

ELEKTRON TIJORAT INFRATUZILMASI ASOSIDA RAQAMLI IQTISODIYOTNI RIVOJLANTIRISH MEXANIZMLARI

Bozorov Ubaydullo Baxshulloyevich

Muhammad al-Xorazmiy nomidagi

Toshkent Axborot Texnologiyalari Universiteti tadqiqotchisi

ORCID: 0009-0008-9063-9719

Annotatsiya

Maqola O'zbekistonda raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishning dolzarb muammosiga bag'ishlangan bo'lib, bu jarayonda elektron tijoratning o'rnini va salohiyatini ko'rib chiqadi. Ishda asosiy raqamli biznes modellari, ularning afzalliklari va dastur xususiyatlari tahlil qilinadi. Elektron tijoratni rivojlantirish mexanizmlari va uning raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishga ta'sirini o'rganishga alohida e'tibor qaratilmoqda. Ish muallifi elektron tijoratning infratuzilmaviy jihatlarini, jumladan, logistika, to'lov tizimlari, elektron tijoratni o'rganadi, shuningdek, ularni takomillashtirish va kengaytirish mexanizmlarini ishlab chiqadi. Maqola raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish bilan shug'ullanuvchi davlat organlari va elektron tijorat texnologiyalarini muvaffaqiyatli joriy etishga intilayotgan korxonalar uchun amaliy ahamiyatga ega.

Kalit so'zlar: Raqamli iqtisodiyot, biznes modellar, elektron tijorat mexanizmlari, elektron tijorat infratuzilmasi.

Аннотация

Статья посвящена актуальной проблеме развития цифровой экономики в Узбекистане, рассматривая роль и потенциал электронной коммерции в этом процессе. В работе анализируются основные модели цифрового бизнеса, их преимущества и особенности применения. Особое внимание уделяется исследованию механизмов развития электронной коммерции и ее влиянию на развитие цифровой экономики. Автор работы изучает инфраструктурные аспекты электронной коммерции, включая логистику, платежные системы, электронную торговлю, а также разрабатывает механизмы их улучшения и расширения. Статья имеет практическую ценность для государственных органов, занимающихся развитием цифровой экономики, и для предприятий, стремящихся к успешному внедрению технологий электронной коммерции.

Ключевые слова: Цифровая экономика, бизнес-модели, механизмы электронной коммерции, инфраструктура электронной коммерции.

Annotation

The article is devoted to the current problem of the development of the digital economy in Uzbekistan, considering the role and potential of e-commerce in this process. The work analyzes the main digital business models, their advantages and application features. Particular attention is paid to the study of the mechanisms of development of e-commerce and its impact on the development of the digital economy. The author of the work studies the infrastructural aspects of e-commerce, including

logistics, payment systems, e-commerce, and also develops mechanisms for their improvement and expansion. The article is of practical value for government agencies involved in the development of the digital economy, and for enterprises seeking to successfully implement e-commerce technologies.

Key words: Digital economy, business models, e-commerce mechanisms, e-commerce infrastructure.

KIRISH

Mamlakatimizda yangi iqtisodiy bosqichga ko'tarilishi bosqichida barcha sohalarda keng ko'lamli ishlar amalga oshirildi. Axborot texnologiyalarining rivojlanishi oqibatida elektron tijorat tizimi ham yangi bosqichga ko'tarildi. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoyevning 2020 yil 5 oktyabrdagi "Raqamli O'zbekiston - 2030" strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PF-6079-son Farmonida "Elektron tijorat va elektron to'lovlar tizimini rivojlantirish maqsadida quyidagi tadbirlar amalga oshiriladi: axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini, shu jumladan mijozlarni masofadan aniqlash tizimlarini joriy etish orqali masofaviy bank xizmatlarini rivojlantirish; xalqaro elektron tijorat standartlari va zamonaviy axborot xavfsizligi talablariga rioya qilish uchun elektron tijoratni rivojlantirishning huquqiy asoslarini, shuningdek, mavjud standartlar va elektron tijorat qoidalarini takomillashtirish va yangilash; raqamli infratuzilmani rivojlantirish, mobil va simli Internet jahon axborot tarmog'i qamrovi va tezligini yanada oshirish orqali elektron tijorat platformalariga shaxsiy raqamli uskunalaridan ulanish imkoniyatlari va ko'lamlarini oshirish va hokazolar" amalga oshirish belgilab berilgan.

Tadqiqot mavzusi doirasida O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 13-dekabrdagi "O'zbekiston Respublikasi davlat boshqaruviga raqamli iqtisodiyot, elektron hukumat hamda axborot tizimlarini joriy etish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi PF-5598-son Farmonlari hamda 2018-yil 14-maydagi "Elektron tijoratni jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-3724-son, 2018-yil 21-noyabrdagi "Raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish maqsadida raqamli infratuzilmani yanada modernizatsiya qilish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-4022-son Qarorlari va boshqa normativ-huquqiy hujjatlarda belgilangan vazifalar ijrosi yuzasidan ishlab chiqilgan chora-tadbirlarning hayotga tatbiq etilishida ushbu maqola muayyan darajada xizmat qiladi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishda elektron tijorat infratuzilmasini takomillashtirish masalalari ma'lum darajada milliy va xorijiy mutaxassislarning ilmiy tadqiqotlarida aks etgan. Iqtisodiy bilimlar sohasining bir yo'nalishi sifatida elektron tijoratning nazariy asoslari, o'ziga xos xususiyatlari va rivojlanishi masalalari xorijiy olimlardan P.Gari, D.Koze, K.Peytel, A.Sammer, N.Teriz, M.Keyg, D.Eymor va boshqalar tomonidan tadqiq etilgan. Milliy iqtisodchi-olimlardan B.S.Axrarov, B.A.Begalov, G.F.Ismoilova, A.Sh.Bekmuradov, S.S.G'ulomov, N.S.Kasimova,

A.T.Kenjabaev, B.Yu.Xodievlar tadqiqot ishlarida elektron tijorat va uni yuritish xususiyatlari o'rganilgan.

Raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishda elektron tijorat infratuzilmasini takomillashtirish masalalarini tashkil etishning nazariy va amaliy jihatlari qator xorijiy mutaxassislar, xususan, A.Krensel, J.Chetkuti, V.Tanzi, P.Dernberg, K.Friden, D.Xardest, D.Robert tomonidan ilmiy ishlarida tadqiq qilingan.

Rossiya tadqiqotchilardan S.K.Ilichev, A.V.Koren, I.P.Meleshenko, A.A.Tedeev, L.V.Frolova, R.Ye.Xusnetdinovlarning ilmiy ishlarida elektron tijoratni tashkil etish masalalari ayrim davlatlar misolida atroflicha tadqiq qilingan.

Milliy iqtisodchi olimlardan M.I.Alimardonov, A.V.Vahobov, A.S.Jo'raev, T.S.Malikov, Sh.A.Toshmatov, B.Toshmurodova, B.R.Sanaqulova, N.X.Haydarovlar elektron tijorat tizimini takomillashtirish borasida olib borilgan ilmiy tadqiqotlarida elektron tijorat mexanizmlarini takomillashtirishga ham taalluqli bo'lgan masalalarning ma'lum bir jihatlari o'rganilgan.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Tadqiqotni amalga oshirishda guruhlash, qiyoslash, tahlil va sintez, induksiya va deduksiya, tizimli yondashuv, abstrakt-mantiqiy fikrlash, statistika hamda iqtisodiy tahlil usullardan keng foydalanilgan.

TAHLIL VA NATIJALAR

Raqamli iqtisodiyot biznes modellari va ularning qo'llanilishi

Raqamli iqtisodiyotda elektron tijoratning asosiy xususiyatlaridan biri shundaki, u yangi biznes modellarini yaratishga yordam beradi. Biznes modeli daromad olish va qiymat yaratish uchun biznes qanday amalga oshirilishini tavsiflab beradi. Bunga tashkiliylikka erishish orqali erishiladi. Asosiy yo'nalish — bu tashkilotning mahsulot yoki xizmatlarini sotib olish uchun etarlicha mijozlarni jalb qilishdan iborat. Bir necha xil elektron tijorat bilan faoliyatini olib boruvchi kompaniya, sanoatda ishlab chiqaruvchilarga va boshqalarga qarab turlicha biznes modellarni uchratish mumkin. Biznes modellarini mavjud korxonalarda topish mumkin, shuningdek, taklif qilinganlarida ham topish mumkin.

Raqamli iqtisodiyot sharoitida elektron tijorat biznes modellarning tuzilishi va xususiyatlari:

- xizmat ko'rsatilishi kerak bo'lgan mijozlarning tavsifi va ularning qiymat taklifi. Shuningdek, ushbu mijozlarga qanday erishish va ularni qo'llab-quvvatlash mumkin;

- biznes etkazib berishni rejalashtirgan barcha mahsulot va xizmatlarning tavsifi. Shuningdek, mahsulotlarning farqlovchi jihatlari nimada;

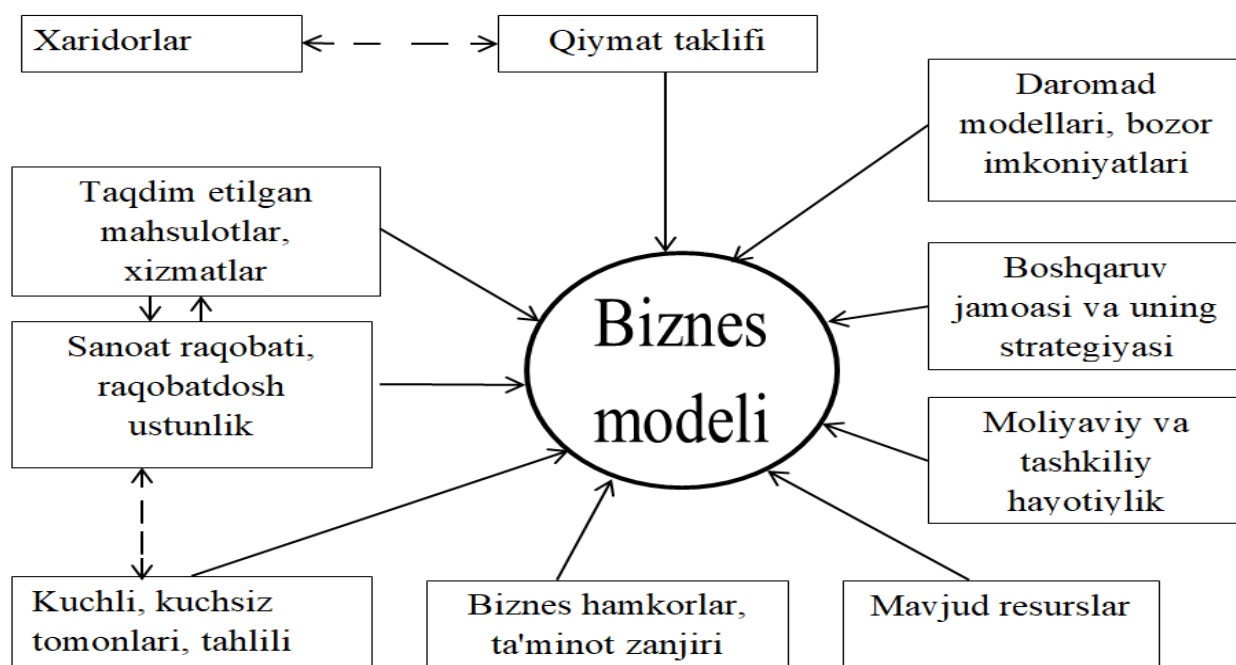
- kompaniyaning rivojlanish strategiyalari;

- kerakli biznes jarayoni va tarqatish infratuzilmasining tavsifi (shu jumladan, inson resurslari);

- kerakli resurslar ro'yxati, ularning narxi va mavjudligi (shu jumladan, inson resurslari);

- tashkilotning ta'minot zanjirlari, shu jumladan, etkazib beruvchilar va boshqa biznes sheriklarining tavsifi;
- qiymat zanjiri tuzilishi;
- asosiy raqobatchilar ro'yxati va ularning bozor ulushi bilan tegishli bozorlar, shuningdek, bozor strategiyalari va kompaniyaning kuchli va kuchsiz tomonlari;
- biznes modeli tomonidan taqdim etilgan raqobatdosh ustunlik, shu jumladan, narxlar va sotish strategiyalari;
- kutilayotgan o'zgarishlar va o'zgarishlarga har qanday qarshilik;
- kutilayotgan daromadlarning tavsifi (daromad modeli), moliyalashtirish manbalari va moliyaviy barqarorlik;

Modellar, shuningdek, xaridorlar uchun ham, tashkilot uchun ham ma'lum modeldan (moddiy va nomoddiy) foydalanishning afzalliklarini tavsifi bo'lgan qiymat taklifini o'z ichiga oladi. Biznes modellar va ularning biznes-rejalar bilan aloqasi batafsil muhokama qilingan va misollar bilan ko'rsatilgan. Ushbu maqolada modellarning ikkita elementi keltirilgan: daromad modellari va qiymat takliflari.



1-rasm. Elektron biznes modelining asosiy tarkibiy qismlari

1-rasmda keltirib o'tilgan biznes modelga asosan raqamli biznes tushunchasiga ta'rif berib o'tamiz

Bugungi kunda raqamli biznesni ancha keng ma'noda tushunish mumkin: raqamli biznes jismoniy va raqamli olamlarning kesishmasida odamlar, kompaniyalar va aqlli qurilmalarning o'zaro munosabatlariga asoslangan biznes loyihadir. Ya'ni, uning asosida o'zaro ta'sir va murakkablik yotadi. Bundan tashqari, mutaxassislar texnologiyani raqamli biznesning yadrosi deb hisoblash mumkin emas deb ta'kidlaydilar. Bundan tashqari, har qanday texnologiyadan foydalanish orqali biznesni raqamli qilib bo'lmaydi. Asosiy e'tibor biznes modellariga va ularni amalga oshirish usullariga qaratilishi kerak. Agar biznesning bu darajasi optimallashtirilmasa, hech qanday IT tizimlar kerakli natijaga erishishga yordam bermaydi.

Agar 90 - yillarning an'anaviy modelini eslasak, biznesni raqamlashtirish quyidagi vazifalarga ega edi:

- operatsion samaradorlik;
- markazlashtirish va standartlashtirish;
- xarajatlarni kamaytirish;
- nazorat va boshqarish.

Bularning barchasi, asosan, buxgalteriya va ish yuritish sohasiga tegishli ekanligini ko'rish qiyin emas. Mutaxassislar raqamli biznesning zamonaviy kontsepsiyasini qabul qilishdan ogohlantiradilar, chunki bu quyidagi muammolarga olib keladi:

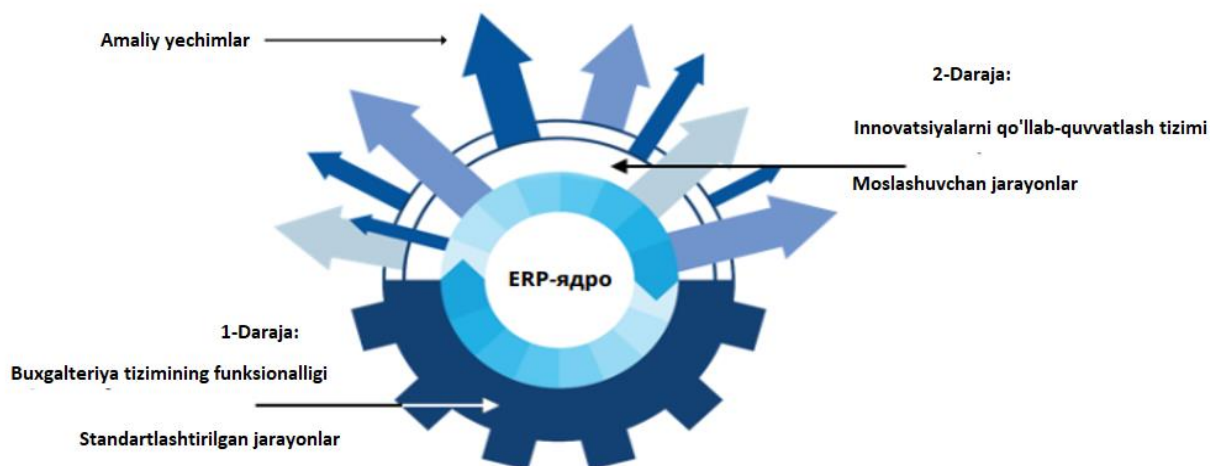
➤ yangi texnologiyalar qo'llaniladi, biroq ayni paytda biznes avvalgi printsiplarga muvofiq ishlaydi;

➤ umumiy standartlashtirish kompaniyani zamonaviy dunyoda juda zarur bo'lgan moslashuvchanlikdan mahrum qiladi.

ERP-ga asoslangan raqamlashtirish loyihalari (ERP loyihalari) operatsion samaradorlik, standartlashtirish, markazlashtirish bilan chambarchas bog'liq va ularning asosiy maqsadi xarajatlarni kamaytirish va kompaniyaning boshqaruvini oshirish hisoblanadi.

IT-ekotizim kompaniyaning strategiyasiga qarab, bulutli va mahalliy echimlar kombinatsiyasi orqali yig'iladi.

2-rasmda Zamonaviy IT strategiyasining maqsadi — jarayonlarni standartlashtirishga qaratilgan asosiy funksiyalar to'plamiga ega yangilangan ERP yadrosini yaratish, kompaniyaning boshqa tijorat faoliyati to'g'risidagi ma'lumotlar va jarayonlarni qo'llab - quvvatlash hisoblanadigan chizmasi keltirilgan. Gartner ushbu IT boshqaruv modelini ikki bosqichli deb atagan va ushbu bosqichlar 12-rasmda keltirib o'tilgan.



2-rasm. IT boshqaruv modeli bosqichlari

Raqamli iqtisodiyot biznes modellarning bir necha turlari mavjud. Ushbu turlarga qisqacha ta'rif berib o'tsak:

1. Bepul model (maxsus model)

Google, Facebook kabi kompaniyalar qo'llab-quvvatlanadigan reklama va "bepul" biznes modelni ishlatadi.

Bepul biznes -modelda kamida bitta muhim iste'molchi segmenti uzoq muddatli bepul taklifdan foydalanishi mumkin. Bepul taklif turli xil biznes modellarda mavjud. Hech narsa to'lamaydigan iste'molchilarni moliyalashtirish biznes modelining boshqa qismidan yoki boshqa iste'molchilar segmentidan kelib chiqadi. Asosiy daromadi – reklamadir.

2. Freemium modeli

Dasturiy ta'minot dunyosida bu eng keng tarqalgan raqamli biznes modellaridan biridir. Foydalanuvchilar, asosan, ba'zi yo'llar bilan cheklangan mahsulotning asosiy versiyasiga (bepul) erkin kirish imkoniyatiga ega. Agar foydalanuvchi ko'proq xususiyat yoki resurslardan foydalanmoqchi bo'lsa, u pulli versiyaga (Premium) o'tish qobiliyatiga ega bo'ladi.

Eng yaxshi misol Spotify. Har bir inson xizmatdan bepul foydalanishi mumkin (va reklama olishi mumkin), lekin agar ko'proq xususiyatga va yuqori sifatga ega bo'lmoqchi bo'lsa, oylik obuna uchun to'lovni amalga oshirish kerak. Bundan tashqari, turli xil biznes modellari aralash bo'lishiga ajoyib misol hisoblanadi.

3. Talabga binoan model

"Mulkka egalik qilish modeli" (Access-Over-Ownership)ga o'xshab talab bo'yicha biznes modeli ham mavjud. Bunda gap jismoniy mahsulot haqida emas, balki virtual mahsulot yoki xizmat haqida ketadi.

On-Demand, masalan, onlayn video do'konlari (Amazon Video, Apple TV+ va boshqalar) orqali ishlaydi, u erda ma'lum bir vaqt davomida videolarni ko'rish huquqini qo'lga kiritish mumkin.

Bundan tashqari modelni "gigaiqtisodiyot" so'rovi bo'yicha ham ko'rish mumkin. Bunga konsultantni bron qilish va qachongacha yordam kerak bo'lsa shu vaqtgacha avtomatik to'lovni amalga oshirish misol bo'la oladi (Upwork, UpCounsel, Fiverr va b.).

4. Elektron tijorat modeli

Bunga Amazon - onlayn do'kon va elektron tijorat orqali jismoniy mahsulotlarni sotadigan birinchi va eng muvaffaqiyatli kompaniya misol bo'ladi. Bugungi kunda bu model tarmoqdagi eng mashhur biznes modeli va internetda deyarli hamma narsani sotib olish mumkin.

Bugungi kunda bozor modelidan farqli o'laroq, bunga ham Amazonni misol keltirish mumkin, elektron tijorat modellari bir tomonlama savdo yondashuviga asoslanadi. Kompaniya xaridorlarga o'z aksiyalarini sotadi.

5. Bozor maydonchasi modeli (Peer-to - peer, ikki tomonlama bozor maydoni)

Ikki tomonlama bozor - Internetda tez-tez uchraydi. Sotuvchilar va xaridorlar o'z mahsulotlari va xizmatlarini sotish uchun uchinchi tomon platformasidan foydalanadilar. Bu bozor xizmatlarni (Uber, Upwork va h.k.) yoki mahsulotlarni (eBay, Etsy, Amazon) o'z ichiga olishi mumkin.

Bu biznes -modelning eng katta muammosi uning murakkabligi va dinamikasidir. Agar sizda sotuvchilar bo'lmasa, siz hech qachon xaridorni jalb qilmaysiz, agar xaridor sotuvchini topmasa, siz ularni yo'qotasiz. Shunday qilib, har ikki tomonning jozibadorligini saqlab qolish uchun ikki tomonlama platforma bir vaqtning o'zida talab va taklifni diqqat bilan o'lchashi kerak.

6. Ekotizim modeli

Raqamli ekotizim turli xil ichki bo'limlar, vositalar, tizimlar, mijozlar, etkazib beruvchilar va tashqi hamkorlardan kelgan ma'lumotlar va ish oqimlarini optimallashtirish orqali mijozlarga qo'shimcha qiymat yaratishga qaratilgan. U mijozning yo'lidagi to'siqlarni bartaraf etishi va ekotizimning har bir ishtirokchisiga o'zlarining shaxsiy ehtiyojlarini qondirish uchun zamonaviy texnologiyalar va tizimlardan foydalanishga imkon berishi kerak.

Bu ekotizimlar uchun xaridorlarga har xil xizmatlar, mahsulotlar va bilimlar orqali qiymat beradigan yagona, ishlatish uchun qulay tizim taklif etiladi. Shuningdek, platformalarning geometrik progressiya ko'rinishida o'sishiga va bir nechta mexanizmlardan foydalangan holda asosiy bozordan ustun bo'lishiga imkon beradi.

7. Mulk huquqi bilan kirish modeli (almashish modeli).

Hamma narsa "almashish" ma'nosida emas, balki biznes ma'nosida tushuniladi. Ushbu tizim haqiqiy mulk huquqlariga ega bo'lmagan holda ma'lum bir vaqt uchun mahsulot, xizmat yoki taklif uchun to'lovni oshirishga imkon beradi. Bu avtomobilni (masalan, Zipcar), kvartirani (masalan, Airbnb), hatto, sanoat uskunalari ijaraga olish bo'lishi mumkin.

8. Tajriba modeli

Raqamli texnologiyalarsiz amalga oshmaydigan mahsulotlar ustida tajriba o'tkazish. Masalan, Tesla kompaniyasi avtomobil sanoatiga raqamli xizmatlar va hatto raqamli ekotizimni qo'shib, avtomobil sanoatiga mutlaqo yangi raqamli tajriba olib keldi, hozir kunda bu kompaniya biznes modeli uchun asosiy vosita hisoblanadi.

Tajriba modelining yana bir misoli — bu turli xil tajribalarni birlashtirish va mijozlarga yo'naltirilgan yangi ekotizimni yaratish hisoblanadi.

9. Obuna modeli

Netflix (Netflix-bu multimediali filmlar va seriallarni translyatsiya qilishni ta'minlaydigan Amerika ko'ngilochar kompaniyasi) yoki Office 365 (Microsoft dasturiy mahsuloti bo'lib, u "xizmat sifatida dasturiy ta'minot" sxemasi bo'yicha obuna asosida tarqatiladigan veb -xizmatlar to'plamini birlashtiradi.) hammaga tanish. Ushbu mahsulotlar klassik obuna modeliga misol bo'la oladi. Bunda foydalanuvchi oylik/yillik asosida kirish, yangiliklar, xizmatlar va b.larni oladi. Obuna modeli, ayniqsa, kontent, dasturiy ta'minot va a'zolik uchun ishlatiladi.

10. Ochiq kodli model

Firefox ochiq manba kodli modelga misollardan biri hisoblanadi. Dasturiy ta'minot yuklab olish uchun, foydalanish uchun bepul bo'lib, butun dunyo bo'ylab jamoatchilik uchun ochiq hisoblanadi. Shuning natijasida u tez tarqalmoqda, odatda,

dasturiy ta'minotni yaxshilash uchun bepul resurslarga ega. Firefoxning asosiy biznes modeli qidiruv tizimari bilan to'lovlar va hamkorlikni yaratadi.

Ochiq kodli model o'z o'zidan biznes modeli hisoblanmaydi, chunki dasturiy ta'minotdan biznes model sifatida foydalanish mumkin emas.

11. Yashirin daromad modeli

Ba'zan daromad har doim bir qarashda mijozlarga ko'rinmaydi. Ma'lumotlarni to'plash va tahlil qilish orqali boshqa qiymat oqimlari ham bo'lishi mumkin. Mozilla misolida, ochiq kodli brauzer royalti daromadini oladi, shu jumladan, turli xil qidiruv tizimlari, yashirin biznes modellari platformalar va raqamli xizmatlarning orqasida turadi.

Kompaniyalar uchun ularning potentsiallari va mavjud biznes modelini boshqa daromad olish uchun boshqa imkoniyatlardan foydalanish imkoniyati mavjudligini bilish juda muhimdir. Biroq, daromadlarni yashirin ishlab chiqarish mijozlar bilan ishlashda teskari natijalarga olib kelishi mumkin. Kembrij analitikasi ikkala kompaniya uchun ham jiddiy oqibatlariga olib keladigan yashirin daromad modeliga misol bo'ladi.

Raqamli biznes modellari o'zlarining qiymat takliflarida noyobdir va tadbirkorlar va investorlar uchun juda jozibali o'sish profiliga ega. Bundan tashqari, raqamli biznes mijozlarning qiymatni yetkazib berish bo'yicha umidlarini o'zgartiradi: "Men hammasini xohlayman va men buni hozir xohlayman" raqamli haqiqatga aylandi. Shu bilan birga, mijozlar pul bilan, lekin, birinchi navbatda bizning ma'lumotlarimiz bilan hamma narsa - darhol hamma joyda tajriba uchun to'lashga tayyor. Raqamli biznes modellari bo'yicha mijozlarning kutishlari 3-rasmda keltirilgan.



3-rasm. Raqamli biznes modellari

Xulosa qilib aytganda, korporatsiyalar, mijozlar va jamiyatlar nuqtayi nazaridan raqamli biznes modellarining afzalliklari va kamchiliklari o'rtasida kelishuv mavjud. Korporatsiyalar joriy kelishuvdan ko'proq foyda ko'radigan va quyidagi afzalliklarga ega bo'lganlardir:

- darhol hamma joyda mahsulot va xizmatlarga asoslangan noyob qiymat taklifi;

- kam xarajatlar bilan yuqori miqyoslilik;
- ijtimoiy media va qidiruv tizimlari kabi raqamli mijozlar kanallariga asoslangan global ta'sir va yuqori o'sish sur'atlari;
- investorlar tomonidan yaxshi moliyalashtirilishi uchun yaxshi imkoniyatlar.

Biroq, ushbu korporatsiyalarning afzalliklari, agar ular tartibga solinmagan holda rivojlanish uchun qoldirilsa, katta shaxsiy va ijtimoiy xarajatlar bilan birga keladi, masalan:

➤ bozor monopoliyasi: tez o'sish ko'pincha "g'olib bozordagi barcha vaziyatni o'z zimmasiga oladi" ga olib keladi. Misol: bizga minglab mahalliy do'konlar yoki hatto boshqa raqamli do'konlar o'rniga faqat bitta Amazon kerak;

➤ foydalanuvchilar mahsulotga aylanadi. Misol: ma'lumotlar evaziga qidiruv tizimlari yoki ijtimoiy tarmoqlarning bepul takliflari. Bunday holda haqiqiy mijozlar reklama uchun pul to'laydigan kompaniyalardir. Foydalanuvchilar haqiqatan ham mijozlarga pul to'layotgan bo'lsa ham kompaniyalar o'z ma'lumotlarini tahlil qilish yoki sotishdan foyda olishlari mumkin.

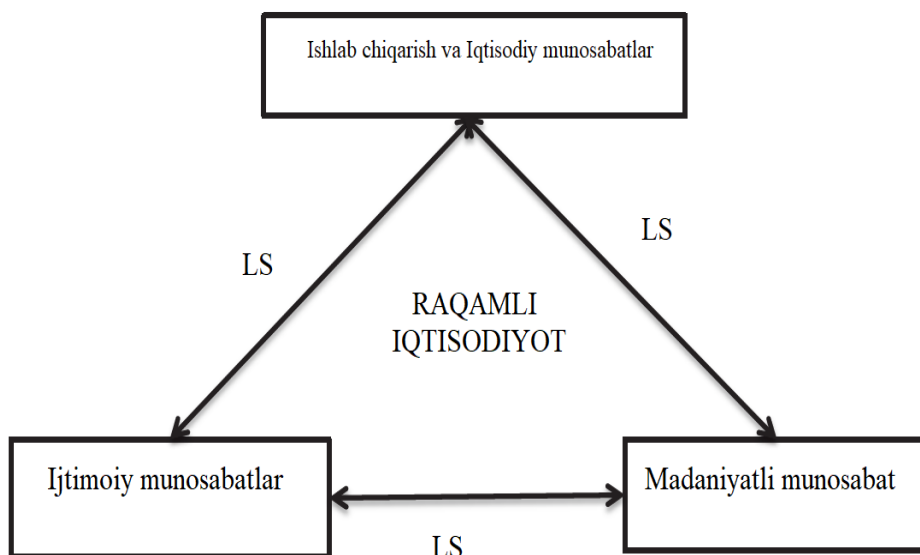
Raqamli iqtisodiyot va elektron tijorat mexanizmlari, ularning tahlili

Raqamli iqtisodiyotning asosiy resursi boshqa turdagi resurslar kabi tugamaydigan, undan cheksiz ko'p foydalanish mumkin bo'lgan axborotdir. Internet global tarmoq bo'lib, unda resurslardan foydalanish sohasi cheklanmagan, shuningdek bulutli texnologiyalar tufayli ularni saqlash imkoniyati mavjud.

Raqamli iqtisodiyotning asosini raqamli mahsulotlar ishlab chiqarish va raqamli texnologiyalar bilan bog'liq xizmatlar ko'rsatish sektori tashkil etadi. Iqtisodiyotning raqamli sektori elektronika sanoati tomonidan yaratilgan innovatsion texnologiyalarga asoslangan. U ikki elementga vakillik qiladi. Birinchidan, bu elektronika sanoati, mikrochiplar, kompyuterlar va telekommunikatsiya qurilmalari va maishiy elektronika ishlab chiqaradigan, ikkinchidan, bular raqamli texnologiyalar sohasida xizmatlar ko'rsatadigan va ishlab chiqarish, saqlash va ma'lumotlarni boshqarishning raqamli vositalaridan foydalanadigan kompaniyalardir.

Yuqoridagilardan kelib chiqqan holda muallifning raqamli iqtisodiyotni barcha jarayonlarni shakllantiradigan, ularni logistika sxemalariga aylantiruvchi raqamli texnologiyalardan foydalanishga asoslangan sanoat-iqtisodiy, ijtimoiy va madaniy munosabatlar tizimi sifatida ta'riflash eng obyektiv ko'rinadi.

“Mexanizm” tushunchasi ko'pincha turli iboralarida uchraydi: “iqtisodiy mexanizm”, “tashkiliy-xo'jalik mexanizmi”, “boshqaruv mexanizmi”. Bu ta'riflar butun xalq xo'jaligi yoki alohida hududlar, tarmoqlar yoki korxonalar miqyosiga nisbatan qo'llaniladi.



4-rasm. Raqamli iqtisodiyotning ishlash mexanizmi (Eslatma:LS - logistika sxema)

L.I. Abalkinning soʻzlariga koʻra, mexanizm oʻziga xos shakl va usullar, iqtisodiy ragʻbatlar va huquqiy meʼyorlar bilan ijtimoiy ishlab chiqarishni tashkil etish usulidir .

V.A.Vlasenkoning taʼkidlashicha, mexanizm - bu tizim resurslaridan samarali foydalanish funksiyalari, usullari, prinsiplari va vositalari, asosiy vazifalari va maqsadlari, shakllari, tuzilmalari, texnologiyalari va bu funksional imkoniyatlarni muvofiqlashtirishga yoʻnaltirilishi mumkin boʻlgan omillar toʻplamidir. Ijtimoiy-iqtisodiy tizimning yaxlitligini saqlash, kirish va chiqish parametrlarining barqaror holatini taʼminlash, quyi tizimlar ichidagi jarayonlarning maqbul oqimi va atrof-muhit talablariga oʻz vaqtida javob berish uchun uning aspektlardir.

Ilmiy manbalar tahlili asosida shunday xulosaga kelish mumkinki, iqtisodiyotning, jumladan, raqamli iqtisodiyotning rivojlanishi avvalgi holatga nisbatan mukammalroq, sifat jihatidan oʻzgarish, bir holatdan ikkinchi holatga oʻtish jarayonidir. Rivojlanishning asosiy xususiyatlari — qaytarilmaslik, yoʻnalish, muntazamlik, shuningdek, tartiblilik va oʻz-oʻzini tashkil etishning ichki mexanizmlarining faol roli. Ryabtsun V.V. iqtisodiyotning zamonaviy turini rivojlantirishni samarali boshqarishning quyidagi mexanizmlari taklif qilgan :

- xoʻjalik yurituvchi subyektlarning biznes reinjiniringi;
- elektron tijorat tizimlarini integratsiyalash;
- Internet texnologiyalarini rivojlantirish;
- Internet-marketingni qoʻllash;
- korxonalarni elektron sertifikatlash.

Raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish mexanizmini talqin qilish boʻyicha ilmiy tadqiqotlarni sarhisob qilar ekanmiz, uning tarkibiy elementlarini ajratib koʻrsatish mumkin: texnik-iqtisodiy, tashkiliy-iqtisodiy, tartibga solish va ijtimoiy.

Texnik-iqtisodiy komponentlar muayyan ishlab chiqarishning rivojlanish darajasini, axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalanish xususiyatlarini, ishlab chiqarish sharoitlarini aks ettiradi. Tashkiliy-iqtisodiy sohaga raqamli iqtisodiyotning asosiy shartlarini belgilovchi tegishli boshqaruv tuzilmalari, qarorlar qabul qilish jarayonlari, boshqaruv usullari, texnikasi va qoidalari kiradi.

Normativ-huquqiy komponentlar jamiyatni raqamlashtirishni huquqiy tartibga solish masalalariga (soliq, bojxona, mehnat, atrof-muhit qonunchiligi va boshqalar) ta'sir qiladi. Ijtimoiy komponentlar - ijtimoiy-psixologik tamoyillar, ko'rsatkichlar va ta'sir usullaridir. Ijtimoiy sohada raqamli texnologiyalar aholini ijtimoiy qo'llab-quvvatlashga yangi sifat bag'ishlab, ijtimoiy xizmatlarning manzilli ko'rsatilishini ta'minlashi mumkin.

Shunday qilib, tarkibiy va mantiqiy tahlil asosida biz "mintaqadagi raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish mexanizmi" tushunchasiga ta'sirni amalga oshiruvchi texnik, iqtisodiy, normativ-huquqiy, tashkiliy va ijtimoiy elementlarning yaxlit tizimi sifatida aniqlik kiritdik. Binobarin, hududlar raqamli iqtisodiyot elementlaridan foydalangan holda, xususan, ilmiy loyihalarni qo'llab-quvvatlash, ta'lim, strategik rejalashtirish, ichki va xorijiy innovatsiyalarga yo'naltirilgan bozorlarda raqobatbardoshlikni oshirish kabi faoliyatning aniq sohalarida innovatsion dasturlarni ishlab chiqishlari kerak.

Elektron tijorat infratuzilmasini rivojlantirish mexanizmlari

Elektron tijoratni nafaqat savdoning oddiy turi sifatida tushuntirish mumkin, uning tushunchasi kengroq va u innovatsion axborot texnologiyalaridan foydalanishga asoslangan. Shuningdek, u bir nechta biznes jarayonlaridan iborat bo'lgan marketingdagi eng yirik tizimlardan biridir.

Elektron tijoratda qo'llaniladigan texnologiyalar xilma-xil bo'lib, ular ko'proq axborotni qo'llab-quvvatlovchi texnologiyalarga asoslangan, masalan:

➤ elektron pochta, Internet, intranet (kompaniya ichidagi ma'lumotlar almashinuvi);

➤ Elektron ma'lumotlar almashinuvi - elektron ma'lumotlar almashinuvi;

➤ Extranet (tashqi dunyo bilan ma'lumot almashish).

Bundan tashqari, elektron tijorat tizimlari qo'llaniladigan soha juda o'ziga xosdir va ularning har biri o'ziga xos dastur yondashuviga ega. Ularning har biri o'ziga xos biznes operatsiyalari va operatsiyalari bo'lganligi bilan xilma-xildir. Bularga quyidagi operatsiyalar kiradi:

➤ bozordagi potensial xaridorlar va yetkazib beruvchilar uchrashuvini tashkil etish va keyinchalik aloqa qilish;

➤ maxsus ma'lumotlar bazalarini yoki zarur ma'lumotlarning elektron almashinuvini ta'minlash;

➤ mijozlarni nafaqat sotishdan oldingi jarayonda, balki elektron do'konda yuqori sifatli sotishdan keyingi xizmat ko'rsatishni ta'minlash;

➤ tovarlar yoki xizmatlarni sotish aktini amalga oshirish;

➤ xaridlar uchun qulay elektron to'lovni ta'minlash;

➤ sifatli tarqatish va xaridorga yetkazib berishni ta'minlash;

➤ mustaqil faoliyat yuritayotgan firmalar uchun mavjud bo'lmagan mahsulotlar va xizmatlarni taqdim etish imkoniyatini olish uchun turli xil resurslarni birlashtirgan mustaqil kompaniyalar guruhi bo'lgan virtual korxonani yaratish;

➤ ishlab chiqaruvchi va uning savdo sheriklari tomonidan birgalikda amalga oshiriladigan mustaqil biznes jarayonlarini amalga oshirish.

Elektron tijorat amalga oshirilishi mumkin bo'lgan faoliyat sohalari ham xilma-xildir.

Elektron tijorat uning to'liq samarali ishlashi uchun bir nechta tadbirlarni talab qiladi, jumladan:

➤ raqamli marketing;
➤ elektron do'konlar va sug'urta yaratish uchun kapital qo'yilmalar;
➤ tijorat operatsiyalari (buyurtmani qabul qilish, tovarlarni yetkazib berish va buning uchun to'lov);

➤ innovatsion mahsulotlar yoki xizmatlarni yaratish uchun bir nechta kompaniyalarning hamkorligi;

➤ ushbu innovatsion mahsulotlarni samarali taqsimlash;

➤ biznesni boshqarish (soliq, bojxona operatsiyalari, litsenziyalar yoki ruxsatnomalar va boshqalar);

➤ tovarlarni etkazib berish, tashish, tashish va yetkazib berish usullarini ta'minlash;

➤ buxgalteriya hisobi;

➤ kompaniyalar, iste'molchilar, shuningdek, elektron biznesning barcha ishtirokchilari o'rtasidagi ziddiyatli vaziyatlarni hal qilish va oldini olish hamda munozarali masalalarni optimal hal qilish.

Yuqoridagi faoliyat sohalari biznes yuritishning turli darajalarida amalga oshiriladi, shuning uchun elektron tijorat turli darajada faoliyat ko'rsatadi:

➤ milliy va xalqaro miqyosda. Ushbu darajada biznesni tashkil etish sohasidagi operatsiyalar texnik va texnologik komponentlar bo'yicha emas, balki qonunchilik asosida amalga oshiriladi (chunki elektron tijorat global xarakterga ega).

Xalqaro daraja ko'p jihatdan (ichki bilan solishtirganda) turli xil soliq tizimlarining mavjudligi va ulardan foydalanish, bojxona to'lovlari, har bir mamlakatda qo'llaniladigan bank operatsiyalarining xilma-xilligi tufayli elektron tijorat tizimini kompleks joriy qilishni o'z ichiga oladi, ba'zi davlatlar o'rtasidagi individual kelishuvlar xalqaro tashkilot yoki hamjamiyatning aralashuvini talab qiladi.

Milliy miqyosda elektron tijorat tizimi, asosan, kompaniyaning tarmoqdagi vakili, reklama, shuningdek, sotishdan oldingi va sotishdan keyingi yordam bilan ishlaydi.

➤ Tarmoqdagi to'liq tijorat operatsiyasini bajarish uchun mahalliy Internet qo'llab-quvvatlashi talab qilinadi, bu tovarlarga onlayn buyurtma berish, tashish jarayonini onlayn yoki oflayn rejimda kuzatish, elektron usullardan foydalangan holda hisob-kitob va to'lov usullarini o'z ichiga oladi. Yuqoridagi operatsiyalar uchun bojxona va soliq majburiyatlarini bajarish uchun davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash va vakolatli markazlar bilan o'zaro hamkorlik talab etiladi.

Elektron tijorat tizimini tashkil etuvchi elementlar an'anaviy savdo tizimi va an'anaviy do'kon tartib-qoidalaridan sezilarli darajada farq qiladi. Ularning har birida turli xil tarkibdan iborat elementlarning o'ziga xos tarkibi mavjud.

Elektron tijorat tizimining an'anaviy savdo turidan o'ziga xos xususiyatini uning ushbu savdo amalga oshiriladigan asosiy biznes muhiti deb atash mumkin. Elektron tijoratdan foydalanish tamoyili an'anaviy komponent muhitida ilgari ishlatilmagan sotish jarayonlari va resurslarini boshqarishning bilvosita usullarini ishlab chiqish zarurligini talab qiladi. Va shuni ta'kidlash kerakki, bu resurslar hech qanday xarajatlarni talab qilmasligi mumkin.

Elektron tijoratdan foydalangan holda onlayn savdoni rivojlantirishga yordam beradigan ikkita asosiy omil mavjud:

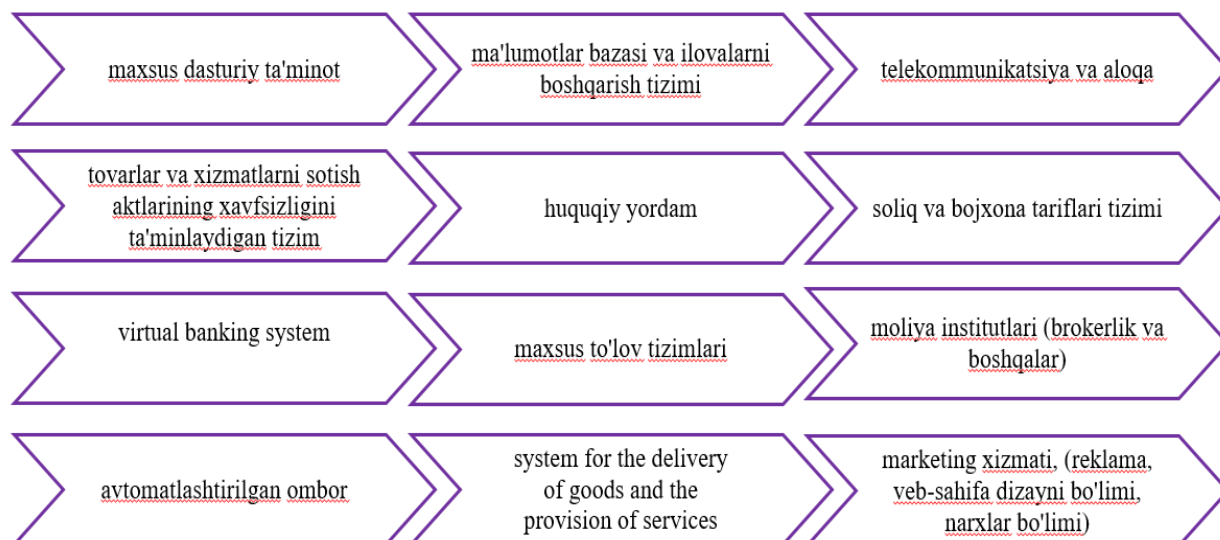
- Internet juda keng assortimentga ega, arzon, tez va omma uchun qulay;
- Internet elektron ma'lumotlardan analog va raqamli elektron ma'lumotlar ko'rinishida oson va qisqacha yuborilishi va olinishi uchun xabarlar, ma'lumotlarni yetkazib berish vositasi sifatida foydalanadi. An'anaviy savdo, asosan, tovarlar yoki xizmatlarni sotadigan kompaniyalarning pul ko'rinishidagi daromad olish uchun harakatlaridir, bu, o'z navbatida, daromadlar farqidan bozor narxlari va operatsion xarajatlarni olib tashlagan holda sof daromad keltiradi.

Elektron tijorat rivojlanishiga ta'sir qiluvchi tashqi omillarning quyidagi ro'yxatini tuzdilar:

- standartlashtirilgan protseduralar va takomillashtirilgan test rejimlari;
- elektron tijorat va bozor ma'lumotlari sohasidagi raqobatchilarni o'rganish;
- Davlat yordami;
- Tranzaksiya va to'lov xarajatlarini optimal boshqarish;
- iste'molchi ishonchini ta'minlash uchun ta'minot zanjiri jarayonining mavjudligi va kuzatilishi;
- yetkazib beruvchilar ma'lumotlar bazasining mavjudligi.

T.Zatonanskaya, O.Dluxopolskiy, I.Chirak va N.Kotis (2019-yil) o'z tadqiqotlarida tarqatish jarayoni kechroq boshlanganligi sababli rivojlanmagan mamlakatlarda keyin yuqori daromadli mamlakatlarda bo'lgani kabi, internet texnologiyalari va keng polosali Internetga kirish tezligining tarqalish tezligi ancha yuqori ekanligi haqidagi xulosaga kelishdi. Internetning cho'qqisi o'tdi va texnologiyaning tarqalishi sekinlashdi, "to'yinganlik nuqtasi" ga yaqinlashdi. Simulyatsiya natijalarini hisobga olgan holda ular Internet-texnologiyalarning tarqalishi, shubhasiz, elektron tijorat rivojlanishiga hissa qo'shishini ta'kidlaydilar. Mamlakatda yagona hududiy hamjamiyatlarni yaratish bilan bog'liq markazsizlashtirish jarayonlari Internetga keng polosali ulanishning tarqalishini tezlashtiradi va bu jarayon aloqa operatorlari va hukumatning turli darajadagi organlarining birgalikdagi sa'y-harakatlarini talab qiladi.

5-rasmda Yuqoridagi bayonotlarga asoslanib, biz elektron tijorat tizimini rivojlantirishga hissa qo'shadigan infratuzilmaning asosiy tarkibiy qismlarini sanab o'tishimiz mumkin.



5-rasm. Elektron tijorat infratuzilmasi elementlari .

6-rasmda ko'rsatilgan komponentlar o'ziga xos xususiyatga ega va har bir elementni yaratish uchun alohida yondashuv va imkoniyatlar kerak.

Ushbu elementning afzalliklari shundaki, xaridor veb-server, gipermatnli havolalar va ko'plab multimediya imkoniyatlari orqali uning joylashgan joyidan qat'i nazar o'zini qiziqtirgan mahsulot yoki xizmat haqida to'liq ishonchli ma'lumot oladi. Agar mahsulot talab qilinadigan iste'mol xususiyatlari bo'yicha birlashsa, xaridor u yerda qaror qabul qilishi va joylashgan joyidan qat'i nazar buyurtma berishi mumkin. Elektron do'konni amalga oshirish uchun turli xil alternativalar mavjud. Ba'zi elektron do'konlar faqat Internet tranzaksiyalari va yetkazib berishlar yordamida buyurtmalarni qabul qilishi mumkin, masalan: tovarlarni tanlash, to'g'ridan-to'g'ri buyurtma berish, ba'zilarida esa darhol to'lash mumkin. Biroq, bu holda tovarlarni to'g'ridan-to'g'ri etkazib berish an'anaviy usul bilan amalga oshiriladi (tovarlar avtomobillar, kompyuterlar, maishiy texnika va boshqalar). Boshqa hollarda, tarmoqdan foydalanish Internetdan foydalanish orqali yetkazib berish imkoniyatini ta'minlaydi.

Yongqing Y., Yeming G., Lesli P., Tomas Ch. Fikriga ko'ra, elektron tijorat platformasining kengaytirilgan ko'p kanalli rejimidan foydalangan holda elektron tijoratdagi ilg'or texnologik imkoniyatlarning ta'sirini ko'rsatdik, bu esa iste'molchilarga elektron tijoratni rivojlantirishning har bir bosqichida xaridlarni muammosiz va samarali amalga oshirish imkonini beradi, shu bilan sotuvchining vaqti va xarajatlarini tejaydi. Bundan tashqari, yanada oqilona xarid, yaxshi narx va yuqori texnologiyali xarid qilish tajribasi ham iste'molchilarga katta kafolat beradi va ular elektron resursga ishonishlari mumkin .

Elektron tijorat tizimi dasturiy ta'minoti. Bu imkoniyatlarga quyidagilar kiradi: modullar yoki dasturlash bazalari (Java, HTML, XML va boshqalar); ma'lumotlarni joylashtirish va chiqarish uchun shablonlar; ko'p tilli matnni qo'llab-quvvatlash; dizayn va veb-sahifalarni yaratish usullari; maxsus dasturiy ta'minot va boshqalar.

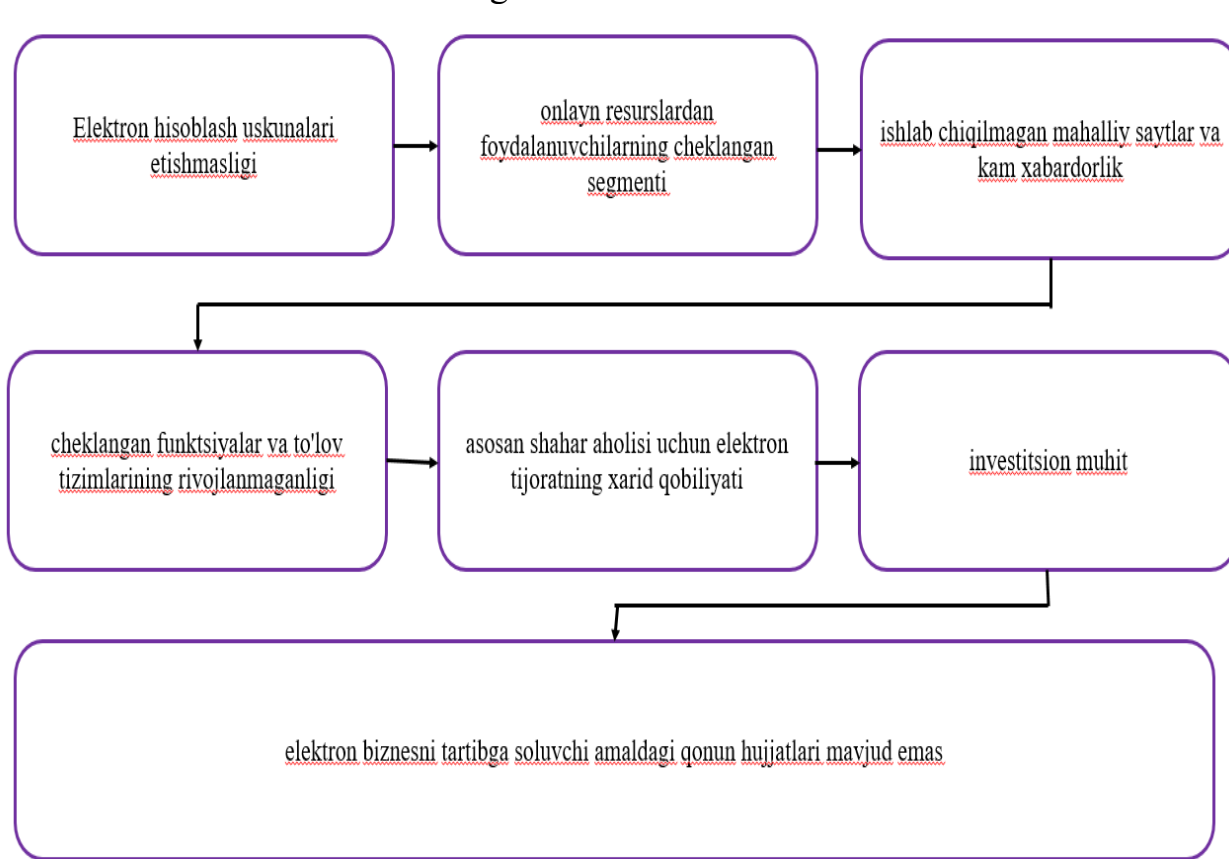
Elektron do‘konni boshqarish jarayonining dasturiy ta‘minot to‘plami yoki savdo sohasidagi biron bir qism — bu onlayn rejimda ishlaydigan savdo tizimini shakllantirish va qo‘llab-quvvatlash imkonini beruvchi dasturiy ta‘minotdir.

Veb-kontentni boshqarish va nazorat qilish xizmati dinamik axborot veb-saytlarini ishlab chiqish va qo‘llab-quvvatlashni ta‘minlaydigan dasturiy ta‘minotdir. Shuningdek, u savdo aktlarining xavfsizligini ta‘minlaydi.

Elektron tijoratdan samarali foydalanishning muhim sharti bu arzon, xavfsiz to‘lov vositalarining mavjudligidir.

Huquqiy yordam. Elektron tijorat va savdoni tashkil etish, birinchidan, an‘anaviy huquqiy norma va qoidalardan foydalanishga asoslanishi, ikkinchidan, yangi ixtisoslashtirilgan yuridik institutlar va tartiblarni ishlab chiqishni ta‘minlashi kerak. Bundan tashqari, qonunchilikni unifikatsiya qilish, shuningdek, turli mamlakatlarda qo‘llaniladigan qoidalar va tartiblarni soddalashtirish dolzarbdir. Bu nafaqat bir mamlakat doirasida, balki jahon miqyosida biznes va tegishli davlat tuzilmalari o‘rtasida yaqin hamkorlikni nazarda tutadi

Elektron tijorat bozori infratuzilmasini tashkil etuvchi omillarni aniqlash natijasida uning rivojlanishiga to‘sqinlik qilayotgan omillarga to‘xtalib o‘tmoqchimiz. Ushbu omillar 12-rasmda ko‘rsatilgan:



6-rasm. Elektron tijorat rivojlanishiga to‘sqinlik qiluvchi omillar

Elektron tijorat infratuzilmasini shakllantiruvchi omillarni aniqlash elektron tijoratni rivojlantirishning asosiy usullarini belgilashga ta'sir qiladi. Shuningdek, kelgusida ushbu sohaning kuchli tomonlarini aniqlash va ularni bosqichma-bosqich rivojlantirish mumkin bo‘ladi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Yuqorida keltirilgan ma'lumotlarga asoslanib elektron tijorat infratuzilmasini rivojlantirish raqamli iqtisodiyotda infrastrukturalari va mexanizimi orqali amalga oshirish usuli eng dolzarb va kerakli deb, deb hisoblaymiz, ayniqsa, u bevosita ta'sir qilish imkonini beradi va katta maydonda potensial mijozlar bilan vositachilarsiz kanal yaratadi. Elektron tijorat infratuzilmasini rivojlantirish zarurati sotish usuli va iste'molchilar ehtiyojlarini maksimal darajada qondirish uchun mutlaqo yangi formatni talab qiladi. Shunday qilib, bunday natijaga erishish uchun elektron tijorat infratuzilmasini yaratuvchi bir qator omillarni aniqlash kerak:

➤ Tovar va xizmatlarni sotish sohasidagi barcha kompaniyalarni shaxsiy veb-server yaratish va barcha iste'molchilar uchun qulaylik yaratishga jalb qilish;

➤ Dasturiy ta'minot va tovarlarni sotadigan yoki xizmatlar ko'rsatadigan barcha kompaniya vakillari bo'ladigan maxsus dasturiy ta'minotni yaratish. Iste'molchi sotib olgan mahsulot yoki xizmatni tanlashi, tanishishi va oldindan ko'rishi mumkin bo'lgan, u chegirmalar, maxsus takliflar yoki kuponlar sotib olishi mumkin bo'lgan va barcha to'lov kanallari mavjud bo'lgan dasturiy ta'minot tizimlarini ishlab chiqish, shuningdek, sotilgandan keyin baholanadi.

Iste'molchining ham, sotuvchi yoki xizmat ko'rsatuvchi tomonning ham huquqlarini huquqiy himoya qilish zarur. Ayni paytda, avvalroq aytganimizdek, elektron tijorat sohasidagi qonunchilik bamlarni to'ldirish va takomillashtirishni talab qilmoqda. Buning uchun alohida sohalarning qonun loyihalari taklif etiladi, chunki butun bozor bitta Qonunga murojaat qila olmaydi. Chunki har bir sohaning o'ziga xos xususiyatlari bor va iste'molchilar huquqlarini tartibga solish vositalari ham o'ziga xosdir.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. G'ulomov S.S. va boshqalar. "Iqtisodiy informatika". -T. "O'zbekiston", 1999.-528 b.

2. U.Q.Yakubov, M.I.Azizova, M.Yu.Jumaniyozova "Elektron tijorat" fanidan O'quv-uslubiy majmua. TMI, 2019 305 bet

3. German M.V., Yuldashev Sh.Q., Usmanova D.Q., Xalikova L.N. Elektron tijorat asosalari. O'quv qo'llanma. Samarqand: SamDU nashri, 2021.

4. Ismoilova G., Mirhaja D. and Nabieva F. (2021, November). The role of information processing in digital marketing. The 2021 International Conference on Informatics and Communication Technology (ICISCT) will take place (pp. 1-4). IEEE.

5. Ismoilova G., Makhkamov B. and Makhmudov J. (2022, September). Business in the development of e-commerce. In 2022 International Conference on Information Science and Communication Technology (ICISCT) (pp. 1-7). IEEE.

6. Сидорова О.В. Принципы функционирования и развития электронной экономики / О.В. Сидорова // Российское предпринимательство. – 2011. – Том 12. – № 9. – С. 12-16.

7. Tetiana Zatonatska, Oleksandr Dluhopolskyi, Iryna Chyrak and Nataliya Kotys. The internet and e-commerce diffusion in European countries (modeling at the example of Austria, Poland and Ukraine). *Innovative Marketing* , 15(1). (2019)
8. Kaluzhskiy M.L. Elektronnaya kommertsiya: marketingovyye seti i
9. Infrastruktura rynka [E-commerce: marketing network and market infrastructure]. Moscow: Ekonomika. P. 63, (2014)
10. Alyoubi A. A. (2015). E-commerce in Developing Countries and how to Develop them during the Introduction of Modern Systems. *Procedia Computer Science*, 65, 479-483. doi:10.1016/j.procs.2015.09.127