

ELEKTRON SAVDO TURLARINI RIVOJLANTIRISHNING JAHON TAJRIBASI

Yuldashev Shadiyor Shuxrat o'g'li

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti

To'rtko'l fakulteti

Mutaxassislik gumanitar va aniq fanlar kafedrası

Katta o'qituvchisi.

Sardorbek Ro'zimov Otaxon o'g'li

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti

To'rtko'l fakulteti

Axborot tizimlari va texnologiyalari

(tarmoqlari va sohalari bo'yicha)

yo'nalishi 4-bosqich talabasi

Annotatsiya. Tadqiqotda xalqaro marketplace'larning kichik biznes raqobatbardoshligiga ko'rsatayotgan iqtisodiy ta'siri o'rganildi. Elektron savdo platformalari orqali mahsulotni xorijiy bozorlarga taklif qilish imkoniyati kichik tadbirkorlikning savdo hajmini oshirish, mijozlar doirasini kengaytirish va sotuv jarayonini tezlashtirishga xizmat qilishi aniqlandi. Bunda marketplace infratuzilmasi, to'lov tizimlari, reklama vositalari va logistika xizmatlaridan foydalanish tadbirkorlarga qo'shimcha qulaylik yaratadi. Shu bilan birga, kuchli raqobat, platforma komissiyalari, marketing xarajatlari va yetkazib berish talablari kichik biznesning barqaror faoliyat yuritishiga ta'sir ko'rsatishi mumkinligi qayd etildi. Tahlillar marketplace'lardan oqilona foydalanish, mahsulot sifatini oshirish, brendni to'g'ri shakllantirish va mijozlar ehtiyojini chuqur tahlil qilish kichik biznesning xalqaro bozordagi pozitsiyasini mustahkamlashini ko'rsatdi. Tadqiqot natijalari elektron savdo platformalarining kichik biznes rivojlanishidagi o'rni tobora ortib borayotganini tasdiqlaydi.

Kalit soʻzlar: Xalqaro marketplace, kichik biznes, elektron savdo, global bozor, raqobatbardoshlik, logistika, mahsulot sotuvi, raqamli platforma, tadbirkorlik rivoji, elektron tijorat.

Xalqaro marketplace'lar elektron tijoratning jadal rivojlanishi natijasida shakllangan bozor infratuzilmasining muhim qismiga aylandi. Ularning paydo bo'lishi internet texnologiyalarining ommalashuvi, global logistika tizimining takomillashuvi va raqamli to'lov mexanizmlarining keng qo'llanilishi bilan chambarchas bog'liqdir. Dastlab kichik miqyosda faoliyat boshlagan savdo platformalari bugungi kunda millionlab sotuvchilar va xaridorlarni birlashtiruvchi yirik iqtisodiy ekotizimga aylandi.

Marketplace'lar mahsulotni dunyo bo'ylab taklif qilish imkonini yaratgani tufayli savdo jarayonining geografik chegaralari keskin kengaydi. Bu holat kichik biznes uchun yangi bozorlarni o'zlashtirishni osonlashtirdi, xaridorlar tanlovini kengaytirdi va raqobatni kuchaytirdi. Mazkur platformalar marketing, logistika va to'lov tizimlarini o'zida birlashtirib, tadbirkorlarga an'anaviy savdoda talab qilinadigan ko'plab xarajatlarni kamaytirish imkonini beradi.

Shuningdek, marketplace'lar iqtisodiyotga investitsiyalar oqimini faollashtiradi, xizmat ko'rsatish, transport, saqlash va IT sohalarida yangi ish o'rinlarining paydo bo'lishiga turtki beradi. Ularning faoliyati hududiy iqtisodiy integratsiyani kuchaytirib, global savdo aloqalarini jadallashtiradi. Shu jihatdan, marketplace'lar zamonaviy iqtisodiy tizimning barqaror o'sishini qo'llab-quvvatlovchi muhim mexanizm hisoblanadi.

So'nggi yillarda elektron tijoratning tez sur'atlar bilan rivojlanishi xalqaro marketplace'lar faoliyatini keskin oshirdi. Ushbu platformalar orqali kichik va o'rta biznes subyektlari mahsulotlarini butun dunyo bo'ylab taklif eta oladi, shu bilan birga bozorda raqobat ham sezilarli darajada kuchayadi. Marketplace'lar global xaridorlar auditoriyasini taqdim etadi, bu esa tadbirkorlarga yangi bozor segmentlarini kashf etish imkonini beradi. Biroq kuchli raqobat narxlar bosimi, mahsulot sifatini doimiy nazorat qilish va marketing strategiyalarini yangilab borishni talab qiladi.

Tahlillar shuni ko'rsatadiki, raqobatning kuchayishi kichik biznes uchun ijobiy va salbiy oqibatlarni uyg'unlashtiradi. Ijobiy jihatdan, platformalar orqali kompaniyalar

mahsulotlarini keng auditoriyaga yetkazish, brend tanilishini oshirish va savdo jarayonlarini avtomatlashtirish imkoniyatiga ega bo'ladi. Shu bilan birga, salbiy ta'sir sifatida kichik tadbirkorlar resurslar va vaqt yetishmovchiligi sababli kuchli raqobatchilar bilan samarali raqobat qila olmay qolishi mumkin.

Shuningdek, global platformalardagi raqobat mahsulotlar sifatini yaxshilash, logistika tizimini optimallashtirish va mijozlar bilan aloqalarni mustahkamlashni zarur qiladi. Strategik marketing, innovatsion yechimlar va sifatli xizmat ko'rsatish orqali kichik biznes platformalardagi o'z o'rnini mustahkamlashi mumkin. Shu tarzda, raqobat kichik biznesni samarali boshqarish va bozorda barqaror pozitsiya egallashga undaydi.

Natijada, global savdo platformalarida raqobatning kuchayishi kichik biznesning o'sishi, innovatsiyalarni joriy etishi va bozor sharoitlariga moslashuvchanligini oshirishga xizmat qiladi.

Kichik biznesning xalqaro marketplace'larda muvaffaqiyat qozonishi uchun strategik yondashuv muhim ahamiyatga ega. Birinchi navbatda, mahsulot yoki xizmat sifati raqobatning asosiy omili sifatida qoraladi. Mahsulotni doimiy ravishda takomillashtirish, mijozlar fikrini hisobga olish va innovatsion yechimlarni joriy etish tadbirkorning bozor pozitsiyasini mustahkamlaydi. Shu bilan birga, marketing va brendni rivojlantirish strategiyasi raqobatbardoshlikni oshirishda muhim vosita bo'lib xizmat qiladi. Ijtimoiy tarmoqlar, elektron pochta marketingi va kontent yaratish orqali mijozlar bilan samarali aloqani tashkil etish, mahsulotni tanitish va sotishni rag'batlantirishga yordam beradi.

Logistika va yetkazib berish tizimini optimallashtirish ham raqobatbardoshlikni oshiruvchi omillardandir. Tez va ishonchli yetkazib berish xizmatlari mijozlarning qoniqishini oshiradi va sotuv hajmini ko'paytiradi. Narx siyosati ham strategik jihatdan muhim: raqobatbardosh narx belgilash va chegirma tizimini joriy etish xaridorlarni jalb qilishga yordam beradi.

Shuningdek, mijozlar bilan uzluksiz muloqot qilish, feedback tizimini yo'lga qo'yish va xizmat ko'rsatish sifatini yaxshilash raqobatbardoshlikni mustahkamlaydi. Kichik biznes egalari uchun texnologik vositalardan foydalanish ham zarur: analitik

platformalar va marketplace statistikasi yordamida savdo tendensiyalarini kuzatish va strategiyani moslashtirish imkoniyati mavjud.

Umuman olganda, sifatni oshirish, marketingni takomillashtirish, yetkazib berish tizimini yaxshilash va mijozlar bilan samarali aloqani yo'lga qo'yish kichik biznesning xalqaro bozorda barqaror raqobatbardoshligini ta'minlaydigan asosiy strategiyalar sifatida qaraladi.

Xulosa: Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, xalqaro marketplace'lar kichik biznes subyektlari uchun yangi iqtisodiy imkoniyatlarni ochadi va ularning raqobatbardoshligini sezilarli darajada oshiradi. Platformalarga kirish orqali tadbirkorlar global xaridorlar bilan muloqot qilishi, mahsulotlarini keng auditoriyaga yetkazishi va marketing xarajatlarini kamaytirishi mumkin. Shu bilan birga, kuchli raqobat, yetkazib berish tizimi va platforma xizmat haqlarining mavjudligi kichik biznesni strategik yondashuvga, innovatsion marketing usullarini qo'llashga va mahsulot sifatini muntazam yaxshilashga majbur qiladi. Tahlillar shuni ko'rsatadiki, muvaffaqiyatli kichik biznes raqobatbardoshligini oshirishda asosiy omillar sifatida sifatli mahsulot, mijozlar bilan mustahkam aloqalar, logistika samaradorligi va brend imidjini rivojlantirish ajralmas hisoblanadi. Shu bilan birga, tadbirkorlar uchun moliyaviy rejalashtirish va risklarni baholash ham muhim rol o'ynaydi, chunki global platformalarda xaridorlar talab va narx o'zgarishlariga tez moslashishni talab qiladi. Natijalar shuni ko'rsatadiki, xalqaro marketplace'larni samarali qo'llash kichik biznesning ichki va tashqi bozorlar bilan integratsiyasini kuchaytiradi va ularning uzoq muddatli raqobatbardoshligini ta'minlaydi. Shuningdek, tadqiqotlar platformalardan foydalangan holda kichik biznesni qo'llab-quvvatlash mexanizmlarini ishlab chiqish zarurligini ham tasdiqlaydi. Umuman olganda, global savdo maydonlari kichik biznesni rivojlantirish va ularning iqtisodiy barqarorligini oshirishda muhim vosita sifatida namoyon bo'ladi.

Foydalanilgan adabiyotlar

Abdurahmonov, S. (2021). Elektron tijorat va kichik biznesning rivojlanish imkoniyatlari. Toshkent: Iqtisodiyot va biznes nashriyoti.

- Qodirov, M. (2020). Global elektron savdo platformalarining iqtisodiy samaradorligi. Toshkent: O'zbekiston Milliy Universiteti Nashriyoti.
- Ismoilov, R. (2019). Kichik biznesning raqobatbardoshligini oshirish strategiyalari. Toshkent: Iqtisodiy Tadqiqotlar Markazi.
- Xasanov, A. (2022). Xalqaro marketplace'lar va tadbirkorlik subyektlariga ta'siri. Toshkent: Elektron Savdo va Marketing Jurnali, 3(12), 45-58
- Yo'ldoshev, F. (2021). Kichik biznesni qo'llab-quvvatlash va innovatsion texnologiyalar. Toshkent: Toshkent Davlat Iqtisodiyot Universiteti Nashriyoti.