

ЭЛЕКТРОН ТИЖОРАТ: АСОСИЙ ТУШУНЧАЛАР, КЛАССИФИКАЦИЯСИ ВА МОҲИЯТИ

Ибрагимов Рустам Назирбой ўғли

Рақамли иқтисодиёт ва агротехнологиялар

университети магистранти

Аннотация. Ушбу тезисда “электрон тижорат” тушунчасига таъриф берилган, савдода ушбу йўналишдан фойдаланишнинг афзалликлари кўриб чиқилган, бизнес ва истеъмолчилар ўртасидаги ўзаро муносабатлари таҳлил қилинган, электрон тижорат йўналишларининг классификацияси келтирилган.

Калит сўзлар: электрон тижорат, электрон бизнес, интернет технологиялари, сотувчи, истеъмолчи.

Электрон тижорат (e-commerce) - бу компьютер тармоқлари ёрдамида амалга ошириладиган барча молиявий ва савдо операцияларини ҳамда бундай операцияларни амалга ошириш билан боғлиқ бизнес жараёнларни ўз ичига олган иқтисодиёт соҳасидир. Бошқача қилиб айтганда, электрон тижорат электрон воситалардан фойдаланган ҳолда сотиш ва/ёки харидларни ўз ичига олган фаолиятнинг умумий бир мажмуасидир.

Электрон тижорат - электрон бизнес (e-business) йўналиши (электрон бизнесни тижорат йўналишидаги компания фаолиятини автоматлаштирадиган, корхона бизнесини янада рақобатбардош қиладиган ахборот тизимлари синфининг умумий ғояси сифатида тавсифлаш мумкин), уни Интернет орқали бизнес юритиш усули деб аташ мумкин, у тармоқ орқали маҳсулот / хизматларни мижозга сотиш функцияларининг бажарилишини таъминлайди.

Электрон тижорат (e-commerce) интернетда товарлар ва хизматларни сотиш ва сотиб олиш, маълумотлар алмашиш ва фойдаланувчилар ўртасида ўзаро алоқаларни ташкил этиш каби кенг қўламли фаолиятларни ўз ичига олади. Иштирокчиларга ва

бизнес-моделларга қараб, электрон тижорат йўналишларини қуйидагича таснифлаш мумкин:

1. B2C (Business to Consumer) – Бизнесдан истеъмолчига. Бу электрон тижоратнинг энг кенг тарқалган тури бўлиб, компаниялар товарлар ва хизматларни бевосита яқиний истеъмолчиларга интернет-платформалар орқали сотадилар. Мисол: Amazon, Ozon ёки Alibaba каби интернет-дўконлар.

2. B2B (Business to Business) – Бизнесдан бизнесга. Бу йўналишда бизнес-платформалар ва компаниялар товарлар ёки хизматларни бошқа компанияларга сотадилар. Бу материаллар, ускуналар, дастурий таъминот ёки маслаҳат хизматларини ўз ичига олиши мумкин. Масалан. Alibaba каби улгуржи савдо платформалари, бу эрда тадбиркорлар маҳсулотларни сотиб олишади ва кейинчалик уларни сотиш ёки ишлаб чиқаришда фойдаланишади.

3. C2C (Consumer to Consumer) – Истеъмолчидан истеъмолчига

Платформалар, унда хусусий шахслар товар ёки хизматларни бошқа хусусий шахсларга сотишади. Одатда, бундай операциялар онлайн аукционлар ёки эълонлар доскаларида амалга оширилади. Масалан, eBay, Avito каби платформалар, бу эрда одамлар ўзларига керак бўлмаган нарсаларни бошқаларга сотадилар.

4. C2B (Consumer to Business) – Истеъмолчидан бизнесга. Бу турдаги электрон тижоратда истеъмолчилар товарлар, хизматлар ёки маълумотларни бизнесга таклиф қиладилар. Масалан, фойдаланувчилар компанияларга фотосуратлар ёки ғоялар сотишлари мумкин. Масалан, Upwork ёки Freelancer каби эркин ишчи платформалари, бу эрда мутахассислар ўз хизматларини компанияларга таклиф қиладилар.

5. B2G (Business to Government) - Бизнесдан давлатга. Бу йўналишда компаниялар товарлар ёки хизматларни давлат органларига тақдим этадилар. Бу ускуналар, ахборот технологиялари ёки маслаҳат хизматларини таъминлашни ўз ичига олиши мумкин. Мисол, давлат харидлари платформалари, масалан, давлат

харидлари портали, бу эрда компаниялар ўз маҳсулотларини давлат идораларига таклиф қиладилар.

6. G2C (Government to Consumer) – Давлатдан истеъмолчига. Бу моделда давлат органлари фуқароларга турли электрон хизматларни тақдим этадилар. Бунга солиқларни тўлаш, субсидия олиш, хужжатларни рўйхатга олиш ва бошқа маъмурий хизматлар киради. Масалан, солиқ, жарималарни тўлаш ёки давлат хизматларидан фойдаланиш учун платформалар (масалан, «Давлат хизматлари» портали).

7. B2B2C (Business to Business to Consumer) – Бизнесдан бизнесга ва истеъмолчига. Бу моделда компания товар ёки хизматларни бошқа компанияга сотади, у эса уни якуний истеъмолчига тақдим этади. Бу онлайн бозорлар ва платформалар орқали тез-тез амалга оширилади. Масалан, Uber ёки Airbnb каби платформалар, бу ерда бизнес фойдаланувчиларга хизматларни ҳамкор компаниялар орқали тақдим этади.

8. D2C (Direct to Consumer) – Бевосита ишлаб чиқарувчидан истеъмолчига. Ишлаб чиқарувчилар товарлар ёки хизматларни бевосита якуний истеъмолчига сотадилар, аралашувчиларни четлаб ўтадилар. Ушбу модель брендлар учун фойдалидир, чунки уларни истеъмолчилар билан тўғридан-тўғри боғлашга имкон беради. Масалан, Apple ёки Nike каби ишлаб чиқарувчилар, улар ўз маҳсулотларини тўғридан-тўғри интернет орқали сотадилар.

9. M-commerce (Mobile commerce) – Мобил тижорат. Бу электрон тижорат тури мобил курилмалар (смартфонлар ва планшетлар) орқали товарлар ва хизматларни сотиш ва сотиб олишни ўз ичига олади. Мобил иловалар ёки мобил веб-сайтлар орқали амалга оширилади. Масалан, Amazon, AliExpress ёки турли мобил ҳамёнлар орқали транзакцияларни амалга ошириш учун иловалар.

Бундай классификация электрон тижоратнинг турли жиҳатларини ажратиб кўрсатади ва замонавий бизнес муҳити ичида компанияларга ўз мижозлари эҳтиёжларига мос равишда энг самарали стратегияларни танлашда ёрдам беради.

Электрон тижоратни бошқариш Интернет орқали бизнесни муваффақиятли олиб боришга қаратилган бир қатор стратегиялар, жараёнлар ва технологияларни ўз ичига олади. Бу савдо, маркетинг, логистика, молиявий операциялар ва мижозлар билан ўзаро муносабатларни ўз ичига олган турли жиҳатларни қамраб олиши мумкин (1-жадвал).

1-жадвал

Электрон тижоратни бошқариш жиҳатлари

Бошқариш жиҳатлари	Тавсиф
Онлайн дўконни бошқариш	Сайт ва мобил иловаларни қўллаб-қувватлаш, ассортиментни янгилаш, тўлов тизимлари билан интеграция.
Маркетинг ва мижозларни жалб қилиш	SEO, PPC, ижтимоий тармоқларда реклама, e-mail маркетинг, блогерлар ва таъсир қилувчи шахслар билан ҳамкорлик.
Буюртмаларни бошқариш ва логистика	Буюртмаларни автоматлаштириш, захираларни бошқариш, етказиб бериш ва маҳсулотларни қайтариш тизими.
Мижозларга хизмат кўрсатиш	Чат-ботлар ўрнатиш, мижозларга ёрдам, шикоятларни ва қайтармаларни қайта ишлаш, доимий мижозлар учун содиқлик тизимини яратиш.
Молиявий операциялар ва хавфсизлик	Хавфсиз тўловларни ташкил этиш, молиявий ҳисоботи, фойдаланувчи маълумотларини ҳимоя қилиш.
Таҳлил ва мувофиқлаштириш	Реклама самарадорлигини баҳолаш учун маълумотлардан фойдаланиш, А/Б тестлаш, асосий кўрсаткичларни (KPI) мониторинг қилиш.

Электрон тижоратнинг келажаги технологияларнинг кейинги ривожланиши ва истеъмолчиларнинг хоҳиш-истакларининг ўзгариши билан динамик ҳамда кўп қиррали бўлишни башорат қилишимиз мумкин. Мобил қурилмалар, сунъий интеллект, блокчейн технологиялари интеграцияси, шунингдек, етказиб беришнинг янги усуллари ва қулай тўлов шакллари жорий этиш харидорлар учун янада қулай ва хавфсиз муҳит яратади. Шу билан бирга, экологик ва ижтимоий тенденциялар, шунингдек, глобллашув ва автоматлаштиришнинг ўсиши рақобатбардош ҳамда барқарор бизнес моделларини шакллантиради. Ушбу ўзгаришларга мослашишга тайёр бўлган компаниялар нафақат бозордаги мавқеини яхшилашга, балки замонавий истеъмолчиларнинг тобора ортиб бораётган талабларини қондиришга қодир бўлади.