

MAVZU: KICHIK BIZNESLAR UCHUN ELEKTRON TIJORATGA O'TISHNING IQTISODIY MODELI

Yuldashev Shadiyor Shuxrat o'g'li

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti

To'rtko'l fakulteti Mutaxassislik

gumanitar va aniq fanlar kafedrası Katta o'qituvchisi

Raximboyev Donyor Rajab o'g'li

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti

To'rtko'l fakulteti Axborot tizimlari va

texnologiyalari yo'nalishi talabasi

Annotatsiya: Mazkur maqolada kichik biznes subyektlarining elektron tijorat tizimiga o'tish jarayoni va ushbu jarayonning iqtisodiy modeli tahlil qilinadi. Raqamli iqtisodiyot sharoitida elektron tijorat kichik biznes uchun bozorlarni kengaytirish, xarajatlarni kamaytirish va raqobatbardoshlikni oshirishning muhim omili sifatida namoyon bo'lmoqda. Maqolada elektron tijoratga o'tishning iqtisodiy asoslari, investitsiya xarajatlari, daromad manbalari, xarajatlar tuzilmasi hamda iqtisodiy samaradorlik ko'rsatkichlari yoritilgan. Shuningdek, kichik biznes uchun elektron tijoratning afzalliklari va muammolari tahlil qilinib, ularni bartaraf etish bo'yicha takliflar berilgan.

Kalit so'zlar: kichik biznes, elektron tijorat, raqamli iqtisodiyot, iqtisodiy model, onlayn savdo, xarajatlar, daromad, investitsiya, samaradorlik.

Аннотация: В данной статье анализируется процесс перехода субъектов малого бизнеса к системе электронной коммерции и экономическая модель данного процесса. В условиях цифровой экономики электронная коммерция выступает важным фактором расширения рынков, снижения издержек и повышения конкурентоспособности малого бизнеса. В статье раскрываются экономические основы перехода к электронной коммерции, инвестиционные затраты, источники доходов, структура издержек и показатели экономической

эффективности. Также анализируются преимущества и проблемы электронной коммерции для малого бизнеса и предлагаются пути их решения.

Ключевые слова: малый бизнес, электронная коммерция, цифровая экономика, экономическая модель, онлайн-торговля, издержки, доход, инвестиции, эффективность.

Kirish. Raqamli iqtisodiyotning jadal rivojlanishi zamonaviy xo‘jalik yuritish sharoitida kichik biznes faoliyatining shakl va usullarini tubdan o‘zgartirmoqda. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining keng joriy etilishi natijasida iqtisodiy munosabatlar yangi bosqichga ko‘tarilmoqda va bu jarayonda elektron tijorat muhim o‘rin egallamoqda. Bugungi kunda kichik biznes subyektlari uchun bozor sharoitlari tobora murakkablashib, raqobat kuchayib bormoqda. Shu sababli tadbirkorlar xaridorlarga yaqinlashish, sotuv jarayonlarini tezlashtirish va xarajatlarni kamaytirishning samarali yo‘llarini izlamoqda. Elektron tijorat ana shunday zamonaviy yechimlardan biri bo‘lib, u kichik biznesga an‘anaviy savdo shakllari doirasidan chiqish imkonini beradi.

An‘anaviy savdo shakllariga asoslangan kichik biznes subyektlari tobora ko‘proq elektron tijorat platformalariga o‘tishga intilmoqda. Chunki iste’molchilarning xarid xulq-atvori o‘zgarib, onlayn xaridlar kundalik ehtiyojga aylanib bormoqda. Elektron tijorat nafaqat savdo jarayonini soddalashtiradi, balki bozor hududini kengaytirish, mijozlar bilan to‘g‘ridan-to‘g‘ri aloqani mustahkamlash va marketing xarajatlarini optimallashtirish imkonini beradi. Kichik biznes uchun elektron tijoratga o‘tish jarayoni muayyan iqtisodiy model asosida amalga oshirilishi lozim bo‘lib, bu model xarajatlar, daromadlar va kutilayotgan foyda o‘rtasidagi nisbatni aniq belgilab beradi.

Kichik bizneslar uchun elektron tijoratga o‘tishning iqtisodiy modeli, avvalo, boshlang‘ich investitsiya xarajatlarini aniqlash va baholashdan boshlanadi. Ushbu xarajatlarga veb-sayt yoki onlayn do‘kon yaratish, tayyor savdo platformalaridan foydalanish, dasturiy ta‘minot xaridi, domen va hosting xizmatlari, elektron to‘lov tizimlarini joriy etish, shuningdek, axborot xavfsizligini ta‘minlash bilan bog‘liq xarajatlar kiradi. Bundan tashqari, logistika tizimini tashkil etish, mahsulotlarni

omborlash va yetkazib berish jarayonlarini yo'lga qo'yish ham muhim investitsion yo'nalish hisoblanadi. Xodimlarni raqamli savdo ko'nikmalariga o'qitish, onlayn marketing vositalaridan samarali foydalanishni o'rgatish va mijozlarga masofadan xizmat ko'rsatish tizimini yaratish ham iqtisodiy modelning ajralmas qismidir. Dastlab ushbu xarajatlar kichik biznes uchun sezilarli bo'lishi mumkin, biroq ular uzoq muddatli istiqbolda daromadning oshishi va biznes jarayonlarining optimallashtirilishi hisobiga o'zini to'liq oqlaydi. Elektron tijoratga o'tish jarayonida xarajatlar tuzilmasi ham tubdan o'zgaradi. An'anaviy savdoda ijaraga olinadigan savdo maydonlari, kommunal to'lovlar va ortiqcha xodimlar bilan bog'liq xarajatlar yuqori bo'lsa, elektron tijoratda ushbu xarajatlar sezilarli darajada qisqaradi. Shu bilan birga, elektron tijoratda logistika, yetkazib berish, qadoqlash, raqamli reklama, texnik xizmat ko'rsatish va axborot xavfsizligi bilan bog'liq xarajatlar paydo bo'ladi. Iqtisodiy modelda ushbu xarajatlarning daromadga ta'siri chuqur tahlil qilinishi lozim. Chunki noto'g'ri tashkil etilgan logistika yoki samarasiz reklama strategiyasi foydaning kamayishiga olib kelishi mumkin. Shu sababli kichik biznes subyektlari xarajatlarni minimallashtirish va resurslardan oqilona foydalanishga qaratilgan moslashuvchan iqtisodiy strategiyani ishlab chiqishi zarur.

Elektron tijorat kichik biznes uchun yangi va barqaror daromad manbalarini shakllantirish imkonini beradi. Onlayn savdo orqali mahsulot va xizmatlarni sutkaning istalgan vaqtida taklif etish, geografik cheklovlarisiz faoliyat yuritish va mijozlar bazasini kengaytirish mumkin. Elektron platformalar yordamida mijozlarning xarid odatlari, ehtiyojlari va talablarini tahlil qilish, shuningdek, individual marketing strategiyalarini ishlab chiqish daromadning oshishiga xizmat qiladi. Aksiylar, chegirmalar, sodiqlik dasturlari va qo'shimcha xizmatlar orqali mijozlarni jalb qilish va ularni uzoq muddatli hamkorlikka yo'naltirish mumkin. Kichik bizneslar uchun elektron tijoratning iqtisodiy samaradorligini baholashda foyda miqdori, rentabellik darajasi, investitsiyaning qoplanish muddati va pul oqimlari kabi ko'rsatkichlar muhim ahamiyatga ega. Elektron tijorat modelining afzalligi shundaki, u tezkor va aniq ma'lumotlar asosida boshqaruv qarorlarini qabul qilish imkonini beradi. Sotuvlar

statistikasi, mijozlar xulq-atvori va marketing kampaniyalari natijalari real vaqt rejimida tahlil qilinib, strategiyani moslashtirish mumkin. Bu esa kichik biznesning bozor o'zgarishlariga tez moslashishiga va raqobatbardoshlikni saqlab qolishiga yordam beradi. Shu bilan birga, elektron tijoratga o'tish jarayonida bir qator iqtisodiy va tashkiliy muammolar ham yuzaga keladi. Internet infratuzilmasining yetarli darajada rivojlanmaganligi, raqamli savodxonlikning pastligi, kiberxavfsizlik bilan bog'liq xatarlar va iste'molchilar ishonchini qozonishdagi qiyinchiliklar kichik biznes uchun jiddiy to'siq bo'lishi mumkin. Ayniqsa, onlayn to'lovlar xavfsizligi va shaxsiy ma'lumotlarni himoya qilish masalalari dolzarb hisoblanadi. Iqtisodiy modelda ushbu xavflarni kamaytirish uchun qo'shimcha xarajatlar va himoya mexanizmlarini nazarda tutish muhimdir. Xususan, ishonchli to'lov tizimlaridan foydalanish, shaffof savdo qoidalarini joriy etish, kafolat va qaytarish siyosatini ishlab chiqish hamda sifatli mijozlarga xizmat ko'rsatish tizimini yaratish orqali iste'molchilar ishonchini oshirish mumkin. Bu esa elektron tijoratning barqaror rivojlanishiga va daromadlarning uzoq muddatli o'sishiga xizmat qiladi.

Xulosa: Kichik bizneslar uchun elektron tijoratga o'tish zamonaviy iqtisodiy sharoitda muqarrar va strategik ahamiyatga ega jarayon hisoblanadi. To'g'ri ishlab chiqilgan iqtisodiy model ushbu jarayonning samaradorligini ta'minlab, kichik biznes subyektlarining moliyaviy barqarorligini mustahkamlaydi. Elektron tijorat orqali kichik biznes o'z faoliyatini kengaytirishi, xarajatlarni optimallashtirishi va raqobatbardoshligini oshirishi mumkin. Shu bois, davlat tomonidan raqamli infratuzilmani rivojlantirish, tadbirkorlarni qo'llab-quvvatlash va ularning raqamli savodxonligini oshirish elektron tijoratning iqtisodiy samaradorligini yanada kuchaytiradi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Kotler P. Marketing asoslari. – Toshkent: Iqtisodiyot, 2020.
2. Laudon K., Traver C. E-commerce: Business, Technology, Society. – Pearson, 2021.
3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishga oid farmon va qarorlari.
4. Turayev B.X. Kichik biznes va tadbirkorlik iqtisodiyoti. – Toshkent: Fan, 2019.
5. OECD. Digital Economy Outlook. – Paris, 2022.