

IQTISODIYOTNING RAQAMLASHUVI SHAROITIDA ELEKTRON TIJORATNI RIVOJLANTIRISH

<https://doi.org/10.5281/zenodo.11521633>

Aloviddin Zayniddinov
O'zbekiston Respublikasi
Bank-moliya akademiyasi magistranti

Mavzuning dolzarbligi. Iqtisodiyotning raqamlashuvi sharoitida elektron tijoratni rivojlantirishda onlayn savdoga e'tibor qaratish lozim. Onlayn savdo konsepsiyasi biznesni yaxshiroq va tezroq amalga oshirish uchun internetdan foydalanish bilan bog'liq. Milliy amaliyotda elektron tijoratni rivojlantirishda onlayn savdo platformalarini shakllantirish va rivojlantirish zarur. Shu sababli mazkur masalalarni o'rganish dolzarb hisoblanadi.

Mavjud muammolar. Milliy iqtisodiyotni raqamlashtirish sharoitida elektron tijoratni rivojlantirishda bir qator muammolar saqlanib qolmoqda. Jumladan, elektron tijorat faoliyatini amalga oshirish bo'yicha infratuzilmaning qoniqarli emasligi, sohaga tegishli malakali kadrlar yetishmasligi, aholining moliyaviy savodxonlik darajasining pastligi, aholining an'anaviy usullarga ishonchi yuqori ekanligi kabilarni alohida ta'kidlash lozim. Elektron tijoratni rivojlantirishda mazkur muammolarga yechim topish muhim hisoblanadi.

Tahlil va natijalar. Onlayn savdo bu internet orqali sotib olish va sotish jarayoni hisoblanib, hech qanday qog'oz hujjatdan foydalanmasdan kompyuter vositachiligidagi internet orqali tovarlar va xizmatlardan foydalanish huquqini yoki egalik huquqini o'tkazish bilan bog'liq har qanday operatsiyani amalga oshirish jarayoni tushuniladi. "Raqamli moliya bu turli raqamli texnologiyalarni, jumladan, mobil internet, Big Data, sun'iy intellekt, bulutli hisoblash, blokcheyn va boshqalarni o'zida mujassam etgan moliyaviy xizmatlarni qamrab oluvchi moliyaning yangi sohasi sifatida ommalashmoqda. An'anaviy moliya bilan taqqoslaganda raqamli moliya moliyaviy xizmatlar qamrovini kengaytiradi, moliyaviy operatsiyalar narxini pasaytiradi va moliyaviy rivojlanish samaradorligini oshiradi. Hozirgi vaqtda raqamli moliya an'anaviy moliya tizimining samarali

sohasi sifatida iqtisodiyot va jamiyatning barcha jabhalariga kirib bormoqda, iqtisodiy tizimda ishlab chiqarish, ayirboshlash va iste'molga ijobiy ta'sir ko'rsatmoqda"¹.

“Onlayn savdo qilish sayohatlar sonini kamaytiradi, energiyani tejaydi va ekologik zararlarni kamaytiradi. Onlayn savdo insonlarga keraksiz sayohatlarni bartaraf etish, tirbandlikni kamaytirish, yoqilg'i sarfini va havo ifloslanishini kamaytirish orqali ularning ehtiyojlarini qondirishga yordam beradi”².

Tadqiqotlarga ko'ra, onlayn savdo qilish Hindistonda hozir mashhur bo'lib bormoqda. Hindiston hozirda internetda faol aholi soni bo'yicha dunyodagi uchinchi yirik mamlakat hisoblanadi. 35-44 yoshdagi erkaklar va ayollar eng faol foydalanuvchilar hisoblanadi. Hindistonda 100 milliondan ortiq internet foydalanuvchilari bor, ularning yarmi onlayn savdolarni tanlaydi va ularning soni har yili keskin o'sib bormoqda. Onlayn savdolar sonining o'sishi Internet foydalanuvchilari sonining o'sishidan kattaroqdir, bu ko'proq Internet foydalanuvchilari onlayn savdo qilish uchun qulay bo'lib borayotganidan dalolat beradi. Yaqin vaqtgacha iste'molchilar mehmonxona xonalarini bron qilish va avia, temir yo'l yoki kino chiptalari, kitoblar va gadjetlarni sotib olish uchun, odatda, onlayn tashrif buyurishgan bo'lsa, keyinchalik kiyim-kechak kabi mahsulotlar uchun onlayn buyurtmalar ko'payib bormoqda.

Onlayn savdo bu iste'molchilarga veb-brauzer yoki mobil ilova yordamida internet orqali sotuvchidan to'g'ridan-to'g'ri tovarlar yoki xizmatlarni sotib olish imkonini beruvchi elektron tijorat shaklidir. Iste'molchilar qiziqqan mahsulotni to'g'ridan-to'g'ri chakana sotuvchining veb-saytiga tashrif buyurish yoki bir xil mahsulotning turli elektron sotuvchilarda mavjudligi va narxini ko'rsatadigan xarid qilish qidiruv tizimidan foydalangan holda muqobil sotuvchilar orasida qidirish orqali topadilar. Mijozlar turli xil kompyuterlar va qurilmalar, jumladan ish stoli

¹ Mingxun Zhu, Yanping Wang, Min Wei, Zhen Cai. How does digital finance affect consumer online shopping: A comprehensive analysis based on econometric model. // Finance Research Letters, 25 February 2023. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1544612323001071>

² Alireza Adibfar, Siddhartha Gulhare, Siva Srinivasan, Aaron Costin. Analysis and modeling of changes in online shopping behavior due to Covid-19 pandemic: A Florida case study. // Transport Policy, Volume 126, September 2022, Pages 162-176. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0967070X22001846>

kompyuterlari, noutbuklar, planshet kompyuterlar va smartfonlar yordamida onlayn savdo qilishlari mumkin. Onlayn savdolarda jarayon biznesdan iste'molchiga (B2C) shakli orqali amalga oshiriladi. Biznesga boshqa korxonalaridan xarid qilish imkoniyatini berish uchun onlayn-do'kon tashkil etilganda jarayon biznesdan biznesga (B2B) shaklidan foydalanadi. Oddiy internet do'konlar mijozga firmaning mahsulot va xizmatlari assortimentini ko'rib chiqish, mahsulotning fotosuratlari yoki rasmlarini, shuningdek, mahsulotning texnik xususiyatlari, o'ziga xos jihatlari va narxlari haqidagi ma'lumotlarni ko'rish imkonini beradi.

Onlayn do'konlar odatda xaridorlarga ma'lum modellar, brendlar yoki narsalarni topish uchun qidiruv funksiyalaridan foydalanish imkonini beradi. Onlayn mijozlar kredit karta, debet karta yoki PayPal kabi to'lov vositalari yoki to'lov tizimlaridan tranzaksiyani bajarishi mumkin. Moddiy mahsulotlar (masalan, qog'oz kitoblar yoki kiyim-kechaklar) elektron sotuvchi tomonidan xaridorga jo'natadi. Raqamli mahsulotlar uchun, masalan, qo'shiqlar yoki dasturiy ta'minotning raqamli audio fayllari uchun elektron sotuvchi, odatda, faylni internet orqali mijozga yuboradi. Ushbu onlayn do'konlarning eng yiriklari Alibaba, Amazon.com, eBay kabi kompaniyalardir.

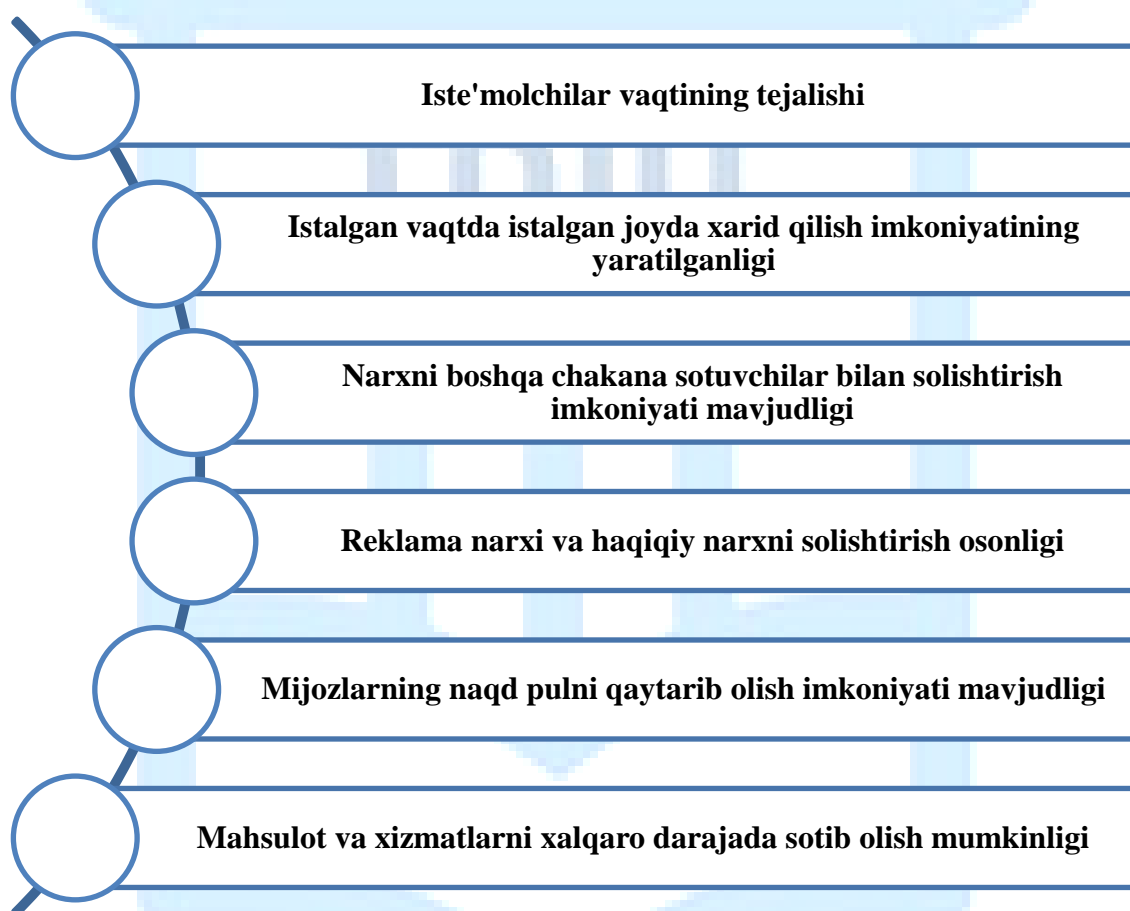
Onlayn savdoning dastlabki shakllaridan biri 1960-yillarda ishlab chiqilgan IBM tomonidan real vaqt rejimida moliyaviy operatsiyalarni qayta ishlash imkonini beruvchi Onlayn tranzaksiyalarni qayta ishlash tizimi (OLTP) edi. American Airlines uchun ishlab chiqilgan Yarim avtomatik biznes tadqiqot muhiti (SABRE) nomli kompyuterlashtirilgan chiptalarni bron qilish tizimi OLTPning ilovalaridan biri edi. U yerda turli sayyohlik agentliklarida joylashgan kompyuter terminallari bir vaqtning o'zida tranzaksiyalarni qayta ishlovchi va ularni muvofiqlashtirib turuvchi yirik IBM server kompyuteri bilan bog'langan bo'lib, barcha sayohat agentliklari bir vaqtning o'zida bir xil ma'lumotlarga ega bo'lishlari mumkin edi³.

Bugungi kunda ma'lumki, onlayn savdolarning paydo bo'lishi internetning paydo bo'lishi bilan rivojlanib kelmoqda. Dastlab musiqa albomlari internet

³ <https://www.smithsonianmag.com/smart-news/what-was-first-thing-sold-internet-180957414/>

do'konlarida sotilgan bo'lsa, tez orada alkogol mahsulotlari, shokolad va gullar onlayn savdolarining o'sishi natijasida keng sotila boshlangan.

Mijozlar kuniga 24 soat davomida onlayn savdo qilishdan zavqlanishlari mumkin. Iste'molchilar istalgan vaqtda istalgan tovar va xizmatlarni istalgan joyda xarid qilishlari mumkin. Onlayn savdo qilish an'anaviy do'konlardagi xaridlarga qaraganda qulaydir, chunki iste'molchilar uylaridan chiqmasdan internet orqali o'z ehtiyojlarini qondirishlari mumkin. Internet do'konlardan onlayn savdo qilish quyidagi afzalliklarga ega (1-rasm).



1-rasm. Internet do'konlardan xarid qilishning afzalliklari⁴

Internet do'konlaridan onlayn savdo qilish iste'molchilar vaqtining tejalishi, istalgan vaqtda istalgan joyda xarid qilish imkoniyatining yaratilganligi, narxni boshqa chakana sotuvchilar bilan solishtirish imkoniyati mavjudligi, reklama narxi va haqiqiy narxni solishtirish osonligi, mijozlarning naqd pulni qaytarib olish

⁴ Sanjay Kumar. Online Shopping-A Literature Review. // Proceedings of National Conference on Innovative Trends in Computer Science Engineering (ITCSE-2015) held at BRCMCET , Bahal on 4th April 2015

imkoniyati mavjudligi, mahsulot va xizmatlarni xalqaro darajada sotib olish mumkinligi kabi afzalliklarga egaligini alohida ta'kidlash lozim.

Internet do'konlarning ijobiy tomonlari sifatida quyidagi jihatlarni ham ta'kidlab o'tish mumkin.

Mijozlar uchun qulaylikning ta'minlanishi. Internet do'konlar odatda kuniga 24 soat ishlaydi va aksariyat mamlakatlardagi ko'plab iste'molchilar ishda ham, uyda ham internetga kirish imkoniyatiga ega. Internet kafelar, jamoat markazlari va maktablar kabi boshqa muassasalar ham internetga kirishni ta'minlash imkoniyatiga ega. Bundan farqli o'laroq an'anaviy chakana savdo do'koniga tashrif buyurish mijozdan ma'lum bir masofani bosib o'tishni, yo'l xarajatlarini amalga oshirishni hamda ko'proq vaqt sarflashni talab qiladi. Qolaversa, an'anaviy do'konlar kun davomida mijozlarning ish soatlarida xizmat ko'rsatadi. Tovar bilan bog'liq muammo yuzaga kelgan taqdirda (masalan, mahsulot iste'molchi buyurtma qilganidek bo'lmagan yoki mahsulot qoniqarli bo'lmagan holatlarda) iste'molchilar mazkur mahsulotni qaytarishi hamda pulni qaytib olishi mumkin. an'anaviy do'konlarda mijozlar chakana sotuvchiga murojaat qilishlari, pochta bo'limiga tashrif buyurishlari va qaytarib yuborilgan yuklar uchun haq to'lashlari, keyin mahsulotning almashtirilishini yoki pulni qaytib berilishini kutishlari kerak. Bu esa internet do'konlarning afzalligini yaqqol namoyon etadi. Ba'zi onlayn do'konlar an'anaviy do'konlardan farqli ravishda mijozlar tomonidan e'tirozlar yuzaga keladigan holatlar uchun mahsulotni qaytarish jarayonini qulaylashtirgan. Masalan, onlayn poyafzal sotish bilan shug'ullanuvchi Zappos.com internet do'koni yuqorida ta'kidlangan holatlar uchun mijozlarga maxsus yorliqlarni taqdim etadi va hatto sotuvchining xatosi natijasi bo'lmagan holatlar uchun ham qo'shimcha to'lovlar olinmaydi.

Xulosa. Yuqoridagilar asosida ta'kidlash mumkinki, elektron tijoratni mamlakatimizda rivojlantirishda elektron tijoratning bir qator asosiy ustuvorliklariga urg'u berish lozim. Xususan, narxlarni taqqoslash va tanlov qilish imkoniyatlarining mavjudligi, ko'plab sotuvchilar tomonidan taqdim etilgan tovarlar yoki xizmatlar bo'yicha takliflarni tezda taqqoslash imkoniyati, ma'lumot

va mijozlar tomonidan sharhlarning keng ko‘lamda yetkazilishi, mijozlar uchun qulaylikning ta‘minlanishi, yetkazib berish xizmatlarining samarali faoliyat ko‘rsatishi kabilarga alohida e‘tibor qaratish lozim.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

1. Mingxun Zhu, Yanping Wang, Min Wei, Zhen Cai. How does digital finance affect consumer online shopping: A comprehensive analysis based on econometric model. // Finance Research Letters, 25 February 2023. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1544612323001071>
2. Alireza Adibfar, Siddhartha Gulhare, Siva Srinivasan, Aaron Costin. Analysis and modeling of changes in online shopping behavior due to Covid-19 pandemic: A Florida case study. // Transport Policy, Volume 126, September 2022, Pages 162-176. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0967070X22001846>
3. <https://www.smithsonianmag.com/smart-news/what-was-first-thing-sold-internet-180957414/>
4. Sanjay Kumar. Online Shopping-A Literature Review. // Proceedings of National Conference on Innovative Trends in Computer Science Engineering (ITCSE-2015) held at BRCMCET, Bahal on 4th April 2015.