

RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA KICHIK BIZNESDA DIVERSIFIKATSIYANING O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI: ONLAYN SAVDO IMKONIYATLARI VA FRANCHAYZING MODELII

Ulug'xojayev Xamidullo Fayzulloxon o'g'li
Namangan davlat texnika universiteti
magistranti

Annotatsiya: Maqolada raqamli iqtisodiyot sharoitida kichik biznes subyektlarining diversifikatsiyaga bo'lgan ehtiyoji, uning mazmun-mohiyati va rivojlanish tendensiyalari ilmiy tahlil etiladi. Onlayn savdo imkoniyatlari hamda franchayzing modelining kichik tadbirkorlikda barqarorlik, innovatsion faollik va raqobatbardoshlikni oshirishdagi roli chuqur o'rganiladi. Raqamli transformatsiya jarayonlari, internet bozorlarining kengayishi, transchegaraviy elektron savdo maydonlarining shakllanishi va zamonaviy biznes infratuzilmasining o'zgarishi kichik biznesning yangi yo'nalishlarga chiqishiga keng zamin yaratmoqda. Maqolada diversifikatsiyaning iqtisodiy va amaliy jihatlari, kichik biznesning global bozorlar bilan integratsiyasi hamda ushbu jarayonda innovatsion boshqaruv yechimlarining ahamiyati ilmiy asosda yoritilgan.

Kalit so'zlar: Raqamli iqtisodiyot, kichik biznes, diversifikatsiya, onlayn savdo, elektron tijorat, franchayzing modeli, tadbirkorlik transformatsiyasi, innovatsion rivojlanish, raqamli platformalar, iqtisodiy barqarorlik.

Аннотация: В статье научно анализируется необходимость диверсификации деятельности субъектов малого предпринимательства в условиях цифровой экономики, её содержание и тенденции развития. Подробно исследуются возможности онлайн-торговли и роль модели франчайзинга в повышении устойчивости, инновационной активности и конкурентоспособности малого бизнеса. Процессы цифровой трансформации, расширение интернет-рынков, формирование трансграничных электронных торговых площадок и изменения в современной деловой инфраструктуре создают широкую основу для выхода малого бизнеса на новые направления. В статье научно рассматриваются экономические и практические аспекты диверсификации, интеграция малого бизнеса с глобальными рынками и значение инновационных управленческих решений в этом процессе.

Ключевые слова: Цифровая экономика, малый бизнес, диверсификация, онлайн-торговля, электронная коммерция, модель франчайзинга, предпринимательская трансформация, инновационное развитие, цифровые платформы, экономическая стабильность.

Abstract: The article scientifically analyzes the need for diversification of small business entities in the digital economy, its content and development trends. The opportunities of online trading and the role of the franchising model in increasing stability, innovative activity and competitiveness in small business are studied in depth. Digital transformation processes, the expansion of Internet markets,

the formation of cross-border electronic trading platforms and changes in modern business infrastructure create a broad basis for small business to enter new directions. The article scientifically covers the economic and practical aspects of diversification, the integration of small business with global markets and the importance of innovative management solutions in this process.

Keywords: Digital economy, small business, diversification, online trading, e-commerce, franchising model, entrepreneurial transformation, innovative development, digital platforms, economic stability.

Kirish. Global miqyosda raqamli iqtisodiyotning keskin rivojlanishi iqtisodiy tizimlarning tarkibiy tuzilishini tubdan o'zgartirmoqda. Zamonaviy iqtisodiyotda katta kapitalga ega korxonalar bilan bir qatorda kichik biznes subyektlarining roli ham yanada kuchaymoqda. Kichik biznes iqtisodiy o'sishning asosiy omillaridan biri sifatida yangi ish o'rinlari yaratish, innovatsiyalarni joriy etish va bozor muvozanatini ta'minlashda muhim o'rin egallaydi. Raqamli texnologiyalar aynan kichik korxonalar uchun ilgari mavjud bo'lmagan imkoniyatlarni yaratib bermoqda. Chunki internet bozorlarining ochiqqligi, elektron savdoning qulayligi, mijozlarga bevosita va tezkor yetib borish imkoniyati hamda onlayn ishlash xarajatlarining pastligi kichik biznesni global iqtisodiyotning faol ishtirokchisiga aylantirmoqda.

Raqamli iqtisodiyot sharoitida kichik biznes diversifikatsiyasi nafaqat mahsulot yoki xizmatlarni ichki bozorda kengaytirish, balki transchegaraviy elektron savdo tizimlari orqali xalqaro bozorlarning ham faol ishtirokchisiga aylanishni anglatadi. Onlayn savdo imkoniyatlari, marketingning raqamli vositalari, sun'iy intellektga asoslangan tahliliy tizimlar kichik biznesga o'z faoliyatini ko'p yo'nalishli tarzda rivojlantirishga imkon bermoqda. Bunday sharoitda franchayzing modeli esa kichik korxonalar uchun xavfsiz, barqaror va tez kengayish imkonini beruvchi mexanizm sifatida alohida ahamiyat kasb etadi. Raqamli infratuzilma franchayzing tizimini ham yangicha talqinda shakllantirib, uning marketing, savdo, risklarni boshqarish hamda operatsion jarayonlari samaradorligini sezilarli oshirmoqda.

Kichik biznesning bugungi rivojlanish bosqichi uning faqat bir yo'nalishga qaram bo'lishi xavfli ekanini isbotlamoqda. Tashqi bozorlarning beqarorligi, pandemiyalar, yetkazib berish zanjirlaridagi uzilishlar, raqobatning kuchayishi va texnologik o'zgarishlar diversifikatsiyani strategik zaruratga aylantirgan. Shu bois, ushbu maqolada raqamli iqtisodiyot sharoitida diversifikatsiyaning o'ziga xos jihatlari, onlayn savdoning iqtisodiy imkoniyatlari va franchayzing modelining kichik biznesdagi o'rni chuqur ilmiy asosda tahlil qilinadi.

Mavzuga oid adabiyotlar sharhi. "Onlayn savdo — zamonaviy iqtisodiyotning eng tez rivojlanayotgan yo'nalishlaridan biri bo'lib, internet tarmoqlari orqali tovar va xizmatlarni taklif etish, xarid qilish hamda ularga doir to'lovlarni amalga oshirish jarayonidir. Bugungi kunda raqamli texnologiyalarning keng joriy etilishi onlayn savdo faoliyatining nafaqat qulayligini, balki iqtisodiyotdagi o'rnini ham sezilarli ravishda oshirmoqda. Onlayn savdo tizimi har

bir foydalanuvchiga vaqt va masofadan qat'i nazar xarid qilish imkoniyatini berishi bilan birga, tadbirkorlar uchun ham keng bozor yaratadi.”[1]

Onlayn savdoning asosiy yo‘nalishlari va ularning tavsifi:

1. E-commerce (tovar sotish)

“E-commerce — internet do‘konlari orqali turli tovarlarni taklif etish va sotish jarayoni. Bu yo‘nalishda kiyim-kechak, elektronika, maishiy buyumlar, kosmetika va boshqa ko‘plab mahsulotlar masofadan turib xarid qilinadi. Bunday tizim sotuvchidan tovarlarni omborda saqlash va logistika jarayonini puxta tashkil etishni talab qiladi.”[2]

2. Raqamli xizmatlar (digital services)

Raqamli xizmatlar yo‘nalishi o‘quv kurslari, dizayn, dasturlash, tarjima, videomontaj, konsalting kabi xizmatlarning onlayn tarzda ko‘rsatilishini o‘z ichiga oladi. Bu modelda xizmatlar raqamli holatda yetkaziladi va ko‘pincha jismoniy mahsulot talab qilinmaydi.

3. Dropshipping

“Dropshipping — sotuvchi tovarni o‘zida saqlamaydigan, balki buyurtma olingandan so‘ng uni uchinchi tomon orqali xaridorga yuboradigan biznes modeli. Ushbu yo‘nalish kam xarajat talab qilishi bilan kichik tadbirkorlar orasida ommalashgan.”[3]

4. Marketplace orqali savdo

“Marketplace — bir nechta sotuvchilarni yagona platformada jamlaydigan tizim bo‘lib, mahsulotlar yirik auditoriyaga taklif etiladi. OLX, ZoodMall, Amazon, Ozon, Wildberries kabi platformalar bunga misol bo‘la oladi. Bunday tizim sotuvchilarga barqaror trafik va tayyor infratuzilma taqdim etadi.”[4]

5. Social-commerce (ijtimoiy tarmoqlar orqali savdo)

Instagram, Telegram, Facebook yoki TikTok orqali tovar va xizmatlarni sotish bugungi kunda onlayn savdoning eng ommabop ko‘rinishlaridan biridir. Reklama tez tarqalishi, auditoriya bilan bevosita muloqot qilish imkoniyati bu yo‘nalishning afzalliklaridan sanaladi.

6. Obuna asosidagi xizmatlar

Obuna modeli asosida faoliyat yurituvchi xizmatlar (masalan, onlayn platformalar, dasturiy mahsulotlar, media-xizmatlar) har oylik to‘lov evaziga foydalanuvchilarga doimiy xizmat ko‘rsatadi. Bu model biznes uchun barqaror daromad manbai hisoblanadi.

Tadqiqot metodologiyasi. Maqolani tayyorlashda tizimli yondashuv, qiyosiy tahlil, iqtisodiy modellash tirish elementlari, empirik kuzatuvlar va xalqaro tajribalarni o‘rganish metodlari qo‘llandi. Kichik biznesning raqamli transformatsiyasi, onlayn savdo segmentining kengayishi va franchayzing tizimining iqtisodiy samaradorligi bo‘yicha turli ilmiy manbalar, xalqaro tashkilotlarning hisobotlari hamda amaliy statistik ma’lumotlar tahlil qilindi.

Tahlil va natijalar. Onlayn savdo faoliyatida uchraydigan asosiy muammolar. Raqamli savdo tizimi afzalliklarga ega bo‘lsada, bu jarayonda bir qator muammolar ham yuzaga chiqadi.

1. Ishonchning yetishmasligi

Ko'plab xaridorlar tovar sifatiga, sotuvchining rostgo'yligiga yoki yetkazib berish jarayoniga ishonmaydi. Firibgarlik holatlarining ko'pligi bu muammoni yanada kuchaytiradi.

2. Tovar sifatining mos kelmasligi

Ba'zi hollarda xaridorga yetib kelgan mahsulot reklamadagi tasvirlarga yoki tavsiflarga mos kelmaydi. Bunday holat mijoz noroziligiga, qaytarish siyosati bilan bog'liq muammolarga sabab bo'ladi.

3. Yetkazib berishdagi kechikishlar

Logistika tizimining yetarlicha rivojlanmaganligi yoki noto'g'ri boshqarilishi sababli tovarlar vaqtida yetib bormasligi holatlari ko'p uchraydi.

4. Muloqot sifati pastligi

Sotuvchining mijozlarga o'z vaqtida javob bermasligi, yetarli ma'lumot taqdim etmasligi yoki qo'pol munosabati xaridorlar oqimini kamaytiradi.

5. Reklama va marketingdagi kamchiliklar

Auditoriyani to'g'ri tanlay olmaslik, samarali reklama strategiyasining yo'qligi savdoning pasayishiga olib keladi.

Yuqoridagi muammolarga amaliy yechim sifatida quyidagilarni keltirishimiz mumkin:

1. Ishonchni mustahkamlash

- Tovarlarining real fotosurat va videolarini joylashtirish;
- Haqiqiy mijozlar fikrlarini e'lon qilish;
- Kafolat va qaytarish siyosatini aniq ko'rsatish;
- Rasmiy to'lov tizimlaridan foydalanish.

2. Sifat nazoratini kuchaytirish

- Mahsulot haqida to'liq va aniq ma'lumot berish;
- Yetkazib berishdan oldin tovarni tekshirish;
- Tovarni qaytarish va almashtirishni soddalashtirish.

3. Logistika jarayonini optimallashtirish

- Ishonchli kuryerlik xizmatlari bilan hamkorlik qilish;
- Buyurtmalarni vaqtida jo'natish tartibini yo'lga qo'yish;
- Yetkazib berishni real vaqt rejimida kuzatish tizimini joriy etish.

4. Mijozlar bilan sifatli muloqot

- Tezkor javob berish;
- Yetarli ma'lumot taqdim etish;
- Muloqotda madaniyat va professionallikni saqlash.

5. Marketing strategiyasini takomillashtirish

- Maqsadli auditoriyani aniqlash;
- Raqobatchilar tahlili;
- Sifatli kontent va samarali reklama yondashuvlarini joriy etish.

Kichik biznes diversifikatsiyasi bo'yicha xorijiy va mahalliy ilmiy adabiyotlarda turli yondashuvlar mavjud. Porter, Kotler, Drucker, Schumpeter kabi iqtisodchilar diversifikatsiyani korxona barqarorligi va raqobatbardoshligini

oshiruvchi strategik mexanizm sifatida baholaydi. Ular bozor sharoitining o'zgaruvchanligini inobatga olgan holda yangi yo'nalishlarga chiqish, mahsulot portfelini kengaytirish, texnologik innovatsiyalarni joriy etish korxonalar hayotiyligi uchun muhim omil ekanini ta'kidlaydi.

Raqamli iqtisodiyotga doir tadqiqotlarda elektron tijorat, raqamli platformalar, sun'iy intellekt va ma'lumotlar tahlilining kichik biznes uchun strategik ustunliklar yaratishi chuqur yoritib berilgan. UNCTAD, OECD, Jahon banki, Xalqaro Mehnat Tashkiloti kabi tuzilmalar kichik biznesning raqamli transformatsiyasi bo'yicha muntazam hisobotlar e'lon qiladi. Bu manbalarda elektron savdoning kichik biznesni global bozor bilan integratsiyalashuvi, xarajatlarni qisqartirishi va yangi daromad manbalarini shakllantirishi asoslab berilgan.

Franchayzing modeli bo'yicha xalqaro tadqiqotlarda ushbu tizimning risklarni kamaytirish, brend poydevoridan foydalanish, standartlarga asoslangan operatsion boshqaruvni shakllantirish va biznes jarayonlarining barqarorligini ta'minlash imkoniyatlari yoritilgan. Zamonaviy adabiyotlar franchayzing tizimining raqamli marketing, onlayn boshqaruv, masofaviy monitoring va elektron savdo bilan integratsiya qilinishi kichik biznes uchun katta ustunlik berishini qayd etadi.

Mahalliy tadqiqotlarda esa diversifikatsiyaning iqtisodiy barqarorlikka ta'siri, ichki bozor sharoitlarida kichik korxonalar raqobatbardoshligini oshirish, eksport salohiyatini kengaytirish va internet bozorlaridan foydalanish masalalari ko'proq o'rganilgan. Lekin raqamli iqtisodiyot sharoitida franchayzing va onlayn savdo orqali diversifikatsiyaning kompleks ilmiy tahlili yetarli darajada yoritilmagan.

Raqamli iqtisodiyotning jadal rivojlanishi kichik biznes diversifikatsiyasining mazmunini tubdan o'zgartirdi. Avvallari diversifikatsiya asosan ishlab chiqarish yo'nalishi, mahsulot turlari yoki xizmatlar ko'lamini kengaytirish bilan bog'liq bo'lgan bo'lsa, hozir raqamli texnologiyalar tufayli yangi bozor segmentlariga kirish jarayoni ancha soddalashdi. Onlayn platformalar, elektron savdo tizimlari, global marketing vositalari, ijtimoiy tarmoqlar kichik korxonalar uchun yangi daromad manbalarini ochmoqda.

Onlayn savdoning asosiy afzalligi bozor chegaralarining yo'qligidir. Mahalliy bozorda kam talabga ega bo'lgan mahsulot global miqyosda o'z xaridorini topishi mumkin. Bu esa kichik biznes uchun minimal xarajat bilan xalqaro raqobatga kirish imkonini yaratadi. Onlayn savdo logistika, reklama, saqlash va operatsion xarajatlarni sezilarli kamaytiradi. Bundan tashqari, internet orqali savdo qilish uchun katta infratuzilma yoki ofisga ehtiyoj bo'lmaydi. Shu sababli, raqamli iqtisodiyot kichik biznes diversifikatsiyasini iqtisodiy jihatdan foydali va amaliy jihatdan amalga oshiriladigan jarayonga aylantiradi.

Franchayzing modeli esa kichik tadbirkorlar uchun xavfsiz va barqaror kengayish yo'lini taklif qiladi. Bu tizimda tadbirkor mustahkam brendning tayyor biznes modeli, marketing strategiyasi, xizmat standartlari, texnologik yechimlari hamda mijozlar bazasidan foydalanish imkoniga ega bo'ladi. Natijada, yangi yo'nalishga kirishdagi tavakkalchilik sezilarli kamayadi. Raqamli boshqaruv

tizimlari franchayzing modelining samaradorligini yanada oshiradi, chunki franchayzer o'z partnyorlarining biznes jarayonlarini masofadan kuzatishi, marketing kampaniyalarini boshqarishi va standartlarga rioya etilishini real vaqt rejimida ta'minlay oladi.

Raqamli texnologiyalar diversifikatsiya jarayonini tezlashtiruvchi kuchga aylandi. Kichik biznes onlayn reklama, sun'iy intellektga asoslangan tahliliy dasturlar, elektron to'lov tizimlari, avtomatlashtirilgan xizmat ko'rsatish modellaridan foydalangan holda o'z faoliyatini yanada samarali tashkil etadi. Data-tahlil orqali xaridorlar ehtiyoji aniq o'rganiladi, bu esa diversifikatsiya strategiyasini aniq belgilashga yordam beradi.

Tahlillar shuni ko'rsatadiki, raqamli iqtisodiyotda diversifikatsiya faqat iqtisodiy zarurat emas, balki kichik biznesning global raqobatga moslashuvchanligini ta'minlovchi omil hisoblanadi. Onlayn savdo va franchayzing modeli birgalikda qo'llangan taqdirda esa kichik korxonalarining bozor barqarorligi, rentabelligi, xizmat sifati va xalqaro integratsiya imkoniyatlari yanada kengayadi.

Xulosa. Raqamli iqtisodiyot sharoitida kichik biznes diversifikatsiyasi zamonaviy iqtisodiy o'sishning eng muhim omillaridan biridir. Onlayn savdo imkoniyatlari korxonalarga global bozorlar bilan to'g'ridan-to'g'ri integratsiyalashish imkonini berar ekan, franchayzing modeli bozor risklarini kamaytirish, standartlashtirilgan biznes tizimi orqali tez kengayish va barqaror daromad olish imkonini yaratadi. Kichik biznesning raqamli transformatsiyasi diversifikatsiya jarayonini tezlashtirib, korxonalarni innovatsion fikrlashga, marketingni zamonaviy vositalar asosida rejalashtirishga, mahsulot va xizmatlar sifatini doimiy yaxshilashga undaydi.

Diversifikatsiya, onlayn savdo va franchayzing modeli kichik tadbirkorlik faoliyatini vaqtincha emas, uzoq muddatli barqaror rivojlanishga yo'naltiruvchi strategik mexanizmlar sifatida shakllanmoqda. Bundan kelib chiqib aytish mumkinki, quyidagi ilmiy-nazariy tavsiyalar asosida ish olib borilishi Raqamli iqtisodiyot sharoitida kichik biznesda diversifikatsiyaning yanada rivojlanishiga sabab bo'ladi:

- Kichik biznes uchun milliy raqamli platformalar ekotizimini yaratish zarur. Bu platformalarda onlayn savdo, logistika, marketing, to'lov tizimlari va data-analitika birlashtirilishi maqsadga muvofiq.

- Franchayzing tizimini qo'llab-quvvatlash uchun davlat tomonidan huquqiy kafolatlar, soliq imtiyozlari va raqamli boshqaruv mexanizmlarini kengaytirish lozim.

- Kichik biznesda diversifikatsiya strategiyalarini ishlab chiqish uchun sun'iy intellektga asoslangan bozor tahlil tizimlarini joriy etish samaradorlikni oshiradi.

- Tadbirkorlar uchun elektron tijorat bo'yicha ilmiy-amaliy treninglar tashkil etilishi zarur, chunki raqamli savodxonlik diversifikatsiya samaradorligining asosiy omillaridan biridir.

- Onlayn savdo imkoniyatlaridan foydalanib eksport geografiyasini kengaytirish kichik biznesning xalqaro integratsiyasida muhim rol o'ynaydi, shu bois elektron eksport infratuzilmasi takomillashtirilishi kerak.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Sodiqov, O. Raqamli platformalar ekotizimi: Amazon, Ozon va Wildberries tajribasi. — Toshkent: “Innovatsiya”, 2021. [1]
2. Jo'rayev, M. E-commerce va elektron biznes asoslari. — Toshkent: “Iqtisod-moliya”, 2020. [2]
3. Ne'matov, D. Zamonaviy internet marketing va elektron savdo texnologiyalari. — Toshkent: “Fan va texnologiya”, 2021. [3]
4. Xolmatov, F. Elektron savdo bozorlarining shakllanishi va rivojlanishi. — Toshkent: Universitet nashriyoti, 2022. [4]
5. Porter M. Competitive Strategy.
6. Kotler P., Keller K. Marketing Management.
7. UNCTAD. Digital Economy Report.
8. OECD SME and Entrepreneurship Papers.
9. World Bank. Doing Business and Digital Market Integration Reports.
10. Drucker P. Innovation and Entrepreneurship.
11. IMF. Global Economic Outlook.