



## SAVDO XIZMATLARI RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISHDA RAQAMLI BIZNES-MODELINI QO'LLASH IMKONIYATLARI

**Rakhimov Akmal Anvar o'g'li**

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti

ORCID: 0009-0004-8327-2702

[raanakmal@mail.ru](mailto:raanakmal@mail.ru)

**Annotatsiya.** Maqolada raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish sharoitida savdo xizmatlari ko'rsatishning barcha biznes jarayonlarini raqamlashtirish, mijozlarning yangicha iste'mol xulq-atvori va taomillarini shakllantirishda bozor subyektlarining yangi formatiga asoslangan raqamli o'zaro munosabatlar muhitini shakllantirish, an'anaviy biznes modelini omnikanalli shaklga o'zgartirish va yangi raqamli vositalar, texnologiyalar, bilim, malaka va o'quvlar, resurslar hamda infratuzilmani shakllantirish imkonini beruvchi savdo xizmatlari raqobatbardoshligini oshirishning raqamli biznes-modelini ishlab chiqish taklif qilingan.

**Kalit so'zlar:** savdo xizmatlari, raqobatbardoshlik, omnikanalli tizim, raqamli iste'molchi, raqamli xaridor, raqamli malaka va o'quvlar.

## ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЦИФРОВЫХ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОРГОВЫХ УСЛУГ

**Рахимов Акмал Анвар угли**

Самаркандский институт экономики и сервиса

**Аннотация.** В статье рассматривается цифровизация бизнес-процессов торговых услуг в условиях развития цифровой экономики, формирование цифровой бизнес-среды на основе нового формата взаимодействия субъектов рынка в формировании нового потребительского поведения и трансформация традиционной бизнес-модели в омниканальный формат развития. предложены разработки цифровую бизнес-модель повышения конкурентоспособности торговых услуг позволяющее формировать цифровые ресурсы и инфраструктуру организации торговых услуг.

**Ключевые слова:** торговые услуги, конкурентоспособность, омниканальность, цифровой потребитель, цифровой покупатель, цифровые навыки и умение

## THE POSSIBILITIES OF USING DIGITAL BUSINESS MODELS FOR THE COMPETITIVENESS OF TRADE SERVICES

**Rakhimov Akmal Anvar ugli**

Samarkand Institute of Economics and Service

**Abstract.** The article examines the digitalization of business processes of trade services in the context of the development of the digital economy, the formation of a digital business environment based on a new format of interaction between market subjects in the formation of new consumer behavior and the transformation of the traditional business model into an omnichannel development format. The development of a digital business model for increasing the competitiveness of trade services has been proposed, allowing for the formation of digital resources and infrastructure for organizing trade services.

**Keywords:** trade services, competitiveness, omnichannel, digital consumer, digital buyer, digital skills and abilities.

### **Kirish.**

Bugungi iqtisodiy sharoitlarda savdo xizmatlarining jadal suratlar bilan rivojlanishi va raqobatbardoshligi iqtisodiy munosabatlarning raqamlashib borishi, raqamli o'zaro munosabatlarning rivojlanishi tufayli ro'y berayotgan o'zgarishlar asosida mazkur xizmatlarning yangicha iste'mol taomillari asosida iste'mol qimmatdorligining shakllanishi bilan ham tavsiflanadi. Bugungi kunda raqamli texnologiyalar yordamida savdo xizmatlari samaradorligi va raqobatbardoshligini oshirishning zamonaviy mexanizmlari tobora ommalashib, foydani oshirish, savdo xizmatlari ko'rsatuvchi sub'ektlarning ijobiy imijini shakllantirish (Shavqiyev va boshq. 2019), mavjud raqobat ustunliklarini rivojlantirish asosida bozorni keng miqyosda qamrab olishda biznesning raqamli texnologiyalarini qo'llash imkoniyatlarini yanada kengaytirish zarurati paydo bo'ldi. Shunga ko'ra Biznes jarayonlarining omnikanalli sotish tizimlariga o'tib borishi tufayli savdo xizmatlarini an'anaviy va onlayn formatlarda rivojlantirishda savdo xizmati ko'rsatish samaradorligini baholashga nisbatan yangicha yondashuvlarni qo'llash lozim.

### **Adabiyotlar sharhi.**

Xorijlik olimlardan P.Druker (2004) raqobatbardoshlik masalalariga bag'ishlangan tadqiqotlarida tadbirkorlik faoliyatiga keng urg'u berilgan bo'lib, "...tadbirkorlik faoliyatining asosiy maqsadi foyda olish hisoblanadi. tadbirkor qancha ko'p foyda olsa u iste'molchilarga shuncha yaxshi xizmat ko'rsatishni, sifatli mahsulotlar ishlab chiqarishni yo'lga qo'yadi. Natijada u boshqa ishtirokchilariga nisbatan raqobatbardosh hisoblanadi".

Xorijlik olimlardan M.Meskon, M.Albert, F.Xeodurilarning (2004) fikriga ko'ra, "...raqobatbardoshlik iste'molchilarni jalb qilish va ularni saqlab qolish imkoniyatini ifoda etadi. Bunda eng asosiy masala harajatlarni raqobatchi korxonada darajasida saqlab qolishdir. Shuningdek, raqobatbardoshlik tovar narxi va iste'molchining ushbu tovardan olishi mumkin bo'lgan nafliligi o'rtasidagi o'zaro uyg'unlik hamdir"

K.M.Ibodovning (2022) ilmiy-uslubiy ishlarida korxonada yoki tadbirkorlik sub'ektlarining raqobatbardoshligi, xizmatlar raqobatbardoshligini oshirish masalasi "...xizmat ko'rsatish jarayonini mijozlarning individual xohish-istaklari negizida takomillashtirishga ko'p jihatdan bog'liq" ekanligi ko'rsatib o'tilgan.

U.N.Normurodov (2022) tadqiqotlarida raqobatbardoshlik chakana savdo korxonasi darajasida ko'rib chiqilgan bo'lib, bu tushunchaga - "...raqobatchilarga nisbatan chakana savdo xizmatlari ko'rsatuvchi iqtisodiy sub'ektning aholi uchun qulay joylashishi, savdo maydonining qulay va zamonaviy sotish usullariga mos jihozlanganligi, tovarlar assortimentlarini mo'l-ko'lligi hamda haridorlarga tovarlarni vaqt birligida malakali xodimlar tomonidan sifatli savdo servisi ko'rsatish orqali ko'proq sotishga va yuqori foydaga erishishidagi ustunligi" sifatida ta'rif berilgan.

Shu bilan birga zamonaviy iqtisodiy munosabatlarning rivojlanish yo'nalishida raqamli texnologiyalarni qo'llash asosida savdo xizmatlari raqobatbardoshligini oshirish imkoniyatlari ortib bormoqda.

### **Tadqiqot metodologiyasi.**

Tadqiqot davomida induksiya va deduksiya, o'rtacha miqdorlar, guruhlash, ijtimoiy so'rov, anketa, mantiqiy tahlil, usullardan foydalanilgan. Tadqiqot natijalarini umumiy yaxlit tarzda ifodalash maqsadida jadval va rasmlardan foydalanilgan. Tadqiqot gipotezasi savdo xizmatlari ko'rsatishda raqamli biznes-modellarini qo'llash kelgusida raqobatbardoshligini oshirishi mumkinligiga asoslanadi.

**Savdo xizmatlari ko'rsatishning raqamli ishtirokchilari** (ishlab chiqaruvchilar, ulgurji savdo, raqobatchilar, iste'molchilar, notijorat tashkilotlar, boshqa qo'shimcha xizmatlar ko'rsatuvchi sub'ektlar)

**Raqamli biznes modeli**

**Missiyasi.** Iste'molchilarning savdo xizmatlariga bo'lgan talabini yuqori darajada qondirish

**Maqsadi.** Savdo xizmatlari ko'rsatishda iqtisodiy sub'ektlar o'rtasida samarali hamkorlik va iqtisodiy munosabatlarni yo'lga qo'yish hamda raqamli resurslardan samarali foydalanish asosida iqtisodiy manfaatdorlikka erishish

**Ishlab chiqaruvchilar bilan o'zaro munosabatlar**

**Vazifalar:** bozor ishtirokchilar o'rtasida omnikanallilik tamoyiliga ko'ra raqamli texnologiyalar asosida munosabatlarni yo'lga qo'yish.

**Funksiyalar:** raqamli integratsiyalashuv, agregatsiya, raqamli huquq va vakolatlarni belgilash.

**Yondashuvlar:** harid to'g'risida optimal qaror qabul qilish, logistik optimallashtirish, data-driven-ta'minot zanjiri va shu kabilar.

**Raqamli texnologiya va usullar:** blokcheyn, smart-shartnoma, BigData, CRM-texnologiyasi.

**Iste'molchilar bilan o'zaro munosabatlar**

**Vazifalar:** omnikanallilik tamoyiliga ko'ra iste'molchilarning ehtiyojini raqamli texnologiyalar asosida maksimal qondirishga erishish.

**Funksiyalar:** raqamli integratsiyalashuv, ommaboplikka erishish, raqamli muhitda cheklanmagan harid va kirish huquqini belgilash.

**Yondashuvlar:** harid to'g'risida optimal qaror qabul qilish, raqamli-marketing, mijozlarga yo'naltirilganlik, qidiruvni optimallashtirish va shu kabilar.

**Raqamli texnologiya va usullar:** BigData, sun'iy intellekt, virtual reallik, kontent va target reklamasi, neyromarketing.

**Savdo xodimlari bilan o'zaro munosabatlar**

**Vazifalar:** omnikanallilik tamoyiliga ko'ra savdo jarayonlarini tashkil qilish raqamli texnologiyalar asosida zamonaviy savdo xizmatlari infratuzilmasini yaratish.

**Funksiyalar:** bo'limlar bilan aloqalarni raqamli integratsiyalash, raqamli huquq, burch va majburiyatlarni belgilash.

**Yondashuvlar:** xizmat ko'rsatish jarayonlarini optimallashtirish, lean production, lean management, SMART-planing va shu kabilar.

**Raqamli texnologiya va usullar:** BigData, Wi-Fi, sun'iy intellekt, bulutli texnologiyalar.

Savdo xizmatlarini ko'rsatish muhiti

Savdo xizmatlarining raqamlashuv darajasi

**Raqamli uquvlar:** raqamli savodxonlik, raqamli kontentlar bilan ishlash, raqamli tajriba, raqamli muhitda ishlashga moslashuvchanlik, raqamli muhitda ijtimoiy-javobgarlik, raqamli ish joylarini tashkil qilish va boshqarish, biznes jarayonlarni raqamlashtirish va optimallashtirish, kiberxavfsizlikni ta'minlash va unga rioya qilish.

**Raqamli resurslar:** internet, ma'lumotlar bazasi, raqamli kontent, raqamli xavfsizlik vositalari va shu kabilar.

**Raqamli infratuzilma:** raqamli platforma va servislar, saytlar, internet-hamjamiyat, messengerlar, markazlar, virtual to'lov tizimlari, mobil ilova va marketpleyslar, elektron savdo maydonchalari va shu kabilar

Savdo xizmatlari ko'rsatish

Savdo xizmatlari raqobatbardoshlik darajasining oshishi

**1-rasm. Savdo xizmatlari raqobatbardoshligini oshirishning raqamli biznes-modeli**

*Manba: muallif ishlanmasi.*

### Tahlil va natijalar muhokamasi.

Tahlillar shuni ko'rsatadiki, savdo xizmatlari raqobatbardoshligini bir vaqtning o'zida an'anaviy va raqamli savdo kanallaridan foydalangan holda baholash uning alohida jabhalarini qamrab olgan (Tashmatov, 2023). Mazkur jarayonda bozor ishtirokchilarining o'zaro munosabatlarini, savdo xodimlarining raqamli muhitdagi kasbiy bilim, malaka va ko'nikmalarini, raqamli savdo xizmatlari ko'rsatishning resurs bazasini ham hisobga olgan holda raqobat ustunligiga erishish yo'llarini ham hisobga olish lozim bo'ladi.

Raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish sharoitida savdo xizmatlari ko'rsatishning umumiy xususiyatini savdo biznesi va uning ishtirokchilari uchun tegishli bo'lgan barcha biznes jarayonlarini raqamlashtirish zarurligini keltirib chiqaradi. Shunga asoslanib mijozlarning yangicha iste'mol xulq-atvori va taomillarini shakllantirishda bozor sub'ektlarining yangi formati, ya'ni raqamli haridorlar mavjudligiga asoslangan raqamli o'zaro munosabatlar muhitini shakllantirish, savdo xizmatlari ko'rsatuvchi iqtisodiy sub'ektlarning an'anaviy biznes modelini omnikanalli shaklga o'zgartirish va yangi raqamli vositalar, texnologiyalar, bilim, malaka va o'quvlar, resurslar hamda infratuzilmani shakllantirish imkonini beruvchi savdo xizmatlari raqobatbardoshligini oshirishning raqamli biznes-modelini ishlab chiqish maqsadga muvofiq (1-rasm).

Fikrimizcha, savdo xizmatlari raqobatbardoshligini oshirishda raqamli biznes-modelini qo'llashda avvalo ushbu modelning savdo xizmatlari ko'rsatishda raqamli rivojlanish darajasini hisobga maqsadga muvofiq. Ushbu maqsadda savdo xizmatlari ko'rsatuvchi sub'ektlarning raqamli muhitda strategik bozor pozitsiyasini ifodalovchi "savdo xizmati samaradorligi - raqamli rivojlanish darajasi" matritsasi foydalanish lozim (1-jadval).

1-jadval

#### Savdo xizmatlari ko'rsatishda "samaradorlik - raqamlashuv darajasi" matritsasi

		Savdo xizmatlarining raqobatbardoshlik darajasi		
		quyi	o'rta	yuqori
Savdo xizmatlari ko'rsatishning raqamlashuv darajasi	quyi	<b>1. Autsayder.</b> Savdo xizmatlari ko'rsatish zaruratini baholash	<b>2. Innovatsiya.</b> Biznes-jarayonlarni raqamlashtirish	<b>3. Joriy rivojlanish strategiyasi.</b> Strategik reja va yo'nalishning mavjud emasligi
	o'rta	<b>4. Imitatsiya.</b> Biznes-jarayonlarni strategik marketing tahlili	<b>5. Istiqbolli pozitsiya.</b> Rivojlanishning istiqbolli yo'nalishining mavjudligi	<b>6. Strategik motivatsiya.</b> Yangi raqamli resurs manbalaridan foydalanishni kengaytirish
	yuqori	<b>7. Marketing-miopiyasi.</b> Xizmatlar samaradorligini oshirish, biznes yondashuvlarni strategik rivojlantirish	<b>8. Mavjud pozitsiyani saqlab qolish.</b> Savdo xizmatlari ko'rsatishning barqaror biznes-modeliga o'tish	<b>9. Yetakchilik.</b> Strategik jihatdan ustuvor bo'lgan rivojlanish yo'nalishini tanlash (Porter, 2006)

*Manba: muallif ishlanmasi.*

Bunda raqamli rivojlanish yoki raqamlashuv darajasini baholashni 0-60% – past; 60%-80% – o'rta va 80% -100% - yuqori darajalarda qo'llash mumkin (Ibodov, 2022).

Taklif etilayotgan "samaradorlik - raqamli rivojlanish darajasi" matritsaning har bir bosqichi va darajasi raqamli biznes-modelini rivojlantirish bo'yicha qo'llanilish tavsiya etilgan strategiyalarni o'z ichiga oladi. Ushbu matritsa asosida savdo xizmatlarining raqobatbardoshligini har tomonlama tahlil qilish va baholash, shuningdek, raqamli ilovalar

yaratish asosida resurs bazasini kengaytirish, sodiqlik dasturlarini takomillashtirish, mobil-konsalting kabi ustuvor yo'nalishlarini aniqlash imkonini beradi.

### Xulosa va takliflar.

Raqamli texnologiyalarni joriy etilish darajasini hisobga olgan holda savdo xizmatlarining samaradorligini har tomonlama baholash savdo korxonalarining ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishini ta'minlash va ko'rsatilayotgan xizmatlarning sifatini yaxshilash imkonini beradi.

– savdo xizmatlari ko'rsatishda yangi biznes-munosabatlarini yo'lga qo'yish, xizmatlar samaradorligini va raqobatbardoshligini oshirish imkonini beradi;

– bir vaqtning o'zida an'anaviy va raqamli savdo kanallaridan foydalangan holda baholash uning alohida jabhalarini qamrab olish savdo xizmatlari raqobatbardoshligini ta'minlashga xizmat qiladi.

Fikrimizcha:

– *raqamli integratsiyalashuv*. Tovar taqsimoti zanjirining barcha ishtirokchilarini iste'molchilarning savdo xizmatlariga bo'lgan ehtiyojlarini yuqori darajada qondirish uchun eng maqbul bo'lgan shart-sharoitlarni ta'minlash imkoniga ega raqamli tizimga birlashtirish lozim\$

*Raqamli texnologiyalardan foydalanishga o'tish*. Tovar taqsimoti yoki ta'minot zanjirida o'zaro hamorlikda raqamli sotuvchi va raqamli haridor xususiyatlarini aks ettiruvchi biznes yondashuvlari va, savdo xizmatlari ko'rsatishda blokcheyn, Big Data, smart-kelishuvlar, CRM-texnologiyalari va boshqalardan keng foydalanish.

### Adabiyotlar/Литература/Reference:

Ibodov K.M. (2022) *Marketing tadqiqotlari. O'quv qo'llanma. T.*; "IQTISOD-MOLIYA" nashriyoti, 260 b. 172 bet.

Друкер, П. Ф. (2004). *Энциклопедия менеджмента.: Пер. с англ. – М. : Издательский дом. "Вильямс",– 432 с.*

Ибодов К.М. (2022) *Ресторан хизматлари соҳаси рақобатбардошлигини ошириш механизмларини такомиллаштириш. Иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) дисс.автореферат: 08.00.05: 08.00.11/Ибодов Камолиддин Маматкулович. - 08.00.05:08.00.11. С.: Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти,– 52 б.*

Майкл Мескон, Майкл Альберт, Франклин Хедоури. (2004) *Основы менеджмента (Management). Пер. с англ. – М. : Издательство: Дело, 704 стр.*

Нормуродов У.Н. (2022) *Ўзбекистонда савдо корхоналари рақобатбардошлиги ва иқтисодий самарадорлигини ошириш. Иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертацияси автореферати. Самарқанд–58 б.*

Портер М. (2006) *Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов / М. Портер ; пер. с англ. – 2-е изд. – М. : Альпина Бизнес Букс,– 454 с.*

Ташматов Ш.У. (2023) *Интернет-савдо хизматларини ривожлантиришнинг ташкилий-бошқарув механизмларини такомиллаштириш. Иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертацияси автореферати, СамИСИ. Самарқанд, 53 б.*

Шавқиев Э., Нормуродов У.Н., Рахимов З.К. (2019) *Иқтисодиётнинг инновацион ривожланиши шароитида савдо хизматлари сифатини ошириш йўллари // "Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар" илмий электрон журнали. № 1, январь-февраль, 1-10 б.*