

ELEKTRON TIJORAT TIZIMLARIDA EHTIYOJGA ASOSLANGAN OB'EKTLARNI RUTBALASHNING MODELLARI, ALGORITMLARI VA DASTURIY VOSITALARINI ISHLAB CHIQUISH.

Sidiqov Bositxon Murodjon o'g'li
Fayzullaev Bekhzod Bakhtiyorovich
Anarkulova Ra'no Oybek qizi
Jovliev Abbosjon Mirmuxsin o'g'li
Muhammad al-xorazmiy nomidagi

Toshkent Axborot texnologiyalar universiteti talabalari

Annotatsiya: *Ushbu maqolada elektron tijorat, elektron tijorat va an'anaviy savdo tizimi xususiyatlari, elektron tijorat tizimlarida ehtiyojga asoslangan ob'ektlarni rutbalashning modellari haqida qisqacha bayon etilgan.*

Аннотация: *В данной статье кратко описаны особенности электронной коммерции, электронной коммерции и традиционных торговых систем, модели ранжирования объектов на основе спроса в системах электронной коммерции.*

Abstract: *This article briefly describes the features of e-commerce, e-commerce and traditional trading systems, models of ranking objects based on demand in e-commerce systems.*

Kalit so'zlar: *Elektron tijorat, online savdo, an'anaviy savdo.*

Ключевые слова: *электронная коммерция, интернет-торговля, традиционная коммерция.*

Key words: *E-commerce, online commerce, traditional commerce.*

Internet tufayli aloqa orqali uydan chiqmagan holda ya'ni masofadan turib biznes yuritish barcha o'lchamdagi tadbirkorlar uchun mavjud bo'ldi. Virtual tarqatish kanali orqali onlayn savdo deyarli moddiy investitsiyalarni talab qilmaydi. Elektron tijorat faoliyati O'zbekiston Respublikasining "Elektron tijorat to'g'risida"gi 2004 yil 29 apreldagi 613-II son Qonuni bilan belgilanadi va usha kundan boshlab amalga oshirilib kelmoqda. Qisqacha qilib aytadigan bo'lsak **elektron tijorat** bu-axborot tizimlaridan foydalanilgan holda insonlar o'rtasida tuziladigan shartnomalarga muvofiq amalga oshiriladigan ishlar, xizmatlar, tovarlar oldi-sotdisi hisoblanadi. Elektron tijoratdagi tuzilgan shartnomalar faqat axborot tizimlaridan foydalanilgan holda tuzilganligiga asoslanib haqiqiy emas deb topilishi mumkin emas.

Elektron tijorat bilan an'anaviy tijoratni ya'ni an'anaviy savdo turini quyida keltirilgan xususiyatlari bilan farqlashimiz mumkin:

- Har bir xaridorlar o'zlariga qulay bo'gan vaqtlarda, o'zlari hohlagan joylarda va tezlikda o'zlariga kerakli bo'lgan mahsulotlarni tanlashlari va xarid qilishlari mumkin;

- Ko'p sonli foydalanuvchilarning ya'ni xaridorlarning bir vaqtning o'zida bir nechta firmalar bilan hamkorlik qila olishlari, murojaat qilishlari mumkin;

- Xaridorlar o'zlariga kerak bo'lgan mahsulotlarni tezlik bilan izlab topishlari mumkin va shu mahsulot bor firmalarga murojaat qilishda texnik va transport vositalardan samarali

foydalanishlari mumkin va mahsulotlarini bitta joyda yig‘ib va ularni xarid qilishda aniq manzilga murojaat qilishlari mumkin. Bu esa ortiqcha vaqtni va xarajatlarni kamaytirishga olib keladi;

•Elektron tijoratda xaridorlarning yashash joylari, sog‘liklari va moddiy ta‘minlanish darajalaridan qat‘iy nazar hamma qatori teng huquqli mahsulot sotib olish imkoniyatlariga ega bo‘lish mumkin;

Elektron tijoratda savdo firmalarning raqobatlarini oshiradi hamda ularni monopoliyadan chiqarishga olib keladi va mahsulotlarning sifatli ishlab chiqarilishini oshirilishiga imkon beradi. Qolaversa elektron tijoratda xaridorlar mahsulotlarning eng sifatlarini tanlab olishlari va xarid qilishlari mumkin. Bundan tashqari chet el firmalariga ham murojaat qilishlari mumkin.

Hamma sohada kamchiliklar bo‘lgani kabi elektron tijorat sohasida ham biroz kamchiliklar uchrab turadi. Quyida elektron tijoratning kamchiliklarini keltirib o‘tdik:

•Ayrim insonlarda hozirgi kunda kompyuter savodsizligi, moliyaviy muammolar yoki bo‘lmasa foydalanuvchilarga ishonchsizlik tufayli internetdan foydalanish umumiy darajaga yetmasligi mumkin;

•Tizimda tez-tez buzulishlarga uchrab qolishimiz mumkin;

•Ko‘pchilik foydalanuvchilar yetkazib berish mudati bilan adashib ketishmoqda;

Elektron tijorat foydalanuvchilarning maqsadli guruhiga muvofiq bir nechta toifalarga ajratiladi. Quyida ularning tasnifni ko‘rib chiqamiz.

Tijorat tashkilotlari:

•B2B (Business-to-Business) – “tijorat tashkilotlari o‘rtasidagi munosabatlar”;

•B2C (Business-to-Consumer) – “tijorat tashkiloti va iste‘molchilar o‘rtasidagi munosabatlar”;

•B2E (Business-to-Employee) – “tijorat tashkilotlari va xodimlar (ishchilar) o‘rtasidagi munosabatlar”;

•B2G (Business-to-Government) – “tijorat tashkilotlari va hukumat o‘rtasidagi munosabatlar”;

•B2O (Business-to-Operator) – “tijorat tashkilotlari va aloqa operatori o‘rtasidagi munosabatlar”.

Elektron tijorat har yili o‘rtacha 23 foizga o‘sib bormoqda. Hozirgi kunda elektron tijorat zamonaviy iqtisodiyotning ajralmas bir bo‘lagiga aylanib bormoqda. Foydalanuvchilar ya‘ni iste‘molchilar internet orqali mahsulotlarni sotib olib, tarmoqning imkoniyatlaridan keng foydalanib kelmoqdalar. Onlayin xarid qilish ya‘ni internetda xarid qilishning asosiy afzalligi ya‘ni sababi bu – haftaning har bir kunida kunu tun xarid qilishning imkoniyati borligidadir. Internetdagi Internet do‘konlarning 25 foizi WooCommercedan foydalanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YHATI:

1. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining “Elektron tijorat to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasi Qonuniga o‘zgartish va qo‘shimchalar kiritish haqida” 2015-yil 22-maydagi O‘RQ-385-son

2. “Raqamli iqtisodiyot va unda elektron tijoratning o'rni.” Guljahon Maxmudova. “Moliyachi ma'lumotnomasi” 2- bet.
3. ELEKTRON TIJORATNI JADAL RIVOJLANTIRISH CHORA TADBITLARI <http://uza.uz/uz/documents/elektron-tijoratni-jadalrivojlantirish-chora-tadbirlari-to-14-05-2018>
4. <https://valenteshop.ru/uz/sistemy-i-razvitie-elektronnoi-kommercii-v-internete---vidy-modeli-osnovy-i/>