

TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI

Qo'lyozma huquqida

UDK: 336.9:338.6:004(077)631.9(575.1)

MAMASOATOV DILSHOD RAVSHANOVICH

**TADBIRKORLIK SUBYEKTLARI EKSPORTINI
RIVOJLANTIRISHDA RAQAMLI
PLATFORMALARDAN FOYDALANISHNI
TAKOMILLASHTIRISH**

08.00.16 – Raqamli iqtisodiyot va xalqaro raqamli integratsiya

**Iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (Doctor of Philodophy)
ilmiy darajasini olish olish uchun tayyorlangan
DISSERTATSIYA**

**Ilmiy rahbar: Kenjabaev Aman Turgunovich
iqtisod fanlari doktori, professor**

Toshkent – 2023 y

MUNDARIJA

KIRISH		3
I BOB. TADBIRKORLIK SUBYEKTLARI EKSPORTINI RIVOJLANTIRISHDA RAQAMLI PLATFORMALARDAN FOYDALANISHNING ILMIIY-NAZARIY ASOSLARI		
1.1-§	Tadbirkorlik subyektlari eksportini rivojlantirishda raqamli platformalardan foydalanishning mazmun mohiyati.....	13
1.2-§	Tadbirkorlik faoliyati eksportini rivojlantirishda raqamli platformalardan foydalanishning hozirgi holati va o'ziga xos xususiyatlari.....	24
1.3-§	Tadbirkorlik subyektlari eksportini rivojlantirishda raqamli platformalardan foydalanishning xorijiy tajribalari va ulardan foydalanish yo'llari.....	39
	Birinchi bob bo'yicha xulosa	62
II BOB. TADBIRKORLIK SUBYEKTLARI EKSPORTINI RIVOJLANTIRISHDA RAQAMLI PLATFORMALARDAN FOYDALANISH AMALIYOTI		
2.1-§	Tadbirkorlik subyektlari eksportini rivojlantirishda raqamli platformalardan foydalanishdagi muammolar.....	63
2.2-§	Tadbirkorlik subyektlari eksportidagi masofaviy interaktiv xizmatlarni qo'llashning amaliy jihatlari.....	74
2.3-§	Tadbirkorlik subyektlari eksportida raqamli platformalardan foydalanish uchun konsalting xizmatini joriy qilish asoslari.....	89
	Ikkinchi bob bo'yicha xulosa.....	106
III BOB. TADBIRKORLIK SUBYEKTLARI EKSPORTINI RIVOJLANTIRISHDA RAQAMLI PLATFORMALARDAN FOYDALANISH ISTIQBOLLARI		
3.1-§	Tadbirkorlik subyektlari eksportida raqamli platformalardan foydalanish strategiyalari.....	108
3.2-§	Tadbirkorlik subyektlari tomonidan qishloq xo'jaligi mahsulotlarlarini sotish bo'yicha elektron savdo maydonchasidan foydalanishni takomillashtirish.....	120
3.3-§	Tadbirkorlik subyektlari eksportini rivojlantirish samaradorligiga ta'sir qiluvchi omillarni aniqlash istiqbollari.....	128
	Uchinchi bob bo'yicha xulosa.....	143
	XULOSA	144
	FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI	146
	ILOVALAR	153

KIRISH (falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi annotatsiyasi)

Dissertatsiya mavzusining dolzarbligi va zarurati. Jahon iqtisodiyotida raqamli texnologiyalar har jihatdan tubdan o'zgarishiga olib kelmoqda. Bu texnologiyalar orqali tadbirkorlik subyektlari eksportiga alohida e'tibor berish va eksport jarayonida raqamli platformalardan foydalanishda elektron to'lovlarni amalga oshirish jarayoni ham jadal ravishda rivojlanib bormoqda. Bugungi kunga kelib, "jahonda raqamli iqtisodiyotning o'sish sur'atlari yildan-yilga oshib borib, taraqqiy etgan davlatlarda uning yalpi ichki mahsulotdagi ulushi 7 foizga qadar yetdi. Axborot-texnologiyalarining yalpi ichki mahsulotdagi (YaIM) ulushi AQShda – 10,9 foiz, Xitoyda – 10,0 foiz, Hindistonda – 5,5 foizni tashkil etmoqda"¹. Jahon miqyosida tadbirkorlik subyektlari eksporti mamlakatlarning YaIMda muhim o'rin tutganligi bois, bu sohani yanada jadal rivojlantirish va eksportdagi raqobatbardoshlikni kengaytirish maqsadida raqamli iqtisodiyot texnologiyalaridan samarali foydalanish va amaliyotga joriy etish dolzarb masalalardan biriga aylanmoqda.

Jahonda raqamli iqtisodiyotning tobora rivojlanishi va keng miqyosda tadbirkorlik subyektlari eksport jarayonida raqamli platformalardan foydalanish XXI asrning global tendensiyasiga aylangan bo'lib, tadbirkorlik subyektlari eksportining raqamli platformalar orqali amalga oshirishni rivojlantirishda ilmiy tadqiqotlar amalga oshirilmoqda. Eksport jarayonini raqamlashtirish hamda qishloq xo'jaligi mahsulotlari eksportida raqamli platformalarning keng ko'lamli tarmog'ini rivojlantirishda ulkan ma'lumotlar bazasini yaratish «Big Data» (ulkan ma'lumotlar) va foydalanuvchilar Internet-platformada axborot texnologiyalari resurslarda ma'lumot kiritish yoki olish uchun «Cloud Computing» (bulut texnologiyasi) ishlatadilar. Shuningdek, raqamli ekotizim bilan bog'liq muammolarni bartaraf etish yuzasidan ilmiy-tadqiqotlarga alohida e'tibor qaratilmoqda.

¹ <https://review.uz/post/uzbekistan-otsifroviyvaetsya>.

O‘zbekistonda raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish bo‘yicha izchil chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda. Jumladan, «Raqamli O‘zbekiston-2030» milliy dasturi doirasida hududlarni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning turli sohalarida axborot tizimlari, elektron xizmatlar va boshqa dasturiy mahsulotlar joriy etish, iqtisodiyotning real sektori tarmoqlaridagi korxonalarda, ishlab chiqarish va logistika jarayonlarini avtomatlashtirish axborot tizimlari va dasturiy mahsulotlar joriy etish asosiy vazifa sifatida ko‘rilmogda»². Shu bilan birgalikda, raqamli iqtisodiyot sohasidagi yangi loyihalarni ko‘rib chiqish, eksportni amalga oshirishda elektron savdo maydonchalaridan foydalanishni amalga oshirish, shuningdek, zarur hollarda hudud va tarmoqlarni raqamli transformatsiya qilish dasturlari hamda «yo‘l xarita»lariga tayyorlangan va kelishilgan loyiha hujjatlari asosida o‘zgartirish va qo‘shimchalar kiritish masalalari ko‘rilmogda»³. Bu borada hududlardagi tadbirkorlik ub‘ektlari eksportini rivojlantirish, zarur bo‘lgan raqamli platformalardan foydalanish hamda takomillashtirishni hisobga olgan holda ilmiy tadqiqot ko‘lamini kengaytirish maqsadga muvofiq.

«O‘zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo‘yicha Harakatlar strategiyasi to‘g‘risida»gi 2017 yil 7 fevraldagi PF-4947-sonli farmoni, 2018 yil 29 noyabrdagi PF-5587-son «Mahalliy ishlab chiqaruvchilarning eksport salohiyatini yanada rag‘batlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida»gi, 2020 yil 5 oktabrdagi PF-6079-son «Raqamli O‘zbekiston - 2030 Strategiyasini tasdiqlash to‘g‘risida»gi farmonlari, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2016 yil 16 martdagi PQ-2507-son «Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari eksportini qo‘llab-quvvatlash jamg‘armasi faoliyatini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida»gi, 2017 yil 6 noyabrdagi PQ-3377-son «Meva-sabzavot mahsulotlari, uzum, poliz, dukkakli ekinlar, shuningdek, quritilgan sabzavot va mevalarni mahalliy eksport qiluvchilarni qo‘llab-quvvatlash bo‘yicha qo‘shimcha chora-

²O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020 yil 5 oktabrdagi “Raqamli O‘zbekiston — 2030” strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PF-6079-son Farmoni // Qonun hujjatlari ma’lumotlari milliy bazasi, 06.10.2020 y., 06/20/6079/1349-son.

³ O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Raqamli iqtisodiyot va elektron hukumatni keng joriy etish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PQ-4699-sonli qarori, 28.04.2020 yil

tadbirlar to‘g‘risida»gi qarorlari, 2018 yil 3 iyuldagi PQ-3832-son «O‘zbekiston Respublikasida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida»gi va 2020 yil 28 apreldagi PQ-4699-son «Raqamli iqtisodiyot va elektron hukumatni keng joriy etish chora-tadbirlari to‘g‘risida»gi qarorlari hamda mazkur faoliyatga tegishli boshqa me‘yoriy-huquqiy hujjatlarda belgilangan vazifalarni amalga oshirishda ushbu dissertatsiya tadqiqoti muayyan darajada xizmat qiladi.

Tadqiqotning respublika fan va texnologiyalari rivojlanishining ustuvor yo‘nalishlariga mosligi. Dissertatsiya tadqiqoti respublika fan va texnologiyalar rivojlanishining I. «Demokratik va huquqiy jamiyatni ma‘naviy-axloqiy hamda madaniy-ma‘rifiy rivojlantirish, innovatsion iqtisodiyotni shakllantirish» ustuvor yo‘nalishiga muvofiq bajarilgan.

Muammoning o‘rganilganlik darajasi. Raqamli iqtisodiyot va uning tarmoq hamda sohalarida AKT tizimlarini qo‘llash muammolari, ulardan foydalanish jarayonlarini ekonometrik modellashtirish va statistik tahlil qilish bo‘yicha ko‘plab ilmiy tadqiqot ishlari olib borilgan. Milliy iqtisodiyotning turli tarmoqlariga raqamli iqtisodiyot texnologiyalarini joriy etishning ilmiy-amaliy masalalari xorijlik iqtisodchi olimlarning ilmiy ishlarida keng tadqiq etilgan. Ulardan: Don Tapskott, V. A. Vaypan, M. A. Yegorova, Kennet Loudon, Jeyn Loudon, Toshio Obi, Besanko D.Dranove, D.Shenli, M.Shaefer, N.G.Viktorova., F.G. Shuxov va boshqalar ushbu mavzuga alohida e‘tibor qaratganlar⁴.

MDH olimlaridan: A.A.Jolud, I.B.Nazarova, T.V.Dianova N.K.Nores, A.A.Stankevich, D.V.Yevtyanova, M.V.Tiranova, M.L.Kalujskiy va T.N.Yudina-

⁴Дон Тапскотт “Цифровая экономика: “Обещания и опасность в эпоху сетевого интеллекта”; 1994 г. Lane Neal. Вайпан А., Егорова М. А. “Проблемы гармонизации экономических отношений и права в цифровой экономике” Монография-М.: Юстицинформ, 2020. 280 с. Ken neth C.Laudon, Jane P.Laudon, “Management Information System: managing the digital firm”. Eleventh Edition / Global Edition. Washington; Pearson 2010 с-653 p; Toshio Obi. “The Innovative CIO and e-Participation in e-Government Initiatives”.Amsterdam. IOS Press, 2010. 245; Besanko D.M.Schanley and S.Schaefer. Economics of Strategy.5 e. 2009; Викторова Н.Г., Шухов Ф.Г. Цифровая экономика: развитие облачных технологий в России и за рубежом // НИИ экономики связи и информатики «Интерэкомс» “Век качества” Электронное научное издание 2019, №2,-с. 81-90.

larning asarlarida ham raqamli iqtisodiyotning nazariy va uslubiy masalalari tadqiq qilingan⁵.

Shuningdek, mahalliy olimlardan: akademik G‘ulomov S.S, professorlar Begalov B.A., Alimov R.H., Abdullaev O.M., Kenjabaev A.T, Qo‘chqarov T.S, Jukovskaya I.Y va boshqalar⁶ tomonidan ilmiy izlanishlar olib borilgan. Mazkur tadqiqotlarda axborotlashtirish jarayonlariga alohida e‘tibor qaratilgan. Jumladan, B.A.Begalovning ilmiy izlanishlarida respublikamizda iqtisodiy erkinlashtirish davrida axborot-kommunikatsiya bozori shakllanishining konsepsiyasi va nazariy-uslubiy asoslarini yaratish hamda rivojlanish tendensiyalarini ekonometrik modellashtirish yordamida ilmiy-amaliy tavsiyalar ishlab chiqilgan. A.T.Kenjabayevning ilmiy ishida axborot-kommunikatsiya texnologiyalari integratsiyalashuvi sharoitida tadbirkorlik faoliyatidagi axborotlashtirish milliy tizimini shakllashtirishning nazariy, uslubiy va amaliy jihatdan yechimlari ishlab chiqilgan. T.S.Qo‘chqarovning ilmiy–tadqiqot ishi “Raqamli iqtisodiyot sharoitida O‘zbekiston Respublikasi g‘aznachiligi axborot tizimini takomillashtirish” deb nomlanib, unda raqamli iqtisodiyot sharoitida O‘zbekiston Respublikasi g‘aznachiligi axborot tizimini takomillashtirish bo‘yicha takliflar va tavsiyalar ishlab chiqilgan. Shuningdek, I.Y.Jukovskayaning ilmiy tadqiqotida raqamli iqtisodiyotni shakllantirish sharoitida ilg‘or axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan keng foydalanish asosida O‘zbekiston Respublikasi statistika faoliyatida statistik ma‘lumotlarni qayta ishlashning ilmiy asoslangan usullari,

⁵ Жолуд А.А. Деловой сектор, потребители и полезность электронной коммерции // Экономические науки. – 2011. – № 76. – С. 33-36. Назарова И.Б. Дианова Т.В. Электронная торговля: преимущества, проблемы и «эффект скользя» при снижении транзакционных издержек // Вестник МГИМО Университета. – 2012. – № 4 – С. 173-178. Норец Н.К., Станкевич А.А., Цифровая экономика: состояние и перспективы развития Инновационные кластеры в цифровой экономике: теория и практика: труды научно-практической конференции, 2017; Т.Н.Юдина, Осмысление цифровой экономики, «Экономика и бизнес», 2016;-с 57. Евтянова Д.В., Тиранова М.В. Цифровая экономика как механизм эффективной экологической и экономической политики // Интернет-журнал “НАУКОВЕДЕНИЕ” Том 9, №6 2017.

⁶ Gulyamov S.S., Abdullaev O.M. Raqamli iqtisodiyotda blokcheyn texnologiyalar // Toshkent-2019. -T.: Fan 2010. Alimov R.X. Begalov B.A. Axborot-kommunikatsiyalar bozorining shakllanishi va rivojlanishi. Toshkent 2001. Kenjabaev A.T. “Tadbirkorlik faoliyatida axborotlashtirish milliy tizimini shakllantirish muammolari” Iqtisodiyot fanlari doktori ilmiy darajasini olish uchun yozilgan dissertatsiya. Toshkent-2005 y. Qo‘chqarov T.S Raqamli iqtisodiyot sharoitida O‘zbekiston Respublikasi g‘aznachiligi axborot tizimini takomillashtirish. Iqtisodiyot fanlari bo‘yicha fan doktori (DSc) dissertatsiyasi Toshkent-2019 y. Jukovskaya I.Y Raqamli iqtisodiyot shakllanishi sharoitida axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini statistika faoliyatida foydalanish metodologiyasini takomillashtirish. Iqtisodiyot fanlari bo‘yicha fan doktori (DSc) dissertatsiyasi. - Toshkent 2020.

vositlari, texnologiyalari va mexanizmlari ishlab chiqilgan. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishning umumiy jihatlariga doir masalalar o'zbekistonlik olimlardan: Yo.Abdullaev, F.Karimov, A.N.Samadov, R.Xodjaev, Sh.J.Ergashxodjaeva, Sh.Yuldashev, M.S.Qosimova, B.K.G'oyibnazarov, U.V.G'afurov va boshqalarning ishlarida yoritilgan⁷. Ammo ushbu tadqiqotlarda tadbirkorlik subyektlari eksportida raqamli platformalardan foydalanishni takomillashtirish bo'yicha ilmiy tadqiqot amalga oshirilmagan. Shulardan kelib chiqqan holda aytish mumkinki, bugungi kunda mamlakatimiz tadbirkorlik subyektlari eksportida raqamli platformalardan foydalanishni takomillashtirish muammosini ilmiy tadqiq etish hamda uning uslubiy asoslarini yaratish dolzarb ahamiyatga ega bo'lib, bunday tadqiqot mamlakat iqtisodiyotining eksportida rivojlantirishni ta'minlovchi strategiyalarning samarali ishlab chiqilishi va amalga oshirilishi uchun muhim ilmiy–uslubiy asos bo'lib xizmat qiladi.

Tadqiqot mavzusining dissertatsiya bajarilayotgan oliy ta'lim muassasasining ilmiy-tadqiqot ishlari rejalari bilan bog'liqligi. Mazkur tadqiqot ishi mavzusi Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti ilmiy-tadqiqot ishlari rejalari muvofiq PZ-20170928323 raqamli «Mintaqalar eksport salohiyatini oshirishda investitsiya dasturlaridan samarali foydalanish» (2018-2019 yy.) mavzusidagi amaliy loyiha doirasida bajarilgan.

Tadqiqotning maqsadi tadbirkorlik subyektlari eksportida raqamli platformalardan foydalanishni takomillashtirish va uning samaradorligini oshirish bo'yicha taklif va tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat.

⁷ Abdullaev Yo., Karimov F. Kichik biznes va tadbirkorlik asoslari. – T.: Mehnat, 2010. - 349 b.; Abdullaev Yo., Yuldashev Sh. Малый бизнес и предпринимательство. – T.: Iqtisod-moliya, 2008. – 339 s.; Boltabaev M.R., Qosimova M.S., Ergashxodjaeva Sh.J., G'oyibnazarov B.K., Samadov A.N., Xodjaev R. Kichik biznes va tadbirkorlik: O'quv qo'llanma. – T.: Iqtisodiyot, 2010. – 275 b.; Xodjaev R., Egamberdiev A. Kichik biznes va tadbirkorlik. – T.: Iqtisod-moliya, 2008. – 105 b.; G'ulomov S.S. Tadbirkorlik va kichik biznes. T.: 2008. -365 b.; G'afurov U.V. Kichik biznesni davlat tomonidan tartibga solishning iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish. Monografiya. – Toshkent: Moliya, 2016. – 208 b.

Tadqiqotning vazifalari:

tadbirkorlik subyektlari eksportida raqamli platformalardan foydalanishni takomillashtirishni nazariy asoslarini tadqiq etish;

tadbirkorlik faoliyati eksportini rivojlantirishda raqamli platformalardan foydalanishning hozirgi holati va o'ziga xos xususiyatlarini asoslash;

tadbirkorlik subyektlari eksportini rivojlantirishda raqamli platformalardan foydalanishning xorijiy tajribalari va ulardan foydalanish yo'llarini tadqiq etish;

tadbirkorlik subyektlari eksportini rivojlantirishda raqamli platformalardan foydalanishdagi muammolarni aniqlash;

tadbirkorlik subyektlari eksportidagi masofaviy interaktiv xizmatlarni qo'llashning amaliy jihatlarini ishlab chiqish;

tadbirkorlik subyektlari eksportida raqamli platformalardan foydalanish uchun konsalting xizmatini joriy qilish bo'yicha taklif va tavsiyalar ishlab chiqish;

tadbirkorlik subyektlari eksportida raqamli platformalardan foydalanish strategiyalarini yaratish;

tadbirkorlik subyektlari tomonidan qishloq xo'jaligi mahsulotlarini sotish bo'yicha elektron savdo maydonchasidan foydalanishni takomillashtirish;

tadbirkorlik subyektlari eksportini rivojlantirish samaradorligiga ta'sir qiluvchi omillarning istiqbollari aniqlash bo'yicha takliflar ishlab chiqish.

Tadqiqotning obyekti sifatida Samarqand viloyatidagi tadbirkorlik subektlarining eksport faoliyati tanlangan.

Tadqiqotning predmetini tadbirkorlik subyektlari eksportida raqamli platformalardan foydalanishni takomillashtirish jarayonida vujudga keladigan ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlarni tashkil etadi.

Tadqiqotning usullari. Tadqiqot jarayonida tizimli yondashuv, statistik kuzatish, taqqoslash, statistik guruhlash, iqtisodiy indekslar va korrelyatsion-regression tahlil usullaridan foydalanilgan.

Tadqiqotning ilmiy yangiligi quyidagilardan iborat:

hududlarda axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini qo'llash asosida masofaviy xizmatlarni eksport qilish markazlari tashkil etilib, ular tomonidan dasturiy mahsulotlar va IT-xizmatlarni eksport qilish, mutaxassislar tayyorlash va buyurtmalar bilan ta'minlash orqali tadbirkorlik subyektlarini qo'llab – quvvatlash;

tadbirkorlik subyektlari tomonidan turli yo'nalishlarga ixtisoslashgan konsalting xizmatlardan raqamli platformalar asosida foydalanishda raqamli eksport agentlari yordamida yo'lga qo'yish orqali eksport hajmini oshirish;

axborot-kommunikatsiya texnologiyalari sohasidagi mahalliy eksportyor korxonalar, frilanserlarni qo'llab-quvvatlash orqali eksporti hajmlini oshirish, raqamli xizmatlarga talab yuqori bo'lgan buyurtmalarni markazlashgan holda jalb qilish imkoniyati yaratilgan.

tadbirkorlik subyektlarini eksport samaradorligini axborot-kommunikatsiya texnologiyalari yordamida aniqlash usullari ishlab chiqilgan.

Tadqiqotning amaliy natijalari quyidagilardan iborat:

raqamli platformalardan foydalanishni takomillashtirish orqali tadbirkorlik subyektlari eksportida raqamli platformalarning obyektivligi, haqqoniyligi, tezkorligini oshirish yo'llari ko'rsatib berilgan;

eksportni rivojlantirishda raqamli platformalardan foydalanishni takomillashtirishning iqtisodiy samaradorligini aniqlash usullari taklif qilingan;

eksportni rivojlantirishda raqamli platformalardan foydalanishni takomillashtirishning funksional imkoniyatlaridan samarali foydalanish mexanizmlari ishlab chiqilgan;

tadbirkorlik subyektlari eksportini rivojlantirishda raqamli platformalardan foydalanishni takomillashtirish natijasida olinadigan iqtisodiy samaradorlik aniqlangan.

Tadqiqot natijalarining ishonchliligi. Dissertatsiya tadqiqotda qo'llanilgan yondashuv va usullarning maqsadga muvofiqligi, ma'lumotlarning rasmiy manbalardan, jumladan O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi,

O‘zbekiston Respublikasi Innovatsion rivojlanish vazirligi, O‘zbekiston Respublikasi Iqtisodiy taraqqiyot va kambag‘allikni qisqartirish vazirligi hamda O‘zbekiston Respublikasi Markaziy Bankning statistik ma’lumotlaridan olingani hamda tegishli xulosa va takliflarning mutasaddi tashkilotlar tomonidan amaliyotga joriy qilingani bilan belgilanadi. Xulosa, taklif va tavsiyalarning amaliyotga joriy etilganligi, olingan natijalarning vakolatli idoralar tomonidan tasdiqlanganligi bilan izohlanadi.

Tadqiqot natijalarining ilmiy va amaliy ahamiyati. Tadqiqot natijalarining ilmiy ahamiyati dissertatsiyada asoslangan nazariy, uslubiy va amaliy tavsiyalar hamda ishlanmalar Samarqand viloyatida faoliyat yuritayotgan tadbirkorlik subyektlari tomonidan foydalanish, tadbirkorlik subyektlari eksportida samarali tizimini joriy qilish borasida axborot tizimlari va avtomatlashtirilgan ish joylarini yaratishda hamda amaliy loyihalarni ishlab chiqishda manba sifatida foydalanish mumkinligi bilan belgilandi.

Tadqiqot natijalarining amaliy ahamiyati ulardan «Raqamli O‘zbekiston – 2030» milliy konsepsiyasini qabul qilishda, Prezident qarorlari, farmonlari, Vazirlar Mahkamasi qarorlari va sohaga oid boshqa huquqiy-me’yoriy hujjatlarni tayyorlashda, shuningdek, sohani samarali rivojlantirishga qaratilgan kompleks chora-tadbirlar majmuini ishlab chiqishda foydalanish mumkinligi bilan izohlanadi.

Tadqiqot natijalarining joriy qilinishi. Tadbirkorlik subyektlari eksportida raqamli platformalardan foydalanishni takomillashtirish bo‘yicha olingan ilmiy natijalar asosida:

hududlarda axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini qo‘llash asosida masofaviy xizmatlarni eksport qilish markazlari tashkil etilib, ular tomonidan dasturiy mahsulotlar va IT-xizmatlarni eksport qilish, mutaxassislar tayyorlash va buyurtmalar bilan ta’minlash orqali tadbirkorlik subyektlarini qo‘llab – quvvatlash taklifi Vazirlar Mahkamasining “Vazirlik va idoralar, mahalliy ijro etuvchi hokimiyat organlarining axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalarini

rijovjlantirish uchun mas'ul tarkibiy bo'linmalari rahbarlari va xodimlarining axborot-kommunikatsiya texnologiyalari bo'yicha savodxonlik darajasini oshirish tartibini takomillashtirish chora-tadbirlari tog'risida"gi qaror loyihasini ishlab chiqishda foydalanilgan (O'zbekiston Respublikasi Raqamli texnologiyalar vazirligining 2023 yil 15 fevraldagi 33-8/988 sonli ma'lumotnomasi). Mazkur ilmiy taklifning amaliyotga joriy etilishi natijasida hududlarda axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini qo'llash asosida masofaviy xizmatlarni eksport qilish markazlari tashkil etilib, ular tomonidan dasturiy mahsulotlar va IT-xizmatlarni eksport qilish, mutaxassislar tayyorlash va buyurtmalar bilan ta'minlash orqali tadbirkorlik subyektlarini qo'llab-quvvatlash imkoni yaratilgan;

axborot-kommunikatsiya texnologiyalari sohasidagi mahalliy eksportyor korxonalar, frilanserlarni qo'llab-quvvatlash orqali eksporti hajmlini oshirish, raqamli xizmatlarga talab yuqori bo'lgan buyurtmalarni markazlashgan holda jalb qilish imkoniyati bo'yicha taklifi Vazirlar Mahkamasining "Vazirlik va idoralar, mahalliy ijro etuvchi hokimiyat organlarining axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalarini rijovjlantirish uchun mas'ul tarkibiy bo'linmalari rahbarlari va xodimlarining axborot-kommunikatsiya texnologiyalari bo'yicha savodxonlik darajasini oshirish tartibini takomillashtirish chora-tadbirlari tog'risida"gi qaror loyihasini ishlab chiqishda foydalanilgan (O'zbekiston Respublikasi Raqamli texnologiyalar vazirligining 2023 yil 15 fevraldagi 33-8/988 sonli ma'lumotnomasi). Mazkur ilmiy taklifning amaliyotga joriy etilishi natijasida tadbirkorlik subyektlari tomonidan turli yo'nalishlarga ixtisoslashgan konsalting xizmatlaridan raqamli platformalar asosida foydalanishda raqamli eksport agentlari yordamini yo'lga qo'yish orqali eksport hajmini oshirish imkoni yaratilgan;

tadbirkorlik subyektlarini eksport samaradorligini axborot-kommunikatsiya texnologiyalari yordamida aniqlash usullari bo'yicha berilgan taklif O'zbekiston Respublikasi Iqtisodiyot va sanoat vazirligining infratuzilma va AKTni rivojlantirish strategiyasi departamenti amaliyotida qo'llanildi. (O'zbekiston Respublikasi Iqtisodiyot va sanoat vazirligining 2019 yil 10 dekabrda 4-0/21-8

sonli ma'lumotnomasi). Natijada tadbirkorlik subyektlarining eksport samaradorligini 15 foizga oshishiga erishildi.

Tadqiqot natijalarining aprobatsiyasi. Mazkur tadqiqot natijalar, 2 ta xalqaro va 10 ta respublika ilmiy-amaliy anjumanlarida muhokamadan o'tkazilgan.

Tadqiqot natijalarining e'lon qilinganligi. Dissertatsiya mavzusi bo'yicha jami 38 ilmiy ish, shu jumladan, 1 ta monografiya, O'zbekiston Respublikasi Oliy attestatsiya komissiyasining dissertatsiyalar asosiy ilmiy natijalarini chop etish bo'yicha tavsiya etgan ilmiy nashrlarda 20 ta maqola, jumladan, 18 tasi mahalliy va 2 tasi xorijiy jurnallarda, shuningdek ilmiy-amaliy anjumanlarda 17 ta ma'ruza tezislari nashr etilgan.

Dissertatsiyaning tuzilishi va hajmi. Dissertatsiya ishi tarkibi kirish, 3 ta bob, xulosa, foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati va ilovalardan iborat. Dissertatsiyaning umumiy hajmi 160 betni tashkil etadi.

I BOB. TADBIRKORLIK SUBYEKTLARI EKSPORTINI RIVOJLANTIRISHDA RAQAMLI PLATFORMALARDAN FOYDALANISHNING ILMIY-NAZARIY ASOSLARI

1.1-§ Tadbirkorlik subyektlari eksportini rivojlantirishda raqamli platformalardan foydalanishning mazmun-mohiyati

O‘zbekistonning chorak asrlik taraqqiyotida kichik biznes korxonalarini shakllantirish, ularga imkoniyat yaratib, ish ko‘lamini kengaytirish va eksport salohiyatini oshirish mamlakat iqtisodiy siyosatining ustuvor yo‘nalishlaridan biri bo‘lib kelmoqda. Jahon iqtisodiyotida mamlakatlarning o‘zaro iqtisodiy-siyosiy murosalarini tobora kengayib borayotgan bir sharoitda xalqaro bozorlardagi raqobat kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari eksporti hajmini qisqartirishga olib kelmoqda. Xalqaro standart talablariga mos mahsulot ishlab chiqarish va eksportini yo‘lga qo‘yish uchun bugungi kunda har bir tadbirkorlik subyekti faoliyatini zamonaviy texnika va texnologiyalar asosida takomillashtirish talab etiladi. Eksport borasidagi ushbu dolzarb muammoli masalalar raqobatbardosh mahsulot ishlab chiqarish va yangi bozorlarni egallash, iste’molchilar haqida tezkor ma’lumot olish, bozor holatini aniqlab borish va qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini yetkazib berish jarayonlarini samarali tashkil etishda raqamli platformalardan foydalanish zaruratini keltirib chiqarmoqda.

Raqamli platformalardan foydalanish nafaqat eksport faoliyatida, balki iqtisodiyotning barcha tarmoqlarida muhim ahamiyatga ega ekanligi mahalliy va xorijiy iqtisodchi olimlar tomonidan tadqiq etilgan hamda o‘rganilgan. Shu jihatdan biz, tadqiqot ishining muammolari sifatida, “tadbirkorlik faoliyati”, “raqamli iqtisodiyot” va “raqamli platformalar” tushunchalarini ilmiy-nazariy jihatdan sharhlashni lozim topdik.

Avvalambor, ushbu tushunchalarning mazmun-mohiyatini ochib berish uchun kichik biznes va tadbirkorlikning iqtisodiy faoliyatning bir turi sifatida tadqiq qilinishi maqsadga muvofiqdir. “Tadbirkorlik faoliyati” va “tadbirkorlik subyektlari eksporti” tushunchalarining asosini -“tadbirkorlik va biznes”- so‘zlari

xarakterlaydi. Shuni ta'kidlash kerakki, ushbu tushunchalarga o'zbek, rus va xorij adabiyotlarda ko'plab ta'riflar berilgan.

“Tadbirkorlik” tushunchasi XVI asrdan boshlab, iqtisodchilar va siyosatshunoslar fikrini o'ziga jalb eta boshladi. Jumladan, J.B.Sey, A.Marshall, V.Zombramb, Y.Shumpeter, F.Noyt kabi olimlar tadbirkorlik ilmining asoschilari hisoblanadi. “Tadbirkorlik” kategoriyasiga birinchi ilmiy ta'rif XVIII asr boshida ingliz olimi R.Kantilon tomonidan berilgan. Uning ta'kidlashicha, “Tadbirkor - bu foyda olish maqsadida bozor ayirboshlashga intiluvchi kishilarning yangi qatlamidir”⁸.

XVIII asrning oxiri – XIX asrning boshlarida fransuz iqtisodchisi Jan Batist Sey tomonidan tadbirkor: “Vositachi, ishlab chiqarish omillarining muvofiqlashtiruvchisi, tajriba va bilim egasi”, deya ta'riflanib,⁹ V. Savchenko esa, tadbirkor kapital, mehnat, tabiiy resurslardan oqilona, o'rniga qo'yib foydalanadigan¹⁰, shuningdek, ishlab chiqarish omillarini uyg'unlashtiradigan iqtisodiy agentdir”, – deb ta'riflaydi Shamxalov F.¹¹ A.Marshal fikriga ko'ra, “tadbirkorlar - ishlab chiqarishga zarur bo'lgan kapital va mehnatni birlashtiradilar, ishlab chiqarishning umumiy rejasini tuzadilar va loyihalashtiradilar”¹².

XIX asr oxiri - XX asr boshlarida M.Veber va V.Zombratlar tadbirkorlikni fikrlar qobiliyati bilan bog'lab, “Tadbirkor - kasb-hunari doirasida doimo qonuniy foyda olishga harakat qiladi”, - deydi¹³. Amerikalik professor R.Xizrich: “Tadbirkorlik – qiymatga ega bo'lgan yangi narsani yaratish jarayoni bo'lib, tadbirkor esa o'zining bor kuchi, vaqtini shu jarayonga sarflovchi, bunda tavakkalchilikni zimmasiga oluvchi kishidir” - deb e'tirof etadi¹⁴. P.Drakerning fikricha, “tadbirkorlik innovatsiyani boshqarish jarayoni bo'lib, tadbirkor esa, har

⁸ Chjen V. Bozor sharoitida mintaqaning tarmoq taraqqiyoti. 5-tom-T.: 1997. 35-b.

⁹ Rasulov M. Bozor iqtisodiyoti asoslari .T.: "O'zbekiston". 1999. 216-b.

¹⁰ Савченко В. Феномены предпринимательства. Рос., Экон, журнал. 1995. № 9, 46-6.

¹¹ Шамхалов Ф. Рол' предпринимателя в рыночной экономической системе. М.: Маркетинг.1997. № 3-. с.95.

¹² Маршалл А. Принципы экономической науки. Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1993. Т. 1, с-377

¹³ Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма. Пер. с немецкого. –М.: Прогресс, 1990, -с.85.

¹⁴ Хизрич Р., Питерс М. Предпринимательство.\\ Вып.1. –М., 1991, -с.20.

bir imkoniyatdan maksimal darajada foydalanuvchi shaxs”¹⁵. Angliyalik professor A.Xoskingning ta’kidlashicha, “Tadbirkor - bu o’z hisobiga ish yurituvchi, mas’uliyatni o’z gardaniga olgan mustaqil qarorlar qabul qiluvchi shaxsdir”¹⁶. B.Karlov tomonidan esa tadbirkorlikning imkoniyatlari yuqori baholanib, tadbirkorlikka ehtiyojlarni qondirishning samarali yangi yo’llarini izlash faoliyati sifatida ta’rif berilgan¹⁷.

“Tadbirkorlik” tushunchasining mohiyatiga doir ilmiy qarashlar ko’plab mahalliy olimlarimizning asarlarida ham o’z aksini topgan. Xususan, mahalliy olimlarimizdan akademik S.G’ulomovning fikriga ko’ra, “tadbirkor shunday insonki, u pul mablag’lari, materiallar va ishchi kuchini jamlashtirib, yangi mahsulot, yangi biznes, yangi ishlab chiqarish jarayonini tashkil etadi”¹⁸.

A.O’lmasov va M.Sharifxo’jaevlarning fikricha, “Tadbirkorlik - kishilar (mulkchilik subyektlari)ning moddiy va pul mablag’larini (kapitalni) amalda xo’jalik aylanishiga tushirib, daromad topishga mo’ljallangan iqtisodiy faoliyatdir”¹⁹. Yo.Abdullaev va F.Karimovlar: “Tadbirkor - bu kishilar o’zlari ixtiyorida bo’lgan ishlab chiqarish vositalarini ish kuchi bilan, bu ish kuchini sotib olish va xo’jalik faoliyatida undan foydalanish yordamida birlashtiradilar”,²⁰ – deb ta’rif berishadi. O’zbekiston Respublikasining “Tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari to’g’risida”gi Qonuniga murojaat qiladigan bo’lsak, unda: “Tadbirkorlik – tadbirkorlik faoliyati subyektlari tomonidan qonun hujjatlariga muvofiq amalga oshiriladigan, tavakkal qilib va o’z mulkiy javobgarligi ostida daromad (foyda) olishga qaratilgan tashabbuskor faoliyat”, deb ta’rif berilgan²¹.

“Tadbirkorlik” tushunchasiga Prezidentimiz Sh.M.Mirziyoev tomonidan quyidagicha ta’rif berilgan: faol tadbirkorlik biznes faoliyatini innovatsion, ya’ni

¹⁵ Друкер П. Рынок: как выйти в дилеры. Практика и принципы. – М.: 1992. с. 1998.

¹⁶ Хоскинг А. Курс предпринимательства. – М., 1993, -с.28

¹⁷ Карлов Б. Деловая стратегия: концепция, содержание, символы. Пер. с англ. – М.: 1992, -с.176

¹⁸ G’ulomov S.S. Tadbirkorlik va kichik biznes. – Т.:1998. -32-b.

¹⁹ O’lmasov A., Sharifxo’jaev M. Iqtisodiyot nazariyasi. – Т.: Mehnat. 1995. 192-b.-

²⁰ Abdullaev Yo., Karimov F. Kichik biznes va tadbirkorlik asoslari. – Т.: “Mehnat”.2000.-9-b

²¹ O’zbekiston Respublikasining “Tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari to’g’risida”gi Qonuni. 3-modda. -Т.: 2000 y.

zamonaviy yondashuvlar, ilg'or texnologiya va boshqaruv usullari asosida tashkil etadigan iqtisodiy yo'nalishdir²².

O'zbek tilining izohli lug'atida ham bu tushunchalar quyidagicha talqin etilgan: Tadbirkor – bu tadbir bilan, puxta o'ylab ish qiladigan kishi. Tadbir deganda, biror ishni, maqsadni amalga oshirish, ro'yobga chaqirish vositasi tushuniladi. Tadbirkorlik – bu puxta o'ylab tuzilgan, ishlab chiqilgan amaliy choralar asosida ish tutmoq demakdir²³.

Raqamli iqtisodiyot atamasini 1995 yilda amerikalik dasturchi Nikolas Negro Ponte amaliyotga kiritdi.²⁴ Bugungi kunda butun dunyodagi siyosatchilar, iqtisodchilar, jurnalistlar, tadbirkorlar – deyarli barcha qo'llayotgan “raqamli iqtisodiyot” atamasi esa ilmiy amaliyotga ispaniyalik va amerikalik sotsiolog, axborotlashgan jamiyatning yetakchi tadqiqotchisi Manuel Kastels tomonidan kiritilgan. Bu haqda u o'zining “Axborot davri: iqtisod, jamiyat va madaniyat” nomli uch jildli monografiyasini chop etgan²⁵.

“Tadbirkorlik subyektlari eksportini rivojlantirishda raqamli platformalardan foydalanish” tushunchasiga ta'rif beradigan bo'lsak, tadbirkorlik subyektlari eksportini rivojlantirishda raqamli platformalardan foydalanish – bu tadbirkorlik subyektlari tomonidan amalga oshiriladigan eksport jarayonida raqamli platformalarga bo'lgan ehtiyojni mumkin qadar to'liq qondirish hamda ushbu texnologiyalar orqali mahsulotlarni eksportni rivojlantirishga qaratilgan xizmatlar majmuasi hisoblanadi.

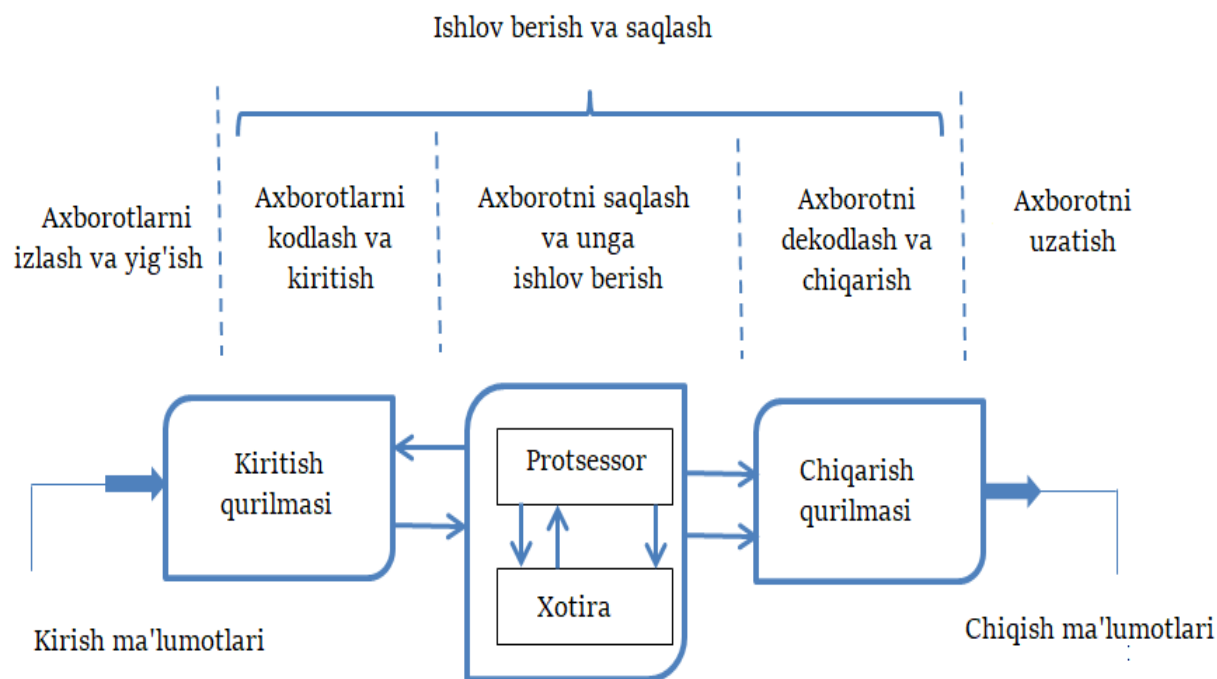
Shu bilan birga, tadbirkorlik subyektlari tomonidan eksport bo'yicha axborotlarga avtomatlashtirilgan tizimda ishlov berish ham mumkin (1-rasmga qarang).

²² Mirziyoev Sh.M Oliy Majlisga Murojaatnomasi 2017 yil 22 dekabr.

²³ O'zbek tilining izohli lug'ati. –M.: “Rus tili”, 1981, 106-bet.

²⁴ Tapscott Don. The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence, 1996;

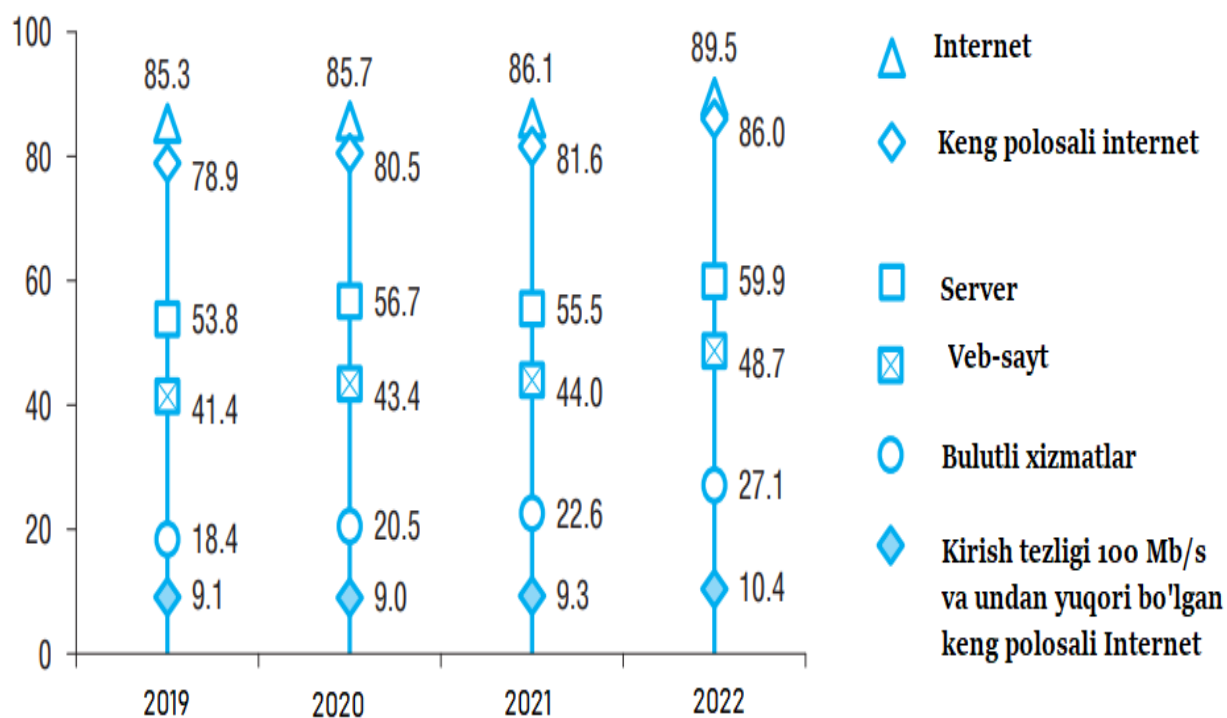
²⁵ Кастелс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. -М., ГУ ВШЭ, 2000.



1 - rasm. Avtomatlashtirilgan tizimda axborotlarga ishlov berish²⁶

Dunyoning ko‘p mamlakatlarida raqamli iqtisodiyot texnologiyalarini rivojlantirish uchun tashkilotlar yaratilgan, chunki rivojlangan mamlakatlarda texnologiya jihatidan kamroq rivojlangan mamlakatlarga nisbatan ustun texnologiyalar mavjud. Bu esa, o‘z navbatida, texnologiyalar mavjud bo‘lmagan hududlar o‘rtasidagi iqtisodiy ajralishni keskinlashtirishi mumkin. Jahon miqyosida BMT tomonidan raqamli tabaqalanishga qarshi vosita sifatida “AKT rivojlanish uchun” dasturi faol ravishda olg‘a surib kelinmoqda. Shu jihatlarni hisobga olgan holda olib borilgan ilmiy tadqiqot tahlillari natijalariga asoslanib aytish mumkinki, rivojlangan davlatlar tajribasi mamlakatimizda faoliyat yuritayotgan tadbirkorlarimiz uchun ancha foyda keltiradi. Jumladan, tadbirkorlik subyektlari tomonidan eksport jarayonida raqamli iqtisodiyot texnologiyalaridan foydalanish darajasi rivojlangan davlatlar darajasida bo‘lish zarur (2- rasm).

²⁶Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari izohli lug‘ati -Toshkent 2010.



2-rasm. Tadbirkorlik subyektlari tomonidan raqamli platformalardan foydalanish darajasi (biznes sohasidagi tashkilotlar umumiy soniga nisbatan foizda)²⁷

Yuqoridagi olib borilgan tahliliy ma'lumotlarga asoslanib shuni aytish mumkinki, tadbirkorlik subyektlari tomonidan eksport jarayonlarini amalga oshirishda zarur bo'ladigan raqamli texnologiyalardan foydalanish darajasining shu atrofda bo'lishi eksportni yanada rivojlantirishga va bu sohada mavjud texnik muammolarni bartaraf etishga olib kelishi mumkin.

Raqamli platformalar funksional rivojlanish darajasi bo'yicha ko'rib chiqiladigan bo'lsa, keng imkoniyatlar mavjudligini ko'rishimiz mumkin(1-jadval).

²⁷ Muallif ishlanmasi

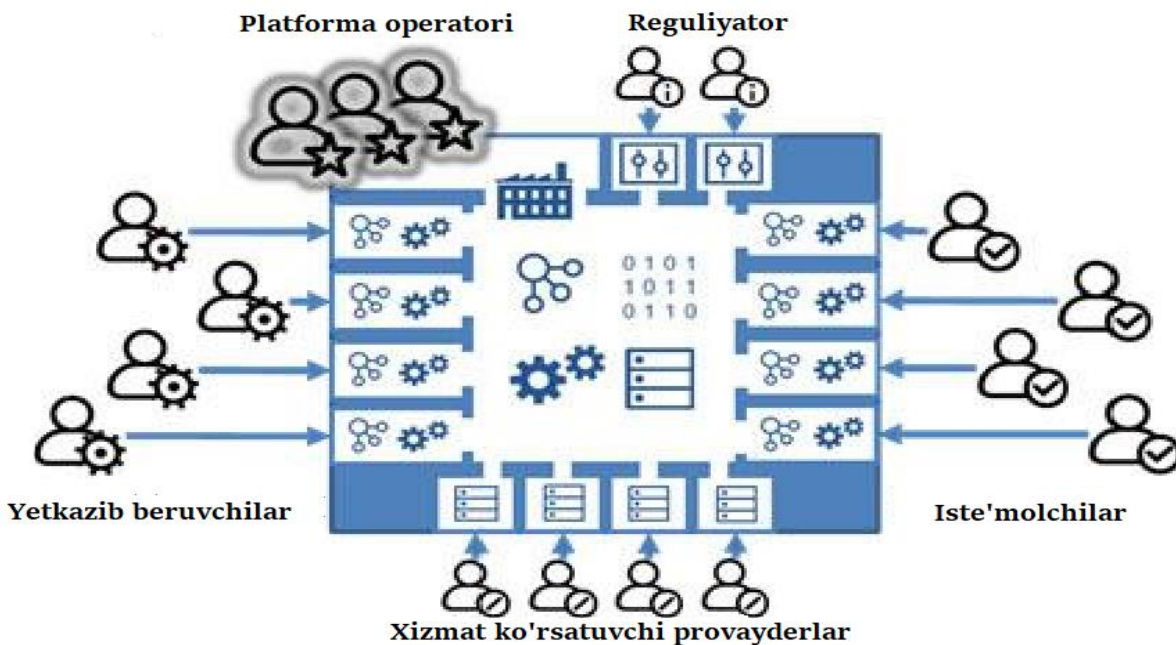
Raqamli platformalarning funksional rivojlanish darajasi²⁸

Platforma turi	Qo‘shimcha vazifalari	Misollar
Texnologik	Axborot texnologiyalari resurslari va texnologiyalariga kirishni ta'minlash	Alibaba Cloud Computing Amazon AWS Microsoft Azure
Funksional	Ixtisoslashgan vositalardan foydalanishni ta'minlash	Exact farming SAP 1C Bitrix
Infratuzilmali	Raqamli infratuzilmaga foydalanishni ta'minlash	Iqdq.ru Yandexs-Kartı
Korporativ	Boshqaruv jarayonlarini optimallashtirish	Boeing suppliers portal davlat xaridalari X5 GoGargo
Axborotli	Bozordan axborot olishni ta'minlash	Avito Yandexs-Market price.ru
Bozor joylari (Marketplaces)	Tomonlarning o‘zaro ta’sirini ta'minlab, bozorga kirishni ta'minlash	AliExpress Tmall Amazon Ebay
Sanoatga xos	Ishtirokchilarning o‘zaro hamkorligini optimallashtirish	Smartcat Cainiao

Har bir ishlab chiqilgan raqamli platforma uchun beshta foydalanuvchi guruhini ajratish mumkin (3-rasmga qarang):

- platforma operatori - platformaning ish faoliyatini ta'minlaydi, funksional rivojlanish jarayonini boshqaradi;
- yetkazib beruvchilar - platformada reklama qilingan hamda sotiladigan tovarlar va xizmatlarni taqdim etish;
- iste'molchilar - tovar va xizmatlar xaridorlari;
- xizmat ko'rsatuvchi provayderlar - yetkazib beruvchilar va iste'molchilar uchun muhim bo'lgan funksional modullarni yaratish;
- regulyator - qonunchilik bazasiga rioya etilishini nazorat qiluvchi organ.

²⁸ Muallif ishlanmasi



3-rasm. Raqamli platformadan foydalanuvchi guruhlar²⁹

Har bir ishlab chiqilgan raqamli platforma iste'molchilar va yetkazib beruvchilar o'rtasidagi o'zaro aloqani ta'minlaydigan biron-bir ommaviy iqtisodiy jarayon atrofida qurilgan.

Tadbirkorlar tomonidan ularning mahsulotlari "AliExpress" yoki "Ebay"ga joylashtirilib, ishlab chiqaruvchi o'z logistika tizimini ko'rmasdan, uni butun dunyodagi milliardlab mijozlarga namoyish etish imkoniyatiga ega bo'ladi. Xaridor, ushbu bozor platformalaridan foydalanib, barcha mumkin bo'lgan narx va sifat jihatidan eng yaxshi mahsulotni tanlashi mumkin.

Platformadagi iqtisodiy jarayonlarning odatdagi o'zaro ta'sir shakllaridan ajratib turadigan eng muhim xususiyatlaridan biri algoritmlashtirishdir. Platforma foydalanuvchi harakatlari o'zgaruvchan-ligining hozirgi funksiyalarini cheklaydi: masalan, bozor platformasi sotib olish funksiyasini taqdim etishi mumkin, ammo xaridlarni to'lash yoki kreditda qo'llab-quvvatlamaydi. Rivojlangan sanoat platformalarining funksional imkoniyatlari juda moslashuvchan va xilma-xil bo'lishi mumkin, ko'plab o'zaro aloqalarni ta'minlaydi. Shuningdek, platforma, tabiiy ravishda, barcha operatsiyalarni ushlab turadi va eslab qoladi. Platformalar

²⁹ Muallif ishlanmasi

asosida amalga oshirilayotgan iqtisodiy jarayonlar shaffof va tahlil qilish uchun qulaydir. Muhim platformalashtirish bilan mamlakatning butun iqtisodiyoti tabiiy ravishda raqamlashtiriladi va shaffof bo'ladi: davlat iqtisodiyotining ko'p bosqichli raqamli modeli har bir operatsiyaga qadar batafsil shakllanadi.

Hozirgi kunda jahon eksporti rivojlanishining global tendensiyasi elektron sotuvlar va onlayn eksportning o'sishi hisoblanadi. Tashqi bozorga yo'naltirilgan o'z Internet-savdo saytini yaratishdan farqli o'laroq, ko'plab eksport qiluvchi kompaniyalar allaqachon tasdiqlangan Internet-savdo saytlaridan foydalanishni ma'qul ko'rishadi (2-jadval). Ular elektron tijorat savdosini boshlashda eng past narxni ta'minlaydi. Hozirgi vaqtda turli xil tovarlar va xizmatlarni sotishni ta'minlaydigan ko'plab elektron savdo maydonchalari mavjud. Eng mashhur raqamli platformalar qatorida Alibaba, Aliexpresse, eBay, Amazon, Etsy va boshqalarni qayd etish mumkin. Raqamli savdo texnologiyalaridan foydalanish katta moliyaviy sarmoyalarsiz xaridorlar sonini keskin oshirishi mumkin, bu biznes uchun juda foydali jarayon hisoblanadi.

2-jadval

Internet savdosi hajmi 2020 yil (mlrd. dollar).³⁰

№	Mamlakatlar	Internet savdosi hajmi (mlrd. dollar)
1	Xitoy	672,01
2	AQSh	349,06
3	Buyuk Britaniya	99,39
4	Yaponiya	89,55
5	Germaniya	61,84
6	Fransiya	42,60
7	Janubiy Koreya	26,83
8	Braziliya	19,79
9	Avstraliya	19,02

³⁰ B2B trade online: platforms, tools, features [Электронный ресурс] https://www.exportcenter.ru/upload/docs/Handbook_B2B.pdf

Shuni ta'kidlash kerakki, bugungi kunda ko'p tarmoqli bozorlar mavjud, xususan, Alibaba.com, shuningdek, tor profilli raqamli platformalar faoliyati muayyan mahsulot yoki geografik joylashuvga qaratilgan. Odatda, yirik xalqaro bozorlar maqsadli auditoriyani aniqlab olish va milliy o'ziga xosliklarni hisobga olish uchun domenlar bilan mintaqaviy filiallarni yaratadi, Bular jumlasiga Fransiya va Buyuk Britaniya kabi davlatlarni kiritishimiz mumkin. Xitoy onlayn sotishda yetakchi hisoblanadi, u butun dunyo bo'ylab sotuvchilar va xaridorlarga xizmat ko'rsatadigan ko'plab bozorlarga ega. Eng mashhur bozorlarga: "Alibaba", "Aliexpress", "eBay", "Amazon" kiradi. "Alibaba.com" elektron platformasi dunyodagi eng yirik elektron loyihalardan biridir. Ro'yxatdan o'tgan foydalanuvchilar soni 240 ta mamlakat va mintaqalardan kelgan 260 milliondan ortiq odamni tashkil etadi, ular oyiga 185 millionta xaridni amalga oshirmoqdalar. Alibaba - tashqi bozorlarga chiqishni ancha osonlashtiradigan, xaridorlar va sotuvchilar o'rtasida asosiy aloqa amalga oshiriladigan onlayn do'kon, shuningdek, B2B bozor maydonlarining biznes modelini amalga oshiradi. Alibaba ishlab chiqaruvchilar, sotuvchilar va iste'molchilar uchun butun dunyo bo'ylab tovarlar va xizmatlarni taqdim etadigan yagona axborot savdo maydonini tashkil etadi. Raqamli platformada Alibaba.com saytida dunyodagi har qanday kompaniya sotuvchi sifatida ro'yxatdan o'tishi mumkin. EBay.com bozori B2C va C2C biznes texnologiyalarini tatbiq etadigan dunyodagi eng taniqli onlayn platformalardan biridir. B2C texnologiyasi (biznes iste'molchiga) tovar va xizmatlarni iste'molchiga to'g'ridan-to'g'ri sotishni anglatadi, C2C (iste'molchi iste'molchiga) iste'molchilar o'rtasida tovar va xizmatlarni sotishni ta'minlaydi. Elektron tijorat yuritish uchun ham turli xizmatlar yaratilgan bo'lib, ular elektron biznesni yuritishga ko'maklashadi. Bugungi kunda o'z onlayn do'kon yaratish uchun Bigcommerce.com, Shopify.com va boshqa xizmatlar faoliyat ko'rsatmoqda.

Mamlakatimizda raqamli platformalardan foydalanish barcha sohalarda, jumladan, mahsulotlar eksportida tub o'zgarishlarga olib keladi. Mahsulotlar va

xizmatlar eksportining an'anaviy shakllari bilan bir qatorda, to'rtinchi sanoat inqilobi sharoitida innovatsion raqamli texnologiyalar paydo bo'lmoqda.

Raqamli platformalar an'anaviy sanoat tarmoqlarida tobora ko'proq paydo bo'lib, bir qator o'zgarishlarni olib keladi:

- sanoat bozorlari chegaralari, tarkibi va ulardagi raqobat qoidalarining o'zgarishi;
 - raqamli platformalar paydo bo'lishi an'anaviy biznesdan ustun keladi;
- Shuningdek, raqamli platformalarni rivojlantirishni rag'batlan-tirish vositalariga quyidagilar kiradi.
- ma'lumotlarni himoya qilish standartlari va qoidalarini uyg'unlashtirish;
 - transchegaraviy ma'lumotlar almashinuvini soddalashtirish;
 - xalqaro elektron tijoratni rivojlantirish;
 - raqamli infratuzilmaga sarmoya kiritish;
 - ishlab chiqarish va ayirboshlash, ulardan keraksiz vositachilik aloqalarini yo'q qiladi, samaradorlikni keskin oshiradi;
 - xalqaro bozorlar va mehnat unumdorligi.

Raqamli platformalar asosida eksportni rivojlan-tirishga qaratilgan savdo-eksportni qo'llab-quvvatlash va biznes tuzilmalarini rivojlantirish bo'yicha davlat muassasalari o'rtasida yaqin hamkorlik qilish zarurati mavjud. Istiqbolli jihatlardan yana biri eksport xizmatlari ehtiyojlariga javob beradigan milliy raqamli platformani yaratish hisoblanadi. Raqamli platformalarning rivojlanishi ko'plab yangi imkoniyatlarni yaratishi mumkin. Raqamli platformalarning rivojlanishi eksport bo'yicha muammolarni hal qilishda, shu jumladan, iqtisodiy rivojlanish maqsadlariga erishish bilan bog'liq holda amalga oshishi mumkin. Bu iqtisodiy va ijtimoiy natijalarni yaxshilashga yordam berishi hamda innovatsiyalar va mahsuldorlikni oshirish uchun harakatlantiruvchi kuchga aylanishi mumkin. Platformalar tomonidan taqdim etilgan infratuzilma aloqa, operatsiyalar, ma'lumot almashish va hamkorlik samaradorligini oshirishi mumkin. Rivojlanayotgan mamlakat-lardagi mahalliy firmalar raqamli platformalar tomonidan taqdim etilgan

raqamli xizmatlardan foydalana olishsa, sezilarli foyda olishlari mumkin. Raqamli platformalar an'anaviy bitimlarga nisbatan tranzaksiya xarajatlarini kamaytirishi mumkin, shuning uchun, ayniqsa, mikrofirmalar hamda kichik va xususiy tadbirkorlar uchun ichki va tashqi bozorda keng imkoniyatlar yaratadi.

1.2-§. Tadbirkorlik faoliyati eksportini rivojlantirishda raqamli platformalardan foydalanishning hozirgi holati va o'ziga xos xususiyatlari

Bugungi kunda mamlakatimizda tadbirkorlik subyektlarini qo'llab-quvvatlash borasida amalga oshirilayotgan iqtisodiy islohotlar va yaratilgan tegishli normativ-huquqiy baza iqtisodiyotning barqaror sur'atlar bilan o'sishi uchun mustahkam poydevor yaratmoqda. Ayniqsa, so'nggi yillarda mamlakatimiz iqtisodiyotida tadbirkorlik subyektlarining ulushini yanada oshirish, ularni har tomonlama qo'llab-quvvatlash, jahon bozorlarida raqobatbardosh mahsulotlarni ishlab chiqarish va ularni eksport qilishda tadbirkorlarimizni rag'batlantirish borasida samarali ishlar amalga oshirilmoqda. Qisqa muddat ichida mamlakatimizda qulay ishbilarmonlik muhitini yaratish, tadbirkorlik faoliyatini qo'llab-quvvatlash, eksportchi korxonalariga qo'shimcha imtiyoz va preferensiyalar berish, bank-moliya sohasida islohotlar o'tkazish borasida 60 dan ortiq O'zbekiston Respublikasi Prezidenti va hukumat qarorlari, farmon va farmoyishlari qabul qilindi.

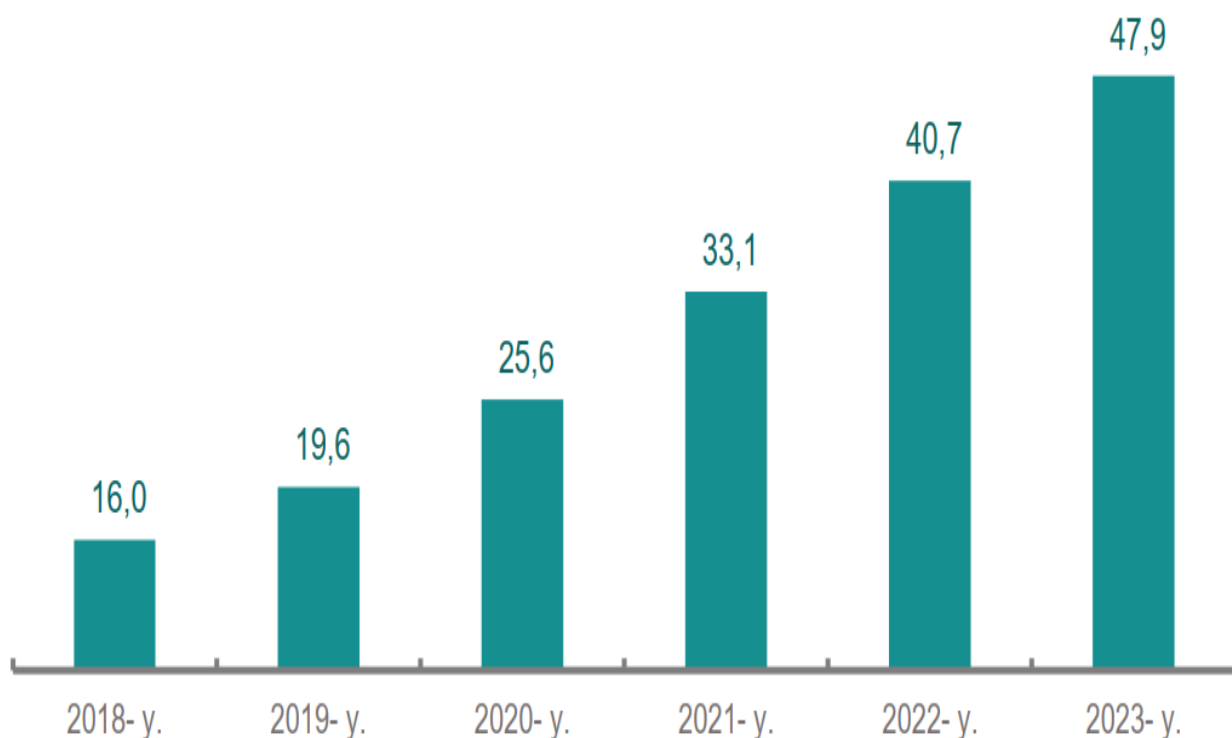
Jumladan, O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoev tashabbusi bilan qabul qilingan 2017-2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha Harakatlar strategiyasi mamlakatimizda ishbilarmonlik muhitini yanada yaxshilash, tadbirkorlik subyektlarini rivojlantirishni qo'llab-quvvatlash orqali ushbu sektor O'zbekiston iqtisodiyoti tuzilmasida yanada muhim o'rin egallashida va tadbirkorlik subyektlarining eksport salohiyatini yanada oshirishda mustahkam poydevor

vazifasini o‘tamoqda³¹. Harakatlar strategiyasi dasturidan kelib chiqqan holda, bugungi kunda axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan keng foydalanish, zamonaviy fikrlaydigan tadbirkorlar sinfini shakllantirish, tashqi bozorlarda raqobatbardoshligi yuqori bo‘lgan yangi turdagi mahsulotlarni ishlab chiqarish, an’anaviy bozorlardan chetlashgan holda eksport geografiyasini diversifikatsiya qilish, sanoat korxonalarini faoliyatini jadallashtirish, mahalliy brendlarni ilgari surish kabi bir qator masalalar yurtimiz eksport salohiyatini oshirishda muhim ahamiyat kasb etmoqda. Shu jihatlarni hisobga olgan holda tadbirkorlik faoliyatida raqamli iqtisodiyot texnologiyalaridan foydalanishni rivojlantirish va buning uchun elektron davlat xizmatlarini ko‘rsatishning yaxlit tizimini yaratish, davlat organlarining tadbirkorlar bilan muloqot qilishining yangi mexanizmlarini joriy etish yuzasidan izchil ishlar olib borilmoqda. Bu borada mamlakatimizda elektron tijoratni qonunchilik asosida tartibga solish maqsadida 1999 yilda “Telekommunikatsiyalar to‘g‘risida”, 2003 yilda “Axborotlashtirish to‘g‘risida”, 2004 yilda “Elektron hujjat aylanishi to‘g‘risida”, “Elektron tijorat to‘g‘risida”gi, 2005 yilda “Elektron to‘lovlar to‘g‘risida”gi qonunlar va 2002 yilda “Kompyuterlashtirishni yanada rivojlantirish va axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini joriy etish chora-tadbirlari to‘g‘risida”, 2012 yilda “Joylarda kompyuterlash-tirish va axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini yanada rivojlantirish uchun shart-sharoitlar yaratish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi, 2020 yilda “Raqamli iqtisodiyot va elektron hukumatni keng joriy etish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori, “Raqamli O‘zbekiston - 2030” strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risidagi O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PF-6079-son farmonlari ham qabul qilingan bo‘lib, ularda elektron hisob-kitoblarni amalga oshirish jarayonlarini jadallashtirishga, mintaqada raqamli iqtisodiyot texnologiyalarining holati va ularni rivojlantirish istiqbollari doimiy ravishda

³¹ O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “O‘zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo‘yicha Harakatlar strategiyasi to‘g‘risida”gi Farmoni, 2017 yil 7 fevral

tahlil qilish hamda ularning natijalari asosida mazkur sohani takomillashtirish bo'yicha takliflar kiritish va bu tizimlardan keng foydalanish orqali sezilarli darajada rivojlantirishga xizmat qilmoqda.

Zamon talablariga mos holda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishga, iste'molchilar bilan ishlab chiqaruvchilar o'rtasidagi o'zaro aloqalarni yangi bosqichga olib chiqishga, xo'jalik yurituvchi subyektlar, xususan, kichik biznes va tadbirkorlik subyektlari eksport faoliyatida raqamli platformalar imkoniyatlaridan samarali foydalanish, ularning raqobatbardoshligini oshirish va yuqori iqtisodiy natijalarga erishishda muhim asos bo'lib xizmat qiladi. Shu jihatlarni hisobga olgan holda, bugungi kunda Samarqand viloyatida faoliyat ko'rsatayotgan kichik biznes subyektlari soniga e'tibor beradigan bo'lsak, ular yildan-yilga oshib bormoqda (4-rasmga qarang).



4-rasm. Samarqand viloyatida faoliyat ko'rsatayotgan kichik biznes subyektlari soni (2023 yanvar holatiga, ming birlikda)³²

³² O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi ma'lumotlaridan foydalanildi.

2023- yilning 1 yanvar holatiga faoliyat yuritayotgan kichik korxonalar va mikrofirmalar soni 47,9 mingtani tashkil etib, o'tgan yilga nisbatan 7,2 mingtaga ko'paygan yoki 17,7 % ga oshgan - Kichik tadbirkorlik subyektlarining soni har 1000 aholiga 11,6 birlikni tashkil qildi. 2023- yil 1- yanvar holatiga faoliyat yuritayotgan kichik tadbirkorlik subyektlari soni jami 47 943 tani, shundan yangi tashkil etilganlari 10 613 tani tashkil etdi. 2023- yilning 1- yanvar holatiga ko'ra hududlar bo'yicha faoliyat yuritayotgan kichik korxonalar va mikrofirmalarning eng ko'pi Samarqand shahrida 13 775 tani yoki jamiga nisbatan 28,7 % ni tashkil etdi. Hududlar kesimida kichik tadbirkorlik subyektlari sonining har 1000 aholiga nisbati eng yuqori ko'rsatkich Samarqand shahrida 24,0 birlik, Kattaqo'rg'on shahrida 16,4 birlik, Samarqand tumanida 13,3 birlik, Oqdaryo tumanida 12,2 birlik, Pastdarg'om tumanida 10,8 birlikka yetdi.³³

Respublikamiz rivojlanishining bugungi bosqichi tadbirkorlik subyektlari tijorat faoliyatida ham raqamli platformalardan samarali foydalanishni talab etmoqda. Bu esa, o'z navbatida, ularning ishlab chiqargan mahsulotlari va ko'rsatayotgan xizmatlarining jahon bozorida yanada raqobatbardoshligi hamda sifatining oshishiga xizmat qiladi.

2017 - 2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha Harakatlar strategiyasini «Faol tadbirkorlik, innovatsion g'oyalar va texnologiyalarni qo'llab-quvvatlash yili»da amalga oshirishga oid Davlat dasturida ham iqtisodiyotni rivojlantirish va faol tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlashning quyidagi ustuvor yo'nalishlari belgilab berildi³⁴:

- internet tarmog'ida mahalliy va xorijiy investorlarni zarur statistik axborotlar, biznesni yuritish uchun yaratilgan shart-sharoitlar bilan ta'minlaydigan «Investitsiya portali»ni ishga tushirish;

³³ Samarqand viloyati statistika boshqarmasi ma'lumotlaridan foydalanildi.

³⁴O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha Harakatlar strategiyasi to'g'risida" O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh. M.Mirziyoevning Farmoni Toshkent shahri, 2017 yil 7 fevral

- tadbirkorlik subyektlari tomonidan ishlab chiqarilayotgan mahsulotlar hajmi va turlari haqidagi ma'lumotlarning yagona bazasini yaratish.

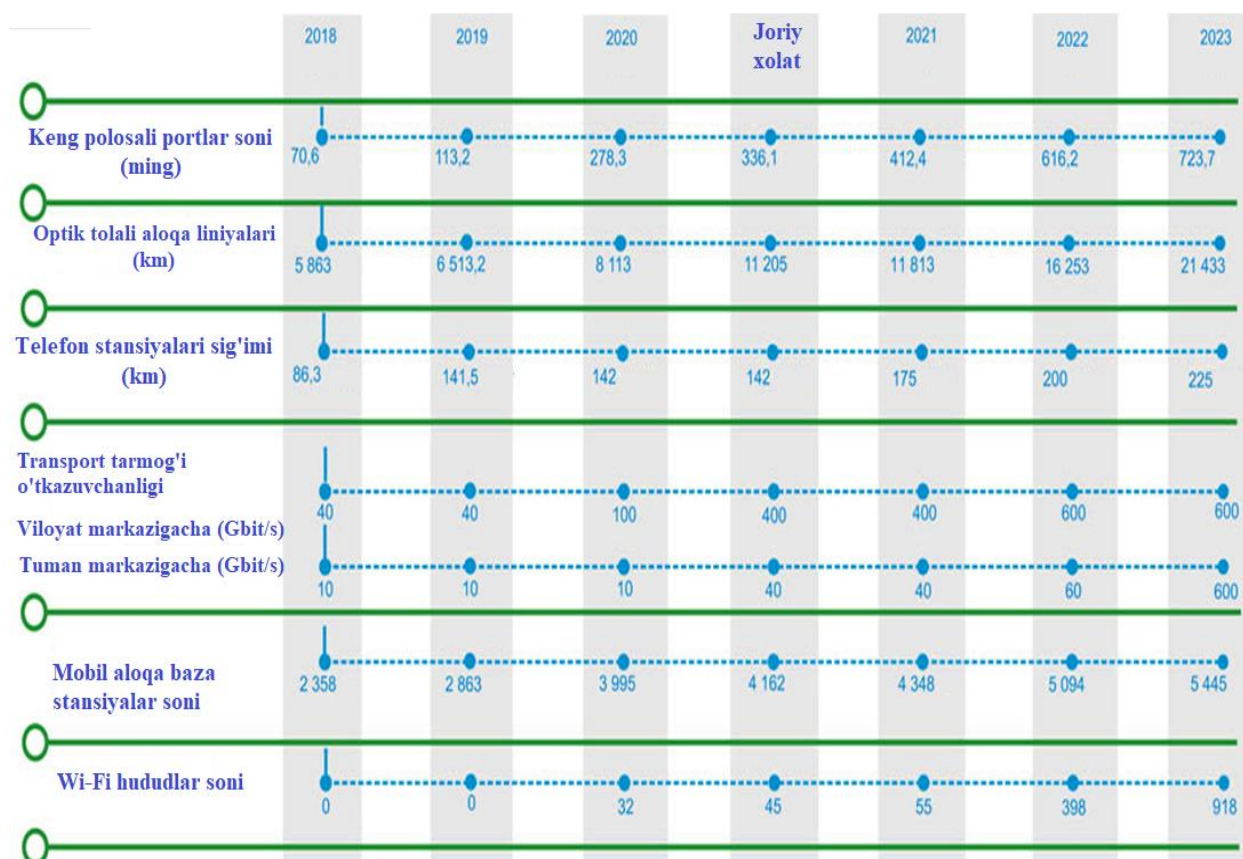
Tadbirkorlik faoliyatini qo'llab-quvvatlash va biznes yuritish sharoitlarini yaxshilash maqsadida:

- tadbirkorlik subyektlariga, pul mablag'larini xizmat ko'rsatuvchi banklarda inkassatsiya qilish qoidalariga qat'iy rioya qilgan holda, tovarlarni axborot-kommunikatsiya texnologiyalari orqali sotishda naqd pulda hisob-kitob qilish, shuningdek, mahsulotlarni xalqaro to'lov kartalaridan foydalangan holda xalqaro savdo maydonlari orqali eksport qilish tizimini soddalashtirish;

- tadbirkorlik va innovatsion sohadagi istiqbolli loyihalarni moliyalashtirish mexanizmlarini rivojlantirish.

Ta'kidlash joizki, axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini hamda ular orqali ko'rsatiladigan xizmatlarni samarali tatbiq etish ijtimoiy-iqtisodiy sohaning barcha jabhalarini, shu jumladan, biznesni rivojlantirishning asosiy omillaridan biridir. Bu, o'z o'rnida, O'zbekistonning jahon iqtisodiyotiga integratsiyalashuvida zamonaviy axborot texnologiyalarini nafaqat tashqi, balki ichki bozorlarda ham joriy etishni taqozo etadi.

Samarqand viloyati miqyosida ko'rib chiqadigan bo'lsak, hozirgi vaqtga kelib viloyatda raqamli iqtisodiy texnologiyalarning joriy etilganlik darajasini yillar kesimida ko'radigan bo'lsak, 2018 yilda keng polosali portlar soni 70,6 ming bo'lsa, 2021 yil oxirigacha 412,4 ming bo'lishi kutilmoqda, optik tolali aloqa liniyalari 5863 km., 2021 yil oxirigacha 11813 km.ni tashkil qilmoqda. (5-rasmga qarang). Bu, o'z navbatida, yaxshi ko'rsatkich bo'lib xizmat qiladi, lekin shu bilan birgalikda, hali to'liq darajada yetarli emas. Shuningdek sifatli va raqobatbardosh, milliy dasturiy ta'minot vositalarining ishlab chiqarilishini ta'minlash, axborot resurslari, axborot tizimlari va dasturiy ta'minot vositalari ishlab chiqari, xizmatlar bozorini rivojlantirishni ta'minlash, hududda tashkilot va muassasalarda zamonaviy avtomatlashtirilgan tizim va dasturiy ta'minot mahsulotlarining joriy qilinishini muvofiqlashtirish zarurdir.



5-rasm. Samarqand viloyatida raqamli iqtisodiy texnologiyalarning joriy etilganlik holati ko'rsatkichlari³⁵ (%)

Ammo bu hali talab darajasida emas. Qayd etish kerakki, raqamli iqtisodiy texnologiyalar kelgusida tadbirkorlik subyektlari istiqboli uchun xizmat qilishi bilan birga, tijorat yo'nalishini rivojlantirishga ham hissa qo'shadi. Jumladan, telekommunikatsiya tizimi operatorlari, bank, elektron tanlov, auksion va yarmarkalar tashkil etish bilan shug'ullanuvchi yuridik shaxslar, elektron xabar va elektron hujjatlar saqlash bilan shug'ullanuvchilarning istiqboldagi biznesi rivojiga oid normalar ham o'z aksini topgan. Iqtisodiyot tarmoqlarida, jumladan, eksportda ham faol joriy etish, ilg'or ilmiy-texnologik ishlanmalardan foydalanishni kengaytirish orqali milliy iqtisodiyotimizning jahon bozoriga integratsiyalashuvini kuchaytirishga alohida e'tibor qaratishni talab etadi.

³⁵ Axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalarini rivojlantirish vazirligi Samarqand viloyati hududiy boshqarmasi ma'lumotlari asosida muallif ishlanmasi.

Tadbirkorlar tomonidan amalga oshiriladigan eksport jarayonida savdo hajmini, daromadlarni, shuningdek, mijozlar sonini oshirishda Raqamli platformalar foydalanish juda ham muhimdir. Bu tadbirkorga vaqtni tejash va daromadni ko'paytirishga yordam beradigan mijozlar bilan doimiy muloqot qilish uchun yagona ish joyini yaratishga imkon beradi. Shu bilan birga, tadbirkorlik subyektlari uchun raqamli platformalardan foydalanish bir qator imkoniyatlarni beradi(6-rasm).

Tadbirkorlik subyektlari uchun raqamli platformalardan foydalanish imkoniyatlari

- Muvaffaqiyatli tadbirkorlar tomonidan yaratilgan barcha mahsulotlarni bir joyda sotish;
- ichki dizayner yordamida dasturlash orqali interaktiv veb-sayt yaratish;
- saytga tashrif buyuruvchilar mustaqil ravishda yangiliklarga obuna bo'lishlari, tadbirga yozilishlari, uchrashuv vaqtini tanlashlari, Internet-do'konda buyurtma berishlari mumkin;
- mijozlar bilan aloqa qilishning turli vositalaridan foydalanish: saytda ma'lumot va mulohazalarni nashr etish, xatlarni yuborish, ijtimoiy tarmoqlar bilan integratsiya qilish mumkin;
- tadbirlarni boshqarish: bo'lajak tadbirlar to'g'risidagi ma'lumotlarni saytda joylashtirish, tadbirlarning mehmonlar ro'yxatini yuritish, eslatmalar va tadbirlarni ro'yxatdan o'tkazishni tasdiqlash mumkin;
- onlayn taqvimdagi ish jadvalini yaratish va saqlash, onlayn uchrashuvga yozilish;
- vazifa ro'yxatlarini saqlab qolish;
- yagona mijozlar bazasi bilan ishlash;
- onlayn-do'kon yaratish, mustaqil ravishda tovarlar va xizmatlar to'g'risidagi ma'lumotlarni joylashtirish mumkin.



6-rasm. Tadbirkorlik subyektlari uchun raqamli platformalardan foydalanish mexanizmi³⁶

Raqamli platformadan samarali foydalanish tadbirkorlarga eksport jarayonini oson amalga oshirishni ta'minlaydi: mahsulotni ro'yxatga olish oddiygina, bir necha qadamda amalga oshiriladi; ikkinchi darajali domen va xosting saytlarini olish avtomatik ravishda amalga oshiriladi.

Raqamli platformadan foydalanish kafolatlari:

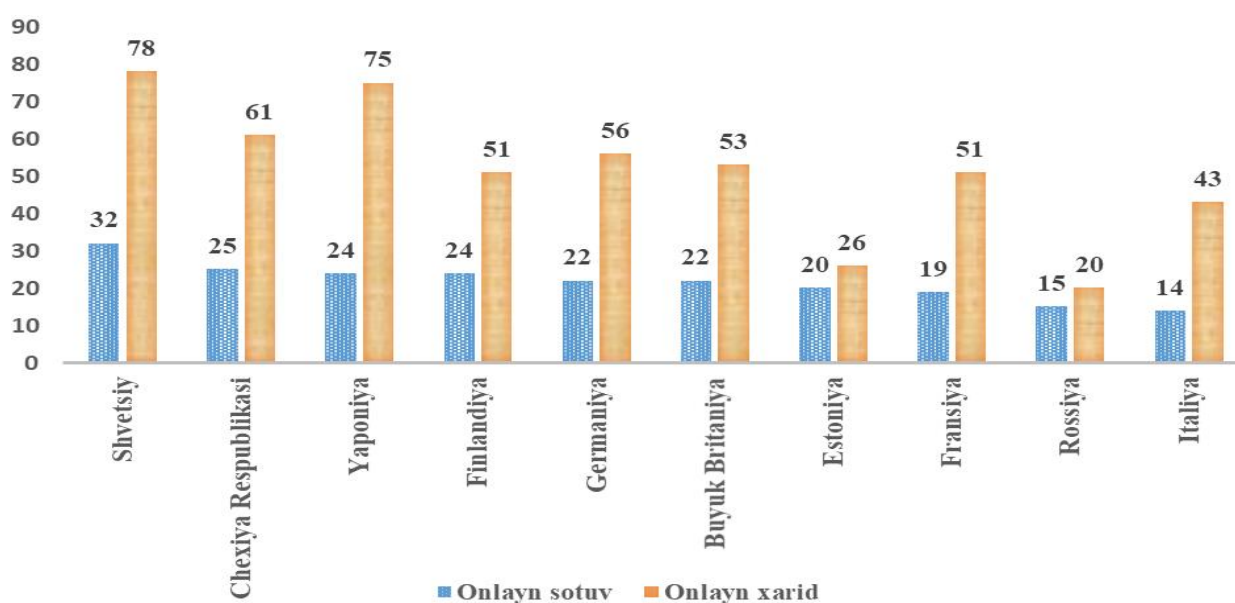
- tadbirkor va mijozlar uchun vaqtni tejash;
- mijozlar ehtiyojini qondirish;
- savdoning o'sishi.

Raqamli platformalar tadbirkorlar uchun eng yaxshi yordamchidir. Shu jihatlarni hisobga olgan holda raqamli iqtisodiyot sohasi tadbirkorlik subyektlari tomonidan elektron to'lovlar va tijoratni amalga oshirishni avtomatlashtirish imkonini beruvchi xilma-xil texnologik yechimlar taklif etilmoqda. Bugungi kunda xalqaro axborot tarmog'i - Internetning "uz" domenida Internet-do'konlar mavjud bo'lib, ular tomonidan mijozlarga masofadan turib, muayyan vaqt rejimida ehtiyoj tovarlarini xarid qilish va xizmatlardan foydalanishlari uchun sharoitlar yaratilmoqda. Ayni paytda, bu yo'nalishdagi ishlarni yanada jonlantirish va

³⁶ Muallif ishlanmasi

kengaytirish zarurati ham mavjud. Tijorat faoliyati va tadbirkorlikda raqamli platformalardan foydalanishni yanada rivojlantirish, savdo tizimiga raqamli iqtisodiyot texnologiyalarini joriy etish lozimdir.

Raqamli platformalar orqali eksport jarayonlarini yanada jadallashtirish maqsadida tovarlar va xizmatlarning ma'lumotlar bazasini shakllantirish, mahalliy mahsulotlar eksportini oshirish uchun mahalliy Internet platformasini xalqaro platformalar bilan o'zaro integratsiyalashuvini ta'minlash, mahalliy mahsulotlarning elektron ko'rgazmalarini tashkil etishni rivojlantirish yaxshi samara beradi. Bu borada rivojlangan mamlakatlarda mamlakat bo'yicha sotib olish va sotish uchun tashkilotlarda internetdan foydalanish darajasini tahlil qiladigan bo'lsak, natija ancha yuqoriligini ko'rishimiz mumkin (7-rasm).

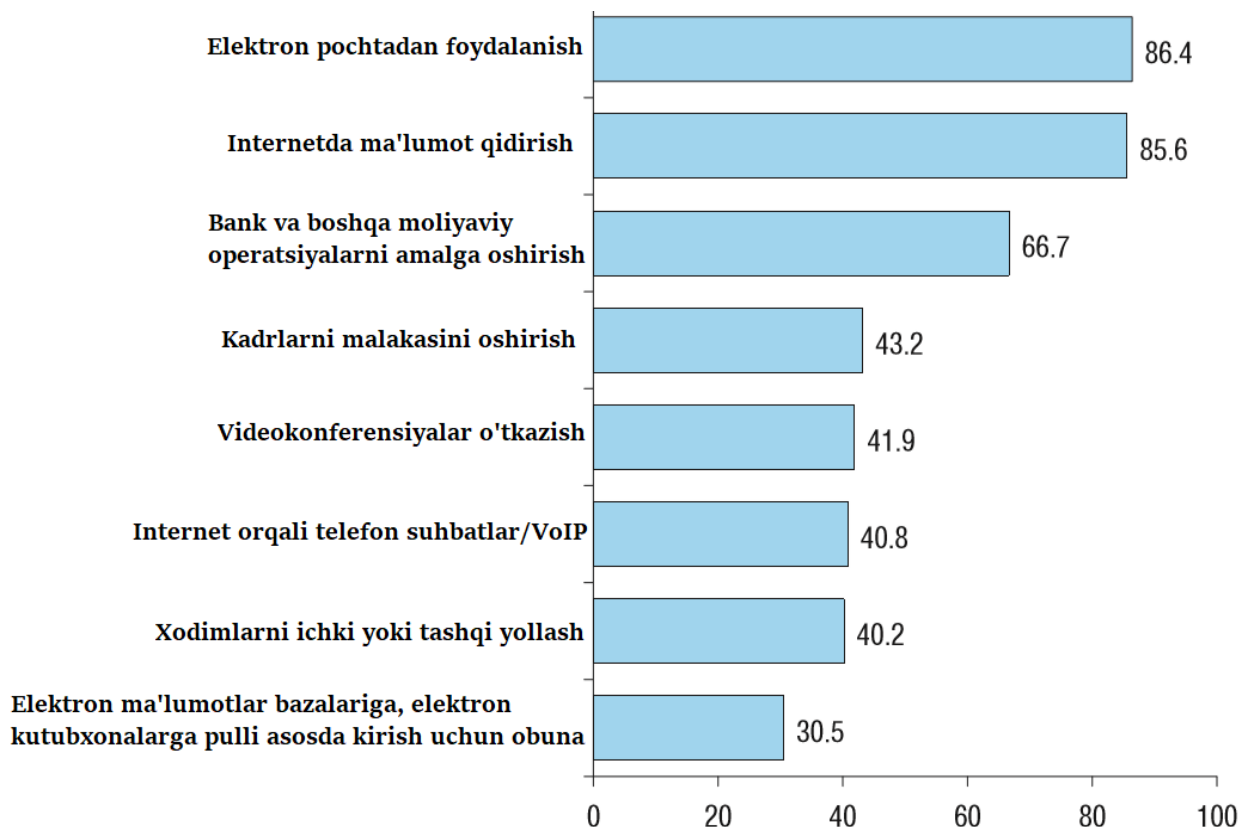


7-rasm. Mamlakat bo'yicha sotib olish va sotish uchun tashkilotlarda internetdan foydalanish: (tadbirkorlik sohasidagi tashkilotlar umumiy soniga nisbatan foizda)³⁷

Jadvaldan ko'rinib turibdiki, bu borada Shvesiya, Chexiya Respublikasi, Germaniya, Buyuk Britaniya kabi davlatlarning ko'rsatkich-lari boshqa davlatlarnikiga nisbatan sezilarli darajada yuqoridir. Shu bilan birga, tashkilotlarda

³⁷ Muallif ishlanmasi

internetdan foydalanish yoʻnalishlari boʻyicha olib borilgan tadqiqotlar shuni koʻrsatdiki, unda, asosan, elektron pochtdan foydalanish va internetdan maʼlumot qidirish yuqori koʻrsatkichlarni qayd etmoqda(8-rasm). Bu, oʻz navbatida, tadbirkorlik subyektlarining eksport faoliyati bilan shugʻullanuvchi korxonalariga keng imkoniyatlar yaratadi.



8-rasm. Tashkilotlarda internetdan foydalanish yoʻnalishlari (tadbirkorlik sohasidagi tashkilotlar umumiy soniga nisbatan foizda)³⁸

Tadbirkorlik subyektlariga davlat organlari tomonidan taqdim etilayotgan interaktiv davlat xizmatlari roʻyxatini kengaytirish hamda sifatini yaxshilash, elektron tijorat bilan shugʻullanuvchi tadbirkorlik subyektlariga soliq, boj sohasida va boshqa imtiyozlar berishga qaratilgan chora-tadbirlarni ishlab chiqish maqsadga muvofiqdir. Shuningdek, raqamli iqtisodiyot texnologiyalari sohasidagi imkoniyatlarning yaratilishi orqali tadbirkorlar tomonidan tashqi bozorga chiqishda raqamli platformalardan foydalanish muhim jarayon sanaladi. Bundan

³⁸ Muallif ishlanmasi

tashqari, eksport qilinmoqchi bo'lgan mahsulotlar to'g'risidagi axborotlarni Internet tarmog'ining milliy segmentini ma'lumotlar bilan to'ldirishni rag'batlantirish, elektron tijorat sohasida mutaxassislar tayyorlash kabi qator boshqa masalalarga ham alohida e'tibor qaratish darkor.

Davlat va tadbirkorlik subyektlari o'rtasidagi o'zaro munosabatlar sohasi doirasida raqamli iqtisodiyot texnologiyalarini qo'llashning asosiy vazifalari quyidagilardan iborat:

- ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishning turli jihatlari bo'yicha ishonchli axborotni o'z vaqtida tarqatish;
- iqtisodiy faoliyat ishtirokchilari uchun o'zaro elektron hamkorlikni rivojlantirish uchun shart-sharoit yaratish;
- elektron hukumatning infratuzilmasidan foydalanish;
- fuqarolar tomonidan talab qilinadigan davlat, tijorat va notijorat xizmatlarni taqdim etish;
- tashkilotlarda elektron hujjat aylanishini joriy etish bo'yicha loyihalarni targ'ib qilish;
- kichik biznes va xususiy tadbirkorlik uchun savdo munosabatlarning elektron shakllari mavjudligini ta'minlash;
- davlat va shahar nazorat organlari tomonidan tekshiruvlar vaqtida raqamli iqtisodiyot texnologiyalaridan foydalangan holda tadbir-korlik subyektlari uchun ma'muriy yukni kamaytirish;
- xo'jalik yurituvchi subyektlar uchun davlat hokimiyati organlariga va mahalliy boshqaruv organlariga hisobot berishni elektron hisoblash tizimini takomillashtirish orqali an'anaviy tarzda hujjatlarni taqdim etish imkoniyati;
- bank xizmatlaridan masofadan foydalanishni ta'minlash;
- xalqaro axborot almashinuvini rivojlantirish;
- shu jumladan, elektron imzo uchun chegaraoldi ishonch maydonini yaratish va boshqalar.

Shuningdek, raqamli iqtisodiyot infratuzilmasidan keng foydalanish, tashkilotlar tomonidan amalga oshirilayotgan eksport loyihalarining samaradorligini monitoring qilishning muhim vazifasi hisoblanadi. Shunday qilib, nazorat qilish uchun asosiy ma'lumotlar bo'lishi kerak. Barcha ro'yxatga olingan vazifalarni hal qilish, ish bilan shug'ullanish qulayliklarini oshirib, milliy va mintaqaviy miqyosda ishbilarmonlik muhitini yaxshilaydi. Bu borada Jahon bankining metodologiyasiga ko'ra, "Doing Business" hisobotining yillik nashri amalga oshirilib, submilliy darajadagi biznesni qulaylashtirishni baholashda 4 ta ko'rsatkichlar hisobga olinadi³⁹:

Ishbilarmonlik muhitini optimallashtirish va biznes yuritishning osonlashtirilishi hududlarni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish istiqbollari sezilarli darajada yaxshilovchi omillar qatoriga kiradi.

Jahon bankining tadqiqotlariga ko'ra, mintaqaviy darajada biznes yuritishning qulayligini aniqlaydigan asosiy jihatlardan biri raqamli iqtisodiyot texnologiyalaridan samarali foydalanish hisoblanib, ular quyidagilardan iborat:

- korxonalarni ro'yxatga olish uchun elektron tizimni joriy qilish orqali biznesni boshlash tartibini soddalashtirish;
- tegishli davlat idoralarining iltimosiga binoan, tadbirkorlik subyektlari tomonidan elektron ma'lumotni taqdim etish;
- biznes bilan bog'liq ruxsatnomalarni olish jarayonini soddalashtirish, elektron dasturiy tizimni joriy etish.

Jahon banki ekspertlari fikriga ko'ra, yangi biznesni elektron ro'yxatga olish - bu ro'yxatga olish jarayonini optimallashtirishning eng yaxshi usulidir. Dunyo mamlakatlarining asosiy maqsadi tadbirkorlarga ro'yxatdan o'tish imkoniyatini berishdir. Bu jarayon davlat organlariga yoki notariuslarga borishni onlayn tarzda amalga oshiradi⁴⁰.

³⁹ www.doingbusiness.org. - Jahon bankining metodologiyasiga ko'ra, yillik hisobot nashri.

⁴⁰ www.worldbank.org- Jahon banki ma'lumotlaridan foydalanildi.

“Doing Business” hisoboti nashr etilishining asosiy maqsad-laridan biri, mamlakatlarning biznesni tartibga solishni soddalashtirish va optimallashtirish, shu jumladan, elektron platformalar yaratish va yagona interfeys ("bir martalik xizmat" deb nomlangan) orqali xizmatlar ko'rsatishdan manfaatdorligini oshirishdir. Biznesni qulaylashtirishning bu jihati doimo innovasion salohiyat nuqtai nazaridan iqtisodiy faoliyatning eng istiqbolli sohasi bo'lgan raqamli iqtisodiyotning rivojlanishi nuqtai nazarida doimo e'tiborga sazovor bo'lib kelmoqda. Shu jihatlarni hisobga olgan holda, hududlarda tadbirkorlik subyektlariga keng imkoniyatlar berish, ular tomonidan amalga oshiriladigan eksport jarayonlarini har tomonlama qo'llab-quvvatlash muhim ahamiyatga ega hisoblanadi. Chunki bugungi kunda mamlakatimizning iqtisodiyotini o'sishida tadbirkorlik subyektlari eksporti ham alohida o'rin egallaydi. Jumladan, Respublikamizda kichik biznes subyektlari tomonidan 2020 yil yanvar-sentabr oylarida amalga oshirilgan mahsulot(ishlar va xizmatlar)lar eksporti hajmi 2195,6 mln. AQSh dollarini yoki umumiy eksport hajmining 17,6 % ini tashkil etdi. 2020 yilning yanvar-sentabr oylarida hududlar bo'yicha kichik tadbirkorlik subyektlari mahsulotlari (tovar, xizmatlar) eksportining jamiga nisbatan eng ko'p ulushi esa, Sirdaryo viloyatida – 76,4 %, Xorazm viloyati – 69,0 %, Namangan viloyatida – 63,8 %, Surxondaryo viloyatida – 62,7 %, Farg'ona viloyatida – 58,6 % ni tashkil etgan. Eng past ko'rsatkich Navoiyda – 13,4 % ni tashkil etdi⁴¹.

Bugungi kunda Samarqand viloyatida raqamli iqtisodiyot texnologiyalari darajasiga e'tibor beradigan bo'lsak, 2014 yildan beri ancha rivojlanganligini ko'rishimiz mumkin (3-jadvalga qarang). Jumladan, 2014 yilda internetdan foydalanuvchilar 877 ming kishini tashkil etgan holda, internet tezligi 1 Gbit/c bo'lgan bo'lsa, 2021 yilga kelib internetdan foydalanuvchilar soni 2 million 750 ming kishiga yetgan holda, internet tezligi 12 Gbit/c ga yetgan. Shu bilan birgalikda, viloyat yalpi hududiy mahsulot hajmida AKTning ulushi o'zgarmasdan kelmoqda.

⁴¹ O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi ma'lumotlari.

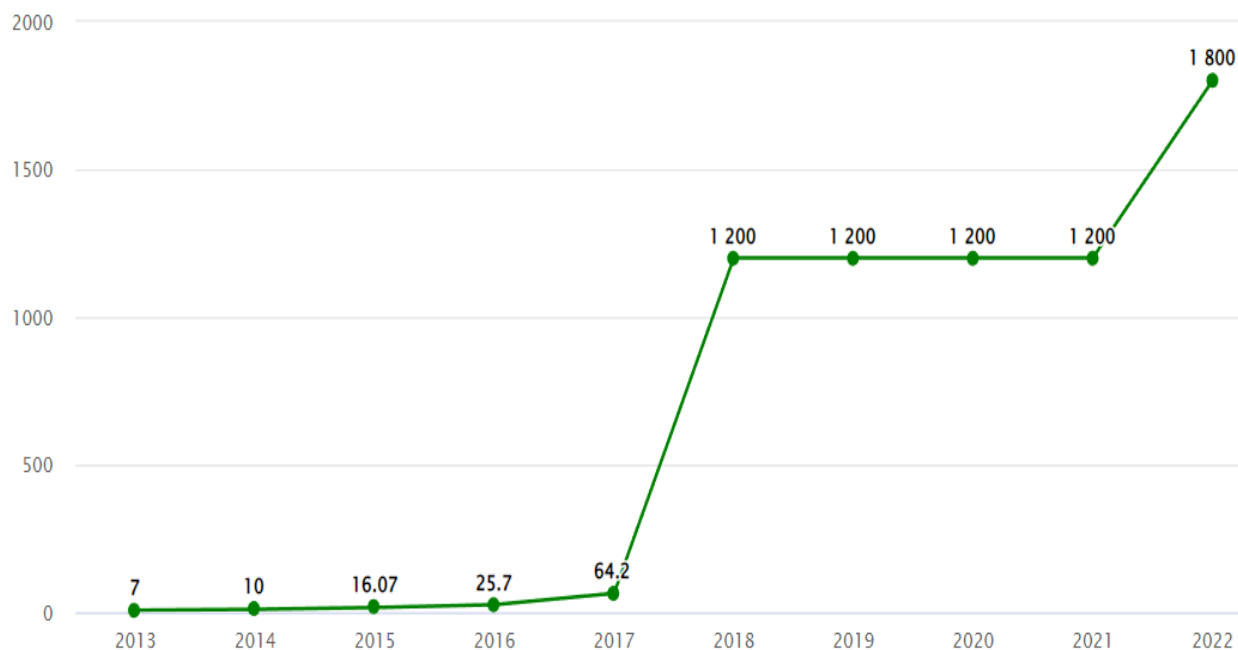
**Samarqand viloyatida raqamli iqtisodiyot texnologiyalari
ko'rsatkichlari⁴²**

Yillar	Internet xizmatlarini ko'rsatuvchi keng polasali qurilmalarning sig'imi (ming portga)	Internet tezligi Gbit/c	Internet foydalanuvchilari soni (ming ta)	Keng polasali simli internetdan foydalanuvchilar soni (ming ta)	Mobil internetdan foydalanuvchilar soni(ming ta)	Yalpi hududiy mahsulotida axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining ulushi (%)	Aloqa va axborotlashirish xizmatlarining ulushi (%)
		Keng polasali simli internet					
2014	35,7	1	877,6	46,8	827,8	6,3	6,5
2015	36,1	1	1582,8	101,9	1480,8	6,2	6,6
2016	45,4	10	2065,1	156,6	1908,4	6,4	6,7
2017	65,8	10	2344,8	189,4	2155,4	6,4	6,7
2018	73,6	10	2495,3	192,9	2302,3	6,4	6,7
2019	90,4	10	2595	195	2400	6,4	6,7
2020	92,4	12	2600	197	2450	6,6	6,9
2021	94,4	12	2750	201	2550	6,8	6,9

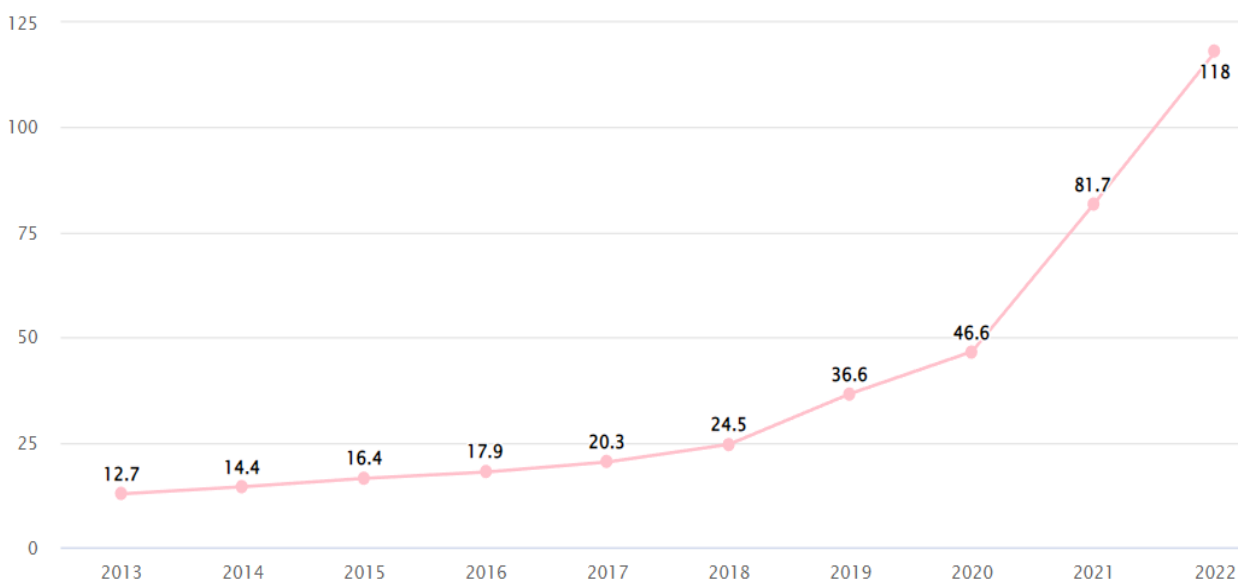
Mavjud ko'rsatkichlar viloyatdagi raqamli platformalarning ishlash jarayoniga bevosita o'z ta'sirini ko'rsatadi. Shu jihatlarni hisobga olgan holda, tadbirkorlik subyektlari mavjud imkoniyatlardan samarali foydalanish orqali o'zlarining eksport jarayonidagi iqtisodiy salohiyatini yaxshilashlari mumkin. Bugungi kunda mazkur sohani yanada rivojlantirish hamda tadbirkorlik subyektlarining eksport salohiyatini oshirishda mavjud imkoniyatlardan, afsuski, yetarli darajada foydalanilmayapti. Respublikamiz bo'yicha esa, bugunga kelib, xalqaro ma'lumotlar uzatish tarmog'ining o'tkazuvchanlik qobiliyati va optik tolali

⁴² Axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalarini rivojlantirish vazirligi Samarqand viloyati hududiy boshqarmasi ma'lumotlari asosida muallif ishlanmasi.

aloqa liniyalari uzunligini tahlil qiladigan bo'lsak, oxirgi besh yilda keskin o'sganligini ko'rishimiz mumkin (9,10 rasm).



9-rasm. Xalqaro ma'lumotlar uzatish tarmog'ining o'tkazuvchanlik qobiliyati (Gbit/s).⁴³



10-rasm. Optik tolali aloqa liniyalari uzunligi⁴⁴

⁴³ O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi ma'lumotlari.

⁴⁴ O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi ma'lumotlari.

Raqamli iqtisodiyot texnologiyalaridan samarali foydalanish natijasida hozirgi vaqtda eksportga yo‘naltirilgan mahsulotlarning eksportini yanada oshirish, ularni qayta ishlash orqali yuqori qo‘shimcha qiymatli mahsulotlarni ishlab chiqarish, mavjud normativ-huquqiy xujjatlarni takomillashtirish va boshqa bir qator yo‘nalishlarda tizimli ishlarni amalga oshirish talab etilmoqda.

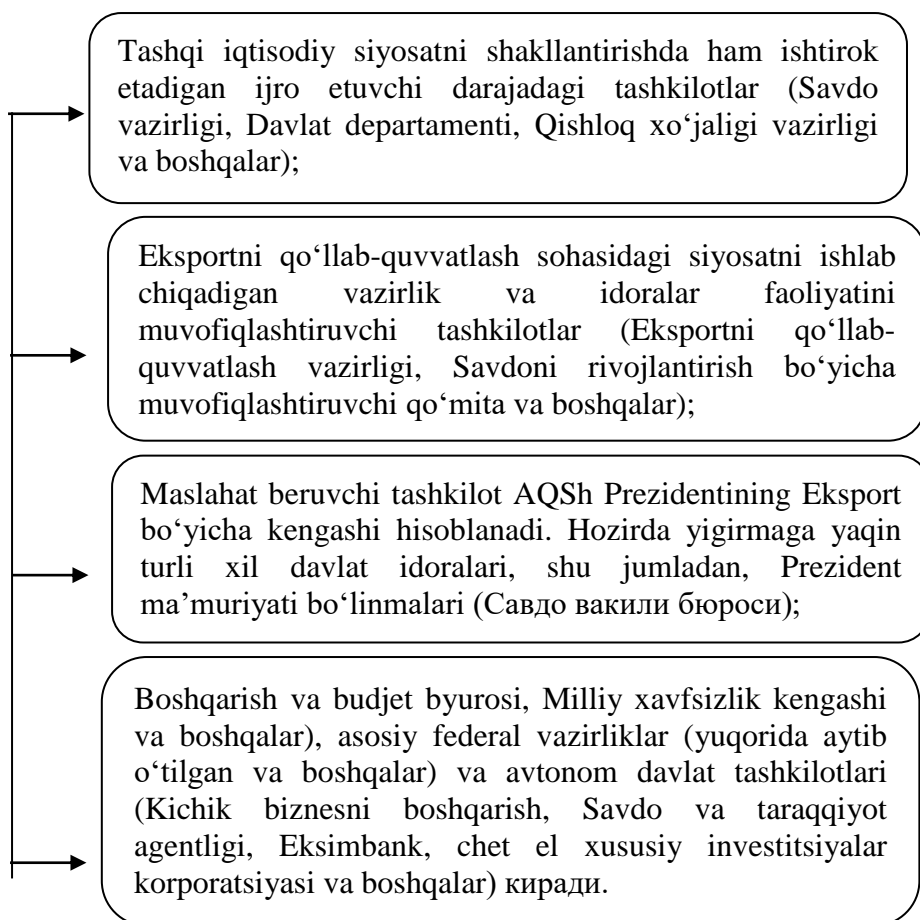
1.3-§ Tadbirkorlik subyektlari eksportini rivojlantirishda raqamli platformalardan foydalanishning xorijiy tajribalari va ulardan foydalanish yo‘llari

Ma‘lumki, bugungi kunda xorijiy rivojlangan mamlakatlar barcha jabhalarda raqamli platformalardan foydalanish bo‘yicha rivojlanayotgan davlatlarga nisbatan ancha ilgari ketgan. Shuningdek, tadbirkorlik subyektlari eksport jarayonida ham bunday holatni ko‘rishimiz mumkin. Qaysi davlatda tadbirkorlik faoliyati va ular tomonidan amalga oshiriladigan ishlab chiqarish yuqori darajada bo‘lsa, shuningdek, bu jarayonga innovatsion texnologiyalar joriy etilsa, tadbirkorlarning huquq va qonuniy manfaatlarini himoyalab, shu bilan birga, sog‘lom raqobat muhiti yaratilsa, o‘sha davlatning yuksak taraqqiyotga erishishi, ayni haqiqat. Raqamli iqtisodiyot texnologiyalaridan eksport jarayonida foydalanish natijasida AQSh, Yaponiya, Janubiy Koreya, Isroil kabi rivojlangan davlatlar o‘ta yuksak taraqqiyotga erishganligini ko‘rishimiz mumkin. Shu jihatlarni hisobga olgan holda tadbirkorlik subyektlari eksport faoliyatini rivojlantirishni qo‘llab-quvvatlash, buning uchun mazkur sohadagi institutlar faoliyatini muvofiqlashtirishni kuchaytirish, eksport qiluvchilarga moliyaviy ko‘maklarni sezilarli darajada kengaytirish, ular faoliyatini kengaytirishning yangi mexanizmlari va vositalarini ishlab chiqish, eksport faoliyatida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarining ishtirokini rag‘batlantirish, ularga samarali onlayn axborot-maslahat xizmatlari va boshqa qo‘llab-quvvatlashning istiqbolli yo‘nalishlariga alohida e‘tibor qaratish juda muhimdir.

Rivojlangan davlatlar tajribasini tahlil qiladigan bo'lsak, bu borada Amerika Qo'shma Shtatlari yaqqol peshqadamdir. AQShda tadbirkorlik subyektlari eksportini davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash tizimli ravishda yo'lga qo'yilgan. AQShning federal darajada eksportini qo'llab-quvvatlash sohasidagi tashkiliy va boshqaruvning institutsional tizimi tegishli organlarini o'z ichiga oladi(4-jadval).

4-jadval

AQShning federal darajada eksportini qo'llab-quvvatlash sohasidagi tashkiliy va boshqaruvning institutsional tizimi⁴⁵



AQShda tadbirkorlik subyektlari eksportini har tomonlama qo'llab-quvvatlash tizimidagi asosiy davlat muassasasi AQSh Savdo vazirligi hisoblanadi. Bu borada AQSh tijorat xizmatining asosiy vazifalari belgilab olingan (11-rasm).

⁴⁵ AQShning federal darajada eksportini qo'llab-quvvatlash sohasidagi tashkiloti ma'lumotlari asosida muallif ishlanmasi.

axborot va maslahat yordami, shu jumladan amerikalik eksportchilar uchun xorijiy mamlakatlar borozlariga chiqish bo'yicha tavsiyalar ishlab chiqish

tijorat diplomatiyasi (huquqiy himoya, siyosiy va diplomatik qo'llab-quvvatlash, shu jumladan xalqaro va milliy kim oshdi savdosi paytida)

tarmoq tadbirlarini tashkil etish

chet el ishbilarmon doiralari (Business Matchmaking) vakillari bilan Amerika kompaniyalari, reklama ko'mak dasturlari doirasida tovarlar va xizmatlarni reklama qilish;

Amerika eksportchilariga ma'lum bir mamlakatda bozorning imkoniyati va xususiyatlari to'g'risida yetarli tushuchaga ega bo'lish va rivojlanishni boshlash yoki davom ettirish to'g'risida qaror qabul qilish imkonini beradigan marketing tadqiqotlarini o'tkazish

11-rasm. AQSh tijorat xizmatining asosiy vazifalari⁴⁶

Amerika Qo'shma Shtatlariga qishloq xo'jaligi mahsulotlarini eksport qilish Qishloq xo'jaligi vazirligining Tashqi qishloq xo'jaligi xizmati tomonidan qo'llab-quvvatlanadi, u qishloq xo'jaligi, baliqchilik va o'rmon mahsulotlarining milliy eksportchilariga xizmat ko'rsatadi. Bu xizmatning chet el vakolatxonasi 171 ta mamlakatdagi 90 ga yaqin vakolatxonani o'z ichiga oladi. Ular AQShning boshqa xorijiy hukumatlari, birinchi navbatda, AQSh tijorat xizmati bilan yaqin hamkorlikda ishlaydi. Chet eldagi qishloq xo'jaligi xizmatining asosiy vazifalari orasida yangi eksport qiluvchilarga axborot, konsalting va marketing xizmatlarini ko'rsatish, qishloq xo'jaligi mahsulotlari eksportini savdo va siyosiy qo'llab-quvvatlash, bozor ma'lumotlarini yig'ish va tahlil qilish kiradi. Bu xizmat ko'rsatuvchi tashkilotlar tomonidan tadbirkorlik subyektlariga o'z faoliyatida mahsulotlarni eksport qilishlariga ko'maklashishi bilan birgalikda, eksportni

⁴⁶ Amerika Qo'shma Shtatlarga Qishloq xo'jaligi vazirligi ma'lumotlari asosida muallif ishlanmasi.

rivojlantirishda keng ko‘lamli vositalar va dasturlardan foydalanishni ham talab qilinadi (12-rasm).

Bozorga kirish dasturi (Market Access Program)

- *qishloq xo'jaligi mahsulotlarini eksport qilishni rag'batlantirishni moliyalashtirish*

Tashqi bozorni rivojlantirish dasturi (Foreign Market Development Program)

- *uzoq muddatli qishloq xo'jaligi mahsulotlarini eksport qilish dasturlarini ishlab chiqish, foyda keltirmaydigan fedreal qishloq xo'jaligi ittifoqlari va uyushmalarini moliyalashtirish*

O'tish davri iqtisodiyotiga ega mamlakatlar uchun bozorni rivojlantirish dasturi (Emerging Markets Program)

- *ushbu mamlakatlar guruhiga yo'naltirilgan eksportchilarni maxsus qo'llab-quvvatlash*

Chet ellik xaridorlarga qishloq xo'jaligi mahsulotlarini namoyish etish dasturi (Quality Samples Program)

- *o'tish davri iqtisodiyoti rivojlanayotgan mamlakatlarning chet ellik xaridorlariga qishloq xo'jaligi mahsulotlarini namoyish etish uchun AQSH savdo tashkilotlarini moliyalashtirish*

Maxsus ekinlarni eksport qilish bo'yicha texnik yordam dasturi (Technical Assistance for Specialty Crops)

- *sanitariya, fitosanitar va texnik to'siqlarni bartaraf etish*

12-rasm. AQShda qishloq xo‘jaligi mahsulotlari eksportini qo‘llab-quvvatlash bo‘yicha dasturlarning tanlangan turlari

AQSh davlat eksportini qo‘llab-quvvatlash tizimidagi yetakchi muassasalardan biri sifatida kichik biznes boshqaruvi Davlat qo‘mitasi –AMB hisoblanadi (kichik biznes boshqaruvi)⁴⁷. Ularning ekspertlari mamlakatning ko‘plab sanoat markazlari va ma‘muriy tumanlarida bevosita korxonalar, sanoat birlashmalari va savdo palatalari bilan ishlaydi. AMB moliyaviy va boshqa eksportni rag‘batlantirish vositalaridan mustaqil ravishda va boshqa tashkilotlar bilan, birinchi navbatda, tijorat xizmati va Eksimbank bilan hamkorlikda faoliyat olib boradilar. Kichik biznes ma‘muriyati deyarli barcha Qo‘shma Shtatlarni qamrab olgan va qaysi xizmat bo‘limidan qat‘iy nazar, kichik va o‘rta biznes uchun xizmatlarning mavjudligini ta‘minlaydigan 900 ta joyda 63 ta kichik biznesni rivojlantirish markazlari va yuqori darajada rivojlangan tashqi iqtisodiy maslahatchilar tarmog‘iga ega.

AMB o‘z faoliyatida quyidagi asosiy vazifalarni amalga oshiradi:

- eksport ko‘magi olishga muhtoj kichik korxonalarni aniqlash;
- kichik biznesni tashqi bozorga muvaffaqiyatli kirishga tayyorlash;
- istiqbolli eksport bozorida korxonalar uchun ishbilarmonlik aloqalarini va boshqa shart-sharoitlarni tashkil etish;
- eksportni rivojlantirishning barcha vositalaridan foydalangan holda korxonalarni qo‘llab-quvvatlash.

Shu bilan birgalikda, tadbirkorlik subyektlari tomonidan, asosan, mahsulotlar elektron savdo maydonchalari orqali xorijiy davlatlarga eksport qilinadi. AQShda bugungi kunga kelib, raqamli platformalar juda yaxshi rivojlangan. Taraqqiy etgan davlatlardan yana biri - Yaponiyada ham tashqi savdoni qo‘llab-quvvatlash milliy tizimining asosiy xususiyati - davlat boshqaruvi organlari tomonidan markazlashtirish va nazorat qilishning yuqori darajada rivojlanganligidir. Yaponiya Iqtisodiyot, savdo va sanoat vazirligi ushbu sohadagi

⁴⁷ <https://www.sba.gov>- Small business size standards

barcha tadbirlarning asosiy boshqaruvchi agentligi va muvofiqlashtiruvchisi vazifasini bajaradi⁴⁸.

Yaponiya kompaniyalarini xorijga eksport qilish va investitsiyalarni rag'batlantirish milliy tizimida ijro etuvchi darajadagi asosiy davlat muassasasi 1958 yildan buyon faoliyat ko'rsatib kelayotgan Yaponiya Tashqi savdo tashkiloti (JETRO) hisoblanadi⁴⁹. Eksport kreditlarini sug'urtalash sohasidagi asosiy muassasa Yaponiyaning Sug'urta, eksport va investitsiya korporatsiyasi (Nippon Export & Investment Insurance - *NEXI*) hisoblanadi⁵⁰. Korporatsiya raqamli iqtisodiyot texnologiyalari orqali o'z mijozlariga, xususan, quyidagi xizmatlarni taklif qiladi: eksport kreditlarini sug'urtalash, shu jumladan, kichik va o'rta biznes uchun, soddalashtirilgan tizim asosida eksportni kompleks sug'urtalash, eksport mahsulotlarini yetkazib berishni sug'urtalash, tabiiy resurslar va energetika sohasidagi investitsiya loyihalari va kreditlarini sug'urtalash va boshqalar. Osiyoda rivojlangan davlatlardan biri - Janubiy Koreya Respublikasida esa, eksportni qo'llab-quvvatlash sohasidagi davlat siyosatini amalga oshirish 1962 yilda tashkil etilgan **KOTRA** (*Korea Trade-Investment Promotion Agency*) Davlat agentligi tomonidan amalga oshiriladi va bu Koreya eksportining kengayishiga hissa qo'shadi⁵¹.

Bugungi kunda KOTRA ning 86ta mamlakatda 126ta vakolatxonasi mavjud. Agentlik korxonalariga o'z mahsulotlari va xizmatlarini xorijiy ko'rgazma va bozorlarda namoyish etishda, shuningdek, savdo muzokaralarini olib borishda va mumkin bo'lgan sheriklarni topishda yordam beradi. KOTRA doirasida dunyoning turli mamlakatlarida ko'p sonli biznes markazlari faoliyat ko'rsatmoqda. Janubiy Koreya Respublikasida qishloq xo'jaligi mahsulotlari ishlab chiqarish, shuningdek, eksport qilishni raqamli platformalar orqali kengaytirishga ko'mak ko'rsatilmoqda.

⁴⁸ <http://www.meti.go.jp/english>

⁴⁹ <https://www.jetro.go.jp/en/>.

⁵⁰ <http://www.nexi.go.jp/en/>

⁵¹ <http://english.kotra.or.kr>

Ushbu maqsadga erishish bo'yicha chora-tadbirlar juda ham keng qamrovli bo'lib, quyidagi asosiy yo'nalishlarda amalga oshiriladi:

- 1) Koreya mahsulotlarini to'g'ridan-to'g'ri tashqi bozorlarga olib chiqish uchun sharoit yaratish;
- 2) mamlakat ichidagi institutsional, tashkiliy va reklama ko'magi;
- 3) qishloq xo'jaligi eksportchilarini moliyaviy qo'llab-quvvatlash orqali eksport bo'yicha kreditlashni rivojlantirish.

Dasturni amalga oshirish bo'yicha ishlar markaziy va mintaqaviy darajada olib boriladi. Hukumatda asosiy vakolat ma'muriy va muvofiqlashtiruvchi organlar Koreya Respublikasining Qishloq xo'jaligi, oziq-ovqat vazirligi shuningdek, Koreya Agro-Fisheries Trade Corp bir quyi tashkilot sifatida faoliyat olib boradilar⁵². Rivojlangan davlatlardan Isroil davlatida ham eksportni qo'llab-quvvatlash faoliyati Xalqaro hamkorlik instituti tomonidan boshqariladi. Xalqaro hamkorlik instituti xususiy sektor tomonidan notijorat tashkilot sifatida 1958 yilda tashkil etilgan.

Institut bir qator muhim yo'nalishlar bo'yicha keng turdagi quyidagi xizmatlarni taqdim etadi:

- eksportchilarga xalqaro ko'rgazma va yarmarkalarda ishtirok etish uchun zarur bo'lgan barcha xizmatlar;
- turli o'quv tadbirlari (xalqaro marketing, huquqiy va moliyaviy jihatlar, xalqaro transport va logistika, bozorni o'rganish bo'yicha kurslar, seminarlar);
- iqtisodiy ma'lumotni tahlil etish va nashr qilish;
- maqsadli mamlakatlarda Isroil eksporti bo'yicha tadqiqotlar o'tkazish;
- eksport qiluvchilarni axborot manbalari bilan ta'minlash, shu jumladan, onlayn ma'lumotlar banklari, biznes kutubxonasi, axborot bo'yicha mutaxassislar va Isroil tijorat attashelari va iqtisodiy, savdo hamda boshqa xalqaro tashkilotlar vakillari bilan aloqalar;

⁵² <http://www.mafra.go.kr/english/index.do>

- eksport qiluvchilar uchun, masalan, savdo shartnomalari va qoidalari bilan bog‘liq barcha masalalar bo‘yicha yechimlarni taqdim etish, shu jumladan, dunyo bo‘ylab bojxona xizmatlari tekshiruvlari, bojxona tariflari, eksport va importning qonuniyligi, xalqaro yuk tashish va logistika, dengiz va havo sug‘urtasi, to‘lov usullari, xalqaro marketing va hokazo⁵³;

- uni rivojlantirish va targ‘ib qilish bo‘yicha xizmatlar;

- chet elda biznes yuritish - biznes sheriklarini aniqlash, shuningdek, xalqaro tenderlar va moliyaviy imkoniyatlarni aniqlash dasturlaridir.

So‘nggi o‘n yilliklarda raqamli texnologiyalar sanoati rivojlangan mamlakatlarda tez tarqaldi va ko‘plab maqsadlarda qo‘llanilmoqda. Masalan, raqamli platformalar orqali eksport qilish tashqi aloqa jarayonlarini yanada osonlashtirish, ma‘lumotni osongina saqlash va qayta ishlash, biznes jarayonlarini raqamlashtirish yoki Internet orqali ma‘lumotlarga kirishni kengaytirishda foydalaniladi. Raqamli platformalar bilan bog‘liq bo‘lgan asosiy jihatlardan biri, firmalar va mamlakatlarning ushbu yangi texnologiyalar bilan bog‘liq imkoniyatlaridan samarali foydalanish qobiliyatlari bilan ajralib turishini tushuntirishdir. Raqamli platformalarning bugungi kunga kelib rivojlanishi AQSh iqtisodiyotida eksport jarayonlarining sezilarli darajada oshishiga olib kelgan.

Raqamli platformalardan foydalanish orqali ishlab chiqarilgan mahsulotning tashqi bozorga moslashuvchanligi tegishli kompaniyaning innovasiyani muvaffaqiyatli joriy qilgani yoki qilmaganligiga bog‘liq.

Bu borada rivojlangan davlatlar tajribasiga e‘tibor beradigan bo‘lsak tadbirkorlik subyektlarini har tomonlama qo‘llab-quvvatlovchi bir qancha tashkilotlar faoliyat yuritmoqda (5-jadvalga qarang).

⁵³ <https://www.export.gov.il/en>

Tadbirkorlik subyektlari eksportini har tomonlama qo'llab-quvvatlovchi tashkilotlar (Rivojlangan davlatlar misolida)

Mamlakat	Agentlik	Hududiy ofislar soni	Shtat	Tashkil topgan yili
AQSh	Manufacturing Extension Partnership (MEP)	60 ta hududiy markaz	50	2000
Avstraliya	Enterprise Connect	12 ta markaz	250	2008
Kanada	Industrial Research Assistance Partnership (IRAP)	150	220	1962
Germaniya	Fraunhofer Institutes	57 ta institut	1,8	1949
Germaniya	Steinbeis Centers	750 ta markaz	4,6	1971
Yaponiya	Public Industrial Technology Research Institutes (Kohsestushi Centers)	262 ta ofis	6,000+	1902
Buyuk Britaniya	Manufacturing Advisory Service (MAS)	Hududiy markaz	150	2002

Manba: O'zbekiston Respublikasining 2035 yilgacha Rivojlanish strategiyasining konsepsiyasi. 2019 y. 18 fevral.

Jadval ma'lumotlariga ko'ra, rivojlangan davlatlarda tadbirkorlik subyektlarini har tomonlama qo'llab-quvvatlovchi bir qancha tashkilotlar mavjud. Bu, o'z navbatida, tadbirkorlik subyektlari uchun zarur bo'lgan har qanday muammolarni bartaraf etishga ko'mak beradi. Xorijiy mamlakatlardagi tadbirkorlik subyektlarining raqamli platformalardan foydalanish darajasini tahlil qiladigan bo'lsak, ularda 2005-2018 yil oralig'ida o'sish bo'lganligini ko'rishimiz mumkin (6-jadvalga qarang). Jumladan, Yevropadagi rivojlangan davlatlardan Finlandiyada-95,64 % va Daniyada-95,58 % ni tashkil etib, 2018 yilda boshqa davlatlarga nisbatan ancha ilgari ketgan. Bu borada ularning tajribasidan foydalanish natijasida mamlakatimiz iqtisodiyotini rivojlantirishga erishishimiz mumkin. Skandinaviya davlatlari tadbirkorlik subyektlari tomonidan raqamli iqtisodiyot platformalaridan foydalanganlik darajalari bo'yicha yetakchi o'rinda bormoqda⁵⁴.

⁵⁴Davlat boshqaruvida axborot-kommunikatsiya texnologiyalari umumiy tushunchalar. Jahon tajribasi. O'zbekistonda joriy etish istiqbollari. 2015 yil.

Tadbirkorlik subyektlari tomonidan raqamli platformalardan foydalanish darajalari ⁵⁵

Ko'rsatkich	B1: Veb-sayt yoki sahifa mavjud bo'lgan korxonalar (%)													
Polomki	Barcha korxonalar (10 kishi yoki undan ko'proq)													
Yillar	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Avstraliya	52,47	54,80	60,00	61,60	65,80	66,10	67,90	74,10	75,10	73,62	74,52	74,14
Avstriya	72,22	78,81	80,06	79,84	79,85	80,19	82,87	82,01	85,70	86,35	87,46	88,11	85,55	87,92
Chexiya	..	70,08	71,12	73,99	72,66	73,63	77,44	79,67	79,86	82,63	82,57	82,15	82,90	82,79
Daniya	87,61	87,83	88,68	89,30	91,78	91,40	91,95	93,34	95,09	95,58
Estoniya	52,65	57,86	61,87	65,73	67,53	70,04	72,63	74,97	75,74	77,56	79,73	77,93	78,09	78,36
Finlyandiya	84,62	87,32	92,56	91,30	93,64	95,10	95,20	95,33	96,28	95,64
Fransiya	54,05	57,71	60,05	64,48	65,30	63,59	66,82	68,50	66,53	69,41
Germaniya	71,25	73,87	76,88	75,39	78,94	81,43	81,26	82,03	84,41	85,77	87,12	88,93	87,32	87,39
Yaponiya	85,60	87,20	83,60	88,90	91,50	85,90	87,60	88,90	87,00	87,70	89,60	88,02
Koreya	56,46	58,32	58,20	54,91	59,71	61,13	57,46	60,12	61,30	63,10	59,70	61,30
Latviya	42,14	48,42	53,41	53,04	55,66	55,86	58,95	63,49	62,93	63,00
Litva	53,94	61,12	64,99	67,71	71,17	75,20	74,53	77,28	77,03	78,03	78,15
Luksemburg	67,88	70,20	74,78	76,68	78,58	76,93	78,85	81,33	82,32	83,38

⁵⁵ <https://stats.oecd.org/> OECD.Stat dan foydalanildi.

Transchegaraviy elektron savdoni o'zgartirish va modernizatsiya qilish muhim yo'nalishga aylandi. AQSh qishloqlarida onlayn chakana savdo hajmi 247 milliard AQSh dollariga yetdi, bu o'tgan yilga nisbatan 19,1%ga ko'pdir. Qishloq xo'jaligi mahsulotlarining onlayn chakana savdosi 57,7 milliard AQSh dollarini tashkil etgan holda o'tgan yilga nisbatan 27%ga ko'paydi.

Bojxona transchegaraviy elektron tijoratni boshqarish platformasi orqali tovarlarning chakana import va eksportining umumiy qiymati 27,07 mlrd. AQSh dollarini tashkil etdi. Bu esa o'tgan yilga nisbatan 38,3%ga oshgan holda 24 ta yangi transchegaraviy elektron tijorat tajriba zonalarini qo'shildi va 2019 yilning oxiriga qadar tajriba zonalarining umumiy soni 59 taga yetdi⁵⁶.

2020 yilning II yarmida dunyodagi pandemiya tufayli o'zini izolyatsiya qilish rejimida mutaxassislar global bozorida internet savdo kutilmagan sur'atlarda o'sishini taxmin qilishgan edi, ammo bu segmentda keskin o'sish kuzatilmadi.

Bunday holat ikkita muhim omilga bog'liq:

1. Dunyoning aksariyat davlatlari temir yo'l logistikasini qisman qoldirib, xalqaro havo transportini to'xtatib qo'ydilar. Shu sababli, internetdan sotib olingan mahsulotlarni egasiga yetkazish uchun tarqatish markaziga yetkazib berish yoki olib kelish imkoniyati bo'lmadi.

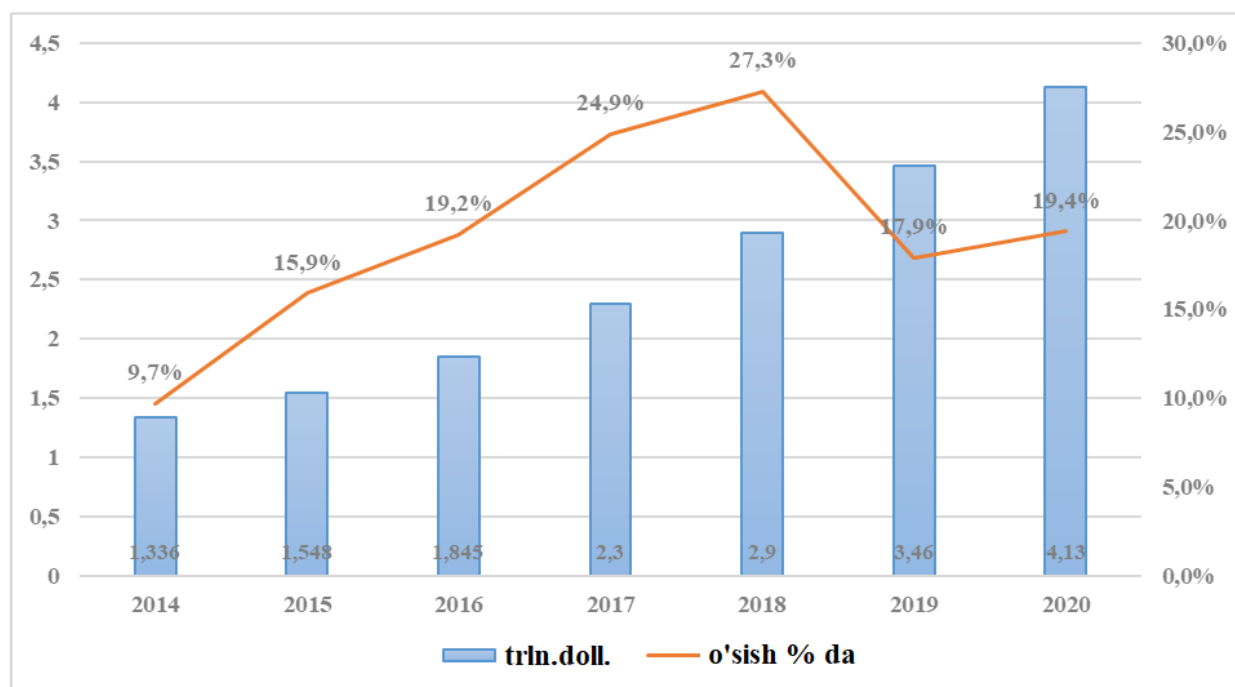
2. Ushbu davrda, ya'ni pandemiya davrida iste'molchilar uzoq muddatli mahsulotlarga sarf-xarajatlarni qisqartirishdi.

Jahon elektron tijorat bozori 2019 yilda 17,9%ga o'sdi va 3,46 trln. AQSh dollariga yetdi. Xitoy va Amerika Qo'shma Shtatlari elektron tijorat bozorida dunyoning yetakchilari bo'lib, bozorning taxminan 40%ini egalladilar (13-rasm).

Xitoy global elektron tijorat bozorida etakchilik qilishda davom etmoqda, bu butun dunyo bo'ylab elektron tijorat chakana savdosining 46,3 foizini tashkil qiladi va 2022 yilda jami onlayn savdolar 2,8 trillion dollardan oshadi. Shuningdek, u 842,1 million kishi bilan dunyodagi eng ko'p raqamli xaridorlarga ega, bu dunyodagi jami xaridorlarning 39,4 foizini tashkil qiladi.

⁵⁶ Elektron tijorat hisoboti Xitoy 2020 yil.

AQShning elektron tijorat bozori 2022 yilga kelib 904,9 milliard dollardan oshishi kutilmoqda, bu Xitoyning uchdan bir qismidan sal ko‘proq. Xitoy va AQShdan keyin uchinchi yirik elektron tijorat bozori Buyuk Britaniya bo‘lib, u elektron tijorat chakana savdosining 4,8% ni tashkil qiladi. Buyuk Britaniyadan keyin Yaponiya (3%) va Janubiy Koreya (2,5%)⁵⁷.



13-rasm. Jahon elektron tijorat bozorining dinamikasi⁵⁸

Elektron tijorat iste'molni rag'batlantirish, tashqi savdoni barqarorlashtirish, qashshoqlikni yengillashtirish, bandlikni kengaytirish va sanoatning raqamli o'zgarishini rag'batlantirishga faol hissa qo'shdi.

Mamlakatimiz, asosan, Xitoy davlati bilan eksport aloqalarini olib boradi. Bugungi kunda Xitoyda elektron tijorat keng rivojlanmoqda. Xitoyda qishloq elektron tijorati keng miqyosda professional rivojlanish bosqichiga o'tdi.

Xalqaro bozor nuqtai nazaridan Xitoy beshta qit'aning 22 ta mamlakati bilan elektron tijorat bo'yicha ikki tomonlama hamkorlik mexanizmini o'rnatdi.

Ipak Yo'li elektron tijorat savdo hamkorligining yangi kanaliga aylanib, sherik mamlakatlarning raqamli iqtisodiyoti rivojlanishini rag'batlantirib, dunyo

⁵⁷ Harvard Business Review

⁵⁸ E-commerce Report Global 2021

miqyosida tobora ommalashib bormoqda. Elektron tijoratning o‘ziga xos shakllari mavjud bo‘lib, ularning bir qator farqlari mavjud.

Jahon bozori, shu jumladan, Xitoyning elektron tijorat bozori ikki shaklda rivojlanmoqda (7-jadvalga qarang).

7-jadval⁵⁹

Xitoyda elektron tijorat shakllari

Internet do‘konlar	Internet savdo rastalari
<p>Sizni qiziqtirgan mahsulot yoki xizmat haqidagi ma’lumotlarni ko‘rishingiz va buyurtma berishingiz mumkin bo‘lgan web-saytlar.</p> <p>Taklif etilayotgan assortimentlar soni juda xilma-xil. Bu onlayn savdo maydonchalarining eng ko‘p sonli turi hisoblanadi</p>	<p>Agregator saytlar yoki har xil mahsulot guruhlari uchun turli etkazib beruvchilardan (oflayn va onlayn) ma’lumotlarni avtomatik ravishda to‘playdigan va qayta ishlaydigan ixtisoslashgan vosita-chilar. Shuning uchun hozirda ishlab chiqaruvchilar yoki etkazib beruvchi-ning web-saytiga kirmasdan buyurtma berishimiz va sotib olishimiz mumkin (Masalan, Alibaba, Taobao, Aliexpress)</p>

Xitoyda internet do‘konlari, asosan, ba’zi sanoat yoki onlayn supermarketlarga ixtisoslashgan. Masalan, oziq-ovqat mahsulotlari uchun “MissFresh”, “Wolmart”, “7Fresh”, “Chunbo” va elektronika uchun “Suning”, “Goum”, “Siyaomi” va boshqalar mavjud. G‘arb bozorlaridan farqli o‘laroq, ushbu format Xitoyda keng tarqalgan, bu taniqli “Alibaba Grup” va uning filiallari bo‘lgan “Taobao”, “Timoll”, “Aliexpress”, “1688.com”, bulardan, tashqari “Pinduoduo”, “JD.com”, “little Red book”, “VIP” va boshqalar.

Internet texnologiyalarining rivojlanishi va ommalashishi Xitoy va Rossiya o‘rtasidagi transchegaraviy savdoni yangi bosqichga olib chiqdi. 2010 yil aprel oyida “AliExpress” rasmiy ravishda ishga tushirildi.

⁵⁹ O‘zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo‘mitasi ma’lumotlari.

Transchegaraviy elektron tijorat – bu Internet tufayli xalqaro tijoratda paydo bo‘lgan jadal rivojlanayotgan tarmoq hisoblanadi.

Transchegaraviy elektron tijoratda ham bir qator xatarlar mavjud, ular quyidagilardan iborat:

Firibgarlik:

- xaridor elektron platforma orqali to‘lovni amalga oshirib, agar o‘zaro kelishuvlar bo‘lmasa, tovarni olgandan keyin turli sabablarga ko‘ra to‘lovni orqaga qaytarib oladi;

- sotuvchi to‘lovni olgandan so‘ng, tovarni jo‘natmaydi yoki ichi bo‘sh jo‘natma (posilka) yuboradi.

Logistika:

- xalqaro yetkazib berish xizmatining narxi qimmat, kun vaqt talab qiladi va ko‘pincha tovar yo‘qolib qoladi.

- ba‘zi mintaqalarda logistika rivojlanmagan, shuning uchun xususiy yuklarning xalqaro logistika narxi ba‘zan tovar qiymatidan oshib ketadi.

Xaridor mamlakatidagi qoidalar:

- mijoz mamlakatiga olib kirishda importchi ichki ishlab chiqaruvchidan talab qilinadigan murakkab bojxona qoidalari va hujjatlarning mavjudligi;

- import qiluvchi va ishlab chiqaruvchi uchun noma‘lum sabablarga ko‘ra tovarlarni musodara qilish, yo‘q qilish yoki qaytarish.

Saqlash:

- xaridor mamlakatida tovarlarni saqlash uchun mos bojxona yoki oddiy omborni topish qiyin.

- saqlash paytida tovarlarning yo‘qolishi, noto‘g‘ri saqlanganligi sababli tovarlarning sifatiga zarar yetkazilishi, miqdori, sifati va boshqa texnik ma‘lumotlarning yetishmasligi.

Huquqiy tartibga solish:

- Jahon bozorida iste'molchilar huquqlari qonun bilan himoya qilinadi va ushbu qonunlar rivojlanmagan yoki rivojlanayotgan mamlakatlardan farqli o'laroq ishlaydi;

- transchegaraviy elektron tijoratning barcha ishtirokchilari (ishlab chiqaruvchi/eksport qiluvchi va import qiluvchi/ operator) uchun "Eng katta xatar", bu intellektual mulk huquqlarining buzilishi hisoblanadi.

2020 yil 26 aprel holatiga ko'ra, Xitoy bojxonasida 8214 ta partiya kontrafakt mahsuloti olib qo'yilgan. Bu Xitoyda intellektual mulk huquqlarining bevosita buzilishini ko'rsatadi. Ulardan 7724 ta yuk rasmiy ravishda olib qo'yilgan, chunki topilgan soxta buyumlar soni 1 million 492 ming donadan oshgan.

Shuningdek, bir necha noaniqliklar ham mavjud:

- davlat siyosatidagi o'zgarishlar;
- platformadagi siyosatning o'zgarishi;
- iqtisodiy va moliyaviy sanksiyalar;
- ishtirokchi mamlakatidagi urush va epidemiya.

Transchegaraviy elektron tijoratda import rejimiga bojxona rasmiylashtiruvining modeli:

○ SS modeli (ya'ni S2S, Xitoyda keng tarqalgan "Daygou" modeli) – ikki shaxs o'rtasida buyurtma bo'yicha sotib olish.

○ VS modeli (ya'ni V2S, Xitoyda "Xaygou" modeli) – transchegaraviy elektron savdo.

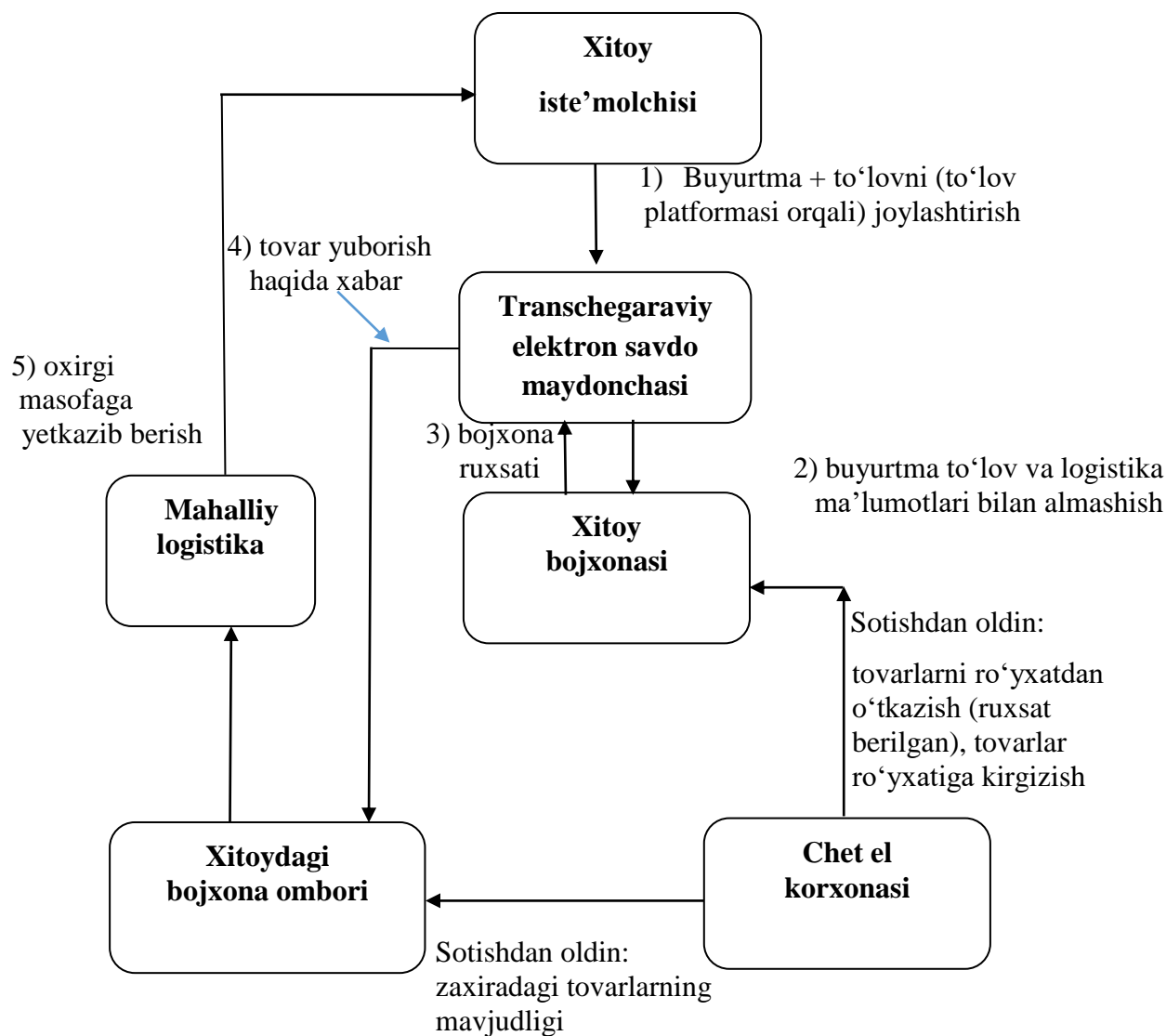
○ VS-9610 modeli (ya'ni V2S) – 9610 bojxona nazorati kodi bo'yicha transchegaraviy elektron tijorat.

○ VVS-1210 modeli (ya'ni V2S) – bojxona to'lovlari to'langunga qadar bojxona omborida saqlanadigan import tovarlar.

Modellar solishtirilganda ular orasidagi tafovutlarni ko'rishimiz mumkin (7- ilovaga).

Xitoy bozoriga kirishda mahsulotlarni bojxona omborida saqlash mumkin. Uning modeli ham ishlab chiqilgan (14-rasm).

Xitoy bozoriga kirishda mahsulotlarni bojxona omborida saqlash mumkin. Uning modeli ham ishlab chiqilgan (14-rasm).



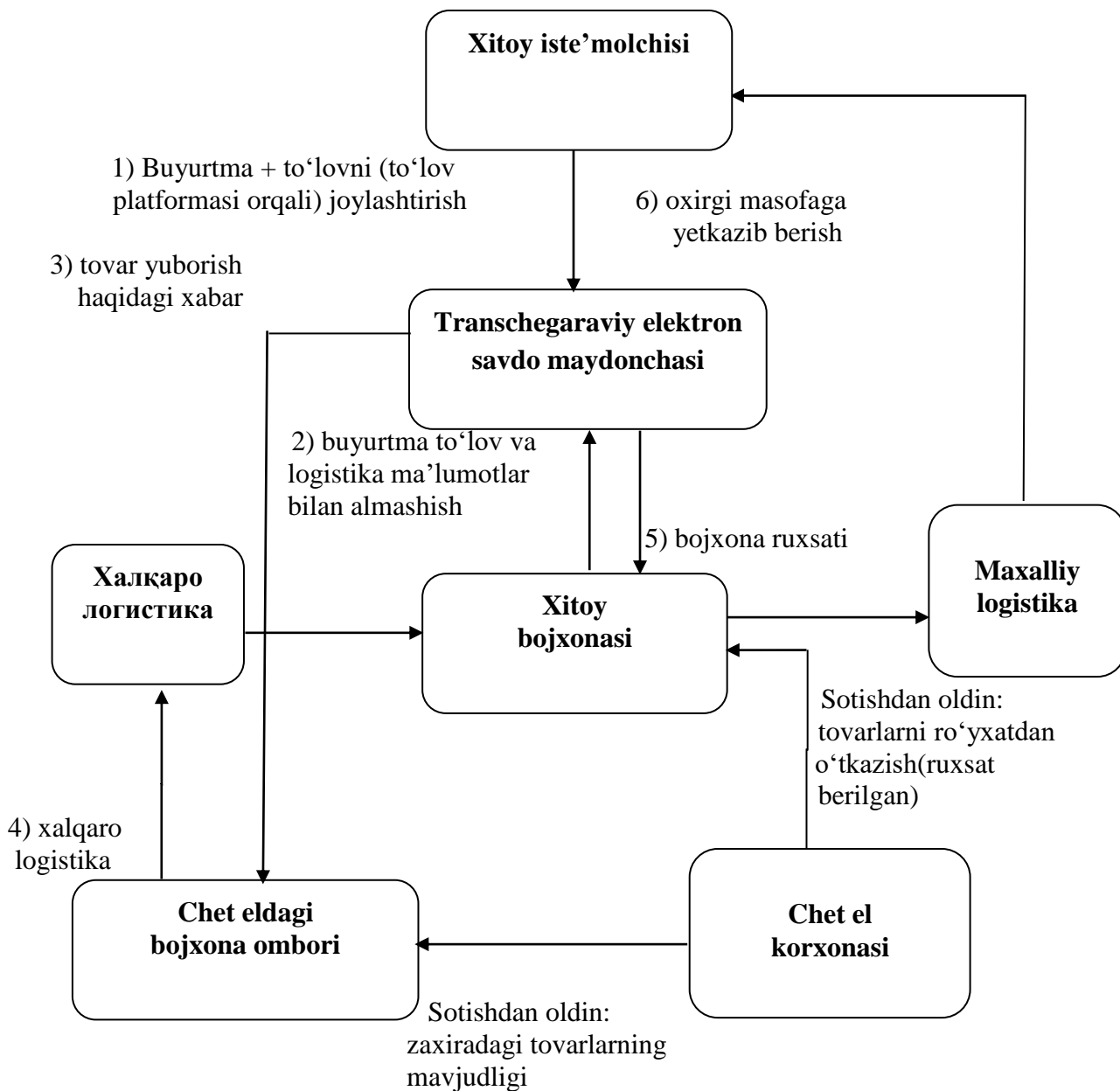
14-rasm. Xitoydagi bojxona omborida saqlash modeli (kod 1210)⁶⁰

Chet el korxonasidan olib kelinayotgan tovarlar Xitoydagi bojxona ombori olib kelinadi. Kerakli tekshiruvlardan so'ng mahalliy logistika orqali iste'molchiga yetkaziladi. Sotishdan oldin tovarlarni ro'yxatdan o'tkazish, (ruxsat berilgan) tovarlar ro'yxatiga kirgizish zarur. Transchegara-viy elektron savdo maydonchasi

⁶⁰ Muallif ishlanmasi.

va Xitoy bojxonasi o‘zaro buyurtma to‘lov va logistika ruxsati ma’lumotlari bilan almashishadi.

To‘g‘ridan to‘g‘ri yetkazib berish modelida Xitoy bojxonasi mahalliy logistika orqali iste’molchiga yetkaziladi (15-rasm)



15-rasm. Xitoy bojxonasi maxalliy logistika orqali iste’molchiga yetkazish (kod 9610)⁶¹

2020 yilning birinchi yarmida mobil do‘konlardan foydalanuv-chilarining ulushi “uchinchi toifa”dagi shaharlarda 50% atrofida barqarorlashishda davom

⁶¹ Muallif ishlanmasi.

etdi. 2020 yilning birinchi yarmida mobil do'konlardan foydalanuvchilar ulushi "uchinchi toifa"dagi shaharlarda 50% atrofida barqarorlashishda davom etdi.

Bojxona omborida saqlash modeli

Xitoy iste'molchisi:

- 1) Buyurtma to'lovni (to'lov platforma orqali) joylashtirish.
- 2) Buyurtma, to'lov va logistika ma'lumotlari bilan almashish.
- 3) Bojxona ruxsati.
- 4) Tovar yuborish haqidagi xabar.
- 5) Oxirgi masofaga yetkazib berish.

Transchegaraviy elektron savdo maydonchasi

Mahalliy logistika

Xitoy bojxonasi

Sotishdan oldin: tovarlarni ro'yxatdan o'tkazish (ruxsat berilgan tovarlar ro'yxatiga kiritish)

Xitoydagi bojxona ombori

Sotishdan oldin: zaxiradagi tovarlarni mavjudligi

To'g'ridan to'g'ri yetkazib berish modeli (kod 9610)

Xitoy iste'molchisi:

- 1) Buyurtma to'lovini (to'lov platformasi orqali) joylashtirish.
- 2) Buyurtma, to'lov va logistika ma'lumotlari bilan almashish.
- 3) Tovar yuborish haqidagi xabar.
- 4) Xalqaro logistika.
- 5) Bojxona ruxsati.
- 6) Oxirgi masofaga yetkazib berish.

Modellarni solishtirish orqali ularning imkoniyatlarini bilishimiz mumkin.

1210 modeli afzalligi:

- tez yetkazib berish;
- mijozlar uchun qulay tajriba;
- markazlashtirilgan xaridlar;

- bojxona
- transport xarajatlarining kamligi;
- standartlashgan protsedura.

9610 modeli afzalligi:

- to'liq tovarlar assortimenti;
- ko'p miqdorda chet elda tovar saqlashni talab qilmaydi;
- soddalashtirilgan ketma-ket bojxona va boshqa ishlar;
- moslashuvchan

1210 modelining eng muhim afzalliklari:

- Tovarlar vaqtincha bojxona omborida saqlanadi, tovarlarning tannarxi iste'molchilar uchun arzon, qaytarish va almashtirish uchun qulaydir.
- Tovarlarini olib kirish uchun qonunda belgilangan tartibda tekshiruvlar o'tkaziladi, ya'ni iste'molchilar uchun sifati kafolatlangan.
- Bojxonada saqlash modelini sotib olish va logistika xarajatlarini sezilarli darajada kamaytiradi.
- Milliy siyosatning kafolati, jadal rivojlanish va keng masshtablarda amalga oshirish.

Hozirgi vaqtda bojxonada saqlash modelida transchegaraviy elektron tijoratni amalga oshirishga bir qator hududlarga ruxsat berilgan. Bu hududlarda transchegaraviy elektron tijoratni amalga oshirishga ruxsat berilganligi sababli elektron tijorat boshqa hududlarga nisbatan ancha rivojlangan bo'lib, ushbu hududlar orqali mamlakatimiz tomonidan olib kelinadigan mahsulotlar boshqa hududlarga tarqatiladi. Bugungi kunda korporativ veb-saytingizni yaratish ham muhim vazifadir, savdo-sotiqning muvaffaqiyatli rivojlanishi va ilgari surilishi uning to'g'ri echimiga bog'liq. Bunday sayt, birinchi navbatda, aloqa siyosatini amalga oshirish xarajatlarini sezilarli darajada kamaytirishga imkon beradi, chunki Internetda reklama ko'pincha arzon va foydalidir. Shuningdek, bugungi kunga kelib xorijiy mamlakatlarda kichik biznes subyektlari tomonidan onlayn vositalardan foydalanish jihatlari ham yuqori darajada (8-jadvalga qarang).

Tadbirkorlik subyektlari tomonidan onlayn vositalardan foydalanish (%)⁶²

	Fransiya	Italiya	Germaniya	B.Britaniya	Niderlandiya	Shvesiya	Polsha	Irlandiya	Ispaniya
Tovar va xizmatlarni namoyish etish	73	78	78	83	83	81	83	76	84
Korxonada haqida ma'lumot (chegirmalar, ish vaqti va boshqalar)	71	66	80	84	87	77	84	79	83
Reklama va bozorga olib chiqish	71	77	82	89	77	79	86	77	88
Mijozlar va yetkazib beruvchilar bilan aloqa	67	57	63	86	72	71	79	74	84
Mahsulotlar va xizmatlarni sotish	42	45	45	73	74	65	64	63	70
Biznes jarayonlarni boshqarish (moliya va boshqalar)	10	17	22	40	36	32	35	35	46
To'lovlarni qabul qilish va jo'natish	25	-	33	62	53	57	56	55	66

Jadvaldan ko'rinib turibdiki, Yevropa mamlakatlarida kichik biznes subyektlari tomonidan onlayn vositalardan foydalanish darajasi ancha yuqoridir. Tovar va xizmatlarni namoyish etish borasida, reklama va bozorga olib chiqish, Biznes jarayonlarni boshqarish (moliya va boshqalar), Mijozlar va yetkazib beruvchilar bilan aloqalar bo'yicha Ispaniya, Polsha va Buyuk Britaniya davlatlari onlayn vositalardan foydalanish darajasi bo'yicha ancha rivojlangan. Mahsulotlar va xizmatlarni sotish bo'yicha esa, Buyuk Britaniya, Niderlandiya va Ispaniya davlatlari yuqori ko'rsatkichlarga egadir. Xorijiy mamlakatlarda asosiy biznes jarayonlarini raqamlashtirish yirik va kichik kompaniyalar uchun samaradorlikni oshirishning kuchli vositasi bo'ldi. Buxgalteriya hisobi va nazoratining sifatini

⁶² Институт анализа инвестиционной политики. <http://xn--80aplem.xn--p1ai/analytics/Evropeskij-opyt-onlajn-instrumenty-dla-malogo-i-srednego-biznesa/>

sezilarli darajada oshirdi, mijoz bilan o‘zaro hamkorlikning samarali vositalari yaratildi. Endi, bulut texnologiyalari, "Big Data" va boshqalarni keng tarqatish bilan bog‘liq bo‘lgan "ikkinchi to‘lqin" raqamlashtirildi. Raqamli texnologiyalar har doim katta miqdorda sarmoya kiritishni talab etishi muhim - dasturiy ta‘minotni xarid qilish, mutaxassislarni tayyorlash. Bundan tashqari, yangi texnologiyalarni joriy etish bosqichi uchun raqamli biznes texnologiyalari, birinchi navbatda, yirik va o‘rta korxonalarda joriy etildi. Raqamli texnologiyalarni rivojlantirishning zamonaviy bosqichi bu vaziyatni o‘zgartirib yubordi, Shu bilan birga, kengayib borayotgan kichik biznes korxonalari zamonaviy raqamli vositalardan faol foydalana boshlaydi. Muvaffaqiyatli biznes uchun standart bo‘lgan, aslida, eng keng tarqalgan echimlar mavjud:

CRM (Customer Relationship Management - mijozlar bilan munosabat boshqaruvi) - mijozlar bilan munosabatni boshqarish tizimi yordamida sotuvchi, ishlab chiqaruvchi va xizmat ko‘rsatuvchi tomon quyidagi qulayliklarga ega bo‘lishi mumkin:

- qaysi mahsulotga talab ko‘proq bo‘layotganini bilish;
- iste‘molchi xizmat/mahsulotga qanday munosabatdaligini o‘rganish;
- muammolar yechimini xalq qay usulda ko‘rayotganini kuzatish;
- o‘tgan savdolar natijasi bilan tanishish;
- kelajakdagi foydani bashorat qilish;
- o‘tgan va kelasi xarajatlar va foydalarni solishtirish;
- strategiyani osonlik bilan o‘zgartirish;
- xodimlar samaradorligini nazorat qilish;
- iste‘molchilarga har doim yaqin bo‘lish.

Ko‘rib turganingizdek, yuqoridagi ro‘yxatda o‘z biznesining muvaffaqiyati uchun harakat qiladigan tadbirkor xohlamaydigan birorta ham band yo‘q. Ro‘yxat CRM tizimining barcha imkoniyatlarini ochib bera olmasa ham, uning tijorat uchun, har qanday tashkilot faoliyati uchun qanchalar muhimligini ko‘rsatib bera oladi.

CRM tizimining afzalliklari:

- Kompaniyaning har bir mijoz haqidagi ma'lumotlarning bir joyda mavjudligi.

- Tezda kerakli ma'lumotlarni topish qobiliyati.
- Barcha hisobot ma'lumotlarini bir joyda to'plash va ularga tezkor kirish.
- Hisobotlarning avtomatlashtirilganligi.
- Xodimlarni nazorat qilish.
- Bir firmaning turli bo'limlari xodimlarining bevosita aloqasi.

CRM tizimi - bu kompyuter dasturi. Ular turli xil bo'lishi mumkin. Birinchisi, onlayn CRM. Bunday dasturlar bilan ishlash uchun kompyuterga qo'shimcha o'rnatish kerak emas. Bu, o'z navbatida, Internet orqali amalga oshiriladi. Ushbu tizimlarning ko'pchiligi telefonga mos keladigan dasturga ega. CRM tizimining yana bir turi kompyuterda dasturning qo'shimcha o'rnatilishini talab qiladi. Har qanday dasturni ishlatish yaxshi, lekin hozirgi vaqtda onlayn versiyasi juda ham qulay hisoblanadi. CRM-tizimidan foydalanish esa, yanada keng imkoniyatlarni beradi. Shuning uchun ham, tadbirkorlik subyektlari o'z vaqtini tejashni istasa, u zamo-naviy texnologiyalarni yaxshi tushunishi kerak. Bu tizimdan foydalanish orqali zarur bo'lgan rejalarni o'z vaqtida bajarishga, yangi g'oyalarni amalga oshirishga erishish mumkin. Bundan tashqari, korxonalarining ishlab chiqarish jarayonida ERP tizimidan ham keng foydalanishi muhim omil hisoblanadi.

ERP (Enterprise Resurs Planning) – korxonalar resurslarini rejalashtirish tizimi degan ma'noni bildirib, biznesni boshqarish uchun texnologiyaga, xizmatlarga va inson resurslariga tegishli ko'plab funksiyalarni avtomatlashtirishga, biznesni boshqarish uchun integral dastur tizimidan foydalanishga imkon beradigan biznes jarayonlarini boshqarish dasturi hisoblanadi. Masalan, bir korxonada qandaydir mahsulot ishlab chiqaradi. Ushbu mahsulotni ishlab chiqarishda korxonada ichidagi bir qancha bo'limlar, sexlar va korxonani tashkil etuvchi boshqa qismlar ishtiroki talab qilinadi. Ya'ni korxonada bo'limlarining funksiyalari va boshqa imkoniyatlarini

kompyuter tizimida shakllantirish zarurati tug'iladi. Aynan shu tizim orqali korxonadagi haqiqiy vaziyatni kuzatish va boshqarish mumkin. Masalan, omborxonada qandaydir xomashyodan kam miqdorda qolgan, va agar yana huddi shunday xomashyo keltirilmasa, korxonada ma'lum muddatdan so'ng ishlashdan, mahsulot ishlab chiqarishdan to'xtab qoladi. Bu esa, korxonada uchun juda katta moddiy ziyon keltirib chiqarishi mumkin. Aynan shunday holatlarda ERP tizimi qo'l keladi. Ushbu tizimga korxonaning har bitta bo'limi ulanadi va bu tizim yordamida korxonada bo'limlari o'rtasida doimiy ma'lumot almashinuvi jarayoni sodir bo'ladi. Mazkur texnologiyalardan foydalanish tadbirkorlik subyektlari faoliyatining rivojlanishiga va ular tomonidan mahsulotlarni o'z vaqtida xorijga eksport qilishda o'z ko'magini beradi. Natijada, hududlardagi kichik va o'rta biznes subyektlarining rivojlanishiga o'z ta'sirini o'tkazadi. Bunday hollarda boshqaruv samaradorligini oshirish, resurslarni optimallashtirish va to'g'ri taqsimlash, ishlab chiqarish tezligini oshirish qiyin vazifa hisoblanadi. Bu tizimlar yuqorida keltirilgan muammolarni yechish, ish jarayonini, samaradorlikni aniqlash va uni yaxshilash uchun xizmat qiladi. Shu jihatdan ham bunday tizimlarni yanada keng tarzda takomillashtirish muhim ahamiyatga ega.

I bob bo'yicha xulosalar

1. Tadqiqot maqsadi va vazifalaridan kelib chiqqan holda tadbirkorlik faoliyatida raqamli platformalardan foydalanishning hozirgi holati o'rganildi. Tadbirkorlik subyektlari eksport faoliyatini tadqiq etishda uning raqamli iqtisodiyot texnologiyalari ta'sirini o'rganish muhim ilmiy-amaliy ahamiyat kasb etishi to'g'risidagi mualliflik xulosasi olindi.

2. Eksport tizimining darajasi, uning mamlakat iqtisodiyoti taraqqiyoti qudratini ta'minlashi, avvalo, tizimda raqamli platformalardan foydalanishni tashkil etishga bog'liq ekanligi to'g'risidagi ilmiy gipoteza ilgari surildi va shundan kelib chiqqan holda tadbirkorlik subyektlari eksporti kategoriyasi mohiyati va uning o'ziga xos xususiyatlari sharhlandi.

3. Tadbirkorlik subyektlari eksportida ta'sir etuvchi omillarni tizimli tasniflashga yondashuvning ilmiy asoslari o'rganildi va mualliflik nuqtai nazari ishlab chiqildi.

4. Eksport jarayonlari ko'rsatkichlarining ijobiy miqdorga egaligining har doim mamlakat iqtisodiyoti tarmoqlari ko'rsatkichlariga ta'sirini e'tirof etgan holda, raqamli platformalardan samarali foydalanishning hal etilishi zarur bo'lgan ustuvor vazifalari belgilab olindi.

5. Tadbirkorlik subyektlari eksportini rivojlantirishda xorijiy mamlakatlar tajribasi o'rganildi, raqamli platformalardan foydalanish jarayonlariga mualliflik ta'rifi berildi.

6. Eksportni amalga oshirishda raqamli platformalardan foydalanishning yetarli darajada emasligi, shu bilan birga, jahon talablariga javob bermasligi zamonaviy raqamli platformalardan eksport jarayonlarida deyarli foydalanmaganligi bilan izohlanadi.

II BOB. TADBIRKORLIK SUBYEKTLARI EKSPORTINI RIVOJLANTIRISHDA RAQAMLI PLATFORMALARDAN FOYDALANISH AMALIYOTI

2.1-§. Tadbirkorlik subyektlari eksportini rivojlantirishda raqamli platformalardan foydalanishdagi muammolar

Mamlakatimizda iqtisodiyotni liberallashtirish, boshqaruvning bozor tamoyillari va mexanizmlarini joriy etish, qulay ishbilarmonlik muhitini shakllantirish, tadbirkorlik subyektlari eksportida axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalanish yo‘lidagi ortiqcha byurokratik to‘siq va g‘ovlarni bartaraf etish borasida tizimli ishlar amalga oshirilmoqda. O‘tgan 30 yil ichida iqtisodiyot sohasida 500 dan ortiq Qonun va qonunosti hujjatlar qabul qilingan bo‘lsa, ularning asosiy qismi mamlakatda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatining qonunchilik asoslarini mustahkamlash hamda sohani rivojlantirishga qaratildi. 2017 yil 1 apreldan boshlab, ro‘yxatga olish tartib-taomillarini 30 daqiqagacha qisqartirish imkonini beruvchi tadbirkorlik subyektlarini davlat ro‘yxatidan o‘tkazishning avtomatlashtirilgan tizimi ishga tushirildi. Shu bilan birga, mamlakatimiz «Doing Business 2020» reytingida 2019 yil yakunlari bo‘yicha 100 balldan 69,9 ball to‘plab, 190 ta mamlakat orasida 69-o‘rinni egalladi. O‘tgan yilgi reytingga nisbatan mamlakatimiz 76-o‘rindan 7-o‘ringa ko‘tarildi⁶³. Bu boradagi ko‘rsatkichlarni yanada yaxshilashda tadbirkorlik subyektlarining o‘rni kattadir. Bugungi kunda Samarqand viloyatidagi holatni tahlil qiladigan bo‘lsak, 2020 yilning yanvar- mart oylarida kichik tadbirkorlikning YaHMDagi ulushi 68,9 %ni tashkil etdi. Shuningdek, yangi tashkil etilgan kichik korxonalar va mikrofirmalarning hududlar bo‘yicha eng ko‘pi Samarqand shahrida – 536 ta, Samarqand tumanida – 209 ta, Pastdarg‘om tumanida – 194 ta, Urgut tumanida – 175 ta, Kattaqo‘rg‘on tumanida – 182 ta va Ishtixon tumanida – 133 tani tashkil etgan. Eng past ko‘rsatkich Paxtachi tumanida - 62 ta va Qo‘shrabot tumanida – 49 tani tashkil etgan.

⁶³www.doingbusiness.org – Jahon bankining metodologiyasiga ko‘ra, yillik hisobot nashri.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarining 2000-2022 yillar oralig'idagi eksport va importdagi ulushini tahlil qiladigan bo'lsak, oxirgi 10 yil ichida eksportdagi ulushi oshganligini ko'rishimiz mumkin(9-jadval).

9-jadval

Samarqand viloyati kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarining eksport va importdagi ulushi (foizda)⁶⁴

Yillar	Eksport(mln.AQSh dollari)	Import(mln. AQSh dollari)
2010	66,6	214,5
2011	97,8	283,8
2012	96,2	295,4
2013	215,5	379,2
2014	124,4	420,7
2015	173,7	381,1
2016	213,6	377,9
2017	214,8	505,0
2018	251,1	909,1
2019	191,8	530,9
2020	335,2	1156,4
2021	241,9	527,1
2022	318,8	643,2

Bu boradagi o'sishlarni yanada rivojlantirish uchun tadbirkorlik subyektlari eksporti jarayonlarida axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalanish ehtiyojlarini to'liq qanoatlantiradigan sifat jihatidan yangi darajaga o'tishda ayrim tizimli muammolar to'sqinlik qilmoqda. Xususan:

birinchidan, «yagona darcha» tamoyili bo'yicha davlat xizmatlari ko'rsatish imkoniyatidan tadbirkorlik subyektlari foydalanishi mumkin, lekin eksportni amalga oshirishda raqamli platformalardan foydalanish bo'yicha muammolar mavjud. Bunda tadbirkorlar hanuzgacha turli davlat organlarida hujjatlarni rasmiylashtirish bo'yicha murakkab tartib-taomillardan o'zlari o'tishga majbur bo'lmoqda;

ikkinchidan, qator davlat organlarida axborot tizimlari, resurslari va ma'lumotlar bazalarining mavjud emasligi, ular idoralararo integratsiya qilinishining past darajada ekanligi jismoniy va yuridik shaxslar tomonidan barcha

⁶⁴ Samarqand viloyati statistika boshqarmasi ma'lumotlari asosida muallif ishlanmasi.

davlat xizmatlari majmuasidan qulay va o'z vaqtida foydalanishni ta'minlamayapti;

uchinchidan, ko'pchilik davlat xizmatlari ko'rsatishning tartib-taomillari murakkab va foydalanish uchun qiyin bo'lib qolmoqda, narxni shakllantirish mexanizmlari shaffof emas, alohida hollarda tor idoraviy manfaatlarda «monopol» xizmatlar ko'rsatishga talablar belgilanmoqda;

to'rtinchidan, raqamli texnologiyalardan foydalanish, ularning joriy etilishining past darajada ekanligi, qog'oz hujjatlar aylanmasining saqlanib qolgan andozalari asossiz moliyaviy xarajatlarga, fuqarolar ko'p vaqt kutib qolishi va navbatlar yuzaga kelishiga hamda oqibatda, ayrim hollarda korrupsiya va byurokratiya holatlariga olib kelmoqda;

beshinchidan, davlat xizmatlari ko'rsatishni, shu jumladan, real vaqt rejimida masofadan monitoring qilish va jamoatchilik fikrini o'rganish orqali nazorat qilish va sifatini baholashning ta'sirchan tizimi mavjud emas⁶⁵.

Yuqorida qayd etilgan omillar tadbirkorlik subyektlarining davlat xizmatlaridan keng foydalanishini ta'minlash, ularni ko'rsatish bilan bog'liq vaqt va moliyaviy xarajatlarni kamaytirish, aholining davlat organlari faoliyatidan qanoatlanganlik darajasini oshirish imkonini bermaydi. Shuningdek, raqamli texnologiyalardan foydalanish imkoniyati mavjud emasligi hamda ulardan foydalanish bo'yicha asosiy bilim va ko'nikmalarning yo'qligi raqamli platformadan foydalanish tizimi muvaffaqiyatli faoliyat ko'rsatishi yo'lidagi jiddiy to'siqlaridan biri hisoblanadi. Chunki tadbirkorlarning qulay va sifatli raqamli platformasidan foydalanish imkoniyati mavjud emas ekan, ularni tashkil etishga sarflangan sa'y-harakatlar va mablag'larning samarasi bo'lmaydi. Internetga kirish qiymatini pasaytirish, axborot texnologiyalariga o'qitishni tashkil etish va milliy elektron savdo maydonchalarini tashkil etish yo'li bilan bunga qarshi kurashish zarur. Ushbu amaliyot Estoniya, Singapur singari mamlakatlarda muvaffaqiyatli

⁶⁵ O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 12 dekabrda "Aholiga davlat xizmatlari ko'rsatishning milliy tizimini tubdan isloh qilish chora-tadbirlari to'g'risida" gi PF-5278-son Farmoni.

qo'llanmoqda. Bevosita ijrochilarning, ya'ni davlat xizmatchilarining isloh qilishning mazmuni va yo'nalishlarini tushunishi muvaffaqiyatning muhim shartlari hisoblanadi. Amaldorlarda ushbu jarayonga qiziqishning yo'qligi, transformatsiyalovchi jarayonlarga yashirin qarshilik ko'rsatish(yoki kuchsiz qarshilik ko'rsatish) «elektron boshqaruv» rejimiga o'tishni juda qiyinlashtiradi. Davlat organlari bilan tadbirkorlik subyektlari o'rtasida raqamli platformalarning imkoniyatlari va tuzilmalari, mijoz va biznes o'rtasida munosabatlarning yangicha turini yo'lga qo'yish uchun ularni qo'llash muhimligini anglab yetishlari zarur.

Amaliyot ko'rsatmoqdaki, tadbirkorlik subyektlari eksportida raqamli platformalardan foydalanishda quyidagi muammolar ham dolzarbligicha qolmoqda:

- tadbirkorlar subyektlari bilan mijozlar o'rtasidagi mahsulot sotuvi an'anaviy ko'rinishda bo'lib, ko'pgina qaror qilish jarayonlarini sekinlashtirmoqda. Shuning uchun ham ushbu jarayonlarda raqamli platformalar imkoniyatlaridan keng foydalanish lozim;

- jahon bozori talablaridan kelib chiqqan holda tadbirkorlik subyektlari eksportini amalga oshirish uchun sug'urta xizmatlarini raqamli texnologiyalar yordamida rasmiylashtirishning elektron tizimini amalga oshirish;

- eksportni amalga oshirish jarayonida baxtsiz yo'l hodisasi ro'y bergan holda masofadan turib, ushbu holatga baho berish, raqamli texnologiyalarning funksional imkoniyatlaridan keng foydalanish;

- respublikamizdan turib xorijdagi mijozlarning buyurtmalarni elektron shaklda qabul qilish;

- hujjatlarni rasmiylashtirish jarayoni ko'pgina xatoliklar bilan birga ko'p vaqt sarflanishiga ham olib kelmoqda;

- raqamli texnologiyalardan foydalanish orqali tadbirkorlik subyektlarining hududlararo hujjatlar almashinish jarayoniga ketadigan vaqtini ham kamaytirishga erishish;

- tadbirkorlik subyektlari tomonidan raqamli texnologiyalardan asosan, hisob-kitob operasialari va buxgalteriya hisobotlarini yuritishni amalga oshirish jarayonini avtomatlashtirishda foydalanilmoqda;
- tadbirkorlik subyektlarining eksport jarayonlarini amalga oshirishda deyarli raqamli platformalardan foydalanmasligi;
- eksport samaradorligining pastligi, real holat va risk omillarini inobatga olmay turib, asossiz qarorlar qabul qilinishi.

Tadbirkorlik subyektlari muammolarini muvaffaqiyatli hal qilish, eksport hajmini oshirish va ushbu sohani rivojlantirishning asosiy omillaridan biri raqamli platformalardan foydalanish asosida samarali tizimini yaratish va joriy qilish hisoblanadi. Shu bilan birga tadbirkorlik subyektlari raqamli platformalarning imkoniyatlaridan samarali foydalanishi, ya'ni mijozlar bilan o'zaro savdo-sotiq borasidagi munosabatlarini yo'lga qo'yish uchun ulardan foydalanish muhimligini anglab yetishlari zarur. Dunyoda, xususan, O'zbekistonda IT sohasiga kadrlar yetishmovchiligi yuqori. Shunday ekan, sohani rivojlantirish uchun eng avvalo, uni o'rgatishni – ta'limni yo'lga qo'yish darkor. Bugun o'zbekistonlik yoshlarni ITga o'qitish, ularga ishlashi uchun sharoit va mahsulotiga bozor yaratish eng muhim masalalardan biri bo'lib turipti. Shu bois, hukumat tomonidan IT ta'limini rivojlantirishga alohida e'tibor qaratilmoqda. Shu jihatlarni hisobga olgan holda hududlarda axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini qo'llash asosida masofaviy xizmatlarni eksport qilish markazlari tashkil etilib, ular tomonidan dasturiy mahsulotlar va IT-xizmatlarni eksport qilish, mutaxassislar tayyorlash va buyurtmalar bilan ta'minlash orqali tadbirkorlik subyektlarini qo'llab – quvvatlash zarurdir. O'zbekistonda 5 yil ichida IT-xizmatlar eksporti hajmini 1 milliard dollarga yetkazish rejalashtirilmoqda. Shu bilan birga davlatimiz rahbari tomonidan ham yoshlarni ITga o'qitish, ularga ishlashi uchun sharoit va mahsuloti uchun bozor yaratish zarurligini ta'kidlangan edi. Bu borada 2023 yil 1 apreldan “Elektron hukumat”, “Biznes uchun dastur”, ta'lim yo'nalishlari bo'yicha mukofot

jamg'armasi 1 million dollar bo'lgan respublika tanlovi boshlanadi. Hokimlarga bunday tanlovlarni viloyat va tumanlarda ko'proq o'tkazish lozimligi ko'rsatib o'tildi. Shu bilan birga, hududlarda yoshlar yaratgan 50 ta eng yaxshi dastur Raqamlashtirish jamg'armalari hisobidan sotib olinadi. 1 apreldan boshlab IT ta'lim markazlari va ularning bitiruvchilari uchun yangi sharoitlar yaratiladi. Jumladan:

- o'z bitiruvchilarini IT xizmatlarni eksport qiluvchi kompaniyalarga ishga joylashtirsa, markazlarga har bir mutaxassis uchun 25 million so'mgacha, nogironligi bo'lgan yoshlarga esa 35 million so'mgacha subsidiya beriladi;

- IT sertifikati bor yoshlarga kompyuter xaridi uchun 7,5 million so'm miqdoridagi imtiyozli kredit hamda Mahallabay ishlash va Yoshlar agentliklari, Bandlik jamg'armasi tomonidan berilayotgan subsidiya ularning shaxsiy plastik kartasiga o'tkazib beriladi.

Buning uchun elektron tijoratning ushbu uch o'lchovli biznes modeli xaridorlar va sotuvchilarning Internet muhitidagi o'zaro aloqalari, shuningdek, onlayn-do'kon, ombor, yetkazib beruvchilar, to'lov tizimlari, banklar va yetkazib berish xizmatining Front office va Back-office ofislari yaratilishi lozim(16-rasm).

Onlayn do'konning ichki tuzilishi ikkita asosiy qismdan iborat:

Front office va Back-office ofislari. Front office to'g'ridan-to'g'ri interfeys bo'lib, u orqali do'kon Internetda savdo faoliyatini amalga oshiradi.

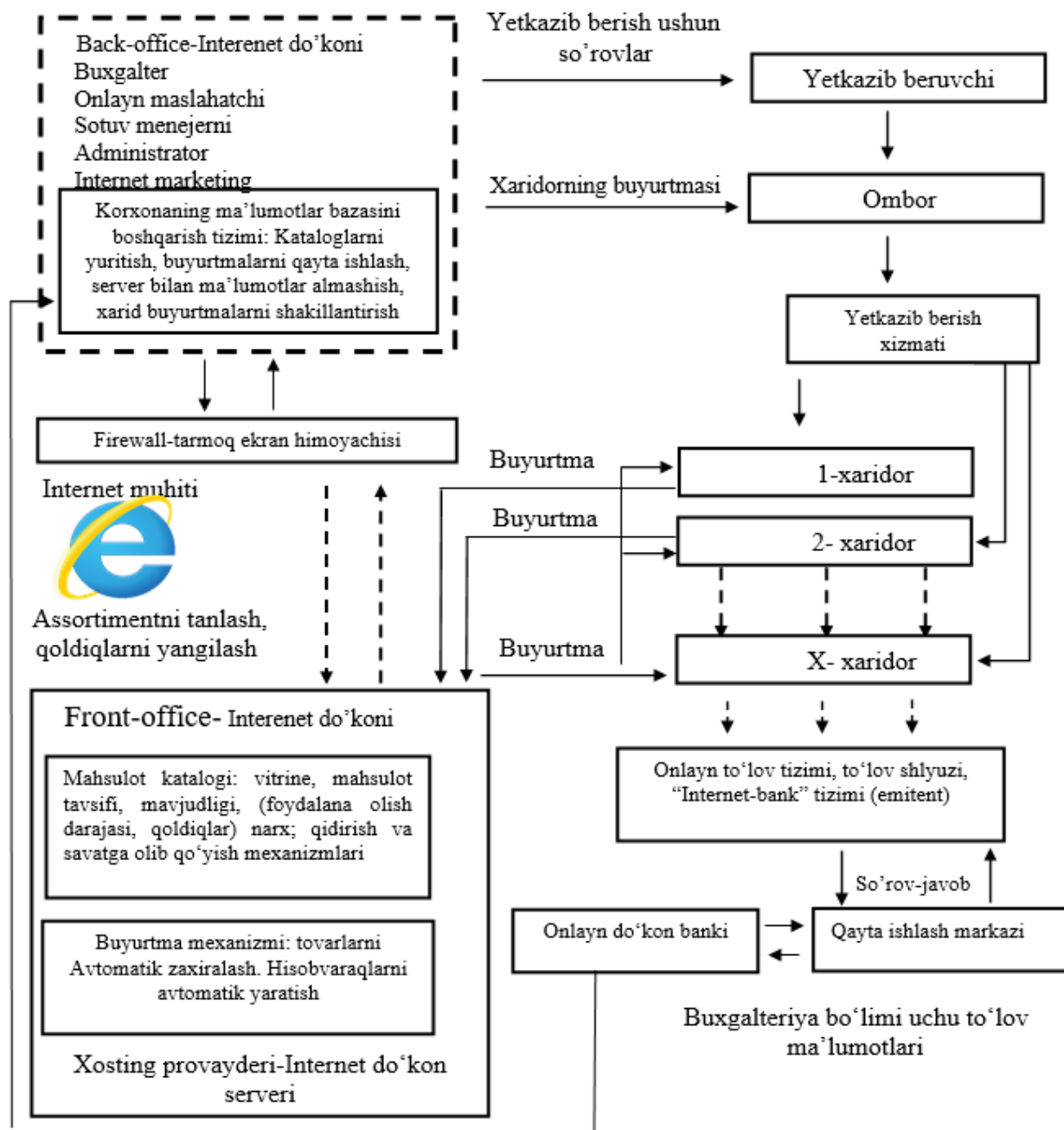
Front-ofis provayder veb-saytida tashkil etilgan server va do'kon ma'lumotlar bazasi asosida, CMS tizimi (kontentni boshqarish tizimi) nazorati ostida yaratilgan. Ushbu ma'lumotlar bazasi quyidagi maxsus funktsiya bloklarini o'z ichiga olishi shart:

- mahsulot katalogi: vitrina, mahsulot tavsifi, mavjudligi (foydalana olish darajasi, qoldiqlar), narxi; qidirish va savatga olib qo'yish mexanizmlari;

- buyurtma mexanizmi: tovarlarni avtomatik zaxiralash. Hisobvaraqlarni avtomatik yaratish;

- narxlar uchun valyuta tanlash mexanizmlari;

- mijozlarni ro'yxatga olish va autentifikatsiya qilish mexanizmi;
- buyurtmalarni yaratish va tovarlarni avtomatik bron qilish mexanizmlari, shuningdek, to'lov vositalarini tanlash va yetkazib berish;
- saytdagi to'lov mexanizmi (har xil to'lov tizimlaridan foydalangan holda bir nechta to'lov opsiyalari).

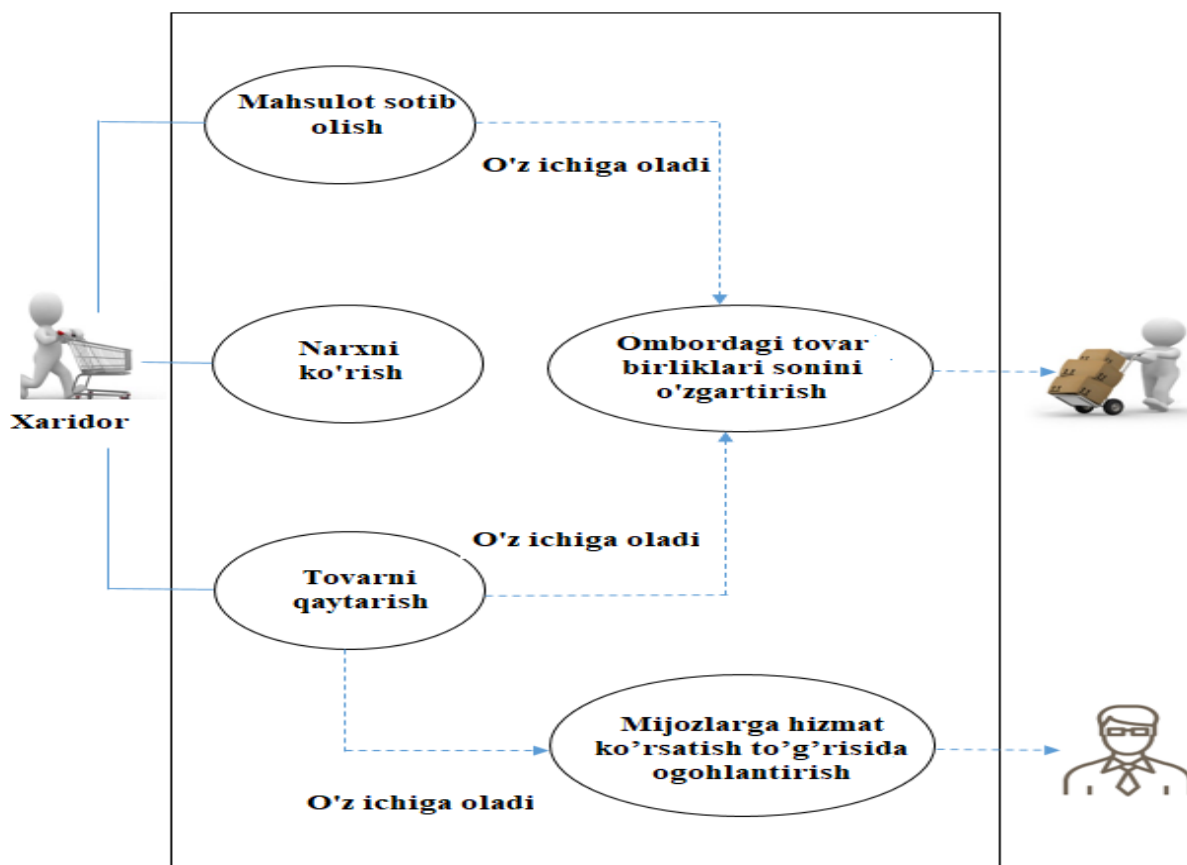


16-rasm. Internet muhitida xaridorlar va sotuvchilar o'rtasidagi o'zaro munosabatlar sxemasi⁶⁶

⁶⁶ Muallif ishlanmasi

Back-office (Bek ofis) - bu xaridor saytingizda “Sotib olish yoki buyurtma” tugmachasini bosgandan so‘ng sodir bo‘ladigan barcha narsalar. Mijoz buyurtmasi menejer tomonidan tasdiqlanishidan boshlab, tovarlarni qabul qiluvchining qo‘liga yetkazib berish bilan yakunlanadi. Back-office avtomatlashtirilmasa, har doim inson omilining xavfi mavjud: buyurtmalardagi xatolar, omborda tovarning yetishmasligi, jo‘natmaning kechikishi, kurerlarning kechikishi va hokazo. Natijada, norozi mijozlar, shikoyatlar, tarmoqdagi salbiy sharhlar va nihoyat, Internet-do‘konning yo‘qotishlari mavjud. Back-officelarni avtomatlashtirish ba‘zan bularning barchasi va boshqa ko‘plab muammolarning yagona yechimidir. Front ofis- xaridor bilan bevosita aloqada bo‘lgan mutaxassislardir. Ular onlayn-do‘konning yuzi, ovozi va eshitish qobiliyatidir. Do‘konning nafaqat imiji, balki aksariyat hollarda biznesning taqdiri ularning o‘z ishlarini vijdonan bajarishiga bog‘liq. Raqamli iqtisodiyotda ishlab chiqarishning asosiy resursi raqamli ma‘lumotlar hisoblanadi. Raqamli ma‘lumotlar va raqamli texnologiyalar asosida mehnat unumdorligining o‘sishi, korxonalar raqobatbardoshligining oshishi, yangi ish o‘rinlari yaratilishi ta‘minlanadi. Raqamli iqtisodiyot ishlab chiqarish sohasida hukmronlik qiluvchi bilimlar, innovatsiyalar ulushining oshishi va xizmat ko‘rsatish sohasining o‘sishi bilan tavsiflanadi. Shu bilan birga, kompaniyada raqamli texnologiyalarni joriy etish, Internet texnologiyalari, mobil aloqa, elektron to‘lovlar, logistika, blokcheyn, buyumlar interneti (Internet of Things) hamda robototexnikani yaratish va ishlatish texnologiyalari haqida moddiy bo‘lmagan aktivlar, tashkiliy bilimlarning mavjudligiga bog‘liq muayyan tashkiliy bilimlar biznes va korxonalar faoliyatining ixcham vakili sifatida biznes modelining tavsifini oshiradi. Biznes hayotiy sikliga ko‘ra, yangi biznes modellari avval ma‘lum muddatga yaratiladi va faoliyat ko‘rsatadi, so‘ngra ular eskiradi va yangilari bilan almashtiriladi. Tadqiqotlar shuni ko‘rsatdiki, yangi biznes modellarini muvaffaqiyatsiz aniqlash sezilarli moliyaviy yo‘qotishlarga va biznesda qolish imkoniyatining yo‘qolishiga olib kelishi mumkin. Shuning uchun vaziyatni to‘g‘ri baholash va yangi texnologiyalarga, iste‘molchilarga

yoʻnaltirilgan biznes-modelni loyihalashtirish va asosiy koʻrsatkichlarning oʻsishi boʻyicha oʻz vaqtida qaror qabul qilish muhim ahamiyatga ega. Har bir mijoz raqamli platformalar orqali xarid qilayotgan mahsuloti haqida maʼlumotlarni toʻliq bilish imkoniyatiga ega boʻlishi zarurdir. Shu jihatdan sotuv jarayonida bu tizim ham raqamlashtirilgan boʻlishi darkor(17-rasmga qarang).



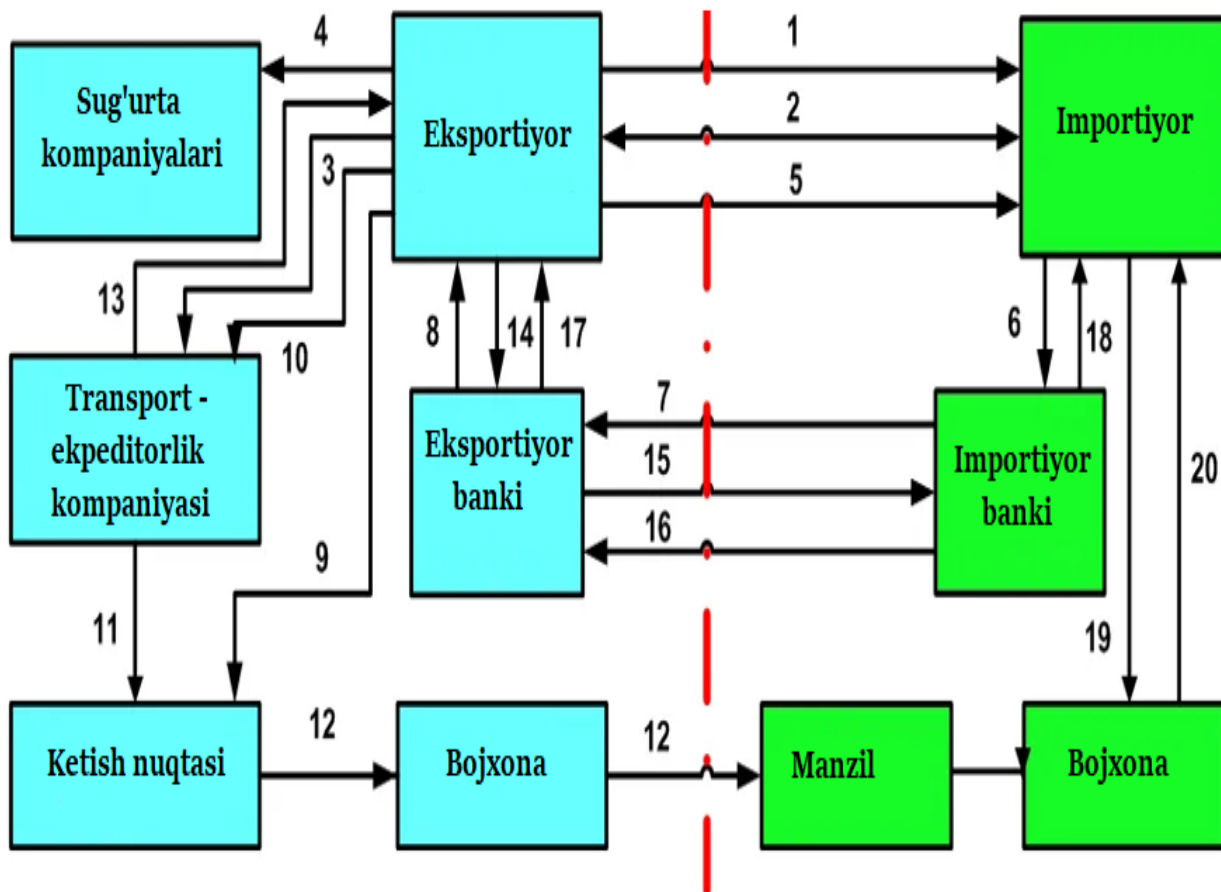
17-rasm. Sotuvni raqamlashtirish tizimi⁶⁷

Ushbu raqamlashtirilgan tizim orqali mijoz va sotuvchi tadbirkor tomonidan oʻzaro onlayn muloqot jarayonida biror-bir savol va takliflarga oʻz vaqtida javob berish imkoniyati yuzaga keladi.

Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari sohasidagi mahalliy eksportyor korxonalar, frilanserlarni qoʻllab-quvvatlash orqali eksporti hajmlini oshirish, raqamli xizmatlarga talab yuqori boʻlgan buyurtmalarni markazlashgan holda jalb qilish imkoniyati yaratish zarurdir.

⁶⁷ Muallif ishlanmasi

Frilanser- Internet tarmog'ı orqali mehnat daromadi olishga yo'naltirilgan jismoniy va yuridik shaxslarga masofaviy tarzda xizmatlar ko'rsatish, ishlarni bajarish bo'yicha shaxsiy mehnati bilan ishtirok etishga asoslangan faoliyatni mustaqil amalga oshiradigan, yakka tartibdagi tadbirkor sifatida ro'yxatga olinmagan va o'z faoliyatida yollanma xodimlar mehnatidan foydalanmaydigan jismoniy shaxslar mehnat stajini hisobga olish va rag'batlantiruvchi imtiyozlardan foydalanish huquqi bilan vaqtinchalik mehnat guvohnomalari beriladigan o'zini o'zi band qilgan xodim hisoblanadi. Frilanser bilan hamkorlikda eksportyor korxon va importyor o'rtasida hal qilinishi kerak bo'lgan jarayonlar ham to'liq raqamlashtirilishi zarurdir. Bu xalqaro talab qilingan vazifalardan biri hisoblanadi(18-rasm).



18-rasm. Eksport qiluvchi tadbirkorlik subyektlari va xorijiy mijozlar o'rtasidagi mahsulotlarni yetkazib berish mexanizmi⁶⁸

⁶⁸ Muallif ishlanmasi

1. Sotuvchining taklifi
2. Taklifni qabul qilish. Shartnomani imzolash
3. Yuk shartnomasi (Frax sudno) (yuk tashish uchun to'lovni bildiruvchi maxsus atama bo'lib, u imzolangan shartnoma yoki xalqaro qonunlar bilan tasdiqlanadi. Mol yetkazib beruvchidan buyurtmachiga tashish tartibini amalga oshirish uchun kontragentlar o'rtasida yuk shartnomasini tuzish lozim)
4. Yuk sug'urtasi
5. Yuk tayyorligini tasdiqlash
6. Ochish tartibi
7. Akkreditiv ochilganligi to'g'risida xabarnoma
8. Eksport qiluvchining akkreditiv ochilganligi to'g'risida xabarnoma
9. Yukni jo'natish nuqtasiga jo'natish
10. Yuk tashish uchun buyurtma
11. Yuklarni jo'natish
12. Yuklarni bojxona rasmiylashtiruvi va yuklarni manzilga yetkazib berish
13. Eksportyorga transport hujjatlarini yuborish
14. Transport hujjatlarining bankka topshirilishi
15. Importyorning bankiga transport hujjatlarini yuborish
16. Valyutani o'tkazish
17. Daromadlarni kreditlash
18. Transport hujjatlarini importyorga o'tkazish
19. Bojxona to'lovlarini to'lash
20. Importyor tomonidan tovarni olish

Bu kabi muammolarning bartaraf etilishi hududlarda yetishtirilgan mahsulotlarning nafaqat sifati balki tez muddatlarda yetkazib berilishidagi ishonchliligi va tadbirkorlik subyektiga o'zaro ishonchni mustahkamlaydi. Bu jarayon, albatta, raqamlashtirilishni talab qiladi. Bu jarayon, o'z navbatida, tadbirkorlik subyektlari uchun ham juda qulay imkoniyatlarni taqdim qiladi. Tadbirkorlik subyektlari raqamli platformalar orqali eksport qilinayotgan o'z

mahsulotlarini xorijiy mijozlarga o‘zaro kelishgan shartnomalarga asosan ishonchli tarzda xalqaro talab va takliflarga asoslangan holda yetkazishni ta’minlashni ham amalga oshirishi ham zarurdir. Bu tizimni rivojlantirish orqali hududlarda yuzaga kelgan bir qator eksport jarayonlaridagi muammolarning bartaraf etilishiga ham erishilgan bo‘lar edi.

2.2-§. Tadbirkorlik subyektlari eksportidagi masofaviy interaktiv xizmatlarni qo‘llashning amaliy jihatlari

Bugungi kunda davlat idoralarining ma’lumotlar bazasi va axborot tizimlarini integratsiya qilish, ularni o‘zaro bog‘lash orqali ma’lumotlarning tez aylanishiga erishiladi. Ayniqsa, biznes jarayonlarini qayta injenering qilish orqali qisqartirish kerak. Tadbirkorlarga onlayn tarzda ariza topshirish va xizmatlarni olish, ma’lumotlar, ariza topshirish va hokazo xizmatlardan masofadan turib foydalanish imkoniyatini yaratish axborotlashgan jamiyat omillaridir.

O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarori bilan “Davlat va xo‘jalik boshqaruvi, mahalliy davlat hokimiyati organlarining axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalangan holda yuridik va jismoniy shaxslar bilan o‘zaro hamkorligini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi qarori tasdiqlangan. Ushbu Qarorda davlat va xo‘jalik boshqaruvi, mahalliy davlat hokimiyati organlari tomonidan yuridik va jismoniy shaxslarga axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalangan holda xizmatlarni ko‘rsatish tartibi va shartlarini belgilangan⁶⁹.

Samarqand viloyatidagi tadbirkorlik subyektlari ko‘rsatkichlari hamda aloqa va axborotlashtirish xizmatlarini ko‘rishimiz mumkin(10-jadvalga qarang).

⁶⁹ O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2007 yil 23 avgustdagi «Davlat va xo‘jalik boshqaruvi, mahalliy davlat hokimiyati organlarining axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalangan holda yuridik va jismoniy shaxslar bilan o‘zaro hamkorligini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida»gi 181-son qarori www.lex.uz

Samarqand viloyatidagi tadbirkorlik subyektlari ko'rsatkichlari hamda aloqa va axborotlashtirish xizmatlari⁷⁰

Yillar	Aloqa va axborotlashtirish xizmatlari mlrd.so'm	Ro'yxatga olingan jami kichik tadbirkorlik (biznes) subyektlarining soni	Tadbirkorlik (biznes) subyektlari ishlab chiqargan mahsulotlar hajmi, mlrd. so'm	Tadbirkorlik (biznes) subyektlari eksporti mln.AQSh dollari
2016	407,3	15375	10589	397,2
2017	532,3	16208	14067,1	212,6
2018	610,2	17261	32358,4	257,4
2019	613,0	20669	37747,3	298,5
2020	698,8	25806	45204,3	192,1
2021	833,3	33114	46406,9	155,2

Jadvaldagi ma'lumotlardan ko'rinadiki, eksportni rivojlantirishda masofaviy interaktiv xizmatlarni qo'llashni yanada rivojlantirish lozim.

Tadbirkorlik subyektlari tomonidan eksportni amalga oshirishda bojxona tizimining ham alohida o'rnini mavjud. Jumladan, bojxona organlarida ham ichki murojaat turlari: ariza, shikoyat, bildirgi, taklif, e'lonlar va boshqalar bo'lishi mumkin: Bunga ko'ra, murojaatlar og'zaki, yozma yoxud elektron shaklda bo'lishi, arizalar, takliflar va shikoyatlar murojaatlarning turlari hisoblanishi, murojaatlar, ularning shakli va turidan qat'i nazar, bir xil ahamiyatga ega hisoblanadi. Interaktiv xizmatlarni nazariy jihatdan tahlil qiladigan bo'lsak, u, o'z navbatida, 3 ta pog'onada, ya'ni respublika oliy boshqaruv idoralari doirasida, davlat boshqaruv idoralari doirasida, idoralararo va tashkilot ichida joriy qilingan. Mamlakatimizda interaktiv xizmatlar, tarkibiy qismiga ko'ra, ichki va tashqi turlarga bo'linadi(11-jadvalga qarang).

⁷⁰ O'zbekiston Respublikasi Axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalarini rivojlantirish vazirligining Samarqand viloyati hududiy boshqarmasi ma'lumotlari.

O‘zbekistonda interaktiv xizmatlarning tashkil etilish pog‘onalari⁷¹

Respublika hukumati doirasida	
Tashqi interaktiv xizmatlar	Ichki interaktiv xizmatlar
O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining virtual Qabulxonasi	–
Yagona interaktiv davlat xizmatlari portali	–
Normativ-huquqiy hujjatlarning jamoat muhokamasi	–
Fuqarolar bilan strategik masalalarda maslahatlashish	–
Fuqarolarning qarorlar qabul qilishdagi ishtiroki	–
Davlat idoralari o‘rtasida	
Tashqi interaktiv xizmatlar	Ichki interaktiv xizmatlar
Yuridik va jismoniy shaxslar murojaatlari bilan to‘g‘ridan-to‘g‘ri ishlash mexanizmi	–
Tashkilot xizmati	
Tashqi interaktiv xizmatlar	Ichki interaktiv xizmatlar
Soha xususiyatidan kelib chiqqan holda yo‘nalishlar bo‘yicha tashkil qilingan	–

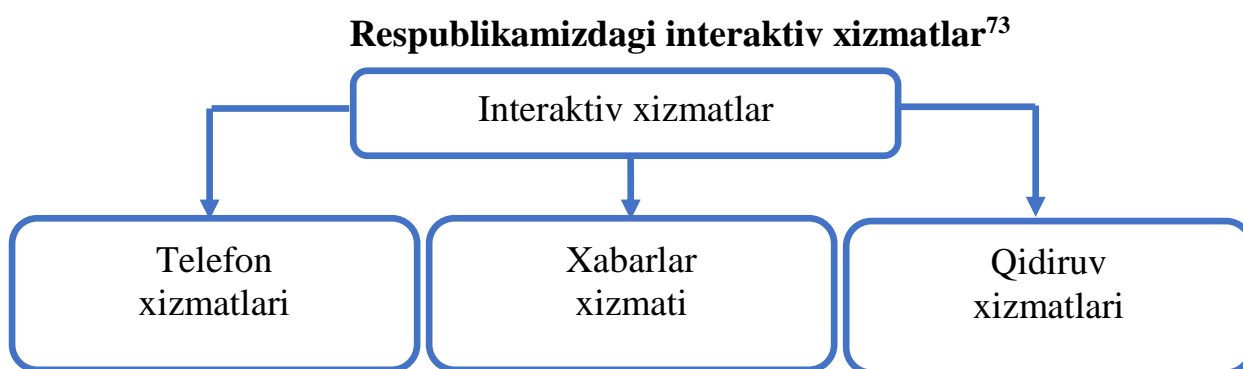
Bugungi kunda Samarqand, Jizzax, Sirdaryo, Farg‘ona, Namangan, Navoiy, Qashqadaryo, Buxoro, Xorazm viloyatlarida, Toshkent viloyati, Toshkent shahri hamda Qoraqalpog‘iston Respublikasi Mo‘ynoq tumanida jami 17 ta masofaviy xizmatlarni ko‘rsatish markazlari tashkil etildi.

Interaktiv xizmatlar, tarkibiy qismiga ko‘ra, ichki va tashqi turlarga bo‘linadi. Jadvaldan ko‘rinib turibdiki, tashkilotning ichki sohaviy yo‘nalishlari bo‘yicha interaktiv axborot ayirboshlashning mexanizmlari mavjud emas. Xalqaro tajribani o‘rganadigan bo‘lsak, interaktivlik bu biror-bir tizimni tashkil etish tamoyilida umumiy interaktiv yoki elektron xizmatlar deb e‘tirof etilgan. Lekin uni nazariy jihatdan tashqi yoki ichki interaktiv xizmatlar turiga bo‘linishi asoslanmagan. Masalan, O‘zbekiston Respublikasi hukumat portallarini tashkil etishga yo‘naltirilgan tendensiyalarning “Accenture” kompaniyasi tomonidan

⁷¹ Azizov H. va Hamroev U. “Bojxona organlarida ichki interaktiv xizmatlarni rivojlantirish masalalari” // O‘zbekiston bojxona axborotnomasi (iqtisodiy, huquqiy, ilmiy-amaliy jurnal)2019 yil 2-son

o‘tkazilgan tadqiqoti hukumat resurslariga onlayn kirishning davlatning fuqarolar bilan o‘zaro munosabatlari modelini o‘zgartirishi haqida ma’lumotlar mavjud ekanligiga qaramay, “Ko‘pchilik davlat organlari internetda axborotni tashkil etishning idoraviy usulidan foydalanishini, bu ko‘rsatilayotgan xizmatlar sifatiga amalda ta’sir ko‘rsatmaydigan va fuqarolarga funksiyalarning cheklangan to‘plamini taklif etadigan saytlar soni tezlikda ko‘payishiga olib kelishi” deb qayd etildi⁷². Mamlakatimizda interaktiv xizmatlar uch sinfga bo‘linadi (12-jadval).

12-jadval



Hozirgi kunda tashkilotda, jumladan, bojxona idoralaridagi katta hajmdagi axborot almashish ko‘lami qog‘oz va elektron ko‘rinishdagi harakat aylanmasiga ega bo‘lib, uni muvofiqlashtirish, ma’lumotlar oqimini boshqarish, harakatlarni tizimlashtirilgan avtomatlashtirilgan axborot tizimi yordamida yo‘lga qo‘yish dolzarb masalalardan sanaladi. Chunki tashkilot hayoti bevosita tashqi va ichki murojaatlar bilan kechadi. Ichki murojaat turlarini avtomatlashtirilgan axborot tizimlari yordamida qamrab olish va tashkilot ichki interaktiv xizmatlarini yo‘lga qo‘yishni ko‘rsatadi. Jumladan, respublikamizda tashkilot idoralari elektron ish faoliyatini tashkil etish bo‘yicha bir qator dasturiy tizimlar yaratilgan. Shu bilan birgalikda, tadbirkorlik subyektlari eksporti uchun zarur bo‘lgan interaktiv xizmatlar turlarini yaratish zarur.

⁷² 2019 yil 15 fevraldagi “Davlat xizmatlari ko‘rsatish milliy tizimini yanada kompleks rivojlantirish choralari haqida”gi PQ-4193 sonli O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Qarori.

⁷³ O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining “O‘zbekiston Respublikasi yagona interaktiv davlat xizmatlari portali orqali elektron davlat xizmatlari ko‘rsatish tartibini takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi 2017 yil 15 sentabrdagi 728-son qarori

Interaktiv xizmatlar axborot tizimini yaratishda quyidagilarni hisobga olish maqsadga muvofiqdir. Ularga:

- ichki interaktiv xizmatlarning huquqiy-me'yoriy asosini yaratish;
- tashqi interaktiv xizmatlardan ichki interaktiv xizmatlar tizimini ajratish yoki ularning bitta platformada joylashtirgan taqdirda aniq chegaralari va imkoniyatlarini belgilab berish;
- tashqi va ichki xizmatlarning integratsiyasi bo'g'inlarini aniq belgilab olish;
- tuzilmalararo va ularning tarkibiy bo'linmalari bilan ichki axborot almashish hajmini hisobga olgan holda ichki interaktiv xizmatlar strukturasi ishlab chiqish;
- ichki interaktiv xizmatlar strukturasi muvofiq murojaat turlarini hisobga olgan holda ularni toifalarga ajratish;
- tashkilotning ichki interaktiv xizmatlar reestri uchun elektron rasmiy blankalar, munosabat belgilarining shakllarini yaratish;
- tashkilotning barcha turdagi chiqish va kirish hujjatlari uchun elektron raqamlar berish tizimini yaratish;
- bojxona organlarida joriy etilgan elektron raqamli imzodan foydalanish tarmog'ini kengaytirish (jismoniy va yuridik shaxslar davlat xizmatlari markazlarida fuqarolar doimiy (vaqtincha) ro'yxatdan o'tgan joyidan va yuridik shaxslar pochta manzilidan (joylashgan yeridan) qat'i nazar, davlat xizmatlarini eksterritorial tamoyil bo'yicha olishga haqli)⁷⁴;
- xizmatlardan foydalanish reglamentini ishlab chiqish;
- “Yagona darcha” unifikatsiyalashtirilgan bojxona axborot tizimi orqali hamkorlikda ishlayotgan chegara, sanitariya-epidemiologiya, veterinariya va karantin nazorati kabi nazorat organlari, banklar va boshqa xizmat ko'rsatuvchi tashkilotlarning ichki interaktiv xizmatlar orqali ichki hujjatlar aylanuvini yo'lga qo'yish lozim.

⁷⁴ Saidov A., Mirboboev M., Almetov Sh., G'anieva N., Boboqulov I., Abdurahmonov T., Muxidinova L., Hakimova F. Bojxona organlarining axborot tizimlari asoslari. Darslik. I va II tom. – T.: 2016.

Ta’kidlash joizki, yuqorida keltirilgan idora-tashkilotning ichki interaktiv xizmatlar axborot tizimi orqali quyidagilarga erishiladi:

birinchidan, ichki interaktiv xizmatlarni tashkil qilishda ichki murojaat turlari, albatta, markazlashtirilgan avtomatlashtirilgan axborot tizimi yordamida qamrab olinadi;

ikkinchidan, murojaatlar ichki va tashqi turlar kesimida elektron shaklda hisobga olish tizimi yuzaga keladi;

uchinchidan, elektron murojaatlarning ikki tomonlama avtomatlash-tirilgan elektron mexanizmi shakllanadi, elektron axborot hamkorligi darajasi yaxshilanadi;

to’rtinchidan, tuzilmalararo va ularning tarkibiy bo’linmalari o’rtasida elektron murojaatlarning ijro intizomi mustahkamlanadi;

beshinchidan, ishonchli elektron ma’lumotlar harakati yuzaga kelishi tufayli ortiqcha vaqt yo‘qotishlarga yo‘l qo‘yilmaydi;

oltinchidan, ichki miqyosdagi qabul qilinayotgan yoki muhokamadagi hujjatlarning ijro nazorati avtomatlashadi;

yettinchidan, tarkibiy tuzilmalar va ularning tarkibiy bo’linmalari ishi va rahbariyat qarorlarini qabul qilish jarayonlarida ish samaradorligi oshadi va tezlashadi;

sakkizinchidan, ishonchli elektron ichki murojaat turlari bo‘yicha idora-tashkilotning elektron arxivi shakllanadi.

Bugungi kunda Bazaviy interaktiv davlat xizmatlari reestri 197 turdagi xizmatlardan tashkil topgan. Davlat organlari tomonidan veb-saytlar orqali 617 ta interaktiv xizmat turlari ko‘rsatilmoqda. Davlat organlarining axborot tizimlari va ma’lumotlar bazasini to‘ldirish, ularni integratsiyalash va tartibga solish mamlakatda “elektron hukumat” tizimini joriy qilish va rivojlantirishning navbatdagi muhim bosqichi hisoblanadi. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining “Interaktiv davlat xizmatlari ko‘rsatishni hisobga olgan holda Internet tarmog‘ida O‘zbekiston Respublikasining Hukumat portali faoliyatini

yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi qaroriga asosan, Internet tarmog'ining my.gov.uz manzilida Yagona interaktiv davlat xizmatlari portali ishga tushirilgan⁷⁵.

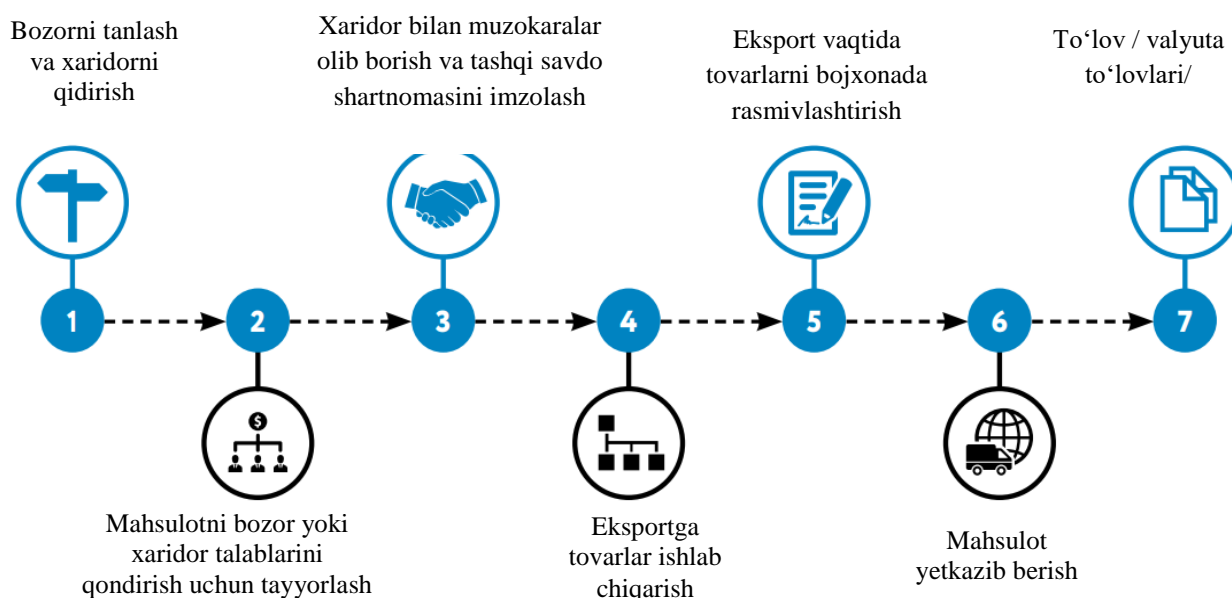
Bugungi kunda Yagona portal orqali aholiga interaktiv xizmatlar ko'rsatilmoqda. Vazirlar Mahkamasining 2012 yil 30 dekabrda 378-son qaroriga muvofiq, davlat organlari Yagona interaktiv davlat xizmatlari portali orqali yuboriladigan aholi murojaatlarini o'z vaqtida ko'rib chiqish, Yagona interaktiv davlat xizmatlari portali orqali ko'rsatiladigan davlat interaktiv xizmatlari sonini ko'paytirish yuzasidan loyihalarni amalga oshirmoqdalar. Shuningdek, "elektron hukumat" tizimini joriy qilishning istiqbolli rejalari doirasida 2014-2016 yillarda idoralararo integratsiyalashgan platformani yaratish loyihasi amalga oshirildi. Bu platforma barcha davlat organlari axborot tizimlarini birlashtiradi, aholiga ma'lumot olish, ariza topshirish va boshqa xizmatlardan foydalanish bo'yicha idoralar o'rtasida ma'lumot almashishga xizmat qiladi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "O'zbekiston Respublikasi Milliy axborot-kommunikatsiya tizimini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi qarorining qabul qilinishi mamlakatda axborot texnologiyalarini rivojlantirish, "elektron hukumat" tizimini joriy qilishda muhim ahamiyatga ega⁷⁶. Mazkur qaror bilan 2013-2020 yillarda O'zbekiston Respublikasi Milliy axborot-kommunikatsiya tizimini yanada rivojlantirish bo'yicha Kompleks dastur tasdiqlandi. Uning tarkibida "2013-2020 yillarda O'zbekiston Respublikasida telekommunikatsiya texnologiyalari, aloqa tarmoqlari va infratuzilmasini rivojlantirish dasturi", "Elektron hukumat" tizimining axborot tizimlari kompleksi va ma'lumotlar bazalarini yaratish bo'yicha loyihalar va chora-tadbirlar ro'yxati" tasdiqlangan. Aloqa, axborotlashtirish va telekommunikatsiya texnologiyalari davlat qo'mitasi qoshida ushbu tizimlarni joriy etish bo'yicha umumiy texnik

⁷⁵ O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2012 yil 30 dekabrda "Interaktiv davlat xizmatlari ko'rsatishni hisobga olgan holda Internet tarmog'ida O'zbekiston Respublikasining Hukumat portali faoliyatini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida" 378-son qarori. www.lex.uz

⁷⁶ O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "O'zbekiston Respublikasi Milliy axborot-kommunikatsiya tizimini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida" 2013 yil 27 iyunda 1989-son qarori. www.lex.uz

siyosatni olib borish uchun Elektron hukumat tizimini rivojlantirish hamda Axborot xavfsizligini ta'minlash markazlari ishga tushirilgan. Elektron boshqaruvning o'ziga xos xususiyatlaridan biri – interaktivlik yordamida aholi fikr-mulohazalarining o'rganilishi, jamoatchilik bilan aloqalarning mustahkamlanishi hukumatning fuqarolar bilan munosabatida ijobiy rol o'ynaydi. Hududlardagi eksport borasidagi amaliy ishlarni rivojlantirishda interaktiv xizmatlarni takomillashtirish zarurdir. Bu xizmatlar orqali tadbirkorlarning xorijiy sheriklar va sarmoyadorlar bilan aloqalarini kengaytirish, tadbirkorlar tomonidan ishlab chiqarilgan mahsulotlarni tashqi bozorlarga olib chiqishga ko'maklashish maqsadida onlayn interaktiv xizmatlarni rivojlantirish muhim ahamiyatga ega. Bugungi kunga kelib, tadbirkorlik subyektlarining eksport faoliyatini eksport loyihalarining ketma-ketligi sifatida tavsiflanishi mumkin, shuning uchun eksportning o'ziga xos xususiyatlarini ko'rib chiqib, eksport loyhasini yettita bosqichga ajratamiz. Har bir bosqichda ma'lum bir korxonaning imkoniyatlarini baholashimiz, shuningdek, davlat tomonidan qanday yordamga umid bog'lash mumkinligini bilib olish mumkin (19-rasm).



19-rasm. Eksport loyhasining yetti asosiy bosqichi⁷⁷

⁷⁷ Muallif ishlanmasi

Tadbirkorlik subyektlari eksportining beshta asosiy afzalliklari:

- korxonani rivojlantirishning samarali vositasi;
- yangi bozorlar tufayli sotuvlarning ko‘payishi;
- ishlab chiqarish birligi tannarxini pasaytirish;
- ichki bozordagi mavsumiy tebranishlarni tartibga solish;
- korxonada foyda va valyuta resurslarining ko‘payishi.

Onlayn interaktiv xizmatlari bu - veb-sayt yordamida interfaol interaktiv xizmatlar va operatsiyalarni amalga oshirishni o‘z ichiga oladi. Bunday saytda tadbirkorlik subyektlari uchun, odatda, onlayn xizmatlarni taqdim etish mumkin. Onlayn interaktiv xizmatlar zamonaviy axborot- kommunikatsiya texnologiyalari orqali tadbirkorlik subyektlari eksport uchun zarur barcha xizmatlardan foydalana oladilar. Bundan kelib chiqadiki, tadbirkorlik subyektlari eksportini yanada jadallashtirish maqsadida onlayn interaktiv xizmat turlarini rivojlantirish orqali tadbirkorlik subyektlari tomonidan tovarlarni bojxonadan olib chiqib ketishda yuzaga kelayotgan muammolarni bartaraf etish va shu bilan birga, ularga keng imkoniyatlar yaratish lozim. Tadbirkorlik subyektlari tomonidan amalga oshiriladigan eksportni amalga oshirish jarayonida bojxona xizmatlarining o‘rni ham kattadir. Eksport jarayonida sarflanadigan vaqt, hujjatlarni rasmiylashtirish, chegara va bojxona nazorati bo‘yicha ko‘rsatkichlar bilan bog‘liq bir qator muammolar mavjud (13– jadvalga qarang). Jadval ma’lumotlariga ko‘ra, 2021 yil ko‘rsatkichlari bo‘yicha Mamlakatimiz Yevropa va Markaziy Osiyo davlatlariga nisbatan anchagina orqada ekanligini ko‘rishimiz mumkin.

Xalqaro savdo bo'yicha vaqt sarfi⁷⁸

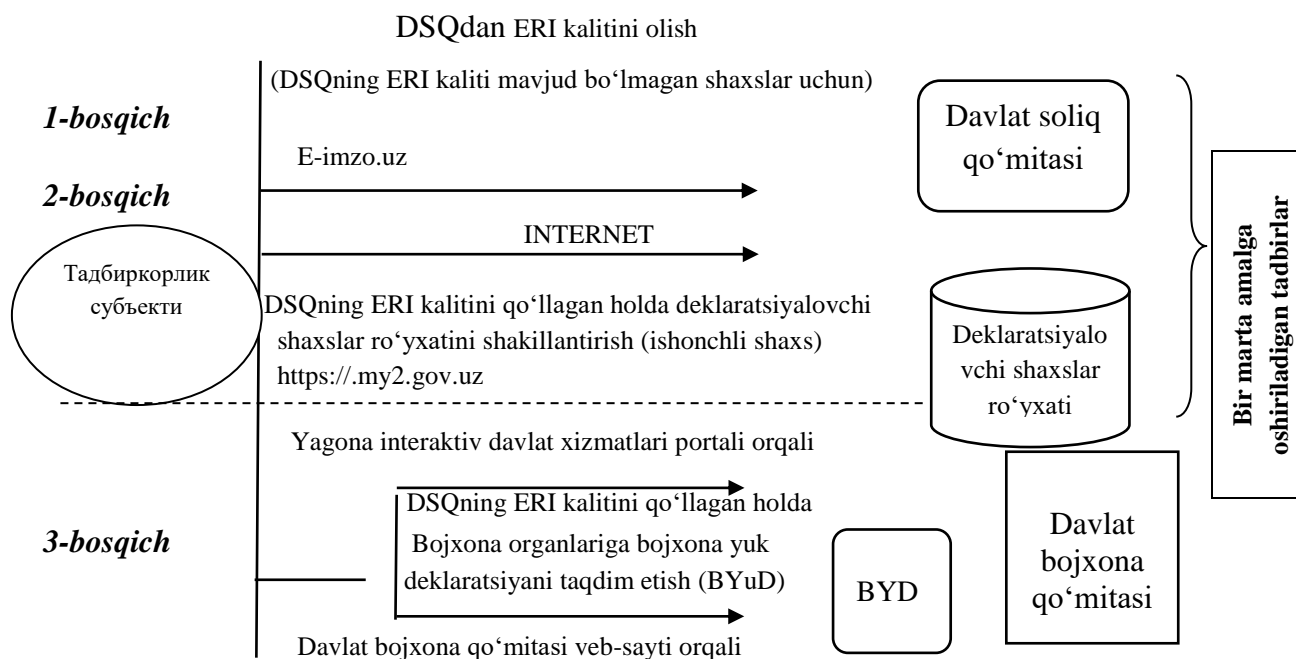
Indikator	O'zbekiston	Yevropa va Markaziy Osiyo	Daromadning eng yuqori darajasi
Eksportga ketadigan vaqt: chegara va bojxona nazorati (soat)	112	28	12,7
Eksport bahosi: chegara va bojxona nazorati (AQSh dollari)	278	191,4	149,9
Eksportga ketadigan vaqt: hujjatlarni rasmiylashtirish (soat)	174	27,9	2,4
Eksport bahosi: hujjatlarni rasmiylashtirish (soat)	292	113,8	35,4
Importga ketadigan vaqt: chegara va bojxona nazorati (soat)	111	25,9	8,7
Import bahosi: chegara va bojxona nazorati (AQSh dollari)	278	185,1	111,6
Importga ketadigan vaqt: hujjatlarni rasmiylashtirish (soat)	174	27,3	3,5
Import bahosi: hujjatlarni rasmiylashtirish (soat)	292	94,7	25,6

Shuni hisobga olgan holda tadbirkorlar internet yordamida bojxona yuk deklaratsiyalarini o'z ofislaridan chiqmasdan turib, mustaqil ravishda to'ldirish va bojxona organlariga taqdim etish imkoniyatiga ega bo'ladilar.

Tadbirkorlik subyektlari tomonidan 3 bosqichdagi bojxona organlariga bojxona yuk deklaratsiyasini taqdim etish tartibi ishlab chiqildi (20-rasmga qarang). Buning natijasida tadbirkorlik subyektlari tomonidan elektron raqamli imzoga ega bo'lish va u orqali "Bojxona organlariga bojxona yuk deklaratsiyasi"ni taqdim etish imkoniyati mavjud. Bojxona organlari orqali onlayn interaktiv xizmatlarni yanada rivojlantirish natijasida eksport bo'yicha muammolar bartaraf etish imkoniyati yaratiladi. Bunga qadar esa, tovarlarni respublikamizga olib kirmoqchi yoki eksport qilmoqchi bo'lgan tadbirkor bojxona yuk deklaratsiyasini to'ldirib berish va bojxona idoralarga taqdim etish uchun ortiqcha vaqt va mablag' sarflab, bojxona brokerlari va bojxona rasmiylashtiruvchi bo'yicha mutaxassislar

⁷⁸ www.doingbusiness.org.- Jahon bankining metodologiyasiga ko'ra, yillik hisobot nashri.

ko‘magidan foydalanishga majbur edi. Elektron raqamli imzo yordamida Yagona interaktiv davlat xizmatlari portali yoki Davlat bojxona qo‘mitasining rasmiy veb saytiga kirib, dastlab, o‘z tashkiloti nomidan tovarlarni deklaratsiyalovchi shaxslar ro‘yxatini shakllantiradi.



20-rasm.Bojxona organlariga bojxona yuk deklaratsiyasini taqdim etish tartibi⁷⁹

O‘zbekiston Respublikasi bojxona hududiga keladigan tovarlar va transport vositalari to‘g‘risida davlat bojxona xizmati organlarini elektron tarzda oldindan xabardor qilish lozim (21-rasmga qarang).

Birinchi bosqichda tadbirkorlik subyektlari tomonidan bojxona organlarining axborot tizimiga telekommunikatsiya tarmoqlari orqali O‘zbekiston Respublikasining bojxona hududiga kelishdan oldin tovarlar va transport vositalari to‘g‘risida elektron ma’lumotlar yuboriladi. Unda;

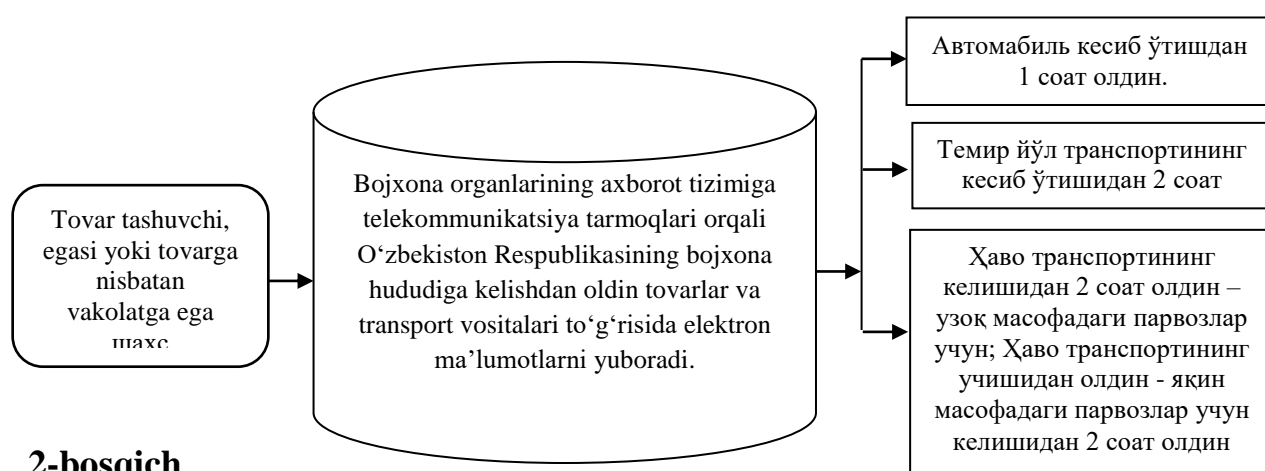
- avtomobil kesib o‘tishdan 1 soat oldin;
- temir yo‘l transportining kesib o‘tishidan 2 soat oldin;
- havo transportining kelishidan 2 soat oldin – uzoq masofadagi parvozlar uchun;

⁷⁹ O‘zbekiston Respublikai Davlat bojxona qo‘mitsi ma’lumotlari asosida muallif ishlanmasi

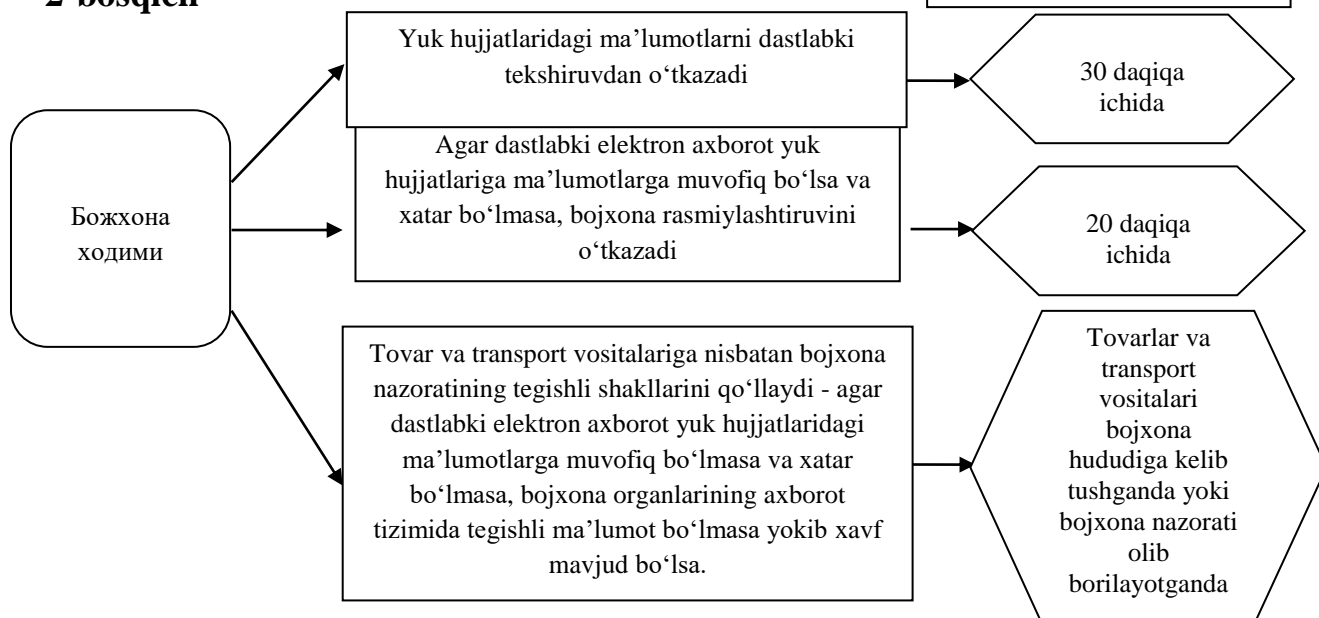
- havo transportining uchishidan oldin - yaqin masofadagi parvozlar uchun kelishidan 2 soat oldin yuboriladi.

Bojxona xodimi tomonidan 2-bosqichda yuk hujjatlaridagi ma'lumotlar dastlabki tekshiruvdan o'tkazadi. Undan so'ng esa, agar dastlabki elektron axborot yuk hujjatlaridagi ma'lumotlarga muvofiq bo'lsa, xatar bo'lmagan hollarda bojxona rasmiylashtiruvini o'tkaziladi. Shu bilan birga, xatar bo'lmasa va bojxona organlarining axborot tizimida tegishli ma'lumot bo'lmaganda ham, tovar va transport vositalariga nisbatan bojxona nazoratining tegishli shakllari qo'llanadi.

1 – bosqich



2-bosqich



21-rasm. O'zbekiston Respublikasi bojxona hududiga keladigan tovarlar va transport vositalari to'g'risida davlat bojxona xizmati organlarini elektron tarzda oldindan xabardor qilish tartibi⁸⁰

⁸⁰ O'zbekiston Respublikai Davlat bojxona qo'mitsi ma'lumotlari asosida muallif ishlanmasi

Hududlarning ijtimoiy-iqtisodiy salohiyatini oshirish hamda faol tadbirkorlik eksportini har tomonlama qo'llab-quvvatlash va rag'batlantirishga, innovatsion g'oya va texnologiyalarni joriy etishga, fan va innovatsion faoliyat jadal rivojlanishi uchun zarur shart-sharoitlarni yaratishga alohida e'tibor qaratilmoqda. Shu bilan birga, o'tkazilgan tahlil natijalari mamlakatda tadbirkorlik eksporti faoliyatini rivojlantirish uchun shart-sharoitlarni yanada yaxshilashga to'sqinlik qiluvchi muammolar mavjud. Ta'kidlash joizki, tadbirkorlik subyektlari eksport faoliyatini boshlashi uchun hanuzgacha turli davlat organlariga murojaat etishga majbur bo'lmoqda. Litsenziya va ruxsatnomalarni rasmiylashtirish jarayonlarida zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalari imkoniyatlaridan zarur darajada foydalanilmayapti, ko'pchilik davlat xizmatlari, afsuski, hali ham an'anaviy usullarda, qog'oz shaklida ko'rsatilmoqda. Tadbirkorlik subyektlari tomonidan eksportni amalga oshirish uchun onlayn interaktiv xizmatlardan deyarli foydalanilmayapti. Buning asosiy sabablarini avvalo, bu borada tadbirkorlarga xizmat ko'rsatuvchi mutaxassislarning yetishmasligi va onlayn interaktiv xizmatlar uchun internet tezligining yetarli darajada emasligida ham ko'rishimiz mumkin. Shu sababdan mutaxassislarni tayyorlash va internet tezligini ham oshirish lozim. Bu o'z navbatida, tadbirkorlar tomonidan eksportni yanada rivojlan-tirishda onlayn interaktiv xizmatlardan foydalanishni jadallashtirishga olib keladi. Tadbirkorlar tomonidan zarur xizmatni tanlab, elektron shikoyatni yuborish zarur. Shikoyat mas'ul xodim va mutaxassislar tomonidan ko'rib chiqiladi va natija ko'rsatilgan muddatda yuboriladi. Bu esa tadbirkorning vaqtini tejaydi. Tejalgan vaqtni tadbirkor o'z biznesini yuritishga, rivojlantirishga, malakasini oshirishga sarflash imkoniga ega bo'ladi. O'lchov vositalarini metrologik tekshiruvdan o'tkazishni ham elektron ariza yordamida amalga oshirishi mumkin.

Buning uchun quyidagi maxsus bo'limdan foydalanish zarur:

Korxonalar statistik hisobotlar bo'yicha savol va arizalarni Barcha xizmatlar bo'limida yoki Barcha tashkilotlar bo'limidagi maxsus toifa yordamida amalga

o'shirishi mumkin. Korxonalar statistika hisobotlarini tadbirkorlik subyektlaridan elektron ko'rishda yig'ish va qayta ishlash tizimi yordamida jo'natishi mumkin.

Soliq yuzasidan savol va arizalarni *Barcha xizmatlar* bo'limida yoki Barcha tashkilotlar bo'limidagi maxsus toifa yordamida amalga oshirishi mumkin. Korxonalar soliq hisobotlarini tadbirkorlik subyektlaridan elektron ko'rishda yig'ish va qayta ishlash tizimi yordamida jo'natishi mumkin. Tadbirkor Yagona portalning deyarli barcha xizmatlaridan, jumladan, bojxona va arxiv kabi xizmatlaridan foydalanishi mumkin. Shu bilan birga, savol va takliflari bilan maqsadli ravishda tegishli hukumat tashkilotlari bilan interaktiv tarzda bog'lanishi mumkin.

Onlayn interaktiv xizmatlardan foydalanish imkoniyatlari

- onlayn interaktiv xizmatlar zamonaviy axborot–kommunikatsiya texnologiyalari orqali tadbirkorlik subyektlari eksport uchun zarur barcha xizmatlardan foydalana olishlari mumkin;

- tadbirkorlar internet yordamida bojxona yuk deklaratsiyalarini o'z ofislaridan chiqmasdan turib, mustaqil ravishda to'ldirish va bojxona organlariga taqdim etish imkoniyatiga ega bo'ladilar;

- tadbirkorlarning xorijiy sheriklar va sarmoyadorlar bilan aloqalarini kengaytirishda, tadbirkorlar tomonidan ishlab chiqarilgan mahsulotlarni tashqi bozorlarga olib chiqish jarayoniga ko'maklashish maqsadida onlayn interaktiv xizmatlarni rivojlantirish muhim ahamiyatga egadir;

- tadbirkorlik subyektlari tomonidan birinchi bosqichda bojxona organlarining axborot tizimiga telekommunikatsiya tarmoqlari orqali O'zbekiston Respublikasining bojxona hududiga kelishdan oldin tovarlar va transport vositalari to'g'risida elektron ma'lumotlarni yuboradi.

Ushbu imkoniyatlar tavsifi va foydalanish tartiblari:

- onlayn interaktiv xizmatlardan foydalanish, ayniqsa, tadbirkorlar so'rovlari mazmuni tadbirkorga ham korxonalar faoliyatida foydali bo'lishi mumkin;

- xodimlar raqamli texnologiyalar bo'yicha malakasini oshirish uchun seminar va treninglarning tashkil qilinishi maqsadga muvofiq. Chunki raqamli iqtisodiyotning jadal taraqqiyoti muntazam ravishda, yangi bilim va ko'nikmalarni egallashni talab qiladi. Bu esa, raqamli platformalardan biznesda samarali foydalanishni ta'minlaydi;

- elektron hukumat odatdagi davlat xizmatlarni xizmatni inkor etmaydi. Aksincha, davlat xizmatining o'zingizga qulay bo'lgan usulini tanlash imkoniga ega bo'lasiz, lekin elektron hukumatning rivojlanishi fuqarolarga xizmat ko'rsatishni tezlashtiradi va qulaylashtirib boradi.

- ariza yuborganda ariza mazmuni aniq yozilgan va zarur ma'lumotlar ko'rsatilishi hamda kerakli hujjatlar, xatlar va rasmlarni ilova qilish tavsiya etiladi. Bu arizangizning tezda ko'rib chiqilishini ta'minlaydi.

- elektron hukumatning rivojlanishida ommaviy axborot vositalarining roli juda kattadir. Ommaviy axborot vositalaridagi yangiliklar va sharhlarni o'qish hamda Yagona portal yangiliklaridan foydalanish mumkin.

Bu xizmatdan foydalanishni o'rganish orqali eksport jarayonida xorijiy mamlakatlarda joylashgan mijozlardan onlayn buyurtmalarni qabul qilish mumkin. Raqamli platformalardan foydalanish an'anaviy eksport yondashuvlariga nisbatan raqamli afzalliklarni taqdim etadi. Tadbirkorlar boshqa mamlakatlarda jismoniy ishtirokiga ehtiyoj sezmasdan, balki butun dunyo bo'ylab ko'plab potensial mijozlarni jalb qilishi mumkin, shuningdek:

vab-saytda turli xil bozorlar uchun aniq havolalarni taklif qilish orqali mahsulot yoki xizmatlarni mijozning joylashgan joyiga qarab sozlash;

qimmat va ko'p vaqt talab qiladigan bepul raqamdan foydalanish o'rniga, vab-sayt orqali tez-tez so'raladigan savollar ro'yxati orqali mijozlarga elektron xizmatni taklif etish;

narxlar, yetkazib berish va qaytarish siyosati yordamida mahsulotlar yoki xizmatlar xususiyati va afzalliklarini ta'kidlash, shuningdek, mijozlarning takliflarini ham inobatga olish;

mahsulotlar haqida ko‘proq ma’lumot berish orqali kompaniyani targ‘ib qilish va potensial mijozlarga o‘z brendingizni tanishtirish;

xalqaro mijozlar bilan elektron pochta orqali aloqa qilishni osonlashtirish va savollarga bir zumda javob berish mumkin.

2.3-§. Tadbirkorlik subyektlari eksportida raqamli platformalardan foydalanish uchun konsalting xizmatini joriy qilish asoslari

Tadbirkorlik subyektlarining eksport salohiyatini yanada kengaytirish, ularga rivojlangan, xorijiy bozorlarda raqobatbardosh mahsulotlar ishlab chiqarishni ko‘paytirishda zarur bo‘lgan yordamlarni ko‘rsatish maqsadida, axborot-kommunikatsiya texnologiyalari orqali konsalting xizmatini yanada jonlantirish bugungi kunda tadbirkorlar uchun juda ham zarurdir. Yetarli mablag‘lari bo‘lmagan kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari ustav kapitalida ishtirok etish, keyinchalik O‘zbekiston Respublikasi Tashqi iqtisodiy faoliyat milliy banki huzuridagi Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarining eksportini qo‘llab-quvvatlash jamg‘armasi negizida O‘zbekiston Respublikasi Tashqi savdo vazirligi huzuridagi “Eksportni rag‘batlantirish agentligi” tashkil etilgan bo‘lib, unda eksportni rivojlantirish va qo‘llab-quvvatlash sohasida davlat siyosatini takomillashtirish, eksport salohiyatini rivojlantirish bo‘yicha davlat dasturlarini amalga oshirishda ko‘maklashish, marketing, narx shakllanishi, transport logistikasi, sertifikatlash, standartlashtirish va sifat nazorati, soliq hamda bojxona ma‘muriyatchiligi (shu jumladan, xorijdagi) masalalari, “yagona darcha” tamoyili asosida tashqi bozorlarga kirish sharoitlari bo‘yicha eksport qiluvchilarga va ularning chet eldagi hamkorlariga axborot va maslahat ko‘magini ko‘rsatish belgilab berilgan⁸¹. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari, fermer xo‘jaliklari ishlab chiqarishni modernizatsiyalash va kengaytirish, mahsulotning dizayn darajasini xalqaro standartlarga yetkazish uchun

⁸¹O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Eksportga ko‘maklashishi va uni rahbatlantirishni kuchaytirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Qarori. 2018 yil 20 dekabr. <http://www.uza.uz>

xorijiy mutaxassislarni jalb etish hamda chet elda mahalliy mahsulotga bo'lgan talabni inobatga olib, ularni tashqi bozorlarga olib chiqish bilan bog'liq xarajatlarning bir qismini qoplagan holda moliyaviy yordam ko'rsatish maqsadida tadbirkorlarimiz uchun konsalting xizmatini rivojlantirish zarur.

“Konsalting” tushunchasiga ta'rif beradigan bo'lsak, iqtisodiy adabiyotlarda quyidagicha ta'rif beriladi. Jumladan rossiyalik iqtisodchi olim V.Sh.Rapoport tomonidan **konsalting** tushunchasiga: – “Tashqi va ichki o'zgarishlarni hisobga olgan holda tashkilotlar boshqaruvchilarga tashkiliy huquqiy jihatdan ekspertlik yordamini ko'rsatish”, deb ta'rif berilgan⁸².

Konsalting kompaniyalari bozor (tovarlar, xizmatlar, litsenziyalar, nou-xau va boshqalar)ni o'rganish, prognozlar berish, jahon tovar bozorlaridagi narxnavolarni, xalqaro hamkorlik obyektlarini texnik-iqtisodiy asoslashni ishlab chiqish va qo'shma korxonalar tashqil etib, boshqa bo'yicha o'z xizmatini taklif etadi. Tadbirkorlik subyektlari ham axborot-kommunikatsiya texnologiyalari yordamida konsalting xizmati bo'yicha ixtisoslashishi mumkin. Yangi tashkilotni tashkil qilishda ta'sis hujjatlari majmuini tayyorlash, eksport bo'yicha maslahatlar ham konsaltingga kiradi.

Xorijiy davlatlarning qonun hujjatlariga muvofiq tadbirkorlik subyektlari uchun zarur litsenziya, ruxsatnoma, sertifikatlar, ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarni xorijda reklama qilish, eksport shartnomalarini tuzish bo'yicha maslahatlar bergan holda, xorijiy ko'rgazma va yarmarkalarda ishtirok etish va eksportga yo'naltirish bilan bog'liq boshqa xizmatlarni ko'rsatishda konsalting xizmatlarining o'rni kattadir.

Konsalting xizmatlari orqali mamlakatimizda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishga doimiy e'tibor, keng imkoniyat va imtiyozlar mavjudligi haqida maslahatlar berish zarur. Tadbirkorlik subyektlariga konsalting xizmatlari yordamida turli xalqaro ko'rgazma va yarmarkalarda qatnashib,

82 Рапопорт В.Ш. Диагностика управления (практический опыт и рекомендации), М.: “Экономика”, 1998.

mahsulotlarimizni eksport qilishiga ko‘mak berish lozim. Mamlakatimizda qanday eksportchi korxonalar borligi va ularning qanday tovarlar ishlab chiqarishi to‘g‘risida xorijiy korxonalar ham, mahalliy korxonalar va davlat idoralari ham axborot oladigan to‘liq manbaning yo‘qligi qiyinchiliklarni keltirib chiqaradi. Shu bois, har bir eksportchi korxonaga to‘g‘risidagi elektron axborotlar bazasini shakllantirish, ularning mahsulotlari to‘g‘risida to‘liq ma‘lumot, marketing tadqiqotlari natijalari, eksport hajmi kabi ma‘lumotlar bo‘yicha onlayn konsalting xizmatlarini rivojlantirish darkor.

Tadbirkorlik subyektlari eksportini rivojlantirish mamlakat yalpi ichki mahsuloti o‘shishiga katta ta‘sir ko‘rsatadi. Samarqand viloyati bo‘yicha tadbirkorlik subyektlari haqidagi ma‘lumotlarga e‘tibor beradigan bo‘lsak, ularning soni 2018 yil 1 yanvar holatiga ko‘ra, 17220 tani tashkil etib, yalpi hududiy mahsulotdagi ulushi 70,5 foizni tashkil etadi⁸³.

Viloyatda eksport bilan shug‘ullanuvchi korxonalar soni esa 259 bo‘lib, 40 dan ortiq davlatlarga mahsulotlar eksport qilinmoqda. Eksport geografiyasi 2017 yildan boshlab, 7 ta davlatga kengaydi (Janubiy Afrika, Yaponiya, AQSh, Ispaniya, Avstriya, Isroil, Shri-Lanka). Shu bilan birgalikda, yangi raqobatbardosh ishlab chiqarishlar va kichik korxonalar rivojlantirilishini davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlash bo‘yicha uzluksiz ravishda amalga oshirilayotgan chora-tadbirlar doirasida 150 ta kichik sanoat zonalari tashkil qilingan bo‘lib, ularning hududida har yili jami 1,7 trln so‘mdan ortiq qiymatdagi mahsulotlarni ishlab chiqarish hajmiga ega bo‘lgan 1691 ta kichik korxonaga faoliyat yuritadi va 27 mingdan ziyod ish o‘rinlari yaratildi⁸⁴.

Bugungi kunda tadbirkorlikni rivojlantirish maqsadida, Samarqand viloyatida ham 17 ta (Samarqand shahrida 2 ta, shahar va tumanlarda bittadan) kichik sanoat zonalari tashkil etilmoqda.

⁸³ Samarqand viloyati hokimiyati ma‘lumotlaridan foydalanildi.

⁸⁴ O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Kichik sanoat zonalari faoliyatini muvofiqlashtirish va boshqarishni yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PQ-4363-sonli qarori 2019 yil 21 iyun.

Viloyatdagi tadbirkorlik subyektlari eksportiga ko‘mak berish maqsadida KSZ qoshida axborot-kommunikatsiya texnologiyalari yordamida konsalting xizmatini joriy qilish maqsadga muvofiqdir. “O‘zstandart” agetligi bilan hamkorlikda konsalting xizmatlarini joriy qilish orqali quyidagi vazifalarni amalga oshirish lozim:

- eksportga asoslangan mahsulotlar ishlab chiqaruvchi korxonalariga standartlar, sertifikatlashtirish, yorliqlash, qadoqlash va boshqa parametrlar bo‘yicha xalqaro va hududlararo talablar yuzasidan maslahat xizmatlarini ko‘rsatish;

- ishlab chiqaruvchi tomonidan eksportga yo‘naltirilgan mahsulotlar ishlab chiqarishda standartlar bo‘yicha xalqaro va hududlararo talablarni joriy etish va ular darajasiga erishish bo‘yicha takliflar ishlab chiqish;

- ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarni xorijiy bozorlarga kiritish bo‘yicha zarur ma‘lumotlarni olish uchun ishlab chiqaruvchi tashkilotlarga axborot-maslahat yordami ko‘rsatish;

- standartlar, sertifikatlashtirish, mahsulotlarni yorliqlash, qadoqlash va boshqa parametrlar bo‘yicha xalqaro va hududlararo talablarning doimiy ravishda yangilab boriladigan ma‘lumotnomasini ishlab chiqish va joriy etish, keyinchalik uni Internet tarmog‘idagi “O‘zstandart” agentligi saytiga joylashtirish lozim.

Hududlarda konsalting xizmatlari orqali davlat organlari va tashkilotlari darajasida hal qilinmagan muammoli masalalarni hamda tadbirkorlikni rivojlantirishga, tadbirkorlik tashabbuslari va loyihalarini amalga oshirishga to‘sqinlik qilayotgan mavjud byurokratik to‘siq va g‘ovlarni bartaraf etish bo‘yicha xizmatlar ko‘rsatish;

- tadbirkorlikni rivojlantirish, tadbirkorlik subyektlari eksporti tashabbuslari va loyihalarini amalga oshirish bo‘yicha qabul qilingan qarorlar asosida maslahatlar berish;

- hududiy guruhlar tomonidan chuqur tahlil asosida aniqlangan tadbirkorlikni rivojlantirish, tadbirkorlik tashabbuslari va loyihalarini amalga oshirishdagi

byurokratik to‘siq va g‘ovlarni bartaraf etish maqsadida, qonunchilikni yanada takomillashtirish bo‘yicha takliflar ishlab chiqish lozim.

Shu bilan birgalikda tadbirkorlik subyektlari tomonidan turli yo‘nalishlarga ixtisoslashgan konsalting xizmatlardan raqamli platformalar asosida foydalanishda raqamli eksport agentlari yordamida yo‘lga qo‘yish orqali eksport hajmini oshirish lozim. Tadbirkorlar o‘z mahsulotlarini eksport qilishda agentlar yoki distribyutorlarning xizmatidan ham foydalanishlari mumkin. Eksport vositachilarining bir nechta turlari mavjud, masalan agentlar va savdo vakillari. Ularning farqi shundaki, agentlar tadbirkorlarni buyurtmalar portfeli bilan ta‘minlaydi va bu uchun komission haq oladi, savdo vakillari esa ixtisoslashgan agent bo‘lib, ma‘lum bir geografik hududda ishlaydi va muayyan tovarlar hamda xizmatlar turini sotadi.

Ularning ikkalasi ham tadbirkorlar nomidan ularning tovarlari va xizmatlarini sotish bo‘yicha sotuvchilar hamda haridorlar bilan shartnomalarni tuzish vakolatiga ega bo‘ladi. Sotish amalga oshirilgandan so‘ng komission haq oladilar.

Tadbirkorlik subyektlarining eksport salohiyatini yanada kengaytirish, ularga rivojlangan, xorijiy bozorlarda raqobatbardosh mahsulotlar ishlab chiqarishni ko‘paytirishda zarur bo‘lgan yordamlarni ko‘rsatish maqsadida, axborot-kommunikatsiya texnologiyalari orqali konsalting xizmatini yanada jonlantirish bugungi kunda tadbirkorlar uchun juda ham zarurdir. Rus olimlari T.K.Goremykina, O.Y.Osipenkovalar tomonidan esa, “konsalting - bu professional mutaxassis tomonidan moliyaviy, texnologik, yuridik, texnik nuqtai nazardan ko‘rsatiladigan har qanday yordam va ko‘mak” degan ta‘rif berilgan⁸⁵.

Mahalliy olimlarimizdan N.A.Muminov, D.Ahmedov, S.Qosimov, X.Mamajonov va boshqalar tomonidan esa, quyidagicha ta‘rif berilgan: “Konsalting – mulkning istalgan shaklida faoliyat ko‘rsatuvchi korxonalar,

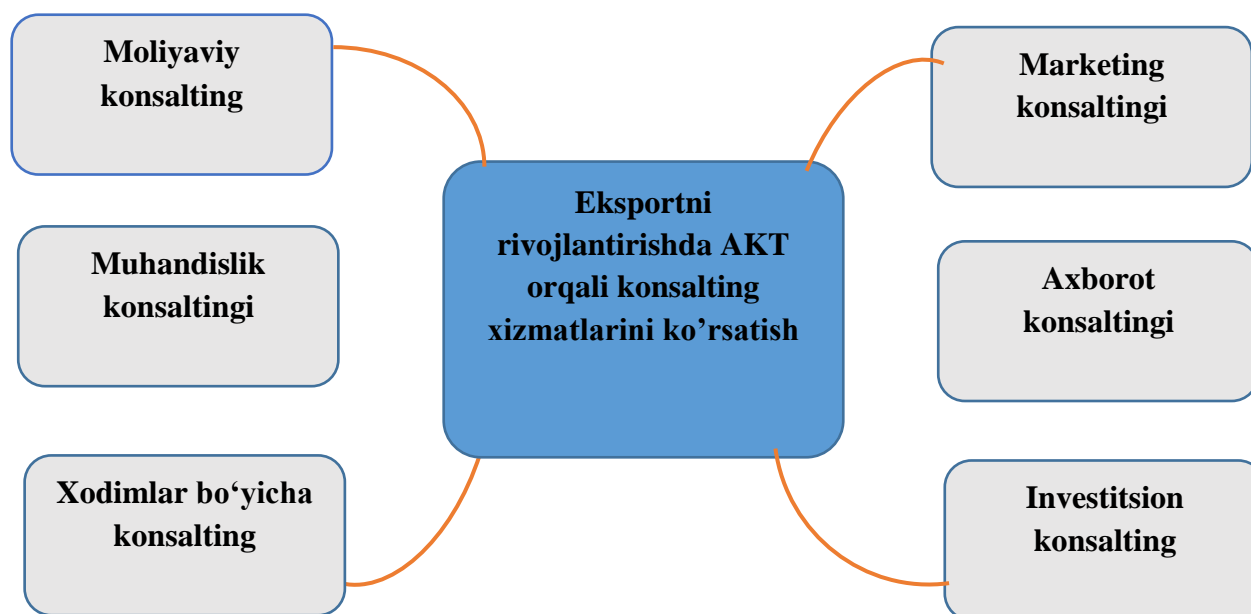
⁸⁵ Т.К.Горемыкина, О.Ю.Осипенкова. Международный стандарты аудита. – М: Издательство МГИУ, 2007. 179-191 с.

firmalar va tashkilotlarning keng ko‘lamdagi iqtisodiy masalalar bo‘yicha mahsulot ishlab chiqaruvchilarga, sotuvchilarga va iste‘molchilarga konsultatsiya berish”, deb ta’rif bergan⁸⁶.

Eksportni rivojlantirishda raqamli texnologiyalar orqali konsalting xizmatlarini ko‘rsatishning bir nechta turlari mavjud (22-rasmga qarang).

Investitsion konsalting loyihalarni boshqarish, investitsiya memorandumlarini boshqarish, biznes rejalarni ishlab chiqish, xatarlarni boshqarish, investitsiya loyihalarini tahlili qilish va monitoringini olib borishga mo‘ljallangan.

Moliyaviy konsalting moliyaviy resurslarni boshqarish, biznesni baholash, qimmatli qog‘ozlarni joylashtirish va sotib olish, qimmatli qog‘ozlarni chiqarish, vositachilik xizmatlari bilan shug‘ullanadi.



22-rasm. Samarqand viloyatida eksportni rivojlantirishda raqamli texnologiyalar orqali konsalting xizmatlarini ko‘rsatish⁸⁷

⁸⁶ N.A.Muminov, D.Ahmedov, S.Qosimov, X.Mamajonov va boshqalar. Kichik va o‘rta biznes strategiyasi (I va II qism) O‘R FA “Kibernetika” IChB-Toshkent 1999 y. Muallif ishlanmasi

⁸⁷ Muallif ishlanmasi

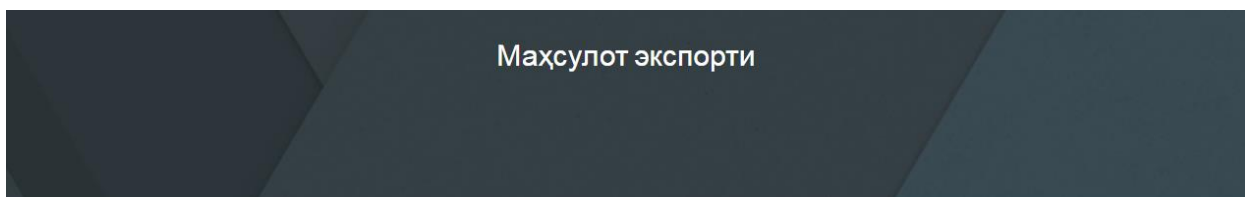
Muhandislik konsaltingi - korxonalarining texnologik imkoniyat-larini baholash, ishlab chiqarish jarayonini tayyorlash, resurs bilan ta'minlash, yangi texnologiyalarni joriy etish, ishlab chiqarish dizaynini yaratish kabi xizmatlarni taqdim etadi.

Axborot konsaltingi biznes jarayonlarini avtomatlashtirish, dasturiy ta'minotni ishlab chiqish va qo'llab-quvvatlash, maxsus ma'lumotlar bazasi va tizim integratsiyasi bo'yicha xizmatlar ko'rsatishga mo'ljallangan.

Marketing konsaltingi marketingni rejalashtirish, bozorni kompleks tahlil qilish, reklama va jamoatchilik bilan aloqalar o'rnatish bilan shug'ullanadi.

Kadrlar bo'yicha konsalting tanlash, baholash va o'qitish bilan shug'ullanadi.

Tadbirkorlik subyektlariga konsalting xizmatlari yordamida turli xalqaro ko'rgazma va yarmarkalarda qatnashib, mahsulotlarimizni eksport qilishiga ko'mak berish lozim (23-rasm).



[МАҲСУЛОТ ҚАНДАЙ ЭКСПОРТ ҚИЛИНАДИ?](#)

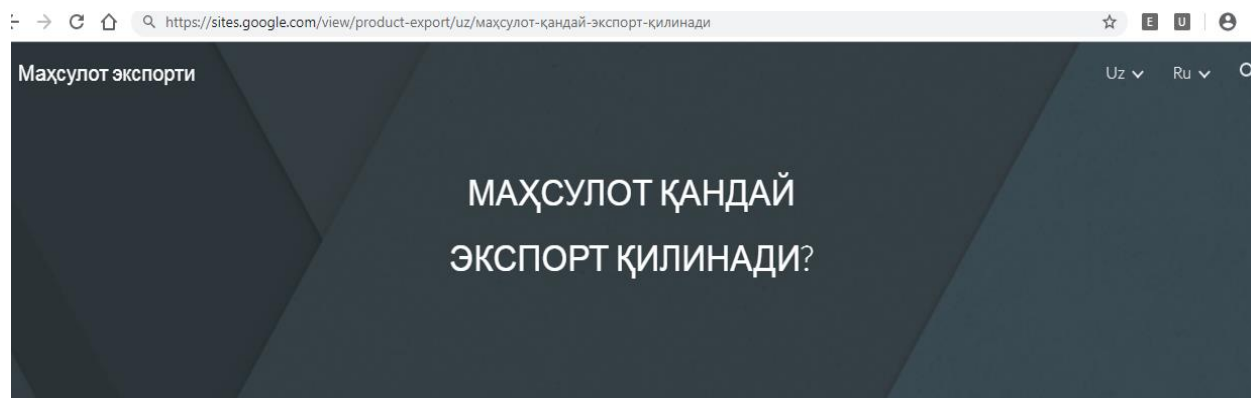


[ЕВРОПА ИТТИФОКИ МАМЛАКАТЛАРИ БОЗОРЛАРИГА ҚАНДАЙ ҚИЛИБ ЭКСПОРТ ҚИЛИШ КЕРАК?](#)

23-rasm. Tadbirkorlik subyektlari mahsulotlari eksportini rivojlantirish bo'yicha onlayn konsalting xizmati⁸⁸

⁸⁸ Muallif ishlanmasi

Onlayn konsalting xizmatlarida eksportni amalga oshirishda zarur ma'lumotlar ketma-ketlikda batafsil keltirilgan. Bunday onlayn xizmatlar orqali viloyatda tadbirkorlik subyektlari eksportini rivojlantirish uchun keng imkoniyat va imtiyozlar mavjudligi haqida maslahatlar berilgan (24-rasm).



- [1-ҚАДАМ. Маҳсулот рекламаси ва маркетинг тадқиқотлари](#)
- [2-ҚАДАМ. Чет эллик харидор билан музокаралар](#)
- [3-ҚАДАМ. Экспорт шартномаси қандай тузилади](#)
- [4-ҚАДАМ. Экспорт шартномаси рўйхатга қандай қўйилади? Тўловни қабул қилиш](#)
- [5-ҚАДАМ. Экспорт қилинаётган маҳсулотни сертификатлаштириш](#)
- [6-ҚАДАМ. Транспортда юкни етказиш \(логистика\)](#)
- [7-ҚАДАМ. Товарларнинг юкланиши](#)
- [8-ҚАДАМ. Божхона юк декларациясини тўддириш](#)
- [9-ҚАДАМ. Божхона расмийлаштируви](#)
- [10-ҚАДАМ. Юкни йўлга жўнатиш](#)

24-rasm. Tadbirkorlik subyektlari eksporti qanday amalga oshirilishi bo'yicha onlayn konsalting⁸⁹

Samarqand viloyatida qanday eksportchi korxonalar borligi va ularning qanday tovarlar ishlab chiqarishi to'g'risida xorijiy korxonalar ham, mahalliy korxonalar va davlat idoralari ham axborot oladigan to'liq manbaning yo'qligi qiyinchiliklarni keltirib chiqaradi. Shu bois har bir eksportchi korxonaga to'g'risidagi elektron axborotlar bazasini shakllan-tirish, ularning mahsulotlari to'g'risida to'liq


⁸⁹ Muallif ishlanmasi

ma'lumot, marketing tadqiqotlari natijalari, eksport hajmi kabi ma'lumotlar bo'yicha onlayn konsalting xizmatlarini rivojlantirish darkor (25-rasm).

← → ↻ 🏠 🔍 <https://sites.google.com/view/product-export/uz/maqsulot-qanday-eksport-qilinaadi/1-qadam-maqsulot-reklamasi-va-marketing-tadqi...> ☆ E U | ⌵

Маҳсулот экспорти Uz Ru

1-ҚАДАМ. Маҳсулот рекламаси ва маркетинг тадқиқотлари




Агар, харидор маҳсулотингиз тўғрисида маълумотга эга бўлмаса, унинг ўзи келиб, маҳсулот сўрашни кутиб ўтириш бефойда. Шундай экан, маҳсулотни ташқи бозорда муваффақиятли сотиш учун қуйидагиларни амалга ошириш лозим:

Маҳсулот бўйича:

- Маҳсулотнинг жозибдор хусусиятлари ва муҳимлигини аниқланг. Ўзингизга қуйидаги саволни беринг: «Нега харидор шахсан менинг маҳсулотимни танлаши керак? Менинг маҳсулотим ўзининг қайси жиҳати билан рақобатчилар орасида устуңликка эга?»
- Маҳсулотнинг афзал томонларини яққол кўрсатиб берувчи қадоқ (ва/ёки товар белгиси), маркировка, бренд ишлаб чиқинг. Харидорнинг эҳтижлари билан бевосита боғлиқ хусусиятларга эътибор бериш керак.

Маҳсулотни штрих кодлаш

- Бугунги кунда дўкон ва бозорларда сотилаётган маҳсулотларнинг аксарияти: оддий болалар ўйинчоқларидан тортиб, буюртмага тайёрланадиган қимматбаҳо самолёт деталларигача махсус штрих-кодлар билан белгиланади. Штрих-кодлар ҳам ички, ҳам халқаро бозорларга чиқарилаётган маҳсулотлар учун, мазкур маҳсулот ҳақида бирламчи маълумотлар тақдим этадиган ахборот манбаи саналади. Маҳсулотта штрих-код бириктириш, демак-ки, аммо яъни дейиш яхшироқ буларди уни идентификацион рақам билан белгилаш деганидир.



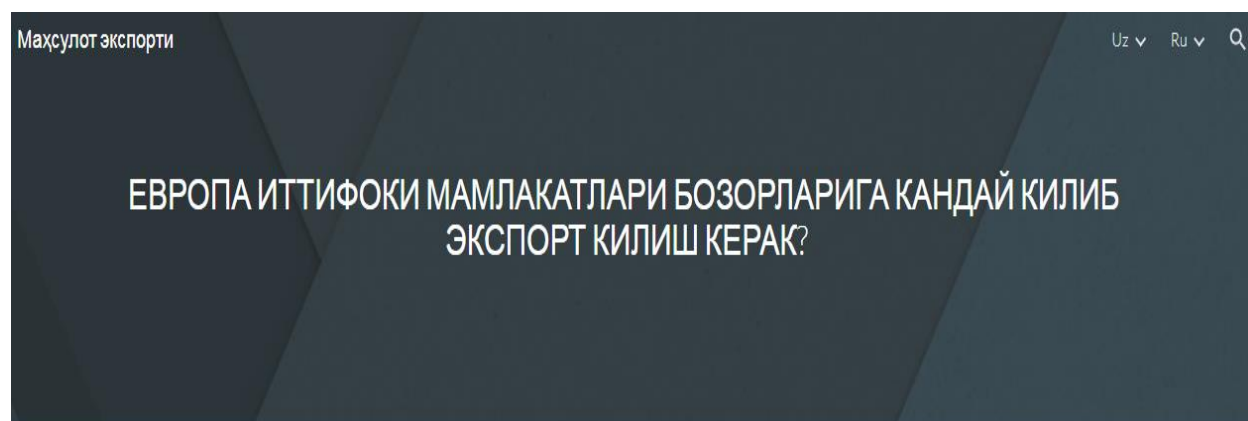
25-rasm. Tadbirkorlik subyektlari eksporti qanday amalga oshirilishi bo'yicha onlayn konsalting xizmati⁹⁰

Mamlakatimizda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarini har tomonlama qo'llab-quvvatlash borasida bir qator amaliy ishlar qilinmoqda. Jumladan, tadbirkorlik subyektlarining eksport jarayonlarini yanada rivojlantirish maqsadida, axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalanishni takomillashtirish, ularga zamonaviy, chet el bozorlarida raqobatdosh mahsulot ishlab chiqarishni ko'paytirishda va uni eksportga chiqarishda zarur bo'lgan innovatsion konsalting xizmatlarini ko'rsatish, kerakli interaktiv xizmatlarni tashkil etish, shuningdek moliyaviy va tashkiliy yordam ko'rsatish, tashqi bozor

⁹⁰ Muallif ishlanmasi

kon'yunkturasi o'zgarishlari xavf-xatarlaridan ishonchli himoyalash bo'yicha ishlarni yanada faollashtirish taqozo etiladi.

Samarqand viloyatidagi tadbirkorlik subyektlari Yevropa mamlakatlariga eksport qilish bo'yicha ma'lumotlarni onlayn konsalting xizmatlari orqali bilib olishlari mumkin (26-rasm).



- [1. ЕИ бозори тугрисида умумий тушунча](#)
- [2. Экспорт килишга тайёргарлик куриш: боскичма-боскич](#)
- [3. Европа Иттифоки мамлакатларига мева-сабзавот маҳсулотларини экспорт килишда куйиладиган махсус талаблар](#)

26-rasm. Tadbirkorlik subyektlari eksporti qanday amalga oshirilishi bo'yicha onlayn konsalting xizmati⁹¹

Tadbirkorlik subyektlarini qo'llab-quvvatlash uchun "Eksportni rag'batlantirish agentligi to'g'risida"gi qaror tasdiqlandi⁹².

⁹¹ Muallif ishlanmasi

⁹² O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2019 yil 6 maydagi "O'zbekiston Respublikasi Investitsiyalar va tashqi savdo vazirligi huzuridagi eksportni rag'batlantirish agentligi faoliyatini tashkil etish to'g'risida" gi 373-son qarori.

Agentlik zimmasiga quyidagi asosiy vazifalar yuklatilgan:

- tadbirkorlik subyektlari tomonidan eksport qiluvchilarni, shu jumladan, chet elda, marketing, narx belgilash, transport logistikasi, sertifikatlash, standartlashtirish va sifat nazorati, soliq va bojxona ma'muriyatchiligi, chet el bozorlariga «yagona darcha» prinsipi orqali kirish masalalari bo'yicha axborot va maslahat bilan qo'llab-quvvatlash;

- tashqi bozorda xaridorni izlashga ko'maklashish va eksport shartnomalarini tuzish, milliy mahsulotlarni xorijga eksport qilish bo'yicha vazirliklar, respublika idoralari, viloyatlar va tumanlar (shaharlar) hokimliklari bilan o'zaro hamkorlikni ta'minlash hamda eksport qiluvchilarga eksportni qo'llab-quvvatlash chora-tadbirlari, mavjud imtiyozlar va preferensiyalar, vakolatli davlat hokimiyati organlarining vazifalari hamda funksiyalari haqidagi ma'lumotlar bilan tanishish imkonini yaratish;

- tadbirkorlar uchun elektron tashqi savdo platformasini yuritish, mahalliy eksport qiluvchilar, ishlab chiqariladigan mahsulotlar va xizmatlar haqidagi ma'lumotlar bazasini yuritish, ishlab chiqarish va eksport faoliyati bilan shug'ullanuvchi tadbirkorlik subyektlariga yetakchi xalqaro elektron savdo maydonlariga kirishda ko'maklashish;

- eksport qiluvchi tashkilotlarga ham respublikada, ham xorijda standartlashtirish va sertifikatlashtirishning xalqaro tizimlarini joriy etishga, xorijiy vakolatli organlarda milliy mahsulotlarni hamda ko'rgazma standdlarini ro'yxatdan o'tkazishga, respublika tashkilotlarining xalqaro ko'rgazma-yarmarkalarda ishtirok etishini, shu jumladan, an'anaviy milliy mahsulotlar va brendlarni potensial sotish bozorlariga kiritishda taqdimotlar va reklama kampaniyalari o'tkazilishiga moliyaviy ko'maklashishdan iborat. Endilikda, mahalliy eksport qiluvchi korxonalar va fermer xo'jaliklari tomonidan mahsulot eksport qilishdan tushgan valyuta tushumlarining 25 foizini majburiy sotish bo'yicha talab bekor qilindi. Bu esa, o'z navbatida, xorijiy xamkorlardan tushgan valyuta tushumlarini korxonalarining o'z ixtiyorida qolishiga hamda ushbu mablag'larni xorijdan

zamonaviy texnologik uskunalarni jalb qilish, xalqaro standartlar va sifat menejmenti tizimlarini joriy etish, eksportbop mahsulotlarni ishlab chiqarish uchun zarur xom ashyo xarid qilishda keng imkoniyatlarni yaratadi⁹³. Shu bilan birga, “Erkin iqtisodiy zonalar faoliyatini faollashtirish va kengaytirishga doir qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoniga asosan, kichik sanoat zonalarini ishtirokchilariga quyidagi imtiyozlar berilgan⁹⁴:

Kichik sanoat zonalarini (keyingi o‘rinlarda KSZ)da qatnashuvchi tashkilotlar, shu jumladan, yangi barpo etilayotgan tashkilotlar xo‘jalik yurituvchi subyektni KSZ hududida joylashtirish to‘g‘risidagi qaror qabul qilingan sanadan boshlab, yuridik shaxslarning mol-mulk solig‘i va foyda solig‘i to‘lashdan, shuningdek, yagona soliq to‘lovi (soliqqa tortishning soddalashtirilgan tizimi qo‘llanayotgan subyektlar uchun) to‘lashdan ikki yil muddatga ozod qilingan, ushbu imtiyozlarning amal qilishi ishlab chiqarilgan mahsulot umumiy hajmining kamida 30 foizi eksportga sotilgan taqdirda qo‘shimcha ravishda ikki yilga uzaytiriladi.

Xalqaro sifat standartlarini joriy etgan korxonalar uchun mamlakatimiz qonunchiligida quyidagi soliq imtiyozlari joriy etilgan: yuridik shaxslarni soliqqa tortiluvchi daromad (foyda) bazasi sifatini boshqarish tizimining rivojlantirishga yo‘naltirilgan investitsiya miqdorini kamaytirish;

sinov laboratoriyasi tomonidan tadqiqotlar va testlar o‘tkazish maqsadida olib kirilgan texnologiya uskunalari bo‘j va qo‘shimcha qiymat solig‘idan ozod qilish.

Kichik sanoat zonalarini qoshida tadbirkorlik subyektlari uchun tashkil qilingan innovatsion konsalting xizmatlari orqali eksportni rivojlantirish uchun zarur maslahatlar berishni tashkil etish va rivojlantirish zarur. Buning uchun,

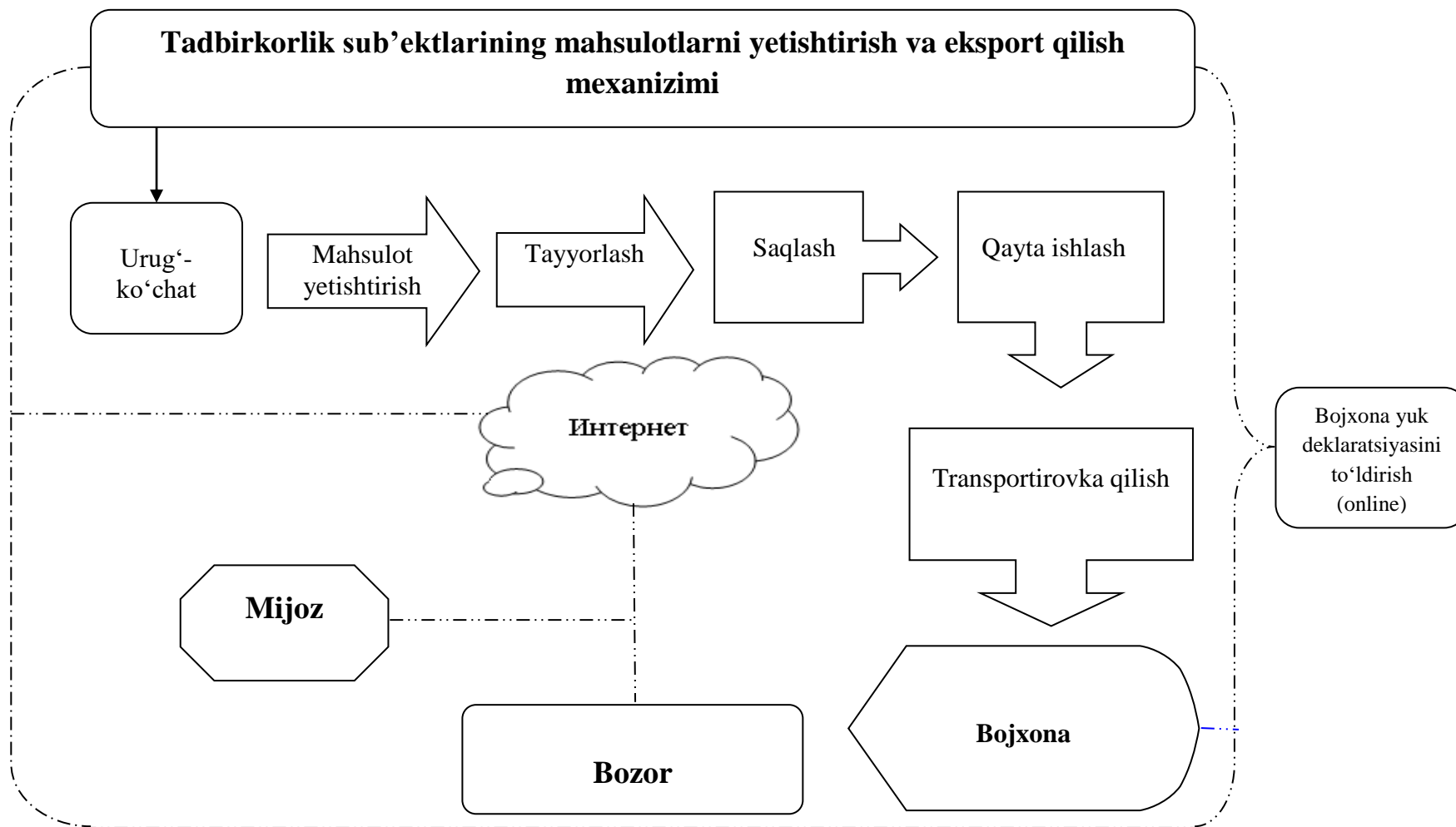
⁹³O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 28 iyuldagi “Mahalliy eksport qiluvchi korxonalarini rag‘batlantirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida” gi Qarori.. www.lex.uz

⁹⁴O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2016 yil 26 oktabrdagi «Erkin iqtisodiy zonalar faoliyatini faollashtirish va kengaytirishga doir qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida»gi PF-4853-son hamda «Urgut», G‘ijduvon», Qo‘qon» va Hazorasp» erkin iqtisodiy zonalarini tashkil etish to‘g‘risida»gi 2017 yil 12 yanvardagi PF-4931-son farmonlari.

avvalambor, eksportgacha bo‘lgan jarayonni to‘g‘ri yo‘lga quyish kerak. Jumladan, yangi tashkil etilgan tadbirkorlik subyektlari, shu jumladan, yangi barpo etilayotgan tashkilotlar xo‘jalik yurituvchi subyektlarga zarur maslahatlarni berishi kerak bo‘lsa, eksport qilish imkoniyatlari va ularga berilgan imtiyozlar borasida batafsil konsalting xizmatlarini ko‘rsatish zarurdir.

Bugungi kunda Samarqand viloyatida tadbirkorlik subyektlari tomonidan, asosan, qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini eksport qilish rivojlangan. Hududdagi vaziyatni hisobga olgan holda kerakli innovatsion konsalting xizmatlarini joriy etish lozim. Bu borada O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “O‘zbekiston Respublikasida meva-sabzavotchilikni jadal rivojlantirishga doir qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi Farmoni⁹⁵da ko‘rsatilgan bir qator vazifalar: ichki va tashqi bozorda meva-sabzavot mahsulotlarini sotish, qo‘shimcha qiymatlar zanjiri bo‘yicha klaster usulida qishloq xo‘jaligi mahsulotlari ishlab chiqarishni tashkil etish, meva-sabzavot klasterlariga logistika markazlari (muzlatgich, ombor, qayta ishlash quvvatlari)ni tashkil etish, eksport qiluvchilar o‘rtasida kafolatlangan shartnomalar asosida “urug‘-ko‘chat-mahsulot yetishtirish-tayyorlash-saqlash-qayta ishlash-transportirovka qilish-bozorga yetkazish” tamoyili bo‘yicha uzluksiz zanjirni shakllantirishni ko‘zda tutuvchi meva-sabzavot mahsulotlari ishlab chiqarishni tashkil etishning klaster usulini keng joriy etish belgilangan edi. Shuni hisobga olgan holda viloyatda raqamli iqtisodiyot texnologilari orqali bozorlarni o‘rganish, mijozlarni topish va mahsulotlarni yetishtirishdan tortib, uni eksport qilishgacha bo‘lgan jarayonning mexanizmi ishlab chiqildi (27-rasm).

⁹⁵O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 29 martdagi “O‘zbekiston Respublikasida meva-sabzavotchilikni jadal rivojlantirishga doir qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi Farmoni www.lex.uz



27-rasm. Tadbirkorlik subyektlarining mahsulotlarni yetishtirish va internet orqali eksport qilish mexanizmi⁹⁶

⁹⁶ Muallif ishlanmasi.

Raqamli texnologiya vositalari orqali bozordagi talab va taklifni o'rganish va shu bilan birga, bojxona yuk deklaratsiyasini ham onlayn to'ldirish mijozlarga mahsulotlarni o'z vaqtida yetkazib berish jarayonini tezlashtirishga imkoniyat beradi. Bu jarayonning masofaviy onlayn tarzda amalga oshirilishi natijasida viloyatda meva-sabzavotchilik va baliqchilik tarmoqlarida oziq-ovqat xavfsizligi, shuningdek, bilan birga oziq-ovqat mahsulotlari bilan o'zini-o'zi ta'minlash, bilan bir qatorda tashqi bozorlarda mahalliy eksport ko'lamini sezilarli ko'paytirishga erishiladi.

Meva yetishtirish va ularni sotish zanjirining turli bosqichlarida qator cheklov va muammolar mavjud bo'lib, bor imkoniyatlarni ishga solish uchun ularni bartaraf etish lozim. Xalqaro moliya korporatsiyasining (XMK) 2018 yilgi tahlilida meva yetishtirish va eksport qilishda bir qator cheklovlar (muammolar) aniqlandi:

- O'zbekistonda meva yetishtirish bilan, asosan, mayda xo'jaliklar shug'ullanadi. Ularning moliyaviy holati va axborot-ta'lim resurslari haqida xabardorligi yetarli darajada emas, ular asosan meva yetishtirishda an'anaviy usullardan foydalanishadi. Qayd etish joizki, keyingi vaqtlarda bir qator yirik fermer xo'jaliklari va agrokorxonalar tashkil qilindi. Ular zamonaviy texnologiyalardan foydalanadi, mahsulotlari xalqaro sertifikatlariga ega va dunyoning turli mintaqalaridagi kompaniyalar bilan hamkorlik qiladi. Ammo mayda xo'jaliklardagi past samaradorlik va "ishlab chiqarish – savdo" zanjirining zaifligi mamlakatning meva eksporti imkoniyatlariga salbiy ta'sir ko'rsatmoqda.
- Bog'dorchilik sektorida ishlab chiqarish unumdorligi bosqichma-bosqich o'sib borayotganiga qaramay, yetishtirilayotgan navlar to'plamini kengaytirish, sohada zamonaviy texnologiyalar va meva yetishtirish usullarini keng tatbiq qilish orqali yanada katta natijalarga erishish va dunyodagi yetakchi meva yetishtiruvchilar qatoridan o'rin olish mumkin. Masalan, O'zbekistonda eksport hajmini oshirish uchun gilosning yanada ertapishar navlari va uzumning danaksiz navlarini yetishtirishni yo'lga qo'yish mumkin. Ularning ayrimlarini mamlakatning

agroiklim sharoitlariga moslashtirish zarur. Buning uchun mahalliy ilmiy-tadqiqot institutlariga investitsiyalar kiritish kerak.

- Bog‘dorchilik sektorida asosiy infratuzilma sovet davrida yaratilgan. Hozirgi vaqtda bu infratuzilma ancha eskirgan va u modernizatsiyalash hamda soha xodimlarini qayta tayyorlashni talab qiladi. Jahon banki ekspertlari zamonaviy texnologiyalarni tatbiq qila oladigan va yangi uskunalarda ishlaydigan malakali kadrlar yetishmasligini qayd etadi.

- Mamlakat meva eksportchilarining jiddiy muammolaridan biri mahsulotni saqlash uchun muzlatgichlarning yetishmasligidir. Mahsulotni saqlashning nomaqbul sharoitlari natijasida hosil yig‘ib olingandan keyin, uning 40 foizgacha bo‘lgan qismi yo‘qotiladi. Bu muammoni anglagan holda respublika hukumati mevalarni saqlash uchun maxsus muzlatgich omborlari quvvatini oshirishga faol investitsiya kiritmoqda. Biroq, eksport imkoniyatlarini to‘la ishga solish uchun qo‘shimcha investitsiyalar zarur.

- Ko‘p mamlakatlardagi chakana savdo tarmoqlari va distribyutorlar bilan biznes yuritishning muhim sharti oziq-ovqat mahsulotlari xavfsizligining nodavlat standartlarini tadbiq etish hisoblanadi. O‘zbekiston o‘z standartlarini Qishloq xo‘jaligi amaliyotining xalqaro standartlari (GLOBAL GAP) bilan uyg‘unlashtirishi lozim. Hozirgi vaqtda bu talablarni joriy etish va ularga rioya qilish uchun mamlakatda infratuzilmalar juda kam.

- Meva yetishtirish va sotish zanjirining barcha qismida uning ishtirokchilari malakasi darajasining yetarli emasligi, shuningdek, bog‘dorchilikning zamonaviy sektorini yo‘lga qo‘yishda mutaxassislarning yetishmasligi kuzatiladi. Xalqaro moliya korporatsiyasining (XMK) 2018 yilda o‘tkazgan tadqiqotlariga ko‘ra, fermerlar, mayda xo‘jaliklar va hattoki, ayrim yirik agrofimlar ko‘p hollarda meva yetishtirishning zamonaviy usullarini qo‘llashmaydi. Bundan tashqari, ular sanitariya va fitosanitariya talablari, oziq-ovqat mahsulotlari standartlariga muvofiq ishlashning muhimligidan to‘liq

xabardor emas. Tegishli davlat muassasalarida bu standartlarni joriy etish va ularga rioya qilishni ta'minlash uchun bilimli auditor va inspektorlar yetishmaydi.

Markaziy Osiyo mamlakatlaridagi aksariyat meva ishlab chiqaruvchilar cheklangan moliyaviy va axborot-ma'rifiy resursli kichik fermer xo'jaliklaridan iborat. Ularning ishlab chiqarish hajmi cheklangan, maxsulotlarining sifati ham barqaror emas. Bu fermerlar o'z mamlakatlari ichida an'anaviy mahalliy sotuvchilar tarmog'i orqali meva savdosiga moslashganlar. Biroq, xalqaro bozorlarga chiqish bitimlarni rasmiylash-tirish, zarur bo'lgan jarayonlarga rioya qilish va mahsulotlarni katta hajmda yetishtirishni talab qiladi. Markaziy Osiyo mamlakatlaridagi qishloq xo'jaligi mahsulotlarini ishlab chiqaruvchilar hozirgi vaqtda buning uchun yetarlicha imkoniyatga ega emas. Bundan tashqari, Jahon banki ekspertlarining fikricha, davlat bojxona va inspeksiya organlarining texnik imkoniyatlari zamonaviy bog'dorchilik mahsulotlari iste'moli bozorlari talablariga hozircha javob bermaydi. Bularning bari Markaziy Osiyo eksportchilarini ularning dunyo miqyosidagi raqobatchilari bilan qiyoslaganda noqulay holatga soladi.

II bob bo'yicha xulosalar

1. Dissertatsiya ishining ushbu bobida tadbirkorlik subyektlari eksportini rivojlantirishda raqamli platformalardan foydalanishdagi muammolar o'rganildi va sohada olib borilayotgan ilmiy tadqiqotlar va eksport faoliyatni rag'batlantirish, hududlarlararo eksport bo'yicha hamjihatlikni ta'minlash, xalqaro bozorga chiqish, tadbirkorlik subyektlari eksportini rivojlantirish uchun axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining samarali mexanizmni yo'lga qo'yish zarur.

2. Samarqand viloyatining geografik joylashuvi va ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishining o'ziga xos xususiyatlari hisobiga mamlakat iqtisodiyotida eksport tizimi yetakchi hisoblanadi. Viloyat yalpi hududiy mahsulot hajmida tadbirkorlik subyektlari eksportining ulushi 80 foiz atrofida bo'lib, mamlakatimiz iqtisodiyotining rivojlanishida ham muhim o'rin tutadi.

3. Hududlarda axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini qo'llash asosida masofaviy xizmatlarni eksport qilish markazlari tashkil etilib, ular tomonidan dasturiy mahsulotlar va IT-xizmatlarni eksport qilish, mutaxassislar tayyorlash va buyurtmalar bilan ta'minlash orqali tadbirkorlik subyektlarini qo'llab – quvvatlash;

4. Tadbirkorlik subyektlari tomonidan turli yo'nalishlarga ixtisoslashgan konsalting xizmatlardan raqamli platformalar asosida foydalanishda raqamli eksport agentlari yordamida yo'lga qo'yish orqali eksport hajmini oshirish;

5. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari sohasidagi mahalliy eksportyor korxonalar, frilanserlarni qo'llab-quvvatlash orqali eksporti hajmlini oshirish, raqamli xizmatlarga talab yuqori bo'lgan buyurtmalarni markazlashgan holda jalb qilish imkoniyati yaratilgan.

6. Tadbirkorlik subyektlari eksport salohiyatini yaxshilash iqtisodiyotning barcha tarmoqlarida yaratilayotgan mahsulot tannarxini pasaytirish va eksportdagi raqobatdoshligini oshirish uchun raqamli platformalardan foydalanish zarur imkoniyatlarni yaratadi.

7. Kichik sanoat zonalari qoshida tadbirkorlik subyektlari uchun tashkil qilingan innovatsion konsalting xizmatlari orqali eksportni rivojlantirish uchun zarur maslahatlarni berishni tashkil etish va rivojlantirish zarur.

8. Samarqand viloyatida qanday eksportchi korxonalar borligi va ularning qanday tovarlar ishlab chiqarishi to'g'risida xorijiy korxonalar ham, mahalliy korxonalar va davlat idoralari ham axborot oladigan to'liq manbaning yo'qligi qiyinchiliklarni keltirib chiqaradi. Shu bois, har bir eksportchi korxonaga to'g'risidagi elektron axborotlar bazasini shakllantirish, ularning mahsulotlari to'g'risida to'liq ma'lumot, marketing tadqiqotlari natijalari, eksport hajmi kabi ma'lumotlar bo'yicha onlayn konsalting xizmatlarni rivojlantirish darkor.

9. Samarqand viloyatidagi tadbirkorlik subyektlari Yevropa mamlakatlariga eksport qilish bo'yicha ma'lumotlarni ham onlayn konsalting xizmatlarini orqali bilib olishlari mumkin.

10. Tadbirkorlar o'z mahsulotlarini eksport qilishda agentlar yoki distribyutorlarning xizmatidan foydalanishlari mumkin. Eksport vositachilarining bir nechta turlari mavjud, masalan, agentlar va savdo vakillari. Ularning farqi shundaki, agentlar tadbirkorlarni buyurtmalar portfeli bilan ta'minlaydi va bu uchun komission haq oladi, savdo vakillari esa, ixtisoslashgan agent bo'lib, ma'lum bir geografik hududda ishlaydi va muayyan tovarlar hamda xizmatlar turini sotadi. Ularning ikkalasi ham tadbirkorlar nomidan ularning tovarlari va xizmatlarini sotish bo'yicha sotuvchilar hamda xaridorlar bilan shartnomalar tuzish vakolatiga ega bo'ladi.

III BOB. TADBIRKORLIK SUBYEKTLARI EKSPORTINI RIVOJLANTIRISHDA RAQAMLI PLATFORMALARDAN FOYDALANISH ISTIQBOLLARI

3.1-§. Tadbirkorlik subyektlari eksportida raqamli platformalardan foydalanish strategiyalari

Bugungi kunda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarining eksport salohiyatini yanada kengaytirish, ularga zamonaviy, chet el bozorlarida raqobatdosh mahsulot ishlab chiqarishni ko'paytirishda va uni eksportga chiqarishda zarur huquqiy, moliyaviy va tashkiliy yordam ko'rsatish, mamlakatimizning eksport qiluvchi tadbirkorlarini tashqi bozor kon'yunkturasi o'zgarishlari xavf-xatarlaridan ishonchli himoya qilishni taqozo etadi. Shuni hisobga olgan holda Prezidentimiz tomonidan Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari eksportini qo'llab-quvvatlash jamg'armasi ham tashkil etilgan. Jamg'arma tomonidan quyidagi keng imkoniyatlar yaratilgan:

qonunchilikka muvofiq, eksportga yo'naltirilgan mahsulotlar ishlab chiqarishni tashkil etish uchun yetarli mablag'lari bo'lmagan kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari ustav kapitalida ishtirok etish, keyinchalik Jamg'arma ulushini mahsulot ishlab chiqarish va eksportga yetkazib berish boshlanganidan so'ng ikki yil mobaynida bozor qiymatida sotish;

kichik biznes, xususiy tadbirkorlik subyektlari va fermer xo'jaliklari ishlab chiqarishni modernizatsiyalash va kengaytirish, mahsulotning dizayn darajasini xalqaro standartlarga yetkazish maqsadida xorijiy mutaxassislarni jalb etish hamda chet elda mahalliy mahsulotga bo'lgan talabni inobatga olib, ularni tashqi bozorlarga olib chiqish bilan bog'liq xarajatlarning bir qismini qoplagan holda moliyaviy yordam ko'rsatish, Jamg'arma tomonidan moliyaviy yordam ko'rsatish kichik biznes, xususiy tadbirkorlik subyektlari va fermer xo'jaliklari tomonidan keyinchalik qaytarish sharti bilan amalga oshiriladi.

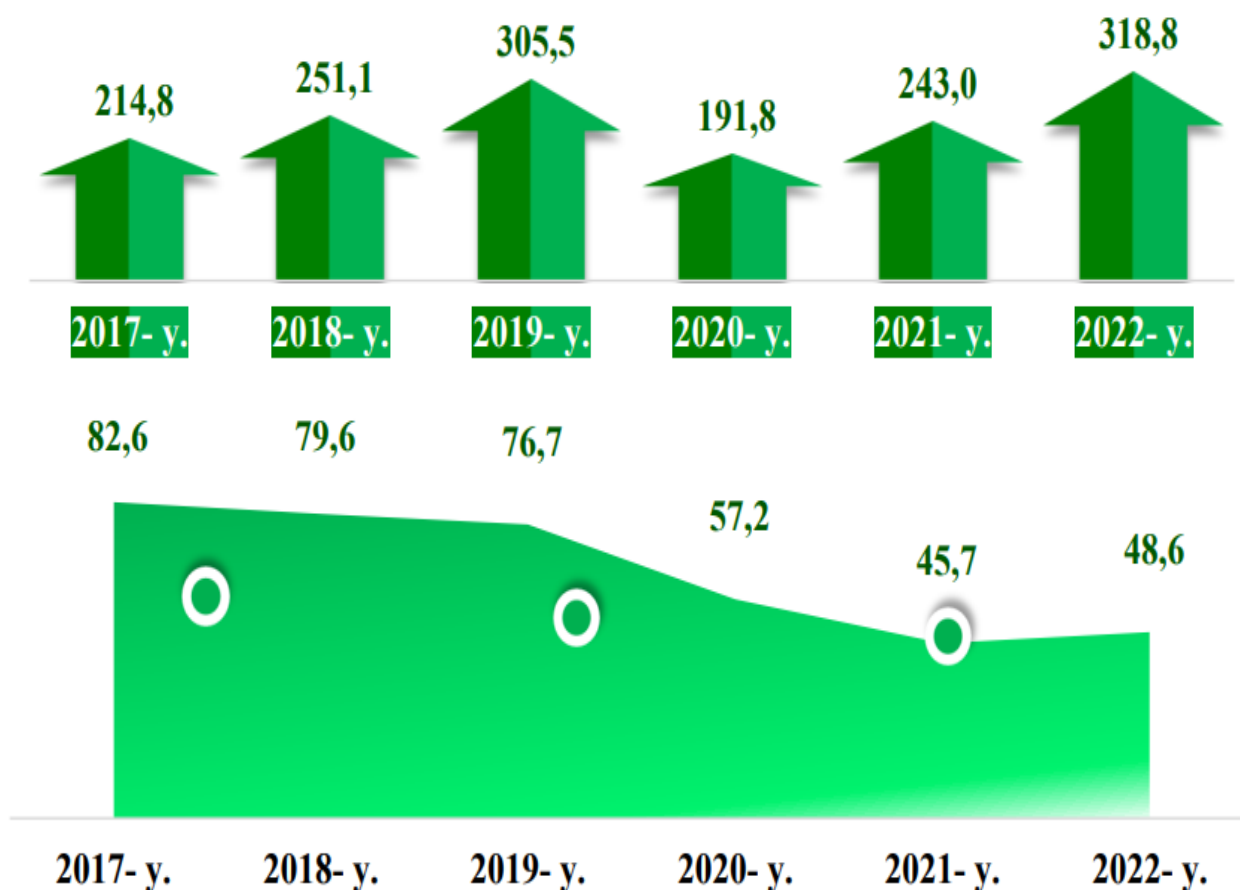
Mamlakatimizning eksport salohiyati o‘shida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari alohida o‘rin egallaydi⁹⁷.

Samarqand viloyati bo‘yicha 2022 yilning yanvar-dekabrida kichik tadbirkorlik (biznes) subyektlari tomonidan:

- 318,8 mln. AQSh dollari miqdorida mahsulotlar (tovar va xizmatlar) eksport qilindi .

- eksportning umumiy hajmidagi ulushi, 45,6 %ni tashkil etdi.

Kichik tadbirkor subyektlari tomonidan amalga oshirilgan eksportda tovar, xizmatlarning, jami eksport hajmidagi ulushi ham sezilarli darajada oshganligini ko‘rishimiz mumkin(28-rasmga qarang).



28-rasm. Kichik tadbirkor subyektlari tomonidan amalga oshirilgan eksportda tovar, xizmatlarning jami eksport hajmidagi ulushi(%)⁹⁸

⁹⁷ Mamasoatov D.R “ Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub’ektlari eksportini axborot-kommunikatsiya texnologiyalari yordamida qo‘llab-quvvatlash” Xalqaro moliya va hisob ilmiy elektron jurnali. № 3, iyun, 2018 yil.

Hududlar bo'yicha kichik tadbirkorlik subektlari tomonidan 2022- yilda hududlar bo'yicha kichik tadbirkorlik subyektlari tomonidan amalga oshirilgan mahsulot (ishlar va xizmatlar) eksportining jamiga nisbatan eng ko'p ulushi Kattaqo'rg'on shahrida – 100,0 %, Qo'shrabot hamda Kattaqo'rg'on tumanlarida – 100,0 %, Payariq tumanida – 89,1 %, Oqdaryo tumanida – 82,2 %, Urgut tumanida – 78,7 %, Narpay tumanida – 64,4 %, Samarqand tumanida 53,3 % va Ishtixon tumanida – 48,6 %, eng past ko'rsatkich Nurobod tumanida – 4,5 % ni tashkil etdi. Samarqand viloyatida tadbirkorlik subyektlari eksportida axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalanishni yanada takomillashtirish uchun internet tarmog'idan samarali foydalanish zarur. Buning natijasida jumladan:

- Internet tarmog'ida ma'lumotlar sahifadan-sahifaga tezda o'tadi. Foydalanuvchilar yordamida Internetga joylashtirilgan axborot bir zumda butun tarmoqqa yoyilishi mumkin.

- Korxonada haqidagi ma'lumotlarni zamonaviy usullarda yoritish imkoniyati. Bu sahifa yoki reklama dizaynini yaratish orqali amalga oshiriladi.

- Korxonada mijozlari geografiyasi va sonini aniqlash mumkin. Maxsus hisoblagich yordamida qaysi davlat foydalanuvchilari veb-sahifaga tashrif buyurganini ko'rish mumkin.

Internet yordamida reklamada mijozlar yoshi va toifasini hisobga olish mumkin.

- Internet orqali ixtiyoriy joydan va ixtiyoriy paytda talablar, takliflar va fikr-mulohazalar yuborilishi mumkin.

Xat bir zumda korxonada pochta qutisiga tushadi. Internetning barcha foydalanuvchilari sizning mijozingiz bo'lishi mumkin.

- Internet yordamida marketing tadbirlarini tezda va arzon o'tkazish mumkin. Bunda so'rovlarga mijozlarning keng doirasini jalb etish mumkin.

Ushbu imkoniyatlarni amalga oshirish usullari tavsifini keltiramiz.

⁹⁸ Samarqand viloyati statistika boshqarmasi ma'lumotlaridan foydalanildi.

1. Elektron reklama va marketingni joriy etish uchun Internetda muloqot qilishning quyidagi texnologiyalaridan foydalanish maqsadga muvofiq:

- Elektron pochta;
- Bloglar va veb-sahifalar;
- Forum;
- Jamoa tarmog‘i;
- Videokonferensiya.

2. Elektron reklama matnining shrifti, rangi va kattaligi o‘qishga qulay bo‘lishi zarur. Oddiy ranglardan foydalangan ma’qul. Veb-sahifa mazmuni bilan e’tiborni jalb qilgani maqsadga muvofiqdir, chunki kitob mazmuni bilan qiziqarli bo‘lgani kabi, veb-sahifa ham aynan mazmuni bilan foydalanuvchilarga qiziqarli bo‘ladi. Doimo veb-sahifaga yangi ma’lumotlarni joylashtirib, mijozlar e’tiborini tortish mumkin.

3. Elektron reklamada chop etilayotgan rasm korxonada faoliyatini ifodalagani ma’qul. Masalan, muhokama, ish jarayoni yoki bayram tantanasida olingan rasmlar qiziqarlidir.

4. Elektron reklamada ovoz berish, savolnomalar yordamida marketing tadbirlarini amalga oshirish mumkin. Buning uchun veb-sahifa va blog, forum, jamoa tarmoqlaridan foydalanish, masalan, yangi mahsulotlarga bo‘lgan talabni o‘rganish yoki xizmat ko‘rsatish sifatini aniqlash mumkin.

5. RSS (Really Simple Syndication) xizmatini tashkil etish mumkin. Ushbu xizmat ixtiyoriy veb-sahifadan avtomat tarzda, RSS sahifadagi o‘zgarishlar haqida ma’lumotlarni olish imkonidir.

6. Elektron reklamada banner odatdagi banner vazifasini bajaradi. U, odatda, kichkina rasm yoki poster bo‘lishi mumkin. Bannerni chertish natijasida banner reklama qiluvchi sahifaga o‘tiladi, masalan, korxonada yangi mahsulotlari bannerini veb-sahifasida joylashtirish mumkin. Korxonada veb-sahifasi bannerini turli veb-sahifalarda reklama uchun joylashtirish mumkin. Masalan, hamkorlar va ommabop

elektron media-mahsulotlarida joylash mumkin. Banner taklifni tasvirlagani maqsadga muvofiq, shunda u mijozlarni o'ziga jalb etadi.

7. Elektron pochta yordamida korxonada axborotnomalarining jo'natilishini tashkil etish mumkin. Masalan, korxonada yangi mahsulotlari hamda xizmatlari, yangi loyihalari, natijalari va foydali tavsiyalarini muntazam ravishda, yaratish va manzillarga yuborish mumkin. Odatda, ushbu axborotnomani olish uchun mijozlar ro'yxatdan o'tishi zarur. Bu sizga mijozlar omborini yaratishga yordam beradi. Axborotnomadagi yangi bilim va qiziqarli ma'lumotlar uning mijozlari sonini keskin oshiradi. Ushbu tizimni veb-sahifada, blog yoki jamoa tarmog'ida o'rnatish zarur. Shu bilan birga, korxonada yangiliklarini hamkorlar yoki ommabop veb-sahifalar axborotnomalarida tarqalishini tashkil qilish mumkin. Ba'zi korxonalar axborotnomalarni tarqatishda hamkorlik qiladilar. Axborotnoma mijozlari odatda, qiziqarli ma'lumotlarni Internet texnologiyalari yordamida o'z hamkasblari va do'stlariga yuboradilar. Bu esa, korxonada qishloq xo'jaligi mahsulotlari va xizmatlariga yangi mijozlarni jalb etadi. Axborotnomalar yordamida so'rovnomalar va tadqiqotlar olib borish mumkin.

8. Videokonferensiyalar, uchrashuvlar yordamida reklama va marketing tadbirlarini doimo olib borish mumkin. Masalan, korxonada yangi mahsulotlari taqdimotiga bag'ishlangan konferensiya o'tkazish mumkin. Uni forum yordamida ham o'tkazish mumkin. Konferensiya va uchrashuvlarni muvaffaqiyatli o'tkazish uchun ularni tashkil etish bo'yicha tavsiyalarga amal qiling. Forumni korxonada veb-sahifasida o'rnatish yoki forumlarda korxonada bo'limini ochish mumkin. Masalan, www.businessinfo.uz forumida korxonada forumini ochish mumkin. Unda muntazam ravishda, mijozlar va hamkorlar bilan konferensiya, uchrashuv, savolnomalar, virtual qabulxona yaratish mumkin.

Elektron to'lovlar – bu Internet orqali to'lovlarni masofadan amalga oshirish imkoniyatidir, ya'ni foydalanuvchi bank bilan muloqotni va pul muomalalarini Internet orqali amalga oshirish. Masalan, korxonada Internet do'konda sotib olingan mahsulot haqini Internet orqali to'laydi yoki korxonada qishloq xo'jaligi

mahsulotlarini sotish uchun yoki xizmatlaridan foydalanish uchun to'lovni Internet orqali bajaradi. Bank bilan muloqot bank veb-sahifasi orqali amalga oshiriladi. Muloqotni va to'lovlarni amalga oshirish uchun bank veb-sahifasida maxsus xizmat bo'lishi zarur. Odatda, ushbu xizmatdan foydalanish uchun ruxsatni bank ofisida olish mumkin. Bank veb-sahifasida foydalanuvchi shaxsiy kabineti orqali to'lovlarni amalga oshirishi yoki hisobidagi to'lovlar bilan tanishishi mumkin. Elektron hamyondan dunyoning ixtiyoriy nuqtasida foydalanish va to'lovlarni amalga oshirish mumkin. Yana bir afzalligi to'lov bir zumda amalga oshiriladi.

Elektron to'lovlarning quyidagi turlari mavjud:

- bank to'lovi foydalanuvchiga bankning onlayn xizmati yordamida to'lovlarni amalga oshirish imkonini beradi.
- elektron pul – elektron hamyondagi pullar yordamida to'lov amalga oshiriladi.
- SMS to'lov – do'kon o'z elektron tizimiga buyurtmani yuboradi va mijozga SMS so'rov yuboriladi, mijoz to'lovni SMS orqali tasdiqlaydi.

Internetda elektron savdoning rivojlanishi elektron to'lov imko-niyatlarini kengaytirmoqda. Natijada, xaridorlar bevosita uydan yoki ofisdan turib, mahsulotlarni sotib olish imkoniga ega bo'lmoqda.

Elektron tijorat - bu Internet orqali sotish va sotib olish imkoniyatidir. Elektron tijoratni e-tadbirkorlik deb ham ataydilar. Internetda bugun oziq-ovqat, dori-darmondan tortib, turli texnik vositalar va texnologiyalarni sotib olish va sotish mumkindir. Ushbu savdo-sotiq muomalasidan yuridik va jismoniy shaxslar keng foydalanmoqda. Ba'zi korxonalar esa savdo-sotiqni to'liq Internetda amalga oshirmoqdalar. Ushbu texnologiyadan foydalanuvchi sohalar doirasi turli-tumandir. Elektron tijoratning kelib chiqishiga o'tgan asr 80-yillarida Internet davlat budjetining kattagina qismidan mahrum bo'lganligi va o'zini-o'zi ta'minlashi zarurligi sababchi bo'ldi. Shuning uchun Internetdan va uning resurslaridan tijorat maqsadida foydalanishga o'tildi. Bunda daromadlar Internet

xizmati va reklama hamda Internet bilan ta'minlash hisobiga (Internet provayderlik) olinib boshlandi.

Elektron tijoratning quyidagi turlari mavjud:

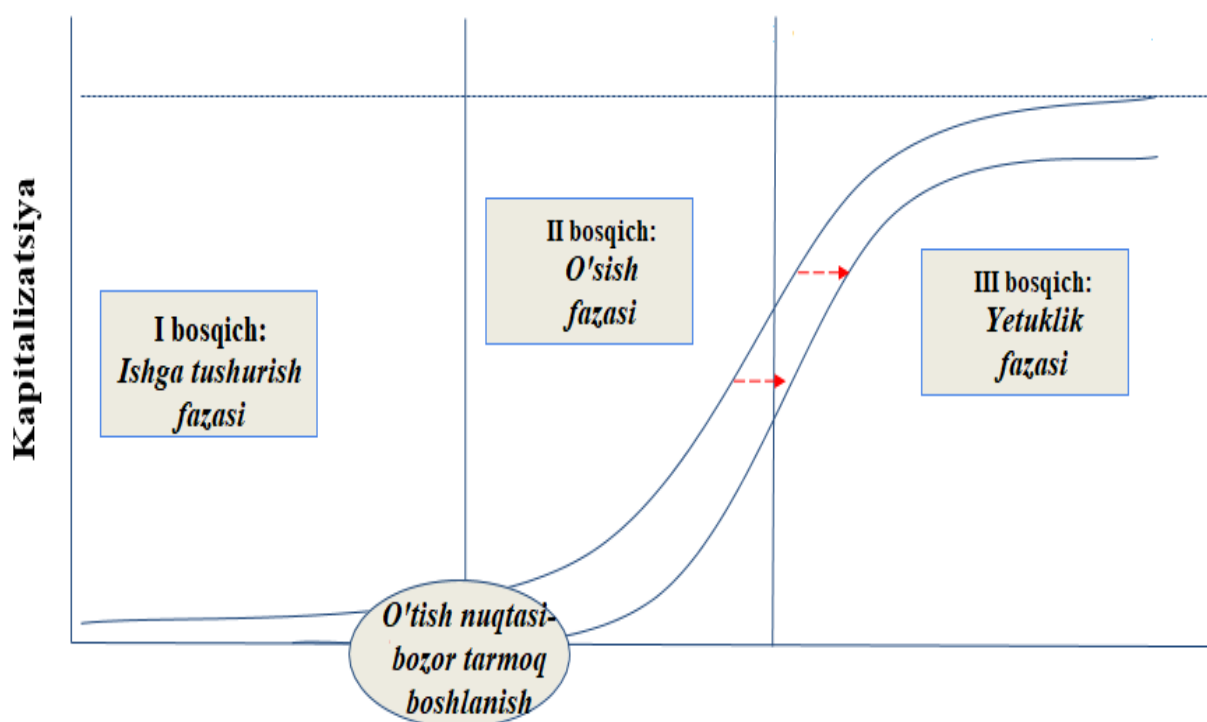
- V2V (Business to business) – yuridik shaxslar orasidagi savdo-sotiq muomalasi bo'lib, unda korxonalar boshqa korxonalar bilan savdo-sotiqni amalga oshiradi. Bu elektron tijoratning eng istiqbolli yo'nalishlaridan biri bo'lib, Internetdagi maxsus savdo maydonida amalga oshiriladi. Odatda, korxonalar ushbu maydonni tashkil etadi. Maydonda savdo-sotiq jarayoni tezda amalga oshiriladi. Masalan, korxonalar ofis uchun mebelni Internet orqali sotilishi bilan shug'ullanishi mumkin. Boshqa korxonalar ofis uchun mebel sotib olmoqchi bo'lsin. Buyurtmachi korxonalar taklif va narxlarni o'rganib chiqib, sotuvchi korxonalariga buyurtma beradi. Buyurtma sotuvchi korxonalarining savdo maydonidagi takliflari yordamida tuziladi. Sotib oluvchi korxonalar buyurtmani yaratgandan so'ng, hisob-kitob asosida buyurtmaga pul o'tkazadi. Sotuvchi korxonalar buyurtmani tayyorlaydi va buyurtmachi ko'rsatgan manzilga yetkazadi. Buyurtmachi buyurtma bajarilishini Internet orqali kuzatishi va nazorat qilishi mumkin. Odatda, ushbu savdo muomalasi ulgurji muomalalar uchun foydalaniladi. Bu usulda vaqt va mablag' tejiladi, chunki ish safarlar zarurati yo'qoladi, telefon va faksga zarurat bo'lmaydi, xodim vaqti tejiladi. Eng asosiysi, savdo-sotiq muomalasi tezda amalga oshiriladi;

- V2S (Business to Customers) – yuridik shaxs va jismoniy shaxs o'rtasidagi savdo-sotiq muomalasi. Ushbu savdo muomalasi chakana savdoni amalga oshirishda foydalaniladi, masalan, kitoblar, kiyim-kechak, texnik vositalar, doridarmonlar va oziq-ovqat mahsulotlarini sotib olish mumkin. Mijoz savdo shahobchasiga bormasdan turib, zarur mahsulotni sotib olishi mumkin. Bunda buyurtma narxi to'lovi savdo maydonida amalga oshiriladi. Buning uchun mijoz maxsus shaklda kredit kartochka raqamini kiritadi. Shundan so'ng sotuvchi kredit kartochkani tekshirib, muomalani amalga oshiradi. Ushbu texnologiya asosida Internet savdo shahobchalari ishlaydi.

• S2S (Customers to Customers) – jismoniy shaxslar o‘rtasidagi savdo-sotiq muomalasi. Bu chakana savdo muomalasidir.

Raqamli platformalar orqali eksportni rivojlantirish hududlardagi tadbirkorlik subyektlari uchun keng imkoniyatlar yaratadi.

Raqamli platformalarning hayot siklini ko‘rib chiqadigan bo‘lsak, u 3 ta fazaga bo‘linadi (29-rasm).



29-rasm. Raqamli platformalarning hayot sikli

Ushbu platforma orqali turli mahsulotlarni va xizmatlarni sotish va sotib olish, masalan, qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini, texnik xizmatlarni, texnik vositalarni sotish yoki sotib olish mumkin.

Bunga e‘lonlar taxtasi misol bo‘la oladi. Odatda, ushbu savdoda narxlar arzonligi bilan mijozlarni o‘ziga jalb etadi. Mahsulotlarni Raqamli platformalardan bemalol tanlab, uni maxsus qog‘oz yoki qutiga joylashni va manzilga ko‘rsatilgan sanada yetkazishni buyurtma qilishingiz mumkin.

Shunga ko‘ra, Raqamli platformalar quyidagi afzalliklarga ega:

- mahsulotlar turli-tumanligi;
- mos turdagi va narxdagi mahsulotni tez topish imkoniyati;

•mahsulot batafsil tavsifining mavjudligi (hozirgi kunda qishloq xo'jaligi mahsulotlari tavsifi bilan tanishish bilan hamda uning tashqi ko'rinishini ko'rish imkoniyati mavjud);

• dunyoning ixtiyoriy nuqtasidan savdo-sotiq muomalasini amalga oshirish imkoniyatining mavjudligi;

• savdo-sotiq muomalasining tezkorligi;

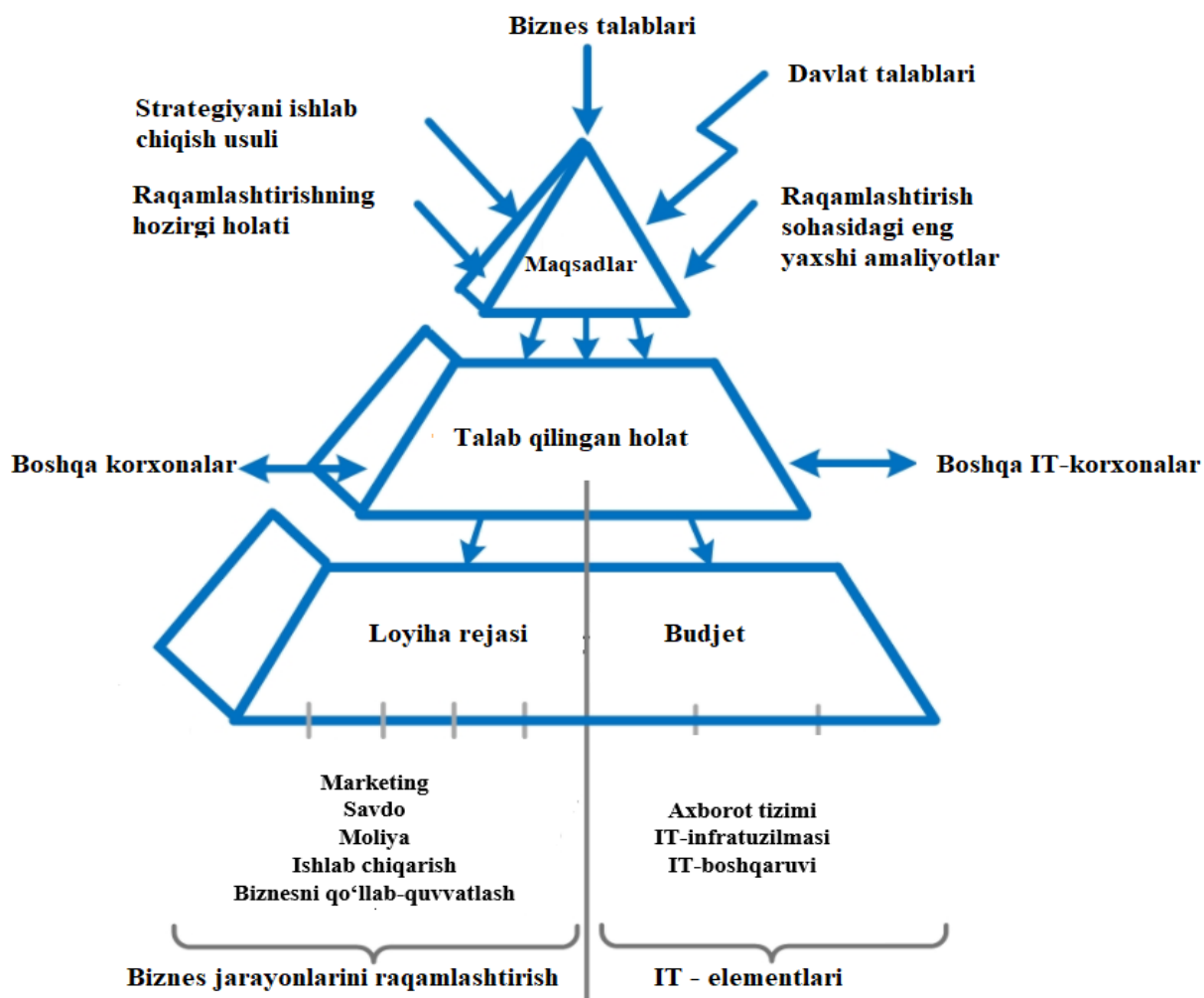
• qog'ozning tejalihi;

• mahsulotni topish uchun vaqtning tejalihi (mahsulotni topish uchun do'konma-do'kon yurish, do'konga borish va uni qidirish zarurati yo'qligi);

• buyurtmani dunyoning ixtiyoriy nuqtasiga yetkazish mumkinligi (albatta, bunda buyurtmani yetkazish narxi masofaga bog'liq bo'ladi).

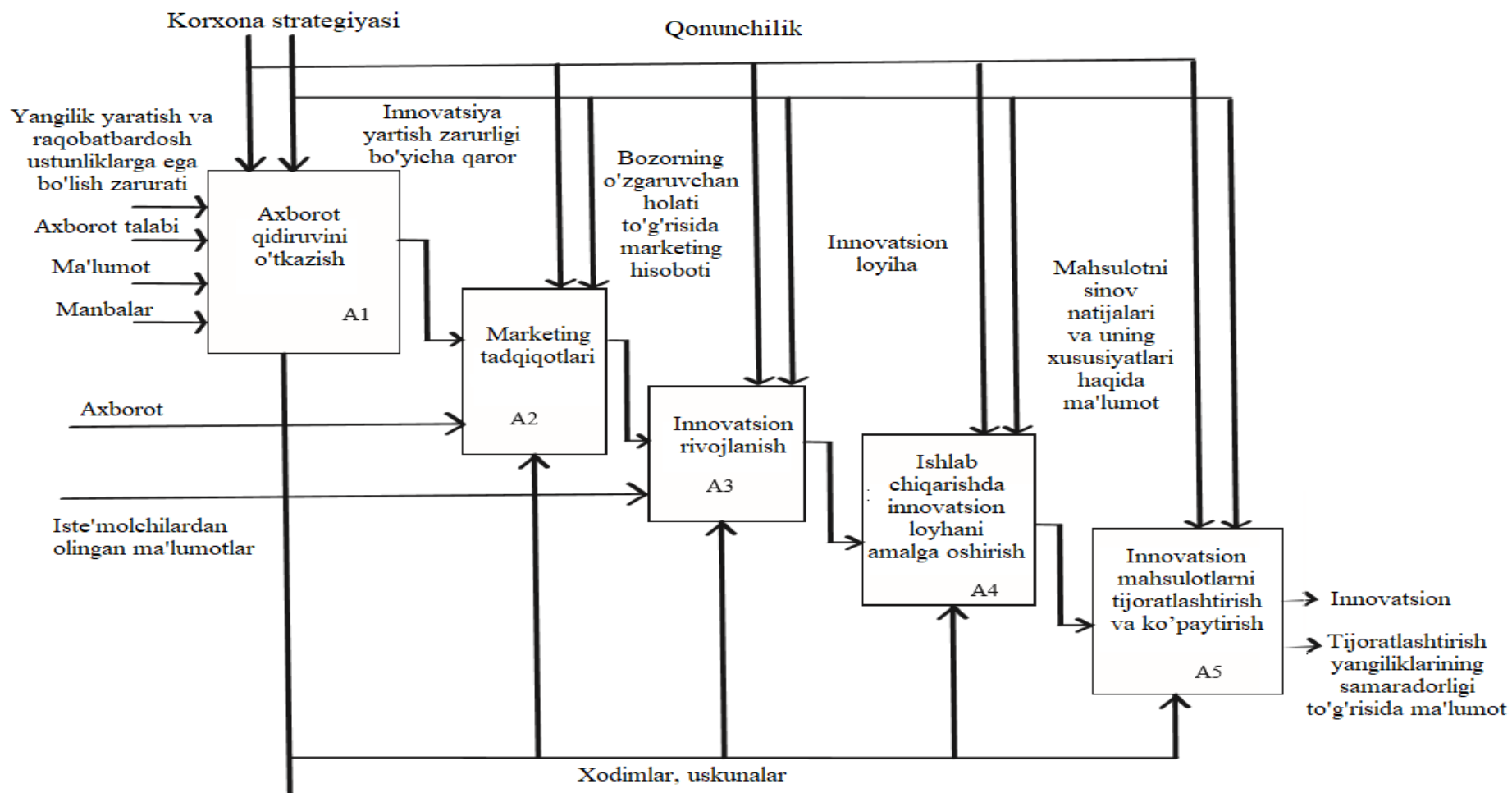
Bugungi kunga kelib, raqamli biznes platformasi bo'yicha keng qamrovli strategiya barcha bo'limlarning biznes jarayonlarini axborotlashtirishni, shuningdek, axborot tizimlarining barcha asosiy elementlarini o'z ichiga oladi (30-rasm):

- strategiyani ishlab chiqish usuli;
- raqamlashtirishning hozirgi holati;
- davlat talablari;
- raqamlashtirish sohasidagi eng yaxshi amaliyotlar;
- loyiha rejasi;
- IT-korxonalar;
- biznes jarayonlarni raqamlashtirish;
- IT- elementlari va hokazolar.



30-rasm. Raqamli biznes platformasi strategiyasini ishlab chiqish usullari

Sotishni raqamli o'zgartirish strategiyasi to'liq strategiyaning bir qismidir (shu jumladan, barcha bo'limlarning biznes jarayonlarini raqamli transformatsiyasini, shuningdek raqamli iqtisodiyot texnologiyalarining barcha asosiy elementlarini o'z ichiga oladi). Respublikamizda elektron tijorat imkoniyatlaridan foydalanilmoqda. Ushbu savdo-sotiq muomalalari va xizmatni amalga oshiruvchi korxonalar ham o'z faoliyatini olib bormoqdalar. Bu esa, ushbu usullarning yuridik va jismoniy shaxslar doirasida keng tarqalishining omilidir. Shu bilan birgalikda, korxonalar eksportini rivojlantirishning qonunchilikka asoslangan o'ziga xos strategiyasi mavjud bo'lishi lozim (31-rasm).



31-rasm. Tadbirkorlik subyektlarining eksportini rivojlantirish strategiyasi⁹⁹

⁹⁹ Muallif ishlanmasi

Tadbirkorlik subyektlari tomonidan mahsulotlarni yaratish jarayonida iste'molchilar talablarini o'rganish natijasida yangiliklarni joriy qilishi tashqi bozordagi raqobatdoshlikka bardosh beradigan va o'ziga xos ustunlikka ega bo'lgan holda harakat qilishi lozim. Bunga borada xaridorlarning talabi haqida axborotlar, zarur bo'lgan ma'lumot va ularning manbalari to'g'risidagi axborotlarni qidirish va marketing tadqiqotlarini o'tkazish orqali erishish mumkin. Shuni hisobga olgan holda zarur innovatsion rivojlanish choralari ko'rish va ishlab chiqarishda innovatsion loyihalarni amalga oshirish talab etiladi. Bu borada innovatsion mahsulotlarni tijoratlashtirish va ko'paytirish orqali tijoratlashtirish borasidagi yangiliklar samaradorligi to'g'risida ma'lumotlarga ega bo'lishi lozim. Bunga asosan, qonunchilikka asoslangan holda iste'molchilardan olingan ma'lumotlar, bozorning o'zgaruvchan holati, mahsulotlarning sinov natijalari va uning xususiyatlari, malakali xodimlar va zarur raqamli platformalardan samarali foydalanish natijasida erishish mumkin. Tadbirkorlik subyektlari tomonidan mahsulotlarni eksport qilish jarayonida o'zining imkoniyatlaridan kelib chiqqan holda tashqi bozordagi raqobatchilar va xaridorlarning talablarini o'rgangan holda, shu bilan birgalikda iqtisodiy salohiyatini oshiruvchi maxsus strategiyani ishlab chiqishi talab etiladi. Strategiyani ishlab chiqishi orqali esa mahsulotlarni sifatli yaratishdan tortib, mijozlarga yetkazib bergunga qadar bo'lgan jarayonlarni mukammal ishlab chiqish natijasida kelgusi xaridlar rejasi ham amalga oshiriladi. Bu, o'z navbatida, tadbirkorlik subyektlari eksportini doimiy ravishda tashqi bozorda xaridorgir bo'lishi, shuningdek, mamlakat iqtisodiyotni eksport qilish orqali o'sishini ta'minlaydi.

Hududlarda yaratilayotgan mahsulotlarning eksport talablariga javob berishi ular tomonidan iqtisodiy tahlillar va tashqi bozorni mukammal tarzda o'rganish asosida ishlab chiqilgan maxsus strategiyaga bog'liqdir.

3.2-§. Tadbirkorlik subyektlari tomonidan qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini sotish bo‘yicha elektron savdo maydonchasidan foydalanishni takomillashtirish

Tadbirkorlik subyektlari tomonidan elektron savdo maydonchalari-dan foydalanish xalqaro savdoda raqobatdosh ustunlikni ta‘minlaydi va buning uchun mazkur tizimni rivojlantirish va rag‘batlantirish bugungi kunda juda muhim hisoblanadi. Bu o‘z navbatida, savdo sohasida raqamlashtirishning sezilarli o‘zgarishiga olib keladi. Elektron savdo maydonchalari bugungi kunga kelib, nafaqat oddiy fuqarolarning hayotiga kirib bordi, balki uning rivojlanishini rag‘batlantiruvchi davlatlar uchun xalqaro savdoda raqobatdosh ustunlikka aylandi.

Elektron tijoratni rivojlantirish borasida rivojlangan mamlakatlar o‘rtasida ham jiddiy farqlar mavjud. Jumladan, Yangi Zelandiyada kompaniyalarning 45%dan ortig‘i onlayn-savdoda ishtirok etadi, Gresiya, Italiya, Meksika va Turkiyada bu ko‘rsatkich atigi 10% yoki undan past. Rivojlangan davlatlar elektron savdo kanallari orqali tovarlar va xizmatlar eksportini rivojlantirishga qaratilgan siyosatni amalga oshirmoqdalar. Ular Internet startaplarini qo‘llab-quvvatlashga, tadbir-korlik subyektlarini elektron tijoratni rivojlantirish strategiyalarini qabul qilishga, kichik va o‘rta biznesni o‘z mijozlari yoki yetkazib beruvchilari bo‘lgan yirik kompaniyalar bilan elektron sherikchilikka yoki tarmoqlararo birlashmalarga elektron tijorat potensialini rivojlantirishga qaratilgan chora-tadbirlar sifatida chorlaydi. Tadbirkorlik subyektlari o‘zlari uchun elektron savdo maydonchasidan foydalangan holda o‘z mahsulotlarini elektron do‘kon orqali sotishlari mumkin.

Elektron do‘kon – ishlab chiqaruvchi firma, savdo kompaniyasi va boshqalarga tegishli bo‘lgan maxsus veb-saytdir, bu esa, bozorda tovarlarni sotish, sotish hajmini oshirish va yangi xaridorlarni jalb qilish uchun mo‘ljallangan. Bunday saytlarda tovarlarni tanlash, ariza berish va tarmoq orqali to‘lovlarni amalga oshirish, to‘lovlarni an’anaviy tarzda amalga oshirish uchun onlayn rejimida hujjatlarni rasmiylashtirish va etkazib berishni kuzatish mumkin. Xalqaro

darajada B2B (Business to business) sektori mavjud bo‘lib, bu xizmatlar elektron savdo maydonchalaridan (ESM) foydalanish shaklida taqdim etiladi. Har qanday Internet-resurs ESM sifatida xizmat qilishi mumkin, bu orqali xaridor va sotuvchilar o‘rtasida oldi-sotdi bitimlari tuziladi. Bugungi kunda tadbirkorlik subyektlari uchun elektron savdo maydonchalaridan foydalanish bo‘yicha ko‘rsatmalar ishlab chiqilgan (32-rasm).

Saytdan foydalanish tamoyillari quyidagilardan iborat:

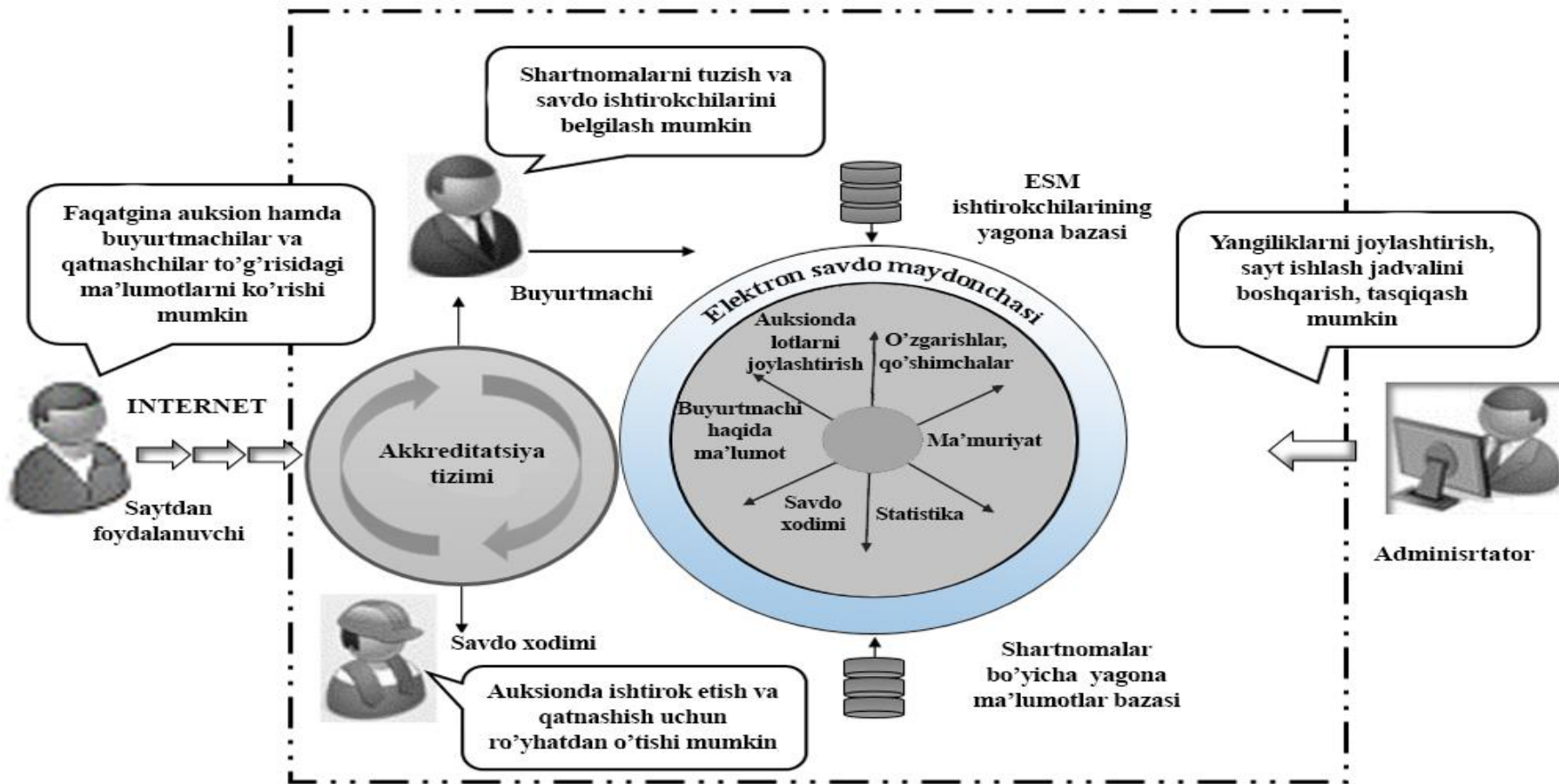
1. Buyurtma berish

Kerakli tovarlar yoki xizmatlarni tanlab, foydalanuvchi odatda, saytda to‘lov va etkazib berish usulini tanlash imkoniyatiga ega. Tanlangan tovarlar to‘plami, to‘lov va etkazib berish usuli-xaridor haqida minimal zarur ma’lumotlarni yuborish orqali saytda rasmiylashtirilgan tugallangan buyurtma hisoblanadi. Ko‘pincha, buyurtma berish vaqtida xaridordan sotuvchiga qo‘shimcha istaklarni etkazish imkoniyati beriladi.

2. Buyurtma uchun to‘lov

Quyidagi to‘lov usullari qo‘llaniladi:

- bank kartasi – ko‘pincha xavfsizlik nuqtai nazaridan shikoyat qilinadigan naqdsiz hisob-kitob turi;
- bank o‘tkazmasi – buyurtma uchun to‘lov B2B tizimlarida tez-tez ishlatiladigan do‘konning hisob raqamiga bank to‘lov topshirig‘i bilan amalga oshiriladi;
- naqd pul – tovarlar xaridor tomonidan qabul qilinganda kurerga naqd pul bilan to‘lanadi;
- elektron pul-naqd pulsiz hisob-kitob turi.



32-rasm. Elektron savdo maydonchasi va undan foydalanish¹⁰⁰

¹⁰⁰ Muallif ishlanmasi

Ular pul emas, balki cheklar, sovg'a sertifikatlari yoki boshqa shunga o'xshash to'lov vositalarini (tizimning huquqiy modeliga va qonunchilik-ning cheklashlariga qarab) ifodalaydi. Elektron pul banklar tomonidan yoki boshqa tashkilotlar tomonidan chiqarilgan bo'lishi mumkin. Odatda, elektron pul masalasi lisenziyalanmaydi va davlat tomonidan nazorat qilinmaydi, biroq ko'plab mamlakatlarda qonunchilik bazasini ta'minlash bo'yicha ishlar olib borilmoqda.

Elektron pul va an'anaviy naqd pulsiz pul o'rtasidagi asosiy farq: elektron pul har qanday tashkilot (pul o'rnini bosuvchi) tomonidan berilgan to'lov vositasi bo'lib, oddiy pul (naqd pul yoki naqd pulsiz) ma'lum bir mamlakatning Markaziy davlat banki tomonidan beriladi.

Muayyan to'lov usulini tanlash ko'plab omillarga bog'liq bo'lib, ular orasida xaridorning (jismoniy yoki yuridik shaxs) maqomini, tovarlarning (moddiy yoki elektron) xususiyatlarini, narxini, etkazib berish usullarini (chet elda tovarlarni jo'natishda naqd pulni qabul qilish mumkin emas) qayd etishi mumkin.

3. Buyurtmani yetkazib berish

Buyurtma yuborilgandan so'ng, sotuvchi xaridor bilan bog'lanadi va buyurtma berilishi kerak bo'lgan joy va vaqtni aniqlaydi. Yetkazib berish o'z kurer xizmati yoki etkazib berish xizmatlarini ko'rsatuvchi kompaniya yoki pochta orqali amalga oshiriladi.

Elektron mahsulotlar, masalan, dasturiy ta'minot, matnlar, maqolalar, rasmlar, kirish kodlari va hisobni to'ldirish elektron kanallar — elektron pochta orqali, FTP (File Transfer Protocol) – tarmoq orqali fayllarni uzatish protokoli orqali faylga kirish, saytning xavfsiz maydoniga kirish va boshqalar. Bundan tashqari, zamonaviy onlayn-do'konlar ko'pincha maxsus qidiruv tizimlariga qo'shilib, xaridorlarning qo'shimcha oqimini jalb qilish imkonini beradi. Shuningdek, virtual do'kondagi elektron savdo an'anaviy savdo bilan bir xil tuzilishga asoslangan.

Bugungi kunda an'anaviy va elektron tijoratni o'zaro solishtirganimizda ularning farqini ko'rishimiz mumkin (14-jadvalga qarang)

An'anaviy va elektron tijoratning qiyosiy tavsifi¹⁰¹

An'anaviy do'kon	Internet magazin
Xaridor savdo maydonchasida piyoda yuradi va do'kon javonlaridagi tovarlarni tekshiradi	Xaridor kompyuter mahsulot namunalarini ko'rishi
Xaridorning sotuvchi bilan shaxsiy aloqasi (maslahat) Haridor tovarni tanlashi	Xaridor kompyuter tarmog'i yoki telefon orqali sotuvchi bilan maslahatlashishi (agar kerak bo'lsa)
Sotuvchi tomonidan yozilgan ariza va buyurtma qilingan tovarlarni to'lash uchun Xaridorga schot-fakturani etkazib berish	Xaridorning tovarlarni tanlash imkoniyati mavjud
	Kompyuter orqali tovarlarga buyurtma berish
	Sotuvchi tomonidan kompyuter tarmoqlari orqali xaridorga buyurtma qilingan tovarlarni to'lash uchun schot-fakturani yuborish
Xaridor tomonidan do'kon kassasida tovarlar uchun schot-fakturani naqd yoki kredit karta orqali to'lash	Xaridor tomonidan hisob-fakturani elektron to'lov tizimidan foydalangan holda to'lash (bank kartasi, elektron chek, raqamli pul, elektron pul)

Tadbirkorlik subyektlari uchun o'z mahsulotlarining sotuvini tezlashtirish va ularni o'z vaqtida mijozlarga yetkazib berishning internet orqali sotuvining afzalliklari mavjud (15-jadvalga qarang).

¹⁰¹ Muallif ishlanmasi

Internet savdosining afzalliklari¹⁰²

Internet orqali sotishning afzalliklari	Internet orqali xarid qilishning afzalliklari
Jahonning yangi bozorlariga kirish	Turli hil mahsulotlarning global tanlovi
Kunu tun ishlash xizmati	Istalgan vaqtda va istalgan joydan foydalanish imkoniyati
Cheksiz miqyosdagi tadbirkorlik	Muqobillarini ko‘rish va solishtirish oson
Vaqt va resurslarning kapital va operatsion xarajatlarini kamaytirish	Past narxlarda to‘g‘ridan-to‘g‘ri yetkazib berish
Har bir shaxsga xizmat ko‘rsatish, mahsulotlarni individuallashtirish	Talabnomalarni individuallashtirish, tovar haqida xabardorligining oshishi
Yuqori biznes moslashuvchanligi, buxgalteriya hisobi, nazorat qilish, tahlil qilish va o‘zgartirishga javob berishning yuqori sifati	Yuqori sifatli xizmat va qulay foydalanish

Shu bilan birga, elektron savdo maydonchasining asosiy xususiyatlari quyidagilardan iborat:

- elektron tijoratni sanoat standartlari nuqtai nazaridan rivojlantirish qoidalarini o‘rnatish;
- tartibga solish va bojxona jarayonlarini soddalashtirish;
- ta’riflarni pasaytirish;
- soliqqa tortishni uyg‘unlashtirish;
- iste’molchilar huquqlarini himoya qilishga yordam berish;
- tovarlar, moliya va ma’lumotlar oqimini osonlashtirish.

Ushbu dastur hukumatlar ko‘magida korxonalar tomonidan amalga oshiriladi – korxonalar elektron tijorat markazlarini yaratadilar, hukumatlar esa kichik korxonalar uchun virtual erkin savdo zonalarini yaratishi mumkin. Ushbu elektron markazlar bir mamlakatda tadbirkorlik subyektlariga o‘z mahsulotlarini boshqa mamlakatda tez bojxona rasmiylashtiruvini, import bojlari kamligi yoki

¹⁰² Muallif ishlanmasi

umuman olinmasligi va logistika xizmatlaridan yaxshiroq foydalanish imkoniyatiga ega bo'lgan iste'molchilarga sotish imkoniyatini beradi. Ammo buning uchun hukumatlar universal bozor qoidalari va bojxona rasmiylashtiruv tartiblari, tariflarni pasaytirish va boshqalar kabi bir qator masalalarda kelishib olishlari kerak.

Elektron savdo maydonchalaridan foydalanish natijasida tovarlaringiz va xizmatlaringiz haqidagi ma'lumotlarni uzatish va yangilash uchun talab qilinadigan vaqt va xarajatlar kamayadi, bundan tashqari, bir qancha qulayliklar mavjud. Jumladan:

- hamkorlarni izlash va tekshirish, marketing va reklama uchun moslashuvchanlik;

- yiliga 365 kun, kuniga 24 soat tovar va xizmatlarga potensial mijozning kirishi;

- so'rovlarga tezkor javob;

- buyurtma berish va uni bajarish, shuningdek, uni to'lash va xizmat ko'rsatishning yanada samarali jarayoni;

- muayyan tovarlar va ko'plab xizmatlarni jismoniy etkazib berishdan ko'ra elektron xizmatdan foydalanish;

- dunyo bozorlarida ma'lumotlarga oson kirish, bu sizning tovarlaringiz va xizmatlaringiz, shu jumladan, Internetdan foydalanish bilan bog'liq eksport imkoniyatlarining oshishini anglatadi.

Hozirgi vaqtda Internet biznesida foydalanish vositasiga quyidagilar kiradi:

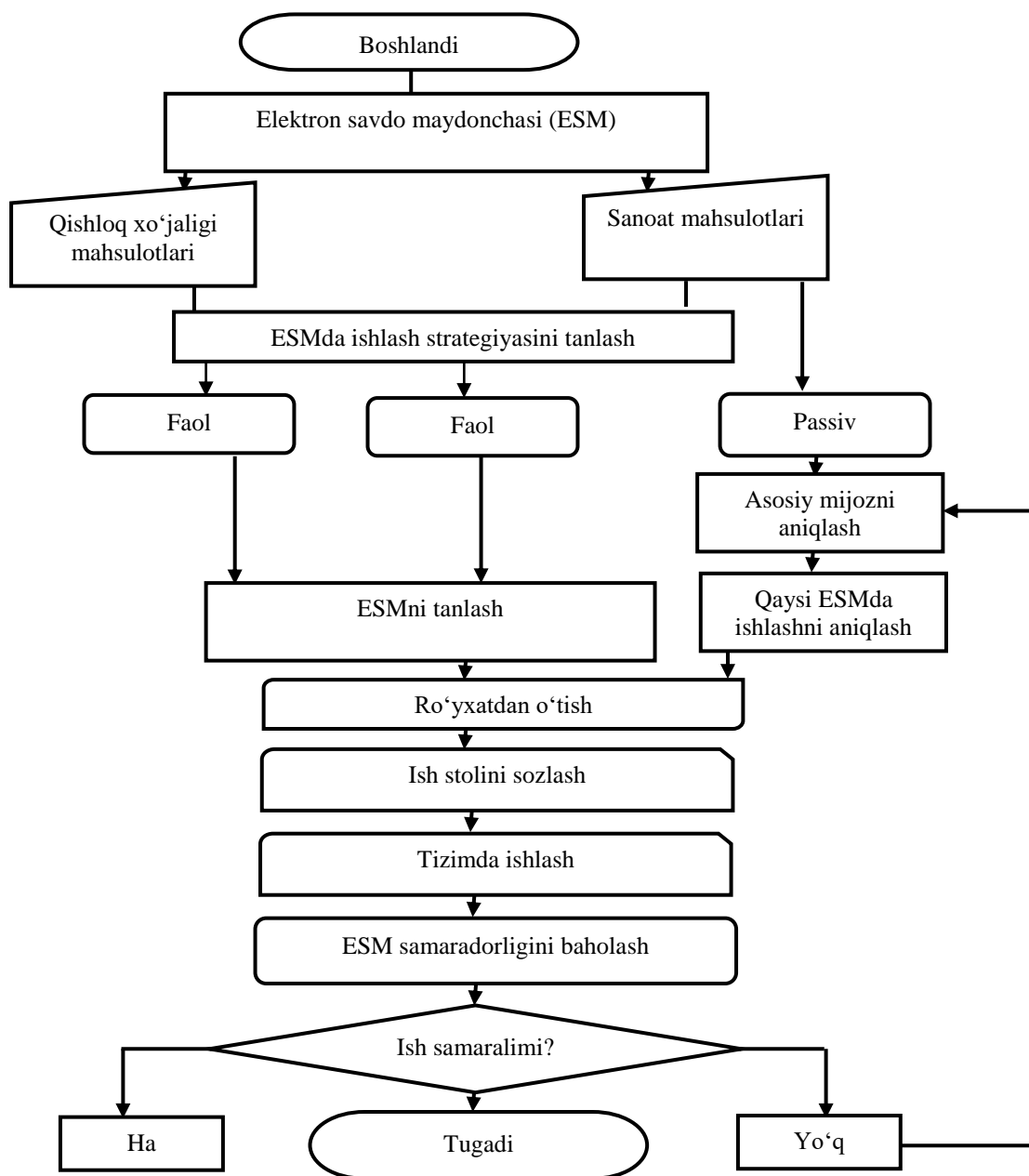
- a) korxonaning korporativ veb-sayti;

- b) xalqaro qidiruv tizimlari, tovarlar va xizmatlar kataloglari, ochiq va yopiq savdo maydonchalari va boshqalar kabi uchinchi tomon vositachilik tashkilotlarining saytlari.

Korporativ veb-saytingizni yaratish - muhim vazifa, savdo-sotiqning muvaffaqiyatli rivojlanishi va ilgari surilishi uning to'g'ri echimiga bog'liq. Bunday sayt, birinchi navbatda, aloqa siyosatini amalga oshirish xarajatlarini

sezilarli darajada kamaytirishga imkon beradi, chunki Internetda reklama ko‘pincha arzon va foydalidir.

Elektron savdo maydonchalaridan foydalanish orqali mahsulotlarning eksport darajasini tahlil qilish uchun uning turli bozor sharoitlarida o‘rganish talab etiladi. Elektron savdo maydonchasida (ESM) ishlash strategiyasini amalga oshirish algoritmini ko‘rib chiqadigan bo‘lsak, u quyidagicha bo‘ladi (33-rasm).



33-rasm. Elektron savdo maydonchasida (ESM) ishlash strategiyasini amalga oshirish algoritmi¹⁰³

¹⁰³ Muallif ishlanmasi

O‘zbekistonda elektron tijoratning rivojlanishiga misol sifatida eksport qiluvchilar o‘z mahsulotlari yoki xizmatlarini reklama qilishlari mumkin bo‘lgan saytlarni yaratish mumkin.

Saytning asosiy maqsadi - samarali rivojlanishiga ko‘maklashish va shu bilan birgalikda, mahalliy eksportchilarga o‘zlarining tovarlari va xizmatlarini tashqi bozorlarga olib chiqish vositasi sifatida zarur axborot yordamini taqdim etish orqali O‘zbekistonning eksport imkoniyatlaridan foydalanish, shuningdek, savdo bilan bog‘liq proseduralarning o‘tishini yengillashtirishdir.

Bundan tashqari, sayt chet ellik sheriklarga ichki bozorda mahalliy tovarlar va xizmatlarni etkazib beruvchilar to‘g‘risida hamda xalqaro iqtisodiy hamjamiyatni tashqi savdoning boyligi va xilma-xilligi to‘g‘risida xabardor qilishga yordam beradi.

3.3-§. Tadbirkorlik subyektlari eksportini rivojlantirish samaradorligiga ta’sir qiluvchi omillarni aniqlash istiqbollari

Tadbirkorlik subyektlari tomonidan amalga oshiriladigan eksport hajmini oshirish va uning samaradorligini takomillashtirish iqtisodiyotimizning ustuvor vazifalaridan biridir.

Tadbirkorlik subyektlari eksportining yalpi hududiy mahsulot tarkibida, sanoatda, bandlikda va umumiy eksportning hajmini inobatga olgan holda ekonometrik tahlillar asosida viloyatdagi 2025 yilgacha prognozini amalga oshiramiz.

Samarqand viloyatida tadbirkorlik subyektlari eksportiga ta’sir qiluvchi omillarni quyidagicha belgilaymiz:

jami eksport (ming AQSh dollari) – Y_1 ;

viloyat yalpi hududiy mahsuloti (mlrd.so‘m) – Y_2 ;

sug‘oriladigan yer maydoni (ming gektar);- X_1 ;

lalmi yer maydoni ming gektar - X_2 ;

yetishtirilgan qishloq xo‘jalik mahsulotlari (ming tonna) - X_3 ;

qishloq xo‘jalik mahsulotlari eksporti (ming tonna) - X_4 ;

ishlab chiqarilgan sanoat mahsulotlari (mlrd. so‘m) - X_5 ;

sanoat mahsulotlari ishlab chiqarishda tadbirkorlik subyektlarining ulushi (mlrd.sum) - **X₆**;

sanoat mahsulotlari eksporti (ming dollar) - **X₇**;

qishloq xo'jalik mahsulotlari eksporti bilan shug'ullanuvchi tadbirkorlar soni – **X₈**;

sanoat mahsulotlarini eksporti bilan shug'illanuvchi tadbirkorlar soni – **X₉**;

Samarqand viloyatida tadbirkorlik subyektlari eksportiga ta'sir qiluvchi omillarni tahlil qilamiz (16-jadval).

16-jadval

Samarqand viloyatida tadbirkorlik subyektlari eksportiga ta'sir qiluvchi omillar

Yillar	Jami eksport (ming AQSh dollari)	YaHM (mlrd.so'm)	Jami ekin maydoni		Qishloq xo'jalik mahsulotlari		Sanoat mahsulotlari			Eksport bilan shug'ullanuvchi korxonalar soni	
			Sug'oriladigan yer maydoni (ming gektar)	Lalmi yer maydoni (ming gektar)	Yetishtirilgan mahsulotlar (ming tonna)	Eksport (ming tonna)	Ishlab chiqarildi (mlrd. so'm)	Tadbirkorlik subyektlarining ulushi (mlrd.sum)	Eksport (ming dollar)	Qishloq xo'jalik mahsulotlari	Sanoat mahsulotlari
N ₂	Y ₁	Y ₂	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	X ₈	X ₉
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
2001	33060.4	386,9	304.7	23.6	1173.6	28581.7	134.7	28.8	12349.0	86	25
2002	23553.6	580,6	311.7	41.5	1537.7	41720.1	201	67.1	14406.9	95	25
2003	24103.7	748,2	310.7	70.5	1798.6	35100	250.2	59.3	17450.7	100	18
2004	30551.8	882,1	310.3	68.9	1659.7	46745.8	313.2	73.0	23774.6	96	19
2005	34386.4	1156,9	309.0	70.1	1774.0	85053.2	383.6	95.0	29601.4	85	22
2006	73850.4	1552,8	309.2	70.4	2057.8	73910.0	512.1	134.1	26577.7	80	20
2007	128889.2	2012.4	309.9	61.0	2172.2	88056.1	712.0	194.2	28764.8	74	16
2008	89940.3	2497.2	309.3	61.0	2265.9	97620.1	985.4	270.6	55269.3	79	15
2009	110781.5	3003.2	376.8	69.4	2431.7	72550.3	1223.5	363.5	74506.9	74	16
2010	66589.1	6219.7	372.8	72.7	2655.9	22488.0	2011.2	922.6	68671.8	89	22
2011	97792.1	7702.3	353.2	54.6	2810.8	12937.3	2485.6	1258.4	94641.5	83	17
2012	96167.9	9375.9	331.3	34.8	3014.1	4004.9	3222.0	1487.4	102778.1	75	12
2013	215541.1	11671.9	360.2	63.8	3228.1	7706.5	3880.1	1865.3	118568.1	92	13
2014	124406.5	14681.7	364.3	66.1	3427.6	17646.3	4966.4	2539.4	126040.9	93	15
2015	173670.4	17572.4	360.2	62.2	3669.3	84663.9	6095.5	3415.3	112870.5	135	30
2016	213606.6	21830	359.0	60.0	3993.2	85096.8	7446.0	4475.6	147558.9	216	94
2017	214766.0	25569.8	351.2	62.6	3849.6	54992.0	9242.0	5171.7	171401.7	279	117
2018	321800.0	31187.4	352.2	64.6	2585.0	1250.0	11871.3	6064.5	321000.8	300	120
2019	214778.0	37593.9	351.4	66.6	227.5	155.9	9242.0	5171.7	391000.6	355	144
2020	335600.0	42378,1	351.4	66.6	1636,3	144,4	18073	8216,4	400004,3	400	155
2021	428900.0	53749,9	351.4	66.6	1749,7	148,5	22803	9 691,0	440006,1	505	150

Regressiya tenglamasining «ahamiyatligini» baholash uchun Fisherning F-mezonidan foydalaniladi. Fisherning F-mezoni miqdori determinatsiya koeffitsienti bilan quyidagicha bog‘langan:

$$F_{\text{haqiqiy}} = \frac{r_{xy}^2}{1 - r_{xy}^2} \cdot (n - 2), \quad n \geq 3. \quad (2)$$

Agar $\alpha = 0,05$ (besh foizli ma’nodorlik darajasi) va erkinlik darajasi $k_1 = 1$ va $k_2 = n - 2$ bo‘lsa, tasodifiy miqdorlarning Fisherning taqsimoti keltirilgan jadvallardan Fisherning F – belgisi jadval qiymati $-F_{\text{jadv}}$ topiladi. Agar ushbu $F_{\text{haqiqiy}} > F_{\text{jadv}}$ tengsizlik o‘rinli bo‘lsa, regressiya tenglamasi statistik ma’nodor hisoblanadi.

Regressiya tenglamasidagi xatoliklarga "a" va "b" parametrlarni hamda r_{xy} - korrelyatsiya koeffitsientini hisoblashdagi tasodifiy xatoliklar ham ta’sir etadi. Shuning uchun "a" va "b" parametrlarni hisoblashdagi standart xatoliklar m_a, m_b lar aniqlaniladi.

Regressiya koeffitsientining tasodifiy xatoligi quyidagi formula bilan aniqlanadi:

$$m_b = \sqrt{\frac{\sum (y - y_x)^2 / (n - 2)}{\sum (x - \bar{x})^2}}. \quad (3)$$

Regressiya tenglamasining "a" parametri tasodifiy xatoligi quyidagi formula bilan aniqlanadi:

$$m_a = \sqrt{\frac{\sum (y - y_x)^2}{n - 2} \cdot \frac{\sum x^2}{n \cdot \sum (x - \bar{x})^2}}. \quad (4)$$

Chizikli korrelyatsiya koeffitsientining tasodifiy xatoligi esa quyidagi formula asosida aniqlanadi:

$$m_r = \sqrt{\frac{1 - r^2}{n - 2}} \quad (5)$$

Regressiya tenglamasi parametrlarining statistik ma’nodorligini baholash Student - t mezoni yordamida ham amalga oshirilishi mumkin (erkinlik darajasi

soni $n-2$ va $\alpha = 0,05$ bo'lganda t belgining jadval qiymatlari Student taqsimoti jadvalidan topiladi). Unda quyidagilar hisoblanadi:¹⁰⁴

$$t_a = \frac{a}{m_a}, \quad t_b = \frac{b}{m_b}, \quad t_r = \frac{r_{xy}}{m_r}. \quad (6)$$

Agar t belgining topilgan asl qiymatlari uning jadval qiymatidan katta bo'lsa (ya'ni $t_a > t_{jadv}$, $t_b > t_{jadv}$, $t_{rxy} > t_{jadv}$) " a " va " b " parametrlar statistik ma'nodor hisoblanadi.

Jami eksport (ming AQSh dollari)ni Y deb belgiladik, kuzatuvlar natijasida olingan qiymatlarni t vaqt omiliga bog'lagan holda trend modellarini hosil qildik. Statistik ma'lumotlarga (2001-2019 yillar) asoslanib (3.1-jadval), sanoat mahsuloti hajmining bir qancha variantdagi trend modellari hosil qilindi va baholash mezonlari bilan baholab, optimal modellari tanlab olindi.

Jarayonni tahlil qilib, quyidagi natijaga erishdik (17-jadval).

17-jadval

Samarqand viloyatidagi jami eksport hajmiga yalpi hududiy mahsulot hajmining ta'siri asosida qurilgan regression model¹⁰⁵

Dependent Variable: Y ₁				
Method: Least Squares				
Sample: 2001 2021				
Included observations: 21				
O'zgaruvchi	Model koeffitsientlari	Standart xatolar	t-Styudent mezoni	P-qiymati
Y ₂	6.411563	0.877527	7.306403	0.0000
C	54217.06	13335.26	4.065692	0.0008
R-Determinatsiya koeffitsienti	0.758466	Bog'liq o'zgaruvchining o'rtacha qiymati		120433.4
Tekislangan R-Determinatsiya koeffitsienti	0.744258	Bog'liq o'zgaruvchining standart chetlanishi		84318.11
Regressiyaning standart xatosi	42640.43	Akaykening axborot modeli		24.25829
Qoldiqlar kvadratlar yig'indisi	3.09E+10	Shvarsning axborot modeli		24.35771
Maksimal o'xshashlik funksiyasining qiymati	-228.4538	Hannan-Quinn criter.		24.27512
F-fisher mezoni	53.38352	DW-Darbin-Uotson mezoni		2.034314
Prob(F-fisher mezoni)	0.000001			

¹⁰⁴Эконометрика: Учебник./Под ред.И.И.Елисеевой. –М.: Финансы и статистика,2003-с. 344.

¹⁰⁵Муаллиф томонидан ишлаб чирилган.

3.2–jadvaldagi olingan natijaning tahlili shuni ko‘rsatadiki, viloyat yalpi hududiy mahsulot hajmining rivojlanish jarayoni regression modelida Determinatsiya koeffitsienti $R = 0,7585$; $F_{\text{hisob}} = 53,384$; ($\alpha = 0,05$ bo‘lganda, $F_{\text{jad}} = 2,17$) ga teng. Student mezoni bo‘yicha har bir koeffitsientni taqqoslaganimizda jadval qiymatidan hisobiy qiymatlari katta ekanligi aniqlandi. Shuning uchun quyidagi regression modelni adekvat deb tanlab oldik:

$$Y_1 = 54217,06 + 6,412Y_2$$

$$t \quad (4,066) \quad (7,306)$$

Samarqand viloyatida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik tomonidan amalga oshirilgan eksport hajmi o‘shishiga quyidagi omillarni asosiy ta’sir etuvchi omillar sifatida oldik: yer maydoni (sug‘oriladigan, lalmikor), qishloq xo‘jalik mahsulotlari, sanoat mahsulotlari, qishloq xo‘jalik mahsulotlari eksporti bilan shug‘ullanuvchi tadbirkorlar soni, sanoat xo‘jalik mahsulotlarini eksporti bilan shug‘ullanuvchi tadbirkorlar soni. Bu omillar orqali ko‘p omilli regression model tuzishni maqsad qilib qo‘ydik.

Ko‘p omilli regression model tuzishning asosiy qoidalaridan biri modelga tanlanib olinadigan omillar o‘rtasida bog‘lanish zichliklarini aniqlash, ya’ni tanlanab olinayotgan omillar o‘rtasida bog‘lanish multikollinearlik muammosini tekshirish hisoblanadi. Buning uchun omillar o‘rtasida korrelyatsiya koeffitsientlari hisoblanadi, x_i va y_i o‘zgaruvchilar $i=1, \dots, n$ qiymatlarni qabul qilishda, x va y o‘rtasida chiziqli bog‘liqlikni ko‘rsatuvchi eng ko‘p tarqalgan ko‘rsatkich bo‘lib, korrelyatsiya koeffitsienti hisoblanadi, u quyidagicha hisoblanadi:¹⁰⁶

$$r_{xy} = \frac{Cov(x, y)}{\sqrt{Var(x)}\sqrt{Var(y)}}. \quad (7)$$

(7) tenglamaning suratida turgan $Cov(x, y)$ qiymat quyidagi nisbat bilan aniqlanadi:

$$Cov(x, y) = \frac{1}{n-1} \sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y}) \quad (8)$$

x va y o‘zgaruvchilarning kovariatsiyasi deyiladi va quyidagicha topiladi:

¹⁰⁶ Эконометрика: Учебник./Под ред.И.И.Елисеевой. –М.: Финансы и статистика, 2003 -с. 344.

$$Cov(x, x) = Var(x), Cov(y, y) = Var(y). \quad (9)$$

Natijaviy omil uchun ta'sir etuvchi omillar o'rtasida korrelyatsion matritsasi "Eviews 9" dasturida hisoblandi. Bu omillar o'rtasida multikolleniyarlik mavjud emasligini aniqlashda avtokorrelyatsion tahlil o'tkazamiz. Buni 18-jadvalda ko'rishimiz mumkin.

18-jadval

Yalpi hududiy mahsulot va unga ta'sir etuvchi omillar o'rtasidagi korrelatsion matritsasi

Covariance Analysis: Ordinary					
Sample: 2001 2021					
Included observations: 21					
Covariance					
Correlation					
SSCP					
t-Statistic					
Probability	Y ₂	X ₁	X ₂	X ₅	X ₈
Y ₂	1.24E+08				
	1.000000				
	2.36E+09				
X ₁	159812.1	644.8369			
	0.564547	1.000000			
	3036430.	12251.90			
	2.820070	-----			
	0.0118	-----			
X ₂	23040.72	99.72637	163.6653		
	0.161560	0.306978	1.000000		
	437773.6	1894.801	3109.641		
	0.674995	1.329914	-----		
	0.5088	0.2011	-----		
X ₅	38948681	53007.93	7005.642	12878768	
	0.973579	0.581673	0.152592	1.000000	
	7.40E+08	1007151.	133107.2	2.45E+08	
	17.57890	2.948403	0.636609	-----	
	0.0000	0.0090	0.5329	-----	
X ₈	874906.7	710.0892	180.7524	271066.1	7235.607
	0.922656	0.328738	0.166099	0.887975	1.000000
	16623227	13491.69	3434.295	5150256.	137476.5
	9.865059	1.435190	0.694493	7.961023	-----
	0.0000	0.1694	0.4968	0.0000	-----

Samarqand viloyatida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasida eksport hajmi o'sishiga ta'sir etuvchi omillar bo'yicha ko'p omilli empirik model tuzish

uchun, yuqorida keltirilgan barcha omillar olinadi va ularning modelda o'zlarini qanday tutishlari tekshirib ko'riladi¹⁰⁷.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasida eksport va xizmatlar hajmi hamda ularga ta'sir etuvchi omillar o'rtasidagi ekonometrik model tuzish va tahlil qilish uchun eng kichik kvadratlar usulidan foydalanamiz.

Chiziqli ko'p omilli ekonometrik model quyidagi ko'rinishga ega:

$$Y = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + \dots + a_nx_n \quad (10)$$

bu yerda: y - natijaviy omil; x_1, x_2, \dots, x_n - ta'sir etuvchi omillar.

(11) modeldagi noma'lum $a_0, a_1, a_2, \dots, a_n$ parametrlarni topish uchun quyidagi normal tenglamalar tizimi tuziladi:

$$\begin{cases} na_0 + a_1 \sum x_1 + a_2 \sum x_2 + \dots + a_n \sum x_n = \sum y \\ a_0 \sum x_1 + a_1 \sum x_1^2 + a_2 \sum x_1x_2 + \dots + a_n \sum x_nx_1 = \sum yx_1 \\ \dots \\ a_0 \sum x_n + a_1 \sum x_1x_n + a_2 \sum x_2x_n + \dots + a_n \sum x_n^2 = \sum yx_n \end{cases} \quad (11)$$

Darajali ko'p omilli ekonometrik model quyidagi ko'rinishga ega:

$$Y = a_0 * x_1^{a_1} * x_2^{a_2} * \dots * x_n^{a_n} \quad (12)$$

bu yerda: y - natijaviy omil; x_1, x_2, \dots, x_n - ta'sir etuvchi omillar.

(13) modelda natural logarifm orqali almashtirish olsak, u holda quyidagi ko'rinishga ega bo'lamiz:

$$\ln(y) = \ln(a_0) + a_1 \ln(x_1) + a_2 \ln(x_2) + \dots + a_n \ln(x_n). \quad (13)$$

(14) modelda $\ln(y) = y', \ln(a_0) = a_0', \ln(x_1) = x_1', \ln(x_2) = x_2', \dots, \ln(x_n) = x_n'$

belgilashlarni amalga oshirsak, u holda quyidagi ko'rinishga ega bo'lamiz:

$$y' = a_0' + a_1x_1' + a_2x_2' + \dots + a_nx_n'. \quad (14)$$

(15) modeldagi noma'lum a_0', a_1', \dots, a_n' parametrlarni topish uchun quyidagi normal tenglamalar tizimi tuziladi.

¹⁰⁷ Эконометрика: Учебник. /Под ред. И.И.Елисейевой. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 344 с.:

Samarqand viloyati kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni eksport hajmi o'sishi uchun regression modelni qurish hisoblangan DW mezonining qiymati jadval qiymatidan yuqori ekanligi aniqlandi. Agar natijaviy omilning qoldiqlarida avtokorrelyatsiya mavjud bo'lmasa, u holda hisoblangan DW mezonining qiymati 2 atrofida bo'ladi. Mazkur misolda hisoblangan DW mezonining qiymati 1,4 ga teng. Bu esa, natijaviy omil qoldiqlaridan avtokorrelyatsiya mavjud emasligini ko'rsatadi va natijaviy omil qoldiqlaridan avtokorrelyatsiya mavjud emasligini ko'rsatadi. Fisher va student mezonlari hisoblangan, hisoblangan qiymat jadval qiymatlari bilan taqqoslangan, jadval qiymatlaridan kattaligi aniqlangan. Quyidagicha empirik model hosil qilindi:

$$Y_2 = -17703,6 + 49,377X_1 - 20,625X_2 + 1,789X_5 + 49,562X_8 \quad (16)$$

$$t \quad (-1,767) \quad (1,582) \quad (-0,466) \quad (4,097) \quad (3,117)$$

Odatda, determinatsiya koeffitsienti [0;1] kesmada qiymatlarni qabul qiladi. Koeffitsient qiymati 1 ga qanchalik yaqin bo'lsa, bog'liqlik shunchalik kuchli hisoblanadi. Mazkur holatda determinatsiya koeffitsientining **0,969** qiymatga teng bo'lishi, modelda mazkur iqtisodiy ko'rsatkichlar o'rtasida yetarli darajada kuchli bog'liqlik mavjudligini bildiradi. Modellarini turli miqdordagi omillar bilan taqqoslash imkoniyati bo'lishi va ushbu miqdordagi omillar R^2 statistikaga ta'sir etmasligi uchun odatda, korreklashgan determinatsiya koeffitsientidan foydalaniladi¹⁰⁹ ya'ni:

$$R_{\text{текн}}^2 = 1 - \frac{s^2}{s_y^2} \quad (17)$$

Mazkur holatda ushbu tekislangan determinatsiya koeffitsienti **0,960** qiymatiga teng bo'lishi va uning R^2 ga yaqinligi, modelning ta'sir etuvchi omillar soni o'zgarishi atrofda qiymatlar qabul qilinishini bildiradi.

Tuzilgan ko'p omilli ekonometrik modelning statistik ahamiyatliligi va o'rganilayotgan jarayonga mos kelishini aniqlash uchun Fisherning F-mezonidan

¹⁰⁹Dimitrios Asteriou and Stephen G. Hall. Applied econometrics. A modern approach using Eviews and Microfit. Revised edition. Palgrave Macmillan, New York, 2007. – p.397

foydalanamiz. F-mezonning haqiqiy qiymati quyidagi formula yordamida hisoblanadi¹¹⁰:

$$F_{\text{hisob}} = \frac{R^2}{1-R^2} \cdot \frac{n-m-1}{m}, \quad (18)$$

Bu yerda: R^2 - determinatsiya koeffitsienti;

n - kuzatuvlar soni;

m - omillar soni.

F-mezonning haqiqiy qiymati $F_{\text{hisob}}=110,65$ ga teng. Agar haqiqiy qiymat jadvaldagi qiymatdan katta bo'lsa, u holda tuzilgan ko'p omilli ekonometrik model statistik ahamiyatli yoki o'rganilayotgan jarayonga adekvat deyiladi.

F-mezonning jadval qiymatini topamiz. Buning uchun ozodlik darajalari $k_1 = m$ va $k_2 = n - m - 1$ hamda α ahamiyatlik darajasi bo'yicha qiymatlarni hisoblaymiz. Ahamiyatlik darajasi $\alpha = 0,05$ va ozodlik darajalari $k_1=4$ va $k_2=20-4-1=15$ dan kelib chiqib, F-mezonning jadval qiymati $F_{\text{jadval}}=4,6777$ ga teng.

$F_{\text{hisob}} \gg F_{\text{jadval}}$ shartni qanoatlantiradi, bu esa, F-mezonning hisoblangan qiymati jadvaldagi qiymatidan katta ekanligidan statistik ahamiyatli bo'lib, undan qishloq xo'jaligiga xizmat ko'rsatuvchi infratuzilma xizmatlarini kelgusi davrlarga prognoz qilishda foydalanish mumkin.

Ko'p omilli ekonometrik model (18) parametrlari va korrelyatsiya koeffitsientlarining ishonchliligini tekshirishda Styudentning t -mezonidan foydalaniladi. Bunda ularning qiymati tasodifiy xatolar qiymatlari bilan taqqoslanadi¹¹¹.

Styudentning t -mezoni hisoblangan (t_{hisob}) va jadval (t_{jadval}) qiymatlarini taqqoslab, N_0 gipotezani qabul qilamiz yoki rad etamiz. Buning uchun t -mezonning jadval qiymatini tanlangan ishonchlik ehtimoli (α) va ozodlik darajasi (d.f. = $n - m - 1$)ni shartlar asosida topamiz. Bu yerda n -kuzatuvlar soni, m - omillar soni.

¹¹⁰Эконометрика: учебник. /Под ред. И.И.Елисеевой. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 344 с.

¹¹¹Эконометрика: Учебник. /Под ред. И.И.Елисеевой. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 344 с.:

Ishonchlilik ehtimoli $\alpha = 0,05$ va ozodlik darajasi $d.f. = 20 - 4 - 1 = 15$ bo'lganda, t -mezonining jadval qiymati $t_{\text{jadval}} = 2,1448$ ga teng.

Qishloq xo'jaligiga xizmat ko'rsatuvchi infratuzilma xizmatlari bo'yicha ko'p omilli ekonometrik modeldagi hisoblangan parametrlar uchun ham $|t_{\text{хисоб}}| \gg t_{\text{жад}}$ sharti qanoatlantirilishi lozim.

(19) model bo'yicha natijaviy omilning qoldiqlarida avtokorrelyatsiyani tekshirish uchun Darbin-Uotson (DW) mezonidan foydalanamiz¹¹²:

$$\begin{aligned}
 DW &= \frac{\sum_{t=2}^T (e_t - e_{t-1})^2}{\sum_{t=1}^T e_t^2} = \frac{\sum_{t=2}^T e_t^2 + \sum_{t=2}^T e_{t-1}^2 - 2 \sum_{t=2}^T e_t e_{t-1}}{\sum_{t=1}^T e_t^2} = \\
 &= 2 - 2 \frac{\sum_{t=2}^T e_t e_{t-1}}{\sum_{t=1}^T e_t^2} \approx 2(1 - \rho_1),
 \end{aligned}
 \tag{19}$$

Bu yerda, ρ_1 - birinchi tartibdagi korrelyatsiya koeffitsienti.

Natijaviy omil qoldiqlari qatorida avtokorrelyatsiya mavjud bo'lmasa, $DW = 2$, musbat avtokorrelyatsiyada DW nolga intiladi, manfiy avtokorrelyatsiyada esa 4 ga intiladi.

$$\begin{cases}
 \rho_1 = 0 \rightarrow DW = 2; \\
 \rho_1 = 1 \rightarrow DW = 0; \\
 \rho_1 = -1 \rightarrow DW = 4.
 \end{cases}$$

Hisoblangan DW jadvaldagi DW bilan qiyoslanadi.

Agar natijaviy omilning qoldiqlarida avtokorrelyatsiya mavjud bo'lmasa, u holda hisoblangan DW mezonining qiymati 2 atrofida bo'ladi. Mazkur misolda hisoblangan DW mezonining qiymati 1,4 ga teng. Bu esa, natijaviy omil qoldiqlaridan avtokorrelyatsiya mavjud emasligini ko'rsatadi.

Qo'rilgan modellarda (chiziqli regressiya tenglamalari uchun) hisobga olingan parametrlar turli ko'rsatkichlardan iborat, shuning uchun tahlil qilishda elastiklik koeffitsientlarini hisoblab chiqish lozim. 5-jadvalda qurilgan modelni tahlil qilishda elastiklik koeffitsientlarini hisoblab chiqdik (20-jadval).

¹¹²Dimitrios Asteriou and Stephen G. Hall. Applied econometrics. A modern approach using Eviews and Microfit. Revised edition. Palgrave Macmillan, New York, 2007. – p.140-143.

Samarqand viloyati kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning eksport hajmi o‘shishi uchun qurilgan modelning koeffitsientlari elastikligi¹¹³

O‘zgaruvchi	Model koeffitsientlari	Standartlashtirilgan koeffitsient	Elastiklik koeffitsienti
X ₁	49.37683	0.112477	1.612316
X ₂	-20.62517	-0.023670	-0.120287
X ₅	1.789075	0.575945	0.594256
X ₈	49.56256	0.378187	0.627914
C	-17703.62	NA	-1.714197

Hosil qilingan modelni tahlil qiladigan bo‘lsak, sug‘oriladigan yer maydoni (X₁) 1 foizga oshirilsa, yalpi hududiy mahsulot hajmi (Y₂) 1,612 foizga oshishi, lalmi yer maydoni (X₂) 1 foizga oshirilsa, yalpi hududiy mahsulot hajmi (Y₂) 0,12 foizga kamayishi, sanoatda ishlab chiqarilgan mahsulot hajmi (X₅) 1 foizga oshirilsa, yalpi hududiy mahsulot hajmi (Y₂) 0,594 foizga va qishloq xo‘jalik mahsulotlari eksporti bilan shug‘ullanuvchi korxonalar soni (X₈) hajmi 1 foizga oshirilsa, yalpi hududiy mahsulot hajmi (Y₂) 0,628 foizga oshishi aniqlandi.

Qo‘rilgan modellar orqali eksport hajmi va unga ta’sir etuvchi omillarni 6-jadvalda prognoz varianti ishlab chiqildi.

Prognoz variantlarini ishlab chiqish uchun modeldagi X₁, X₂, X₃, X₄, X₅, X₆, X₇, X₈, X₉, o‘zgaruvchilarning trend tenglamalarini aniqlashda “MS Excel” dasturidan foydalanildi. Quyida har bir omilning vaqtga bog‘liqlik trend tenglamalari keltirilgan(34-rasm).

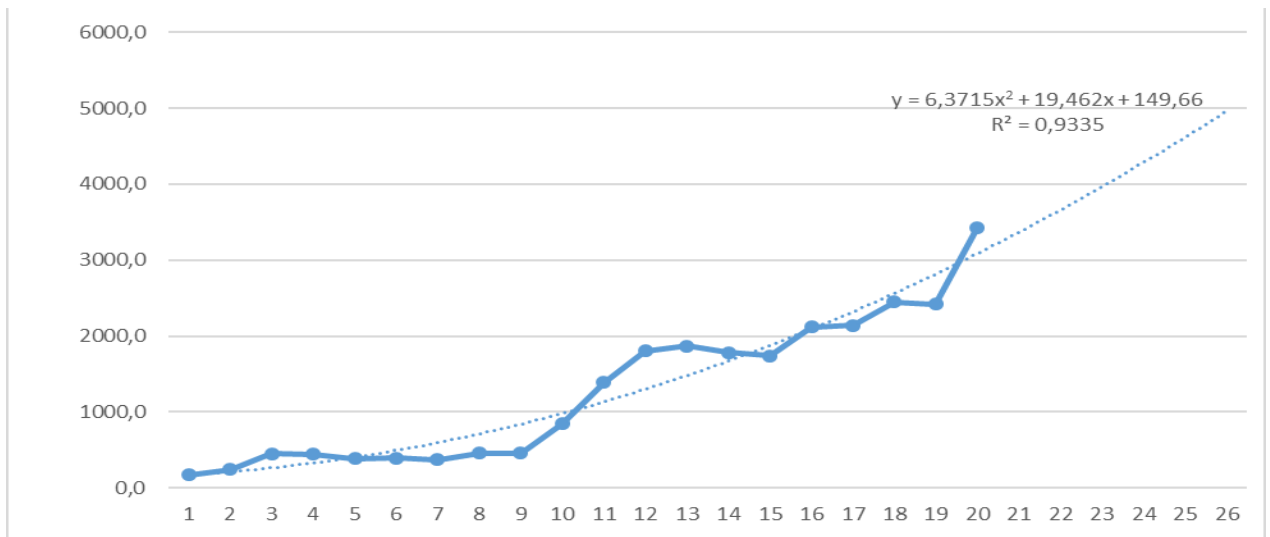
Samarqand viloyatida jami eksport, X_u:

$$X_1 = 50,567 * \ln(t) + 103,35; R^2=0,9194.$$

Samarqand viloyati jami ekin maydoni X_u:

$$X_2 = 6,3715 * t^2 + 19,462 * t + 149,66; R^2=0,9335.$$

¹¹³Муаллиф томонидан “Eviews 9” дастуридан фойдаланиб олинган натижаси.



34-rasm. “MS Excel” dasturida aniqlangan trend tenglamalar

Ushbu “MS Excel” dasturida aniqlangan trend tenglamalari va Eviews 9 dasturida aniqlanib, turli statistik ahamiyatlilik mezonlarida tekshirilgan tadbirkorlik subyektlarini tovar va xizmatlar hajmining regressiya tenglamasidan foydalanib qurilgan modellar kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatida yaratilgan tovar va xizmatlar hajmi hamda unga ta’sir etuvchi omillarning prognoz varianti ishlab chiqildi (21-jadval).

21-jadval

Samarqand viloyatida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning eksport faoliyati va unga ta’sir etuvchi omillar prognozi

Yillar	Jami eksport (ming AQSh dollari)	YaHM (mlrd.so‘m)	Jami ekin maydoni		Qishloq xo‘jalik mahsulotlari		Sanoat mahsulotlari			Eksport bilan shug‘illanuvchi korxonalar soni	
			Sug‘oriladigan yer maydoni (ming gektar)	Lalmi yer maydoni (ming gektar)	Yetishtirilgan mahsulotlar (ming tonna)	Eksport (ming tonna)	Ishlab chiqarildi (mlrd. so‘m)	Tadbirkorlik subyektlarining ulushi (mlrd.sum)	Eksport (ming dollar)	Qishloq xo‘jalik mahsulotlari	Sanoat mahsulotlari
№	Y ₁	Y ₂	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	X ₈	X ₉
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
2021	250485	40497,6	355,1	69,2	2079,2	5787	20313,6	13786,8	383271,0	381,0	160
2022	264015	45825,67	6187,8	69,8	1802,3	2814,3	26245,4	18901,0	457987,7	433,7	185
2023	277545	51483,88	170,8	70,4	1490,9	12080,2	33909,4	25912,2	547270,1	490,2	213
2024	291075	57472,23	160,0	71,0	1145,1	22010,7	43811,3	35524,3	653957,5	550,8	242
2025	304605	63790,72	148,8	71,6	764,9	32605,8	56604,7	48701,8	781443,1	615,2	274
2026	318135	70439,35	137,2	72,1	350,2	43865,5	73133,8	66767,5	933781,4	683,7	307

Samarqand viloyatida yalpi hududiy mahsulot hajmi 2026 yilga borib 70439,35 mlrd. so‘m (2021 yil narxlarida) bo‘lishi, bu esa, 2021 yildagidan 153 foizga oshishi kutilgan.

Jami eksport hajmi 318135 (AQSh dollari) ni tashkil qiladi deb prognoz qilingan.

Samarqand viloyatida 2021-2026 yillar uchun tadbirkorlik subyektlari eksporti hajmi bo‘yicha prognozda 2025 yilga borib viloyatda tadbirkorlik subyektlari eksportini umumiy eksport hajmidagi ulushi o‘sishi kuzatilgan.

Sohani rivojlantirish bo‘yicha qabul qilingan me‘yoriy-xuquqiy xujjatlar mamlakatimizda tadbirkorlik sub‘eklarining eksport manbalaridan foydalanish ko‘lamini oshirishga xizmat qilmoqda. Bu me‘yoriy hujjatlar ijrosining amaliy natijasi sifatida mamlakatimizda raqamli platformalardan foydalanishni rivojlantirish masalalarini ko‘rib chiqish zarurdir.

Tahlillar shuni ko‘rsatmoqdaki, umuman, eksportning samaradorligi o‘sib bormoqda va tadbirkorlik subyektlari xalqaro bozorda o‘z mavqeini mustahkamlashi va raqiblariga nisbatan katta raqobat yaratishi mumkin.

Shuni ta’kidlash kerakki, ko‘rib chiqilayotgan ko‘rsatkichlar o‘zgarishiga tashqi va ichki omillar, jumladan, qishloq xo‘jaligi mahsulotlarining raqobatbardoshligi ham ta’sir ko‘rsatadi.

III bob bo'yicha xulosa

1. Tadbirkorlik subyektlari eksportida samaradorligini baholash eksport faoliyatini innovatsion rivojlantirish, xalqaro bozorini kompleks tadqiq qilish va innovatsion faoliyat yo'nalishlarini aniqlash, tadbirkorlik subyektlari eksportida raqamli platformalardan foydalanish salohiyatini oshirish bo'yicha chora-tadbirlar ishlab chiqish, hudud yoki mamlakat eksport tizimini istiqbolli strategiyalari bo'yicha bir qator qarorlar qabul qilish imkoniyatini beradi.

2. Tadbirkorlik subyektlari eksporti raqamli platformalardan foydalanish samaradorligi bozorini kompleks tadqiq qilish va innovatsion faoliyat yo'nalishlarini aniqlash, tadbirkorlik subyektlari eksportini rivojlantirishda raqamli platformalardan foydalanish salohiyatini oshirish bo'yicha chora-tadbirlar ishlab chiqish, hudud eksport tizimini istiqbolli strategiyalarini ishlab chiqish imkonini beradi.

3. Eksport samaradorligini oshirish uchun avvalo, uning salohiyatini oshirish va rivojlantirish masalalarini tizimli tadqiq qilish nuqtai nazaridan yondashuv talab etiladi.

4. Tadbirkorlik subyektlari eksportini rivojlantirishda raqamli iqtisodiyot texnologiyalarining ko'rsatkichlari hajmi ta'sirini baxolashning innovatsion faoliyat samaradorligini belgilash orqali amalga oshirilishi maqsadga muvofiq.

5. Tadbirkorlik subyektlari eksportini rivojlantirishda raqamli platformalardan samarali foydalanish natijasida uning iqtisodiy samaradorligi, texnik ko'rsatkichlarini yaxshilashga erishish mumkin. Uni baholash natijasi esa, xizmatlarni tijoratlashtirishning mavjud salohiyatdan foydalanish darajasini ifodalaydi.

6. Tadbirkorlik subyektlarini eksport samaradorligini axborot-kommunikatsiya texnologiyalari yordamida aniqlash usullari ishlab chiqilgan.

XULOSA

Xulosa qilib aytishimiz mumkinki, eksport qilishda raqamli platformalardan foydalanish katta samara beradi. Buning uchun eksport jarayonida zarur bo'lgan elektron savdo maydonchalaridan samarali foydalanish lozim. Viloyatdagi eksportyor korxonalarining tovar va xizmatlari savdo maydonchalari qanchalik ko'p bo'lsa, sizning molingiz yoki xizmatlaringizni qidirib topish osonlashadi. Elektron savdo maydonchalarini imkoniyatlari va afzalliklarini, jumladan, tovarlar (xizmatlar) uchun, ayniqsa, joylarda naqd pulsiz hisob-kitoblarni ommalashtirish darajasi pastligicha qolmoqda, bu esa xufiyona iqtisodiyot hajmining oshishiga va davlat budjetiga soliq tushumlarining kamayishiga olib kelmoqda.

Rivojlangan davlatlar tajribasidan kelib chiqib shuni aytishimiz mumkinki, ularda bir nechta savdo maydonchalari mavjud bo'lib, undan kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari o'z mahsulotlarini sotishda keng foydalanmoqdalar.

Tadbirkorlik subyektlari eksportini rivojlantirishda raqamli platformalardan foydalanishni takomillashtirish bo'yicha olib borilgan ilmiy tadqiqotlar asosida quyidagi xulosalar shakllantirildi:

1. Tadbirkorlik subyektlari eksportida samaradorligini baholash eksport faoliyatini innovatsion rivojlantirish, tadbirkorlik subyektlari eksportini rivojlantirishda raqamli platformalardan foydalanish bo'yicha mavjud muammolarni bartaraf etish, shuningdek eksport salohiyatini oshirish bo'yicha chora-tadbirlar ishlab chiqish, hududlarning eksport tizimini istiqbolli strategiyalari bo'yicha bir qator qarorlarni qabul qilish imkoniyatini beradi.

2. Samarqand viloyatida tadbirkorlik subyektlari eksportini rivojlantirishda raqamli platformalardan foydalanishdagi tizimli muammolar o'rganildi va sohada olib borilayotgan amaliy ishlar va eksport faoliyatini rag'batlantirish, hududlararo eksport bo'yicha hamjihatlikni ta'minlash, xalqaro bozorga chiqish uchun tadbirkorlik subyektlari eksportini rivojlantirishda raqamli platformalarning samarali mexanizmini yo'lga qo'yish zarurligi taklif etildi.

3. Tadbirkorlik subyektlari tomonidan turli yo‘nalishlarga ixtisoslashgan konsalting xizmatlardan raqamli platformalar asosida foydalanishda raqamli eksport agentlari yordamida yo‘lga qo‘yish orqali eksport hajmini oshirish evaziga eksport qiluvchi tadbirkorlik subyektlari soni 75 taga ko‘payib, tovarlarni eksport qilish hajmini 17% oshirishga erishildi.

4. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari sohasidagi mahalliy eksportyor korxonalar, frilanserlarni qo‘llab-quvvatlash orqali eksporti hajmini oshirish, raqamli xizmatlarga talab yuqori bo‘lgan buyurtmalarni markazlashgan holda jalb qilish imkoniyati yaratildi.

5. Tadbirkorlik bo‘yicha xodimlar malakasini oshirish va bu borada innovatsion konsalting faoliyatini rivojlantirish maqsadga muvofiq.

6. Elektron savdo orqali sotilgan tovar va xizmatlardan olingan daromaddan to‘lanadigan soliq to‘lovlari bo‘yicha imtiyozlar berish bo‘yicha tadbirkorlik subyektlarini rag‘batlantirish kerak.

7. Samarqand viloyatida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning eksport hajmi o‘sishi uchun qurilgan modelni tahlil qiladigan bo‘lsak, sug‘oriladigan yer maydoni (X1) 1 foizga oshirilsa, yalpi hududiy mahsulot hajmi (Y2) 1,612 foizga oshishi, lalmikor yer maydoni (X2) 1 foizga oshirilsa, yalpi hududiy mahsulot hajmi (Y2) 0,12 foizga kamayishi, sanoatda ishlab chiqarilgan mahsulot hajmi (X5) 1 foizga oshirilsa, yalpi hududiy mahsulot hajmi (Y2) 0,594 foizga va qishloq xo‘jalik mahsulotlari eksporti bilan shug‘ullanuvchi korxonalar soni (X8) hajmi 1 foizga oshirilsa, yalpi hududiy mahsulot hajmi (Y2) 0,628 foizga oshishi aniqlandi.

8. Tadbirkorlik subyektlari eksport faoliyatida elektron savdo maydonchalaridan foydalanish, elektron savdo maydonchalari faoliyatini rivojlantirish va internet orqali mahsulotlar reklamasini joriy etish, tashqi bozorga kirib borish uchun muhim vositalardan biri bo‘lib hisoblanadi. Shu bilan birgalikda, mahsulotlarning xaridorgir bo‘lishi uchun mijozlarni savdo jarayonlaridan xabardor qilib turish zarur.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

I.Normativ-huquqiy hujjatlar va metodologik ahamiyatga molik nashrlar

- 1.1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Telekommunika-siyalar to‘g‘risida”gi Qonuni. 822-I-son. 1999 yil 20 avgust. www.lex.uz
- 1.2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Axborotlashtirish to‘g‘risida”gi 560-II-son Qonuni. 2003 yil 11 dekabr. www.lex.uz
- 1.3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Elektron hujjat aylanishi to‘g‘risida”gi 611-II-son Qonuni// 2004 yil 29 aprel. www.lex.uz
- 1.4. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Elektron tijorat to‘g‘risida”gi O‘RQ-385-son (yangi tahriri) Qonuni. 2015 yil 22 may. www.lex.uz
- 1.5. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Elektron to‘lovlar to‘g‘risida”gi O‘RQ–13-son Qonuni 2005 yil 16 dekabr. www.lex.uz
- 1.6. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Kompyuterlash-tirishni yanada rivojlantirish va axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini joriy etish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi 200-son qarori, 2002 yil 6 iyun. www.lex.uz
- 1.7. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining “Joylarda kompyuterlashtirish va axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini yanada rivojlantirish uchun shart-sharoitlar yaratish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi 24-son Qarori 2012 yil 1 fevral. www.lex.uz
- 1.8. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 7 fevraldagi “O‘zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo‘yicha Harakatlar strategiyasi to‘g‘risida”gi PF- 4947-son Farmoni. www.lex.uz
- 1.9. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2013 yil 27 iyundagi “O‘zbekiston Respublikasi Milliy axborot-kommunikatsiya tizimini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi 1989-son qarori. www.lex.uz
- 1.10. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Mahalliy eksport qiluvchi korxonalarni rag‘batlantirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida” gi qarori. 2017 yil 28 iyul. www.lex.uz

1.11. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Xususiy mulk, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni ishonchli himoya qilishni ta’minlash, ularni jadal rivojlantirish yo‘lidagi to‘siqlarni bartaraf etish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Farmoni. 2015 yil 15 may.

1.12. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Tadbirkorlik faoliyatining jadal rivojlanishini ta’minlashga, xususiy mulkni har tomonlama himoya qilishga va ishbilarmonlik muhitini sifat jihatidan yaxshilashga doir qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi Farmoni. 2016 yil 5 oktabr.

1.13. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Aholiga davlat xizmatlari ko‘rsatishning milliy tizimini tubdan isloh qilish chora-tadbirlari to‘g‘risida” gi PF-5278-son Farmoni., 2017 yil 12 dekabr.

1.14. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 12 apreldagi “O‘zbekiston Respublikasi Davlat bojxona xizmati organlari faoliyatini tubdan takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PF-5414-son Farmoni www.lex.uz

1.15. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2012 yil 30 dekabdagi “Interaktiv davlat xizmatlari ko‘rsatishni hisobga olgan holda Internet tarmog‘ida O‘zbekiston Respublikasining Hukumat portali faoliyatini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida” gi 378-son qarori. www.lex.uz

1.16. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “O‘zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo‘yicha Harakatlar strategiyasi to‘g‘risida”gi Farmoni, 2017 yil 7 fevral

1.17. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Kichik sanoat zonalari faoliyatini muvofiqlashtirish va boshqarishni yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PQ-4363-sonli Qarori. 2019 yil 21 iyun.

II. Monografiyalar, ilmiy maqolalar, patentlar, ilmiy to‘plamlar

2.1. Mamasoatov D.R. Tadbirkorlik subyektlari eksportida axborot - kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalanishni takomillashtirish Monografiya-T.: “IQTISOD-MOLIYA”, 2020. 120 bet.

2.2. G‘ulomov S.S, Ergashev R.X, Xamraeva S.N. Raqamli iqtisodiyot O‘quv qo‘llanma. -Toshkent-2020 y.

2.3. Abdullaev O.M, Fattoxov.A.A, Axmevov K. Raqamli iqtisodiyot O‘quv qo‘llanma. -Toshkent-2020 y.

2.4. Dadabaeva R.A, Shoaxmedova N.X, Ibragimova L.T va boshqalar. Iqtisodiyotda axborot-kommunikatsiyalar va tizimlar. O‘quv qo‘llanma. Toshkent-2019 y.

2.5. Попов А.О “Совершенствования государственного управления экономикой на основе внедрения информатсионны технология”// Материалы Вестника Государственного университета управления серия “Развитие отраслевого и регионалоого управления №10/10 ” Москва 2007 г;

2.6. Kenneth C.Laudon, Jane P.Laudon, “Management Information System: managing the digital firm”. Eleventh Edition / Global Edition. Washington; Pearson 2010 653 p;

2.7. Toshio Obi. “The Innovative CIO and e-Participation in e-Government Initiatives”.Amsterdam. IOS Press, 2010. 245;

2.8. Besanko D.M.Schanley and S.Schaefer. Economics of Strategy.5 e. 2009;

2.9. Гулямов С.С. “Рол ИКТ в повышении эффективности антикризисных программ” Материалы международной конференции посвященной книге И.А.Каримов. Мировой финансово-экономический кризис пути и меры по его преодолению в условиях Узбекистана. Т.Фан 2010 г

2.10. Alimov R.X. Begalov B.A “Axborot–kommunikatsiyalar bozorining shakllanishi va rivojlanishi” 2001 yil Toshkent.

2.11. Kenjabaev A.T. “Tadbirkorlik faoliyatida axborotlashtirish milliy tizimini yaratish”. Iqtisod fanlari doktori ilmiy darajasini olish uchun yozilgan dissertatsiya Toshkent-2005 y

2.12. В.Ш.Рапопорт. Диагностика управления (практический опыт и рекомендации), М., “Экономика”, 1998 г

2.13. Т.К.Горемыкина, О.Ю.Осипенкова. Международный стандарты аудита. – М: Издательсво МГИУ, 2007. 179-191 с.

2.14. N.A.Muminov, D.Ahmedov, S.Qosimov, X.Mamajonov va boshqalar. Kichik va o'rta biznes strategiyasi (I va II qism) O'R FA "Kibernetika" IChB Toshkent 1999 y.

2.15. Amirov D.M. Atadjanov A.Yu. Atadjanov D.Yu. Ibragimov D.A. Rahimjonov Z.Yo. Saidxo'jaev S.S. "Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari izohli lug'ati" Toshkent: BMTTDning O'zbekistondagi vakolatxonasi, 2010.

2.16. B.T.Salimov, M.S.Yusupov, A.S.Yusupov "Qishloq xo'jaligi mahsulotlarini eksport qilish" O'quv-amaliy qo'llanma. T.: "Fan va texnologiya", 2015 yil 55- bet

2.17. Сергеев, Л. И. "Сифровая экономика": учебник для вузов / Л. И. Сергеев, А. Л. Юданова ; под редакцией Л. И. Сергеева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 332 с. — (Высшее образование). — ИСБН 978-5-534-13619-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — УРЛ: [хттпс://урайт.ру/бсоде/466115](https://uraйт.ру/бсоде/466115) (дата обращения: 19.05.2021).

2.18. Е.А. Бренделева "Основы цифровой экономики": учебное пособие Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации .— М. : Научная библиотека, 2018 .— 238 с

2.19. М. Н. Конягина "Основы цифровой экономики" : учебник и практикум для вузов Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 235 с. — (Высшее образование).

2.20. Г.Г. Головенчик "Основы цифровой экономики" учеб.-метод. комплекс . – Минск : БГУ, 2020. ИСБН 978-985-566-847-4.

2.21. D.R.Mamasoatov "Tadbirkorlik subyektlari eksportida axborot kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalanish" Biznes ekspert jurnali, 2018 yil. 3-son, 30-32 betlar

2.22. D.R.Mamasoatov "Tadbirkorlik subyektlarini axborot-kommunikatsiya texnologiyalari yordamida eksport samaradorligini aniqlash usullari" TMI Moliyachi jurnali, 2018 yil. 3-son, 30-34 betlar.

2.23. D.R.Mamasoatov “Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari eksportini qo‘llab-quvvatlash” “Xalqaro moliya va hisob” ilmiy elektron jurnali. №3, iyun, 2018 yil.

2.24. D.R.Mamasoatov “Tadbirkorlik subyektlari eksportidagi masofaviy interaktiv xizmatlarni qo‘llashning amaliy jihatlari” Davlat boshqaruv akademiyasi. Jamiyat va boshqaruv jurnali, 2018 yil. 2-son, 117-121 betlar

2.25. D.R.Mamasoatov “Tadbirkorlik subyektlari tomonidan mahsulotlarni elektron savdo maydonchalari orqali sotishni tashkil qilish yo‘llari” O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi huzuridagi “El-yurt umidi jamg‘armasi” Uzbridge elektron jurnali. №1, may, 2019 yil

2.26. D.R.Mamasoatov “Tadbirkorlik subyektlari eksportida axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalanishdagi tizimli muammolar” XI Forum ekonomistov 2019 yil 25 oktabr 135-144 betlar.

2.27. D.R.Mamasoatov “Tadbirkorlik subyektlari eksportida axborot - kommunikatsiya texnologiyalardan foydalanishdagi tizimli muam-molarni bartaraf etish yo‘llari” Ilm-fan va innovatsion rivojlanish jurnali, 2019 yil 5-son, 24-29 betlar.

2.28. D.R.Mamasoatov “Hududlarning eksport salohiyatini oshirish uchun ichki resurslarni aniqlash” Ilm-fan va innovatsion rivojlanish jurnali, 2019 yil 2-son, 117-121 betlar.

2.29. D.R.Mamasoatov “Important features of fruit and vegetable for export potential in Uzbekistan”International Scientific Journal Theoretical & Applied Science SOI: 1.1/TAS DOI:10.15863/TAS Published: 29.07.2019

2.30. D.R.Mamasoatov “Samarqand viloyatida tadbirkorlik subyektlari eksportida axborot - kommunikatsiya texnologiyalardan foydalanish” Davlat boshqaruv akademiyasi. Jamiyat va boshqaruv jurnali, 2019 yil. 3-son, 117-124 betlar.

2.31. D.R.Mamasoatov “Meva va sabzavot mahsulotlari eksport salohiyatining tahlili va uni rivojlantirishning asosiy yo‘nalishlari” Iqtisodiyot va ta’lim jurnali, 2019 yil. 4-son, 192-199 betlar.

2.32. Д.Р.Мамасоатов “Использование информатсионно-коммуникатсионных технологий при экспорте хозяйствующих субъектов Самаркандской области” Журнали “Наука и практика” Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова Т. 11. № 4 (36). 2019

2.33. D.R.Mamasoatov “Tadbirkorlik subyektlari eksportida axborot kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalanishni takomillashtirish istiqbollari” Innovatsion texnologiyalar jurnali, 2020 yil. 2-son, 102-110 betlar

2.34. Rasulov M. Bozor iqtisodiyoti asoslari .Т.:”O‘zbekiston”. 1999.216-b.

2.35. Савченко В. Фономены предпринимательства. Рос., Экон, журнал. 1995. № 9, 46-б.

2.36. Шамхалов Ф. Роль предпринимателя в рыночной экономической системе. М.: Маркетинг. 1997. № 3. с.95.

2.37. Маршалл А. Принципы экономической науки. Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1993. Т. 1, 377-б.

2.38. Вебер М. Пратестанкская этика и дух капитализма. Пер. с немецкого. –М.: Прогресс, 1990, 85-б.

2.39. Хизрич Р., Питерс М. Предпринимательство. Вып.1. М., 1991, с.20.

2.40. Друкер П. Рынок: как выйти в дилеры. Практика и принципы. – М.: 1992. с. 1998.

2.41. Хоскинг А. Курс предпринимательства. –М., 1993, с.28

2.42. Карлов Б. Деловая стратегия: концепция, содержание, символы. Пер. с англ. –М.: 1992, с. 176.

2.43. G‘ulomov S.S. Tadbirkorlik va kichik biznes. –Т.:1998.-32-b.

2.44. O‘lmasov A., Sharifxo‘jaev M. Iqtisodiyot nazariyasi. –Т.: Mehnat. 1995. 192-b.

2.45. Abdullaev Yo., Karimov F. «Kichik biznes va tadbirkorlik asoslari». – Т.: “Mehnat”.2000.-9-b.

2.46. Abulqosimov X. Xususiy kichik tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishning iqtisodiy muammolari.–Т.: TDTU nashiriyoti.1998.b.

III. Foydalanilgan boshqa adabiyotlar

- 3.1. O‘zbekiston Respublikasi Investitsiyalar va tashqi savdo vazirligi huzuridagi “Eksportni rag‘batlantirish agentligi to‘g‘risida” Nizom.
- 3.2. O‘zbekiston Respublikasi Markaziy banki “iqtisodiyot real sektori korxonalarini bilan o‘tkazilgan so‘rov natijalari” 2018 yil IV chorak. 2019 yil
- 3.3. O‘zbekiston Respublikasi tadbirkorlarning transport va ombor logistika holati va istiqbollari bo‘yicha so‘rov natijalari. Biznes logistika assotsiatsiyasi malumoti.
- 3.4. www.worldbank.org Jahon banki ma’lumotlaridan foydalanildi.
- 3.5. O‘zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo‘mitasi ma’lumotlari.
- 3.6. Samarqand viloyati statistika boshqarmasi ma’lumotlaridan foydalanildi.
- 3.7. Axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalarini rivojlantirish vazirligi Samarqand viloyati hududiy boshqarmasi ma’lumotlaridan foydalanildi.
- 3.8. International Telecommunications Union. <https://www.itu.int/net>
- 3.9. www.doingbusiness.org.- Jahon bankining metodologiyasiga ko‘ra, yillik hisobot nashri.
- 3.10. Institut analiza investitsionnoy politiki. <http://xn--80aplem.xn--p1ai/analytics/Evropejskij-opyt-onlajn-instrumenty-dla-malogo-i-srednego-biznesa/>
- 3.11. www.oecdstat.com – ma’lumotlari asosida muallif ishlanmasi.
- 3.12. Davlat boshqaruvida axborot-kommunikatsiya texnologiyalari umumiy tushunchalar. Jahon tajribasi. O‘zbekistonda joriy etish istiqbollari. 2015 yil.
- 3.13. <http://Russian.doingbusiness.org/data/exploreeconomies/uzbekistan>.

ILOVALAR

**Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning ulushi
(Respublika bo'yicha)**

Yillar	YaIM	Sanoat	Qurilish	Bandlik	Eksport	Import
2000	31,0*	12,9*	38,4*	49,7*	10,2	22,8
2001	33,8*	12,5*	40,4*	51,8*	9,3	26,7
2002	34,6*	15,4*	42,0*	53,5*	7,5	24,9
2003	35,0	10,8	39,9	56,7	7,3	33,7
2004	35,6	11,0	49,6	60,3	7,3	32,7
2005	38,2	10,0	50,9	64,8	6,0	33,7
2006	42,1	10,9	52,1	69,1	11,2	34,2
2007	45,7	13,2	55,4	72,1	14,8	32,0
2008	48,2	14,6	58,4	73,1	12,4	35,7
2009	50,1	17,9	42,4	73,9	14,6	42,5
2010	52,5	26,6	52,5	74,3	13,7	35,8
2011	54,0	28,6	67,6	75,1	18,8	34,3
2012	54,6	29,7	70,0	75,6	14,0	38,6
2013	55,8	33,0	70,6	76,7	26,2	42,4
2014	56,1	36,8	69,5	77,6	27,0	45,4
2015	62,9**	40,6	66,7	77,9	27,0	44,5
2016	64,9**	45,3	66,9	78,2	26,0	46,8
2017	63,4**	41,2	64,8	78,0	22,0	53,6
2018	60,4**	37,4	73,2	76,3	27,2	56,2
2019	56,5***	25,8	75,8	76,2	27,0	61,6
2020	51,3	25,3	71,0	73,8	22,3	47,7

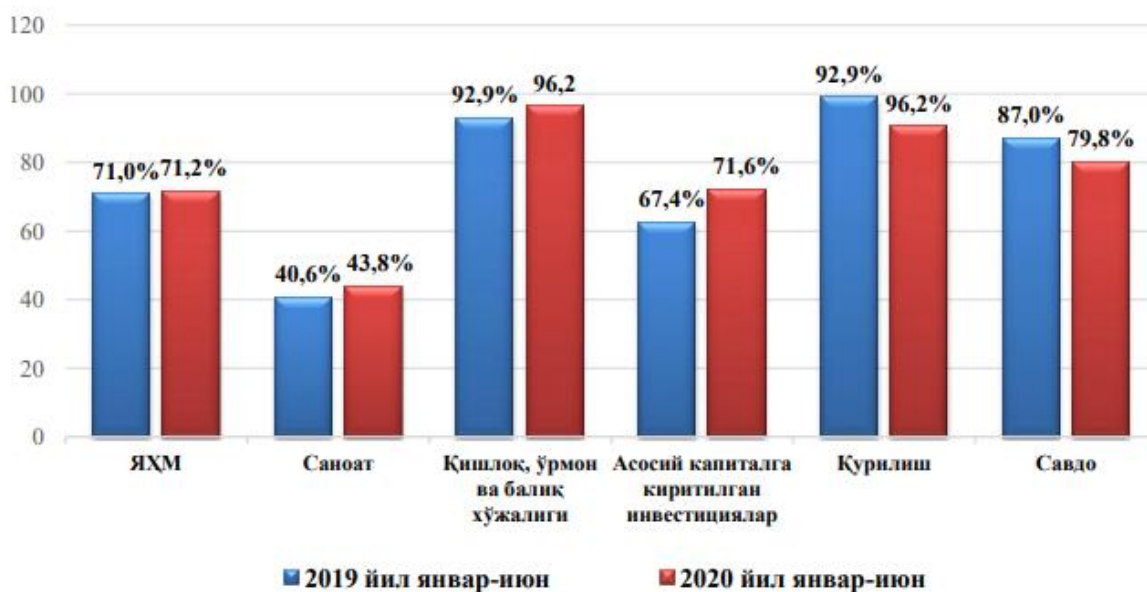
*) Kichik va o'rtta biznes

***) 2015-2018 yillar uchun ma'lumotlar aniqlik kiritilgan (qayta baholab chiqilgan) ma'lumotlarni hisobga olgan holda keltirilgan

****) Dastlabki ma'lumotlar

2-ilova

Yalpi hududiy mahsulot va iqtisodiyot tarmoqlari mahsuloti (ishlar, xizmatlar) umumiy hajmida kichik tadbirkorlik (biznes) ulushining o'zgarishi (umumiy hajmga nisbatan foiz hisobida)

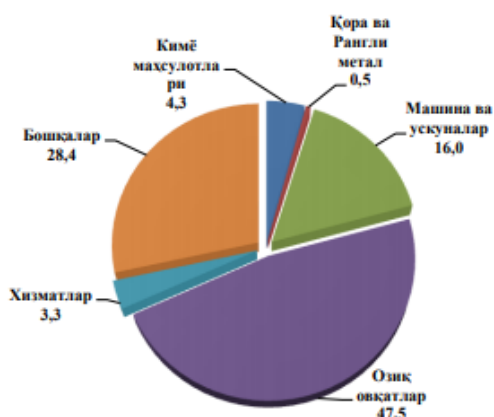


3-ilova

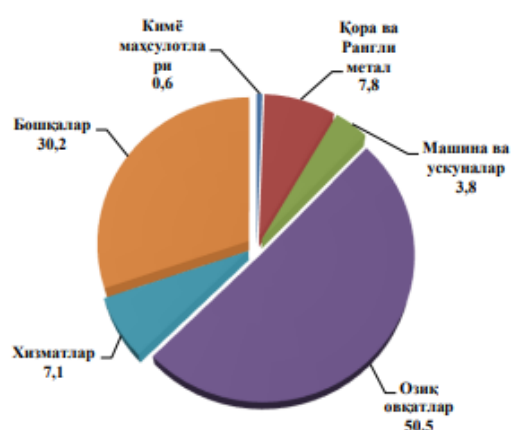
2020 yil yanvar-iyunida MDH va boshqa xorij davlatlari bilan amalga oshirilgan tashqi savdo tarkibi (ulush xisobida)

Экспорт

МДХ

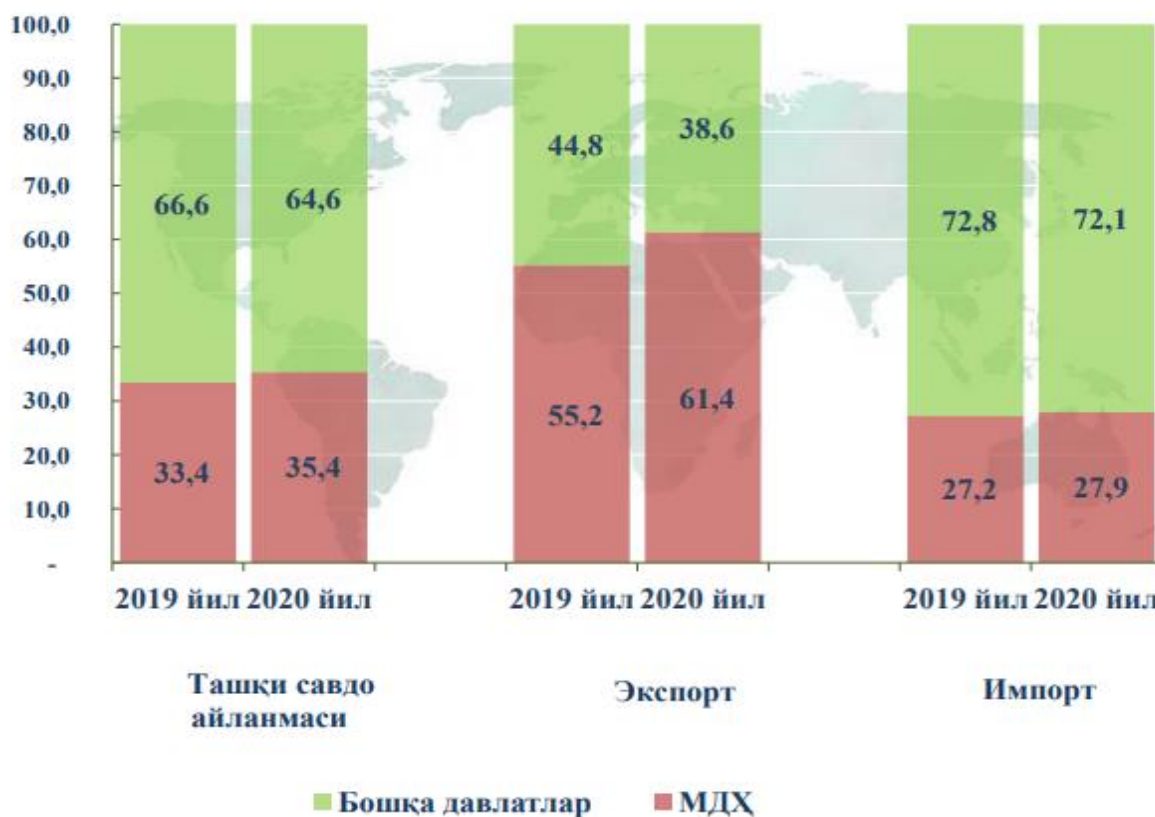


Бошқа xorij davlatlari



4-ilova

2020 yil yanvar-iyunida viloyat tashqi savdo aylanmasida MDH va boshqa davlatlarning ulushi (foiz hisobida)



5-ilova

Tashqi savdo aylanmasining qit'alar bo'yicha tarkibi (umumiy hajmga nisbatan foiz hisobida)



2020 yilning yanvar-iyunida viloyat tashqi savdo aylanmasida katta ulushga ega bo'lgan davlatlar bilan tovar aylanmasi

Mamlakatlar	Viloyat tovar aylanmasida ulushi, foiz hisobida	2019 yilga nisbatan, % da
Xitoy	21,0	93,0
Rossiya Federatsiyasi	15,2	80,3
Qozog'iston	10,5	76,3
Turkiya	9,4	69,2
Yaponiya	5,5	104,3
Sloveniya	2,6	2,6 m.
Latviya	2,3	58,0
Germaniya	2,3	32,1
Ukraina	2,2	91,3
Tojikiston	2,2	2,1 m.
Vengriya	1,8	2,1 m.
Gruziya	1,6	3,5 m.
Qirg'iziston Respublikasi	1,6	195,0
Eron	1,4	49,7
Turkmaniston	1,4	164,2
Polsha	1,3	93,9
Hindiston	1,1	67,6
Janubiy Koreya	1,0	30,4
Gollandiya	1,0	87,0

Modellarni solishtirish¹¹⁴

Modellar	SS	VS	Transchegaraviy savdo	
Tavsif	Chet eldagi tanishlar yoki xususiy haridorlar orqali tovarlarni sotib olish va xalqaro pochta orqali jo‘natish	Chet el elektron tijorat platformalari orqali tovarlarni xarid qilish va ularni xalqaro pochta xizmati orqali jo‘natish	Milliy elektron tijorat platformalari orqali import tovarlarni sotib olish	
Savdo usullari	S2S	V2S	V2S	
Mahsulotlar assortimenti	Cheklanmagan	Cheklanmagan	Transchegaraviy elektron tijorat uchun ruxsat berilgan import tovarlar ro‘yxati	Transchegaraviy elektron tijorat uchun ruxsat berilgan import tovarlar ro‘yxati
Yetkazib berish usuli	Xususiy shaxsdan jo‘natish yoki shaxsiy buyumlar sifatida olib kelish	Chet-eldan xalqaro pochta orqali jo‘natish	9610 kodi bo‘yicha to‘g‘ridan to‘g‘ri yetkazib berish	1210 kodi bo‘yicha bojxona omboridan yetkazib berish
Yetkazib berish tezligi	Xususiy shaxsdan jo‘natish yoki shaxsiy buyumlar sifatida	Sekin	Sekin	Qisqa vaqtda

¹¹⁴ Muallif ishlanmasi

	olib kelish			
Bojxona rasmiylashtiruvi tezligi	Sekin	Sekin	YeDI (Elecrtonic Data Interchange) tizimi bo'yicha bojxona tezda rasmiylashtiradi	
Bojxona rasmiylashtiruvi	Bojxonada rasmiylashtirilmaydi, tanlab tekshiruvdan o'tadi	Bojxonada rasmiylashtirilmaydi, tanlab tekshiruvdan o'tadi	Bojxona rasmiylashtiruvi talab qilinadi, uchta hujjat asosida rasmiylashtiriladi	
Soliq	Agar tasodifiy tekshiruvda tanlansa, u holda import qilinayotgan yuk uchun soliq olinadi	Agar tasodifiy tekshiruvda tanlansa, u holda import qilinayotgan yuk uchun soliq olinadi	Transchegaraviy elektron tijorat uchun kompleks soliq olinadi	
Ishonch turi	Xususiy shaxsga ishonch	Chet el elektron platformasiga ishonch	Milliy elektron platformasiga ishonch	
	2019-yildan boshlab qoidalar va qonunchilikka to'g'ri kelmaydi	2019-yildan boshlab marginallashtirish boshlandi	2019 yildan beri davlat ta'rifidan rag'batlantirilayapti	