

IQTISODIYOTNI RAQAMLASHTIRISH SHAROITIDA ELEKTRON TIJORATNI BOSHQARISH ZARURIYATI

Radjabova Malikaxon

Toshkent xalqaro universiteti

ORCID: 0009-0007-8377-6101

malika060497@gmail.com

Annotatsiya. Ushbu maqolada iqtisodiyotni raqamlashtirish sharoiti tida elektron tijoratni boshqarish zarurati va uning zamonaviy iqtisodiyotdagi o'рни tahlil qilinadi. Raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi natijasida elektron tijorat tizimlari biznes jarayonlarining ajralmas qismiga aylangani asoslab beriladi. Maqolada elektron tijoratni samarali boshqarishning asosiy yo'nalishlari, jumladan, raqamli infratuzilma, logistika, to'lov tizimlari va mijozlar bilan ishlash mexanizmlari ko'rib chiqiladi. Shuningdek, raqamlashtirish jarayonida yuzaga keladigan muammolar va ularni hal etish yo'llari ilmiy jihatdan tahlil etiladi. Tadqiqot natijalari elektron tijoratni boshqarish tizimini takomillashtirish va uning samaradorligini oshirishga qaratilgan amaliy tavsiyalar ishlab chiqishga xizmat qiladi.

Kalit so'zlar: raqamli iqtisodiyot, elektron tijorat, boshqaruv, raqamlashtirish, onlayn savdo, raqamli infratuzilma, to'lov tizimlari, logistika, innovatsion texnologiyalar, biznes jarayonlari, elektron savdo, raqamli transformatsiya.

НЕОБХОДИМОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИЕЙ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

Раджабова Маликахон

Ташкентский международный университет

Аннотация. В данной статье рассматривается необходимость управления электронной коммерцией в условиях цифровизации экономики и её роль в современной экономической системе. Обосновывается, что в результате стремительного развития цифровых технологий системы электронной коммерции стали неотъемлемой частью бизнес-процессов. В статье анализируются основные направления эффективного управления электронной коммерцией, включая цифровую инфраструктуру, логистику, платёжные системы и механизмы взаимодействия с клиентами. Также рассматриваются проблемы, возникающие в процессе цифровизации, и предлагаются пути их решения с научной точки зрения. Результаты исследования направлены на совершенствование системы управления электронной коммерцией и повышение её эффективности.

Ключевые слова: цифровая экономика, электронная коммерция, управление, цифровизация, онлайн-торговля, цифровая инфраструктура, платёжные системы, логистика, инновационные технологии, бизнес-процессы, электронная торговля, цифровая трансформация.

THE NECESSITY OF MANAGING E-COMMERCE IN THE CONTEXT OF ECONOMIC DIGITALIZATION

Radjabova Malikakhon

Tashkent International University

Abstract. *This article examines the necessity of managing e-commerce in the context of economic digitalization and its role in the modern economy. It substantiates that, due to the rapid development of digital technologies, e-commerce systems have become an integral part of business processes. The paper analyzes the main directions of effective e-commerce management, including digital infrastructure, logistics, payment systems, and customer interaction mechanisms. It also explores the challenges arising in the process of digital transformation and proposes scientifically grounded solutions. The results of the study are aimed at improving the e-commerce management system and enhancing its efficiency.*

Keywords: *digital economy, e-commerce, management, digitalization, online trade, digital infrastructure, payment systems, logistics, innovative technologies, business processes, digital transformation.*

Kirish.

Bugungi kunda jahon iqtisodiy va siyosiy makonining yetakchilari aynan axborot texnologiyalarini rivojlantirish vektorini aniqlashni, ulardan foydalanish uchun yangi imkoniyatlardan foydalanishni o'rgangan mamlakatlardir. Axborot va telekommunikatsiya texnologiyalari sanoati jahon iqtisodiyotining eng jadal rivojlanayotgan tarmoqlaridan biri ekanligi hammaga ma'lum.

Elektron biznes (Internet-biznes) va elektron tijorat kabi tushunchalar iqtisodiy muhitda nisbatan yaqinda paydo bo'lganligi bejiz emas. Elektron tijorat bir qator yangi biznes imkoniyatlarini yaratishda vositadir.

Elektron tijoratda eng muhimi mijozlar bilan munosabatlar mexanizmini yaratishdir. Elektron tijorat texnologiyalari faoliyatning barcha sohalariga kirib boradi va kompaniyani tijorat maqsadlariga erishishga yaqinlashtiradi.

Shunday qilib, raqamli iqtisodiyotning shakllanishi global onlayn ta'lim bozorining o'sishiga yordam berdi. Raqamli kontent bozori ham kengayib bormoqda.

Elektron biznes (Internet-biznes) va elektron tijorat kabi tushunchalar iqtisodiy muhitda nisbatan yaqinda paydo bo'lganligi bejiz emas. Elektron tijorat bir qator yangi biznes imkoniyatlarini yaratishda vositadir, masalan:

- axborot (biznes) biznes muhiti tizimlari;
- videokonferentsiyalar;
- o'qitish;
- moliyaviy o'zaro ta'sir;
- elektron texnologiyalarga asoslangan kompaniyalar o'rtasidagi yangi munosabatlar;
- tovarlar /xizmatlarni ishlab chiqarish va sotib olish;
- marketingning yangi modellari;
- hamkorlik va boshqalar.

Elektron tijoratda eng muhimi mijozlar bilan munosabatlar mexanizmini yaratishdir, ular orasida:

- onlayn reklama va marketing;
- onlayn buyurtma berish imkoniyati;
- mijozlarga onlayn xizmat ko'rsatish;
- mahsulot va xizmatlarning mijozlar talablariga maksimal darajada muvofiqligi.

Adabiyotlar sharhi.

Iqtisodiyotni raqamlashtirish sharoitida elektron tijoratni boshqarish masalasi zamonaviy iqtisodiy tadqiqotlarda muhim yo'nalishlardan biri hisoblanadi. Raqamli iqtisodiyot tushunchasi va uning tarkibiy qismi sifatida elektron tijoratning rivojlanishi ko'plab olimlar tomonidan turlicha yondashuvlar asosida tadqiq etilgan.

Tapscott raqamli iqtisodiyotni axborot texnologiyalari asosida shakllanadigan yangi iqtisodiy tizim sifatida ta'riflab, unda biznes jarayonlari to'liq raqamli muhitga ko'chishini ta'kidlaydi (Brynjolfsson, Kahin, 2000). Uning fikricha, elektron tijorat raqamli iqtisodiyotning asosiy drayverlaridan biri hisoblanadi.

Brynjolfsson va Kahin (2000) raqamli texnologiyalarning iqtisodiyotga ta'sirini tahlil qilib, elektron tijorat orqali bozor samaradorligi oshishi, tranzaksion xarajatlar kamayishi va yangi biznes modellari shakllanishini ko'rsatib o'tadi.

Laudon va Traver (2020) elektron tijoratni Internet orqali tovar va xizmatlarni sotish va xarid qilish jarayoni sifatida ta'riflab, uni boshqarishda axborot tizimlari, logistika va to'lov mexanizmlarining o'zaro bog'liqligini alohida ta'kidlaydi.

Turban va hammualliflar (2018) elektron tijoratni kompleks tizim sifatida ko'rib, uning samarali faoliyati raqamli infratuzilma, axborot xavfsizligi va mijozlar bilan munosabatlarni boshqarishga bog'liq ekanligini asoslab beradi.

Porter (2001) Internet va elektron tijoratning raqobat muhitiga ta'sirini tahlil qilib, kompaniyalar uchun strategik pozitsiyani to'g'ri tanlash muhimligini ta'kidlaydi.

Kalakota va Robinson (2001) elektron tijoratni transformatsiya vositasi sifatida baholab, uning korxonalar faoliyatini avtomatlashtirish, samaradorlikni oshirish va mijozlarga yo'naltirilgan xizmatlarni rivojlantirishdagi ahamiyatini ko'rsatadi.

Chaffey (2015) raqamli marketing va elektron tijoratni integratsiyalashtirish masalalariga e'tibor qaratib, onlayn muhitda mijozlar bilan samarali muloqot o'rnatish boshqaruvning muhim elementi ekanligini ta'kidlaydi.

Rayport va Jaworski (2003) elektron tijoratda qiymat yaratish jarayonlarini tahlil qilib, virtual bozorlarda raqobat ustunligiga erishish uchun innovatsion yondashuvlar zarurligini ko'rsatadi.

Zwass (1996) elektron tijorat tushunchasini ilk tadqiq etgan olimlardan biri sifatida uni axborot texnologiyalari orqali biznes operatsiyalarini amalga oshirish tizimi sifatida ta'riflaydi.

O'zbekistonlik olimlardan Yakubov, Ilxamova va Azizova (2019) elektron tijoratning milliy iqtisodiyotdagi o'rnini tahlil qilib, uni rivojlantirishda infratuzilma, huquqiy baza va kadrlar salohiyati muhim omillar ekanligini ta'kidlaydilar.

Shuningdek, Ayupov va boshqalar (2016) elektron biznes va elektron tijoratni rivojlantirishda uchraydigan muammolarni tahlil qilib, ularni bartaraf etishda davlat siyosatining muhim o'rin tutishini qayd etadilar.

Yuqorida keltirilgan ilmiy yondashuvlar shuni ko'rsatadiki, iqtisodiyotni raqamlashtirish sharoitida elektron tijoratni samarali boshqarish uchun raqamli infratuzilmani rivojlantirish, axborot xavfsizligini ta'minlash, innovatsion texnologiyalarni joriy etish va mijozlarga yo'naltirilgan boshqaruv mexanizmlarini takomillashtirish muhim ahamiyatga ega.

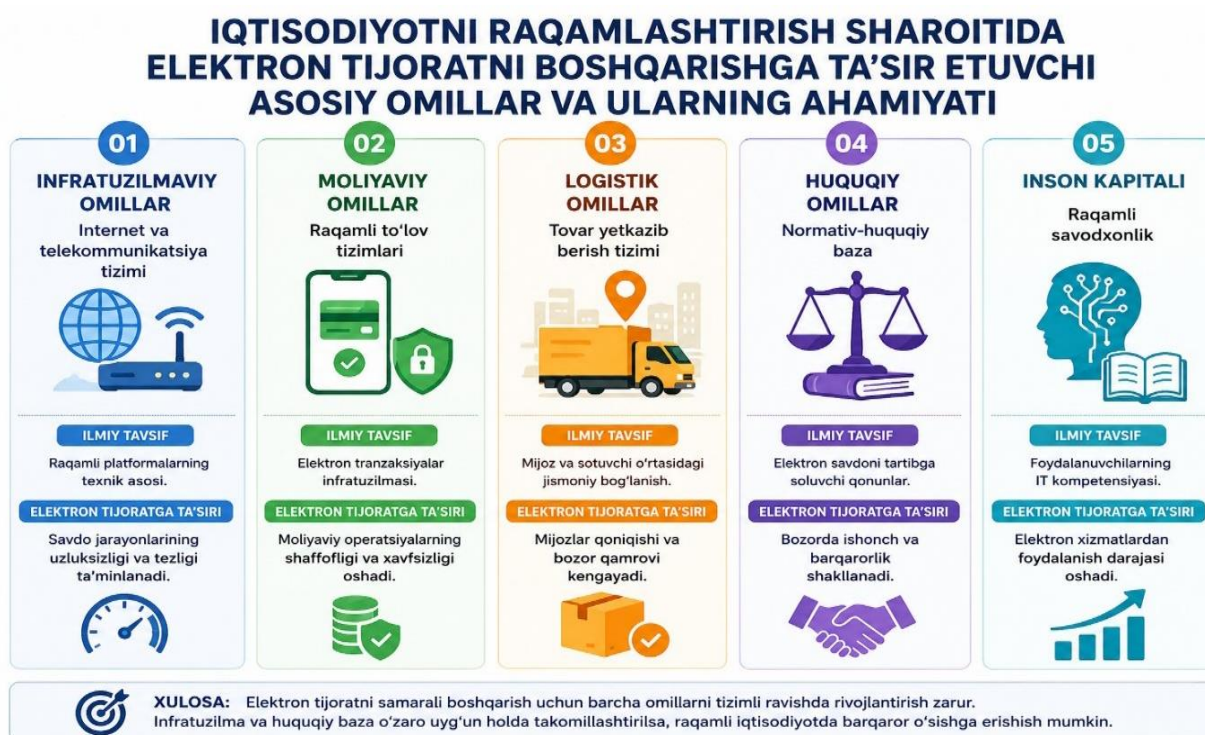
Tadqiqot metodologiyasi.

Tadqiqot ishini bajarishda iqtisodiyotni raqamlashtirish sharoitida elektron tijoratni boshqarish zaruriyatini ilmiy jihatdan o'rganish uchun bir qator umumilmiy va maxsus ilmiy tadqiqot metodlaridan foydalanildi. Jumladan, kuzatish, ma'lumotlarni yig'ish va tahlil qilish, tizimli yondashuv, taqqoslash, umumlashtirish hamda mantiqiy xulosa chiqarish

usullari qo'llanildi. Shuningdek, elektron tijorat sohasidagi milliy va xorijiy olimlarning ilmiy qarashlari, raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish tendensiyalari, elektron savdoni boshqarishning zamonaviy mexanizmlari hamda ushbu sohada uchrayotgan asosiy muammolar va ularning yechimlari bo'yicha ilmiy izlanishlar o'rganildi. Tadqiqot davomida O'zbekiston Respublikasining elektron tijorat va raqamli iqtisodiyotni tartibga soluvchi qonunlari, normativ-huquqiy hujjatlari hamda xalqaro tajribalar tahlil qilindi. Olingan ma'lumotlar asosida umumlashtirish va qiyosiy tahlil usullari orqali xulosa va takliflar ishlab chiqildi.

Tahlil va natijalar muhokamasi.

Iqtisodiyotni raqamlashtirish sharoitida elektron tijoratni samarali boshqarish zamonaviy iqtisodiy tizimning strategik yo'nalishlaridan biri hisoblanadi. Raqamli transformatsiya jarayoni iqtisodiy munosabatlarni tubdan o'zgartirib, elektron tijoratning rivojlanishi uchun keng imkoniyatlar yaratmoqda. Shu bilan birga, ushbu sohani boshqarishda tizimli yondashuvni shakllantirish, infratuzilmani takomillashtirish va innovatsion texnologiyalarni joriy etish muhim ahamiyat kasb etadi. Quyida elektron tijoratni rivojlantirish va boshqarishga ta'sir etuvchi asosiy omillar, muammolar va ularning o'zaro bog'liqligi ilmiy tahlil asosida keltirilgan.



1-rasm. Iqtisodiyotni raqamlashtirish sharoitida elektron tijoratni boshqarishga ta'sir etuvchi asosiy omillar va ularning ahamiyati

Ushbu infografika iqtisodiyotni raqamlashtirish sharoitida elektron tijoratni boshqarishga ta'sir etuvchi asosiy omillar tizimini kompleks yondashuv asosida yoritadi. Unda elektron tijoratning samarali faoliyat yuritishi uchun zarur bo'lgan besh asosiy omillar guruhi — infratuzilmaviy, moliyaviy, logistik, huquqiy va inson kapitali omillari o'zaro bog'liq tizim sifatida tasvirlangan.

Infografik tahlilga ko'ra, birinchi o'rinda infratuzilmaviy omillar (internet va telekommunikatsiya tizimi) elektron tijoratning bazaviy texnik asosini tashkil etadi. Mazkur omil savdo jarayonlarining uzluksizligi, tezkorligi va raqamli platformalarning

barqaror ishlashini ta'minlaydi. Bu esa raqamli iqtisodiyotning asosiy funksional infratuzilmasi sifatida xizmat qiladi.

Ikkinchi muhim komponent sifatida moliyaviy omillar, xususan raqamli to'lov tizimlari ko'rsatilgan. Ushbu omil elektron tranzaksiyalarning xavfsizligi va shaffofligini ta'minlab, naqd pulsiz iqtisodiyotning rivojlanishiga xizmat qiladi. Natijada iqtisodiy operatsiyalar samaradorligi oshadi va tranzaksiya xarajatlari kamayadi.

Uchinchi yo'nalish — logistik omillar bo'lib, ular mijoz va sotuvchi o'rtasidagi jismoniy mahsulot aylanishini ifodalaydi. Tovar yetkazib berish tizimining samaradorligi elektron tijoratning amaliy natijadorligini belgilovchi asosiy omillardan biri hisoblanadi. Bu omil mijozlar qoniqishini oshirish va bozor qamrovini kengaytirishda muhim rol o'ynaydi.

To'rtinchi komponent huquqiy omillar bo'lib, normativ-huquqiy baza orqali elektron tijorat faoliyati tartibga solinadi. Ushbu omil bozor ishonchliligi, shaffoflik va institutsional barqarorlikni ta'minlashda asosiy rol o'ynaydi. Huquqiy asoslarning mustahkamligi raqamli iqtisodiyotda investitsion jozibadorlikni oshiradi.

Beshinchi yo'nalish esa inson kapitali bo'lib, u raqamli savodxonlik va IT kompetensiyalar darajasi bilan belgilanadi. Ushbu omil elektron xizmatlardan samarali foydalanish, raqamli platformalarni boshqarish va innovatsion yechimlarni joriy etishda hal qiluvchi ahamiyatga ega.

Umumiy xulosa sifatida shuni ta'kidlash mumkinki, elektron tijoratni samarali boshqarish faqat alohida omillarga emas, balki ularning o'zaro integratsiyalashgan va muvozanatli rivojlanishiga bog'liqdir. Infografikada ko'rsatilganidek, infratuzilma va huquqiy baza uyg'un rivojlanmasa, moliyaviy, logistika va inson kapitali omillarining samaradorligi ham to'liq namoyon bo'la olmaydi. Shu sababli elektron tijoratni boshqarish tizimi kompleks, strategik va tizimli yondashuvni talab etadi.

Xulosa va takliflar.

O'zbekistonda elektron tijoratni rivojlantirish imkoniyatlari yildan yilga o'sib borayotganligini alohida ta'kidlab o'tish lozim. Uning rivojlanishi milliy ishlab chiqaruvchilarimizga yangi bozorlar ochish, yangi mijozlar topish imkoniyatlarini yaratadi. Elektron tijoratni rivojlantirish bo'yicha tanlangan va amaldagi yo'ldan to'g'ri borish, kelajakda O'zbekiston iqtisodiyotini jahon bozorining yetakchi vakillaridan biriga aylantiradi. O'zbekistonda elektron tijorat bo'yicha mavjud muammolarni hal qilishning to'g'ri yo'li tanlanganligi xalq farovonligida, jamiyatimizning taraqqiy topishida, iqtisodiy rivojlanishimizda o'z aksini topadi.

Iqtisodiy obyektlarning axborot oqimlarini, shuningdek mamlakatda korporativ va davlat boshqaruvi tizimlarini doimiy monitoring qilish va filtrlash. Davlat boshqaruvida raqamli texnologiyalarni muvaffaqiyatli joriy etish va ulardan foydalanish uchun zamonaviy it-bozor, korxonalarini innovatsion rivojlantirish va jadal texnologik yangilash uchun yuqori malakali mutaxassislarini tayyorlash zarur. Shunday qilib, raqamli texnologiyalar bozorining barcha ishtirokchilari bilan samarali muloqot qilish, ma'lumotlarni to'plash, qayta ishlash va saqlashni ta'minlash va davlatning boshqaruv qarorlarini qabul qilishda samaradorlikni oshirish imkonini beradi. Xalqaro tajribani hisobga olgan holda, elektron tijorat subyektlarining o'zaro ta'siri raqamli platformalar orqali amalga oshirilib, raqamli ekotizimni yaratishi aniqlandi.

O'zbekistonda elektron tijorat bozor sharoitlari darajasida qurilgan, ammo raqamlashtirish sharoitida yuzaga keladigan xatarlarni hisobga olish kerak: xorijiy raqamli platformalar tomonidan ma'lumotlarni monopollashtirish, texnologik mustaqillik, xavfsizlik masalalari va boshqalar. Ushbu xatarlar normativ-huquqiy bazani, tashkiliy, texnik va boshqa masalalarni yangilashda hisobga olinishi kerak.

Adabiyotlar / Jumepamypa / Reference:

Ayupov R., Azizova M. va boshqalar. (2016) *O'zbekistonda elektron biznes: muammolar va yechimlar.* –T.: TMI.

Brynjolfsson E., Kahin B. (2000) *Understanding the Digital Economy.* – MIT Press.

Chaffey D. (2015) *Digital Business and E-Commerce Management.* – Pearson.

Kalakota R., Robinson M. (2001) *E-Business 2.0: Roadmap for Success.* – Addison-Wesley.

Laudon K.C., Traver C.G. (2020) *E-commerce: Business, Technology, Society.* – Pearson.

Porter M.E. (2001) *Strategy and the Internet.* – Harvard Business Review.

Rayport J.F., Jaworski B.J. (2003) *Introduction to E-Commerce.* – McGraw-Hill.

Turban E., King D., Lee J., Liang T.P. (2018) *Electronic Commerce: A Managerial Perspective.* – Springer.

Yakubov U., Ilxamova U., Azizova M. (2019) *Elektron tijorat.* – T.:

Zwass V. (1996) *Electronic Commerce: Structures and Issues.* – International Journal.