

## **RAQAMLI BOZOR TUSHUNCHASI VA UNING O‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI**

**Eshonqulov Asadulla Akram o‘g‘li**

Toshkent davlat yuridik universiteti doktoranti

E-mail:alimhammadmuso@gmail.com

### **ANNOTATSIYA**

*Maskur maqola raqamli bozor va u bilan bog‘liq tushunchalar, ular to‘g‘risida olimlarning fikrlari, shuningdek raqamli bozorlarning o‘ziga xos xususiyatlari tahlilini o‘z ichiga oladi.*

**Kalit so‘zlar:** *raqamli bozor, raqamli iqtisodiyot, elektron tijorat, tovar bozori, elektron savdo maydonchalari, raqamli platformalar, axborot tizimi.*

### **АННОТАЦИЯ**

*В данной статье содержится анализ цифрового рынка и связанных с ним понятий, мнения ученых о них, а также специфические характеристики цифровых рынков.*

**Ключевые слова:** *цифровой рынок, цифровая экономика, электронная коммерция, товарный рынок, электронные торговые площадки, цифровые платформы, информационная система.*

### **ABSTRACT**

*This article contains the analysis of the digital market and the concepts related to it, the opinions of scientists about them, as well as the specific characteristics of digital markets.*

**Keywords:** *digital market, digital economy, electronic commerce, commodity market, electronic trading platforms, digital platforms, information system.*

### **KIRISH**

Bugungi davrga kelib, dunyo iqtisodiy munosabatlari bozorning an‘anaviy shaklidan Raqamli shakliga o‘tib bormoqda. Raqamli bozorning paydo bo‘lishiga va yirik platformalarning rivojlana boshlaganiga ancha vaqt bo‘lgan bo‘lsa-da, COVID-19 pandemiyasi raqamli bozor va unda elektron tijoratning o‘rishiga yirik turtki berdi. Endilikda, barcha davlatlar, shu bilan birgalikda O‘zbekistonda ham raqamli bozor, raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishga alohida ahamiyat berilmoqda. Masalan, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 28-apreldagi “Raqamli iqtisodiyot va elektron hukumatni keng joriy etish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PQ-4699-sonli qarori va O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 5-oktabrdagi “Raqamli O‘zbekiston — 2030” strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PF-6079-sonli Farmoni buni tasdiqlaydi.

Shuning uchun ham raqamli bozor va u bilan bog'liq tushunchalarni, ularning xususiyatlarini o'rganish hamda ularni huquqiy amaliyotda qo'llash dolzarb ahamiyat kasb etmoqda.

## **MUHOKAMA VA NATIJALAR**

Raqamli bozor tushunchasini kengroq tushinib olishimiz uchun u bilan bog'liq bo'lgan raqamli iqtisodiyot, an'anaviy bozor, tovar bozori, elektron tijorat, raqamli platformlar, elektron tijorat bozori, tushunchalarini tahlil qilishimiz zarur.

“Raqamli iqtisodiyot — raqamli texnologiyalarga asoslangan elektron biznes va elektron tijorat bilan chambarchas bog'liq iqtisodiy faoliyat hamda shu faoliyat natijasida ishlab chiqariladigan va sotiladigan raqamli tovarlar, xizmatlar yig'indisidir. Ba'zida u internet iqtisodiyoti, yangi iqtisodiyot yoki veb-iqtisodiyot degan terminlar bilan ham ifodalanadi.”<sup>1</sup> Demak, raqamli iqtisodiyot raqamli texnologiyalardan foydalangan holda biznes va tijorat yuritiladigan iqtisodiy faoliyat hisoblanadi. Shunda uning an'anaviy iqtisodiyotdan farqi raqamli texnologiyalar bu iqtisodiyotning yuritish shakli ekanligi ayon bo'ladi. Rossiyalik olim Meshcheryakov ham raqamli iqtisodiyotni raqamli texnologiyalardan foydalaniladigan iqtisodiy ishlab chiqarish deb hisoblaydi.

Bulardan ko'rinib turibdiki, raqamli iqtisodda raqamli texnologiyalardan foydalaniladi, shuningdek raqamli bozor ham raqamli iqtisodiyotda mavjud bo'ladi.

Bozor tushunchasiga to'xtaladigan bo'lsak, “Bozor - muayyan tovar yoki xizmatlar sotuvchilari ushbu tovarlar va xizmatlarni sotib oluvchilar bilan uchrashadigan har qanday joy.”<sup>2</sup> K.Makkonell va S.Bryu esa “Bozor sotuvchi va xaridorning birgalikdagi tovarlar va xizmatlar narxini belgilash vositasi bo'lgan mexanizm”<sup>3</sup> deb ta'rif berishadi

Hozirgi kunda bozor an'anaviy va raqamli bozor shakllariga ajratilmoqda. O'z navbatida an'anaviy bozor muayyan tovar yoki xizmatlar sotuvchilari ushbu tovarlar va xizmatlarni raqamli texnologiyalardan foydalanmasdan, an'anaviy shaklda sotib oluvchilarga taklif qiladigan joy deb aytish mumkin.

O'zbekiston Respublikasi “Raqobat to'g'risida”gi qonun tovar bozori tushunchasiga ham ta'rif berib o'tilgan: “Tovar bozori — tovarning, shu jumladan bir-birining o'rnini bosadigan tovarning (o'zining belgilangan maqsadi, qo'llanilishi, sifati va texnik xususiyatlari, narxi hamda boshqa ko'rsatkichlari bo'yicha taqqoslanishi mumkin bo'lgan, iste'molchi almashtirishga tayyor bo'lgan tovarning)

<sup>1</sup> [https://uz.wikipedia.org/wiki/Raqamli\\_Iqtisodiyot](https://uz.wikipedia.org/wiki/Raqamli_Iqtisodiyot)

<sup>2</sup> <https://uz.eferrit.com/bozor-nima/>

<sup>3</sup> Татарина С. С. Определение понятия «Товарный рынок» для целей антимонопольного законодательства //Вестник Самарского государственного университета. – 2014. – №. 6 (117). – С. 88-95.

O‘zbekiston Respublikasi hududidagi yoki uning bir qismidagi muomalasi doirasi bo‘lib, u O‘zbekiston Respublikasining ma‘muriy-hududiy tuzilishiga mos kelmasligi mumkin va mazkur muomala doirasi chegaralarida tovarni olish yoki realizatsiya qilish imkoniyati mavjud bo‘ladi”<sup>4</sup>. Qisqa qilib aytadigan bo‘lsak, Tovar bozori shu tovarning olish yoki sotish , u bilan muomala qilish mumkin bo‘lgan chegara, joy makondir.

Bugungi kunda raqamli istiqodiyot rivojlana borgan sari raqamli iqtisod tushunchasi bilan birgalikda raqamli bozor, raqamli platformalar, elektron savdo bozorlari kabi tushunchalar muomalaga kirib kelmoqda. Chunki savdo sotiq, xizmatlar ko‘rsatish bitimlarining katta qismi raqamli texnologiyalaridan foydalanilgan holda tuzilyapdi va amalga oshirilyapti. Bular raqamli bozorlarni kengayishiga olib kelyapti. Buni iqtisodchi olim Sh.Shodmonovning fikrlari ham tasdiqlaydi: “Hozirgi kunda keng rivojlanib borayotgan zamonaviy bozorlardan biri bu elektron savdo bozorlari bo‘lib hisoblanadi. Xususan, elektron tijoratda savdoni tashkil etish korxonalarining raqobatini kuchaytiradi, monopoliyadan chiqaradi va mahsulotlarning sifatini oshirish imkoniyatini beradi”<sup>1</sup>. Bu ta‘ridam ko‘rinib turibdiki, bozorlarning yangi shakli raqobatni kuchaytirib, mahsulot sifatini oshirishga yordam beradi. Chunki ularda elektron axborot vositalaridan, raqamli texnologiyalardan foydalaniladi. Ushbu holatdan tushunishimiz munkinki, bozorning yangi shakli deb aytilayotgan elektron savdo bozorlari biz o‘rganayotgan raqamli bozor tushunchasi bilan bir xil ma‘noni anglatadi.

Bevosita raqamli bozor tushunchasiga to‘xtaladigan bo‘lsak, ushbu tushuncha bo‘yicha turli olimlarning fikrlarini ko‘rishimiz mumkin. Xususan, M.A.Yegorova, O.V.Kojevina va A.Y.Kinev quyidagicha ta‘rif berishadi: “Raqamli bozor-o‘z mazmunida elektron iqtisodiyot, elektron tijorat, marketpleys (raqamli savdo maydonchasi), yagona to‘lov maydoni, videoteks (videotex), internet-trading, aqlli shaharlar (smart city), elektron tranzaksiyalar, internet-banking, ekvayring, raqamli marketing va boshqalarni birlashtiradi.”<sup>2</sup>

Ushbu tushunchga ta‘rif O‘zbekiston Respublikasining yangi tahrirdagi “Raqobat to‘g‘risida”gi qonuni loyihasida ham bor edi. Lekin yangi qonun qabul qilinganda negadir ushbu tushuncha ta‘rifi Qonunda o‘z ifodasini topmadi. Unga ko‘ra “raqamli (ko‘p tomonli) bozor - xo‘jalik yurituvchi subyekt tomonidan Internet tarmog‘i, shu jumladan, har xil lekin o‘zaro bog‘liq bo‘lgan sotuvchi, xaridorlarning

<sup>4</sup> O‘zbekiston Respublikasining “Raqobat to‘g‘risida”gi Qonuni, 23.07.2023-y, O‘RQ-319-son, 49 modda. <https://lex.uz/uz/docs/-6518381>

<sup>1</sup> Shodmonov Sh. Iqtisodiyot nazariyasi (darslik) //T.:«Barkamol fayz media» nashriyoti. – 2020. 182-183 b.

<sup>2</sup> Егорова М. А., Кожевина О. В., Кинев А. Ю. Правовая защита конкуренции в условиях формирующихся цифровых рынков //Lex russica. – 2021. – №. 2 (171).

va boshqa foydalanuvchilarning ikkita va undan ortiq guruhlarini o‘zaro munosabatlarni amalga oshira olishini ta’minlash uchun Internet tarmog‘ida joylashtirilgan va tomonlarning kamida biri uchun foyda keltirish maqsadida foydalaniladigan raqamli platforma orqali sotilayotgan tovarning muomala sohasidir”.<sup>53</sup>

Yuqoridagi ta’riflardan ko’rinib turibdiki, raqamli bozor raqamli texnologiyalardan , xususan, internet tarmog‘idan foydalangan holda sotuvchi va xaridorlarning guruhleri o‘rtasida savdo - sotiq munosabatlari olib boriladigan makon deyish mumkin.

Shu o‘rinda aytish munkinki, ko‘p hollarda raqamli platforma va raqamli bozor bir xil tushuncha sifatida qaraladi. Lekin, raqamli bozor raqamli platformadan kengroq tushuncha hisoblanadi. “Raqamli platforma - raqamli mahsulotlardan Internet jahon axborot tarmog‘i orqali haq evaziga yoki bepul foydalanilishini ta’minlovchi axborot tizimi”.<sup>6</sup>

Raqamli bozorlar o‘z xususiyatlari va o‘ziga xos jihatlariga ko‘ra an’anaviy bozorlardan farq qiladi. Bular quyidagilar:

1.Bitimlar elektron savdo maydonchalarida tuzilishi. “Elektron savdo maydonchasi - tovarlarni (ishlarni, xizmatlarni) sotish uchun axborot tizimi orqali sotuvchi va xaridorning (buyurtmachining) o‘zaro hamkorligini ta’minlaydigan internet-do‘kon.”<sup>7</sup> Bunday maydonchalar har xil saytlar, ko‘rsatuvlar, mobil ilovalar bo‘lishi mumkin.

2. Raqamli texnologiyalar, Axborot kommunikatsiya tizimi mavjud bo‘lishi kerak.

Axborot kommunikatsiya tizimi elektron tijorat ishtirokchilarining o‘zaro aloqalarini ta’minlash uchun zarur.

3.Global qamrov. An’anaviy tijorat bilan solishtirganda elektron tijorat ham xarajatlarda, ham mehnat samaradorligi bilan butun dunyo bilan tez va oson bog‘lanishda yordam beradigan ustunlikka ega. Buning natijasida elektron tijorat bozorining qamrov hajmi oshadi.

Shuningdek, Iqtisodiy hamkorlik va taraqqiyot tashkiloti (OECD)ning hisobotlarida raqamli bozorlarning quyidagi o‘ziga xos xususiyatlari keltirib o‘tilgan:

“1.Ularning hajmi – masalan, dunyodagi 10 ta yirik kompaniyadan 7 tasi raqamli mahsulotlarni taqdim etadi. Masalan: Amazon.

<sup>3</sup> <https://regulation.gov.uz/oz/d/7903>

<sup>6</sup> O‘zbekiston Respublikasining “Raqobat to‘g‘risida”gi Qonuni, 23.07.2023-y, O‘RQ-319-son, 49 modda. <https://lex.uz/docs/-6518381>

<sup>7</sup> Ro‘zinazarov.SH, Askarov.J, Tursunov.A Elektron tijoratni huquqiy tartibga solish. O‘quv qo‘llanma .. Toshkent sh,TDYU.,20-bet.

2. Bunda bozorlar aksariyat hollarda ko‘p tomonlama (ular platforma orqali iste‘molchilarning turli guruhlarini birlashtiradi) yoki o‘zaro bog‘langan bo‘ladi (masalan, apparat va dasturiy ta‘minot mahsulotlarni to‘ldiruvchi hisoblanadi);

3. Ko‘pincha mahsulotlar iste‘molchilarga nol yoki subsidiyalangan narxlarda taqdim etiladi, bunda asosan daromad bozorning boshqa tomonlaridan foydalangan holda olinadi (masalan, reklama yoki ma‘lumotlarni sotishdan olingan foyda) yoki mahsulotlar pullik “premium” takliflar bilan birga taqdim etiladi;

4. Tarmoq effektlari, “ko‘proq iste‘molchilar ushbu mahsulotdan foydalanganda mahsulot sotuvchilari oladigan foyda” sifatida belgilanadi.”<sup>8</sup>

Yuqoridagi tahlillarimizdan xulosa qiladigan bo‘lsak, raqamli bozor – internet tarmog‘i, raqamli texnologiyalardan foydalangan holda savdo sotiq, xizmatlar ko‘rsatish olib boriladigan, sotuvchi va xaridorlar o‘rtasida talab-taklif asosida iqtisodiy munosabatlar amalga oshiriladigan makondir.

Raqamli bozorning o‘ziga xos xususiyatlariga esa bitimlar elektron savdo maydonchalarida tuzilishi, munosabatlarda axborot tizimlaridan, raqamli texnologiyalardan foydalanilishi, global qamrab ola olishi, transchegaraviy ahamiyatlarni kiritishimiz mumkin.

#### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR (REFERENCES)**

1. O‘zbekiston Respublikasining “Raqobat to‘g‘risida”gi Qonuni, 23.07.2023-y, O‘RQ-319-son, 49 modda.
2. Ro‘zinazarov.SH, Askarov.J, Tursunov.A Elektron tijoratni huquqiy tartibga solish. O‘quv qo‘llanma .. Toshkent sh,TDYU.
3. Shodmonov Sh. Iqtisodiyot nazariyasi (darslik) //T.:«Barkamol fayz media» nashriyoti. – 2020. 182-183 b.
4. Татарина С. С. Определение понятия «Товарный рынок» для целей антимонопольного законодательства //Вестник Самарского государственного университета. – 2014. – №. 6 (117).
5. Егорова М. А., Кожевина О. В., Кинев А. Ю. Правовая защита конкуренции в условиях формирующихся цифровых рынков //Lex russica. – 2021. – №. 2 (171).
6. Mancini J. Abuse of Dominance in Digital Markets: OECD Background Paper //Available at SSRN 3862453. – 2020.
7. <https://lex.uz>
8. <https://regulation.gov.uz>

<sup>8</sup> Mancini J. Abuse of Dominance in Digital Markets: OECD Background Paper //Available at SSRN 3862453. – 2020.