



RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA B2B MODELIDAGI BIZNES JARAYONLARINI OPTIMALLASHTIRISH

Xaydarova Kamola Axinjanovna

Toshkent kimyo-texnologiya instituti

Sanoat iqtisodiyoti va menejmenti kafedrası i.f.f.d.

Berdiqulov Suhrob Berdiqulov o'g'li

23-63 MT guruh talabasi

Annotatsiya: Ushbu maqolada raqamli iqtisodiyotning jadal rivojlanishi sharoitida kompaniyalararo (B2B) savdo va biznes jarayonlarini optimallashtirish masalalari tadqiq etiladi. Maqolada an'anaviy B2B modellaridan raqamli platformalarga o'tishning afzalliklari, CRM tizimlari, sun'iy intellekt va blokcheyn texnologiyalarining savdo samaradorligiga ta'siri tahlil qilinadi. Tadqiqot natijasida B2B jarayonlarini raqamlashtirish orqali operatsion xarajatlarni kamaytirish va mijozlar bilan uzoq muddatli hamkorlikni mustahkamlash bo'yicha strategik tavsiyalar berilgan.

Kalit so'zlar: B2B, raqamli iqtisodiyot, biznes jarayonlarini optimallashtirish, CRM, raqamli transformatsiya, logistika, elektron tijorat.

Bugungi kunda global iqtisodiyotning raqamli transformatsiyasi biznes yuritish usullarini tubdan o'zgartirmoqda. B2B (Business-to-Business) sektori murakkab bitimlar, uzoq davom etadigan muzokaralar va ko'p bosqichli ta'minot zanjiri bilan xarakterlanadi. Raqamli iqtisodiyot sharoitida ushbu jarayonlarni avtomatlashtirish nafaqat vaqtni tejash, balki bozorda raqobatbardoshlikni saqlab qolishning yagona yo'lidir.

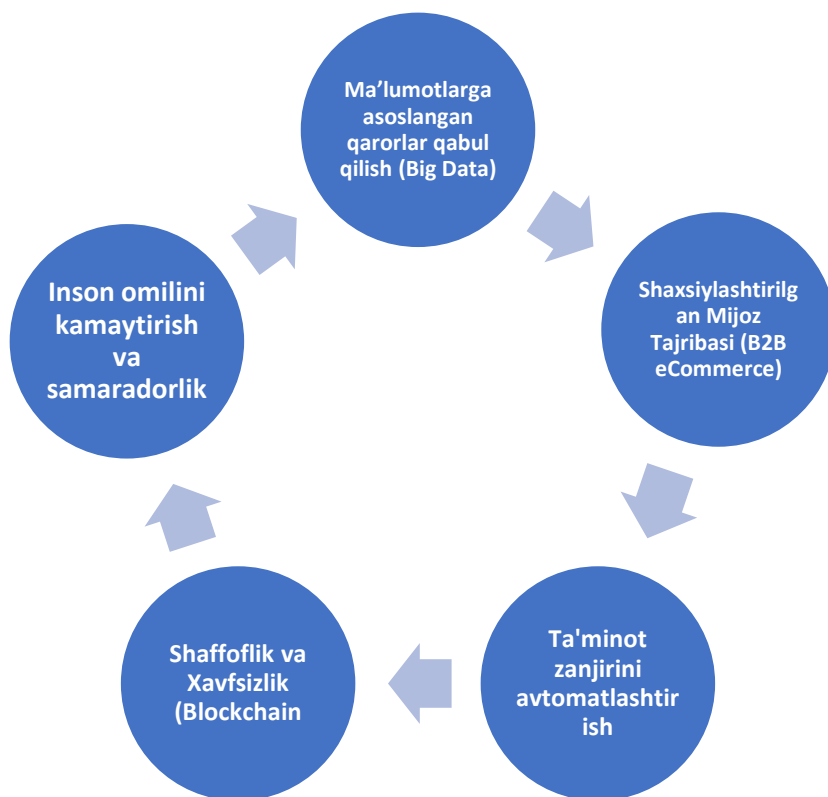
B2B savdosida asosiy rolni mijozlarni to'g'ri aniqlash va ularga mos mahsulot yoki xizmatlarni taklif qilish o'ynaydi. Maqsadli mijozlarni aniqlashda bozor tahlili, kompaniyaning ehtiyojlarini o'rganish, va raqobatchilarni tahlil qilish kabi



jarayonlar muhim ahamiyatga ega. Mijozlar kompaniyalar bo'lgani uchun, ularga taqdim etilayotgan mahsulot yoki xizmatlar ularning biznes jarayonlariga qanchalik mos kelishini hisobga olish zarur.

B2B (Business-to-Business) jarayonlarida raqamli transformatsiya — bu shunchaki qog'oz hujjatlarni elektron shaklga o'tkazish emas, balki biznesning barcha bosqichlarini zamonaviy texnologiyalar yordamida tubdan qayta qurishdir. Bu jarayon kompaniyalar o'rtasidagi hamkorlikni tezroq, shaffofroq va samaraliroq qilishga xizmat qiladi.

Quyida B2B sektoridagi raqamli transformatsiyaning asosiy ustunlari va mohiyatini yoritib beramiz:(1-rasm)



1-rasm.B2B sektoridagi raqamli transformatsiyaning asosiy ustunlari

1. Ma'lumotlarga asoslangan qarorlar qabul qilish (Big Data)



An'anaviy savdoda qarorlar ko'pincha tajriba yoki intuitiv sezgi asosida qabul qilingan bo'lsa, raqamli transformatsiya sharoitida Big Data (Katta ma'lumotlar) tahlili birinchi o'ringa chiqadi.

- Talabni bashorat qilish: Mijozlarning xarid qilish tarixini tahlil qilish orqali kelajakdagi ehtiyojlarni aniqlash.

- Narxlarni optimallashtirish: Bozor konyunkturasi va raqobatchilarning narxlarini real vaqt rejimida kuzatib, dinamik narx belgilash.

Shaxsiylashtirilgan Mijoz Tajribasi (B2B eCommerce)da B2C (iste'molchi bilan ishlash) sohasidagi kabi, B2B mijozlari ham qulay interfeys va tezkor xizmatni kutishadi.

- Self-service (O'z-o'ziga xizmat ko'rsatish) portallari: Mijozlar menejer bilan bog'lanmasdan turib, tunu-kun buyurtma berishlari, schyot-fakturalarni yuklab olishlari va yukning holatini kuzatishlari mumkin.

- Shaxsiy kabinet: Har bir korporativ mijoz uchun alohida narxlar ro'yxati, chegirmalar va individual takliflar tizimi.

B2B transformatsiyasining yuragi — bu ta'minot zanjirining raqamli integratsiyasidir. Bunda ishlab chiqaruvchi, yetkazib beruvchi va logistika kompaniyalari yagona raqamli tarmoqqa ulanadi.

- ERP va CRM integratsiyasi: Buyurtma berilganda u avtomatik ravishda ombor tizimida aks etadi va ishlab chiqarish rejasiga kiritiladi.

- IoT (Narsalar interneti): Omborlardagi qoldiqlar va yuklarning harakatini datchiklar yordamida inson ishtirokisiz kuzatish.

Raqamli transformatsiya kompaniyalar o'rtasidagi ishonch muammosini texnologik yechim bilan hal qiladi.

- Smart-kontraktlar: Shartnoma shartlari (masalan, to'lov yoki yetkazib berish) bajarilishi bilan tranzaksiyalar avtomatik tarzda amalga oshadi.

- Hujjat aylanishi: Elektron raqamli imzo (ERI) orqali hujjat almashish vaqtni bir necha barobar tejaydi va yuridik xavfsizlikni ta'minlaydi.



Inson omilini kamaytirish va samaradorlikda raqamli transformatsiyaning pirovard maqsadi — rutin ishlarni robotlar va algoritmlarga topshirishdir. Bu menejerlarga mijoz bilan strategik aloqalarni rivojlantirishga vaqt ajratish imkonini beradi.

B2B modelida samaradorlikka erishish uchun quyidagi texnologik yechimlarni joriy etish lozim:

- **CRM tizimlari (Mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish):** Bu tizimlar mijoz bilan ilk aloqadan tortib, shartnoma bajarilgunga qadar bo'lgan barcha bosqichlarni shaffoflashtiradi.

- **ERP tizimlari (Resurslarni rejalashtirish):** Ishlab chiqarish, ombor va savdoni uzviy bog'lab, ortiqcha xarajatlarning oldini oladi.

- **Sun'iy intellekt (AI):** Narxlarni dinamik shakllantirish va avtomatlashtirilgan mijozlar yordami (chatbotlar) orqali aloqa sifatini oshirish.

B2B savdosida mahsulotni o'z vaqtida yetkazish ishonchli hamkorlikning asosi hisoblanadi. Raqamli iqtisodiyotda **"Smart Logistics"** tizimlari joriy etilmoqda. Blokcheyn texnologiyasi orqali yuklarning harakatlanishini real vaqt rejimida kuzatish va "aqli shartnomalar" (Smart Contracts) yordamida to'lovlarni avtomatlashtirish tranzaksiya xavflarini minimallashtiradi.

Jarayonlar optimallashtirilganda kompaniya quyidagi ko'rsatkichlarga erishadi:

1. **Tranzaksiya vaqti:** 30-40% ga qisqaradi.
2. **Operatsion xarajatlar:** Hujjat aylanishi va inson xatolari kamayishi hisobiga 20% gacha tejaladi.
3. **Mijoz sodiqligi:** Shaxsiylashtirilgan takliflar orqali qayta xaridlar hajmi ortadi.



Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Axinjanovna, Xaydarova Kamola. "YANGI BOZORLARGA KIRISH STRATEGIYALARI." *Ta'lim innovatsiyasi va integratsiyasi* 44.2 (2025): 133-143.
2. Хайдарова К. А. Влияние глобализации на выбор маркетинговых стратегий на предприятиях химической отрасли Узбекистана //Modern Science and Research. – 2025. – Т. 4. – №. 2. – С. 1237-1240.
3. Касимова Ф. Т. ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В МАЛОМ БИЗНЕСЕ //Scientific Conference on Multidisciplinary Studies. – 2025. – С. 396-401.
4. Tulkunovna, Kasimova Fatima. "ISSUES OF EVALUATING THE LEVEL OF DEVELOPMENT OF MARKETING ACTIVITIES OF SMALL BUSINESS IN THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN." *ЕВРАЗИЙСКИЙ СОЮЗ УЧЕНЫХ (ЕСУ)*: 17.
5. Ubaydullayev Ibrohim. (2025). ISHLAB CHIQARISH JARAYONLARINI OPTIMALLASHTIRISHDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARNING O'RNII. JOURNAL OF NEW CENTURY INNOVATIONS, 90(2), 151-157.
6. Axinjanovna, Xaydarova Kamola. "CURRENT PROBLEMS OF THE CHEMICAL INDUSTRY OF THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN." *JOURNAL OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT* 6.4 (2023): 53-58.