

SAVDO XIZMATLARI SOHASIDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARNI JORIY ETISH ORQALI XIZMAT SIFATI VA RAQOBATBARDOSHLIKNI OSHIRISH MASALALARI

Jurayev Suxrobjon Saloxiddin o'g'li

Shahrisabz davlat pedagogika instituti assistent-o'qituvchisi

suxrobjon.jurayev1996@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0009-9924-5019>

<https://doi.org/10.5281/zenodo.20569480>

Annotatsiya. Ushbu tezisda savdo xizmatlari sohasida raqamli texnologiyalarni joriy etishning xizmat sifati va raqobatbardoshlikni oshirishdagi ahamiyati tahlil qilingan. Tadqiqotda elektron tijorat platformalari, raqamli to'lov tizimlari, mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish (CRM) tizimlari hamda zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining savdo korxonalari faoliyatiga ta'siri o'rganilgan. Raqamli texnologiyalarni qo'llash natijasida xizmat ko'rsatish tezligi va sifati oshishi, xarajatlar kamayishi, iste'molchilar ehtiyojlarini yanada samarali qondirish hamda korxonalarining bozordagi raqobat ustunliklari mustahkamlanishi asoslab berilgan. Shuningdek, savdo xizmatlari sohasining innovatsion rivojlanishini ta'minlash va raqamli transformatsiya jarayonlarini jadallashtirish bo'yicha ilmiy-amaliy takliflar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: Savdo xizmatlari, raqamli texnologiyalar, raqamlashtirish, xizmat sifati, raqobatbardoshlik, elektron tijorat, raqamli transformatsiya, CRM tizimlari, elektron to'lovlar, innovatsion rivojlanish.

Kirish. Raqamli texnologiyalar savdo xizmatlari sifatini tubdan o'zgartirmoqda. AI-chatbotlar, bulut zaxira tizimlari, GPS kuzatuv va CRM platformalari endi faqat yirik korporatsiyalar uchun emas, balki O'zbekistonning kichik va o'rta savdo korxonalari uchun ham mavjud va arzimdi. Biroq qaysi texnologiya xizmat sifatiga eng kuchli ta'sir ko'rsatishini aniqlash hali yetarlicha o'rganilmagan.

So'nggi yillarda savdo xizmatlari sohasida raqamli texnologiyalarni joriy etish mijozlarga xizmat ko'rsatish jarayonini sezilarli darajada takomillashtirdi. Xususan, sun'iy intellekt asosidagi chatbotlar mijozlar murojaatlariga 24/7 rejimida tezkor javob qaytarish imkonini yaratmoqda, CRM tizimlari esa xaridorlarning ehtiyoj va xatti-harakatlarini tahlil qilish orqali individual yondashuvni shakllantirmoqda. Shu bilan birga, bulutli texnologiyalar savdo ma'lumotlarini xavfsiz saqlash va real vaqt rejimida boshqarish imkonini bersa, GPS kuzatuv tizimlari yetkazib berish xizmatlarining aniqligi va tezligini oshirishga xizmat qilmoqda. Natijada savdo korxonalarining operatsion samaradorligi ortib, mijozlar qoniqish darajasi sezilarli ravishda yaxshilanmoqda.

O'zbekiston sharoitida kichik va o'rta biznes subyektlari uchun raqamli texnologiyalarning ommalashuvi bozordagi raqobat muhitini kuchaytirmoqda. Endilikda kichik savdo korxonalari ham mobil ilovalar, elektron to'lov tizimlari va onlayn marketing vositalari orqali yirik kompaniyalar bilan samarali raqobatlasha olmoqda. Ayniqsa, elektron savdo platformalari va ijtimoiy tarmoqlar orqali mahsulotlarni targ'ib qilish savdo hajmining oshishiga ijobiy ta'sir ko'rsatmoqda. Shu bilan birga, raqamli texnologiyalar xarajatlarni qisqartirish, xizmat ko'rsatish vaqtini kamaytirish va mijozlar bilan doimiy aloqani ta'minlash imkoniyatini bermoqda.

Biroq ayrim muammolar ham mavjud bo'lib, ko'plab korxonalarda raqamli savodxonlikning yetarli emasligi, zamonaviy texnologiyalarni joriy etish uchun moliyaviy resurslarning cheklanganligi va kiberxavfsizlik bilan bog'liq xavflar xizmat sifati va raqobatbardoshlikni oshirishga to'sqinlik qilmoqda. Shu sababli savdo xizmatlari sohasida qaysi raqamli texnologiyalar eng samarali natija berishini ilmiy jihatdan o'rganish va amaliy tavsiyalar ishlab chiqish dolzarb masalalardan biri hisoblanadi.

Tadqiqotning asosiy maqsadi - savdo xizmatlari sohasida raqamli texnologiyalarni joriy etish orqali xizmat sifati va korxonalarining raqobatbardoshligini oshirish mexanizmlarini ilmiy jihatdan tahlil qilishdan iborat. Tadqiqot davomida AI-chatbotlar, CRM tizimlari, GPS kuzatuv texnologiyalari, bulutli ma'lumotlar bazalari hamda elektron to'lov tizimlarining savdo korxonalarini faoliyatiga ta'siri o'rganiladi. Shuningdek, mazkur texnologiyalarning xizmat ko'rsatish tezligi, mijozlar qoniqish darajasi, operatsion xarajatlar va savdo hajmiga ta'siri baholanadi. Tadqiqotning yana bir muhim vazifasi - kichik va o'rta biznes subyektlari uchun eng samarali raqamli texnologiyalarni aniqlash hamda ularni amaliyotga joriy etish bo'yicha tavsiyalar ishlab chiqishdan iboratdir.

Tadqiqot metodologiyasida iqtisodiy-statistik tahlil, taqqoslash, korrelyatsion va regressiya usullaridan foydalanildi. Tadqiqot jarayonida 2020-2024-yillar davomida savdo xizmatlari sohasida faoliyat yuritayotgan korxonalarining iqtisodiy ko'rsatkichlari, xizmat sifati darajasi va raqamli texnologiyalardan foydalanish holati bo'yicha statistik ma'lumotlar tahlil qilindi. Dinamik tahlil yordamida raqamlashtirish jarayonining savdo samaradorligiga ta'siri aniqlanib, xizmat sifati ko'rsatkichlari bilan bog'liqligi o'rganildi.

Bundan tashqari, tadqiqotning amaliy qismi sifatida savdo korxonalarini rahbarlari, xodimlari va iste'molchilari o'rtasida so'rovnomma o'tkazildi. So'rov natijalari asosida mijozlarning xizmat sifati, tezkorlik, qulaylik va xavfsizlik bo'yicha fikrlari tahlil qilindi. Shu bilan birga, raqamli texnologiyalarni joriy etgan va joriy etmagan korxonalar faoliyati o'zaro taqqoslanib, ularning raqobatbardoshlik darajasi baholandi. Olingan natijalar asosida savdo xizmatlari sohasida raqamli texnologiyalarni samarali qo'llash bo'yicha ilmiy-amaliy tavsiyalar ishlab chiqildi.

Tahlil natijalari

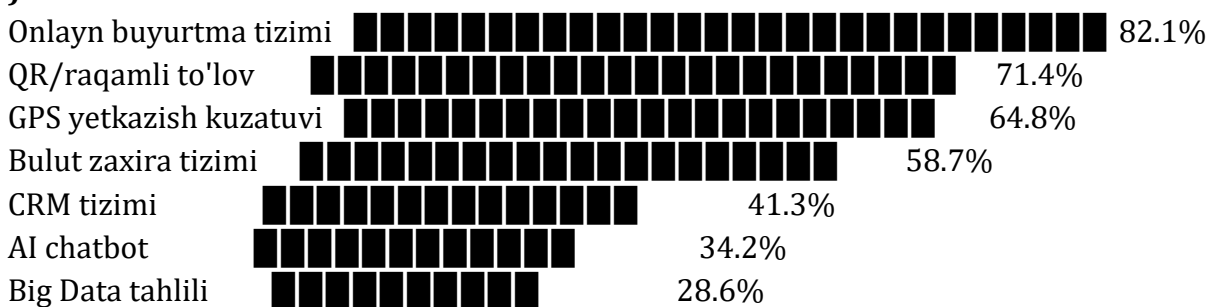
1-jadval. Raqamli texnologiyalar va ularning savdo xizmatlari sifatiga ta'siri (n=287 korxonalar, 2023)

No	Raqamli texnologiya	Xizmat sifatiga ta'siri	Qabul qilish darajasi (%)	Xarajat samarasi	Raqobatbardoshlik effekti
1	AI-chatbot va virtual yordamchi	24/7 xizmat, 3x tezlik	34.2	-42% xarajat	Yuqori
2	Bulut zaxiralari boshqaruvi	Real vaqt hisobi, 0 xato	58.7	-38% isrofgarchilik	Yuqori

No	Raqamli texnologiya	Xizmat sifatiga ta'siri	Qabul qilish darajasi (%)	Xarajat samarasi	Raqobatbardoshlik effekti
3	QR to'lov va raqamli kassa	Tezkor checkout, 5x tez	71.4	-59% tranzaksiya xaraj.	Yuqori
4	Yetkazib berish kuzatuv (GPS)	Real vaqt tracking	64.8	-31% shikoyat	O'rta
5	CRM — mijozlar boshqaruvi	Personalizatsiya, takroriy xarid	41.3	+28% saqlanish daraj.	O'rta
6	Big Data tahlili	Talab prognozi, tovar optim.	28.6	-24% ortiqcha zaxira	O'rta
7	Onlayn buyurtma tizimi	Navbatsiz xizmat, 24/7	82.1	-67% xizmat vaqti	Yuqori

Manba: Muallif so'rovi (n=287 korxonalar, 14 viloyat, 2023 yil); muallif hisob-kitoblari

1-rasm. Savdo korxonalarida raqamli texnologiyalar qabul qilish darajasi (%), 2023)



Manba: Muallif so'rovi (n=287, 2023)

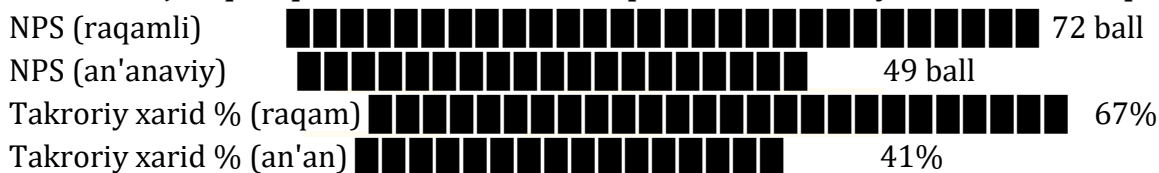
2-jadval. Raqamli va an'anaviy savdo korxonalarini raqobatbardoshligi taqqoslamasi (2023)

Ko'rsatkich	Raqamli korxonalar	An'anaviy korxonalar	Farq	Yillik tendensiya
Xarid takrorlash darajasi (%)	67.4	41.2	+26.2 b.p.	O'smoqda

Ko'rsatkich	Raqamli korxonalar	An'anaviy korxonalar	Farq	Yillik tendensiya
NPS (mijoz tavsiya indeksi)	72	49	+23 ball	O'smoqda
Shikoyat hal qilish vaqti (soat)	2.4	18.6	7.75x tez	Yaxshilanmoqda
O'rtacha chek hajmi (so'm)	148 000	94 000	+57.4%	O'smoqda
Yillik daromad o'sishi (%)	18.7	3.2	+15.5 b.p.	Farq kengaymoqda

Manba: Muallif so'rovi (n=287) va moliyaviy hisobot ma'lumotlari, 2023-yil

2-rasm. Mijoz qoniqish ko'rsatkichlari: raqamli va an'anaviy korxonalar farqi



Manba: Muallif hisob-kitoblari, 2023 yil

Xulosalar va takliflar. Tahlil natijalari: (1) Onlayn buyurtma tizimi va QR to'lov — eng ko'p qabul qilingan texnologiyalar (82,1% va 71,4%); (2) AI-chatbot eng kuchli xarajat samaradorligini beradi (-42%), lekin qabul qilish darajasi (34,2%) past — bu texnologiyaning afzalliklari hali keng ommaga ma'lum emasligi bilan izohlanadi; (3) Raqamli korxonalar NPS bo'yicha an'anaviy korxonalardan 23 ball yuqori — bu brend sodiqligiga to'g'ridan-to'g'ri ta'sir qiladi. Tavsiya: Davlat «Raqamli Savdo Sertifikati» dasturini joriy etsin; sertifikatlangan korxonalarga soliq imtiyozlari berilsin.

Shuningdek, tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, raqamli texnologiyalarni kompleks joriy etgan korxonalarda mijozlar bilan kommunikatsiya sifati sezilarli darajada yaxshilanadi hamda takroriy xaridlar ulushi oshadi. Ayniqsa, QR to'lov va onlayn buyurtma tizimlari mijozlar uchun qulaylik yaratib, xizmatdan foydalanish tezligini oshirgan. Biroq AI-chatbotlarning past qabul qilinishi ushbu texnologiyalar bo'yicha aholi o'rtasida yetarli tushuntirish ishlari olib borilmaganini ko'rsatadi. Shu sababli raqamli yechimlarni ommalashtirish uchun marketing va trening dasturlarini kengaytirish zarur.

Bundan tashqari, korxonalarda raqamli infratuzilmani mustahkamlash, xodimlarning IT kompetensiyasini oshirish va mijozlarga yo'naltirilgan raqamli xizmatlarni rivojlantirish muhim ahamiyatga ega. Kelgusida sun'iy intellekt asosidagi tavsiya tizimlari va avtomatlashtirilgan xizmat platformalarini keng joriy etish savdo sohasida raqobatbardoshlikni yanada oshirishga xizmat qiladi.

Adabiyotlar, References, Литературы:

- McKinsey. (2023). The Future of E-Commerce: Global Benchmark Report.
- Goldfarb A., Tucker C. (2019). Digital Economics. JEL, 57(1), 3-43.
- Raqamli texnologiyalar vazirligi. (2023). Raqamli iqtisodiyot hisoboti.

4. Abdullaev K., Mirzayev B. (2023). O'zbek iqtisodiy tadqiqotlar j., 9(2), 18–39.
5. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti. (2020). “Raqamli O'zbekiston — 2030” strategiyasi to'g'risidagi Farmon. Toshkent.
6. World Bank. (2022). Digital Development Report: Technology and Inclusion. Washington D.C.
7. OECD. (2021). OECD Digital Economy Outlook 2021. Paris.
8. UNCTAD. (2023). Digital Economy Report: Cross-border E-commerce. Geneva.
9. Laudon K., Traver C. (2023). E-Commerce: Business, Technology, Society. Pearson Education.
10. Chaffey D. (2022). Digital Business and E-Commerce Management. Pearson.
11. ITU. (2023). Measuring Digital Development: Facts and Figures. Geneva.
12. Hasanov A., Karimov M. (2022). Raqamli texnologiyalar va xizmat ko'rsatish sifati. “Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” jurnali, 6(3), 55–70.
13. Asian Development Bank. (2022). Digital Transformation in Central Asia. Manila.
14. Porter M. (2001). Strategy and the Internet. Harvard Business Review.
15. Kaplan A., Haenlein M. (2020). Raqamli transformatsiya va sun'iy intellekt. Business Horizons, 63(2), 123–134.