



ELEKTRON TIJORATNI RIVOJLANTIRISHDA MARKETING STRATEGIYASINI O'RNI

G'ulomova N.F.

Muhammad al-Xorazmiy nomidagi TATU PhD

Toshboltayev B.E.

Muhammad al-Xorazmiy nomidagi TATU 2-bosqich magistrant

bekgzodtoshboltayev@gmail.com

<https://doi.org/10.5281/zenodo.7739979>

ARTICLE INFO

Qabul qilindi: 08-mart 2023 yil

Ma'qullandi: 12-mart 2023 yil

Nashr qilindi: 16-mart 2023 yil

KEY WORDS

Elektron tijorat, internet, marketing, internet marketing, internet marketing satrategiyalari, internet marketing metodlari.

ABSTRACT

Ushbu maqolada elektiron tijorat yo'nalishlaridan biri bo'lmish internet-marketing sohasini rivojlantirish yuzasidan fikr va mulohazalar yuritiladi. shuningdek, elektron tijoratni rivojlantirishda marketing tushunchasi o'rni va ahamiyatini rivojlanishini va yonalish haqida so'z boradi va biznes vakilariga yanada qulayliklar yaratish maqsadida. maqolada turli mulohaza va takliflar taqdim etildi.

Elektron tijoratning va marketingni rivojlantirishda asosiy prinstiplari quyidagilardan iborat: – elektron tijoratda tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish erkinligi; – elektron tijoratda shartnomalar tuzishning ixtiyoriyligi; – elektron tijoratda ishtirok etish shart-sharoitlarining tengligi; – elektron tijorat ishtirokchilarining huquqlari va qonuniy manfaatlarini himoya qilinishi.

Elektron tijorat sohasidagi davlat siyosati elektron tijoratni rivojlantirish uchun huquqiy, iqtisodiy, tashkiliy, texnikaviy va boshqa shart-sharoitlar yaratishga yo'naltirilgan. Elektron tijorat sohasidagi davlat siyosatining asosiy yo'nalishlari quyidagilardan iborat: – elektron tijorat vositasida amalga oshiriladigan tadbirkorlik faoliyatini qo'llab-quvvatlash va rag'batlantirish; – elektron tijorat vositasida amalga oshiriladigan tadbirkorlik sohasiga investitsiyalar, zamonaviy texnologiyalar va jihozlarni jalb etish uchun shartsharoitlar yaratish;

– tadbirkorlik faoliyati sub'ektlarini ularning elektron tijorat sohasidagi faoliyati uchun zarur bo'lgan huquqiy, iqtisodiy, statistik, ishlab chiqarish texnologik, ilmiy- texnikaviy va boshqa axborot bilan ta'minlash;

– elektron tijorat sohasidagi ilmiy-texnikaviy tadqiqotlarni rag'batlantirish, kadrlarni tayyorlash, qayta tayyorlash va ularning malakasini oshirish; – elektron tijorat sohasidagi xalqaro hamkorlik.

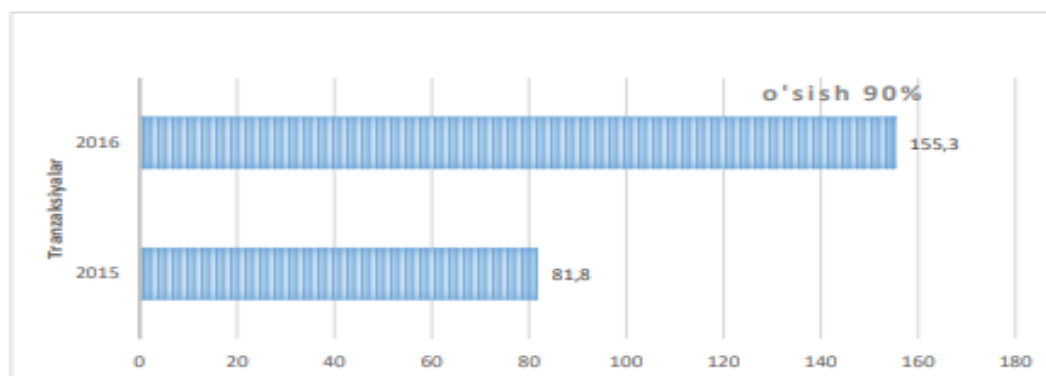
Elektron tijoratning an'anaviy savdo turlaridan farqi

Elektron tijorat An'anaviy tijorat xaridor o'ziga qulay vaqt, joy va tezlikda mahsulotni tanlash va sotib olish imkoniyatiga ega Xaridor vaqt ajratib, transport vositasida aytilgan manzilga borib xarid qilish kerak. Savdo-sotiq faoliyatini ish faoliyati bilan birga parallel ravishda, ya'ni

ishlab chiqarishdan ajralmagan holda olib borish imkoniyati savdo sotiq aloxida faoliyat bo'lib, undan tashqari boshqa faoliyat bilan band bo'lish imkoni yo'q. Ko'p sonli xaridorlarning bir vaqtning o'zida bir nechta firmalarga murojaat qila olish imkoniyati Murojaat qiluvchi xaridorlar soni cheklangan bo'lishi. Kerakli mahsulotlarni tezlikda izlab topish va ushbu mahsulotlar mavjud bo'lgan korxonalariga murojaat qilishda texnika va transport vositalaridan samarali foydalanish imkoniyati Kerakli mahsulot izlashda bir qancha muammolar mavjudligi, masalan, vaqt sarflash, texnik va transport vositalaridan unumli foydalanmaslik. Xaridorning yashash joyi, sog'lig'i va moddiy ta'minlanish darajasidan qat'iy nazar hamma qatori teng huquqli mahsulot sotib olish imkoniyati xarid qilish xaridorning sog'ligi, moddiy ta'minlanganligiga bog'liq bo'ladi. Hozirgi kundagi mavjud jahon standartlariga javob beradigan mahsulotlarni tanlash va sotish imkoniyati bozorda taklif etilayotgan tovar assortimenti bilan cheklangan bo'ladi. Elektron tijoratda savdoni tashkil qilish korxonalarining raqobatini kuchaytiradi, monopoliyadan chiqaradi va mahsulotlarning sifatini oshirish imkoniyatini beradi. An'anaviy savdoda raqobat cheklangan bo'ladi, bu o'z navbatida sifatni oshirish va narxni barqarorlashuviga Elektron pullar - bu pul birligiga tenglashtirilgan belgilar hamda kupyura va tanga rolini bajaruvchi katta son yoki fayllardan iborat.

Bundan tashqari, elektron pullar to'liq anonimlikni ta'minlashi mumkin, chunki uni ishlatgan mijoz haqida hech qanday ma'lumot yubormaydi. To'lovni amalga oshirishda biz texnika vositalaridan, axborot texnologiyalaridan va axborot tizimlari xizmatlaridan foydalangan holda elektron to'lov hujjatlari vositasida naqd pulsiz hisob-kitoblarni amalga oshirish bu elektron to'lovdur. Umuman olganda bugungi kunda internet tarmog'i orqali firmalar bir necha ko'rinishdagi elektron biznesni amalga oshirishlari mumkin. Bunday elektron biznesning asosiy modellari quyidagilarni keltirish mumkin: – elektron aukstion; – elektron birja; – elektron reklama; – elektron tijorat; – elektron marketing; – elektron ta'lim. Elektron tijorat quyidagilar ishtirokida shakllanadi: – elektron savdo; – axborotlarni elektron almashish; – elektron to'lov tizimlari. Mazkur komponentlarning o'zaro uzviy bog'liqligi elektron tijorat samaradorligini belgilaydi. Elektron tijoratda to'lovlarni qabul qilish, samarali etkazib berish, kafolat, xariddan keyingi ta'mirlash va qo'llab - quvvatlash masalalari muhim ahamiyat kasb etadi.

Elektron tijorat bo'yicha tranzaksiyalarining sonining o'sish darajasi (mln.ta)¹¹



Hozirgi kunda elektron savdoning asosiy mahsulotlari oziq-ovqat mahsulotlari, ishlab

chiqarish mahsulotlari va informastion mahsulotlar hisoblanadi. Aslini olganda firmalarning faoliyatini raqamli ko'rinishda olib borishi yangilik emas. Ishxonalarda komyuterlarning ishlatilishi firmalar faoliyatini engillashtirgan bo'lsa, internetning paydo bo'lishi elektron tijorat sohasining kuchayishiga olib keldi. Dastlab katta korporastiyalar internetni tijorat maqsadida ishlatgan bo'lsa, keyinchalik kichik firmalar ham unga ehtiyoj seza boshladi. Elektron tijorat tushunchasi faqatgina biz biladigan elektron vositalar orqali savdo-sotiq faoliyatini bildirmaydi. Bu tushunchaga yana tovar va xizmatlarga talabni yaratish, savdo amalga oshirilgandan so'ng mijozlarga qo'shimcha xizmatlar ko'rsatish, hamkorlar orasida o'zaro harakatlarni yengillashtirishlar ham kiradi. Elektron tijoratda davlat, xom-ashyo yetkazib beruvchilar, sotuvchilar, iste'molchilar, ishlab chiqaruvchilar ishtirok etishi mumkin. Elektron tijorat korporativ, internet, va tijorat tarmoqlari ichida amalga oshiriladi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Булатецкий Ю.Э. Правовое регулирование электронной торговли // Коммерческое (торговое) право. –М., 2002.
2. Commerce électronique: Une nouvelle donne pour les consommateurs, les entreprises, les citoyens et les pouvoirs publics, Rapport Du Groupe De Travail Preside Par M. Francis Lorentz, Ministere de l'Economie, des Finances et de l'Industrie. 1998
3. Government of Canada. Electronic Commerce in Canada: Priorities for Action. 1998 // Official site Canadian e-Policy Resource Centre (CePRC) [Elektronnyy resurs] Elektronnyy portal «E-commerce law» –.Rejim dostupa: <http://www.ic.gc.ca/eic/site/ceprc-ccrcp.nsf/eng/00025.html>
4. Arislanbaevich, A. R. (2022). PROBLEMS OF EVALUATION OF MODERN MEDIA CENTERS: INNOVATIVE RESEARCH AND DEVELOPMENT. EPRA International Journal of Research and Development (IJRD), 7(10), 152-154.
5. Arislanbaevich, A. R. (2022). PHILOSOPHICAL ANALYSIS OF SOCIO-DEMOCRATIC FUNCTIONS OF PUBLIC AND MEDIA CENTERS. EPRA International Journal of Multidisciplinary Research (IJMR), 8(10), 348-355.
6. Арзиев, Р. А. (2022). СИНЕРГЕТИК ТАЪЛИМ ПАРАДИГМАЛАРИНИНГ МАЗМУНИ ВА МОҲИЯТИ. Academic research in educational sciences, 3(NUU Conference 2), 247-251.
7. Arziev, R. A. (2019). THE HISTORY OF APPEARANCE OF THE PRESS IN KARAKALPAKSTAN. European Journal of Humanities and Social Sciences, (5), 3-5.
8. Arziev, R. A. (2015). The problems of development of genres in publisher of Karakalpakstan. In The Seventh European Conference on Languages, Literature and Linguistics (pp. 45-51).
9. АРЗИЕВ, Р. ВЕРБАЛ (ОҒЗАКИ, СЎЗ, ФИКР БИЛДИРИШ) ДЕМОКРАТИЯ БОСҚИЧИ ВА УНИНГ ИЖТИМОЙ МОҲИЯТИ. Social sciences.