



## ЎЗБЕКИСТОНДА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ШАРОИТИДА ОЗИҚ-ОВҚАТ САВДОСИ ХИЗМАТЛАРИНИ ДИВЕРСИФИКАЦИЯЛАШ ЙЎНАЛИШЛАРИ ВА УЛАРНИНГ ТАҲЛИЛИ

**Ж.Ў.Суюнов**

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти

“Реал иқтисодиёт” кафедраси таянч докторанти.

E-mail: jaloliddinsuyunov@mail.ru; Тел.: +99899 005 76 31.

<https://www.doi.org/10.37547/ejlfas-v03-i03-p1-01>

### ARTICLE INFO

Received: 25<sup>th</sup> February 2023

Accepted: 02<sup>nd</sup> March 2023

Online: 03<sup>rd</sup> March 2023

### KEY WORDS

Савдо, корхона, хизмат, диверсификация, озиқ-овқат, миллий, бозор, истеъмолчи, фонд, чакана савдо, улгуржи, электрон савдо, савдо, бизнес, интернет дўкон, инвестиция, маркетинг, талаб, омил, самарадорлик, мобиль, эконометрия, стратегия.

### ABSTRACT

Ушбу мақолада рақамли иқтисодиётни ривожлантириш шароитида озиқ-овқат савдоси хизматларини диверсификациялаш йўналишлари таҳлил этилган.

**Кириш:** Ижтимоий-иқтисодий ривожланишнинг ҳозирги босқичида озиқ-овқат савдоси корхоналарида хизматларни диверсификациялашнинг самарадорлигини ошириш пировард мақсад бўлиб ҳисобланади. Президентимиз таъкид этганларидек – “Ҳозирги вақтда дунё миқёсида озиқ-овқат хавфсизлиги, экологик тоза маҳсулотлар ишлаб чиқариш долзарб масаладир”<sup>1</sup>. Ушбу масалани ҳал этишда янгиланаётган Ўзбекистонда фаолият юритаётган озиқ-овқат савдоси корхоналари хизматларининг ролини ошириш муҳим устувор вазифалардан бўлиб, бу борада мамлакат миқёсида озиқ-овқат савдосини янада ривожлантириш, унинг рақобатбардошлигини таъминлаш, ички ва ташқи бозорлардаги конъюнктура ўзгаришини инобатга олган ҳолда озиқ-овқат маҳсулотларини ишлаб чиқариш ва уларни истеъмолчиларга таклиф этишда савдо хизматларини тармоғини, йўналишларини кенгайтириш алоҳида аҳамият касб этади. Жумладан, бугунги кунда жаҳонда озиқ-овқат савдоси соҳасининг ривожланиши электрон тижорат даражасига қадар кўтарилиб, «электрон тижоратнинг кўлами 2,8 трлн. АҚШ доллари ва ўсиш суръатлари 20-25 фоизни ташкил этмоқда»<sup>2</sup>. Бу кўрсаткичлар жаҳон миқёсида озиқ-овқат савдоси хизматларининг такомиллашаётганидан далолат беради.

<sup>1</sup> Мирзиёев Ш.М. Янги Ўзбекистон Стратегияси. Тошкент: “Ўзбекистон” нашриёти, 2021. - 157 б.

<sup>2</sup>We ARE Social халқаро агентлигининг йиллик ҳисоботи. <http://wearesocial.com/global-digital-report-2019>.



**Мавзуга оид адабиётларнинг таҳлили.** Озиқ-овқат савдоси корхоналарида хизматларни диверсификациялаш ва самарадорлигини ошириш билан боғлиқ илмий изланишлар жаҳоннинг этакчи илмий марказлари олий таълим муассаларида, жумладан, Cornell University (АҚШ), Les Roches International School of Hotel Management (Испания), Oxford Brookes University (Буюк Британия), Blue Mountains International School of Hotel Management (Австралия), University of Surrey (Буюк Британия), Shanxay National University (Хитой), Москва давлат университети (Россия), Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти томонидан олиб борилмоқда. Озиқ-овқат савдоси корхоналарида хизматларни диверсификациялаш ва самарадорлигини ошириш масалалари хорижлик олимлар А.И.Брестский, М.А.Вахрушина, А.М.Гремонков, С.А.Атаманенко, К.В.Балдин, Г.Ю.Касьянов, Т.П.Карпова, Н.П.Кондраков, М.И.Кутер, Г.Н.Кабушинская, А.М.Гремонков, С.М.Левко, И.Д.Михалаки, Г.Н.Кабушинская, О.М.Петрушина кабиларнинг<sup>3</sup> илмий ишларида ўз аксини топган. Ушбу масалалар иқтисодий адабиётларда жуда кам ёритилган. Шу билан биргаликда, мамлакатимизда озиқ-овқат таварлари савдоси корхоналарида хизматларни диверсификациялашнинг самарадорлигини ошириш ҳамда уни амалиётга тадбиқ этиш кўп қиррали ва жуда ҳам мураккаб эканлиги сабабли пайдо бўладиган муаммоларнинг аксарияти назарий ва амалий жиҳатдан тўлиқ ўрганилмай қолмоқда.

**Тадқиқот методологияси.** Анализ ва синтез, индукция ва дедукция, кўп омилли ва динамик таққослаш, даврийлаштириш, иқтисодий-математик моделлаштириш усулларидадан фойдаланилди.

**Таҳлил ва натижалар.** Ўзбекистонда рақамли иқтисодиётнинг ЯИМдаги улуши 2,2 фоизни ташкил этади. Шу билан бирга, ўртача оптимал кўрсаткич 7-8% ни ташкил қилади, масалан, Буюк Британияда бу 12,4%, Жанубий Кореяда - 8%, Хитойда - 6,9%, Ҳиндистонда - 5,6%, шу билан бирга Россия - 2, 8%, Қозоғистон - 3,9%. Ўзбекистон Республикасининг электрон ҳукумат тизимини ривожлантириш концепсияси лойиҳасига мувофиқ, АКТ хизматларининг ЯИМдаги улушини 2025 йилгача 5,0 фоизгача, 2030 йилга келиб 10 фоизгача ошириш режалаштирилган.

Президентнинг 2019 йил 8 январдаги "Иқтисодиётни янада ривожлантиришни таъминлаш ва иқтисодий сиёсат самарадорлигини оширишга доир қўшимча чоратадбирлар тўғрисида" ги Фармониغا мувофиқ, "Рақамли Ўзбекистон-2030" Миллий рақамли иқтисодиётни ривожлантириш Стратегияни тайёрлаш кўзда тутилган. Унда рақамли иқтисодиётни жадал ривожлантириш ва мамлакат аҳолиси ҳаёти соҳаларига рақамли технологияларни кенг жорий этиш бўйича асосий вазифалар белгиланади. Рақамли иқтисодиётнинг ривожланиши бевосита қўйидаги кўрсаткичлар билан баҳоланадиган ахборот-коммуникация технологияларининг (АКТ) ривожланиш даражаси билан бевосита боғлиқ.

- рақамли иқтисодиётнинг ЯИМдаги улуши;

<sup>3</sup> Disser.tsutmb.ru., <http://www.dissercat.com.>, <http://www.dissercat.com.>, [dlin.rsl.ru/Coaderview.](http://dlin.rsl.ru/Coaderview.), <http://pscgospace/cgiav/org.>, <http://setd.ohiolink/edv.>, Как торговаться на восточном базаре. / Авт. – сост. А.И.Брестский. М.: АСТ; Мн.: Харвест, 2006. – 96 с., Бухгалтерский учет в сфере услуг. Учебник. М.А.Вахрушина, Т.П.Карпова, А.М.Петров и др. - М.: Рид Групп, 2011. – 576 с., <http://setd.ohiolink/edv.>, <http://www.dissercat.com.>



- АКТ саноатига инвестициялар ҳажми;
- Интернет тезлиги, мамлакат ҳудудини қамраб олиш даражаси ва аҳоли фойдаланиши учун имконият;
- электрон тижоратни ривожлантириш;
- ташкилотларни АКТ мутахассислари билан таъминлаш.

Ахборот-коммуникация технологиялари соҳасини ривожлантириш ва уларни етказиб берувчилар ва товар ва хизматларни истеъмолчилар ўртасидаги иқтисодий муносабатларга киритиш билан боғлиқ бўлган рақамли иқтисодиёт улушининг ўсиши бевосита мамлакатда тегишли даражадаги инфратузилманинг мавжудлигига ва иқтисодий жараёнларга Интернет асосидаги илғор технологияларни жорий етиш билан боғлиқ. Инфратузилманинг ривожланишини баҳолашда Интернет тезлиги ва истеъмолчилар учун нарх, шу жумладан унинг мавжудлиги кўрсаткичи муҳим рол ўйнайди. Ахборот-коммуникация технологиялари соҳасига юқорида айтиб ўтилган етарлича сармояларга қарамай, сўнгги йилларда ушбу соҳани ривожлантириш учун жуда муҳим бўлган бир қатор кўрсаткичларнинг ижобий тенденцияси кузатилмоқда.

Интернет тезлигига кўплаб омилар, жумладан ишлатилган тармоқларнинг сони ва тури, замонавий юқори маҳсулдор ускуналарнинг мавжудлиги, оптик толали алоқа линияларининг қамрови, тармоқдаги ахборот ўтказувчанлиги кенглиги ва бошқалар таъсир қилади, тармоқни етказиб берувчиларнинг малакаси ва касбий маҳоратига эга бўлиб, улар фойдаланиладиган ускуналарни доимий равишда янгилаб туришлари керак, тармоқли кенглигини ошириш ва инфратузилмани ривожлантириш учун.

"Электрон ҳукумат" тизимини ривожлантириш концепсияси лойиҳасига мувофиқ, 2021 йил иккинчи чорагида пакетларни алмаштириш марказларининг ўтказувчанлигини (провайдерлар учун Интернет тезлиги) ҳозирги 1200 Гбит / с дан 4000 Гбит / с гача ошириш режалаштирилган, шунингдек 2025 йилга келиб ҳар 100 нафар аҳолига 40,7 (БМТ рейтингда - 46,79) 78,3 га тўғри келадиган.

Электрон тижоратни ривожлантириш ҳукумат сиёсатида ҳам катта аҳамиятга эга. Президентнинг 2018 йил 14 майдаги "Электрон тижоратни жадал ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида" ги фармонида мувофиқ, электрон тижорат соҳасида тадбиркорлик субъектларини рағбатлантириш мақсадида электрон тижорат субъектларининг миллий реестри тижорат.уз яратилди, ҳозирда 32 та ташкилот рўйхатдан ўтган. Юридик шахслар ва яқка тартибдаги тадбиркорлар Миллий реестрга ихтиёрий ва бепул асосда киритилган бўлиб, электрон савдо орқали товар ва хизматларни сотишдан тушадиган даромад улар томонидан сотилган товарлар ва хизматлар умумий ҳажмининг камида 80 фоизини ташкил етади. Шу билан бирга, улар 2% ставка бўйича ягона солиқ тўловини тўлашлари керак.

Ўзбекистондаги асосий универсал электрон савдо майдончаси - бу Инвестициялар ва ташқи савдо вазирлиги томонидан яратилган Траде Ўзбекистан савдо майдончаси (традеузбекистан.сом веб-сайти). Бошқа электрон савдо майдончалари ҳам ишга туширилди, масалан, Б2Б форматдаги тўқимачилик ишлаб чиқарувчилари учун узбтехтиле.сом, кичик ва ўрта бизнес учун универсал.уз ва бошқалар. Шу билан бирга, Ўзбекистонда электрон электрон тижоратнинг ривожланиш даражаси ҳали ҳам паст



даражада. Ҳозирда е-тижорат.уз электрон тижорат субъектлари миллий реестрида фақат 32 та субъект рўйхатдан ўтган. Шу билан бирга, электрон тижорат соҳасида ишлайдиган 69 та веб-сайт (2019 йил ноябр ойи ҳолатига кўра) www.uz маълумот олиш миллий тизимида мавжуд. 2019 йилнинг иккинчи чорагида электрон тижорат операциялари сони 75,39 миллионни, битимлар ҳажми еса 3,515 трлн. сўмни ташкил етди. Биринчи чорақда ушбу кўрсаткичлар 73,8 миллион ва 2,516 трлн. сўмни ташкил етди. Ўзбекистонда давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари фаолиятини такомиллаштириш, уларнинг аҳоли билан бевосита алоқаларини чуқурлаштириш, "электрон ҳукумат" фаолияти соҳасида АКТдан фойдаланишга катта эътибор қаратилмоқда.

Фуқароларнинг давлат хизматларини электрон шаклда, шу жумладан онлайн режимида олишлари учун шароит яратиш мақсадида 2017 йилда Ягона интерактив давлат хизматлари порталининг (Ягона портал, ЕПИГУ - мй.гов.уз) янги версияси ишга туширилди фуқаролар ва тадбиркорларнинг давлат хизматлари ва уларда зарур бўлган маълумотларни олишлари учун ягона электрон платформа (ҳозирги кунда 18 йўналишда: уй-жой коммунал хизматлари, кўчмас мулк, транспорт ва бошқалар). "2019-2025 йилларда электрон ҳукумат" тизимини ривожлантириш концепсияси лойиҳасига мувофиқ электрон форматда кўрсатиладиган давлат хизматлари улушини ҳозирги 37 фоиздан 80 фоизгача ошириш ва 2025 йилга келиб "Электрон ҳукумат" ривожланиш индексининг рейтингигадаги ўрнини 81-ўриндан 50-ўринга кўтариш кўзда тутилган.

Кўрсатилаётган давлат хизматларини рақамлаштиришнинг мисоли бу соҳага катта маблағ ўқиритаётган Дания ҳисобланади. Натижада, ҳозирги кунда ҳар бир фуқаронинг ва ишбилармоннинг шахсий кабинетлари мавжуд, барча фуқароларда рақамли паспорт мавжуд ва 2015 йилдан бошлаб давлат идоралари билан фақат Интернет орқали алоқа ўрнатилиши шарт бўлиб, унга 95% уй хўжаликлари кириш имконига ега. Данияда яратилган тизим ҳар йили бюджет маблағларининг 10-20 фоизини тежашга имкон беради.

Хорижий мамлакатлар тажрибаси шуни кўрсатадики, рақамли иқтисодиёт бир вақтнинг ўзида жуда кўп соҳаларга кириб кетмоқда ва у чекланган миқдордаги компаниялар томонидан махсус ваколатлар ва ресурслар берилган бўлса ҳам ярата олмайди. Шунинг учун рақамли иқтисодиётда асосий ролни инновацион ёндашувга ега бўлган хусусий бизнес егаллаши ва давлат томонидан хусусий ташаббус учун инфратузилма ва шароит яратилиши керак.

Тадқиқотимиз давомида озиқ-овқат савдо хизматларини диверсификациялаш  
натижасида қуйидаги электрон йўналишини тасвирладик.



## 1 - расм. Озиқ-овқат савдо хизматларини электрон таркибий тузилмаси.

- Электрон тижорат замонавий шароитда Интернетда электрон тижоратни амалга ошириш учун асосий шартлар бўлган компонентларнинг ўзаро таъсири чорраҳасида пайдо бўлади.

Шунга қўра, электрон тижорат тизимларининг турлари функционал белгиси билан фарқланадиган технологик тизим турига қараб ўзгаради.

Бунинг бир қисми сифатида озиқ-овқат савдо хизматларини электрон платформалари тизимлари қуйидагича ажратилади:

- Компаниянинг корпоратив веб-сайти.
- Онлайн дўкон.
- Онлайн - хизмати.
- Электрон савдо тизими.
- Ахборот тижорат портали.
- Брокерлик ва агентлик хизматлари.
- Электрон савдо майдончалари.
- Ихтисослашган Б2Б маҳсулотлари.

Энг кенг тарқалган шакли - бу фақат бирон бир фаолият ёки соҳада ишлайдиган мутахассисларга йўналтирилган тармоқ журналлари, каталоглар. Бундай журналларда келтирилган маълумотлардан фақат профессионал мақсадлар учун фойдаланилади.



## 1- Жадвал

### Озиқ-овқат савдо хизматларини электрон йўналишининг хусусиятлари

Шакл	Хусусият	Мисол
<b>Интернет дўкон</b>	Интернет-дўконлар Б2С бозорига йўналтирилган ҳолда яратилади. Бу кенг турдаги маҳсулотларни сотишни ташкил қилиш учун амалга оширилади	Amazon.com Ozon.ru
<b>Онлайн хизмат</b>	Онлайн дўкондан асосий фарқ – бу Интернетда хизматлар кўрсатишдан иборат бўлган фаолият. Ушбу шакл Б2С, Б2Б бозорларида қўлланилади.	Yandex.Taxi Yandex OK On-Line TV Kun.uz.
<b>Электрон савдо тизими</b>	Б2Г бозор сегменти - бизнес ва давлатнинг ўзаро муносабатига қаратилган	E-saxdo.uz Torg.ux
<b>Савдо майдончалари</b>	Бу мижозлар ва буюртмачилар учун маҳсулотлар, хизматлар, ишлар каталогларининг мавжудлигини англатади. Б2Б бозорларига ва қисман	Supl.biz Vsem .uz

В2 С - га йўналтирилган

Тадқиқотларимизнинг натижалари озиқ-овқат савдо хизматларини электрон тизимини ташкил этиш тўрт ташкилий шаклида амалга оширилиши мумкинлигини кўрсатди:

- Мавжуд бизнеснинг кенгайиши сифатида электрон савдо тизимини яратиш.
- Жорий интернет манбани сотиб олиш унинг функцияларини ўзгартириш,
- Электрон савдо лойиҳасини амалга ошириш учун мустақил компания ташкил этиш.
- Бизнес шериклари ва технология компаниялари билан қўшма лойиҳа.

### Жадвал-7.2

#### Озиқ-овқат савдо хизматларини электрон ташкил этишни кўринишларини таққослаш

Ташкиллаштириш параметрлари	Фойда	Камчиликлари
Мавжуд компанияда янги савдо канали сифатида электрон тижорат тизимини яратиш	Мавжуд тизимлар билан максимал даражада интеграция қилиш. Тажрибадан фойдаланиш	Ўзгаришларни бошқаришнинг мураккаблиги. Тажриба етарли емаслиги. Юқори техник ва ташкилий хавфлар



Мутахассислар жамоаси билан мавжуд Интернет манбаларни сотиб олиш	Амалдаги савдо майдончаси. Тезкор ишга тушурилиши. Ваколат	Техник ресурсларни бирлаштиришнинг мураккаблиги
Электрон тижорат ресурсларини лойиҳалаштириш ва ривожлантириш учун мустақил компания ташкил етиш	Мослашувчанлик. Жамоанинг электрон тижорат тизимига йўналтирилганлиги	Маркетинг ва логистика жараёнларини комплекс бошқариш муаммоси
Ҳамкорлар билан электрон тижорат лойиҳаси	Ресурслар етарлги. Барча иштирокчиларнинг манфаатларини бирлаштириш. Янги интеграция еффеқтлари	Менежментнинг юқори даражаси талаб қилинади. Юқори ташкилий хавф

**Озиқ-овқат савдо хизматлари** электрон тизимининг амалга ошириш лойиҳалари турли хил мақсадларга эга: сотув ҳажмларини қисқа муддатда ошириш ва шу даражани сақлаб қолиш, ушбу йўналишда стратегик ривожланиш, мавжуд ресурслардан фойдаланиш ва ҳоказолар.

Озиқ-овқат савдо хизматлари соҳасида давлат иқтисодий жараёнларни рақамлаштиришни қуйидаги ҳаракатлар орқали рағбатлантириши мумкин:

- турли хил ташкилотларни бирлаштирган умумий технологик платформаларнинг ташкилотчиси ёки муайян технологик ечимлардан фойдаланишга қўйиладиган талабларни тўғридан-тўғри белгилайдиган регулятор бўлиши керак, чунки иқтисодиётнинг барча сегментларида стандарт технологик ечимларни жорий этиш жараёнларини бир вақтни ўзида тарқатмаслик мумкин эмас;
- рақамли иқтисодиётни ривожлантиришни тартибга солувчи амалдаги меъёрий-ҳуқуқий базани доимий равишда такомиллаштириш ва буни мулоқотлар режимида ва амалда янги турдаги объектлар ва ахборот субъектлари билан дуч келадиган фойдаланувчилар, ишлаб чиқувчилар ва хизмат кўрсатувчиларнинг фикрларини ҳисобга олган ҳолда амалга ошириш;
- муносабатларни рақамлаштиришнинг умумий жараёнининг иштирокчисига айланиш, шу жумладан "Электрон ҳукумат" тизимини ва электрон форматда кўрсатиладиган давлат хизматлари рўйхатини ишлаб чиқиш;
- ташкилотларда ахборот тизимларини, электрон хизматларни жорий етишни рағбатлантиради ва рақамли технологияларни ривожлантириш учун солиқ имтиёзларини, шунингдек трансчегаравий онлайн тижоратни жорий этади;
- ИТ-мутахассислари ҳам, дастурчиларнинг ҳам, доимий равишда янгиланиб турадиган рақамли технологиялардан фойдалана оладиган малакали фойдаланувчиларнинг кадрларини керакли миқдорда тайёрлаш; - кибер таҳдидлардан хавфсизликни, шунингдек рақамли иқтисодиётда у ёки бу тарзда иштирок этаётган барча субъектларда улар тўплайдиган, сақлайдиган ва ишлатадиган маълумотларни жиноий ҳаракатлардан ҳимоялашда ишончни таъминлаш;

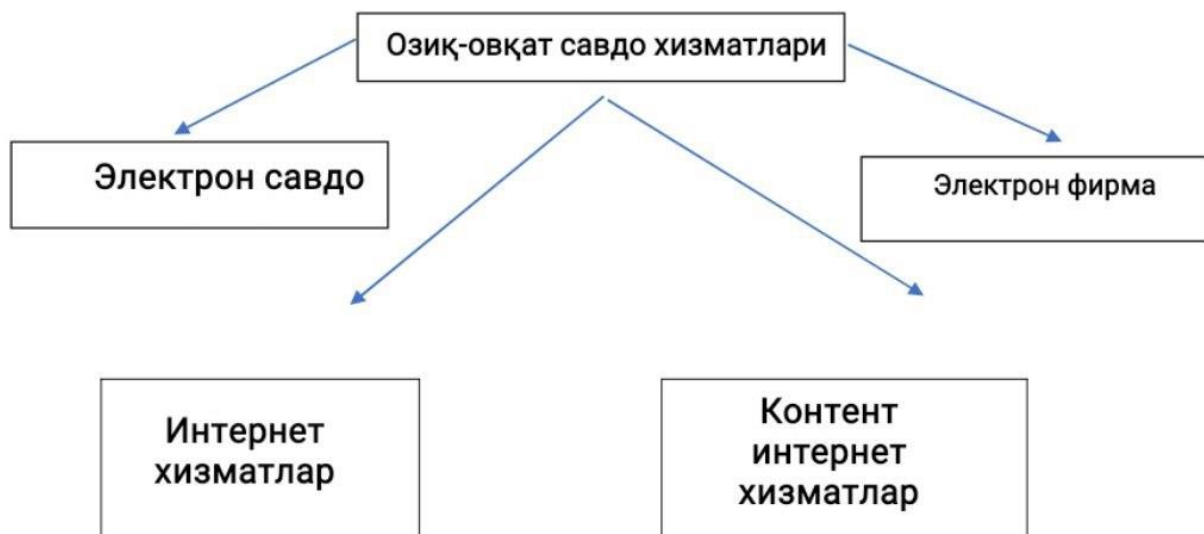


- халқаро ҳамкорликни кенгайтириш ва иқтисодий фаолиятнинг барча соҳаларида илғор ахборот технологияларининг кириб келиши ва жорий етилиши учун қўлай шароитлар яратиш.

Шу билан бирга, мамлакатда АКТ, шу жумладан, арзон юқори тезликдаги Интернет ривожланиши ташкилотларнинг иш самарадорлигини ошириш, харажатларни камайтириш учун рақамли технологияларни ишлаб чиқаришнинг турли жараёнларига рақамли технологияларни жалб қилиш бўйича бизнес манфаатларига мос келиши керак.

Бугун биз электрон бизнеснинг қуйидаги энг кўп тарқалган йўналишлари ҳақида гапиришимиз мумкин (2-расмга қаранг):

- электрон тижорат (истеъмолчи ва корпоратив сектордаги электрон тижорат - B2B бизнес модели, бусинесс- истеъмолчи - B2C, истеъмолчиистеъмолчи - C2C, истеъмолчи бизнес учун C2B ва бошқалар); - Интернет хизматлари (шу жумладан: молиявий хизматлар – Интернецавдо, интернет-банкнинг, интернет суғуртаси; ахборот хизматлар - қидирув тизимларига кириш, электрон каталоглар, электрон почта ва Интернет иббий, транспорт, сайёҳлик осмон, таълим ва маслаҳат хизматлари);
- контентли Интернет хизматлари (тармоқли оммавий ахборот воситалари)



## 2-Расм Озиқ-овқат савдо хизматлари электрон бизнес таркиби

- электрон фирмалар фаолияти (оффшор дастурлаш технологиялари бўйича дастурий таъминотни ишлаб чиқиш, тизим маълумотлари сайтларни белгилаш, реклама қилиш ва уларга хизмат кўрсатиш, хостинг ва рўйхатдан ўтказиш доменлар).

Электрон тижорат фаолиятининг кўламига қараб бизнес юритишнинг қуйидаги шакллари мавжуд:

- кичик ёки ўрта саноат ёки савдо-воситачилик корхоналарининг *электрон дўкони* - ("бизнес-истеъмолчи" деб аталадиган модел - B2C);
- минтақавий ёки саноат даражасидаги *йирик корпорациянинг савдо тизими* (бизнесдан бизнесга модел - B2B);
- *вертикал даражадаги компаниялараро савдо порталлари* - маълум бир соҳа доирасида товар ва хизматларни сотиб олиш ва сотиш амалга оширилади;



**2- Жадвал**

<b>Озиқ-овқат савдоси ходимлари учун афзалликлар</b>	<b>Тадбиркор ҳамкорлар учун афзалликлар</b>	<b>Истеъмолчи учун афзалликлар</b>
Озиқ-овқат савдоси хизмат циклининг қисқариши	Буюртмаларни бошқариш самарадорлигини ошиши	Товар ва нархлар ҳақида маълумотлар таҳлили, товарлар ҳақида ғоялар алмашуви
Озиқ-овқат савдоси хизмат самарадорлигининг ошиши	Молиявий ўзаро ҳисобкитобларга харажатлар қисқариши (операциялар қиймати)	Буюртма бериш янги каналлари, тўлов ва етказиб бериш шакллари
Ахборотни тезкор тақсимоти ва алмашуви	Виртуал корхоналарни яратиш имкониятлари	Товар ва хизматлар яккама-якка тартибдаги маркетинги
Янги озиқ-овқат товарларни яратиш	қарорларни қабул қилиш жараёнининг ойдинлиги	Бозорни ва ривожланиш прогнозини ўрганиш

- горизонтал даражадаги компаниялараро савдо порталлари - муайян бизнес жараёнлари ва тегишли тармоқлар даражасидаги савдони ташкил етишни автоматлаштириш билан боғлиқ.

- Инфратузилма ҳар қандай электрон бизнеснинг асосидир. Инфратузилма ИТ тизимининг ишлашини таъминлайдиган барча асосий элементларни оддий одамлар ҳеч қачон учрамайдиган ҳамма нарсаларни ўз ичига олади: серверлар, дастурлар, дастурий таъминот, роутерлар, сақлаш қурилмалари. Бошқача қилиб айтганда, инфратузилма электрон бизнеснинг асосий жараёнларини бажариш ва бошқариш учун зарур бўлган таянчдир.

- Етарли инфратузилма компанияга кўплаб афзалликларни тақдим этади: арзон нархлар, бозорга тезроқ вақт, содиқлик ва мижозлар базасини кўпайтириш, хизмат сифати ва таъминот занжири самарадорлигини ошириш.

- Истеъмолчилар учун сотиб олишда асосий сабаб ассортиментдир. Бу қанчалик кенг бўлса, савдо шунчалик самаралироқ (мисол сифатида, мижоз ҳаёти учун зарур бўлган ҳамма нарсани сотиб олиши мумкин бўлган гипермаркет).

- Бундан ташқари, улуш оммавий савдога, яъни кўп сонли битимларга қўйилади. Супермаркетда кунига минглаб ва ўн минглаб савдо-сотиқ амалга оширилади. Б2С бозорнинг еҳтиёжларига еътибор қаратиб, оқим устида ишлайди, шунинг учун баъзи ноёб ва қиммат маҳсулотлар камдан кам сотилади .

- Классик Б2С сотиш техникаси Б2Б-дан жуда фарқ қилади (3-жадваллар).

**3-Жадвал Фарқлар савдо техник Б2С дан Б2Б**

<b>Қарор қабул қилиш тезлиги</b>	<b>Соатлар / кун</b>	<b>Ойлар / йиллар</b>
----------------------------------	----------------------	-----------------------



Модел	Б2С	Б2Б
Қарор қабул қилувчилар сони	Фақат, 2 кишигача	Жамоа асосда 2 кишидан кўпроқ
Қарор қабул қилишда ҳиссиётларнинг роли	Юқори	Кам
Мурожаатлар сони	Катта	Ягона
Харидорнинг роли	Минимал	Ҳал қилувчи

#### 4-Жадвал. Б2С маркетингидан Б2Б фарқлари

	Б2С	Б2Б
Маҳсулот	Яқуний	Оралиқ
Нархи	Махсус таклиф, фойдаличилиги	Иқтисодий фойда
Маҳсулот ишлаб чиқаришни рағбатлантириш	Мода (тренд)	Технология
Мотивация	Шаҳсга йўналтирилган	Жамоага йўналтирилган
Сотиб олиш тўғрисида қарор	Туйғулар	Мантиқ
Савдо	Улгуржи	Мақсадли
Маҳсулотни реклама қилиш	Реклама	ПР + шахсий савдо

**Мисол.** Озиқ-овқат дўконлари ёки хўжалик молар дўконлари Б2С тоифасига киради. Улар одамлар шахсий фойдаланиш учун мўжалланган маҳсулотларни сотувга қўяди. Бу, уй ёки маиший еҳтиёж молларни сотиш билан шуғулланадиган интернет-дўконларга тегишли.

- Ниҳоят, *савдо интернет-тизими* умумий логистикат изими, Товар заҳираларни бошқаришни, интернет-дўконни ва одатий дўконларни ягона тизимга бирлаштиради.

Самарадорлик атамаси (лотинча *эффективус* - самарали) кўриб чиқиладиган чоралар ёки ҳодисаларнинг самарадорлигини англатади. Озиқ-овқат савдо хизматлари электрон тизимга келсак, самарадорлик деганда биз электрон савдо технологиялари, техникаси ва қоидалари ёрдамида эришилган натижаларнинг сарфланган ресурсларни ҳисобга олган ҳолда озиқ-овқат савдо хизматлари операциялари мақсадларига мувофиқлигини белгилайдиган тоифани тушунамиз. Амалда самарадорликни баҳолаш мезонини шакллантириш ёки танлаш керак. Одатда, самарадорликни баҳолаш мезонлари танланган самарадорлик кўрсаткичлари бир-бири билан ёки муайян норма



билан таққосланадиган, агар у мавжуд бўлса ёки ўрнатилиши мумкин бўлса, қоида сифатида тушунилади. Самарадорлик кўрсаткичи сифатида маълум бир қиймат ўрганилаётган жараённинг у ёки бу томонини миқдорий жиҳатдан тавсифловчи ҳаракат қилиши мумкин, яъни уни ўлчаш мумкин. Айнан кўрсаткичлар нисбати, яъни ишлаб чиқилган мезон орқали озиқ-овқат савдо хизматлари электрон тизими технологиялари, техникаси ва қоидаларининг тадбиркорлик субъектлари эҳтиёжларига мувофиқлиги ўлчови кўриб чиқиладиган тижорат операциясининг мақсадига еришилганда аниқланади. Озиқ-овқат савдо хизматлари электрон тизими самарадорлиги таърифидан кўриниб турибдики, сиз ушбу самарадорлик ҳақида умуман гапира олмайсиз. озиқ-Овқат савдо хизматлари электрон тизими усуллари билан амалга ошириладиган ҳар қандай тижорат операциялари тижоратнинг ўзига хос шаклига тегишли - савдо, лизинг, консалтинг, суғурта ва ҳ.к.; уларнинг самарадорлигини баҳолаш усуллари маълум ва етарлича батафсил ўрганилган. Шу сабабли, ушбу шаклнинг ўзига хос хусусиятларини ва кўриб чиқиладиган битимнинг мақсадини ҳисобга олган ҳолда тижорат битимининг маълум маълум шаклига нисбатан озиқ-овқат савдо хизматлари электрон тизими самарадорлиги тўғрисида гаплашишимиз мумкин. Масалан, савдода самарадорлик мезонини шакллантиришда, ривожланишнинг кўриб чиқиладиган босқичида компаниянинг маркетинг стратегиясини ҳисобга олиш муҳимдир. Агар стратегия бозорни забт этишга қаратилган бўлса, унда самарадорликнинг битта мезони бўлади; агар максимал фойда олиш учун мезон бутунлай бошқача бўлса, унда турли хил иқтисодий кўрсаткичлардан фойдаланилади.

Тижорат операциясининг муайян шакли самарадорлигини баҳолаш учун кўрсаткичлар тизимини танлашда иккита ёндашув бўлиши мумкин. Биринчиси, ишлатилган озиқ-овқат савдо хизматлари электрон тизими технологиялари билан бевосита боғлиқ бўлган янги, илгари номаълум ишлаш кўрсаткичларини излашдир. Шу билан бирга, бу ҳар доим ҳам мумкин эмаслиги ва тижорат операцияларининг барча шакллари учун эмаслигига тайёр бўлиш керак. Бундай ҳолда, иккинчи ёндашув мумкин - аллақачон маълум бўлган ишлаш кўрсаткичларидан фойдаланиш, бу еса ўз навбатида электрон тижорат технологияларининг ушбу маълум ишлаш кўрсаткичларига таъсирини миқдорий баҳолашни талаб қилади. Хўжалик юритувчи субъектларнинг амалий фаолиятида озиқ-овқат савдо хизматлари электрон тизими технологияларидан фойдаланадиган ҳар қандай корхоналар, масалан, тижорат корхоналари фаолиятини, шунингдек бир хил турдаги электрон тижорат тизимларидан фойдаланган ҳолда икки ёки ундан ортиқ корхоналарни таққослаш усуллари баҳолаш долзарбдир.

Умуман олганда, кўриб чиқиладиган тадқиқот параграфи бўйича озиқ-овқат савдо хизматлари электрон тизими самарадорлигини баҳолаш бўйича услубий ёндашув қуйидагича бўлиши мумкин:

- озиқ-овқат савдо хизматлари электрон тизими самарадорлигини баҳолашни аниқлаш;
- тадбиркорлик субъектининг ушбу соҳадаги мақсадли функциясини аниқлаш;



- белгиланган мақсадга эришиш самарадорлиги кўрсаткичларини аниқлаш;
- самарадорлик мезонини шакллантириш;
- самарадорлик кўрсаткичларини аниқлаш учун керакли статистик ва бошқа маълумотларни олишни ташкил етиш;
- кўрсаткичлар ва ишлаш мезонларини ҳисоблаш;
- олинган натижаларни таҳлил қилиш ва қарор қабул қилиш.

Озиқ-овқат савдо хизматлари электрон тизими бозоридаги корхоналар фаолиятини таҳлил қилиш, унинг ўзига хос предмет соҳасидаги ривожланиш стратегиясини тўғри белгилаш қанчалик муҳимлигини кўрсатди. Бу ерда хатолар ва нотўғри ҳисоб-китобларнинг аксарияти содир бўлади, бу кейинчалик чуқур умидсизликка олиб келади, вақт ва пулни йўқотиши муқаррар. Озиқ-овқат савдо хизматлари электрон тизимининг янги лойиҳаларини ишлаб чиқувчилар кўпинча ғоя ҳар қанча чиройли ва мантиқан беғубор бўлмасин, у доимо умид бахш этишидан узоқ эканлигини англамайдилар. Бундан ташқари, кўплаб ғоялар муаллифлари ўзларининг ечимлари учун ким истеъмолчи бўлишини, ким ўз ғояси учун пулни беришни хоҳлашини аниқ тушунтириб беролмайдилар. Аммо компания раҳбарлари ўз миждозлари нимани қадрлаши ва энг муҳими, у нимага тўлашга тайёрлигини аниқ англаб етмасалар, бизнес ҳеч қачон муваффақиятли бўлмайди (баъзида биринчи ва иккинчиси ўртасида тўлиқ бўшлиқ мавжуд) Афсуски, кўплаб тадбиркорлик субектлари истеъмолчиларнинг афзалликлари ва хатти-ҳаракатлари тўғрисида ҳақиқий билимга эга бўлмаган ҳолда, озиқ-овқат савдо хизматлари электрон тизими ни ривожлантириш тўғрисида қарор қабул қилдилар, бозор конъюктурасини бутунлай эътиборсиз қолдирадилар. Бундай компаниялар, агар улар аллақачон бирон бир соҳада муваффақият қозонган ёки шунчаки ўзига хос концепцияга эга бўлган бўлса, унда интернет автоматик равишда уларга янги фойдали бозорни беради деб ишонган. Бугунги кунда бундай ёндашув ўзини оқламаслиги аллақачон маълум. Ҳозирги вақтда интернет-лойиҳалар самарадорлигини баҳолаш усуллари асосан сайтларнинг ишлаш кўрсаткичларига асосланган бўлиб, улар ёрдамида ушбу бизнеснинг муваффақиятини тасдиқлаш (ёки рад етиш) ҳар доим ҳам мумкин эмас. Маълумки, сайт фаолиятининг бундай кўрсаткичларига ташрифлар частотаси ва ташриф буюрувчининг сайтда ўтказадиган вақти киради. Агар сайт янгиликларга ихтисослашган бўлса ёки товар ёки хизматлар тўғрисида маълумот берадиган бўлса, ташрифлар тезлиги ва ташриф давомийлиги, албатта, унинг самарали ишини кўрсатади. Оддий дўкон учун ҳам, унинг онлайн ҳамкори учун ҳам ҳар бир меҳмон бирон бир нарсани сотиб олиши (ва ундан кўпроғи) муҳимдир ва дўконда доимо шунчаки келганлар ичида молларни тамоша қилувчи қизиқувчан одамлар олами бўлиши шарт эмас. Интернет-лойиҳалар самарадорлигини баҳолаш, биринчи навбатда, Тармоққа кирадиган компания учун потенциал фойдаларни таҳлил қилишга ва шунинг учун сайтга ташрифлар частотасини эмас, балки ушбу фойдани максимал даражада оширадиган лойиҳани ташкил етишга қаратилган бўлиши керак.

Тадқиқотимиз давомида озиқ-овқат савдо хизматларини электрон шакли самарадорлигини баҳолаш мезонлари танланган кўрсаткичлар қийматини бир-бири



билан ёки маълум бир меъёр билан таққослаш қоидалари ҳисоблаб чиқдик. Тижорат операциясининг муайян шакли самарадорлигини баҳолаш учун кўрсаткичлар тизимини танлашда иккита ёндашув қўлланилади:

1. Озиқ-овқат савдо хизматлари электрон тизими бизнес технологиялари билан бевосита боғлиқ бўлган янги ишлаш кўрсаткичларини қидириш. Шу билан бирга, ҳар доим ҳам ва ҳамма шакллар учун ҳам ишлаш кўрсаткичларини аниқлаш мумкин эмас.

2. Савдо самарадорлигининг аллақачон маълум бўлган кўрсаткичларидан фойдаланиш одатий тижорат технологияларидан электрон тижоратга ўтишнинг ушбу кўрсаткичларга таъсирини баҳолашни талаб қилади. Электрон бизнес амалиёти шуни кўрсатдики, унинг самарадорлигини тарқатиш харажатларини минималлаштириш орқали таъминланади. Иқтисодий самарадорлик харажатларнинг асосий моддалари ва электрон тижорат тизимидан фойдаланиш орқали харажатларни камайтириш орқали аниқланади. Бундай ҳолда, умумий харажатларни бир марталик капитал харажатлар ва операцион харажатларга бўлиш мумкин. Жами харажатларга дастлабки таҳлил ва лойиҳалаштириш харажатлари киради; зарур ускуналар нархи, дастурий таъминот нархи; алоқа линияларини ўрнатишга сарфланган маблағлар, вебсервернинг баъзи функциялари корхонанинг ички ресурслари билан таъминланган тақдирда, ходимларни тайёрлаш ва қайта тайёрлаш харажатлари ҳисобга олинади. Операцион харажатлари қуйидагиларни ўз ичига олади:

- ходимларнинг иш ҳақи, қўшимча материаллар нархи, домен тўловлари; алоқа каналлари учун тўлов;
- интернетга кириш учун провайдер хизматлари учун тўлов;
- амортизация ва ажратмалар, ахборотни қўллаб-қувватлаш учун учинчи томон компанияларини жалб қилиш харажатлари ва реклама серверларини лойиҳалаштириш харажатлари.

Ташкилий жараёнларга оид кўрсаткичлар янги ахборот тизимининг мавжуд ва компания фаолияти ҳамда унинг бизнес жараёнлари билан интеграциялашув даражасини белгилайди. Интеграция даражаси интернетга асосланган маркетинг тизими томонидан қўллаб-қувватланадиган функциялар сонининг компания функцияларининг умумий сонига нисбати сифатида ҳисобланиши мумкин. Маркетинг дастурини веб-серверни амалга ошириш ва қўллаб-қувватлашга жалб қилиш самарадорлиги ва вебмаркетинг воситаларидан фойдаланиш самарадорлигини тавсифловчи маркетинг кўрсаткичлари киради. Олинган маълумотлар веб-серверни ишлаб чиқиш режасини созлаш, ишлаб чиқилган маркетинг дастури доирасида амалга оширилган тадбирларни кўриш мезонлари сифатида ишлатилиши мумкин.

Қуйидаги маркетинг кўрсаткичлари фарқланади:

- серверга киришнинг турли воситаларининг самарадорлиги серверга ташриф буюрувчиларни жалб қилишнинг турли манбаларидан фойдаланиш самарадорлигини тавсифлайди ва маълум бир кириш манбасини ишлатган ташриф буюрувчилар сонининг сервер ташрифларининг умумий сонига нисбати сифатида аниқланади.



- сервер веб-саҳифаларига трафик сервер саҳифаларининг машҳурлигини тавсифлайди. Ҳар бир саҳифа учун у саҳифаларга ташриф буюрувчиларнинг умумий серверлар сонига нисбати сифатида аниқланади;

- Баннер реклама самарадорлиги ҳар бир реклама баннерининг самарадорлигини белгилайди ва фойдаланилган реклама таъсирида ташриф буюрувчилар контингентини таҳлил қилишга асосланган бўлиб, бағҳери ва у орқали серверга етиб борди. Бу баннер жойлашган саҳифага ташриф буюрувчиларнинг ташриф буюрувчиларнинг умумий сонига нисбати сифатида аниқланади; - серверга ташриф буюрувчиларни жалб қилиш самарадорлиги (агар электрон дўкон бўлса). Бу товарларни сотиб олиш бўйича фаол ҳаракатларга ўтган ташриф буюрувчилар сони ва серверга камдан-кам ташриф буюрувчилар сони ўртасидаги фоиз сифатида аниқланади; - такрорий ташрифлар сони серверга максимал такрорий ташрифлар сонининг бажарилишини тавсифлайди

Самарадорликни баҳолаш муаммоси анча кенг ва техник, иқтисодий, ташкилий ва бошқа жиҳатларни ўз ичига олиши мумкин. Шу сабабли, электрон тижорат тизимларини қўллашнинг турли жиҳатларини баҳолаш учун уларнинг ҳар бирини баҳоланиши ва унга мувофиқ равишда созлаш, ривожлантириш ва зарур чораларни кўришлари учун тегишли ишлаш мезонларини ажратиш кўрсатиш керак.

Самарадорликни баҳолашнинг қуйидаги йўналишларини кўриб чиқиш мақсадга мувофиқ: иқтисодий, ташкилий ва маркетинг. Ушбу йўналишларнинг ҳар бири тегишли ишлаш кўрсаткичларига эга. Иқтисодий кўрсаткичлар озиқ-овқат савдо хизматлари электрон тизими ни яратиш учун танланган вариантнинг иқтисодий самарадорлигини баҳолаш учун ишлатилади (масалан, компаниянинг интернетдаги вебсерверига асосланган ҳолда). Ташкилий кўрсаткичлар янги ахборот тизимининг мавжуд тизим билан, шунингдек, корхона фаолияти ва унинг бизнес жараёнлари билан интеграциялашув даражасини белгилайди. Бу ҳолда маркетинг кўрсаткичлари деганда, интернет-муҳитда веб-серверни жорий қилиш ва тарғиб қилиш бўйича маркетинг дастурининг самарадорлиги ва веб-маркетинг воситаларидан фойдаланиш самарадорлигини тавсифловчи кўрсаткичлар тушунилади. Шунини ёдда тутиш керакки, кўрсатилган барча кўрсаткичлар гуруҳлари бир-бири билан боғлиқ. Шунинг учун, улардан бирини танлаб, биз у ёки бу даражада ҳар томонлама баҳолашга яқинлашамиз керак бўлади. Интернет-муҳитда веб-сервер асосида корпоратив электрон тижорат тизимини яратиш учун танланган вариантнинг иқтисодий самарадорлиги (E) уни қўллаш натижасининг нисбати (сж нинг ишлаб чиқиш ва ишлатиш билан боғлиқ харажатларга нисбати сифатида аниқланиши мумкин) тизимнинг (ee):

$$\mathcal{E} = \frac{\varepsilon_n}{\varepsilon_s}$$

Жами харажатлар:  $\varepsilon_s = K + C_s$ , Бу ерда K - тизимни лойиҳалаштиришга, зарур компонентларни сотиб олишга ва уни амалга оширишга жами капитал қўйилмалар;



Операцион харажатлар. Капитал муддати ва йиллик харажатлар фарқи бўлган тақдирда, капитал харажатлари бир фоизга (биринчи ёки охири) йилгача фоизли фоизлар формуласидан фойдаланган ҳолда камайтирилиши керак:

$$K_t = \frac{K}{(1+i)^t},$$

Бу ерда  $K_t$  - пасайтирилган капитал харажатлар;  $K$  - капитал қўйилмаларни дисконтлаш коеффициенти;  $t$  - бу харажатлар келиб чиқадиган давр. Тизимнинг ишлаши туфайли олинган натижа формула бўйича аниқланади :

$$\varepsilon_n = C_c(t) - K_t,$$

бу ерда  $C(t)$  - бу электрон тижорат тизимидан фойдаланиш натижасида харажатларни камайтириш орқали вақт ўтиши билан олинган таъсир. Шундай қилиб, иқтисодий самарадорликнинг таърифи асосий харажат моддаларини аниқлашга ва электрон тижорат тизимидан фойдаланиш орқали харажатларни камайтиришга асосланади. Умумий харажатларни бир марталик капитал харажатлар ва операцион харажатларга бўлиш мумкин. Бир марталик харажатларга қуйидагилар киради:

- дастлабки таҳлил ва режалаштириш харажатлари;
- керакли ускуналарнинг нархи;
- дастурий таъминот нархи;
- алоқа линиялари ва тегишли ускуналарни ташкил етишга сармоялар;
- веб-сервердаги маълумотларни янгилаш ва унинг дизайни ёки вебсервернинг ишлашини таъминлаш учун функцияларни бажариш учун зарур бўлган қўшимча ускуналар, масалан, компьютер техникаси нархи;
- кадрларни тайёрлаш ва қайта тайёрлаш харажатлари, агар Вебсервернинг ишлашини таъминлаш учун бирон бир функция корхонанинг ички ресурслари томонидан таъминланса, операцион харажатлар қуйидагиларни ўз ичига олади:
- хизмат кўрсатувчи ходимларнинг иш ҳақи;
- ёрдамчи материаллар учун харажатлар;
- домен номи учун тўловлар;
- алоқа каналлари учун ижара ҳақи;
- Интернет-провайдерга интернетдан веб-серверга киришни таъминлаганлиги, ўз серверида бўш жой берганлиги ёки агар у провайдер томонидан жойлаштирилган бўлса, корпоратив веб-серверни сақлаб қолганлиги учун тўлов;
- амортизация ажратмалари;
- серверни ишлаб чиқиш, унинг дизайни, бажарилган функциялари бўйича ишлашга учинчи томон фирмаларини жалб қилишда қўшимча харажатлар; - реклама кампаниялари учун харажатлар ва бошқалар.

Жамғарма манбалари веб-сервер томонидан бажариладиган функцияларга боғлиқ. Жамғармалар анъанавий алоқа ўрнига электрон коммуникациялардан



фойдаланганлиги сабабли пайдо бўлади (босма маҳсулотлар, телефон кўнғироқлари ва факс орқали юбориш харажатлари камаяди;

зарур маълумотлар тақдим етилиши туфайли мижозлар сотишдан олдин ва кейин кўллаб-қувватланади;

виртуал дўкон, анъанавий дўконни ташкил қилиш зарурати ва тегишли харажатлар йўқолади;

**Хулоса:** Интернет - каналлардан фойдаланишда анъанавий тарқатиш каналларидан фойдаланишга ҳожат йўқ. Тадқиқотларимиз давомида веб-серверни татбиқ этиш ва ундан фойдаланиш бир марталик иш эмас, бу жараён ҳар доим ўз вақтида узайтирилади ҳамда, интернетдан фойдаланиш даражаси ҳар бир мамлакатда кенг фарқ қилади ва аксарият ҳолларда Интернетдан фойдаланиш анъанавий усуллар билан бажариладиган баъзи функцияларни ўрнини босиши мумкин бўлган даражада паст деган хулосага келдик. Бундан ташқари, ҳисобга олиш керакки, харажатларни камайтиришдан ташқари, веб-сервер орқали фирманинг интернетдаги иштирокини ташкил қилиш қуйидаги йўллар билан фойда келтириши мумкин:

- компаниянинг товар белгиси имиджини яхшилаш;
- компания маҳсулотларини реклама қилиш;
- янги истеъмолчиларни сотиб олиш;
- маҳсулотлар учун янги тарқатиш каналини қўшиш;

## References:

1. Фридман А.М. Экономика предприятий торговли и питания потребительского общества. М.: «Дашков» 2008. с 625.
2. Ефимова О.П. Экономика общественного питания. Минск. Новое знание, 2008.с.348.
3. Раицкий К.А. Экономика предприятия. Учебник. - М.: ИВЦ «Маркетинг». 2003. с.683.
4. Пиваваров К.В. Планирование на предприятии.-М.: «Дашков и К°» 2006. с.245.
5. Бычков В.Г., Ходарова З.С. Общественное питание: итоги и перспектива. – М.: «Экономика». 1984. – с. 239.
6. Емельянова Т.В. Экономика общественного питания - Минск. Высшая школа. 2003.
7. Кудратов Ғ.Ҳ., Пардаев М.Қ., Абдукаримов Б.А. Сервис ривожии – аҳолининг бандлигини таъминлаш ва фаровонлигини ошириш омили. Рисола. Т.: «Fan va texnologiya», 2007. – 28
8. Кудратов Ғ.Ҳ., Мирзаев Ҳ.Ж., Пардаев М.Қ. Агросервисни ривожлантиришнинг асосий йўналишлари. Рисола. Т.: «Fan va texnologiya», 2007. – 16 б.
9. Пардаев М.Қ., Исроилов Ж.И., Гаппаров А.Қ. Хизмат кўрсатиш соҳасида иқтисодий таҳлилни такомиллаштириш муаммолари. Рисола. Самарқанд. “Зарафшон”, 2009. - 66 б.
10. Иватов И. Ресторанное хозяйство в туристической сфере. Учебное пособие - Т.: ТГЭУ, 1998. – с. 131., Савдода маркетинг фаолияти. Монография. Т.: ТДИУ, 2004.
11. Мухаммедов М.М. и др. Экономика торговли. Самарканд. 1998. с. 282



12. Сафаров Б.Ж. Ўзбекистон чакана савдосида бозор тизимларининг шаклланиши ва уларни тартибга солиш: иқтисод фанлари номзоди илмий даражасини олиш учун диссертация автореферати. – Т.,ТДИУ, 1998. - 21 б.
13. Тухлиев И.С ва бошқалар Туризмни режалаштириш. Дарслик. Т.: «Иқтисод-молия», 2010.-264 б., Туризм асослари. Ўқув қўлланма. Самарқанд. 2010.
14. Асланова Д.Ҳ. Трудоёмкость продукции общественного питания и резервы её снижения: автореферат диссертации на соискание ученой степенп кандидата экономических наук. – Киев. 1992.-с. 20.
15. Абдуллаев Ё.А. Статистиканинг умумий назарияси. Дарслик. Т.: «Ўқитувчи», 1993.- 240 б.,
16. Йулдошев Н. Савдо корхонаси иқтисодиёти.-Т.: ТДИУ. 2005. - 164 б.
17. Абдукаримов Б.А. Ички савдо иқтисодиёти. – Т.: «Фан ва технология», II том 2008.- 224
18. Кунц Р.М. Диверсификация стратегияси ва корхона муваффақияти // Бошқариш назарияси ва амалиёти муаммолари. -
19. 1994. - № 1, б. 96 - 100.
20. Паскуиер М. Диверсификация ва самарадорлик // Менежмент назарияси ва амалиёти муаммолари. - 1994 й., № 1. - с. 79-82.