

ELEKTRON SAVDO KOMPANIYASINI BAHOLASH: MINTAQAVIY XUSUSIYATLAR

A'zamov Muzaffar Ruxolayevich

O'zbekiston elektron tijorat

uyushmasi rahbari

elcom.uzb@gmail.com

Karimova Shirin Zoxid qizi.

Toshkent davlat iqtisodiyot

universiteti tadqiqotchisi.

Gafurova.sladkaya.1996@mail.ru

Annotatsiya. Elektron tijorat bozoridagi operatsiyalarni to'g'ri yakunlash, shuningdek, kompaniyaning keyingi o'sish strategiyasini tanlash uchun elektron tijorat kompaniyalarining bozor qiymatini to'g'ri aniqlash kerak. Bozor qiymatiga kompaniyaning joylashuvi va mintaqaviy mavjudligi kabi omillar ta'sir qiladi. Ushbu maqolaning maqsadi elektron tijorat kompaniyalarining bozor qiymatini aniqlashda mintaqaviy o'ziga xos xususiyatlarni hisobga olish imkoniyatlarini o'rganishdir. Maqolada O'zbekistonning elektron tijorat bozori ko'rsatkichlari va uning rivojlanish tendensiyalari yoritilgan. Maqolada, shuningdek, elektron tijoratda kompaniyani baholashning mavjud yondashuvlari, shuningdek, mavjud risklarni baholash usullari haqida umumiy ma'lumot mavjud.

Kalit so'zlar: elektron tijorat, ochiq-potensial mijoz, kompaniyani baholash, elektron tijorat xatarlari, pul oqimlari prognozi, raqamli kompaniyani baholash

Аннотация. Необходимо правильно определить рыночную стоимость компаний электронной коммерции, чтобы правильно осуществлять операции на рынке электронной коммерции, а также выбрать следующую стратегию роста компании. На рыночную стоимость влияют такие факторы, как местоположение компании и региональное присутствие. Целью данной статьи является исследование возможностей учета региональных особенностей при определении рыночной стоимости компаний электронной коммерции. В статье описаны показатели рынка электронной коммерции Узбекистана и тенденции его развития. Также в статье представлен обзор существующих подходов к оценке компаний в сфере электронной коммерции, а также существующих методов оценки рисков.

Ключевые слова: электронная коммерция, оценка компании-клиента с открытым потенциалом, риски электронной коммерции, прогнозирование денежных потоков, оценка цифровой компании.

Abstract. It is necessary to correctly determine the market value of e-commerce companies in order to correctly complete operations in the e-commerce market, as well as to choose the next growth strategy of the company. Market value is influenced by factors such as the company's location and regional presence. The purpose of this article is to study the possibilities of taking into account regional characteristics in determining the market value of e-commerce companies. The article describes the indicators of Uzbekistan's e-commerce market and its development trends. The article also provides an overview of existing approaches to company valuation in e-commerce, as well as existing risk assessment methods.

Keywords: e-commerce, open-potential customer company valuation, e-commerce risks, cash flow forecasting, digital company valuation

KIRISH

O'zbekiston elektron tijorat bozori uchun quyidagi o'sish omillari aniqlandi: tarmoqlarning "yon ta'siri", turli Internet-savdo komponentlarini to'ldirish va past operatsion xarajatlar. Binobarin, e-tijoratda kompaniyani baholashning asosiy jihatlari mintaqalar bo'yicha aniqlangan va segmentlangan holda baholanayotgan kompaniyalarning umumiy qiymatiga bevosita ta'sir ko'rsatadigan asosiy omillarga aylantirilmoqda. Bunday ta'sir omillariga mintaqadagi potensial mijozlar soni, mintaqadagi chakana savdo aylanmasi tendensiyalarining o'zgarishi va mintqa aholisi soniga qarab elektron tijorat bozoridagi ulush kiradi.

"Elektron tijorat" - bu mashhur atama bo'lib tadbirkorlik faoliyatining turli sohalarida zamonaviy bozorning dinamik rivojlanayotgan segmentlari bo'lgan, moliya, telekommunikatsiya kompaniyalari va IT biznesini to'liq yoki individual ravishda qo'llashdir. Ba'zi korxonalar faqat elektron tijorat bilan shug'ullanadilar, boshqalari esa asosiy ishlab chiqarish hajmining o'sishi davrida elektron tijoratni rivojlantirmoqda. Turli tadqiqotchilarning natijalariga ko'ra, turli darajadagi va o'lchamdagi korxonalarning 65 foizi o'zlarining elektron savdo do'konlariga ega, shu bilan birga ularning yarmidan ko'pi internet pro-so'nggi ikki yil ichida sotish bilan faoliyat yurityapti. Elektron biznesni yuritish nafaqat butun korxona imijiga foyda keltiradi, balki ochiq-potensial mijozlar doirasini kengaytiradi. Elektron tijoratga o'tish raqobatchilarning o'sish sur'ati bilan belgilanadi va xalqaro darajaga chiqayotganda, korxona elektron tijorat bilan shug'ullanishi kerak. Bugungi kunda aksariyat korxonalarning mijozlari ularni "tezroq", "yaxshiroq", "arzonroq" bo'lishlarini talab qiladilar. Mijozlar bazasini, mahsulot assortimentini va xizmat ko'rsatish geografiyasini kengaytirish uchun platforma sifatida internet maydoni optimal variant hisoblanadi. Elektron tijorat juda keng tarmoqli kontsepsiya, lekin tovar va xizmatlarni masofadan telekommunikatsiya tarmoqlari (Internet) orqali sotib olish jarayonidir.

METODOLOGIYA

Prognozlash ilmiy usullar yordamida kelajakni bashorat qilishni anglatadi. Prognozlash jarayoni –bu jarayonning rivojlanishining aniq istiqbollari maxsus ilmiy o'rganish holatidir. Dj.Boks [1] ishiga ko'ra, istiqbollarni bashorat qilish kerak bo'lgan jarayonlar ko'pincha vaqtli qatorlar, ya'ni vaqtning ma'lum nuqtalarida olingan ma'lum miqdorlarning qiymatlari ketma-ketligi bilan tavsiflanadi. Vaqtli qator ikkita zarur elementni o'z ichiga oladi -vaqt tamg'asi va u yoki bu tarzda olingan va belgilangan vaqt markasiga mos keladigan qator ko'rsatkichining qiymati. Har bir vaqtli qator ko'plab omillar ta'sirida stoxastik jarayon tomonidan yaratilgan cheksiz populyatsiyadan namunaviy realizatsiya sifatida ko'rib chiqiladi [1].Yo'llardagi transport oqimining tezligi, shuningdek, elektr energiyasi iste'moli, havo harorati kabi ko'plab jismoniy jarayonlar uzoq xotiraga ega bo'lgan vaqtli qatorga tegishlidir. Ushbu maqolani yozish jarayonida mantiqiy, qiyosiy, iqtisodiy va matematik tahlil usullaridan foydalanilgan.

TAHLIL VA NATIJALAR

Elektron tijorat xavfsizligiga ko'plab tahdidlar mavjud. Ularni kamaytirish uchun mutlaq maxfiylikni kafolatlaydigan mexanizmlar va vositalarni yaratish kerak. Elektron tijoratning asosini axborot texnologiyalari mahsulotlari tashkil qiladi va elektron savdoning eng yaxshi tarzda ishlashi uchun qonun hujjatlariga kiritilgan o'zgartirishlar, xususan, to'lov usullari va usullarini tartibga solish, shuningdek, o'tkazish paytida xaridor ma'lumotlarini himoya qilish va zarur hujjatlar bilan bitimni ro'yxatdan o'tkazish kabi jarayonlarni amalga oshirish lozim. Elektron tijorat ustidan zarur nazorat darajasini ishlab chiqish va yaratish pirovardida firibgar odamlarning bozordan chiqib ketishiga yordam berishi kerak.

O'yinchilar va bu, o'z navbatida, mijozlarga xizmat ko'rsatish sifatining umumiy darajasiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Elektron to'lovlar va xizmat ko'rsatish tizimi ularni yaratuvchisi rivojlanish bosqichida va maxsus normativ-huquqiy hujjatlar bilan ishlash hozirgi vaqtda elektron tijorat kompaniyalarning tubdan yangi bozorlarga kirishiga yordam beradi, shuningdek, ularga mavjud elektron tijorat bilan shug'ullanuvchi kompaniyalarning qiymatini to'g'ri baholash imkoniyatini yaratadi. Yuqoridagilar tanlangan mavzuni belgilaydi va ushbu maqolaning maqsadi kompaniyalar joylashgan hududiy xususiyatlarini hisobga olgan holda elektron tijoratni amalga oshiruvchi kompaniya qiymatini baholash jarayonlarining asosiy tamoyillarini qo'shimcha tartibga solishga jiddiy ehtiyoj borligini o'rganishdir.

Mamlakatimizda elektron tijoratga ta'sir etuvchi ba'zi omillar oldindan elektron tijoratning to'liq salohiyatiga to'sqinlik qiladi, ammo bu qiyinchiliklar elektron tijorat bozorining katta ahamiyatga ega ekanligini inkor etmaydi. O'zbekiston tashqi bozorlar bilan taqqoslaganda, u kelajakdagi rivojlanish uchun katta zaxiralarga ega mamlakatdir. Elektron tijorat tadbirkorning faoliyatini istalgan vaqtda amalga oshirish imkonini beradi, ya'ni vaqt, kunduz va tunni ajratmasdan, shuningdek, ichida

bayramlar va dam olish kunlarisiz. Bunday universal mavjudlik sotishni ko‘paytirishga imkon beradi va shunga ko‘ra foyda ham miqdoriy jihatdan oshishiga xizmat qiladi. Elektron savdo do‘konlari orqali xarid qilish ko‘p hollarda iste‘molchining vaqtini sezilarli darajada tejaydi va muhokamalarga kirish imkonini beradi. Sotuvchi uchun afzalliklar quyidagilardir: inventarni saqlash va u bilan bog‘liq xarajatlarni kamaytirish. Bundan tashqari, sotib olish jarayonini avtomatlashtirish tufayli xodimlarni saqlash xarajatlari kamayadi. Shuningdek, u mijozlarga yanada samarali xizmat ko‘rsatishga yordam beradi va statistik ma‘lumotlarni to‘plash imkonini beradigan reklama strategiyalarini yaratishga yordam beradi. Ko‘p sonli afzalliklarga qaramay, elektron tijoratning kamchiliklari ham mavjud. Aniq kamchiliklarga texnologik cheklovlar kiradi. Ma‘lum bir raqam yoki alohida toifalar odamlar internetdan foydalanmaydi. Ko‘pchilik bilmaydi moliyaviy operatsiyalarni amalga oshirish uchun ushbu tizimga ishonib, ular shaxsni oshkor qilish haqidagi ma‘lumotlardan qo‘rqishadi. Bundan tashqari, elektron savdo do‘kon ham tovarlarning ayrim toifalarida savdo qilish uchun mos emas.

Elektron bozorni rivojlantirish muammolari quyidagilarni o‘z ichiga olishi mumkin:

1) O‘zbekiston elektron tijorat bozori voqeligiga yetarlicha moslashmagan holda g‘oyalarni uzatish.

2) Cheklangan odamlar doirasi. Internetning rivojlanish dinamikasi ijobiy bo‘lib qolmoqda (hududlar bo‘yicha va foydalanuvchi yoshi).

3) Moliyaviy operatsiyalar va uzatiladigan maxfiy ma‘lumotlarning xavfsizligi, shuningdek, ko‘rsatiladigan xizmatlarning ko‘pincha past sifati (cheklangan miqdordagi savdoga xosdir).

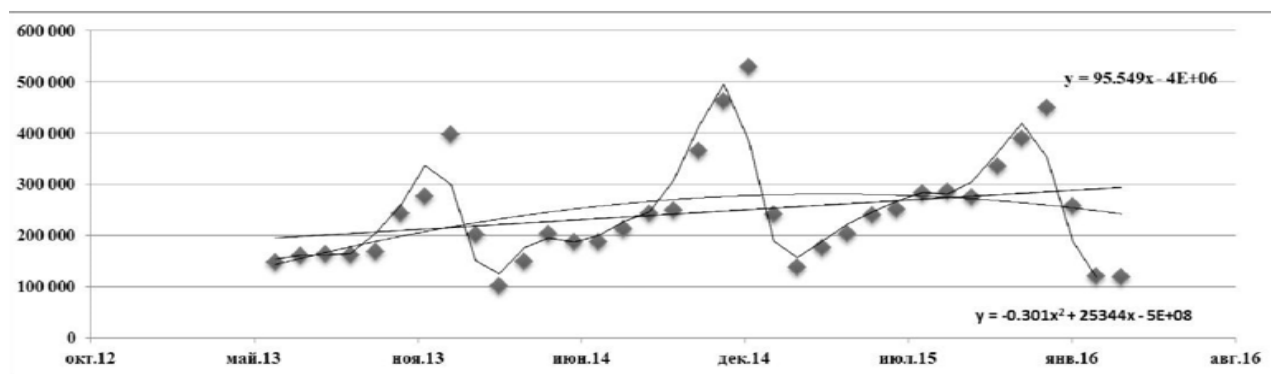
O‘zbekiston elektron tijorat bozori uchun quyidagi asosiy o‘sish omillarini aniqlash mumkin.

1) Elektron ba‘zi avtomatik komponentlarning narxi ular bilan bog‘liq komponentlarni oshiradi, masalan, qulaylik uchun platformalar va ilovalar savdoni amalga oshirish);

2) Tranzaksiya xarajatlarining pastligi.

Elektron tijorat xavfi - bu elektron tijorat orqali tijorat harakatlarining shartlari va natijalarining ma‘lum kombinatsiyasi bilan mavjud imkoniyatini yo‘qotishdir. Tashqi tomonga xavflar orasida viruslar va zararli dasturlar, firibgarlikning turli shakllari va kiberxavfsizlikning buzilishi, spam va huquqlardan noqonuniy foydalanish bilan bog‘liq har qanday tahdidlardir. Mahalliy xavflar, birinchi navbatda, tahdidlar bilan ifodalanadi. Elektron tijorat tizimlarining axborot xavfsizligiga bog‘liq: Bunga ma‘lumotlarni o‘g‘irlash, sabotaj, salbiy moliyaviy natijaga olib keladigan xodimlarning har qanday ehtiyotsiz harakatlar kiradi. Keyingi yillarda 25-35% ga o‘sishi kutilmoqda. Garchi oldingi davr bilan solishtirganda o‘sish ko‘p jihatdan inflyatsiya narxlarining o‘sishi bilan bog‘liqdir. Elektron tijorat hozirgi vaqtda rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlarda savdo hajmini oshirishning asosiy omili

hisoblanadi. Rahbarlarga rivojlangan elektron tijorat bozorlariga ega mamlakatlar tahlilchilar orasida Buyuk Britaniya va AQSh bor. O'zbekiston elektron tijorat bozori ham faol o'sish bosqichida. Elektron savdo korxonalari ma'lumotlariga ko'ra, 2022 yilda O'zbekiston elektron tijorat bozorining hajmi 12123,7 mln so'mni tashkil etdi. Har qanday biznesning qiymatini baholashda iloji boricha haqiqatga yaqin bo'lgan prognozga alohida e'tibor berilishi kerak. Daromadlarni prognozlashning ko'pgina klassik usullari aniqlashga asoslangan ma'lumotlarga o'rtacha savdo o'sish sur'atlarini moliyaviy hisobotlardan foydalanadi. Prognozni tuzish jarayonida ma'lumotlar barcha omillarni hisobga olgan holda qabul qilinadi. Eng ishonchli prognoz uchun bizkompaniya xususiyatlari mintaqaviylarni hisobga olishni taklif qilamiz. Fratelli Casa uchun prognozli daromad qiymatlarini hisoblaylik. Prognoz yaratish uchun amalda daromad olishning quyidagi usullari qo'llaniladi: tashqi va ichki prognozlarga asoslangan kompaniya o'sishi omillari. Ikki usuldan daromadni prognozlash dinamizm tufayli birinchisiga asoslangan va bozorning tez o'zgaruvchanligi to'liq qabul qilinadigan yondashuv bo'lib tuyulmaydi. Bizning fikrimizcha, o'sish omillariga asoslangan prognozlash usuli yanada dolzarbdir. Kelgusi davrlardagi daromadlarni keyingi baholash uchun biz quyidagi uchta omildan foydalanamiz: davomat; xaridorlarning foizi tashrif buyuruvchilarning umumiy soni; o'rtacha buyurtma hajmi (bir foydalanuvchi uchun daromad miqdori). Tanlangan omillarga asoslanib daromad olish uchun, biz prognoz tuzamiz. Birinchi biz online do'konga tashriflar sonini tahmin qilamiz.



1-rasm. 06.01.2014 dan 05.01.2018 gacha "Fratelli Casa" onlayn-do'konining foydalanuvchilari sonidagi o'zgarishlar grafiklari, chiziqli va polinomli tendentsiya¹

Keyin, olingan ma'lumotlarga asoslanib, biz mavsumiylik koeffitsiyentlariga moslashtirilgan 4 yil (2019–2022) uchun prognozni tuzamiz. (masalan, 1-rasmda

¹ Muallif tomonidan tizimdagi "Fratelli Casa" veb-saytiga trafik bo'yicha hisobotlar asosida tuzilgan Google.Analytics [URL: <https://analytics.google.com/analytics/web>]

o'sish cho'qqilari vizual tarzda ko'rinadi, bu tashrif buyuruvchilar orasida qiziqishning ortishidan dalolat beradi).

Elektron kompaniyalarni baholash xususiyatlari mintaqaviy kontekstdagi . baholanayotgan kompaniyalarning umumiy qiymatiga bevosita ta'sir ko'rsatadigan asosiy omillarni hisobga olgan holda savdoga tushadi.

XULOSA VA TAVSIYALAR

1) Mintaqa miqyosidagi maqsadli xaridorlar soni aholi soning o'zgarishlar dinamikasi va eng mos deb topilgan yosh demografisi bo'yicha internet orqali xaridlarni amalga oshirganlarni nazarda tutish va ularni aniqlash tavsiya etiladi.

2) Chakana tovar aylanmasining o'zgarishlar dinamikasini istiqbolini aniqlashda axoli daromadlarining o'zgarishi, chakana savdo aylanmasi xajmi va tovar aylanmasining oshishi orqali aniqlash tavsiya etiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Abraxmanova GI, Gokhberg LM, Demyanenko AV, 2018 yil.
2. Kratkiy statisticheskiy sbornik "Tsifrovaya ekonomika» [Raqamli iqtisodiyot. Qisqacha statistik ma'lumot To'plam]. Moskva, Milliy issledovatel'skiy "Vysshaya shkola ekonomiki" universiteti. 96 b.
3. Avdeev S., Kozlov N., Rutgayzer V., 2012. Otsenka rynochnoy stoimosti klientel'ny nematerial'nogo aktiv'a kompanii [Bozor qiymatini baholash
4. "Clientella" ko'rinmas aktiviga ega kompaniya uchun]. Moskva, KnoRus nashriyoti. 80 p. Biznes nashriyoti. 1008 b.
5. Bugorskiy VN, 2012. Setevaya ekonomika [Tarmoqli Iqtisodiyot]. Moskva, Moliya va statistika nashriyoti. 256 b.
6. Kazakova KV, Pushilin DV, 2016. Perspektivy razvitiya internet-torgovli [Onlayn uchun rivojlanish istiqbollari