

TADBIRKORLIK SUBYEKTLARI EKSPORTINI RIVOJLANTIRISHDA RAQAMLI PLATFORMALARDAN FOYDALANISHNING MAZMUN-MOHIIYATI

Mamasoatov Dilshod Ravshanovich

PhD, Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti mustaqil izlanuvchisi

dilshodbekmamasoatov@gmail.com

Annotatsiya

Maqolada tadbirkorlik faoliyati eksportini rivojlantirishda raqamli platformalardan foydalanishning mazmun mohiyati iqtisodiy jihatdan tahlil qilinib tadbirkorlik subyektlari tomonidan ishlab chiqarilayotgan mahsulotlar hajmi va turlari, xalqaro bozorlardagi raqobat, tadbirkorlik subyektlari tomonidan eksport bo'yicha axborotlarga avtomatlashtirilgan tizimda ishlov berish haqidagi ma'lumotlarning yagona bazasini yaratish, raqamli platformalarning funksional rivojlanish darajasi, shuningdek, tadbirkorlik va innovatsion sohadagi istiqbolli loyihalarni moliyalashtirish mexanizmlarini rivojlantirish bo'yicha batafsil yoritilgan.

Аннотация

В статье проанализирована сущность использования цифровых платформ в развитии экспорта предпринимательской деятельности с экономической точки зрения создание единой базы данных об объемах и видах выпускаемой субъектами предпринимательства продукции, конкуренции на международных рынках, обработке субъектами предпринимательства экспортной информации в автоматизированной системе, уровень функционального развития цифровых платформ, а также, подробно рассмотрены механизмы финансирования перспективных проектов в предпринимательской и инновационной сферах.

Abstract

The article analyzes the essence of the use of digital platforms in the development of business exports from an economic point of view, the creation of a unified database on the volumes and types of products produced by business entities, competition in international markets, processing of export information by business entities in an automated system, the level of functional development of digital platforms, and Also, the mechanisms for financing promising projects in the business and innovation spheres are discussed in detail.

Kalit so'zlar

raqamli platforma, raqamli iqtisodiyot, eksport faoliyati, onlayn taqvim, yagona mijozlar bazasi, axborotlarga avtomatlashtirilgan tizimda ishlov berish, ikkinchi darajali domen, elektron hukumat, xalqaro standart, raqamli iqtisodiyot infratuzilmasi, raqamli platformalarning funksional rivojlanish darajasi, xalqaro bozorlardagi raqobat, raqobatbardosh mahsulot ishlab chiqarish.

Ключевые слова

цифровая платформа, цифровая экономика, экспортная деятельность, онлайн-календарь, единая клиентская база, обработка информации в автоматизированной системе, вторичный домен, электронное правительство, международный стандарт, инфраструктура цифровой экономики, уровень функционального развития цифровых платформ, конкуренция в сфере экономики. международные рынки, конкурентоспособная продукция.

Keywords

digital platform, digital economy, export activities, online calendar, unified customer base, information processing in an automated system, secondary domain, e-government, international standard, infrastructure of the digital economy, level of functional development of digital platforms, competition in the economic sphere. international markets, competitive products.

Kirish

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 murosallari 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.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Raqamli O‘zbekiston — 2030” strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risidagi farmonida ham - transchegaraviy elektron tijoratni rivojlantirish va mahalliy ishlab chiqaruvchilarning mahsulotlarini qulay va o‘z vaqtida eksport qilishni ta‘minlash vazifasi belgilab berildi[1].

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.

Adabiyotlar tahlili

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”- soʻzlari xarakterlaydi. Shuni taʼkidlash kerakki, ushbu tushunchalarga oʻzbek, rus va xorij adabiyotlarda koʻplab taʼriflar berilgan.

“Tadbirkorlik” kategoriyasiga birinchi ilmiy taʼrif XVIII asr boshida ingliz olimi R.Kantilon tomonidan berilgan. Uning taʼkidlashicha, “Tadbirkor - bu foyda olish maqsadida bozor ayirboshlashga intiluvchi kishilarning yangi qatlamidir”[2].

XVIII asrning oxiri – XIX asrning boshlarida fransuz iqtisodchisi Jan Batist Sey tomonidan tadbirkor: “Vositachi, ishlab chiqarish omillarining muvofiqlashtiruvchisi, tajriba va bilim egasi”, deya taʼriflanib, [3] V. Savchenko esa, tadbirkor kapital, mehnat, tabiiy resurslardan oqilona, oʻrniga qoʻyib foydalanadigan[4], shuningdek, ishlab chiqarish omillarini uygʻunlashtiradigan iqtisodiy agentdir”, – deb taʼriflaydi Shamxalov F[5]. A.Marshal fikriga koʻra, “tadbirkorlar - ishlab chiqarishga zarur boʻlgan kapital va mehnatni birlashtiradilar, ishlab chiqarishning umumiy rejasini tuzadilar va loyihalashtiradilar”[6].

XIX asr oxiri - XX asr boshlarida M.Veber va V.Zombratlar tadbirkorlikni fikrlar qobiliyati bilan bogʻlab, “Tadbirkor - kasb-hunari doirasida doimo qonuniy foyda olishga harakat qiladi”, - deydi[7]. Amerikalik professor R.Xizrich: “Tadbirkorlik – qiymatga ega boʻlgan yangi narsani yaratish jarayoni boʻlib, tadbirkor esa oʻzining bor kuchi, vaqtini shu jarayonga sarflovchi, bunda tavakkalchilikni zimmasiga oluvchi kishidir” - deb eʼtirof etadi[8]. P.Drukerning fikricha, “tadbirkorlik innovatsiyani boshqarish jarayoni boʻlib, tadbirkor esa, har bir imkoniyatdan maksimal darajada foydalanuvchi shaxs” [9]. Angliyalik professor A.Xoskingning taʼkidlashicha, “Tadbirkor - bu oʻz hisobiga ish yurituvchi, masʼuliyatni oʻz gardaniga olgan mustaqil qarorlar qabul qiluvchi shaxsdir” [10]. B.Karlov tomonidan esa tadbirkorlikning imkoniyatlari yuqori baholanib, tadbirkorlikka ehtiyojlarni qondirishning samarali yangi yoʻllarini izlash faoliyati sifatida taʼrif berilgan[11].

“Tadbirkorlik” tushunchasining mohiyatiga doir ilmiy qarashlar koʻplab mahalliy olimlarimizning asarlarida ham oʻz aksini topgan. Xususan, mahalliy olimlarimizdan akademik S.Gʻulomovning fikriga koʻra, “tadbirkor shunday insonki, u pul mablagʻlari, materiallar va ishchi kuchini jamlashtirib, yangi mahsulot, yangi biznes, yangi ishlab chiqarish jarayonini tashkil etadi” [12].

A.Oʻlmasov va M.Sharifxoʻjaevlarning fikricha, “Tadbirkorlik - kishilar (mulkchilik subyektlari)ning moddiy va pul mablagʻlarini (kapitalni) amalda xoʻjalik aylanishiga tushirib, daromad topishga moʻljallangan iqtisodiy faoliyatdir” [13]. Yo.Abdullaev va F.Karimovlar: “Tadbirkor - bu kishilar oʻzlari ixtiyorida boʻlgan ishlab chiqarish vositalarini ish kuchi bilan, bu ish kuchini sotib olish va xoʻjalik faoliyatida undan foydalanish yordamida birlashtiradilar”, [14] – deb taʼrif berishadi. Oʻzbekiston Respublikasining “Tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari toʻgʻrisida”gi Qonuniga murojaat qiladigan boʻlsak, 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 berilgan[15].

“Tadbirkorlik” tushunchasiga Prezidentimiz Sh.M.Mirziyoev tomonidan quyidagicha ta’rif berilgan: faol tadbirkorlik biznes faoliyatini innovatsion, ya’ni zamonaviy yondashuvlar, ilg‘or texnologiya va boshqaruv usullari asosida tashkil etadigan iqtisodiy yo‘nalishdir[16].

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 demakdir[17].

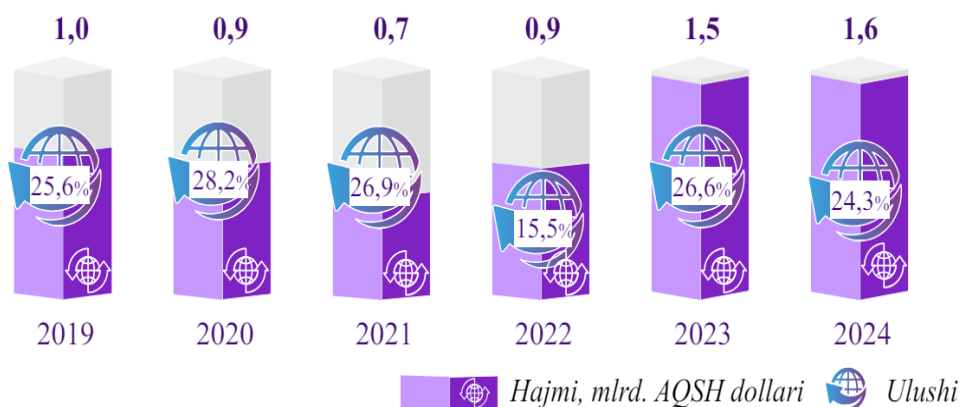
Raqamli iqtisodiyot atamasini 1995 yilda amerikalik dasturchi Nikolas Negroponte amaliyotga kiritdi. [18] Bugungi kunda butun dunyodagi siyosatchilar, iqtisodchilar, jurnalistlar, tadbirkorlar – deyarli barcha qo‘llayotgan “raqamli iqtisodiyot” atamasi esa ilmiy amaliyotga ispaniyalik va amerikalik sotsiolog, axborotlashgan jamiyatning yetakchi tadqiqotchisi Manuel Kastels tomonidan kiritilgan. Bu haqda u o‘zining “Axborot davri: iqtisod, jamiyat va madaniyat” nomli uch jildli monografiyasini chop etgan[19].

Tadqiqot metodologiyasi

Tadbirkorlik subyektlari eksportini rivojlantirishda raqamli platformalardan foydalanish bo‘yicha mavjud bo‘lgan ilmiy tadqiqotlarni o‘rganish, statistik ma’lumotlarni iqtisodiy jihatdan taqqoslash va tahlil qilish, mantiqiy fikrlash, ma’lumotni guruxlash usullaridan keng foydalanilgan. Tadbirkorlikni subyektlarini eksportini raqamli platformalar orqali qo‘llab-quvvatlanish orqali iqtisodiyotni muttasil rivojlanishi, xo‘jalik aloqalarini tuzatish, raqobatni rivojlantirish va iste‘mol bozorini to‘ldirish bilan bog‘liq bo‘lgan iqtisodiy maqsadlarni amalga oshirish hisoblanadi.

Tahlil va natijalar

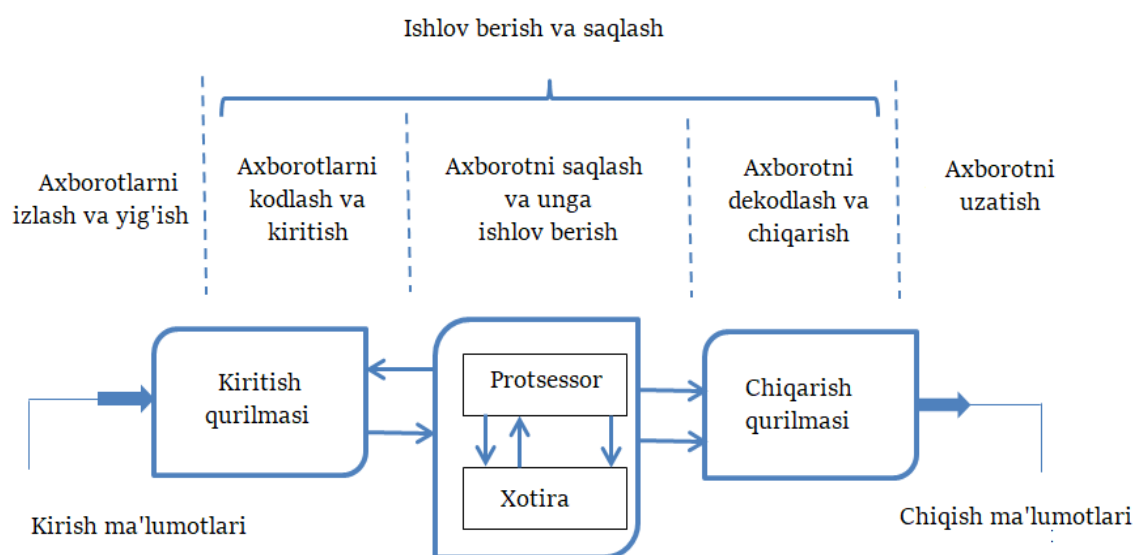
Bugungi kunda tadbirkorlik subyektlari eksportiga berilgan amaliy imkoniyatlar o‘z samarasini bermoqda. Jumladan, mamlakatimizda kichik tadbirkorlik subyektlarining mahsulotlar (ishlar va xizmatlar) eksporti oxirgi yillardan yildan yilga rivojlanib bermoqda (1-rasm).



1-rasm. Kichik tadbirkorlik subyektlarining mahsulotlar (ishlar va xizmatlar) eksporti hajmi va ulushi o‘zgarish dinamikasi (2019-2024-yillarning yanvar-martida)

Kichik tadbirkorlik subyektlari tomonidan 2024-yilning yanvar-mart oylarida amalga oshirilgan mahsulot (ishlar va xizmatlar) eksporti hajmi 1,6 mlrd. AQSH dollarini yoki umumiy eksport hajmining 24,3 % ini tashkil etdi.

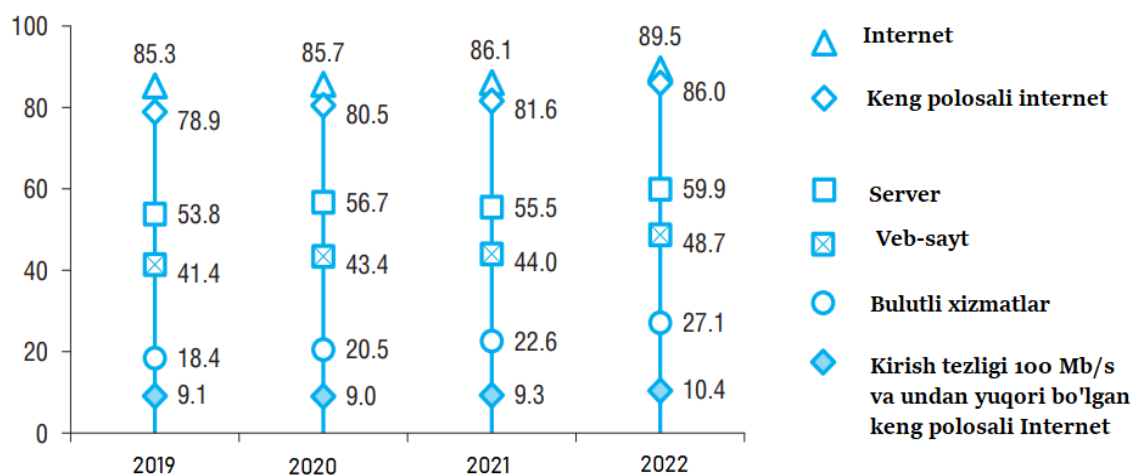
Tadbirkorlik subyektlari eksportini rivojlantirishda raqamli platformalardan foydalanish – bu tadbirkorlik subyektlari tomonidan amalga oshiriladigan eksport jarayonida raqamli platformalarga bo‘lgan ehtiyojni mumkin qadar to‘liq qondirish hamda ushbu texnologiyalar orqali mahsulotlarni eksportni rivojlantirishga qaratilgan xizmatlar majmuasi hisoblanadi. Respublikamizda tadbirkorlikni subyektlarini eksportini rivojlantirish shu bilan birga, tadbirkorlik subyektlari tomonidan eksport bo‘yicha axborotlarga avtomatlashtirilgan tizimda ishlov berish ham mumkin (2-rasmga qarang).



2 - rasm. Avtomatlashtirilgan tizimda axborotlarga ishlov berish¹

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 tabqalanishni keskinlashtirishi mumkin. Jahon miqyosida BMT tomonidan raqamli tabaqalanishga qarshi vosita sifatida “AKT rivojlanish uchun” dasturi faol ravishda o‘g‘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 (3- rasm).

¹ Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari izohli lug‘ati -Toshkent 2010.



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

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).

1-jadval

Raqamli platformalarning funksional rivojlanish darajasi³

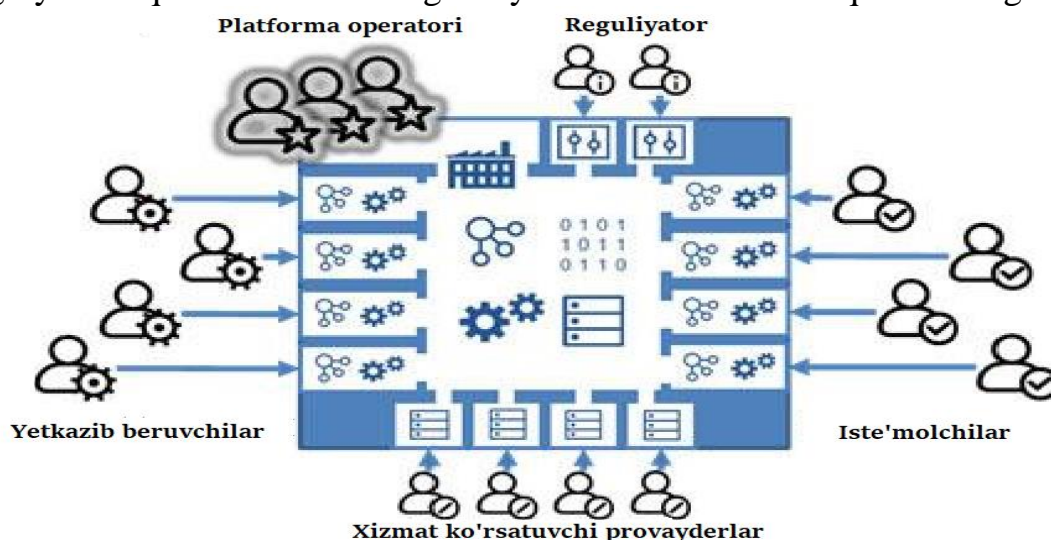
Platforma turi	Qo'shimcha vazifalari	Misollar
Texnologik	Axborot texnologiyalari resurslari va texnologiyalariga kirishni ta'minlash	Alibaba Cloud Computing Amazon AWS Microsoft Azure
Funksional	Ixtisoslashgan vositalardan foydalanishni ta'minlash	Exact farming, SAP, 1C, Bitrix
Infratuzilmali	Raqamli infratuzilmaga foydalanishni ta'minlash	Iqdq.ru Yandeks-Karty
Korporativ	Boshqaruv jarayonlarini optimallashtirish	Boeing suppliers portal davlat xaridalari X5 GoGargo
Axborotli	Bozordan axborot olishni ta'minlash	Avito Yandeks-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

² O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi ma'lumotlari asosida muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

³ International trade council ma'lumotlari asosida muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

Har bir ishlab chiqilgan raqamli platforma uchun beshta foydalanuvchi guruhini ajratish mumkin (4-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.



4-rasm. Raqamli platformadan foydalanuvchi guruhlar⁴

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'zgaruvchanligining 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 asosida amalga oshirilayotgan iqtisodiy jarayonlar shaffof va tahlil qilish uchun qulaydir. Muhim platformalashtirish bilan mamlakatning butun iqtisodiyoti tabiiy ravishda

⁴ Muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

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). 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 tarmog‘i orqali amalga oshirilgan savdosi hajmi 2023 yil (mlrd. dollar). 5

№	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

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 qamrab olgan, ular oyiga 185

⁵ B2B trade online: platforms, tools, features [Электронный ресурс] https://www.exportcenter.ru/upload/docs/Handbook_B2B.pdf.

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.

Xulosa

Xulosa qilib aytish mumkinki, 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.

1. 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 hisoblanadi. Shu bilan birga, mahsulotlarning xaridorgir bo'lishi uchun mijozlarni savdo jarayonlaridan xabardor qilish lozim.

2. Elektron savdo orqali sotilgan tovar va xizmatlardan olingan daromaddan to'lanadigan soliq to'lovlari bilan bog'liq imtiyozlar berish bo'yicha tadbirkorlik subyektlarini rag'batlantirish kerak.

3. 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 qarorlar qabul qilish imkoniyatini beradi.

4. Tadbirkorlik bo'yicha xodimlar malakasini oshirish va bu borada innovatsion konsalting faoliyatini rivojlantirish maqsadga muvofiqdir.

Raqamli platformalar asosida eksportni rivojlantirishga 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.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Raqamli O‘zbekiston — 2030” strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risidagi PF-6079-son Farmoni 2020-yil 5-oktabr.
2. Кантильон, Р. Опыт о природе коммерции: общие вопросы / Москва : Издательство Института Гайдара; Санкт-Петербург: Центр экономической культуры, 2024. - 464 с.
3. Сэй, Ж. Б. Трактат по политической экономии / – Москва : Директ-Медиа, 2007.– 67 с.
4. Савченко В. Феномены предпринимательства. Рос., Экон, журнал. 1995. № 9, 46-б.
5. Шамхалов Ф. Роль предпринимателя в рыночной экономической системе. М.: Маркетинг.1997. № 3-. с.95.
6. Маршалл А. Принципы экономической науки. Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1993. Т. 1, с-377
7. Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма. Пер. с немецкого. –М.: Прогресс, 1990, -с.85.
8. Хизрич Р., Питерс М. Предпринимательство.\\ Вып.1. –М., 1991, -с.20.
9. Друкер П. Рынок: как выйти в дилеры. Практика и принципы.–М.:1992.с. 1998.
10. Хоскинг А. Курс предпринимательства. –М., 1993, -с.28
11. Карлов Б. Деловая стратегия: концепция, содержание, символы. Пер. с англ. – М.: 1992, -с.176
12. G‘ulomov S.S. Tadbirkorlik va kichik biznes. –Т.:1998. -32-б.
13. O‘lmasov A., Sharifxo‘jaev M. Iqtisodiyot nazariyasi–Т.: Mehnat.1995.192-б.-
14. Abdullaev Yo., Karimov F. Kichik biznes va tadbirkorlik asoslari. –Т.: “Mehnat”.2000.-9-б
15. O‘zbekiston Respublikasining “Tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari to‘g‘risida”gi Qonuni. 3-modda. -Т.: 2000 y.
16. Mirziyoev Sh.M Oliy Majlisga Murojaatnomasi 2017 yil 22 dekabr.
17. O‘zbek tilining izohli lug‘ati. –М.: “Rus tili”, 1981, 106-bet.
18. Tapscott Don. The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence, 1996;
19. Кастелс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. -М., ГУ ВШЭ, 2000.
20. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari izohli lug‘ati -Toshkent 2010.
21. B2B trade online: platforms, tools, features [Электронный ресурс] https://www.exportcenter.ru/upload/docs/ Handbook_B2B.pdf.