojlantirish va uni boshqarish mexanizmini takomillashtirishga oid maxsus ilmiy ishlarning ilmiy-uslubiy bazasini kengaytirishda foydalanish va tadqiqot ishlarining ilmiy apparatini takomillashtirish mumkin.

Tadqiqot natijalarining amaliy ahamiyati shundan iboratki, dissertatsiya materiallaridan elektron tijorat infratuzilmasini yanada rivojlantirish va uni boshqarish mexanizmini takomillashtirish uchun uslubiy ko‘rsatkichlarni ishlab chiqish, shuningdek, axborot xavfsizligi tizimini takomillashtirish, oliy ta‘lim muassasalarida “Elektron tijorat” o‘quv qo‘llanmasi va “Zamonaviy marketing” darsligini tayyorlashda foydalanish mumkin.

**Tadqiqot natijalarining joriy qilinishi.** Elektron tijoratni boshqarishni takomillashtirish bo‘yicha takliflar asosida:

elektron tijorat kompaniyalari faoliyatini boshqarishda elektron tijorat turlari bo‘yicha (A2A, A2B, A2C) sifat parametrlari integral koeffitsienti ( $KQP_{A2A}=0,75$ ), ( $KQP_{A2A}=0,70$ ) va ( $KQP_{A2A}=0,65$ ) optimal qiymatlarini ta‘minlash orqali yuqori samaradorlikka erishish asoslandi (O‘zbekiston Respublikasi Axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalarni rivojlantirish vazirligining 2023 yil 23 yanvardagi 33-8/389-son ma‘lumotnomasi);

elektron tijoratni boshqarish samaradorligini baholash metodikasi bu jarayonga sarflangan umumiy vaqt ko‘rsatkichidan elektron tranzaksiyalarga sarflangan vaqt ko‘rsatkichiga o‘tish asosida takomillashtirildi (O‘zbekiston Respublikasi Axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalarni rivojlan-tirish vazirligining 2023 yil 23 yanvardagi 33-8/389-son ma‘lumotnomasi);



elektron tijoratni boshqarishda pudratchi kompaniyalar faoliyatini, on-layn bozorni yo‘lga qo‘yish, riteylerlar tomonidan buyurtmalarni bajarish va tovarlarni yetkazib berish bo‘yicha o‘zaro bog‘liq tizimni shakllantirish orqali elektron tijorat logistikasini takomillashtirish asoslandi (O‘zbekiston Respublikasi Axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalarni rivojlantirish vazirligining 2023-yil 23-yanvardagi 33-8/389-son ma’lumotnomasi);

O‘zbekistonda iqtisodiyotni raqamlashtirish bo‘yicha amalga oshirilayotgan izchil chora-tadbirlar ta’sirida elektron tijorat faoliyati asosiy parametrlarining 2025-yilgacha prognoz ko‘rsatkichlari ishlab chiqildi (O‘zbekiston Respublikasi Axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalarni rivojlantirish vazirligining 2023-yil 23-yanvardagi 33-8/389-son ma’lumotnomasi).

**Tadqiqot natijalarining aprobatsiyasi.** Tadqiqotning asosiy natijalari xalqaro va respublika ilmiy-amaliy anjumanlarida ma’ruza shaklida sinovdan o‘tkazildi.

**Tadqiqot natijalarining chop etilishi.** Dissertatsiya mavzusi bo‘yicha jami 16 ta ilmiy ish, shu jumladan O‘zbekiston Respublikasi Oliy attestatsiya komissiyasi tomonidan doktorlik dissertatsiyalarining ilmiy natijalarini chop etish uchun tavsiya etilgan ilmiy jurnallarda 5 ta ilmiy maqola, shu jumladan, 3 ta ilmiy maqola chop etilgan mahalliy va 2 ta maqola xorijiy jurnallarda, ilmiy-amaliy anjumanlarda 6 ta ma’ruza tezisi chop etilgan.

**Dissertatsiyaning tuzilishi va hajmi.** Dissertatsiyaning tuzilishi kirish, 3 ta bob, xulosa va foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxatidan iborat. Dissertatsiya 117 betdan iborat.

## DISSERTATSIYANING ASOSIY MAZMUNI

**Kirish** qismida tadqiqotning dolzarbligi va zarurati asoslanadi, maqsad va asosiy vazifalari, tadqiqotning obyekti va predmeti shakllantiriladi, respublika fan va texnologiyalarining ustuvor yo‘nalishlariga muvofiqligi ko‘rsatildi, tadqiqotning ilmiy yangiligi va amaliy natijalari bayon qilinadi, natijalarning ilmiy va amaliy ahamiyatini yoritib berildi, tadqiqot natijalarini amaliyotga tatbiq etish, chop etilgan ishlar va dissertatsiya tuzilishi haqida ma’lumot berildi.

Dissertatsiyaning **“Elektron tijoratni boshqarishning me’yoriy jihatlarini”** nomli birinchi bobida elektron tijorat mamlakatimiz iqtisodiyotining yuqori o‘rinda sur’atlarini ta’minlovchi zamonamizning eng muhim texnologiyalaridan biri ekanligi, elektron tijorat xo‘jalik yurituvchi subyektlarga o‘z yutuqlaridan foydalanish, shu orqali ularga axborot-kommunikatsiya texnologiyalari sohasida iqtisodiy boshqaruvning maqsadga muvofiqligiga asoslangan zamonaviy biznes, ilmiy va texnologik rivojlanish uchun kompaniyalarning raqobatbardoshligini oshirish, minimal tranzaksiya xarajatlari bilan tezkor va vositachilarsiz tijorat hamkorini topish imkoniyatini berishdek muhim vazifalarni hal etishi ta’kidlangan.

Elektron tijorat miqyosi geografik yoki milliy chegaralar bilan emas, balki kompyuter tarmoqlarining tarqalishi bilan belgilanadi. Eng muhim tarmoqlar global bo‘lganligi sababli, elektron tijorat hatto eng kichik korxonalariga ham global miqyosda qatnashish va biznes yuritish imkonini beradi.

Dissertatsiyaga ko‘ra, hozirgi iqtisodiy beqarorlik sharoitida korxonalarining iqtisodiy o‘sishi ilg‘or elektron tijorat vositalaridan foydalangan holda korxonaning on-layn faoliyati asosida infratuzilmani takomillashtirishni taqozo etadi.

O‘zbekistonda elektron tijorat sohasi rivojlanish bosqichida bo‘lib, mamlakat yalpi ichki mahsulotining qariyb 1 foizini tashkil etadi. Shu bilan birga, O‘zbekiston elektron tijorat bozori (e-commerce) hajmi yildan yilga ortib bormoqda: KPMG xalqaro konsalting kompaniyasi hisob-kitoblariga ko‘ra, 2021-yilda u 168 million AQSh dollarini tashkil etgan. Mutaxassislarning fikricha, mamlakat bozori faol rivojlanish bosqichiga yaqinlashmoqda va joriy yil oxiriga kelib, uning hajmi 264 million AQSh dollarini, 2025 yilga kelib esa 783 million AQSh dollarini tashkil etadi<sup>7</sup>. Elektron tijoratni yanada rivojlantirish uchun unga ta’sir etuvchi omillarni aniqlash, ular o‘rtasida bog‘lanishlar yuzaga kelishini o‘rganish va shu asosda kelgusi davrlar uchun prognozlar tuzish zarur.

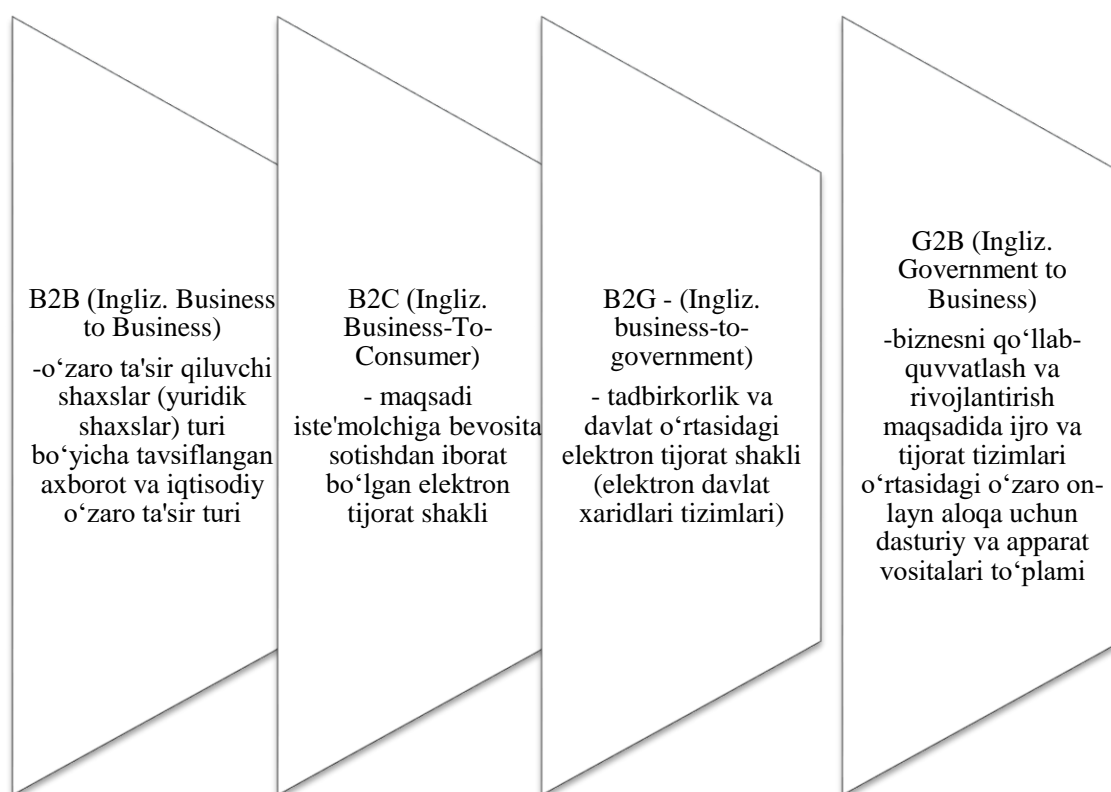
Amaliyotga ko‘ra, bugungi kunda elektron tijorat hamma joyda, ayniqsa chakana savdo sohasida turli shakllarni olgan holda tarqaldi (1-rasm).

Kompyuter tarmoqlarida raqamli ma’lumotlardan foydalanish, elektron tijorat biznes uchun yangi imkoniyatlarni ochadi:

- raqamli ma’lumotlardan foydalangan holda biznes guruhlarini o‘rtasidagi hamkorlikni osonlashtiradi, masalan, marketing strategiyalarini rejalashtirishda;
- mahsulotlarni on-layn tarqatish imkonini beradi, do‘kon va peshtaxtalarga texnik xizmat ko‘rsatish uchun pulni tejaydi va aylanma mablag‘larni kamaytirishga yordam beradi.

---

<sup>7</sup> Manba: <https://uz.kursiv.media/2022-08-03/rynok-elektronnoj-kommercii-uzbekistana-k-koncu-goda-dostignet-264-mln>



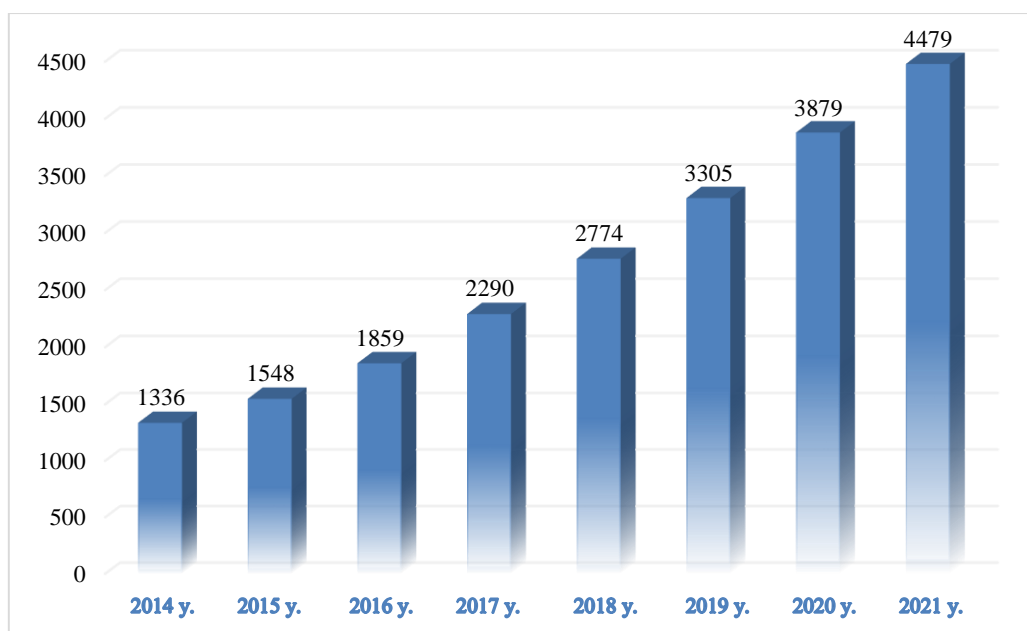
**1-rasm. Elektron tijorat shakllari<sup>8</sup>**

Agar barcha mahsulotlar, masalan, biznes dasturlarini on-layn buyurtmalarni qabul qilish uchun foydalaniluvchi kompyuterda saqlash mumkin bo‘lsa, elektron inventarlash to‘liq raqamli bo‘lishi mumkin.

Tadqiqot ko‘rsatdiki, elektron tijorat har bir biznes uchun ham qisqa muddatli, ham uzoq muddatli foyda keltiradi. Bu nafaqat yangi bozorlarni ochish va yangi mijozlarni topishga yordam beradi, balki doimiy mijozlar bilan ishlashni osonlashtiradi va tezlashtiradi. Elektron tijorat tizimlari yordamida quyidagilarni tashkil qilish mumkin: xizmatlar savdosi; turli xil autsorsing variantlari (o‘z imkoniyatlaridan foydalangan holda uchinchi tomon tashkilotlarining muayyan jarayonlariga pulli texnik xizmat ko‘rsatish); Internetdan foydalanish, WEB-xosting va boshqalar; on-layn nashrlarga obuna bo‘lish va hokazo; axborot bazalaridan pulli foydalanish; interaktiv televidenie va radio; Internetdagi ko‘ngilochar resurslardan pulli foydalanish; masofaviy ta’lim va hokazo; aloqa xizmatlari va hokazo; qo‘shimcha xizmatlarni taqdim etish: sotishdan oldingi va sotishdan keyingi xizmat ko‘rsatish; qo‘llab-quvvatlash (mahsulot va xizmatlar haqida batafsil ma’lumot, mahsulotdan foydalanish bo‘yicha ko‘rsatmalar, iste’molchilarning savollariga javoblar).

Tadqiqotga ko‘ra, global elektron tijorat bozorining hajmi yildan-yilga oshib bormoqda, 2021-yilda 2014-yilga nisbatan elektron tijorat hajmining uch baravardan ko‘proq oshishi kuzatilmoqda (2-rasm), bu esa uning doimiy ravishda o‘sib borayotganidan dalolat beradi. On-layn savdo xizmatlariga talab ortib bormoqda.

<sup>8</sup> Muallif ishlanmasi.



**2-rasm. 2014-2021 yillarda jahon elektron tijorat bozori hajmi trln. AQSh dollari<sup>9</sup>**

Shu tariqa, 2-rasmda ko'rsatilgan global elektron tijorat bozori hajmining oshishi, avvalo, yangi Internet foydalanuvchilari, asosan mobil Internet foydalanuvchilarining (planshetlar, smartfonlar) barqaror oqimi bilan, shuningdek, agar har bir operatsiya va tranzaksiya uchun xarajatlarni kamaytirish uchun ularni global tarmoqqa o'tkazish mumkin bo'lsa, jamiyatni raqamlashtirish global tendensiyasi bilan bog'liq.

Muallifning fikricha, elektron tijoratni boshqarish konsepsiyasi identifikatsiya texnologiyasini ishlab chiqishni o'z ichiga olgan elektron iqtisodiyotni boshqarish tizimini shakllantirishga asoslangan.

Amaliyot ko'rsatadiki, raqamli iqtisodiyotning rivojlanishi axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining rivojlanish darajasiga bevosita bog'liq bo'lib, qoidaga binoan, quyidagi ko'rsatkichlar yordamida baholanadi:

raqamli iqtisodiyotning yalpi ichki mahsulotdagi ulushi;

AKT sohasiga investitsiyalar hajmi;

internet tezligi, mamlakat hududining qamrov darajasi va aholining foydalanish imkoniyati;

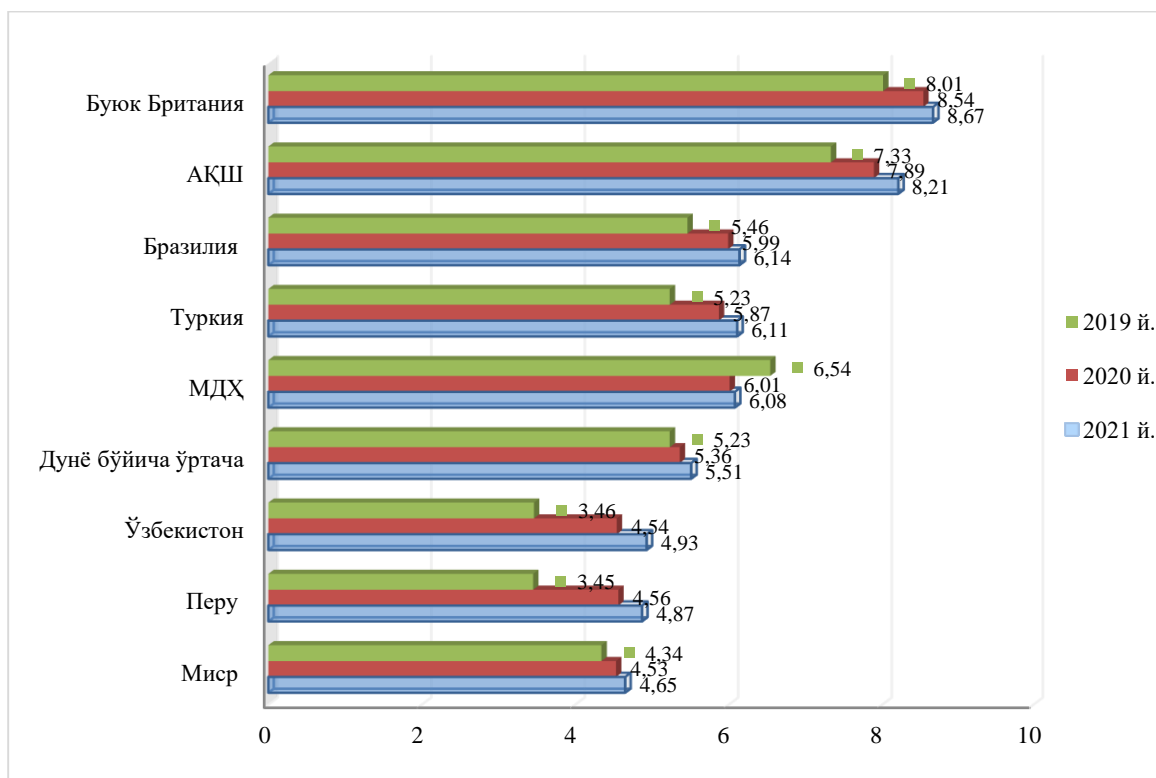
elektron tijoratni rivojlantirish;

tashkilotlarni AKT sohasidagi mutaxassislar bilan ta'minlash.

Bundan tashqari, xalqaro reytinglarda mamlakatda axborot texnologiyalarining rivojlanish darajasini baholovchi ko'rsatkichlar, xususan, 11 ta ko'rsatkichni jamlovchi baholashga namoyon etuvchi kompozit indeks bo'lgan AKTni rivojlantirish indeksi (IDI)) muhim ahamiyatga ega. U axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining (AKT) mamlakatlar bo'ylab va vaqt o'tishi bilan rivojlanishini kuzatish va solishtirish uchun qo'llaniladi.

<sup>9</sup> Muallif tomonidan tuzilgan. Manba: Verigina A.V., Д.В.Коваль Приоритеты развития электронной коммерции в 2022 году. // Экономика. Налоги. Право. Т. 15, № 1. 2022.

AKTning rivojlanish indeksiga ko‘ra, O‘zbekiston masalan, Misrdan oldinda, lekin Turkiya va Braziliyadan orqada bo‘lib, 170 dan ortiq davlat orasida 103-o‘rinni egalladi (3-rasm).

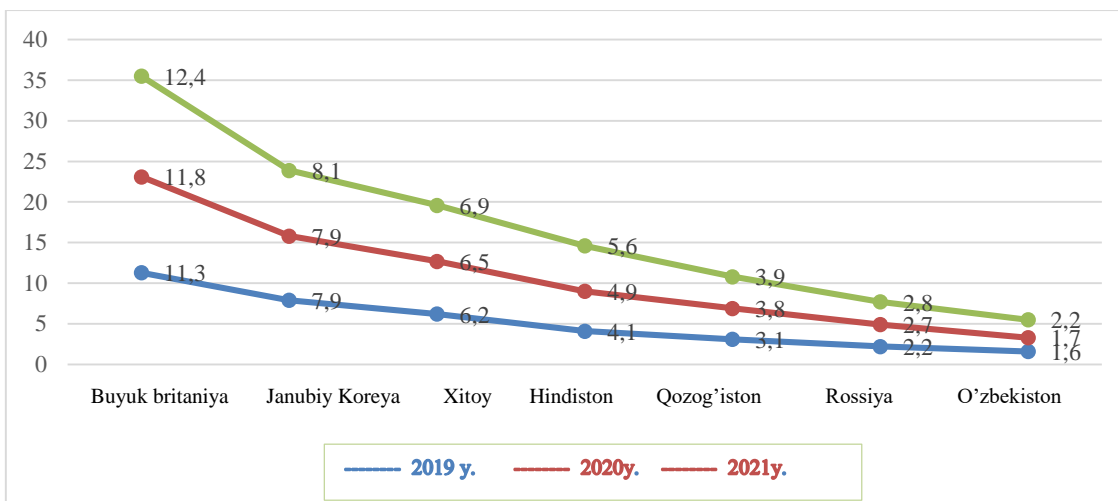


**3-rasm. 2019-2021 yillarda jahonda AKT rivojlanishi indeksi<sup>10</sup>**

2021-yilda O‘zbekistonda AKT rivojlanish indeksi 2019-yilga nisbatan sezilarli darajada oshib, 3,46 qiymatiga nisbatan 4,93 ga yetdi. Biroq raqamli iqtisodiyotning yalpi ichki mahsulotdagi ulushi bo‘yicha O‘zbekiston ham rivojlangan mamlakatlardan (Buyuk Britaniyaga nisbatan 6 marta), ham dunyoning ayrim rivojlanayotgan davlatlaridan (Qozog‘istonga nisbatan deyarli 2 baravar) sezilarli darajada ortda qolmoqda (4-rasm). Bu davlat tomonidan AKTni rivojlantirishga sarflanuvchi xarajat-larni ko‘paytirish bo‘yicha ko‘rilayotgan chora-tadbirlarning ahamiyati va zarurligini tasdiqlaydi.

Mutaxassislarning prognozlariga ko‘ra, 2023-yilda jahon yalpi ichki mahsulotining to‘rt dan bir qismi raqamli sektor hissasiga to‘g‘ri keladi. Elektron tijoratni shakllantirish va rivojlantirishning ilmiy-nazariy asoslarini umumlashtirish muallifning ta‘rifini shakllantirish imkonini berdi: elektron tijorat elektron vositalardan foydalangan holda savdo faoliyatini amalga oshirish hamda tovar va xizmatlarga talabni yaratish, tranzaksiyadan so‘ng mijozlarga qo‘shimcha xizmatlar ko‘rsatish, hamkasblar o‘rtasidagi o‘zaro munosabatlarni osonlashtirish imkonini beradi.

<sup>10</sup> Muallif ishlanmasi.

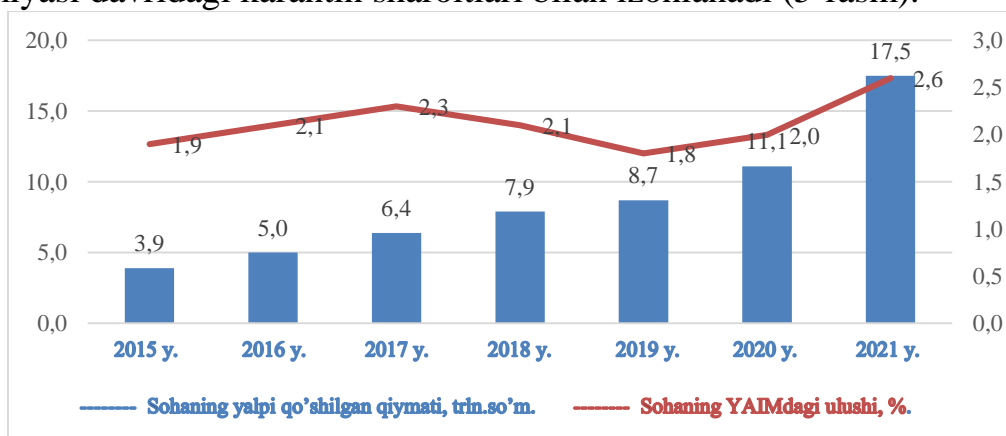


**4-rasm. 2019-2021 yillarda raqamli iqtisodiyotning YaIMdagi ulushi<sup>11</sup>, %**

Axborot ta'minoti va kommunikatsiyalarni tashkil etishning boshqaruv funksiyasini amalga oshirish raqamli iqtisodiyotga yangi mazmun va qo'shimcha vazifalarni kiritadi. Ularning belgilangan talablar darajasida amalga oshirilishi elektron tijoratni boshqarish samaradorligini oshiradi, bu esa xufiyona iqtisodiyot ulushini sezilarli darajada kamaytiradi.

Dissertatsiyaning **“O‘zbekistonda elektron tijorat rivojlanishining hozirgi holati tahlili”** deb nomlangan ikkinchi bobida O‘zbekiston Respublikasida elektron tijoratning rivojlanish dinamikasi tahlil qilingan. O‘zbekistonda elektron iqtisodiyot sohasida davlat boshqaruvi darajasida ko‘plab qadamlar qo‘yildi, biroq bu hodisaning global yangiligi va o‘zgarishlarning yuqori tezligini hisobga olgan holda, raqamli iqtisodiyotni shakllantirish va boshqarish bo‘yicha sezilarli ishlar amalga oshiriladi.

Statistik ko‘rsatkichlar tahlili bo‘yicha O‘zbekiston Respublikasida elektron xizmatlarni rivojlantirish dinamikasi tahlili ko‘rsatdiki, O‘zbekistonda 2021-yil yakuni bo‘yicha axborot iqtisodiyoti va elektron tijorat sektorining yalpi qo‘shilgan qiymati 17,5 trillion so‘mni tashkil etgan bo‘lsa, ko‘rsatkichlarning sezilarli darajada oshishi aynan 2020-2021-yillarda sodir bo‘ldi, bu holat Covid-19 pandemiyasi davridagi karantin sharoitlari bilan izohlanadi (5-rasm).



**5-rasm. 2015-2021 yillarda O‘zbekistonda axborot iqtisodiyoti va elektron tijorat sektorining rivojlanish dinamikasi<sup>12</sup>**

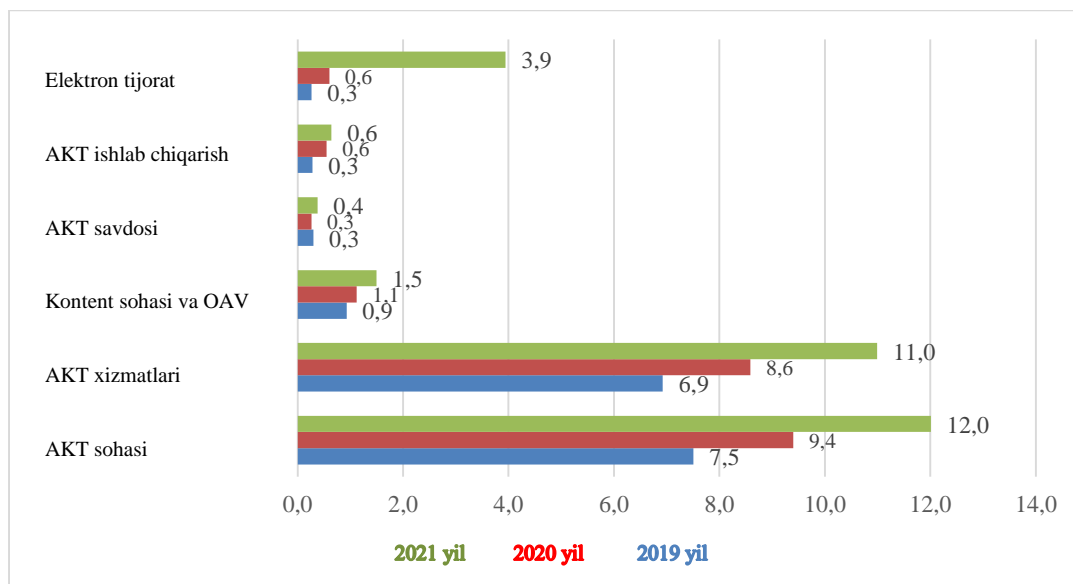
<sup>11</sup> Muallif ishlanmasi.

<sup>12</sup> O‘zbekiston Respublikasi davlat statistika qo‘mitasi ma‘lumotlari asosida muallif tomonidan tuzilgan <https://stat.uz/ru/>



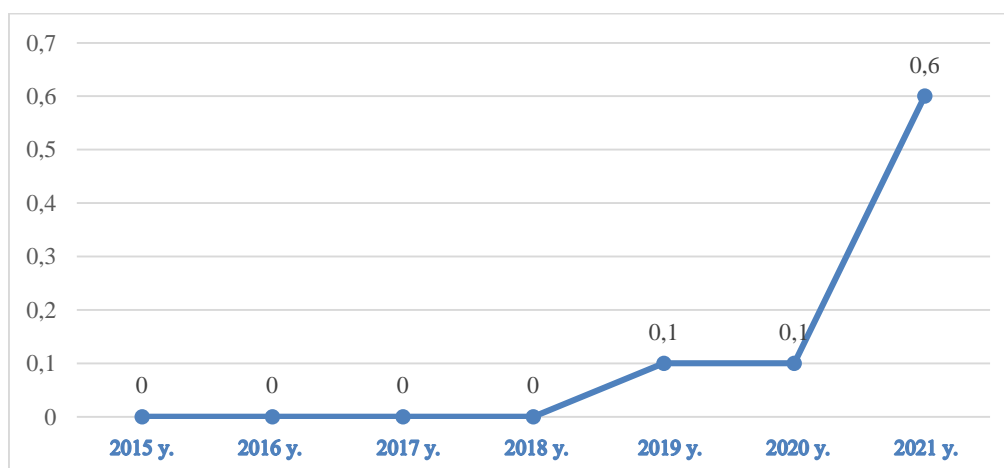
Shunday qilib, axborot iqtisodiyoti va elektron tijorat sohasida xizmat ko'rsatish sohasida yaratilgan yalpi qo'shilgan qiymat 2015 yildan buyon 4,5 barobar oshib, 3,9 dan to 17,5 trln. so'mgachani tashkil etdi va yalpi ichki mahsulotdagi tarmoq ulushi 37 foizga oshib, 1,9 foizdan 2,6 foizga oshdi.

Tadqiqotga ko'ra, 2021-yil yakuniga ko'ra, axborot-iqtisodiyot sektori tarkibida AKT sektorining ulushi ustun bo'lib, AKT xizmatlari hajmi bo'yicha ikkinchi o'rinda turadi. Sektorning qariyb 22 foizini elektron tijorat tashkil etdi (6-chizma).



**6-rasm. 2019-2021 yillarda O'zbekistonda axborot iqtisodiyoti va elektron tijorat sektori tuzilmasi, trln. so'm<sup>13</sup>**

Rasmiy statistik ma'lumotlarga ko'ra, elektron tijoratda yaratilgan yalpi qo'shilgan qiymatning O'zbekiston YaIMdagi ulushi deyarli ahamiyatsiz (7-rasm).



**7-rasm. 2015-2021 yillarda elektron tijoratda yaratilgan yalpi qo'shilgan qiymatning O'zbekiston YaIMdagi ulushi, %<sup>14</sup>**

<sup>13</sup> O'zbekiston Respublikasi davlat statistika qo'mitasi ma'lumotlari asosida muallif tomonidan tuzilgan <https://stat.uz/ru/>

<sup>14</sup> O'sha joyda

2019-yilda O‘zbekiston yalpi ichki mahsulotida elektron tijoratda yaratilgan yalpi qo‘shilgan qiymatning pandemiya tarqalishi va on-layn xizmatlardan foydalanish zarurati bilan bog‘liq sezilarli darajada oshishi kuzatildi, 2021-yilda yuqoridagi ko‘rsatkich 2019-2020-yillarga nisbatan 6 barobar oshdi va 0,6 % qiymatiga yetdi.

Elektron tijorat sektori faoliyatining ko‘p omilli ekonometrik modelini yaratish uchun (2012-2021-yillar uchun yarim yillik ma’lumotlar) quyidagi omillar tanlandi: natijaviy ko‘rsatkich – elektron tijorat xizmatlari hajmi, mlrd.so‘m – Y, ta’sir etuvchi omillar – Internet foydalanuvchilari soni, million kishi – X<sub>1</sub>, Internet xizmatlari uchun tariflar narxi, AQSh dollari – X<sub>2</sub>, on-layn do‘konlar soni, dona – X<sub>3</sub>, elektron tijorat operatsiyalari, mln. - X<sub>4</sub>, POS-terminallar orqali jami tranzaksiyalar, mln. birlik – X<sub>5</sub>, plastik kartalar soni, mln. dona – X<sub>6</sub> va bankomatlar va infokiosklar soni, birliklar – X<sub>7</sub>.

### 1-jadval

#### Ko‘p omilli ekonometrik model parametrlari<sup>15</sup>

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
LNX1	0.297774	0,109909	2,709281	0.0274
LNX2	-0.052961	0,008134	-6,511063	0.0422
LNX3	0.172653	0,061710	2,797812	0.0462
LNX4	0.479430	0,146369	3,275489	0.0385
LNX5	0.109259	0,026379	4,141893	0.0299
LNX6	0.485094	0,177597	1,731431	0.0949
LNX7	0.199961	0,131784	2,517339	0.0501
C	6.876430	1,135413	6,056325	0.0001
R-squared	0.984427	Mean dependent var		11.11578
Adjusted R-squared	0.975343	S.D. dependent var		0.703711
S.E. of regression	0.110500	Akaike info criterion		-1.278437
Sum squared resid	0.146522	Schwarz criterion		-0.880144
Log likelihood	20.78437	Hannan-Quinn criterion		-1.200686
F-statistic	108.3694	Durbin-Watson stat		1.983517
Prob(F-statistic)	0.000000			
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
LNX1	0.297774	0,109909	2,709281	0.0274
LNX2	-0.052961	0,008134	-6,511063	0.0422
LNX3	0.172653	0,061710	2,797812	0.0462
LNX4	0.479430	0,146369	3,275489	0.0385
LNX5	0.109259	0,026379	4,141893	0.0299
LNX6	0.485094	0,177597	1,731431	0.0949
LNX7	0.199961	0,131784	2,517339	0.0501
C	6.876430	1,135413	6,056325	0.0001
R-squared	0.984427	Mean dependent var		11.11578
Adjusted R-squared	0.975343	S.D. dependent var		0.703711
S.E. of regression	0.110500	Akaike info criterion		-1.278437
Sum squared resid	0.146522	Schwarz criterion		-0.880144
Log likelihood	20.78437	Hannan-Quinn criterion		-1.200686
F-statistic	108.3694	Durbin-Watson stat		1.983517
Prob(F-statistic)	0.000000			

<sup>15</sup> Muallif ishlanmasi.

Ko'rsatkichlarni tenglashtirish uchun modelning barcha omillari logarifm sifatida qabul qilindi va Eviews 10 dasturi yordamida ekonometrik model tuzildi, uning koeffitsientlari 1-jadvalda keltirilgan.

Elektron tijorat sektorining yarim yillik ma'lumotlari asosida tuzilgan iqtisodiy va matematik model (1-jadval) quyidagi shaklga ega:

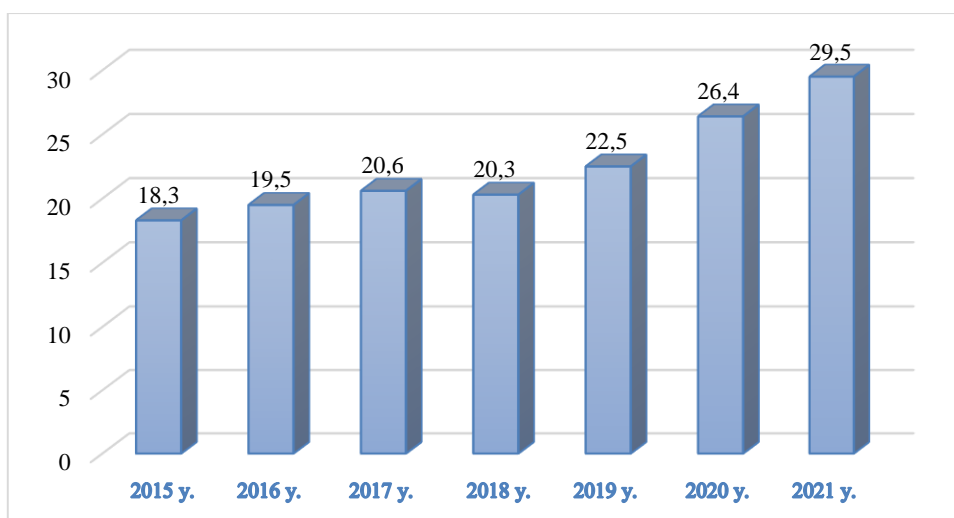
$$\ln y = 6,8764 + 0,2978 \ln x_1 - 0,0529 \ln x_2 + 0,1726 \ln x_3 + 0,4794 \ln x_4 + 0,1092 \ln x_5 + 0,4851 \ln x_6 + 0,1999 \ln x_7 \quad (1)$$

Hisoblangan ko'p omilli ekonometrik modelga ko'ra, Internetdan foydalanuvchilar soni ( $\ln x_1$ ) o'rtacha 1,0 %ga ko'payishi bilan elektron tijorat xizmatlari hajmi ( $\ln y$ ) o'rtacha 0,2978 %ga oshishi mumkin (bunday samara Internet foydalanuvchilari on-layn do'konlarda on-layn xaridlarni amalga oshirishlari natijasida sodir bo'ladi)). O'zbekistonda internet xizmatlari tariflari narxi ( $\ln x_2$ ) o'rtacha 1,0 %ga oshadi, elektron tijorat xizmatlari hajmi ( $\ln y$ ) esa o'rtacha 0,0529 %ga pasayadi. (Bu teskari munosabat omillar o'rtasidagi korrelyatsiya matritsasida ham o'z aksini topadi) (Internet xizmatlari tariflari narxini pasaytirish provayderlarga ham elektron tijorat, ham internet foydalanuvchilariga ko'proq turdagi xizmatlar ko'rsatish imkonini beradi).

Mamlakatimizda internet-do'konlar soni ( $\ln x_3$ ) o'rtacha 1,0 %ga, elektron tijorat xizmatlari hajmi ( $\ln y$ ) esa o'rtacha 0,1726 %ga oshishi kuzatilmoqda (Internet do'konlar soni oshishi natijasida fuqarolar uydan chiqmay, maishiy texnika, kitoblar, orgtexnika, qurilish materiallari va boshqalarni sotib olishlari mumkin.). Elektron tijorat tranzaksiyalarining ( $\ln x_4$ ) o'rtacha 1,0 foizga oshishi elektron tijorat xizmatlarining ( $\ln y$ ) o'rtacha 0,4794 foizga oshishiga olib kelishi mumkin (bu holatda tranzaksiyalar bir qator xizmatlarga tarqalishi mumkin). POS-terminallar orqali amalga oshirilgan tranzaksiyalarning umumiy hajmi ( $\ln x_5$ ) o'rtacha 1,0 % ga, elektron tijorat xizmatlari ( $\ln y$ ) esa o'rtacha 0,1092 %ga oshishi mumkin (bunda nafaqat savdo, balki naqd pul olish bo'yicha operatsiyalar ham amalga oshiriladi).

Aholidan plastik kartochkalar va korxonalar ( $\ln x_6$ ) korporativ plastik kartochkalar sonining o'rtacha 1,0 %ga oshishi elektron tijorat xizmatlari ( $\ln y$ ) hajmining o'rtacha 0,4851 %ga oshishiga olib kelishi mumkin (fuqarolar yoki yuridik shaxslar plastik kartalardan foydalangan holda Click, Payme, Unipay va boshqa elektron to'lov tizimlari orqali elektron xaridlarni amalga oshiradilar). O'zbekistonda bankomat va infokiosklar ( $\ln x_7$ ) sonining o'rtacha 1,0 %ga oshishi elektron tijorat xizmatlari ( $\ln y$ ) hajmi o'rtacha 0,1999 %ga oshishiga olib kelishi mumkin.

Tadqiqotga ko'ra, O'zbekiston Respublikasida xizmat ko'rsatish sohasining internet segmenti juda tez rivojlanib bormoqda, bu haqda Internetdan foydalanuvchilar soni dinamikasini tahlil qilish asosida xulosa qilish mumkin (8-rasm).



**8-rasm. 2015-2021 yillarda O‘zbekistonda ma’lumotlar uzatish tarmoq tizimiga ulangan abonentlar soni, mln. birlik<sup>16</sup>**

8-rasmdagi ma’lumotlar AKT sohasining ahamiyati ortib borayotgani, shuningdek, O‘zbekistonda elektron tijoratni rivojlantirish uchun asoslar mavjudligini tasdiqlaydi, chunki mamlakatda ma’lumotlar uzatish tarmog‘i, shu jumladan, internetga ulangan abonentlar sonining barqaror oshish tendensiyasi kuzatilmoqda, 2021-yilda 2015 yilga nisbatan, bu ko‘rsatkich 1,6 barobarga oshib, 29,5 million birlikni tashkil qildi.

Muallif tadqiqoti natijalariga ko‘ra, O‘zbekiston Respublikasida elektron xizmatlarning rivojlanish dinamikasini tahlil qilish natijalari tadqiqotda 2 ta asosiy blokda keltirilgan:

1) yalpi qo‘shilgan qiymat yaratishga qo‘shgan hissasini baholash asosida ko‘rsatilgan xizmatlar hajmining ishlab chiqarish ko‘rsatkichlari;

2) elektron xizmatlardan foydalanish ko‘rsatkichlari, shu jumladan xizmatdan foydalanish ko‘rsatkichlari; foydalanish intensivligi ko‘rsatkichlari va iqtisodiy faoliyatning ayrim turlarida elektron xizmatlarni sotish hajmi ko‘rsatkichlari.

Dissertatsiyaning **“Iqtisodiyotni raqamlashtirish sharoitida elektron tijoratni boshqarish jarayonini takomillashtirish yo‘nalishlari”** deb nomlangan uchinchi bobi iqtisodiyotni raqamlashtirish sharoitida elektron tijoratni boshqarish usullarini joriy etishga asoslangan.

Elektron tijorat sohasiga nisbatan samaradorlik deganda bozorda savdo operatsiyalari maqsadlariga erishishda tadbirkorlik subyektlarining elektron tijorat texnologiyalari, texnikasi va qoidalariga ehtiyojlariga rioya etilishini anglatuvchi kategoriya tushuniladi.

Elektron tijorat usullari bilan amalga oshiriladigan har bir tijorat operatsiyasi tijoratning ma’lum bir turi – oldi-sotdi, lizing, konsalting, sug‘urta va boshqalar bilan bog‘liq bo‘lib, ularning samaradorligini baholash usullari ma’lum va yetarlicha to‘liq o‘rganilgan. Shuning uchun bu shaklning o‘ziga xos xususiyatlari va bu operatsiyaning maqsadini hisobga olgan holda, elektron tijoratning ma’lum bir tijorat shakliga nisbatan samaradorligi haqida fikr bildirish mumkin. Masalan, savdo

<sup>16</sup> O‘zbekiston Respublikasi davlat statistika qo‘mitasi ma’lumotlari asosida muallif omonidan tuzilgan <https://stat.uz/ru/>

samaradorligi o'lovini shakllantirishda kompaniyaning ko'rib chiqilayotgan rivojlanish bosqichidagi marketing strategiyasini hisobga olish muhim hisoblanadi. Agar strategiya bozorni egallashga qaratilgan bo'lsa, u holda samaradorlik mezonini bir xil bo'ladi, agar u maksimal foyda olishga qaratilgan bo'lsa, u holda mezon butunlay boshqacha bo'ladi, unda boshqa iqtisodiy ko'rsatkichlardan foydalaniladi.

Tijorat faoliyatining muayyan shakli uchun samaradorlik ko'rsatkichlari tizimini tanlashda 2 ta yondashuvdan foydalanish mumkin. Birinchisi, elektron tijorat texnologiyalari bilan bevosita bog'liq yangi, ilgari noma'lum bo'lgan ishlash ko'rsatkichlarini izlash. Shu bilan birga, bu tijorat operatsiyalari har doim ham barcha shakllar uchun tegishli emasligiga tayyor bo'lish kerak.

Bunday holatda, ikkinchi yondashuvdan foydalanish mumkin – avvaldan ma'lum bo'lgan samaradorlik ko'rsatkichlaridan foydalanish, bu esa, o'z navbatida, elektron tijorat texnologiyalarining bunday ma'lum ko'rsatkichlar bilan bog'liqligini miqdoriy baholashni talab etadi.

Muallifning fikricha, mavzu doirasida elektron tijorat samaradorligini baholashning uslubiy yondashuvi quyidagicha bo'lishi mumkin:

elektron tijorat samaradorligini baholash predmeti sohasini belgilash;

xo'jalik yurituvchi subyekt faoliyatining bu sohadagi maqsadli funksiyasini aniqlash;

belgilangan maqsadga erishish uchun samaradorlik ko'rsatkichlarini aniqlash;

mehnat mezonlarini shakllantirish;

samaradorlik ko'rsatkichlarini aniqlash uchun zarur statistik va boshqa ma'lumotlarni to'plashni tashkil etish;

samaradorlik ko'rsatkichlari va mezonlarini hisoblash;

olingan natijalarni tahlil qilish va qaror qabul qilish.

Elektron tijorat bozoridagi kompaniyalar faoliyatini tahlil qilish kompaniyaning muayyan subyekt sohasida rivojlanish strategiyasini aniqlash qay darajada muhim ekanligini ko'rsatdi.

Iqtisodiy samaradorlikni aniqlash usuli elektron tijorat tizimidan foydalanish orqali barcha xarajatlar summasini hisoblash va xarajatlarni kamaytirishdan iborat. Xarajatlarni elektron shaklda hisoblashda an'anaviy usul bilan qiyoslaganda mehnat va vaqt xarajatlari 20 barobar, natijada boshqaruv xarajatlari mos ravishda 20 barobar kamayadi.

Tadqiqotga ko'ra, bugungi kunda iqtisodiy adabiyotlarda elektron tijoratni joriy etishning iqtisodiy, tashkiliy va marketing ta'sirining umumiy taqsimoti; sotuvchi va xaridorlar uchun reyting samaralari; elektron tijoratning bir qator ko'rsatkichlari, xususan, elektron tijorat samaradorligi mavjud.

Elektron tijorat sotuvchi va xaridorlar o'rtasidagi savdo operatsiyalari mexanizmlarida tub o'zgarishlar kiritadi. Savdo sohasidagi korxonalarining raqobatbardoshligiga innovatsiyalar qanday ta'sir ko'rsatishi va bu borada ilgari aniqlangan xususiyatlar qanday o'ringa ega ekanligini o'rganib chiqish lozim.

Mavjud tovar va xizmatlar elektron tijorati hamda axborot materiallaridagi elektron tijoratni o'zaro farqlash kerak. Elektron materiallar savdosi (dasturiy ta'minot, tijorat ma'lumotlari, axborot xizmatlari, video, audiomahsulotlar, grafik

dasturlar, o'yinlar, multimedia ilovalari va hokazo) savdoning yangi usuli bo'lib, unda tijorat tranzaksiyasi davri bir vaqtning o'zida bir xil tarmoq orqali (shu jumladan yetkazib berish) amalga oshirilishi mumkin.

Tadqiqot ko'rsatdiki, O'zbekistonda internet-tijorat rivojlanishining hozirgi bosqichida muhim bo'lgan va elektron tijorat rivojlanishiga to'sqinlik qiluvchi asosiy sabablar quyidagilardan iborat:

1. Buning asosiy sabablaridan biri O'zbekistonda internet foydalanuv-chilari soni juda kamligi va ularning aksariyati on-layn xarid qilishga moyil emasligi.

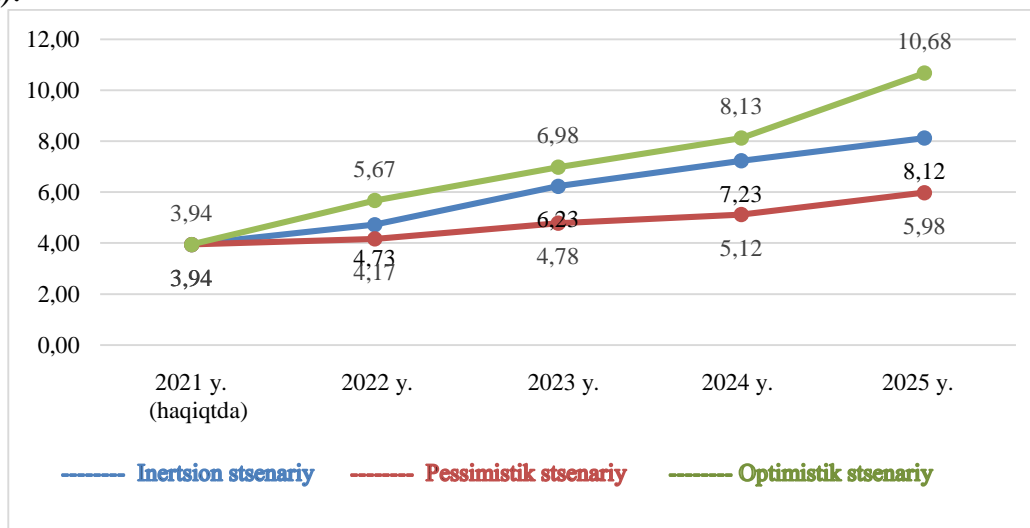
2. Statistik omil, ya'ni foydalanuvchilarning turli o'rtacha ko'rsatkich-lari: Internet va birinchi navbatda, moddiy farovonlik, texnik tayyorgarlik va ta'lim darajasi bo'yicha O'zbekistonning o'rtacha aholisi. Bu omil, bir tomondan, elektron tijoratdan foydalanishni kompyuter texnikasi, dasturiy ta'minoti va murakkab elektronikani targ'ib etish uchun ideal vositaga aylantiradi. Boshqa tomondan, bu omil iste'mol tovarlarini ilgari surish uchun Internetdan foydalanish samaradorligini pasaytiradi.

3. Aksariyat saytlarning tasodifiyligi va ma'lumotlarning haddan tashqari yuklanishi potensial iste'molchilarni jalb etish va saqlab turish, ya'ni professional sayt yaratish va uning samaradorligini baholash qobiliyatini murakkablashtiradi.

4. Moliyaviy operatsiyalar va maxfiy ma'lumotlarning xavfsizligi.

5. Internet-marketing va reklama sohasida professional mutaxassislar yetishmasligi ularning xizmatlari sifati pasayishiga olib keladi.

Yaratilgan ko'p omilli ekonometrik model O'zbekistonda 2025 yilgacha bo'lgan davrda elektron tijoratning yalpi qo'shilgan qiymatini prognoz qilish imkonini berdi (9-rasm).



**9-rasm. 2022-2025 yillarda O'zbekistonda elektron tijoratning yalpi qo'shilgan qiymati prognozi, trln. so'm<sup>17</sup>**

Prognozga ko'ra, optimistik ssensariyga ko'ra, O'zbekistonda elektron tijoratning yalpi qo'shilgan qiymatining qariyb uch baravar oshishi kutilmoqda – 2021-yildagi 3,9 trln. so'mga nisbatan 2025 yilda 10,7 trln. so'mgacha, bu elektron tijorat xizmatlari hajmining sezilarli darajada oshishi, internetdan foydalanuvchilar soni

<sup>17</sup> Muallif ishlanmasi.



oshishi, internet xizmatlari tariflarining narxi pasayishi, on-layn do'konlar va elektron tijorat operatsiyalari soni ko'payishi bilan bog'liq.

Muallif tomonidan o'tkazilgan tadqiqot tahlili natijalariga ko'ra, O'zbekiston Respublikasida elektron xizmatlarni rivojlantirishning zarur sharti ularning sifati va kirib borishini oshirishdan iborat bo'lib, bu jadal va keng qamrovli iqtisodiy o'sish vazifalariga mos keladi.

Mamlakatda elektron tijoratni rivojlantirishda quyidagi muammolar mavjud:

1. Internet tezligi va qamrovi juda past.
2. Mahalliy va xalqaro operatsiyalarda logistika yetarlicha rivojlanmagan.
3. Kishilarning on-layn xaridlarga ishonchi past.
4. Aholining to'lov kartalari bilan qamrovi cheklangan.
5. Xufiyona iqtisodiyot va yuqori soliqlar mavjud.
6. Qonunlar mukammal ishlab chiqilmagan, ko'p jihatlari izohlanmagan, qonuniy emas hamda qo'shimcha xarajat va cheklovlar mavjud.
7. To'lov tizimlari xalqaro to'lovlarni qo'llab-quvvatlamaydi, O'zbekistonda PayPal mavjud emas.
8. Import/eksport bojlarining qiymati yuqori.
9. Korporativ kartalar bo'yicha to'lovlar cheklangan.
10. Sohada kadrlar yetishmasligi va qo'shimcha malaka oshirish zarurati.

Muallifning fikricha, davlat tomonidan tartibga solish va standartlashtirishni takomillashtirish, ishonchli bozor institutlarini rivojlantirish, AT texnologiyalari sohasida kadrlar malakasini tezkor oshirish va ularni qayta tayyorlash sifatini ta'minlash hamda elektron xizmatlar va elektron tijoratni joriy etishning institutsional shartlari hisoblanadi. Elektron tijoratni davlat tomonidan yaxshiroq tartibga solish AKT va soliq tizimlarini o'z ichiga olishi kerak.

Shunday qilib, tadqiqot O'zbekistonda elektron tijoratni optimistik ssenariy bo'yicha rivojlantirish zarurligini ko'rsatdi, buning uchun mamlakatda internet tezligini bir necha barobar oshirish, shuningdek, internetdan foydalanuvchilar sonini ko'paytirish, internet provayderlari internet xizmatlari narxini pasaytirish, respublikada muqobil to'lov tizimlarini yaratish, aholi uchun bunday to'lov tizimlaridan foydalanish bo'yicha reklama ishlarini amalga oshirish, elektron tijorat orqali xorijiy davlatlar bilan integratsiyalashuv, O'zbekistonda valyuta kursining konvertatsiyasi va barqarorligini ta'minlash, bankomat va infokiosklar tarmog'ini ko'paytirib, ularning kechayu kunduz ishlashini ta'minlash zarur. Bundan tashqari, kishilarning xaridlarini osonlashtirish uchun elektron tijorat tizimi orqali logistika operatsiyalarining sifatli va o'z vaqtida bajarilishini ta'minlash zarur.

## XULOSA

Dissertatsiya tadqiqoti natijalari asosida quyidagi xulosalar chiqarildi:

1. Elektron tijorat milliy iqtisodiyotning yuqori o'sish sur'atlarini ta'minlovchi, zamonaviy biznes, axborot-kommunikatsiya texnologiyalari sohasida fan-texnika taraqqiyoti uchun kompaniyalar raqobatbardoshligini oshirish muhim vazifalarini hal etuvchi zamonamizning eng muhim texnologiyalaridan biridir. Bu xo'jalik yurituvchi subyektlarga o'z yutuqlaridan foydalanish imkoniyatini berish, shu tariqa xo'jalik

yurituvchi subyektlarga minimal tranzaksiya xarajatlari bilan tez va vositachilarsiz tijorat hamkorini topish imkoniyatini taqdim etishning iqtisodiy boshqaruvning maqsadga muvofiqligiga asoslanadi.

2. Tadqiqotga ko'ra, O'zbekistonda internet-tijorat rivojlanishining hozirgi bosqichida muhim bo'lgan va elektron tijorat rivojlanishiga to'sqinlik qiluvchi asosiy sabablar quyidagilardan iborat:

asosiy sabablardan biri O'zbekistonda internetdan foydalanuvchilar soni juda kamligi va ularning aksariyati on-layn xarid qilishga moyil emasligi;

statistik omil, ya'ni foydalanuvchilarning turlicha o'rtacha ko'rsatkichlari: Internet va birinchi navbatda, moddiy farovonlik, texnik tayyorgarlik va ta'lim darajasi bo'yicha O'zbekistonning o'rtacha statistik aholisi;

aksariyat saytlarning tasodifiyligi va ma'lumotlarning haddan tashqari yuklanishi potensial iste'molchilarni jalb etish va saqlab turish, ya'ni professional sayt yaratish va uning samaradorligini baholash imkoniyatini qiyinlashtiradi;

moliyaviy operatsiyalar va maxfiy ma'lumotlarning xavfsizligi;

Internet-marketing va reklama sohasida professional mutaxassislar yetishmasligi ular xizmatlarining sifati pasayishiga sabab bo'ladi.

3. Tadqiqot O'zbekistonda elektron tijoratni optimistik ssenariy bo'yicha rivojlantirish zarurligini ko'rsatdi, buning uchun mamlakatda internet tezligini bir necha barobar oshirish, shuningdek, internetdan foydalanuvchilar va internet provayderlar sonini ko'paytirish, internet xizmatlari narxini pasaytirish, respublikada muqobil to'lov tizimlarini yaratish, aholi uchun bunday to'lov tizimlaridan foydalanish bo'yicha reklama ishlarini amalga oshirish, elektron tijorat orqali xorijiy davlatlar bilan integratsiyalashuv, O'zbekiston valyutasining konvertatsiyasi va barqarorligini ta'minlash; bankomat va infokiosklar tarmog'ini ko'paytirish, ularning kechayu kunduz ishlashini ta'minlash zarur. Bundan tashqari, kishilarning xaridlarini osonlashtirish uchun elektron tijorat tizimi orqali logistika operatsiyalarining sifatli va o'z vaqtida bajarilishini ta'minlash zarur.

4. O'zbekiston Respublikasida elektron xizmatlarni rivojlantirish-ning zarur sharti ularning sifati va kirib kelishini yaxshilashdan iborat bo'lib, bu intensiv va keng iqtisodiy o'sish vazifalariga mos keladi.

Respublikada elektron tijoratni rivojlantirishning quyidagi muommolari mavjud:

past Internet tezligi va qamrov darajasi;

ichki va xalqaro operatsiyalarda rivojlanmagan logistika;

on-layn savdoga kishilarning ishonchi pastligi;

aholini to'lov kartalari bilan qamrab olish cheklanganligi;

xufyona iqtisodiyot va yuqori soliqlar;

qonunlar mukammal emas, ko'p jihatlar tavsiflanmagan, noqonuniy hisoblanadi va qo'shimcha xarajatlar va cheklovlar;

to'lov tizimlari xalqaro to'lovlarni qo'llab-quvvatlamaydi, O'zbekistonda PayPalning mavjud emasligi;

tovarlarni import / eksport qilishda yuqori bojlar;

korporativ karta to'lovlariga cheklovlar;

sohadagi kadrlar yetishmasligi va qo‘shimcha ta’lim olish zarurati.

Muallifning fikricha, elektron xizmatlar va elektron tijoratning sifati va joriy etilishini oshirishning institutsional shart-sharoitlari davlat tomonidan tartibga solish va standartlashtirishni takomillash-tirish, bozorning ishonchli institutlarini rivojlantirish va IT texnologiyalari sohasida kadrlar malakasini oshirish va qayta tayyorlashning jadal o‘shishi hisoblanadi. Elektron tijoratni davlat tomonidan tartibga solishni takomillashtirish AKT va soliq tizimini o‘z ichiga olishi kerak.

5. O‘zbekiston Respublikasida elektron xizmatlarning rivojlanish dinamikasini tahlil qilish natijalari ikkita asosiy blokda keltirilgan:

1) ularning yalpi qo‘shilgan qiymatni yaratishga qo‘shgan hissasini baholash asosida ko‘rsatilgan xizmatlar hajmining ishlab chiqarish ko‘rsatkichlari;

2) elektron xizmatlardan foydalanish ko‘rsatkichlari, shu jumladan kirish ko‘rsatkichlari; foydalanishning intensivligi ko‘rsatkichlari va iqtisodiy faoliyatning ayrim turlarida elektron xizmatlarni sotish hajmi ko‘rsatkichlari.

Tahlillar ko‘rsatdiki, O‘zbekiston Respublikasida xizmat ko‘rsatish sohasining Internet segmenti, turli xil ma’lumotlarga ko‘ra, kirib borish sur‘atlarini namoyish yetuvchi asosiy milliy makroiqtisodiy ko‘rsatkichlarga nisbatan tezroq rivojlanmoqda.

6. Dunyodagi zamonaviy taraqqiyot tendensiyalarini e’tiborga olgan holda, iqtisodiyotga raqamli texnologiyalarni faol joriy etish, xususan, elektron savdo munosabatlarini kengaytirish orqali milliy iqtisodiyotning barqaror rivojlanishi va raqobatbardoshligini mustahkamlash mamlakatimiz iqtisodiy siyosatining ustuvor yo‘nalishlari-dan biri sifatida o‘rganilishi lozim.

7. Elektron savdolar infratuzilmasini modernizatsiya qilish, jumladan, mamlakatimiz hududlari bo‘ylab internet tarmog‘ining qamrovi va sifatini yaxshilash, elektron to‘lovlar xavfsizligi oshirish, shuningdek, iste’molchilarning keng qatlami va chakana savdo korxonalariga elektron savdolar bozoriga kirish uchun soddalashtirilgan holda foydalanish uchun elektron tijorat bilan shug‘ullanuvchi subyektlarning tovar va xizmatlariga to‘lovlarni QR to‘lovlari texnologiyasi va NFC texnologiyalari, jumladan mobil qurilmalar orqali to‘lovlarni qabul qilishning zamonaviy va qulay masofaviy usullarda qabul qilish imkoniyatini kengaytirish.

8. Ekonometrik modellarga ko‘ra internetdan foydalanuvchilar soni ( $\ln x_1$ ) o‘rtacha 1,0 %ga ko‘payishi bilan elektron tijorat xizmatlari hajmi ( $\ln y$ ) o‘rtacha 0,2978 %ga oshishi mumkin (bunday samara Internet foydalanuvchilari on-layn do‘konlarda on-layn xaridlarni amalga oshirishlari natijasida sodir bo‘ladi)). O‘zbekistonda internet xizmatlari tariflari narxi ( $\ln x_2$ ) o‘rtacha 1,0 %ga oshadi, elektron tijorat xizmatlari hajmi ( $\ln y$ ) esa o‘rtacha 0,0529 %ga pasayadi. (Bu teskari munosabat omillar o‘rtasidagi korrelyatsiya matritsasida ham o‘z aksini topadi) (Internet xizmatlari tariflari narxini pasaytirish provayderlarga ham elektron tijorat, ham internet foydalanuvchilariga ko‘proq turdagi xizmatlar ko‘rsatish imkonini beradi). Mamlakatimizda internet-do‘konlar soni ( $\ln x_3$ ) o‘rtacha 1,0 %ga, elektron tijorat xizmatlari hajmi ( $\ln y$ ) esa o‘rtacha 0,1726 %ga oshishi kuzatilmoqda (Internet do‘konlar soni oshishi natijasida fuqarolar uydan chiqmay, maishiy texnika, kitoblar,

orgtexnika, qurilish materiallari va boshqalarni sotib olishlari mumkin.). Elektron tijorat tranzaksiyalarining (lnx4) o'rtacha 1,0 foizga oshishi elektron tijorat xizmatlarining (lny) o'rtacha 0,4794 foizga oshishiga olib kelishi mumkin (bu holatda tranzaksiyalar bir qator xizmatlarga tarqalishi mumkin). POS-terminallar orqali amalga oshirilgan tranzaksiyalarning umumiy hajmi (lnx5) o'rtacha 1,0 % ga, elektron tijorat xizmatlari (lny) esa o'rtacha 0,1092 %ga oshishi mumkin (bunda nafaqat savdo, balki naqd pul olish bo'yicha operatsiyalar ham amalga oshiriladi).

9. Tadqiqot natijalariga ko'ra, optimistik ssenariyga ko'ra, O'zbekistonda elektron tijoratning yalpi qo'shilgan qiymatining qariyb uch baravar oshishi kutilmoqda – 2021-yildagi 3,9 trln. so'mga nisbatan 2025 yilda 10,7 trln. so'mgacha, bu elektron tijorat xizmatlari hajmining sezilarli darajada oshishi, internetdan foydalanuvchilar soni oshishi, internet xizmatlari tariflarining narxi pasayishi, on-layn do'konlar va elektron tijorat operatsiyalari soni ko'payishi bilan bog'liq.

10. Mamlakatimizda elektron savdolar faoliyatini muvofiqlashtirish yagona tizimini yo'lga qo'yish va sohaning aniq ma'lumotlarga asoslangan statistik-tahliliy bazasini yaratish.

**НАУЧНЫЙ СОВЕТ ПО ПРИСУЖДЕНИЮ УЧЁНЫХ СТЕПЕНЕЙ  
DSc.03/30.12.2020/I.16.02 ПРИ ТАШКЕНТСКОМ  
ГОСУДАРСТВЕННОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ УНИВЕРСИТЕТЕ**

---

**ТАШКЕНТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ**

**АРИПОВ УЛУГБЕК БАХОДИР УГЛИ**

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ  
ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИЕЙ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ  
ЭКОНОМИКИ**

**08.00.13 – Менеджмент**

**АВТОРЕФЕРАТ**  
диссертации доктора философии (PhD) по экономическим наукам

**Ташкент – 2023**

**Iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi avtorefe  
mundarijasi**

**Оглавление автореферата диссертации доктора философии (PhD)  
по экономическим наукам**

**Contents of dissertation abstract of doctor of philosophy (PhD)  
in economic sciences**

**Aripov Ulug‘bek Bahodir o‘g‘li**

Iqtisodiyotni raqamlashtirish sharoitida elektron tijoratni boshqarish  
mexanizmini takomillashtirish..... 3

**Арипов Улуғбек Баходир угли**

Совершенствование механизма управления электронной коммерцией в  
условиях цифровизации экономики ..... 25

**Aripov Ulugbek Bahodir ugli**

Improving the mechanism for managing e-commerce in the context of  
digitalization of the economy..... 49

**E‘lon qilingan ishlar ro‘uxati**

Список опубликованных работ  
List of published works ..... 52



**НАУЧНЫЙ СОВЕТ ПО ПРИСУЖДЕНИЮ УЧЁНЫХ СТЕПЕНЕЙ  
DSc.03/30.12.2020/I.16.02 ПРИ ТАШКЕНТСКОМ ГОСУДАРСТВЕННОМ  
ЭКОНОМИЧЕСКОМ УНИВЕРСИТЕТЕ**

---

**ТАШКЕНТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ**

**АРИПОВ УЛУГБЕК БАХОДИР УГЛИ**

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМОВ УПРАВЛЕНИЯ  
ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИЕЙ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ  
ЭКОНОМИКИ**

**08.00.13 – Менеджмент**

**АВТОРЕФЕРАТ  
диссертации на соискание учёной степени доктора философии (PhD)  
по экономическим наукам**

**Ташкент – 2023**

Тема диссертации доктора философии (PhD) зарегистрирована в Высшей аттестационной комиссии при Министерстве высшего образования, науки и инноваций Республики Узбекистан за номером B2020.4.PhD/Iqt787

Диссертация выполнена в Ташкентском государственном экономическом университете.  
Автореферат диссертации на трех языках (узбекский, русский, английский (резюме)) размещен на веб – странице Научного совета (www.tsue.uz) и информационно-образовательном портале «ZiyoNet» (www.ziynet.uz).

**Научный руководитель:** Ходжамуратова Гульбахар Юлдашевна  
кандидат экономических наук, доцент

**Официальные оппоненты:** Акрамов Тохир Абдурахманович  
доктор экономических наук, профессор

Гофурова Дилшода Рамазановна  
Доктор философии (PhD) по экономическим наукам

**Ведущая организация:** Ташкентский финансовый институт

Защита диссертации состоится «5» мая 2023 года в 16<sup>00</sup> часов на заседании Научного совета по присуждению учёных степеней DSc.03/30.12.2020/I.16.02 при Ташкентском государственном экономическом университете. Адрес: 100066, город Ташкент, улица Ислама Каримова, д.49. Тел.: (99871) 239-28-72, факс: (99871) 239-43-51, e-mail: tdiu@tsue.uz.

С диссертацией можно ознакомиться в Информационно-ресурсном центре Ташкентского государственного экономического университета (зарегистрирован под номером \_\_\_\_). Адрес: 100066, город Ташкент, улица Ислама Каримова, д.49. Тел.: (99871) 239-28-72, факс: (99871) 239-43-51, e-mail: tdiu@tsue.uz.

Автореферат диссертации разослан «20» мая 2023 года.  
(протокол реестра №22 от «20» мая 2023 года).



*Г.К.*  
**Г.К. Абдурахманова**  
Председатель Научного совета по  
присуждению ученых степеней,  
д.э.н., профессор

*Р.Х.*  
**Р.Х. Карлибаева**  
Ученый секретарь Научного совета по  
присуждению ученых степеней,  
д.э.н., профессор

*Ш.Дж.*  
**Ш.Дж. Эргашходжаева**  
Председатель научного семинара  
научного совета по присуждению  
ученых степеней, д.э.н., профессор

## **ВВЕДЕНИЕ (аннотация диссертации доктора философии (PhD))**

**Актуальность и востребованность темы диссертации.** В условиях усиливающихся процессов международной интеграции и конкуренции в мире электронная коммерция стремительно развивается как одна из важных и перспективных отраслей экономики. Массовая цифровизация, социальная изоляция и постоянный рост социальных медиа выступают катализаторами индустрии электронной коммерции. Значительный рост электронной коммерции произошел в 2019 году – с началом пандемии COVID-19, когда весь мир осознал колоссальный потенциал электронной коммерции. Согласно статистике Shopify: за три года с 2019 по 2022 мировая сумма трат на покупки в интернете выросла с 3,351 до 5,545 трлн. долларов США и эта цифра продолжает стремительно увеличиваться<sup>1</sup>. Такие темпы роста показывают текущую и перспективную значимость отрасли, а ее дальнейшее развитие требует совершенствования механизма управления электронной коммерцией в условиях цифровизации экономики.

В мире ведутся обширные научные исследования по эффективной организации электронной коммерции. В связи с этим дальнейшее повышение качества электронных услуг, внедрение и повышение эффективности бизнес-платформ, таких как B2B, B2C, B2G, C2C, проникновение в новые сегменты рынка услуг международной торговли, где происходит жесткая и бескомпромиссная конкуренция, внедрять инновационные инструменты и современные требования для обеспечения эффективности деятельности электронной коммерции, разработка и совершенствование стратегии управления электронной коммерцией является одним из приоритетных направлений исследований.

В последние годы уделяется особое внимание организации и развитию электронной коммерции и ее площадок в Узбекистане. В связи с этим важным решением определены меры по ускоренному развитию электронной коммерции в стране<sup>2</sup>, развитие цифровой экономики в качестве основного «драйвера» с обеспечением увеличения ее объема как минимум в 2,5 раза было определено как одно из приоритетных направлений Стратегии развития Нового Узбекистана на 2022-2026 годы<sup>3</sup>. Эффективная реализация этих задач направлена на совершенствование механизма управления электронной коммерцией в республике, достижение высокого уровня эффективности управления деятельностью компаний электронной коммерции, совершенствование методологии оценки эффективности управления электронной коммерцией, а также под влиянием реализуемых в Узбекистане последовательных мер по цифровизации экономики деятельность электронной коммерции является основными параметрами, требуют проведения научных исследований по разработке прогнозных показателей.

---

<sup>1</sup> По данным <https://www.agora.ru/blog/trendy-e-commerce-v-2022-godu/>

<sup>2</sup> Постановление Президента Республики Узбекистан №ПП-3724 от 14.05.2018 «О мерах по ускоренному развитию электронной коммерции» <https://lex.uz/docs/3744601>

<sup>3</sup> Указ Президента Республики Узбекистан №УП-60 от 28.01.2022 «О Стратегии развития Нового Узбекистана на 2022-2026 гг.» <https://lex.uz/ru/docs/5841077>

Диссертационное исследование в определенной степени послужит реализации задач, намеченных в Указе Президента Республики Узбекистан №УП-60 от 28 января 2022 года «О Стратегии развития Нового Узбекистана на 2022-2026 годы», постановлении №ПП-3724 года «О мерах по ускоренному развитию электронной коммерции» от 14 мая 2018, постановлениях Кабинета Министров Республики Узбекистан №55 «О Программе развития сферы услуг на 2016-2020 годы» от 26 февраля 2016 года, «О развитии электронной коммерции» от 30 января 2007 года, а также в других нормативных правовых документах в этом направлении.

**Соответствие исследования приоритетным направлениям развития науки и технологий республики.** Диссертационное исследование выполнено в соответствии с приоритетным направлением развития науки и технологии республики I. «Углубление демократических реформ, формирование гражданского общества, разработка научных основ модернизации и либерализации национальной экономики».

**Степень изучения проблемы.** Теоретические и практические аспекты развития электронной коммерции изучены многими зарубежными учеными, в том числе П.Ф.Друкером, Б.Твиссом, Ю.Шумпетером, Р.Фостером, Франком Вебстером, А.Динисом, К.Оппенлендером<sup>4</sup>.

В этом направлении проведены научные исследования ученых СНГ, таких как П.Н.Завлин, Л.П.Гончаренко, Л.М.Гохберг, А.К.Казанцев, Б.З.Мильнер, Ю.В.Яковец, Ю.С.Кубкина, О.А.Кобелев, В.И.Шулепов<sup>5</sup> и другие.

Теоретические и практические проблемы эффективного использования информационно-коммуникационных технологий исследованы в научных работах узбекских ученых, таких как Б.Б.Абдуллаев, И.Абдураимов, С.С.Гулямов, Б.Б.Беркинов, А.Н.Арипов, Т.З.Тешабаев, Ш.А.Турсунов, Р.И.Нурибетов<sup>6</sup> и другие.

Несмотря на проведенные научные исследования, факторы, влияющие на систему электронной коммерции в условиях цифровизации экономики, и

---

<sup>4</sup> Друкер П. Новый бизнес. – М.: Экономика, 1993.149с., Твисс Б. Управление научно-техническими нововведениями. – М.: Экономика, 1989. – 217 с., Шумпетер Й. Теория экономического развития. – М., Прогресс, 1982. - 455с. Webster Frank. Theories of the Information Society. – London: Routledge, 2002.-p.15.7. Оппенлендер К. Технический прогресс: воздействие, оценки, результаты: Сокр. пер. с нем. – М.: Экономика, 175 с., 1981г. Y.Hsu, (2011). Design innovation and marketing strategy in successful product competition. Journal of Business & Industrial Marketing

<sup>5</sup> Завлин П.Н. Инновация в рыночной экономике. //Гуманитарные науки, 1997 №3. – С. 3., Гончаренко Л.П., Артунов Ю.А. Инновация, управление инновационным бизнесом. – М.: ЮНИТИ, 2001., Гохберг Л.М., Экономика знаний инновационная политика. – М.: КНОРУС, 2009. - 352 с., Казанцев А.К. Информационные технологии в управлении, производстве, жизнедеятельности. – Тюмень: Ист Консалтинг, 2010 г., Кубкина Ю.С. Электронная коммерция: роль, понятие, направления развития. //Пространство экономики, 2012. № 2–2. – С. 5. Кобелев О.А. Электронная коммерция: учебное пособие/ О.А. Кобелев; под ред. проф. С.В.Пирогова. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ИТК «Дашков и К», 2013 – 684 с.; Кобелев О.А. Электронная коммерция / О.А.Кобелев; под ред. С.В. Пирогова. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2018. – 684 с. Шулепов В.И. Основы электронной коммерции /В.И. Шулепов, Г.Р. Шакирова; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола: ПГТУ, 2014. – 109 с.

<sup>6</sup> Абдуллаев Б.Б., Абдураимов И. Инновация субъектлари фаолияти самарадорлигини аниқлаш. // Бозор, пул ва кредит. 9-сон, 2005 й.; Фуломов С.С. Ахборот тизимлари ва технологиялари. – Тошкент: Шарқ, 2000. 582-б., Арипов А.Н., Иминов Т.К. Ўзбекистон ахборот-коммуникация технологиялари соҳаси менежменти масалалари. Монография. – Т., 2012. Абдуллаев М. Ишлаб чиқариш корхоналарида электрон хужжат ва электрон хужжат айланиш тизимини такомиллаштириш йўллари. – Т., 2018 – 26 б.



вопросы, связанные с совершенствованием механизма эффективного управления данным сектором, систематически не изучены.

**Связь темы диссертации с научно-исследовательскими планами вуза, где выполнена диссертация.** Диссертационное исследование выполнено в соответствии с планом научно-исследовательских работ Ташкентского государственного экономического университета А-2-4 на тему «Формирование и развитие рынка инновационных услуг и его влияние на повышение конкурентоспособности экономики регионов Республики Узбекистан» (2014-2017 гг.).

**Целью исследования** является разработка научных предложений и практических рекомендаций по совершенствованию механизма управления электронной коммерцией в условиях цифровизации экономики.

**Задачи исследования:**

изучение теоретических и методологических аспектов управления электронной коммерцией;

изучение концептуальных подходов к управлению электронной коммерцией в условиях цифровизации экономики;

определение факторов, влияющих на процесс управления электронной коммерцией в условиях цифровизации экономики;

изучение существующих в мире методов оценки эффективности управления электронной коммерцией;

оценка эффективности управления электронной коммерцией в условиях цифровизации экономики;

совершенствование механизма регулирования электронной коммерции в Республике Узбекистан;

исследование актуальных проблем электронной коммерции в социальных сетях;

разработка стратегии улучшения управления электронной коммерцией в нашей стране;

разработка направлений совершенствования процессов управления электронной коммерцией в условиях цифровизации экономики.

**Объектом исследования** выбрана деятельность предприятий, осуществляющих электронную коммерцию в Узбекистане.

**Предметом исследования** являются социально-экономические отношения в процессе совершенствования управления электронной коммерцией.

**Методы исследования.** В ходе исследования использованы методы анализа и синтеза, статистических наблюдений, решения управленческих задач, корреляционно-регрессионного анализа, социологического исследования, методы экспертной оценки.

**Научная новизна исследования** заключается в следующем:

обосновано достижение высокого уровня эффективности за счет обеспечения оптимальных значений интегрального коэффициента параметров качества ( $KQP_{A2A}=0,75$ ), ( $KQP_{A2A}=0,70$ ) и ( $KQP_{A2A}=0,65$ ) по видам электронной

коммерции (A2A, A2B, A2C) при управлении деятельностью компаний электронной коммерции;

усовершенствована методика оценки эффективности управления электронной торговлей на основе перехода от показателя общего количества времени, затраченного на этот процесс, к показателю времени, затраченного на электронные транзакции;

обосновано совершенствование логистики электронной коммерции за счет запуска деятельности компаний-подрядчиков, онлайн-рынка, формирования взаимосвязанной системы выполнения заказов ритейлерами и доставки товаров при управлении электронной коммерцией;

разработаны прогнозные показатели основных параметров деятельности электронной коммерции до 2025 года под влиянием последовательных мер по цифровизации экономики, реализуемых в Узбекистане.

**Практические результаты исследования** состоят в следующем:

выявлены практические проблемы управления электронной коммерцией в условиях цифровизации экономики;

изучен зарубежный опыт развития электронной коммерции и показаны возможности их использования;

внесены предложения по совершенствованию нормативно-правовой базы ведения и регулирования электронной коммерции в Республике Узбекистан;

оценена эффективность управления электронной коммерцией в условиях цифровизации экономики;

разработаны сценарии развития электронной коммерции в Республике Узбекистан, которые легли в основу стратегии «Цифровой Узбекистан – 2030».

**Достоверность результатов исследования.** Достоверность результатов исследования определяется целесообразностью методологического подхода и методов, использованных в диссертационной работе, использованием официальных источников информации, в том числе статистических данных Госкомстата Республики Узбекистан и отчетов международных организаций, а также реализацией соответствующими организациями рекомендаций и предложений.

**Научная и практическая значимость результатов исследования.** Научная значимость результатов исследования объясняется тем, что они могут быть использованы для расширения научной и методологической базы специальных научных работ, связанных с вопросами развития сферы электронной коммерции в стране и совершенствования механизма ее управления, и совершенствование научного аппарата научно-исследовательских работ.

Практическая значимость результатов исследования заключается в том, что материалы диссертации могут быть использованы при разработке методологических показателей для дальнейшего развития инфраструктуры электронной коммерции и совершенствования механизма ее управления, а также для совершенствования системы информационной безопасности,



подготовки учебного пособия «Электронная коммерция» и учебника «Современный маркетинг» в высших учебных заведениях.

**Внедрение результатов исследования.** На основе предложений по совершенствованию управления электронной коммерцией:

обосновано достижение высокого уровня эффективности за счет обеспечения оптимальных значений интегрального коэффициента параметров качества ( $KQP_{A2A}=0,75$ ), ( $KQP_{A2A}=0,70$ ) и ( $KQP_{A2A}=0,65$ ) по видам электронной коммерции (A2A, A2B, A2C) при управлении деятельностью компаний электронной коммерции (справка №33-8/389 Министерства по развитию информационных технологий и коммуникаций Республики Узбекистан от 23 января 2023 года);

усовершенствована методика оценки эффективности управления электронной торговлей на основе перехода от показателя общего количества времени, затраченного на этот процесс, к показателю времени, затраченного на электронные транзакции (справка №33-8/389 Министерства по развитию информационных технологий и коммуникаций Республики Узбекистан от 23 января 2023 года);

обосновано совершенствование логистики электронной коммерции за счет запуска деятельности компаний-подрядчиков, онлайн-рынка, формирования взаимосвязанной системы выполнения заказов ритейлерами и доставки товаров при управлении электронной коммерцией (справка №33-8/389 Министерства по развитию информационных технологий и коммуникаций Республики Узбекистан от 23 января 2023 года);

разработаны прогнозные показатели основных параметров деятельности электронной коммерции до 2025 года под влиянием последовательных мер по цифровизации экономики, реализуемых в Узбекистане (справка №33-8/389 Министерства по развитию информационных технологий и коммуникаций Республики Узбекистан от 23 января 2023 года);

**Апробация результатов исследования.** Основные результаты исследования апробированы в виде докладов на международных и республиканских научно-практических конференциях.

**Публикация результатов исследования.** По теме диссертации опубликованы всего 16 научных работ, в том числе 5 научных статей в научных изданиях, рекомендованных к публикации научных результатов докторских диссертаций Высшей аттестационной комиссии Республики Узбекистан, в том числе 3 в отечественных и 2 в зарубежных журналах, 6 тезисов лекций на научно-практических конференциях.

**Структура и объем диссертации.** Структура диссертации состоит из введения, 3 глав, заключения и списка использованной литературы. Диссертация состоит из 117 страниц.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во **введении** обоснованы актуальность и востребованность исследования, сформированы цель и основные задачи, объект и предмет исследования, показано соответствие приоритетным направлениям науки и технологии республики, изложена научная новизна и практические результаты исследования, освещены научная и практическая значимость результатов, приведена информация о внедрении результатов исследования в практику, опубликованных работах и структуре диссертации.

В первой главе диссертации, озаглавленной **«Регуляторные аспекты управления электронной коммерцией»** утверждается, что электронная коммерция является одной из важнейших технологий современности, которая обеспечивает высокие темпы роста экономики нашей страны, что электронная коммерция решает важную задачу повышения конкурентоспособности компаний для современного бизнеса, научно-технического развития в сфере информационно-коммуникационных технологий, в основе которой лежит экономическая управленческая целесообразность предоставления субъектам хозяйствования возможности использовать свои достижения и тем самым обеспечить им возможность найти коммерческого партнера быстро и без посредников с минимальными транзакционными издержками.

Масштабы электронной коммерции определяются не географическими или национальными границами, а распространением компьютерных сетей. Поскольку наиболее важные отрасли являются глобальными, электронная коммерция позволяет даже самым маленьким предприятиям иметь глобальное присутствие и вести бизнес.

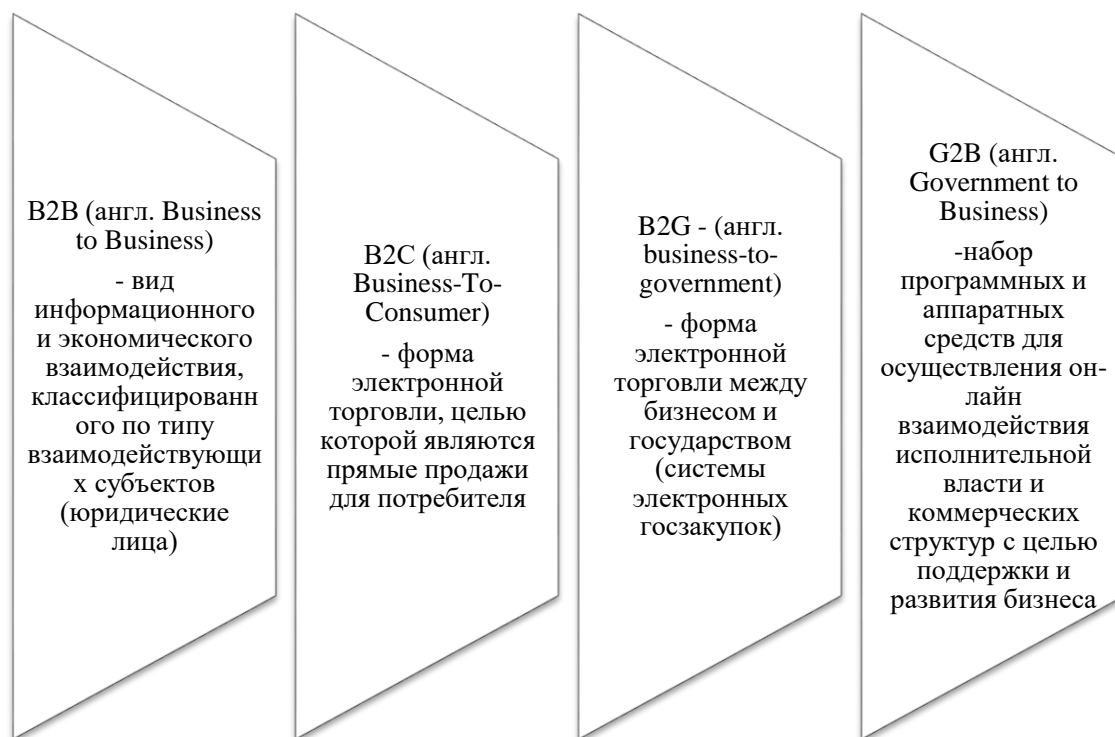
Согласно диссертации, экономический рост предприятий в современных условиях экономической нестабильности требует совершенствования инфраструктуры на основе онлайн-деятельности предприятия с использованием передовых инструментов электронной коммерции.

В Узбекистане сфера электронной коммерции находится на стадии своего развития, составляя всего лишь 1 % от ВВП страны. При этом объем рынка электронной коммерции (e-commerce) Узбекистана растет из года в год: по подсчетам международной консалтинговой компании KPMG в 2021 году он составил 168 млн.долл. США. Эксперты отмечают, что рынок страны приближается к стадии активного роста, и к концу текущего года его объем составит 264 млн.дол. США, а к 2025 году достигнет 783 млн.долл. США<sup>7</sup>. Для дальнейшего развития электронной коммерции необходимо выявить влияющие на нее факторы, исследовать появление связей между ними и на этой основе делать прогнозы на будущие периоды.

Как показывает практика, сегодня электронная коммерция распространилась повсеместно, особенно в сфере розничной торговли, принимая различные формы (рис. 1).

---

<sup>7</sup> Источник: <https://uz.kursiv.media/2022-08-03/rynok-elektronnoj-kommercii-uzbekistana-k-koncu-goda-dostignet-264-mln>



**Рисунок 1. Формы электронной торговли<sup>8</sup>**

Используя цифровые данные в компьютерных сетях, электронная коммерция открывает новые возможности для бизнеса:

облегчает сотрудничество между бизнес-группами с использованием цифровых данных, например, при планировании маркетинговых стратегий;

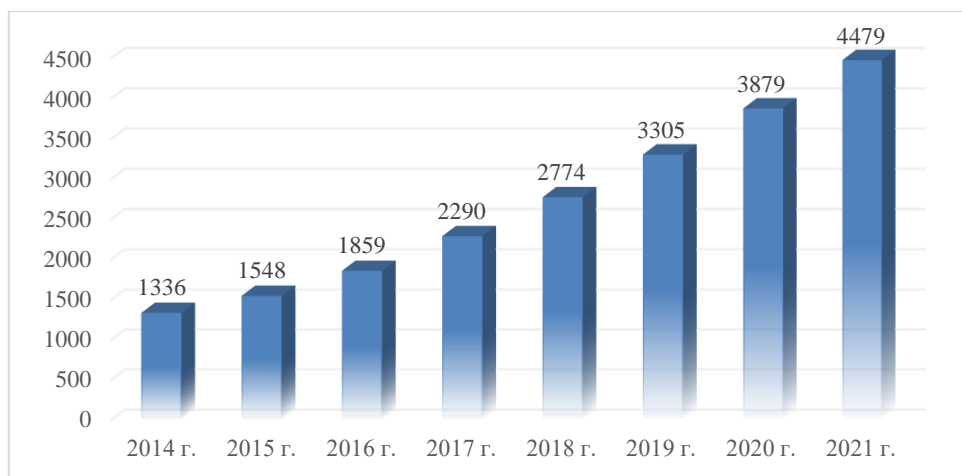
обеспечивает распространение продукции через Интернет, экономит деньги на обслуживании магазина и прилавка, а также помогает сократить оборотный капитал.

Если все продукты, такие как программное обеспечение для бизнеса, можно хранить на компьютере, используемом для приема онлайн-заказов, электронная инвентаризация может быть полностью цифровой.

Исследование показало, что электронная коммерция имеет как краткосрочные, так и долгосрочные преимущества для любого бизнеса. Это не только помогает открывать новые рынки и находить новых клиентов, но и упрощает и ускоряет работу с постоянными клиентами. С помощью систем электронной коммерции можно организовать: торговлю услугами; различные варианты аутсорсинга (платное обслуживание отдельных процессов сторонних организаций с использованием собственных возможностей); пользование интернетом, WEB-хостинг и другие; подписка на интернет-издания и другие; платное использование информационных баз; интерактивное телевидение и радио; платное использование развлекательных ресурсов в сети Интернет; дистанционное обучение и другие; услуги связи и другие; оказание дополнительных услуг: предпродажное и послепродажное обслуживание; поддержка (подробная информация о продуктах и услугах, инструкции по использованию продукта, ответы на вопросы потребителей и другие).

<sup>8</sup> Составлено автором.

Исследование показало, что объемы мирового рынка электронной торговли растут из года в год, в 2021 г. по сравнению с 2014 г. наблюдается более, чем трехкратное увеличение объемов электронной торговли (рис. 2), что свидетельствует о все более возрастающем спросе на услуги онлайн-торговли.



**Рисунок 2. Объем мирового рынка электронной торговли в 2014-2021 гг., трлн. долл. США<sup>9</sup>**

Таким образом, рост объемов мирового рынка электронной торговли, представленный на рисунке 2, связан, прежде всего, с устойчивым притоком новых пользователей сети Интернет, в основном, пользователей мобильного интернета (планшетов, смартфонов), а также с общемировой тенденцией цифровизации общества в целях минимизации затрат на любых операциях и транзакциях, если они могут быть переведены в глобальную сеть.

По мнению автора, в основе концепции управления электронной коммерцией лежит формирование системы управления электронной экономикой, включающей в себя разработку технологии идентификации.

Практика показывает, что развитие цифровой экономики напрямую связано с уровнем развития информационно-коммуникационных технологий, и, как правило, оценивается с помощью следующих показателей:

доля цифровой экономики в ВВП;

объем инвестиций в сфере ИКТ;

скорость интернета, уровень покрытия территории страны и доступа населения;

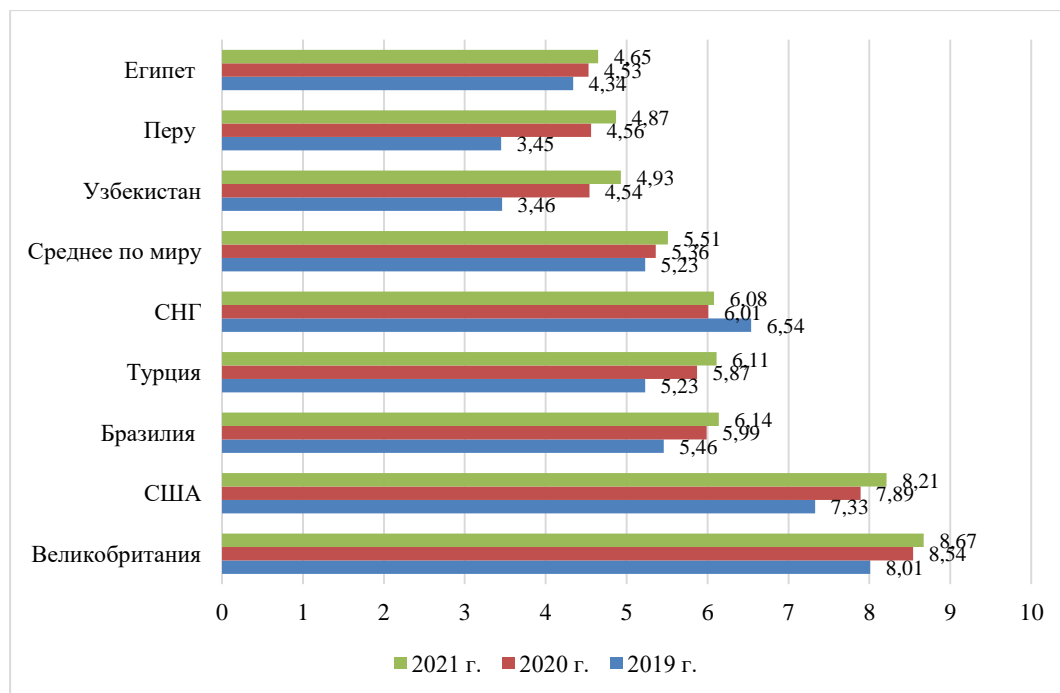
развитие электронной коммерции;

обеспечение организаций специалистами в области ИКТ.

Кроме этого, важными являются показатели в международных рейтингах, оценивающих степень развития в стране информационных технологий, в частности это индекс развития ИКТ (IDI), который представляет собой составной индекс, объединяющий 11 показателей в составную оценку. Он используется для мониторинга и сопоставления достижений в области информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) между странами и с течением времени.

<sup>9</sup> Составлено автором. Источник: Веригина А.В., Д.В.Коваль Приоритеты развития электронной коммерции в 2022 году// Экономика. Налоги. Право. Т. 15, № 1. 2022.

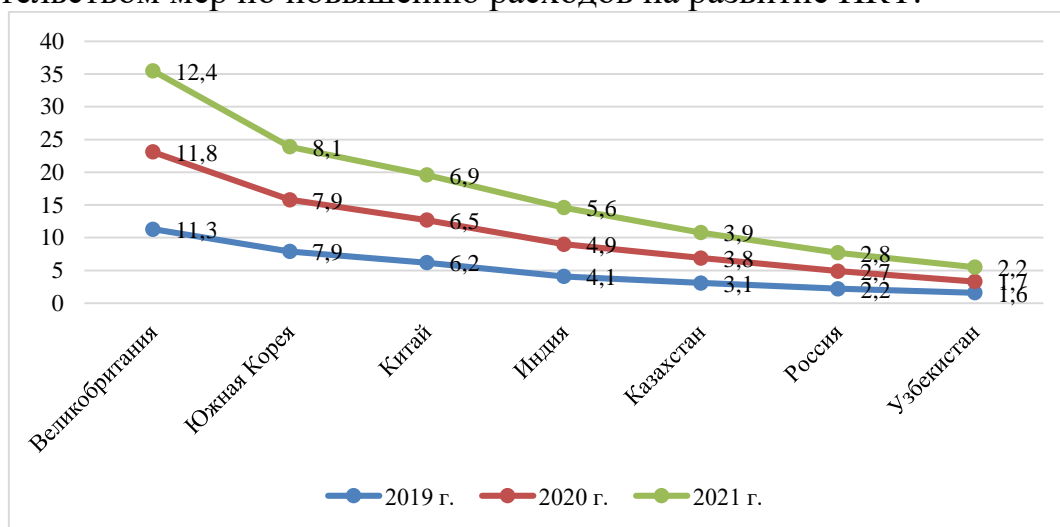
По индексу развития ИКТ Узбекистан занимает 103 место из более чем 170 стран, опережая, например, Египет, но уступая Турции и Бразилии (рис. 3).



**Рисунок 3. Индекс развития ИКТ в мире в 2019-2021 годах<sup>10</sup>**

В 2021 г. индекс развития ИКТ в Узбекистане значительно вырос по сравнению с 2019 г., составив значение 4,93 против значения 3,46.

Однако, по доле цифровой экономики в ВВП Узбекистан существенно отстает как от развитых стран (по сравнению с Великобританией в 6 раз), так и от некоторых развивающихся стран мира (по сравнению с Казахстаном почти в 2 раза) (рис. 4), что подтверждает значимость и необходимость проводимых правительством мер по повышению расходов на развитие ИКТ.



**Рисунок 4. Доля цифровой экономики в ВВП в 2019-2021 годах<sup>11</sup>, %**

<sup>10</sup> Составлено автором.

<sup>11</sup> Составлено автором.

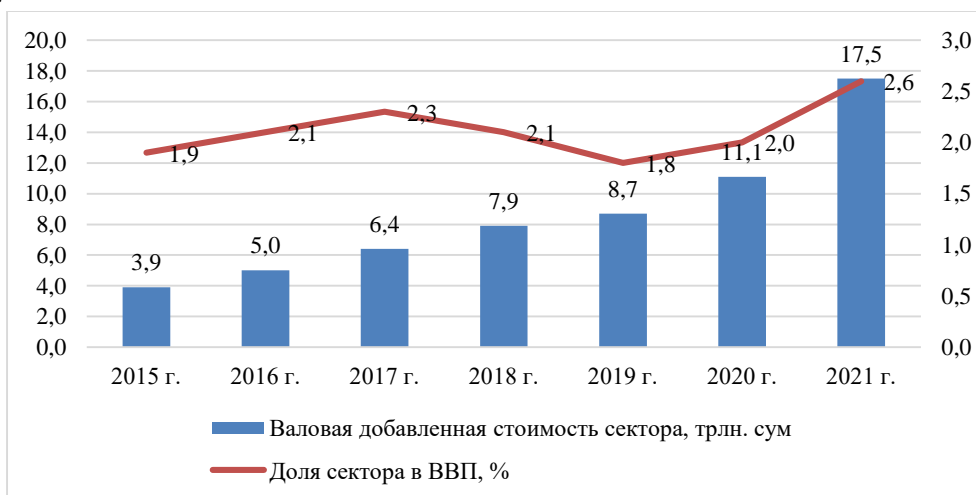
По прогнозам экспертов в 2023 году на цифровой сектор будет приходиться до четверти мирового ВВП.

Обобщение научно-теоретических основ формирования и развития электронной коммерции позволило сформулировать авторское определение: электронная коммерция представляет собой деятельность с помощью электронных средств и создавать спрос на товары и услуги, оказывать дополнительные услуги покупателям после совершения сделки, облегчать взаимодействия между коллегами. Реализация функции управления организацией информационного обеспечения и связи вносит в цифровую экономику новое содержание и дополнительные задачи. Выполнение их на уровне установленных требований повышает эффективность управления электронной коммерцией, что значительно снижает долю теневой экономики.

Во второй главе диссертации, озаглавленной «**Анализ текущего состояния развития электронной коммерции в Узбекистане**» анализируется динамика развития электронной коммерции в Республике Узбекистан.

В Узбекистане предпринято немало шагов на уровне государственного управления в сфере электронной экономики, но, учитывая глобальную новизну явления и высокую скорость изменений, будут предприняты значительные усилия по формированию и управлению цифровой экономикой.

Анализ динамики развития электронных услуг в Республике Узбекистан, проведенный на анализе статистических показателей, показал, что валовая добавленная стоимость сектора информационной экономики и электронной коммерции в Узбекистане к концу 2021 г. превысила 17,5 трлн. сумов, при этом значительный прирост показателей произошел именно в 2020-2021 гг., что объясняется карантинными условиями во время пандемии Covid-19 (рис. 5).



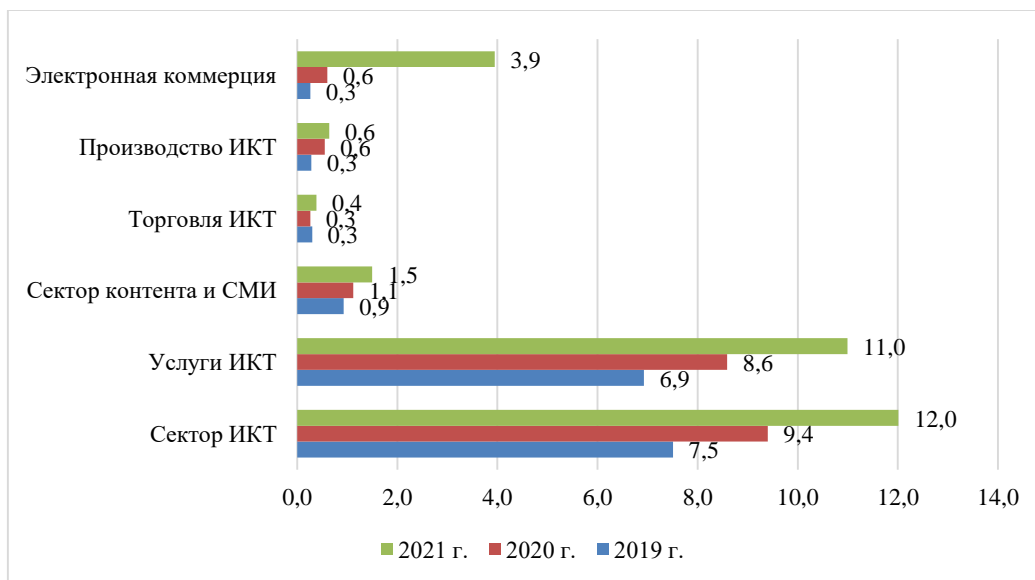
**Рисунок 5. Динамика развития сектора информационной экономики и электронной коммерции в Узбекистане в 2015-2021 годах<sup>12</sup>**

Таким образом, валовая добавленная стоимость, созданная в сфере услуг в области информационной экономики и электронной коммерции выросла с

<sup>12</sup> Составлено автором по данным Государственного комитета Республики Узбекистан по статистике <https://stat.uz/ru/>

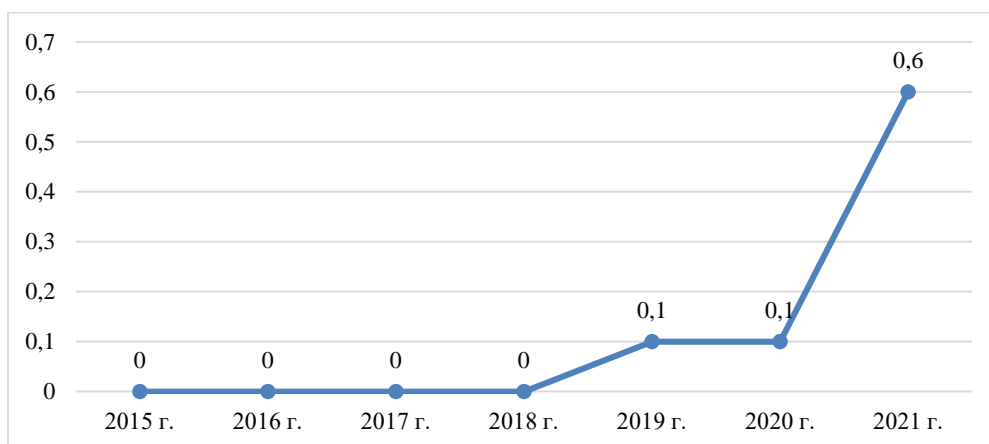
2015 года в 4,5 раза с 3,9 до 17,5 трлн. сумов, а доля сектора в ВВП выросла на 37 % с 1,9 до 2,6 %.

Исследование показало, что на конец 2021 года в структуре сектора информационной экономики преобладала доля сектора ИКТ, на втором месте находились объемы услуг ИКТ. Электронная коммерция составляла около 22 % сектора (рис. 6).



**Рисунок 6. Структура сектора информационной экономики и электронной коммерции в Узбекистане в 2019-2021 годах, трлн. сумов<sup>13</sup>**

В соответствии с официальной статистикой, доля валовой добавленной стоимости, созданной в электронной коммерции в ВВП Узбекистана, имеет почти тривиальное значение (рис. 7).



**Рисунок 7. Доля валовой добавленной стоимости, созданной в электронной коммерции в ВВП Узбекистана в 2015-2021 годах<sup>14</sup>, %**

В 2019 году произошел значительный скачок валовой добавленной стоимости, созданной в электронной коммерции в ВВП Узбекистана, связанный в связи с распространением пандемии и необходимостью

<sup>13</sup> Составлено автором по данным Государственного комитета Республики Узбекистан по статистике <https://stat.uz/ru/>

<sup>14</sup> Там же.

использования онлайн-услуг, в 2021 году вышеназванный показатель вырос в 6 раз по сравнению с 2019-2020 годами и достиг значения 0,6 %.

Для построения многофакторной эконометрической модели деятельности сектора электронной коммерции (полугодовые данные за 2012-2021 гг.) были выбраны следующие факторы: результирующий показатель - объем услуг электронной коммерции, млрд. сум – Y, влияющие факторы - численность пользователей сети Интернет, млн. чел. – X<sub>1</sub>, стоимость тарифов на интернет-услуги, долл. США – X<sub>2</sub>, количество интернет-магазинов, шт. – X<sub>3</sub>, операции электронной торговли, млн. ед. – X<sub>4</sub>, всего транзакций через POS-терминалы, млн. ед. – X<sub>5</sub>, количество пластиковых карт, млн. шт. – X<sub>6</sub> и количество банкоматов и инфокиосков, ед. – X<sub>7</sub>.

**Таблица 1**

**Параметры многофакторной эконометрической модели<sup>15</sup>**

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
LNx1	0.297774	0,109909	2,709281	0.0274
LNx2	-0.052961	0,008134	-6,511063	0.0422
LNx3	0.172653	0,061710	2,797812	0.0462
LNx4	0.479430	0,146369	3,275489	0.0385
LNx5	0.109259	0,026379	4,141893	0.0299
LNx6	0.485094	0,177597	1,731431	0.0949
LNx7	0.199961	0,131784	2,517339	0.0501
C	6.876430	1,135413	6,056325	0.0001
R-squared	0.984427	Mean dependent var		11.11578
Adjusted R-squared	0.975343	S.D. dependent var		0.703711
S.E. of regression	0.110500	Akaike info criterion		-1.278437
Sum squared resid	0.146522	Schwarz criterion		-0.880144
Log likelihood	20.78437	Hannan-Quinn criterion		-1.200686
F-statistic	108.3694	Durbin-Watson stat		1.983517
Prob(F-statistic)	0.000000			

В целях выравнивания показателей, все факторы модели прологарифмированы и с использованием программы Eviews 10 построена эконометрическая модель, коэффициенты которой представлены в таблице 1.

Экономико-математическая модель, построенная по полугодовым данным сектора электронной коммерции (табл. 1), имеет вид:

$$\ln y = 6,8764 + 0,2978 \ln x_1 - 0,0529 \ln x_2 + 0,1726 \ln x_3 + 0,4794 \ln x_4 + 0,1092 \ln x_5 + 0,4851 \ln x_6 + 0,1999 \ln x_7 \quad (1)$$

Расчетная многофакторная эконометрическая модель показывает, что при увеличении числа пользователей Интернета ( $\ln x_1$ ) в среднем на 1,0 % объем услуг электронной коммерции ( $\ln y$ ) может увеличиться в среднем на 0,2978% (такой эффект возникает в результате того, что интернет-пользователи совершают онлайн-покупки в интернет-магазинах). В Узбекистане стоимость тарифов интернет-услуг ( $\ln x_2$ ) вырастет в среднем на 1,0%, а объем услуг электронной коммерции ( $\ln y$ ) снизится в среднем на 0,0529%. (Эта обратная зависимость также отражена в матрице корреляции между факторами) (снижение стоимости тарифов на интернет-услуги позволит провайдерам

<sup>15</sup> Разработано автором.

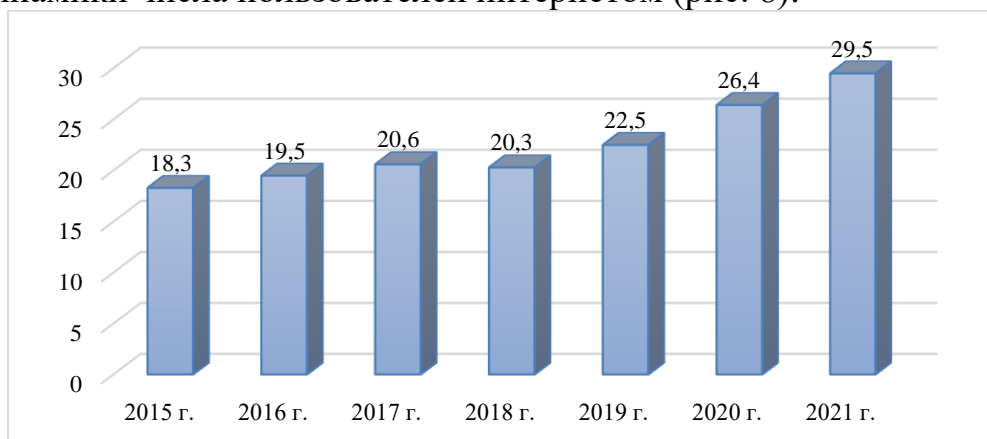


предоставлять больше видов услуг как электронной коммерции, так и пользователям интернета).

Наблюдается, что количество интернет-магазинов в нашей стране ( $lnx_3$ ) увеличится в среднем на 1,0 %, а объем услуг электронной коммерции ( $lny$ ) увеличится в среднем на 0,1726% (в результате увеличения интернет-магазинов граждане могут приобретать бытовую технику, книги, оргтехнику, строительные материалы и т.д., не выходя из дома). Среднее увеличение транзакций электронной коммерции ( $lnx_4$ ) на 1,0 процента может привести к среднему увеличению объема услуг электронной коммерции ( $lny$ ) на 0,4794 процента (в этом случае транзакции могут быть распределены между рядом служб). Общий объем транзакций, совершенных через POS-терминалы ( $lnx_5$ ) может увеличиться в среднем на 1,0 %, а объем услуг электронной коммерции ( $lny$ ) может увеличиться в среднем на 0,1092 % (в котором осуществляются не только продажи, но и операции по снятию наличных).

Увеличение количества пластиковых карт у населения и корпоративных пластиковых карт у предприятий ( $lnx_6$ ) в среднем на 1,0 %, может привести к увеличению объема услуг электронной коммерции ( $lny$ ) в среднем на 0,4851 % (граждане или юридические лица совершают электронные покупки через электронные платежные системы Click, Payme, Unipay и другие системы с использованием пластиковых карт). Увеличение количества банкоматов и инфокиосков ( $lnx_7$ ) в Узбекистане в среднем на 1,0 % может привести к увеличению объема услуг электронной коммерции ( $lny$ ) в среднем на 0,1999 %.

Исследование показало, что интернет-сегмент сферы услуг в Республике Узбекистан растет очень быстро, о чем можно сделать вывод на основании анализа динамики числа пользователей интернетом (рис. 8).



**Рисунок 8. Численность абонентов, подключенных к системе сети передачи данных в Узбекистане в 2015-2021 годах, млн. единиц<sup>16</sup>**

Данные рисунка 8 доказывают растущую роль сферы ИКТ, а также наличие основы для развития электронной торговли в Узбекистане, поскольку в республике наблюдается тенденция стабильного роста числа абонентов, подключенных к сети передачи данных, в том числе к интернету, в 2021 году по

<sup>16</sup> Составлено автором по данным Государственного комитета Республики Узбекистан по статистике <https://stat.uz/ru/>

сравнению с 2015 годом данный показатель вырос в 1,6 раз, достигнув значения 29,5 млн. единиц.

По результатам исследования автора результаты анализа динамики развития электронных услуг в Республике Узбекистан в исследовании представлены в 2 основных блоках:

1) производственные показатели объема оказанных услуг на основе оценки их вклада в создание валовой добавленной стоимости;

2) показатели использования электронных услуг, в том числе показатели доступа; показатели интенсивности использования и показатели объема продаж электронных услуг в отдельных видах экономической деятельности.

Третья глава диссертации, озаглавленная **«Направления совершенствования процесса управления электронной коммерцией в условиях цифровизации экономики»** основана на внедрении методов управления электронной коммерцией в условиях цифровизации экономики.

Применительно к сфере электронной коммерции под эффективностью понимается категория, означающая соответствие потребностям субъектов предпринимательства в технологиях, приемах и правилах электронной коммерции при достижении целей торговых операций на рынке.

Каждая коммерческая сделка, совершаемая методами электронной коммерции, связана с конкретным видом коммерции – куплей-продажей, лизингом, консалтингом, страхованием и т.д., методы оценки их эффективности известны и изучены достаточно подробно. Поэтому можно говорить об эффективности электронной коммерции применительно к определенной форме коммерции с учетом специфики этой формы и цели данной операции. Например, формулируя показатель эффективности продаж, важно учитывать маркетинговую стратегию фирмы на рассматриваемой стадии развития. Если стратегия направлена на захват рынка, то критерий эффективности тот же, если он направлен на получение максимальной прибыли, то критерий будет совсем другим, в нем будут использоваться другие экономические показатели.

При выборе системы показателей эффективности для той или иной формы коммерческой деятельности можно использовать 2 подхода. Первый – это поиск новых, неизвестных ранее показателей эффективности, напрямую связанных с технологиями электронной коммерции. В то же время необходимо быть готовым к тому, что данные коммерческие сделки не всегда актуальны для всех форм.

В этом случае может быть использован второй подход – использование уже известных показателей эффективности, что, в свою очередь, требует количественной оценки отношения технологий электронной коммерции к этим известным показателям эффективности.

По мнению автора, методологический подход к оценке эффективности электронной коммерции внутри субъекта может быть следующим:

определение предметной области для оценки эффективности электронной коммерции;

определение целевой функции деятельности хозяйствующего субъекта в этой сфере;

определение показателей эффективности для достижения поставленной цели;

формирование критериев работы;

организация сбора статистики и других данных, необходимых для определения показателей эффективности;

расчет показателей и критериев эффективности;

анализ полученных результатов и принятие решений.

Анализ деятельности компаний на рынке электронной коммерции показал, насколько важно определить стратегию развития компании в сфере конкретного субъекта.

Метод определения экономической эффективности заключается в расчете суммы всех затрат и снижении затрат за счет использования системы электронной коммерции. При расчете затрат в электронном виде, по сравнению с традиционным методом, затраты труда и времени сокращаются в 20 раз, как следствие, затраты на управление соответственно сокращаются в 20 раз.

Исследование показало, на сегодняшний день существует общее разделение экономических, организационных и маркетинговых эффектов внедрения электронной коммерции в экономической литературе; ранжирование эффектов для покупателей и продавцов; ряд показателей электронной коммерции и в частности, эффективности электронной коммерции.

Электронная коммерция вносит кардинальные изменения в механизмы торговых операций между покупателями и продавцами. Необходимо рассмотреть, как инновации влияют на конкурентоспособность предприятий в сфере торговли и какую роль в этом отношении играют ранее выявленные характеристики.

Следует различать электронную торговлю реальными товарами и услугами и электронную торговлю информационными материалами. Торговля электронными материалами (программное обеспечение, коммерческая информация, информационные услуги, видео-, аудиопродукция, графические программы, игры, мультимедийные приложения и т. д.) – это новый способ торговли, в котором весь цикл коммерческой транзакции (включая доставку) может осуществляться одновременно по одной и той же сети.

Исследование показало, что основными причинами, имеющими значение на современном этапе развития интернет-коммерции в Узбекистане и выступающими препятствием для развития электронной коммерции являются следующие:

1. Одна из основных причин заключается в том, что количество интернет-пользователей в Узбекистане очень мало, и большинство из них не склонны делать покупки онлайн.

2. Статистический фактор, то есть разные усреднения пользователей: Интернет и среднестатистического жителя Узбекистана, в первую очередь по уровню материального благосостояния, технической подготовки и

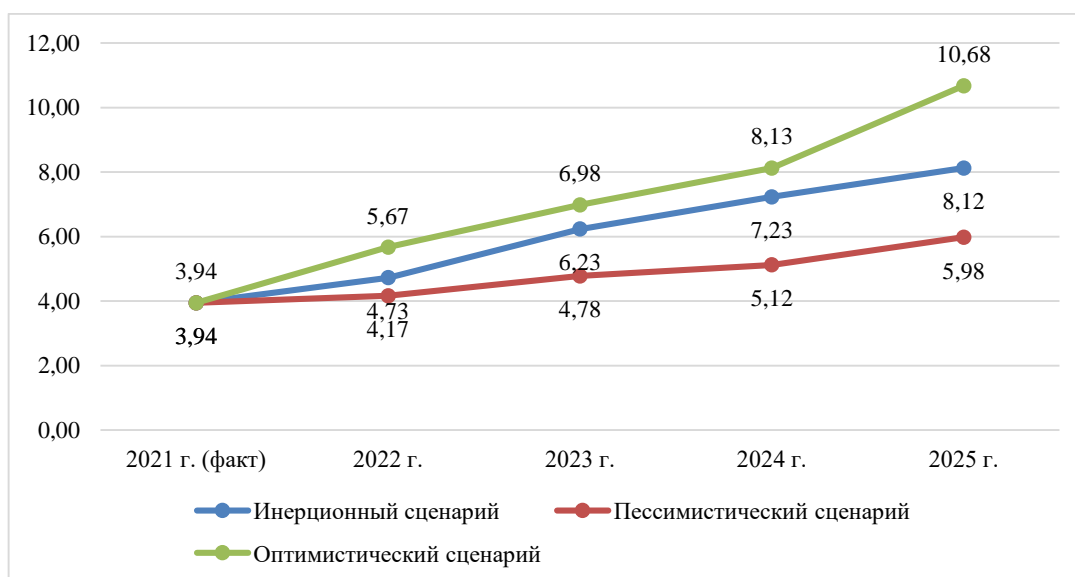
образовательного уровня. Этот фактор, с одной стороны, делает использование электронной коммерции идеальным инструментом для продвижения компьютерной техники, программного обеспечения и сложной электроники. С другой стороны, этот фактор снижает эффективность использования Интернета для продвижения товаров массового спроса.

3. Хаотичность и информационная перегруженность большинства сайтов затрудняют привлечение и удержание потенциальных потребителей, то есть вопрос создания профессионального сайта и возможности оценить его эффективность.

4. Безопасность финансовых операций и конфиденциальной информации.

5. Отсутствие профессиональных специалистов в области интернет-маркетинга и рекламы, приводит к снижению качества их услуг.

Построенная многофакторная эконометрическая модель позволила осуществить прогноз валовой добавленной стоимости электронной коммерции Узбекистана до 2025 г. (рис. 9).



**Рисунок 9. Прогноз валовой добавленной стоимости электронной коммерции в Узбекистане в 2022-2025 гг., трлн. сум<sup>17</sup>**

В соответствии с прогнозом, по оптимистическому сценарию предполагается почти трехкратный рост валовой добавленной стоимости электронной коммерции в Узбекистане – к 2025 году до 10,7 трлн. сум против 3,9 трлн. сум в 2021 году, что связано со значительным ростом объема услуг электронной коммерции, количеством пользователей сети Интернет, снижением стоимости тарифов на интернет-услуги, ростом количества интернет-магазинов и операций электронной торговли.

По результатам проведенного автором анализа исследования показали, что необходимым условием развития электронных услуг в Республике Узбекистан является повышение их качества и проникновения, что соответствует задачам интенсивного и экстенсивного экономического роста. Кроме того, определены следующие проблемы в развитии электронной коммерции в республике:

<sup>17</sup> Разработка автора.

1. Низкая скорость интернета и уровень покрытия.
2. Незрелая логистика во внутренних и международных операциях.
3. Низкое доверие людей к онлайн-покупкам.
4. Ограниченный охват населения платежными картами.
5. Теневая экономика и высокие налоги.
6. Законы несовершенны, многие аспекты не описаны, незаконны и имеют дополнительные расходы и ограничения.
7. Платежные системы не поддерживают международные платежи, отсутствие PayPal в Узбекистане.
8. Высокие пошлины на ввоз/вывоз товаров.
9. Ограничения на оплату корпоративными картами.
10. Нехватка кадров на местах и необходимость дополнительного обучения.

По мнению автора, институциональными условиями обеспечения качества и внедрения электронных услуг и электронной коммерции являются совершенствование государственного регулирования и стандартизации, развитие надежных институтов рынка, быстрый рост квалификации и переподготовки кадров в сфере ИТ-технологии. Улучшение государственного регулирования электронной коммерции должно включать ИКТ и налоговые системы.

Таким образом, исследование показало необходимость развития сферы электронной коммерции в Узбекистане по оптимистичному сценарию, для чего следует добиться увеличения скорости интернета в стране в несколько раз, а также увеличения количества интернет-пользователей, интернет-провайдеров, снижения стоимости интернет-услуг, создание альтернативной оплаты систем в стране, ведение рекламной работы по использованию этих платежных систем для населения, осуществление интеграции с зарубежными странами по электронной коммерции, обеспечение конвертации и стабильности валюты Узбекистана, увеличение сети банкоматов и инфокиосков, обеспечение их круглосуточной работы. Кроме того, для облегчения покупок людей необходимо обеспечить качественное и своевременное выполнение логистических операций системой электронной коммерции.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

По результатам диссертационного исследования сделаны следующие выводы:

1. Электронная коммерция является одной из важнейших технологий современности, которая обеспечивает высокие темпы роста национальной экономики, решает важную задачу повышения конкурентоспособности компаний для современного бизнеса, научно-технического прогресса в сфере информационно-коммуникационных технологий, в основе которой лежит экономическая управленческая целесообразность предоставления субъектам хозяйствования возможности использовать свои достижения и тем самым обеспечивать хозяйствующие субъекты возможность найти коммерческого

партнера быстро и без посредников с минимальными транзакционными издержками.

2. Исследование показало, что основными причинами, имеющими значение на современном этапе развития интернет-коммерции в Узбекистане и выступающими препятствием для развития электронной коммерции являются следующие:

одна из основных причин заключается в том, что количество интернет-пользователей в Узбекистане очень мало, и большинство из них не склонны делать покупки онлайн;

статистический фактор, то есть разные усреднения пользователей: Интернета и среднестатистического жителя Узбекистана, в первую очередь по уровню материального благосостояния, технической подготовки и образовательного уровня;

хаотичность и информационная перегруженность большинства сайтов затрудняют привлечение и удержание потенциальных потребителей, то есть вопрос создания профессионального сайта и возможности оценить его эффективность;

безопасность финансовых операций и конфиденциальной информации;

отсутствие профессиональных специалистов в области интернет-маркетинга и рекламы, приводит к снижению качества их услуг.

3. Исследование показало необходимость развития сферы электронной коммерции в Узбекистане по оптимистичному сценарию, для чего следует добиться увеличения скорости интернета в стране в несколько раз, а также увеличения количества интернет-пользователей, интернет-провайдеров, снижения стоимости интернет-услуг, создание альтернативной оплаты систем в стране, ведение рекламной работы по использованию этих платежных систем для населения, осуществление интеграции с зарубежными странами по электронной коммерции, обеспечение конвертации и стабильности валюты Узбекистана, увеличение сети банкоматов и инфокиосков, обеспечение их круглосуточной работы. Кроме того, для облегчения покупок людей необходимо обеспечить качественное и своевременное выполнение логистических операций системой электронной коммерции.

4. Необходимым условием развития электронных услуг в Республике Узбекистан является повышение их качества и проникновения, что соответствует задачам интенсивного и экстенсивного экономического роста. Имеются следующие проблемы развития электронной коммерции в республике:

низкая скорость интернета и уровень покрытия;

неразвитая логистика во внутренних и международных операциях;

низкое доверие людей к онлайн-покупкам;

ограниченный охват населения платежными картами;

тайная экономика и высокие налоги;

законы несовершенны, многие аспекты не описаны, незаконны и имеют дополнительные расходы и ограничения;

платежные системы не поддерживают международные платежи, отсутствие PayPal в Узбекистане;

высокие пошлины на ввоз/вывоз товаров;

ограничения на оплату корпоративными картами;

отсутствие кадров на местах и необходимость дополнительного обучения.

По мнению автора, институциональными условиями повышения качества и реализации электронных услуг и электронной коммерции являются совершенствование государственного регулирования и стандартизации, развитие надежных институтов рынка, быстрый рост квалификации и переподготовки кадров в сфере ИТ-технологии. Совершенствование государственного регулирования электронной коммерции должно включать ИКТ и налоговую систему.

5. Результаты анализа динамики развития электронных услуг в Республике Узбекистан представлены в двух основных блоках:

1) производственные показатели объема оказанных услуг на основе оценки их вклада в создание валовой добавленной стоимости;

2) показатели использования электронных услуг, в том числе показатели доступа; показатели интенсивности использования и показатели объема продаж электронных услуг в отдельных видах экономической деятельности.

Анализ показал, что интернет-сегмент сферы услуг в Республике Узбекистан, по разным данным, развивается быстрее, чем основные национальные макроэкономические показатели, отражающие уровень проникновения.

6. С учетом тенденций современного развития в мире следует рассматривать активное внедрение цифровых технологий в экономику, в частности, устойчивое развитие и укрепление конкурентоспособности национальной экономики за счет расширения электронных торговых отношений как один из приоритетов экономической политики нашей страны.

7. Модернизация инфраструктуры электронной торговли, в том числе улучшение покрытия и качества сети Интернет во всех регионах нашей страны, повышение безопасности электронных платежей, а также упрощение доступа на рынок электронной торговли для широкого круга потребителей и предприятий розничной торговли, товары и услуги субъектов электронной коммерции, расширение возможности приема платежей за услуги в современных и удобных дистанционных способах приема платежей с использованием технологии QR-платежей и технологий NFC, в том числе на мобильных устройствах.

8. Согласно эконометрическим моделям, при среднем увеличении числа пользователей Интернета ( $\ln x_1$ ) на 1,0% объем услуг электронной коммерции ( $\ln y$ ) может увеличиваться в среднем на 0,2978% (такой эффект, что пользователи Интернета онлайн происходит в результате совершения онлайн-покупок в магазинах)). В Узбекистане стоимость тарифов интернет-услуг ( $\ln x_2$ ) вырастет в среднем на 1,0%, а объем услуг электронной коммерции ( $\ln y$ ) снизится в среднем на 0,0529%. (Эта обратная зависимость также отражена в

матрице корреляции между факторами) (Снижение цены тарифов на интернет-услуги позволяет провайдерам предоставлять больше видов услуг как электронной коммерции, так и пользователям интернета). В нашей стране наблюдается увеличение количества интернет-магазинов ( $\ln x_3$ ) в среднем на 1,0%, а объема услуг электронной коммерции ( $\ln y$ ) в среднем на 0,1726% в них можно купить технику, книги, оргтехнику, стройматериалы, и т. д.). Среднее увеличение количества транзакций электронной коммерции на 1,0% ( $\ln x_4$ ) может привести к увеличению объема услуг электронной торговли ( $\ln y$ ) в среднем на 0,4794% (в этом случае транзакции могут быть распределены по целому ряду услуг). Общий объем транзакций, совершенных через POS-терминалы ( $\ln x_5$ ), может увеличиться в среднем на 1,0%, а услуги электронной коммерции ( $\ln y$ ) могут увеличиться в среднем на 0,1092% (в которых задействованы не только продажи, но и операции по снятию наличных). также выступал).

9. По результатам исследования, по оптимистичному сценарию ожидается рост валовой добавленной стоимости электронной коммерции в Узбекистане почти в три раза - 3,9 трлн в 2021 году. 10,7 трлн в 2025 году по сравнению с сум. до сумов, это связано со значительным ростом объема услуг электронной коммерции, увеличением количества пользователей сети Интернет, снижением стоимости тарифов на интернет-услуги, увеличением количества интернет-магазинов и электронных торговых операций.

10. Создание единой системы координации деятельности электронной торговли в нашей стране и создание статистико-аналитической базы отрасли на основе достоверных данных.



**SCIENTIFIC COUNCIL FOR AWARDING OF  
SCIENTIFIC DEGREES DSc.03/30.12.2020/I.16.02 AT  
TASHKENT STATE UNIVERSITY OF ECONOMICS**

---

**TASHKENT STATE UNIVERSITY OF ECONOMICS**

**ARIPOV ULUGBEK BAKHODIR UGLI**

**IMPROVING THE MECHANISM FOR MANAGING E-COMMERCE IN  
THE CONTEXT OF DIGITALIZATION OF THE ECONOMY**

**08.00.13 –Management**

**ABSTRACT OF THE DISSERTATION  
of the doctor of philosophy (PhD) in economic sciences**

**Tashkent – 2023**

The theme of the dissertation of the doctor of Philosophy (PhD) in economic sciences was registered by the Supreme Attestation Commission at the Higher education, science and innovation Ministry of the Republic of Uzbekistan under number B2020.4.PhD/Iqt787

The dissertation has been prepared at the Tashkent State University of Economics.

The abstract of the dissertation is posted in three languages (Uzbek, Russian, English (resume)) on the website of the Scientific Council (www.tsue.uz) and the "ZiyoNet" Information and Education Portal (www.ziynet.uz).

**Scientific consultant:** **Khodjamuratova Gulbakhar Yuldashevna**  
Doctor of Philosophy in Economics, Associate professor

**Official opponents:** **Akramov Tokhir Abdurakhmanovich**  
Doctor of Economic Sciences, Professor

**Gofurova Dilshoda Ramazanovna**  
Doctor of Philosophy (PhD)

**Leading organization:** **Tashkent Financial Institute**

The defense of the dissertation will take place on «5» may 2023 at 10<sup>00</sup> at the meeting of the digital Scientific Council DSc.03/30.12.2020/I.16.02 at Tashkent State University of Economics. (Address: 100066, Tashkent city, I.Karimov street, 49. Tel: (99871) 239-28-72; fax: (99871) 239-43-51; e-mail: info@tsue.uz.).

The dissertation can be reviewed at the Information resource center of Tashkent state university of economics (registered under № \_\_\_\_\_). (Address: 100066, Tashkent city, I.Karimov street, 49. Tel: (99871) 239-28-72; fax: (99871) 239-43-51; e-mail: info@tsue.uz).

The abstract of the dissertation was sent out on «20» may 2023.  
(protocol of the mailing register № 22 on «20» may 2023)



**G.K. Abdurakhmanova**  
Chairman of the Scientific council for awarding scientific degrees, Doctor of Economic Sciences, Professor

**R.Kh. Karlibaeva**  
Scientific secretary of the Scientific council for awarding of scientific degrees, Doctor of Economic Sciences, Professor

**Sh.J. Ergashkhodjaeva**  
Chairman of the Scientific seminar under the scientific council for awarding of scientific degrees, Doctor of Economic Sciences, Professor

## INTRODUCTION (abstract of PhD thesis)

**The aim of research work** is to develop scientific proposals and practical recommendations for improving the mechanism for managing e-commerce in the context of the digitalization of the economy.

**As the object of the research** is the activity of enterprises engaged in e-commerce in Uzbekistan.

**The scientific novelty of the study is as follows:**

justified the achievement of a high level of efficiency by ensuring the optimal values of the integral coefficient of quality parameters ( $KQPA2A=0.75$ ), ( $KQPA2A=0.70$ ) and ( $KQPA2A=0.65$ ) by types of e-commerce (A2A, A2B, A2C) when managing activities of e-commerce companies;

the methodology for assessing the effectiveness of e-commerce management has been improved based on the transition from the indicator of the total amount of time spent on this process to the indicator of time spent on electronic transactions;

justified the improvement of e-commerce logistics by launching the activities of contractor companies, the online market, the formation of an interconnected system for fulfilling orders by retailers and delivering goods when managing e-commerce;

forecast indicators of the main parameters of e-commerce activities until 2025 were developed under the influence of consistent measures to digitalize the economy implemented in Uzbekistan.

**Implementation of research results.** Based on proposals for improving the management of e-commerce:

maintaining a list of e-commerce groups in popular instant messengers and social networks, in which the mechanism of state regulation of e-commerce has been improved (reference No. 11-/05-15-2678 of the Chamber of Commerce and Industry of the Republic of Uzbekistan dated April 8, 2022);

the information support and communication system of a company focused on e-commerce has been improved through licensing in the digital economy (reference No. 33-8/394 of the Ministry for the Development of Information Technologies and Communications of the Republic of Uzbekistan dated January 18, 2021);

the method for evaluating the effectiveness of e-commerce management based on the input of an indicator of the time spent has been improved (reference No. 33-8/394 of the Ministry for the Development of Information Technologies and Communications of the Republic of Uzbekistan dated January 18, 2021);

a method for forecasting the management of e-commerce in the context of the digitalization of the economy has been developed (reference No. 33-8/394 of the Ministry for the Development of Information Technologies and Communications of the Republic of Uzbekistan dated January 18, 2021).

**The structure and scope of the dissertation.** The composition of the dissertation consists of an introduction, three chapters, a conclusion, a list of used literature and an appendix. The volume of the dissertation consists of 117 pages.

**E'LON QILINGAN ISHLAR RO'YXATI**  
**СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ**  
**LIST OF PUBLISHED WORKS**  
**I bo'lim (I часть; Part I)**

1. Aripov U.B. История зарождения и роль информационных технологий в развитии электронной коммерции. // Biznes ekspert. 2020-yil. №4 (148) son. 153-155 bet.(08.00.00, №3)
2. Aripov U.B. O'zbekiston Respublikasida elektron tijorat ko'rsatkichlarini prognozlash uslubiyoti. // Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar. 4-son, iyul-avgust, 2020-yil. 243-256-bet. (08.00.00, №10)
3. Aripov U.B. Problems and Perspectives of Electronic Commerce. Asian Journal of Technology & Management Research (Ajtmr) Issn: 2249 –0892 Special Issue–03, Mar -2023, 64-68 pp.(GIF-0,44)
4. Aripov U.B. Indicators of efficiency of electronic commerce and method of its evaluation. International journal of scientific and engineering research (IJSER). July 2020. 316-320 bet. (GIF-0,98)
5. Aripov U.B. Econometric analysis of the development of electronic commerce in Uzbekistan. ISCIENCE IN UA «Актуальные научные исследования в современном мире». Выпуск 7(63) часть 3. Переяслав 2020. 16-21 bet.
6. Aripov U.B. Regulatory and legal framework for maintenance and regulation of electronic commerce in the republic of Uzbekistan. / Proceedings of the 5th International Scientific and Practical Conference «International Forum: Problems and Scientific Solutions» (August 6-8, 2020). Melbourne, Australia: CSIRO Publishing House, 2020. 6-12-bet.
7. Aripov U.B. Iqtisodiyotni raqamlashtirish sharoitida elektron tijoratni o'rni. Onlayn Konferensiya-2022-oktabr 2-qism. <https://maqola.reandpub.uz/4613/>. 88-90-bet.
8. Арипов У. Б. Электрон тижоратни бошқаришнинг меъёрий ҳуқуқий жиҳатлари. Илм – fan ta'limda innovatsion yondashuvlar, muammolar, taklif va yechimlar. ilm va ma'rifat markazi konferensiya materiallar to'plami. 2022- yil 17 mart <https://doi.org/10.5281/zenodo.7264667>
9. Aripov U.B. Theoretical bases of electronic commerce. / Материалы II Международной студенческой научной конференции на тему «Инновационные механизмы управления цифровой и региональной экономикой». 15-16 июня 2020 г., Ташкент-Москва. – Т.: ТГЭУ, 2020.161-163- bet.
10. Aripov U.B. Features of classification of electronic commerce systems. / Proceedings of the 6th International Scientific and Practical Conference «Science and Practice: Implementation to Modern Society» (August 16-18, 2020). Manchester, Great Britain: Peal Press Ltd., 2020. 5-11-bet.

**II bo'lim (II часть; Part II)**

11. Aripov U.B. O‘zbekistonda elektron tijorat rivojlanishining hozirgi holati tahlili. / Ta’lim-tarbiya jarayoniga innovatsion yondashuvlar. Muammo va yechimlar. Respublika ilmiy-amaliy 5-sonli onlayn konferensiya. 498-501-bet.

12. Aripov U.B. Elektron tijoratni boshqarishning me’yoriy huquqiy jihatlari. / Ilm va ma’rifat markazi konferensiya materiallar to‘plami. 2022-yil may. 17 part.<https://doi.org/10.5281/zenodo.7264667> 275-279-bet.

13. Aripov U.B. O‘zbekistonda elektron tijoratni rivojlantirish masalalari. 2022-yil noyabr. 1-qism «10-14» onlayn holati. <https://reandpub.uz/15415>.

14. Aripov U.B. Mamlakatimizda elektron tijorat rivojlanishning prognoz stsenariylari. 2022-yil noyabr. 1-qism «20-23» onlayn holati. <https://reandpub.uz/15427>.



Avtoreferat TDIU “Iqtisodiyot va ta’lim” jurnali tahririyatida tahrirdan o‘tkazildi.

Bosishga ruxsat etildi: 18.04.2023.  
Bichimi: 60x84 1/8 «Times New Roman»  
garniturada raqamli bosma usulda bosildi.  
Shartli bosma tabog‘i 3,5. Adadi: 100. Buyurtma: № 39.

«DAVR MATBUOT SAVDO» MChJ  
bosmaxonasida chop etildi.  
100198, Toshkent, Qo‘yliq, 4-mavze, 46.