

O‘ZBEKISTONDA ELEKTRON TIJORATNING O‘SISHIGA TA’SIR QILUVCHI TO‘SIQLAR

Karimova Shirin Zoxid qizi
TDIU, tadqiqotchi

Annotasiya

O‘zbekiston kabi rivojlanayotgan iqtisodiyotda elektron tijorat sohasining o‘shishi rivojlanayotgan mamlakatdan rivojlangan davlatga o‘tish jarayonida muhim o‘rin tutadi. Ushbu rivojlanish muhim ahamiyatga ega, chunki elektron tijorat mamlakatda iqtisodiy va ijtimoiy rivojlanishni kuchaytiradi va umumiy tijorat samaradorligini oshirishga olib keladi. Elektron tijorat korxonalarning operatsion xarajatlarini yanada pasaytirishi va xalqaro bozorlar bilan ichki integratsiya darajasini oshirishi mumkin. Shunday qilib, mavzu muammosi elektron tijoratda ishtirok etishga urinishda O‘zbekiston duch keladigan ba’zi muammolarni aniqlashdan iborat. Tadqiqot O‘zbekistonda elektron tijoratni barqaror rivojlantirish uchun mumkin bo‘lgan imtiyozlarni batafsil ko‘rib chiqadi.

Kalit so‘zlar: elektron tijorat, O‘zbekiston, to‘siqlar, yo‘naltirgichlar, rivojlanayotgan mamlakatlar

Аннотация

В развивающейся экономике, такой как Узбекистан, рост сектора электронной коммерции играет важную роль в переходе от развивающейся страны к развитой стране. Это развитие важно, поскольку электронная коммерция способствует экономическому и социальному развитию страны и ведет к повышению общей коммерческой эффективности. Электронная коммерция может еще больше снизить операционные расходы предприятий и повысить уровень внутренней интеграции с международными рынками.

Ключевые слова: электронная коммерция, Узбекистан, барьеры, маршрутизаторы, развивающиеся страны

Abstract

In a developing economy like Uzbekistan, the growth of the e-commerce sector plays an important role in the transition from a developing country to a developed country. This development is important because e-commerce contributes to the economic and social development of a country and leads to improved overall business performance. E-commerce can further reduce enterprises' operating costs and increase internal integration with international markets.

Keywords: e-commerce, Uzbekistan, barriers, routers, developing countries

KIRISH

Internet o‘shishining butun dunyo bo‘ylab ta’siri O‘zbekistonda tijoratni raqamlashtirishning ahamiyati va salohiyatini ko‘proq anglagan holda namoyon bo‘lmoqda. Airbnb, Alibaba, Amazon, eBay, Facebook va Uber kabi raqamli platformalar xalqaro darajada muvaffaqiyatga erishishga ulgurishgan. (Boboxo‘jaev va boshq., 2020). Shu bilan birga, O‘zbekistonda Internetga kirishdan 120,000 2000-yilda

2018-yilda 18,000,000 ga oshdi. Biroq, bu hali ham umumiy aholining atigi 55,2% ni tashkil qiladi (Jahon banki, 2020). Bu o'sish internetga ulanish va mavjudligi uchun talab asta-sekin ortib borayotganini ko'rsatadi. 2020 yilda O'zbekistonda Internet-trafikning mobil aloqaa teng keladigan ulushi umumiy aholining 44,1 foizini tashkil etdi, ish stolining Internet-trafikdagi ulushi 55,4% va planshet ulushi 0,5% ni tashkil etdi (Kemp, 2020). Ushbu qurilmalar orqali Internet-trafikning taqsimlanishi o'zbeklarning dunyo bilan aloqada bo'lishning bir qancha usullariga ega ekanligini ko'rsatadi. 25.14 milliondan ortiq abonentlarning mobil aloqasi - umumiy aholining 76% qismini tashkil qildi (Kemp, 2020), Internet va keng chiziqli xizmatlarning simsiz aloqa orqali o'sishi kutilmoqda. O'zbekistonda mobil internet elektron tijorat, bank ishi va o'yin-kulgining rivojlanishiga turtki bo'ladi. Shu munosabat bilan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti "Axborot texnologiyalari va kommunikasiyalarini yanada takomillashtirish" to'g'risida № PQ-5349 sonli Qarorni qabul qildi va bu Internet tezligini va xizmatning arzonligini oshirishni o'z ichiga oladi. O'zbekiston Respublikasi axborot texnologiyalari va kommunikasiyalarini rivojlantirish Vazirligi (ATKRV) tomonidan yirik loyiha ishga tushirilgan bo'lib, unga ko'ra 2018 yilda internet tezligi 64,2 Mbit / S.dan 1200 Mbit / S. gacha bo'lib, ushbu ko'rsatkich 2020 yilgacha bir xil bo'lib qoldi ATKRV, 2020).

O'zbekistondagi Internet holatini yaxshiroq tushunish uchun ba'zi Internet o'lchovlarini Markaziy Osiyoning boshqa davlatlari bilan baholash ahamiyatlidir. Jahon banki (2020) himoyalangan Internet tranzaksiyalari uchun mas'ul bo'lgan Internet va xavfsiz Internet-serverlardan foydalanadigan jismoniy shaxslarga nisbatan bunday o'lchovlarni taqdim etadi. Tadqiqotchi O'zbekiston, Qozog'iston, Ozarbayjon va Rossiya Federatsiyasi o'rtasidagi Internet o'lchovlarini taqqoslashga qaror qildi. Ushbu mamlakatlar geografik joylashuvi va sovet Ittifoqi tarkibiga kirishning umumiy tarixi tufayli tanlangan.

Jahon banki (2020) ma'lumotlariga ko'ra, O'zbekiston internetdan foydalanish va xavfsiz Internet-serverlar bo'yicha ushbu yaqin mamlakatlar ichidan ortda qolmoqda. Biroq 2012 va 2015- yillar davomida O'zbekistonda internetdan foydalanish 20,18 foizga o'sdi, bu Qozog'iston (8%), Ozarbayjon (3%) va Rossiya Federatsiyasida (11%) kuzatilganidan tezroq o'sish demakdir. O'zbekistonda xavfsiz Internet-serverlarning o'sishi sezilarli bo'ldi (har million kishiga 6 dan 279 kishigacha). Shunga qaramay, Qozog'iston, Ozarbayjon va Rossiya Federatsiyasiga raqamlar hali ham nisbatan pastroq. Batafsil ma'lumotlar 1-jadvalda keltirilgan.

1- jadval.

Internetdan foydalanish va xavfsiz internet-serverlar bo'yicha taxlil ko'rsatkichlar

O'lchovlar	O'zbekiston		Qozog'iston		Ozarbayjon		Rossiya Federatsiyasi	
	2015	2018	2018	2018	2015	2018	2015	2018
Internet tarmog'idan foydalanuvchi shaxslar (% aholi)	43	55	71	79	77	80	70	81
Xavfsiz Internet serverlar (1 million kishi boshiga)	6	279	48	1374	33	329	321	5191
Jami aholi (million)	31.29	32.95	17.54	18.27	9.64	9.93	144.09	144.47

O'zbekistonda o'tgan yillar davomida internetning yaxshilanishini inobatga olgan holda, aholi va hukumat onlayn imkoniyatlardan foydalanishga tayyor ekanligini ko'rishimiz mumkin. Internet foydalanuvchilari va xavfsiz Internet xizmatlari sonining o'sishiga qaramay, O'zbekiston Qozog'iston, Ozarbayjon va Rossiya Federasiyasidan orqada qolmoqda. Biroq O'zbekiston qo'shnilariga nisbatan asta-sekin yaxshilanmoqda.

O'zbekistonda elektron tijoratning o'sishiga ta'sir qiluvchi to'siqlar va omillarni tushunishning navbatdagi bosqichi global va mahalliy miqyosda duch keladigan muammolar va yordamchilarni o'rganishdan iboratdir.

ADABIYOTLAR SHARHI

Global adabiyot sharhida ilgari aytib o'tilganidek, elektron tijoratni qabul qilishdagi to'siqlar va yo'naltirgichlar har bir mamlakatda farq qilishi mumkin. Almousa (2013), OECD (2013) va Alyubi (2015) rivojlangan va rivojlanayotgan davlatlar uchun mahalliy elektron tijoratning o'sishi uchun turli xil to'siqlar va yo'naltirgichlar mavjudligini ta'kidlashgan. Bunga qo'shimcha ravishda, elektron tijoratni amalga oshirishda turli omillar mavjudligi tufayli to'siqlar va yo'naltirgichlar xuddi shunday rivojlangan mamlakatlar (masalan, Fransiya, Germaniya, Yaponiya) va xuddi shunday rivojlanayotgan mamlakatlar (ya'ni O'zbekiston, Qozog'iston, Ozarbayjon) o'rtasida farq qiladi.

Bu omillar sirasiga siyosat, tarix, madaniyat va geografik joylashuv kiradi, lekin ular bilan chegaralanmagan holda elektron tijorat to'siqlari va yo'naltirgichlari biznes modellari va istiqbollari o'rtasida farq qiladi.

Bundan tashqari, Rebyazina, Smirnova va Daviy (2020) omillar iste'molchi nuqtayi nazaridan farq qilishi mumkin bo'lgan asos va dalillarni taqdim etishdi. Aripov va Xo Kyun (2014) omillarning ahamiyati turli sohalarda farq qilishi mumkinligini ta'kidladilar. Shuning uchun O'zbekistondagi elektron tijorat holatini yaxshiroq va chuqurroq tushunish uchun har bir holatga alohida yondashmoq lozim.

Ilhamova (2019), Mehmonov va Temirxanovalar (2020) O'zbekistonda elektron tijoratni qabul qilishning asosiy muammolari va yordamchilarini tasvirlab berishdi. Biroq topilmalar ikkilamchi ma'lumotlarni tahlil qilish va sintez qilishga asoslangan edi.

Aripov va Xo Kyun (2014) elektron tijoratda ishtirok etish qaroriga ta'sir qiluvchi omillar o'rtasidagi munosabatlarni topish uchun turli sohalardagi O'zbekistondagi KO'B lar orasida so'rovnoma o'tkazish orqali birlamchi tadqiqot loyihasini amalga oshirdilar. Jexun va Normatov (2019) Delphi usuli yordamida O'zbekistonda elektron tijoratni qabul qilish bo'yicha yordamchilarni tadqiq qildilar. Biroq ekspertlar guruhi bitta aniq istiqbolni aks ettirmadi. Bundan tashqari, tadqiqot olib borilganidan beri o'n yil vaqt o'tdi.

METODOLOGIYA

Delphi AKT sohasi bilan bog'liq tadqiqotlarda texnologik bashorat qilish vositasi sifatida keng qo'llanilgan. Jexun va Normatov (2010), Sai va Cheng (2012) kabi

tadqiqotchilar elektron tijorat sanoatining jihatlarini o'rganish uchun Delphi usulidan foydalanishgan.

Delphi usuli chuqurroq tushunish uchun boy ma'lumotlarni to'plashda ishlatiladi va tadqiqotchidan ham, mutaxassislardan ham jismonan uchrashishni talab qilmaydi. Delphi ekspert guruhi quyidagilarga asoslangan:

- mutaxassislarning fikri bo'lgan bilim aralashmasi;
- guruh muhokamasidan jamoaviy fikrga qaraganda aniqroq tasvirni ta'minlaydigan alohida to'plangan fikrlarning o'rtachasi.

- anonimlik va teskari aloqa Delphi usulining asosiy xususiyatlari hisoblanadi. Delphi tadqiqotida tadqiqotchi tadqiqot savollari (so'rovnomaga) ega bo'lishi va qaror qabul qilishi kerak:

- qaysi ekspertlar guruhlarida tadqiqot muammosi haqida eng yaxshi ma'lumot beradi?

- Nechta mutaxassisni kiritish kerak?

- A'zolik mezonlari qanday?

Delphi usuli, odatda, kamida ikki bosqichni o'z ichiga oladi va agar birinchi bosqich ochiq bo'lsa, uchta bosqichni o'z ichiga oladi deb ta'kidlashgan. Mualliflarning ta'kidlashicha, qayta-qayta takrorlashlar ishtirokchilarni charchatib qo'yishi mumkin.

Delphi ekspert guruhi tuzilgandan so'ng, a'zolarga tadqiqotchining agregatlari va roziliklarga erishilgunga qadar guruhga bir qator "bosqichlar" ga qaytaradigan javoblarni berish uchun tadqiqot savollari beriladi.

Delphi usuli muammolarni hal qilish kutilgan natija bo'lgan yoki sababni aniqlash mumkin bo'lmagan holatlarda alohida foyda keltiradi. Delphi yondashuvi axborot tizimlari kabi muayyan vaziyatga ijodiy moslashtirilishi mumkin. Namuna hajmi, uslubiy yo'nalish va bosqichlar soni bo'yicha qarorlar usulga qat'iylik keltirishi mumkin, bu esa tadqiqot muammosini chuqurroq tushunishga yordam beradi. Delphi usulini moslashtirishda haqiqiylikni innovatsiya bilan muvozanatlash muhim ahamiyat kasb etadi. Uslubiy yo'nalishga qarab, uchburchak, ishonchlilik yoki boshqa validatsiya vositalaridan foydalanish mumkin.

TAHLIL VA NATIJALAR

Delphi usuli bo'lajak tadbirkorlar uchun O'zbekiston elektron tijorat bozorida qanday to'siqlar va yo'naltirgichlar mavjudligini aniqlash uchun tanlangan. Delphi usuli, shuningdek, O'zbekistonda elektron tijoratning o'sishini tezlashtirish uchun, birinchi navbatda, qanday omillarni hal qilish kerakligini aniqlashga yordam berdi. Ushbu yondashuvning asosiy sabablari quyidagilardan iborat:

- Ko'rsatilgan savollarga to'g'ri yoki ma'lum javob yo'q. Ilhamova (2019), Mehmonov va Temirxanova (2020), Aripov va Xo Kyun (2019), Jexun va Normatov (2010) O'zbekistonda elektron tijoratni tadqiq qilgan bo'lsalar-da, ular elektron tijorat tadbirkorlari nuqtayi nazaridan to'siq va omillarni o'rganmadilar.

- Tadqiqot bozorda tajribaga ega bo'lganlarning jamoaviy va subyektiv qarorlari va fikrlaridan foyda ko'radi. O'zbekistondagi elektron tijorat tadbirkorlarining

tushunchalari kelajakda bo'lajak tadbirkorlar uchun O'zbekiston bozoridagi muammolar va yordamchilarni chuqurroq tushunishga yordam beradi.

- Delphi tadqiqotlari uchun juda muhim bo'lgan ishtirokchilarning anonimligini sug'urtalash va cheklovlar tufayli muhim bo'lgan elektron aloqalarning mavjudligi va qulayligini nazarda tutadi.

Skulmoski va boshq. (2007) Delphi usuli aspirantura talabalarning ilmiy loyihalarida qanday qo'llanilganligi haqida umumiy ma'lumotni muhokama qildi va asos sifatida foydalanish uchun uchta bosqichli Delphi jarayonini ishlab chiqdi. Ushbu jarayon quyidagi bosqichlarni o'z ichiga oladi:

1. Tadqiqot savolini ishlab chiqish. Ushbu bosqichda nazariy bo'shliq mavjudligini aniqlash uchun adabiyotlarni ko'rib chiqish yoki uchuvchilarni o'rganish o'tkaziladi.

2. Tadqiqotni loyihalashtirish. Tadqiqot savollariga javob berishga yordam beradigan turli usullar ko'rib chiqiladi. Delphi yondashuvi tadqiqotchi guruh qarorlarini qabul qilish sharoitida mutaxassislarning fikrlarini to'plashni xohlaganida tanlanadi. Yondashuv sifatli va miqdoriy tadqiqotlar uchun qo'llanilishi mumkin.

3. Tadqiqot namunasi. Ushbu bosqichda ishtirokchilarni tanlash uchun talab mezonlari ishlab chiqiladi va namuna hajmi aniqlanadi. Mutaxassislarning maqsadli namunasi umumiy aholining vakili emas, balki tadqiqot savollariga javob berish qobiliyatiga asoslangan holda talab qilinadi. Aspirant talabalarga namuna hajmini ilmiy rahbar bilan muhokama qilish tavsiya etiladi.

4. Delphi 1-bosqichni ishlab chiqish. Delphi texnikasining asosiy yo'nalishi so'rovnoma ishtirokchilari savolni umidsizlik bilan tushunishlari uchun dastlabki keng savolni berishdir. Skulmoski ba'zan aqliy hujum Delphi birinchi bosqichining maqsadi ekanligini ta'kidladilar.

5. Delphi tajribaviy o'rganish. Delphi so'rovnomasini sinash va tartibga keltirishning maqsadi tushunishni yaxshilash va har qanday prosessual muammolarni hal qilishdir.

6. 1-bosqichni chiqarish va tahlil qilish. So'rov ishtirokchilarga tarqatiladi va natijalar tadqiqotchiga keyingi tahlil qilish uchun qaytariladi. Haqiqat xaritalari tekshirilayotgan asosiy konstruksiyalarning grafik tasvirlari uchun ishlatilishi mumkin, chunki ular haqiqatni ishtirokchi nuqtayi nazaridan aks ettiradi.

7. Delphi 2-bosqichini ishlab chiqish. 1- bosqich javoblari 2- bosqich so'rovini ishlab chiqish uchun zamin vazifasini bajaradi. Agar 1- bosqich maqsadi ro'yxat yaratish bo'lsa, unda bu ro'yxatni qisqartirish odatiy holdir

8. 2- bosqichni chiqarish va tahlil qilish. 2- bosqich davomida ishtirokchilar javoblar haqiqatan ham ularning fikrlarini aks ettiradimi yoki yo'qligini tekshirish imkoniyatini hisobga olgan holda so'rov ishtirokchilarga tarqatiladi va natijalar tadqiqotchiga keyinchalik tahlil qilish uchun qaytariladi. Shuningdek, ishtirokchilarga 1-bosqich javoblarini o'zgartirish yoki kengaytirish imkoniyati beriladi, chunki boshqa tadqiqot ishtirokchilarining javoblari ular bilan bo'lishiladi. Bu Delphi tadqiqotining ishonchliligi uchun hal qiluvchi qism bo'lgan doimiy tekshirishni ta'minlaydi.

9. Delphi 3-bosqichini ishlab chiqish. 2- bosqich javoblari natijalarni tekshirish uchun qo'shimcha savollar bilan 3-bosqichni rivojlantirish uchun asos bo'lib xizmat qiladi.

10. 3- bosqichni chiqarish va tahlil qilish. Yakuniy bosqich 1- bosqich va 2- bosqichda ishlatilgan shunga o'xshash jarayon asosida o'tkaziladi. Nazariy to'yinganlikka erishilganda, yetarli ma'lumot almashilgan yoki rozilikka erishilganda davra to'xtaydi.

11. Natijalarni hujjatlashtirish.

Ushbu doira ushbu tadqiqot uchun ishlatilgan, chunki u Skulmoski va boshqalar tomonidan Delphi jarayoni bo'yicha har tomonlama ko'rib chiqilgan tadqiqotlarni o'zida umumlashtiradi.

Namuna olish texnikasi va namuna hajmini aniqlash

Namuna hajmini aniqlash tadqiqot muammosini tushunishda hal qiluvchi rol o'ynaydi. Mutaxassislarni tanlash har bir vaziyatga xos bo'lishiga qaramay, Delphi usulini o'rganishda tegishli chuqur har tomonlama bilimga ega mutaxassislarni tanlash va 5-20 kishilik hovuzga ega bo'lish kabi umumiy tamoyillar mavjud (Grim va Rayt, 2016). Buni hisobga olgan holda namuna olish uchun yondashuv quyidagicha edi:

1. Ishtirokchi 18 yosh va undan katta.

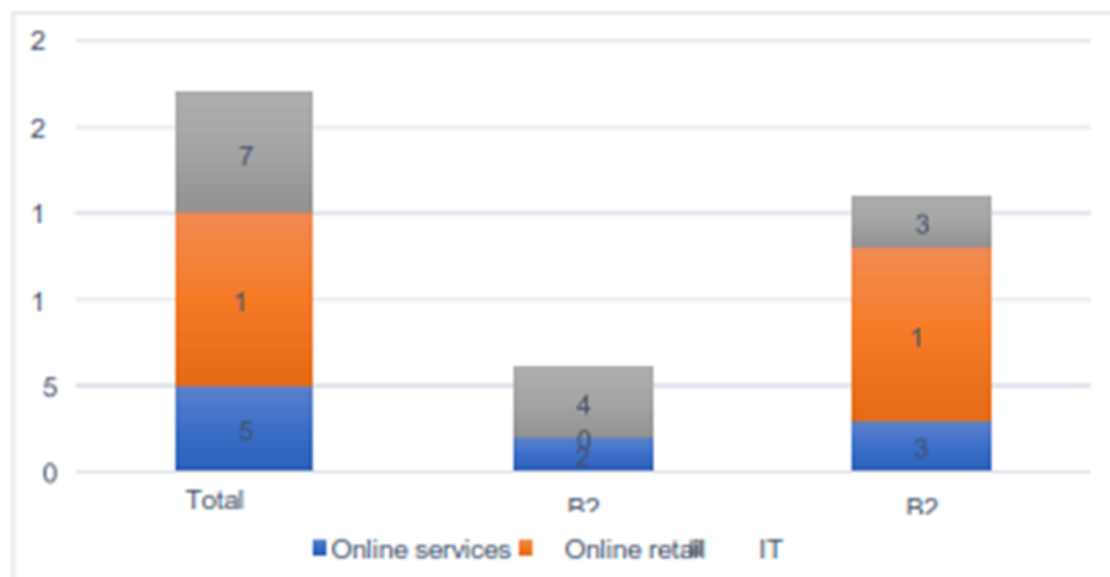
2. Elektron tijorat biznesiga ega bo'lgan ishtirokchi bir vaqtning o'zida biror bir biznesni boshqaradi yoki ishlaydi, yoki uni O'zbekistonda ishga tushirmoqchi bo'lgan, ammo muvaffaqiyatsizlikka uchragan.

3. Ishtirokchi O'zbekiston hududida elektron tijorat kompaniyasini boshqarish yoki ishlatish bo'yicha uch yildan ortiq tajribaga ega bo'lishi kerak.

Mutaxassislarni jalb qilish onlayn tarzda sodir bo'ldi. Ishga qabul qilish jarayoni tadqiqotchi tomonidan amalga oshirildi. Tadqiqotchi potensial ishtirokchilarni ijtimoiy media kanallari orqali tekshirdi va nomzodning ilgari aytib o'tilgan mezonlarga muvofiq ishtirok etishga muvofiqligini aniqladi. Tadqiqotda ishtirok etish uchun 50 dan ortiq shaxslar taklif qilindi. Natijada, 22 kishi ushbu tadqiqotda ishtirok etishga rozi bo'ldi.

So'rovnomada qatnashganlar qatori B2B yoki I2B biznes modeli bilan elektron tijorat biznesida ishtirok etgan shaxslarni namoyish etdi. Ushbu korxonalar onlayn chakana savdo (10), onlayn xizmatlar (5) va AT yechimlari (7) faoliyati bilan shug'ullanishadi. Ishtirokchilarning taqsimlanishi biznes turi va biznes modeli bo'yicha 1-rasmda ko'rsatilgan. Tadqiqot ishtirokchilari kunlik ish majburiyatlarining bir qismi sifatida qaror qabul qilish jarayonlari bilan shug'ullanishdi. Jami 13 ishtirokchi (59%) elektron tijorat bo'yicha kamida 3 yillik tajribaga ega bo'lib, ikkita ishtirokchi (9%) 4 yildan ortiq tajribaga ega edi, to'rt ishtirokchi (18%) 5 yildan ortiq tajribaga ega edi, ikkita ishtirokchi (9%) 6 yildan ortiq, bitta ishtirokchi esa (5%) 7 yildan ko'proq (2-rasm) tajribaga ega edi. Ularning lavozim nomlari taqsimoti 2-jadvalda keltirilgan.

1- rasm.

Ishtirokchilarni biznes turi va biznes modeli bo'yicha taqsimlash.

2-jadval.

Delphi bosqichlarini loyihalashtirish

Lavozim nomi	Soni
Bosh Ijrochi Direktor	9
Bosh marketing Direktor	2
Bosh Operatsion Direktor	3
Mintaqaviy savdo direktori	1
Hisob Menejeri/Hisobchi	1
Boshqaruvchi Direktor	1
Mijozlarni qo'llab-quvvatlash menejeri	1
Bo'lim boshlig'i	1
Mintaqaviy Biznesni Rivojlantirish Direktori	1
Bosh Menejer	1
Raqamli Strategiya Menejeri	1
Umumiy Soni	22

Skulmoski tadqiqoti doirasida tadqiqot quyida tavsiflanganidek tuzilgan va o'tkazilgan.

1. Tadqiqotchi dastlabki adabiyotlarni o'rganib chiqdi va tadbirkor nuqtayi nazaridan O'zbekistonda mavjud elektron tijorat rivojlanishini aniqladi.

2. Adabiyotlarni o'rganish tadqiqotchiga Delphi tadqiqot loyihasini tanlashga yordam berdi.

3. Namuna hajmi va turlar sonini aniqlash uchun tadqiqotchi ushbu masalani tezis qo'mitasi raisi bilan muhokama qildi. Tezis qo'mitasi raisining adabiyotlarini ko'rib chiqish va takliflarini inobatga olgan holda tadqiqotchi 20-dan 25-ga uch bosqichli so'rov o'tkazishga qaror qildi.

4. 1-bosqich O'zbekistonda qanday to'siqlar va yo'naltirgichlar borligini o'ylab ko'rish uchun mo'ljallangan edi.

Shuning uchun tadqiqotchi aqliy hujum jarayonida ishtirokchilarni jalb qilishga qaratilgan ochiq so'rovnoma ega bo'lishga qaror qildi.

5. Dastlabki 1-bosqich so'rovnoma bir nechta ishtirokchilariga ular nimalarni sinab ko'rish va savollarni tushunish oson yoki yo'qligini aniqlash maqsadida tarqatildi.

6. Qualtrics so'rovnomasiga 1-bosqich havolasi ishtirokchilarga o'zlarining afzal ko'rgan aloqa kanallari orqali tarqatildi. Natijalar qaytarilgandan so'ng tadqiqotchi ishtirokchilar tomonidan taqdim etilgan misollardan toifalar ro'yxatini tarjima qilishi va umumlashtirishi kerak edi.

7. 1-bosqichdan hosil ro'yxati javoblar, 2-bosqichni rivojlantirish uchun asos sifatida ishlatilgan. 2-bosqich maqsadi 1-bosqichda aniqlangan to'siqlar va yo'naltirgichlar ro'yxatini qisqartirish edi. Shuning uchun ishtirokchilardan 2-bosqichda taqdim etilgan ro'yxatdan eng yaxshi beshta to'siq va yo'naltirgichlarni tanlashlari talab qilindi.

8. Qualtrics so'rovnomasiga 1-bosqich havolasi ishtirokchilarga o'zlarining afzal ko'rgan aloqa kanallari orqali tarqatildi. Ishtirokchilarga javoblar haqiqatan ham o'z fikrlarini aks ettirganligini tekshirish imkoniyati berildi. Qaytarilgan natijalar tadqiqotchi tomonidan o'rganildi.

9. 3-bosqich so'rovnoma 2-bosqichda eng ko'p tanlangan toifalardan iborat edi. Lekin ishtirokchilardan taqdim etilgan toifalarni o'sish tartibida tartiblash orqali tartiblash so'ralgan.

10. 3-bosqich havolasi ishtirokchilarga e'lon qilindi. So'rovnoma barcha ishtirokchilar o'z yozuvlarini topshirgandan so'ng yopildi.

Ushbu tadqiqot o'rganish uchun asosiy ma'lumotlar manbai bo'lgan tadqiqot o'tkazishga qaratilgan. Ushbu tadqiqot sifatli tadqiqot bo'lganligi sababli ma'lumotlar Qualtrics vositasi yordamida internet texnologiyalariga asoslangan so'rov havolalariga asosan to'plangan.

So'rovnoma tuzilishini kerakli usullar bilan tashkil qilish, masalan:

- har bir bo'limni ma'lum bir savolga bag'ishlash;
- matnni bo'lim bo'yicha tarjima qilish;
- beshta variantni tanlash kabi cheklangan savollarga murojaat qilish orqali validatsiyadan foydalanish.
- natijalarni misollar orqali ko'rsatib va qulay tarzda eksport qilish.

So'rov ikki oy davom etdi. Tadqiqotning tadqiqot bosqichi 2023 yil 2 sentyabrda boshlanib, 2023 yil 5 noyabrda yakunlandi. Ushbu xronologiya bosqich loyihasi, kuzatuv aloqasi taqsimoti va bosqich tahlilidan iborat (3-jadval).

1-bosqich so'rovida so'rovnoma ishtirokchilariga tadqiqot loyihasi doirasida yangi g'oyalarni taqdim etishga imkon beradigan ochiq savollar kiritilgan. 2-bosqich va 3-bosqich so'rovnomalari 1-bosqichda ishtirokchilarning javoblaridan hosil bo'lgan bir nechta tanlov savollaridan iborat edi. Shuning uchun 1-bosqichni tahlil qilish boshqa bosqichlarga qaraganda ko'proq vaqt talab qildi, chunki u tarjima, yig'ish va javoblarni tekshirishni o'z ichiga olgan edi.

Ma'lumot yig'ish xronologiyasi

4/9/2023y.- 13/9/2023y.		4/10/2023y-21/10- 2023y.	22/10/2023y- 4/11/2023y.
		2-bosqich	3-bosqich
2/9/2023	13/9/2023y.-	21/10/2023y.-	5/11/2023y.
	2/10/2023y.	22/10/2023y.	
	Tahlil	Tahlil	
	1-bosqich	2-bosqich	

Ishtirokchilarning dastlabki ro'yxatiga 22 tadbirkor kiritilgandi. Barcha ishtirokchilar 1- bosqich tadqiqot havolasini yakunladilar. Biroq 2- bosqich va 3- bosqichda faqat ikki kishi chiqib ketishga qaror qilgani uchun 20 ta javob to'plandi.

Tadqiqot uch bosqichdan iborat edi. Tarqatish jarayonini optimallashtirish va ishtirokchilardan olingan ma'lumotlarni tahlil qilish uchun, tadqiqotchi har bir bosqichda bag'ishlangan uchta alohida tadqiqot havolasini yaratishga qaror qildi. Har bir alohida so'rov havolasi bir xil boshlang'ich sahifaga ega bo'lib, unda tadqiqot ta'rifi va ingliz, rus tillarida rozilik hamda aloqa ma'lumotlaridan tarkib topgan edi. Boshqa sahifalar bosqichning aniq maqsadiga moslashtirildi. Masalan, har bir ishtirokchi 2- bosqichda faqat beshta variantni tanlay olishini ta'minlash uchun Qualtrics custom validation funksiyasi ishga solindi. Maxsus tasdiqlash funksiyasi respondentlarni yetishmayotgan javoblar to'g'risida xabardor qilish uchun ishlatildi. Bundan tashqari, funksiyalar respondentlardan ma'lum bir turdagi javobni so'rash uchun ishlatilishi mumkin, masalan, ko'p tanlangan savolda to'g'ri miqdordagi javob tanlovini tanlash (Qualtrics, 2022). Natijada, respondentlar turda eng yaxshi besh to'siqlarni va yo'naltirgichlarga tanlab 2-bosqich talablariga rioya qilishlari kerak.

Yuqorida aytib o'tilganidek, 1-bosqichda ochiq savollar bor edi, ular keyingi harakatlar uchun javoblarni elektron jadvalga kiritishni talab qiladi. Ushbu harakatlar quyidagilarni o'rganishni o'z ichiga oladi, ya'ni: yozuvlar, qaydlarni tarjima qilish, tegishli omillarning ranglarini kodlash va omillarni toifalar bo'yicha guruhlash. 2 va 3-bosqichlar tahlil qilingan ko'p tanlovli variantlardan iborat bo'ldi va bu Qualtrics ma'lumotlar va tahlil yorlig'idan foydalanib tahlildan o'tkazildi. So'rovlar barcha javoblar topshirilgandan so'ng yopildi.

Yig'ilgan ma'lumotlarni qayta ishlash tartibi.

Barcha uch bosqich uchun ma'lumotlarni yig'ish va uni qayta ishlashning asosiy tartibi quyidagicha edi:

1. Anonim havolani barcha 20 ishtirokchiga bir vaqtning o'zida ularni o'zlari tanlagan ijtimoiy media kanali orqali tarqatish.

2. Ikki kundan so'ng tadqiqotchi qayd taqdim etilganligini ta'minlash uchun keyingi xabarlarini amalga oshirdi. Agar javob berilmagan bo'lsa, tadqiqotchi topshirish qachon kutilishini so'radi.

3. Barcha yozuvlar topshirilgandan so'ng tadqiqotchi bosqichni tahlil qildi va kerak bo'lganda tegishli qaror qabul qildi. 1-bosqichni tahlil qilish - tasniflash va

ma'lumotlarni tozalashni o'z ichiga oladi. 1-bosqich javoblari elektron jadvalga eksport qilindi. Har bir javob rang bilan kodlangan va aniq omillarga ajratildi. Masalan: sekin Internet bir omil, qimmat yetkazib berish boshqa omil bo'lib hisoblangan. Keyinchalik, har bir omil tegishli toifaga ajratildi, masalan: Internet, logistika, madaniyat va boshqalar. Barcha dastlabki omillar saqlanib qoldi va takrorlanadigan omillar esa o'chirildi. Natijada, toifadagi ustunlar va omillar bilan qatorlar bilan elektron jadval ishlab chiqildi. 2-bosqich va 3-bosqich tahlilni o'z ichiga olmaydi, lekin keyingi bobda tasvirlangan qaror qabul qilishni talab qiladi. 2-bosqich va 3-bosqich javoblari hech qanday ma'lumot tayyorlashni talab qilmadi, chunki ular ko'p tanlovli elementlardan iborat.

4. Har bir bosqichdan so'ng tadqiqotchi tasodifiy ishtirokchilar bilan bog'lanish va yig'ilgan ma'lumotlarning o'z fikrlarini aks ettirishini ta'minlash orqali so'rovning ishonchliligini tekshirib chiqdi. Misol uchun, tadqiqotchi 1-bosqichda yaratilgan ro'yxatni ro'yxatni o'qishni va toifalarni misollar bilan tekshirishni so'rab tegishli manzilga yubordi.

Ushbu tadqiqotning boshida mustaqil va bog'liq o'zgaruvchilar mos ravishda "to'siqlar va yo'naltirgichlar" va "elektron tijoratning o'sishi" sifatida ishlatilgan. Delphi tadqiqoti o'tkazish natijasida ishtirokchilar O'zbekistonda elektron tijoratning o'sishiga ta'sir qiluvchi ayrim to'siqlar va omillar mavjud deb hisoblashlari aniqlandi. Bu texnologik, ijtimoiy-siyosiy va huquqiy omillarning o'zgarishi O'zbekistonda elektron tijoratning rivojlanishiga ta'sir qiluvchi sabablar ekanligini anglatadi.

XULOSA VA TAVSIYALAR

Ushbu ish elektron tijorat sohasiga bir necha jihatdan hissa qo'shadi. Birinchidan, bu yangi tadbirkorlar tomonidan muvaffaqiyatli kirishga to'sqinlik qiladigan elektron tijorat ishtirokidagi to'siqlarni va mamlakatda elektron tijoratni qabul qilishga yordam beradigan yo'naltirgichlarni yaxshiroq tushunishni ta'minlaydi. Topilmalar boshqa tadqiqotchilar uchun O'zbekistondagi elektron tijorat sohasini chuqurroq o'rganish uchun platforma sifatida ishlatilishi mumkin. Ushbu tadqiqot rivojlanayotgan mamlakatlarda, xususan, Markaziy Osiyoda elektron tijoratni qabul qilishning maqsadga muvofiqligini o'rganish uchun ham qo'llanilishi mumkin. Ikkinchidan, ushbu tadqiqot hozirgi va kelajakdagi biznes egalariga O'zbekistondagi elektron tijorat sohasidagi to'siqlar va yo'naltirgichlar ro'yxatini taqdim etadi. Shu sababli tadbirkorlar elektron tijorat bilan shug'ullanishda yuzaga kelishi mumkin bo'lgan muammolarga yaxshiroq tayyorlanib olish imkoniyatiga egalar. Ushbu tadqiqot ishtirokchilari sifatida foydalanilgan tadbirkorlarning fikrlaridan olingan ro'yxatlar elektron tijorat biznesini boshqarish, nazorat qilish yoki egalik qilishda uch yoki undan ortiq yillik tajribaga ega edilar. Ushbu topilmalar sohaga qo'shilishni istaganlar uchun manfaatli bo'lishi mumkin.

Uchinchidan, O'zbekiston hozirda ko'plab xalqaro elektron tijorat gigantlari hali ham mavjud bo'lmagan rivojlanayotgan mamlakat hisoblanadi. Elektron tijoratning mintaqaviy o'ziga xos xususiyatlarini yaxshiroq tushunish O'zbekistondagi bozor salohiyatini tasavvur qiladigan va deyarli foydalanilmagan bozorning o'sishi uchun ularning imkoniyatlarini ko'radigan xalqaro o'yinchilarni jalb qilish uchun yo'l ochishi

mumkin. O'zbekiston elektron tijorat bozorining ushbu sharhi xalqaro investorlarga elektron tijorat bozoriga kirish haqida fikr yuritishga ko'maklashishi, shubhasiz.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Abraxmanova GI, Gokhberg LM, Demyanenko AV, 2018 yil. Краткий статистический сборник "Цифровая экономика" [Raqamli iqtisodiyot]. Qisqacha statistik ma'lumot To'plam]. Moskva, "Vysshaya shkola ekonomiki" universiteti. 96 b.
2. Avdeev S., Kozlov N., Rutgayzer V., 2012. Оценка рыночной стоимости клиентел нематериального актива компании [Bozor qiymatini baholash]. "Clientella" ko'rinmas aktiviga ega kompaniya uchun]. Moskva, KnoRus nashriyoti. 80 p. Biznes nashriyoti. 1008 b.
3. Bugorskiy VN, 2012. Сетевая экономика [Tarmoqli Iqtisodiyot]. Moskva, Moliya va statistika nashriyoti. 256 b.
4. Kazakova KV, Pushilin DV, 2016. Перспективй развития интернет-торговли.