

YIRIK E-SAVDOLARNING RIVOJLANISHI VA KENG IMKONIYATLARI

Yuldasheva Irodaxon Abdug'affor qizi

Muhammad al-Xorazmiy nomidagi Toshkent axborot
texnologiyalari universiteti magistranti

Annotatsiya: Hozirgi kunda elektron savdo (e-savdo) yoki elektron tijorat (e-tijorat) kabi tushunchalar kirib kelib, ular an'anaviy iqtisodiyotning odatdagi o'rtacha o'sish sur'atlaridan ancha yuqori sur'atlarda o'sishni namoyish etadigan modellarni ilgari surayotganliklari hamda global iqtisodiyotda o'zlarining qulayliklari va keng imkoniyatlari orqali o'z o'rnilarini topdilar. Mazkur soha (ayniqsa, AQSH da) XX asrning boshlarida juda muhim bir evolyutsiyani boshdan kechirgan holda, so'nggi yigirma yil ichida elektron tijoratning doimiy o'sishini aks ettiruvchi to'siqlar bartaraf etildi. Ushbu maqolada yirik elektron savdolarning rivojlanishi, ko'plab imkoniyatlari, shuningdek, afzallik va kamchiliklari ko'rib chiqildi.

Kalit so'zlar: elektron savdo, tovar va xizmatlar, marketing strategiyasi, menejment, iste'molchi, yetkazib beruvchi, minimal kapital.

Internet va elektron savdo muqarrar ravishda bir biriga o'xshash yo'lni bosib o'tdi hamda hozirda bu tushunchalar bir-birini inkor eta olmaydi. Axborot texnologiyalari yangiliklari bir zumda onlayn biznes dunyosida aks etdi. Amerika Qo'shma Shtatlarida mintaqaviy kelib chiqish asosida oddiy tarzda ishlatilishi tufayli e-savdo butun dunyo bo'ylab Internet texnologiyalari bilan bog'liq yangiliklar tufayli tez tarqaldi.

Yirik e-savdo prognozi real iqtisodiyotning rivojlanish bosqichiga to'liq mos keladi. Rivojlanish darajasi yuqoriligi sababli, axborot texnologiyasining infratuzilmasi bilan bog'liq holatga ko'ra, ba'zi davlatlar mustahkam bazani yaratishga va saqlashga muvaffaq bo'lishdi. Bugungi kunda tovar va xizmatlarni sotib olishning qulay usulidan (e-savdodan) mahrum bo'lgan iste'molchilar yutqazmoqda, chunki hozirgida

dunyoning istalgan burchagidan deyarli har qanday mahsulotni qo'shimcha qiyinchiliklarsiz, masofadan buyurtma berish asosida sotib olish mumkin.

Internet (axborot) texnologiyalar (World Wide Web, intranetlar, extranetlar va boshqalar) va ularni biznesda qanday amalga oshirishni bilish texnologiya va biznes o'rtasidagi bog'liqlik asosida yotgan konsepsiyaning boshlang'ich nuqtasi bo'lib, u yirik elektron savdo deb nomlanadi. Umumiy nuqtai nazardan tahlil qilinadigan bo'lsak, yirik e-savdo uchta asosiy komponentni o'z ichiga olishi mumkin:

- tadqiqot, rivojlantirish, marketing, ishlab chiqarish, logistika, menejment va boshqalar bilan bog'liq jarayonlar hamda faoliyatni o'z ichiga olgan inson tomonidan amalga oshiriladigan o'lchov;
- axborot texnologiyalariga o'xshash bo'lgan texnologik komponent;
- savdo yoki e-savdoning bir qismi bu birinchi navbatda hodisa sifatida qabul qilingan, elektron tijorat deb nomlanuvchi atamadan farqli ma'noga ega, asosan Internet texnologiyalaridan foydalangan holda tovar va xizmatlarni sotib olish.

Dastlab, elektron va savdo tushunchalari bir-biri bilan chambarchas bog'liq edi (ko'p hollarda chalkashlik muqarrar edi), keyinchalik tafovut qilingan va hozirda bir birining ajralmas qismi deb hisoblanadigan elektron savdo tushunchasi tarzida qo'llanilmoqda. Ko'pgina ta'riflarda elektron savdo, asosan, elektron ommaviy axborot vositalari orqali o'zaro aloqada bo'lgan bitimning bir turi sifatida ta'kidlangan.

Jahon kompaniyalarining texnologik rivojlanishlarga moslashishi ularni onlayn bozorga kirishga bo'lgan urinishni, butun iqtisodiy jarayonni qayta qurish va o'zgartirishni hisobga olishga majbur qildi. Agar yirik e-savdoni qo'llash paytida ba'zi kompaniyalar texnologiyaning jihati va ahamiyatini e'tiborsiz qoldirgan bo'lsa, endi bu kompaniyalar yangi boshqaruv va ishlab chiqarish talablariga moslashdilar.

Hozirda reklama yoki marketing strategiyasiga yangi yondashuvlar paydo bo'ldi. Shu bilan birga, qattiq elektron kurash boshlandi va potensial mijozlar soni sezilarli darajada ko'payganligi sababli kompaniyalar mijozlarni jalb qilishga ko'proq qiziqish bildirishni boshlashdi.

Ushbu sohadagi qonunchilikning sustligi bu jarayonda tuzatildi, bu o'z ta'sirini ko'rsatdi, chunki potensial xaridor yirik e-savdo qonunchiligiga ko'proq ishonishi mumkin. Biroq, ushbu sohadagi ba'zi provayderlar tomonidan amalga oshirilgan ko'plab sug'urtalarga qaramay, tijorat aktlarini himoya qilish usullarini cheklash hali ham mavjud. Iste'molchilarga qulaylik yaratish nuqtai nazaridan, yirik e-savdo tovar va xizmatlarni taklif qiluvchilar bilan toifadagi tovarlarga, ular uchun to'lashga tayyor bo'lganlarning o'zaro aloqalari to'g'risida shaxsiy eslatmani yetkazishga muvaffaq bo'ldi. Hozirgi vaqtda mobil tijorat komponenti (smartfonlar va boshqalar) klassik e-savdo vositalari bilan bir qatorda asta-sekin rivojlanib bormoqda.

Yirik e-savdoni tashkil etishning asosini tashkil etadigan elektron tijorat bilan bog'liq asosiy tushunchalar asosan biznesdan biznesga (business-to-business, B2B), biznesdan iste'molchiga (business-to-consumer, B2C), biznesdan hukumatga va hukumatdan biznesga (Business-to-government and government-to-business, B2G/G2B), iste'molchodan iste'molchiga (Consumer-to-consumer, C2C) toifalaridir. Ushbu terminologiya sxematik ravishda iqtisodiy jarayonning asosiy ishtirokchilari kim va ushbu jarayonlarning maqsadi nima ekanligini, ya'ni kim oxirgi foyda oluvchi ekanliklarini tasvirlaydi.

Yirik e-savdo texnologiyalaridan foydalanishning afzalliklari quyidagilarni o'z ichiga olgan turli mezonlarga muvofiq tasniflanishi mumkin:

1. Ishlab chiqaruvchi kompaniya uchun afzalliklari:

- faqat minimal kapital bilan yetkazib beruvchilar yoki butun dunyo bo'ylab biznes hamkorlar bilan bog'lanish;
- kompaniya tarkibidagi ichki tuzilmalarni qayta tashkil etish va optimallashtirish;
- logistik moslashuvchanlikni ta'minlash;
- mijozlar va yetkazib beruvchilar bilan munosabatlarni saqlash va mustahkamlash;
- turli xil biznes jarayonlar bilan bog'liq xarajatlarning kamayishi;
- aloqa tezligini oshirish;

- e-savdolarni muqobil savdo usuli sifatida qabul qilish.

2. Xaridorlar uchun afzalliklari:

- vaqt omilini hisobga olmagan holda tezkor xaridlar; tezkor yetkazib berish va xaridor uchun yuqori qulaylik;

- onlayn kim oshdi savdosi kabi tadbirlarda qatnashish;

- turli xil mahsulotlarni yanada samarali taqqoslash imkoniyati.

3. Ishlab chiqaruvchilar uchun afzalliklari:

- yangi mijozlarni jalb qilish qobiliyati;

- kirish imkoni bo'lmaydigan bozorlarga oson kirish;

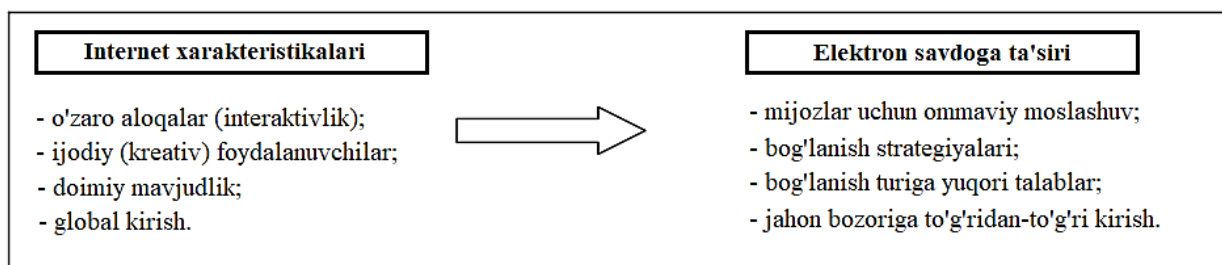
- tovarlar va xizmatlarni taqdim etishdan tashqari xarajatlarni kamaytirish.

4. Umumiy afzalliklari:

- vositachilarni iqtisodiy faoliyatdan siqib chiqarish;

- yetkazib beruvchi va xaridorning ikki tomonlama turli tadbirlarga sarflanadigan vaqtini qisqartirish;

- ba'zi geografik to'siqlarni olib tashlash.



1-rasm. Internet va uning elektron savdoga ta'sirining o'zaro bog'liqligi

Har qanday texnologiyada kamchiliklar muqarrar va bu sohada asosan tranzaksiya jarayonlari bilan bog'liq xavfsizlik muammolari va zarur infratuzilmaning etishmasligi bilan bog'liq. Shuningdek quyidagi kamchiliklar mavjud:

- tegishli qonunchilik bazasining yo'qligi;

- ba'zi geografik hududlarda yoki faoliyat sohalarida mijozlar yetarli emasligi sababli investitsiya xarajatlarining oqlanmasligi;

- internetga kirishning qimmatligi.

Xulosa

Xulosa qilib shuni aytish lozimki, elektron savdo makroiqtisodiy darajadagi bir muncha katta foizni tashkil etadigan iqtisodiy jarayonning ulkan bir qismi bo'lib bormoqda. Davom etayotgan globallasuv jarayonini inobatga olgan holda, hozirgi paytda, ayniqsa, rivojlanayotgan global bozorlarni ko'rib chiqish mantiqan to'g'ri keladigan bo'lsa, kelgusi yillarda bu faoliyat yanada shiddatli bo'ladi, ularning ba'zilari hali kengayish bosqichida. Agar rivojlanishni global miqyosda va asosiy ko'rsatkichlar bo'yicha baholash mumkin bo'lsa, alohida firmalar va kompaniyalarning rivojlanishi bilan yirik e-savdolarni kelgusida ulkan rivojlanish bosqichi kutib turganini isbotlash mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Andam, Z., R., E-Commerce and E-Business, e-Asean Task-Force, UNDP-APDIP, December 2010.
2. Chaffey, D., Define E-Business and E-Commerce, UK, 2010.
3. Feng, L., What is E-Business?: How the Internet Ttransforms Organizations, Blackwell Publishing, Oxford, UK, (2017) 136-137.
4. S. Mirescu. The premises and the evolution of electronic commerce. Titu Maiorescu University, Bucharest, Romania. 2020.