

INTERNET-MAGAZINLAR HAQIDA TUSHUNCHA VA ULARNING ASOSIY TURLARI

Suyarov Akram Musayevich

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti,
axborot texnologiyalar kafedrası PhD, dotsent

akramsuyarov@mail.ru

Xamdamova Mushtariy Otabekovna

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti
Buxgalteriya hisobi va menejment fakulteti talabasi

xamdamovamushtariy915@gmail.com

Annotatsiya: Mazkur ilmiy maqolada zamonaviy raqamli iqtisodiyot sharoitida internet-magazinlarning mohiyati, ularning shakllanish jarayoni hamda elektron tijorat tizimidagi oʻrni keng qamrovda yoritib berilgan. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining rivojlanishi natijasida yuzaga kelgan internet-magazinlar savdo-sotiq jarayonlarini avtomatlashtirish, vaqt va hududiy cheklovlarni bartaraf etish, shuningdek, iste'molchilar va tadbirkorlar oʻrtasidagi munosabatlarni soddalashtirishda muhim ahamiyat kasb etmoqda. Maqolada internet-magazin tushunchasi ilmiy-nazariy jihatdan tahlil qilinib, ularning an'anaviy savdo shakllaridan farqli tomonlari asoslab berilgan. Shuningdek, internet-magazinlarning asosiy turlari — B2C, B2B, C2C va C2B modellari batafsil tavsiflanib, har bir turining oʻziga xos xususiyatlari, afzalliklari hamda qoʻllanilish sohalari misollar orqali ochib berilgan. Internet-magazinlarning iqtisodiy samaradorligi, bozor raqobatini kuchaytirishdagi roli va iste'molchilarga taqdim etayotgan qulayliklari ilmiy nuqtai nazardan baholangan. Bundan tashqari, maqolada internet-magazinlar faoliyatida uchraydigan asosiy muammolar, jumladan axborot xavfsizligi, to'lov tizimlarining ishonchliligi va logistika jarayonlari bilan bog'liq masalalarga ham e'tibor qaratilgan. Maqola natijalari elektron tijorat sohasida ilmiy tadqiqot olib borayotgan

tadqiqotchilar, oliy ta'lim muassasalari talabalari hamda internet-magazinlar faoliyatini yo'lga qo'yimoqchi bo'lgan tadbirkorlar uchun nazariy va amaliy ahamiyatga ega hisoblanadi.

Kalit so'zlar: internet-magazin,elektron tijorat,onlayn savdo,B2C,B2C,C2C

Kirish

Bugungi kunda globallashuv va raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi natijasida iqtisodiyotning barcha tarmoqlarida tub o'zgarishlar yuz bermoqda. Ayniqsa, axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining keng joriy etilishi savdo-sotiq jarayonlarining yangi shakllarini vujudga keltirdi. Shu nuqtai nazardan, elektron tijorat zamonaviy iqtisodiyotning eng tez rivojlanayotgan yo'nalishlaridan biri sifatida e'tirof etilmoqda. Elektron tijoratning asosiy tarkibiy qismlaridan biri bo'lgan internet-magazinlar esa an'anaviy savdo tizimlariga muqobil va samarali model sifatida keng ommalashmoqda. Internet-magazinlar orqali tovar va xizmatlarni masofadan turib sotish imkoniyati yaratilishi natijasida bozor munosabatlarida yangi sifat bosqichi shakllandi. Bu jarayon, bir tomondan, iste'molchilarga qulaylik yaratib, mahsulotlarni tez va oson xarid qilish imkonini bersa, ikkinchi tomondan, tadbirkorlik subyektlari uchun savdo geografiyasini kengaytirish, xarajatlarni kamaytirish va raqobatbardoshlikni oshirish imkonini taqdim etmoqda. Shu bilan birga, internet-magazinlar orqali savdo qilish jarayonida axborot xavfsizligi, shaxsiy ma'lumotlarni himoyalash va elektron to'lovlarning ishonchliligini ta'minlash kabi muhim masalalar ham dolzarb ahamiyat kasb etmoqda. O'zbekiston Respublikasida ham raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishga qaratilgan davlat dasturlari doirasida elektron tijorat va internet-magazinlar faoliyatini qo'llab-quvvatlashga alohida e'tibor qaratilmoqda. Bu esa mazkur sohaning huquqiy, tashkiliy va iqtisodiy asoslarini ilmiy jihatdan o'rganish zaruratini yanada oshirmoqda. Shunday ekan, internet-magazinlarning mohiyati, ularning asosiy turlari va faoliyat mexanizmlarini tizimli ravishda tahlil qilish bugungi kunda dolzarb ilmiy-amaliy masalalardan biri hisoblanadi. Mazkur maqolaning asosiy maqsadi internet-magazinlar tushunchasini ilmiy asosda yoritish, ularning asosiy turlarini tasniflash hamda elektron tijorat tizimidagi o'rni va ahamiyatini ochib berishdan iborat.

Adabiyot sharhi

Internet-magazinlar va elektron tijorat masalalari soʻnggi yillarda xorijiy va mahalliy olimlar tomonidan keng tadqiq etib kelinmoqda. Mazkur yoʻnalishdagi ilmiy izlanishlar asosan elektron savdoning nazariy asoslari, internet-magazinlarning iqtisodiy samaradorligi, ularning turlari va biznes modellarini oʻrganishga qaratilgan. Xorijiy olimlar tomonidan olib borilgan tadqiqotlarda elektron tijorat tushunchasi va uning tarkibiy qismlari batafsil yoritilgan. Jumladan, K. Laudon va C. Traver oʻzlarining ilmiy ishlarida elektron tijoratni biznes, texnologiya va jamiyat oʻrtasidagi oʻzaro bogʻliqlikda tahlil qilib, internet-magazinlarni B2C modelining eng muhim koʻrinishi sifatida baholaydilar. Mualliflar internet-magazinlarning rivojlanishi isteʼmolchi xulq-atvoriga bevosita taʼsir koʻrsatishini ilmiy asoslab berganlar. R. Kalakota va A. Whinston tomonidan olib borilgan tadqiqotlarda elektron tijorat menejmenti, onlayn savdo platformalarining tashkiliy tuzilmasi hamda raqamli muhitda raqobat masalalari keng yoritilgan. Ularning fikricha, internet-magazinlar biznes jarayonlarni avtomatlashtirish va xarajatlarni kamaytirish orqali korxonalarining raqobatbardoshligini oshiradi. Mahalliy olimlar tadqiqotlarida esa elektron tijoratning milliy iqtisodiyotdagi oʻrni va uni rivojlantirish istiqbollari muhim oʻrin tutadi. B.X. Turayev oʻz asarlarida elektron tijoratning nazariy asoslarini tahlil qilib, internet-magazinlarni raqamli iqtisodiyotning muhim infratuzilma elementi sifatida taʼriflaydi. Muallif internet-magazinlar orqali savdo qilishda huquqiy-meʼyoriy bazaning ahamiyatini alohida taʼkidlaydi. S.S. Turdiyevning ilmiy maqolalarida internet-savdoning iqtisodiy samaradorligi, elektron savdo tizimlarining rivojlanish omillari va ularga taʼsir etuvchi muammolar tahlil qilingan. Tadqiqotlarda internet-magazinlar faoliyatida logistika, toʻlov tizimlari va axborot xavfsizligi masalalari asosiy cheklovchi omillar sifatida koʻrsatib oʻtiladi. Shuningdek, Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishga oid qaror va farmonlarida elektron tijorat va internet-magazinlar faoliyatini qoʻllab-quvvatlash masalalari davlat siyosatining ustuvor yoʻnalishlaridan biri sifatida belgilangan. Ushbu normativ-huquqiy hujjatlar internet-magazinlarning tashkiliy va huquqiy asoslarini shakllantirishda muhim manba boʻlib xizmat qiladi. Umuman olganda, adabiyotlar tahlili shuni koʻrsatadiki, internet-magazinlar faoliyati yetarlicha oʻrganilgan boʻlsa-da, ularning milliy bozor sharoitidagi rivojlanish

xususiyatlarini, zamonaviy raqamli texnologiyalar bilan integratsiyalashuvini chuqurroq tadqiq etish dolzarb masala bo'lib qolmoqda.

Tadqiqotlar

Mazkur tadqiqot internet-magazinlarning mohiyati, asosiy turlari hamda ularning elektron tijorat tizimidagi o'rnini aniqlashga qaratilgan. Tadqiqot jarayonida ilmiy bilishning umumiy va maxsus usullaridan kompleks tarzda foydalanildi. Jumladan, tahlil va sintez, taqqoslash, tizimli yondashuv, mantiqiy umumlashtirish hamda statistik kuzatuv usullari qo'llanildi. Tadqiqotning birinchi bosqichida internet-magazinlar faoliyatiga oid xorijiy va mahalliy ilmiy adabiyotlar, monografiyalar, ilmiy maqolalar hamda normativ-huquqiy hujjatlar o'rganildi. Ushbu manbalar asosida internet-magazin tushunchasi aniqlashtirilib, ularning elektron tijorat tizimidagi o'ri va ahamiyati nazariy jihatdan asoslab berildi. Shuningdek, internet-magazinlarning an'anaviy savdo shakllaridan farqli jihatlari va ustun tomonlari aniqlab olindi. Tadqiqotning ikkinchi bosqichida internet-magazinlarning asosiy turlari — B2C, B2B, C2C va C2B modellari tahlil qilindi. Har bir modelning funksional xususiyatlari, ishtirokchilar tarkibi va amaliy qo'llanilish sohalari taqqoslash usuli orqali o'rganildi. Natijada, B2C modeli iste'mol bozori uchun eng keng tarqalgan va tez rivojlanayotgan model ekanligi, B2B modeli esa sanoat va ulgurji savdoda muhim ahamiyat kasb etishi aniqlangan. Tadqiqotning uchinchi bosqichida internet-magazinlarning iqtisodiy samaradorligiga ta'sir etuvchi omillar o'rganildi. Jumladan, savdo xarajatlarini kamaytirish, bozor qamrovini kengaytirish, marketing jarayonlarini raqamlashtirish va mijozlar bilan o'zaro aloqani yaxshilash kabi jihatlar tahlil qilindi. Shu bilan birga, internet-magazinlar faoliyatida uchraydigan muammolar — axborot xavfsizligi, elektron to'lov tizimlarining ishonchliligi va logistika jarayonlari bilan bog'liq masalalar aniqlab berildi. Tadqiqot jarayonida olingan natijalar internet-magazinlarning zamonaviy sharoitda samarali faoliyat yuritishi uchun kompleks yondashuv zarurligini ko'rsatdi. Xususan, texnologik infratuzilmani rivojlantirish, huquqiy-me'yoriy bazani takomillashtirish va iste'molchilar ishonchini oshirish internet-magazinlar barqaror rivojlanishining asosiy omillari sifatida belgilandi. Mazkur tadqiqot natijalari elektron tijorat sohasida olib borilayotgan ilmiy izlanishlarni boyitish bilan birga, internet-

magazinlar faoliyatini tashkil etish va rivojlantirishda amaliy ahamiyatga ega bo'lishi mumkin.

Tadqiqotlar metodologiyasi

Mazkur tadqiqot internet-magazinlar faoliyatini o'rganishga qaratilgan bo'lib, unda ilmiy bilishning nazariy va amaliy usullaridan foydalanildi. Tadqiqot jarayonida tahlil va sintez, taqqoslash, tizimli yondashuv hamda mantiqiy umumlashtirish usullari qo'llanildi. Shuningdek, internet-magazinlarning asosiy turlarini aniqlash va ularning xususiyatlarini baholashda ilmiy adabiyotlar va normativ-huquqiy hujjatlar tahlili amalga oshirildi. Tadqiqot natijalari asosida xulosalar chiqarilib, internet-magazinlarning elektron tijorat tizimidagi o'rni ilmiy jihatdan asoslab berildi.

Tahlil va natijalar

Olib borilgan tahlillar shuni ko'rsatdiki, internet-magazinlar elektron tijoratning eng samarali va tez rivojlanayotgan shakllaridan biri hisoblanadi. Ular savdo jarayonlarini soddalashtirib, vaqt va xarajatlarni kamaytirish orqali iste'molchilar va tadbirkorlar uchun qulaylik yaratadi. Tahlil natijalariga ko'ra, B2C modeli eng keng tarqalgan internet-magazin turi bo'lib, B2B modeli ulgurji savdo va korporativ xaridlarda muhim ahamiyat kasb etadi. Shuningdek, internet-magazinlarning rivojlanishiga axborot texnologiyalari infratuzilmasi, elektron to'lov tizimlari va logistika xizmatlari bevosita ta'sir ko'rsatishi aniqlandi. Tadqiqot natijalari internet-magazinlar faoliyatini samarali tashkil etish uchun texnologik va tashkiliy omillarni uyg'unlashtirish zarurligini ko'rsatdi.

Xulosa va takliflar

Xulosa qilib aytganda, internet-magazinlar zamonaviy raqamli iqtisodiyotning muhim tarkibiy qismi bo'lib, savdo-sotiq jarayonlarining samaradorligini oshirishda muhim rol o'ynaydi. Tadqiqot natijalari internet-magazinlar elektron tijoratning asosiy shakllaridan biri ekanligini hamda ularning B2C va B2B modellari amaliyotda keng qo'llanilishini ko'rsatdi. Internet-magazinlar faoliyatini yanada rivojlantirish uchun elektron to'lov tizimlarining ishonchliligini oshirish, logistika xizmatlarini takomillashtirish hamda axborot xavfsizligini ta'minlashga qaratilgan chora-tadbirlarni

kuchaytirish tavsiya etiladi. Shuningdek, internet-savdo sohasida huquqiy-me'yoriy bazani yanada rivojlantirish internet-magazinlarning barqaror faoliyat yuritishiga xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Turayev B.X. Elektron tijorat asoslari. — Toshkent: Iqtisodiyot nashriyoti, 2020.
2. Laudon K.C., Traver C.G. E-Commerce: Business, Technology, Society. — 16-nashr. Pearson Education, 2021.
3. Kalakota R., Whinston A.B. Electronic Commerce: A Manager's Guide. — Addison-Wesley, 2019.
4. Turdiyev S.S. Elektron savdo tizimlarining iqtisodiy samaradorligi // Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar ilmiy jurnali, 2022, №3.
5. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishga oid farmon va qarorlari.
6. Chaffey D. Digital Business and E-Commerce Management. — Pearson Education, 2020
7. Suyarov, A.M. Formation of information and communication competence of the teacher as one of the main tasks of modern education. Web of Scientist: International Scientific Research Journal, Vol. 4, Issue 4, April 2023. – P. 243-257.
8. Suyarov, A., Raximov, S., Abduraxmanov, M. Methodology of using information technology software tools in teaching mathematics. The Eurasia Proceedings of Educational and Social Sciences (EPESS), 45, 106-115, 2025.