

XIZMATLAR SOHASIDA ELEKTRON TIJORATNI RIVOJLANTIRISHNING TASHKILIY IQTISODIY MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHITIRISH

Olimova Nodira Xamrakulovna

Farg'ona davlat universiteti i.f.n. dotsent

Mohlarbegim Yo'ldosheva

Farg'ona davlat universiteti Iqtisodiyot yo'nalishi 1-kurs magistri

Annotatsiya: *Axborot texnologiyalarining rivojlanishi bugungi kunda butun dunyo bo'ylab yuridik va jismoniy shaxslarning o'zaro elektron kanallar orqali savdolarini amalga oshirishga keng yo'l ochmoqda. Internet yagona axborot tizimi sifatida biznesni yagona rivojlanish bosqichga o'tishiga imkon berdi. Natijada, elektron biznes va elektron tijorat yirik va kichik firma va kompaniyalar, jismoniy shaxslar hayotiga kirib keldi.*

Kalit so'zlar: *axborot texnologiyalari, Internet, yuqori texnologiyali xizmatlar, elektron tijorat, elektron ommaviy axborot vositalari.*

KIRISH

Bugungi kunda jamiyat rivojlanishning shunday bosqichidaki, bunda yangi axborot texnologiyalari tez tarqaladi, buning natijasida ijtimoiy-iqtisodiy sohaning ko'p tarmoqlarida o'zgarishlar vujudga keladi.

Global axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini rivojlantirish natijasida elektron muhitning vujudga kelganligi va o'z faoliyatida ushbu muhitdan foydalanadigan korxonalarining yetarlicha mavjudligi O'zbekistonning bugungi iqtisodiyotini o'ziga xos xususiyati hisoblanadi. Zamonaviy tadbirkorlik sohasida axborot texnologiyalari imkoniyatlaridan faol foydalanilmoqda. Shu bilan birga, tadbirkorlik faoliyatida ushbu texnologiyalardan foydalanish tadbirkorlarning ichki va jahon bozoridagi muvaffaqiyati darajasini belgilaydi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Axborot texnologiyalarini ijtimoiy-iqtisodiy jarayonlarga ta'sirini va muammolarini o'rgangan olimlar I.Ansof, D.Velik, A.Volkov, P.Draker, Dj.Keyns, I.Massud, B.Mizes, M.Porter, G.Titorenko, Y.Shumpeter va boshqalar.

O'zbekistonda innovatsion iqtisodiyotga o'tish sharoitida elektron tijoratni tadbirkorlik faoliyatida qo'llashni kengaytirish borasida uzoq muddatli ilmiy izlanishlarni olib borish, korxonaning internetdan to'g'ri foydalanishi bo'yicha takliflar ishlab chiqish va elektron tijoratni rivojlantirish yo'llarini aniqlash kabi muhim vazifalarning qo'yilganligi ushbu mavzuni dolzarbligini bildiradi.

TADQIQOT METODOLOGIYASI VA EMPIRIK TAHLIL

Har qanday tijorat korxonalarining faoliyati tovar va xizmatlarning muqobil iste'molchilari talablarini qondirishdan iborat. Elektron tijorat sohasidagi iste'molchilar odatiy bozor iste'mochilaridan o'ziga xosliklari bilan ajralib turadi.

Elektron tijorat bozoriga kirayotgan har qanday korxonalar bu o'ziga xoslikni inobatga olishi kerak.

Elektron tijorat sohasidagi tijorat operatsiyalarini amalga oshirish uslublari va vositalari real sektor iqtisodiyotidagi odatiy tijorat faoliyatidan farq qiladi.

Qanchalik axborot texnologiyalari va internet tarqalgani sari shunchalik ko'p tadbirkorlik korxonalari elektron tijorat sohasiga o'tib boradi. Hozirda faqat elektron tijoratga asoslangan korxonalar ham ochilmoqda, shu bilan birga odatiy korxonalarda elektron tijoratni tashkil etish ham ko'paymoqda. Alal oqibat, savdoning bu turi qolgan analoglarini ortda qoldiradi. Bu evolyusiya va uni to'xtatib bo'lmaydi.

Elektron tijoratning O'zbekiston iqtisodiyotida rivojlanishi tamoyillarining asosini ko'radigan bo'lsak, chet el davlatlari tajribalarini umumlashtirish va O'zbekistonda elektron tijoratdan foydalanish hamda uni rivojlantirish bo'yicha yo'riqnomalar ishlab chiqish va ushbu sohada izlanishlar olib borish ancha muhim vazifalardan biri hisoblanadi.

Tadbirkorlik sohasida elektron tijoratning tamoyillaridan foydalanish muammolari qariyb o'rganilmagan deb hisoblash mumkin. Uncha uzoq bo'lmagan davr oldin elektron axborot texnologiyalarini paydo bo'lishi va yuqori sur'atlarda o'sishi, amaliyotdagi elektron tijoratning jadal rivojlanishi hamda takomillashishi nazariyadan ancha oldinlab ketishiga olib keldi, shuning uchun ushbu soha va uning iqtisodiyotdagi o'rnini kam o'rganilgan.

ICTSUMMIT xalqaro tadqiqot tashkilotining tadqiqot natijalari o'zbek internet-foydalanuvchilarining soni va ijtimoiy tarkibini aniq tasvirlab beradi. 2020 yilda O'zbekistonda internet foydalanuvchilari soni 12 milliondan oshgan edi [1]. 2022 yil yanvar holatiga ko'ra, O'zbekistonda har qanday devays orqali internetdan foydalanganlar aholining 48% foizini tashkil etdi [2]. Asosiy qismi (64%) 16 yoshdan 34 yoshgacha bo'lganlar va veb-sayohatchilarning 37 foizi 25 yoshgacha bo'lgan yoshlardir. Veb-sayohatchilar orasida 59% erkaklar va 41% ayollardir. Ko'pincha o'zbek internet-foydalanuvchisining o'rtacha daromadi oyiga bir kishi uchun 200 dollardan oshmaydi. Internet tarmog'idan foydalanuvchilarning 68 foizi oliy ma'lumotga ega.

Internet tarmog'idan foydalanuvchilar yaxshi sur'atlarda o'sib bormoqda, ammo 16,1 mln. "foydalanuvchilar" 16,1 mln. "Potensial mijoz" degani emas. Tadbirkorlikni rejalashtirganda bu juda muhim omil hisoblanadi.

Savdogarlar uchun asosiy manfaat oila a'zolarining daromadlari oyiga 51 dan 100 dollargacha bo'lgan darajadagi mijozlar bo'lishini hisobga olish oqilona hisoblanadi (daraja o'rtacha kunlik minimaldan bir oz yuqori). Jamoatchilik fikri fondi (SOF- Social Opinion Foundation) tomonidan olib borilgan tadqiqotlar natijalari asosida bu qism foydalanuvchilarning 34 foizni tashkil etadi. Ularni "mumkin bo'lgan xaridorlar" deb atash mumkin. Ko'proq arzon mahsulotlarga (kitoblar, musiqa, onlayn xizmatlar) ixtisoslashgan do'konlarning ushbu songa, shuningdek, mijozlarga past narxlarni taklif qilayotganlar uchun asosiy afzallik sifatida qarash mantiqan to'g'ri.

Sotuvchi uchun eng qiziqarlisi, oila a'zolari uchun har oyda 100 dollardan ortiqroq mablag'ga ega bo'lganlardir. "Potensial mijoz"larning ushbu toifasi asta-sekin o'sib

bormoqda (2012 yilda 34 % dan 2022 yildagi 49 % gacha), bu holat tadbirkorlarga internet foydalanuvchilarining ushbu toifasini o'zlarining mahsulotlari va xizmatlarini "Potensial mijoz"lari sifatida qarashlariga imkon yaratmoqda.

Internet rivojlanishining asosiy ko'rsatkichlaridan biri mintaqaviy ro'yxatga olish zonasida ikkinchi darajali domenlarning sonidir. 2021 yil oktabr oyida UZ domenidagi ikkinchi darajali domenlar soni (O'zbekistonga tegishli bo'lgan) 65 000 tadan oshib ketdi.

Bugungi kunda 243 ta milliy ikki harfli domenlar ichida UZ domeni 50 ta eng mashhur milliy domen zonalariga kiritilgan. Domen nomlarining o'sish darajasi bo'yicha UZ domeni Buyuk Britaniya, AQSh, Kanada, Belgiya, Xitoy, Gongkong, Rossiya va boshqalar bilan bir qatorda yuqori o'rinlarda turadi.

Ro'yxatga olingan domenlarning ko'payishi bilan bir vaqtda, ularning markazlashishi ro'y beradi. Agar ilgari aksariyat domenlar Toshkent viloyati tashkilotlari va aholisi tomonidan ro'yxatga olingan bo'lsa, so'nggi yillarda hududlardan, asosan, Samarqand va O'zbekistondagi yirik aholining faol markazlaridan kelgan domenlar ro'yxatdan o'tkazilmoqda. Shunday qilib, agar ikki yil oldin Toshkent UZ domeni ro'yxatdan o'tgan barcha ikkinchi darajali domenlarning 66,5 foizini tashkil etgan bo'lsa, bugungi kunda bu raqam ro'yxatga olishlar soni bo'yicha yetakchiligi pasayib bormoqda va bugungi kunda ushbu raqam 57,1 foizga tushib ketgan.

Ko'pincha, elektron oyna (vitrina) - elektron tijorat deb yuritiladi, bunda ikkinchisi elektron tijorat tizimi (front offis) esa mavjud emas. Barcha mijozlarning buyurtmalari avtomatlashtirilgan tizimga o'tmaydi, sotuvchi-menejerlarga boradi. Shundan so'ng, elektron tijoratning tadbirkorlik jarayoni chakana sotuvchining ish jarayonlarini to'liq takrorlaydi. Shunday qilib, onlayn do'kon xaridorlarni jalb qilish vositasi, ular bilan muloqot qilish va marketing faoliyatini olib borish uchun interfeys bo'lib xizmat qiladi. Bunday elektron oyna (vitrina) - elektron tijorat do'konlarini yaratish uchun dastlabki xarajatlar, ichki savdo axborot tizimining internet tarmog'iga ulangan xizmatga asoslangan to'liq elektron tijorat do'koni yaratilishidan ancha past.

Bunday elektron oyna (vitrina) do'konni yaratish uchun jiddiy harakatlar talab etiladi:

- kontentni boshqarishning texnologik tartibini ta'minlash, ya'ni korxonaning menejerlari tomonidan mahsulot va narxlar to'g'risidagi ma'lumotlarni muntazam yangilab borish;

- elektron oyna (vitrina)-do'koni korxonaning moliyaviy va buxgalteriya hisobi tizimiga integratsiyalashuvi;

- kelayotgan buyurtmalarni muvofiqlashtirish mexanizmini qo'llab-quvvatlash.

XULOSA VA MUNOZARA

Shunday qilib, elektron tijoratni o'rganish quyidagi natijalarga olib keldi:

1. Bugungi kunda O'zbekiston iqtisodiyoti iqtisodiy rivojlanishning yana bir yo'li - iqtisodiyotning qaysi turi bo'lishi kerakligi masalasi bilan shug'ullanadi: ilgari bo'lgani kabi, sanoatni rivojlantirishga yo'naltirilgan, o'sishi ilm-fanning intensiv tarmoqlarini rivojlantirishga asoslangan. Mavjud ilmiy-texnik salohiyatni hisobga olgan holda,

O'zbekiston iqtisodiyotining innovatsion turini taxmin qilish mumkin. Tadbirkorlarning amaliy faoliyatida axborot texnologiyalaridan keng foydalanish ularni o'z raqobatbardoshligini oshirishga va rivojlanishning yangi darajasiga olib chiqish imkonini beradi.

2. Bugungi kunda juda ko'p, murakkab va juda keng tarqalgan kommunikatsiyalarga ega ulkan mamlakat normal faoliyat ko'rsatadigan axborot almashuvi texnologiyasiz tadbirkorlikni samarali boshqarish imkoniga ega emas. O'zbekistonda Internet tarmog'ining keng miqyosda rivojlanishi xususiy kompaniyalar (biznes, moliya, savdo, marketing) va davlat darajasida (budjetlarning o'zaro ta'siri, strategik ahamiyatga ega tovar oqimlarining tahlili, hukumat qarorlarining bajarilishini nazorat qilish) tadbirkorligida ham tarmoqni boshqarishning modelini ishlab chiqish imkonini beradi.

3. Odatda, kompaniyalar Internet-texnologiyalardan foydalanishning bir necha bosqichlaridan o'tadi. Birinchi bosqichda tarmoq marketing vositasi sifatida ishlatiladi; ikkinchidan, Internet kompaniyaning tadbirkorlik jarayonlarini, uning yetkazib beruvchilari va iste'molchilarini birlashtiradigan tadbirkorlik vositasiga aylanadi. Elektron tijorat tamoyillarikorxonalarining iqtisodiy faoliyatida ishlab chiqarishning barcha bosqichlarida (iste'molchilarga sotishdan oldin va sotishdan keyingi qo'llab- quvvatlashdan boshlab va mahsulotlarni bevosita ishlab chiqarish bilan yakunlangan) iqtisodiy faoliyatida qo'llanila boshlanadi.

ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Solovyanenko N. I. Elektron tijorat sohasidagi qonun hujjatlarining ustuvorligi // Elektron tijorat dunyosi. 2020 yil № 1. 62-b.
2. Uspenskiy I.V. Internet-biznes entsiklopediyasi - Sankt-Peterburg: Peter, 2021. 432b
3. Олимова, Н. Х. (2019). Инновационные методы исчисления показателей эффективности и использование инновационных технологий в обеспечении конкурентоспособности продукции предприятия. In Тенденции развития мировой торговли в XXI веке (pp. 69-73).
4. Йулдашева, Г., & Йўлдошева, М. (2022). Использование информационных технологий в организациях. Scientific progress, 3(3), 477-480.
5. Yuldasheva, G., & Yo'ldosheva, M. (2023). Raqamli iqtisodiyot va texnologiyalarni rivojlantirish asoslari. Talqin va tadqiqotlar ilmiy-uslubiy jurnali, 5(Special issue), 236-240.
6. Teshabaeva, O., Yuldasheva, G., & Yuldasheva, M. (2021). Development of electronic business in the republic of Uzbekistan. Интернаука, (3-3), 16-18.
7. G.I.Yuldasheva., M.Otamirzayeva (2023). Ta'lim muhitida axborot texnologiyalarining o'rni. Международный научный журнал «Научный импульс». № 10(100), 118-121.

8. Yuldasheva, G., & Yo'ldosheva, M. (2023). Axborotlashuv va yoshlar tarbiyasi. Scholar, 1(32), 205–209.
9. G.I.Yuldasheva., Z.Dehqonova.(2023). Ta'lim sohasida axborot texnologiyalaridan foydalanishni rivojlantirishda masofaviy o'qitish. Science and innovation in the education system International scientific-online conference. 205-208
10. Г.И. Йулдашева., Г. Йулдашева (2019). Замонавий таълим тизимида Ахборот-коммуникация технологияларидан фойдаланишнинг ахамияти. Актуальные вызовы современной науки. Сборник научных трудов. Выпуск 4(36) 74-78.
11. Ibragimovna, Y. G., & Hokimovna, K. Z. (2022). Informatika fanini o'qitish jarayonida Mobil texnologiyalardan foydalanish. Miasto Przyszłości, 29, 385-387.
12. Йўлдашева, М. (2021). Эффективное управление инвестиционной деятельностью информационно-коммуникационных технологий Узбекистана. Студенческий вестник, (3-4), 11-13.
13. Yuldasheva, G. I. (2022). Ta'lim samaradorligini oshirishda elektron darsliklardan foydalanish. Youth, Science, Education: Topical Issues, Achievements And Innovations,(5), 36-38.
14. Yoldasheva, G. I., & Yuldasheva, M. M. (2021). Factors of informatization of the process of primary education. Экономика и социум, (12-1 (91)), 689-692.
15. <https://www.kingsfund.org.uk/topics/public-opinion>
16. https://studopedia.ru/3_8149_harakteristika-osnovnih-instrumentov-elektronnoy-kommert