

KONFERENSIYA

“JIZZAX VILOYATI IJTIMOIIY-IQTISODIY
RIVOJLANISHINING ASOSIY
YO’NALISHLARI: MUAMMO VA YECHIMLAR”



RESPUBLIKA ILMIY-AMALIY ANJUMANI

2025-yil 21 noyabr

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIIY TA’LIM, FAN VA
INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI**

**MIRZO ULUG‘BEK NOMIDAGI O‘ZBEKISTON MILLIY
UNIVERSITETINING JIZZAX FILIALI**



**JIZZAX VILOYATI IJTIMOIIY-IQTISODIIY
RIVOJLANISHINING ASOSIIY YO‘NALISHLARI:
MUAMMO VA YECHIMLAR**
*mavzusidagi Respublika ilmiy-texnik anjuman materiallari
to‘plami*
(2025-yil 21-22-noyabr)

JIZZAX-2025

Jizzax viloyati ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishining asosiy yo‘nalishlari: muammo va yechimlar. Respublika ilmiy-texnik anjuman materiallari to‘plami – Jizzax: O‘zMU Jizzax filiali Iqtisodiyot va turizm kafedrası, 2025-yil 21-22-noyabr. 557-bet.

Respublika miqyosidagi ilmiy-texnik anjuman materiallarida zamonaviy kompyuter ilmlari va muhandislik texnologiyalari sohasidagi innovatsion tadqiqotlar aks etgan.

Globalashuv sharoitida davlatimizni yanada barqaror va jadal sur‘atlar bilan rivojlantirish bo‘yicha amalga oshirilayotgan islohotlar samarasini yaxshilash sohasidagi ilmiy-tadqiqot ishlariga alohida e‘tibor qaratilgan. Zero iqtisodiyotning, ijtimoiy sohalarni qamrab olgan modernizatsiya jarayonlari, hayotning barcha sohalarini liberallashtirishni talab qilmoqda.

Ushbu ilmiy ma‘ruza tezislari to‘plamida mamlakatimiz va xorijlik turli yo‘nalishlarda faoliyat olib borayotgan mutaxassislar, olimlar, professor-o‘qituvchilar, ilmiy tadqiqot institutlari va markazlarining ilmiy xodimlari, tadqiqotchilari, magistr va talabalarning ilmiy-tadqiqot ishlari natijalari mujassamlashgan.

Mas‘ul muharrirlar: DSc.prof. Turakulov O.X., t.f.n., dots. Baboyev A.M.

Tahrir hay‘ati a‘zolari: p.f.d.(DSc), prof. Turakulov O.X., t.f.n., dots. Baboyev A.M., t.f.f.d.(PhD), prof. Abduraxmanov R.A., p.f.f.d.(PhD) Eshankulov B.S., p.f.n., dots. Alimov N.N., p.f.f.d.(PhD), dots. Alibayev S.X., t.f.f.d.(PhD), dots. Abdumalikov A.A, p.f.f.d.(PhD) Hafizov E.A., f.f.f.d.(PhD), dots. Sindorov L.K., t.f.f.d.(PhD), dots. Nasirov B.U., b.f.f.d. (PhD) O‘ralov A.I., p.f.n., dots. Aliqulov S.T., t.f.f.d.(PhD) Kuvandikov J.T., i.f.n., dots. Tsoy M.P., Sharipova S.F., Jo‘rayev M.M.

Mazkur to‘plamga kiritilgan ma‘ruza tezislarning mazmuni, undagi statistik ma‘lumotlar va me‘yoriy hujjatlarning to‘g‘riligi hamda tanqidiy fikr-mulohazalar, keltirilgan takliflarga mualliflarning o‘zlari mas‘uldirlar.

KOMPANIYA BIZNESIDA ICHKI VA TASHQI FAOLIYATINI RAQAMLASHTIRISH, MARKETINGINI TO‘G‘RI VA SAMARALI YO‘LGA QO‘YISH

Abdulhamidov Abdullajon Ortiq o‘g‘li

O‘zbekiston Milliy Universiteti Jizzax filiali 3-bosqich talabasi.

abdulabdullajon3232.32@gmail.com

Karshiboyev Shuxrat Utkirovich

O‘zbekiston Milliy Universiteti Jizzax filiali assistenti

Annotatsiya: Ushbu maqolada kompaniya biznesida ichki va tashqi faoliyatlarni raqamlashtirish jarayonlari, ular orqali boshqaruv samaradorligini oshirish hamda raqamli marketingni to‘g‘ri yo‘lga qo‘yishning amaliy ahamiyati yoritiladi. Raqamli texnologiyalar — ERP, CRM, elektron hujjat almashinuvi, big data, sun‘iy intellekt va ijtimoiy tarmoqlar orqali kompaniyalarning ishlab chiqarish, logistika, mijozlar bilan ishlash, savdo va reklama faoliyatini optimallashtirish imkoniyatlari tahlil qilinadi. Shuningdek, biznes jarayonlarini raqamlashtirishning qo‘shimcha afzalliklari sifatida xarajatlarning qisqarishi, tezkor axborot almashinuvi, bozor talabiga moslashuvchanlikning oshishi hamda raqobatbardoshlikning kuchayishi ko‘rsatib beriladi. Maqola kompaniyalar uchun raqamli transformatsiya strategiyalarini ishlab chiqish va marketing jarayonlarini zamonaviy axborot texnologiyalari asosida tashkil etish bo‘yicha takliflarni taqdim etadi.

Kalit so‘z: raqamlashtirish, biznes jarayonlari, ichki boshqaruv, tashqi faoliyat, raqamli marketing, CRM, ERP, elektron hujjat almashinuvi, sun‘iy intellekt, big data, onlayn reklama, mijozlar bilan ishlash, raqamli transformatsiya, samaradorlik, raqobatbardoshlik.

Tadqiqotning asosiy maqsadi — kompaniyalarda ichki va tashqi biznes jarayonlarni raqamlashtirish zaruriyatini asoslab berish, marketing faoliyatini raqamli vositalar orqali samarali tashkil etishning nazariy va amaliy jihatlarini tahlil qilishdir. Shuningdek, ilmiy ishda korxonalarda raqamli platformalar, elektron xizmatlar, onlayn marketing strategiyalari va mijozlar bilan o‘zaro aloqalarni boshqarish tizimlaridan foydalanish orqali korxona samaradorligini oshirish va raqobat ustunligini shakllantirish yo‘llari ko‘rsatib berish maqsad qilingan.

Biznes – bu bozor ishtirokchilarining kapitalni ishlatishdan foydani (yoki boshqa daromad shakllari) olishga qaratilgan birgalikdagi faoliyati bilan bog‘liq munosabatlari. Biznes – tashabbuskorlik asosidagi iqtisodiy faoliyat bo‘lib, daromad olish va o‘z biznesingizni rivojlantirishga maqsadlangan, tavakkalchilik va javobgarlik hisobiga o‘z mablag‘lari yoki qarz mablag‘lari hisobiga amalga oshiriladi. Kapitalistik munosabatlar kabi biznes quyidagilar bilan tavsiflanadi:

- muayyan biznesga investitsiya qilingan dastlabki kapitalning mavjudligi;
- boshlang‘ich kapitalga investitsiyalarning maqsadi - investitsiya qilingan kapital bo‘yicha foyda (daromad) olish;

- bozorning boshqa ishtirokchilari bilan (boshlang‘ich kapital, keyingi kapital) kapitaldan foydalanish borasida muayyan munosabatlar o‘rnatish. Jismoniy shaxslar biznesni amalga oshirishdagi iqtisodiy munosabatlar shu qadar murakkab va ko‘p qirraliki, ular ushbu faoliyat chegaralarini aniq belgilab bermaydilar. Shuning uchun tadbirkorlik faoliyati huquqiy tushuncha sifatida belgilanadi. Biznes har doim inson faoliyatining huquqiy shakli bo‘lib, uni faqat qonun bilan belgilangan boshqaruv shakllaridan biri doirasida amalga oshirish mumkin. Biznesning tuzilishi va subyektlari Tadbirkorlik subyektlari (tadbirkorlar) bozorda o‘z harakatlarini erkin amalga oshiradigan kapitalning yagona egalari - jismoniy shaxslar, shuningdek, yuridik shaxs sifatida faoliyat yuritayotgan korxonalarning egalari bo‘lishi mumkin.

Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari rivojlanishi bilan ichki rejalashtirish va boshqarish, marketing, savdo, moliyaviy tahlil, to‘lovlar, xodimlarni axtarish, mijozlar va hamkorlarni qo‘llab-qo‘vvatlash Internetda muhitiga amalga oshira boshlandi. Shuni ta‘kidlash kerakki, elektron biznes elementlari uzoq vaqtdan beri mavjud - ko‘plab kompaniyalar yillar davomida elektron ma‘lumotlarni almashish (Electronic Data Interchange, EDI) kabi avtomatlashtirilgan biznes tizimlaridan foydalanib kelishmoqda. XX asrning 90-yillar boshidan Internet ommaviy ishlatilishi bilan biznesda “e – biznes” atamasi keng tarqalib ketdi. “Elektron biznes” atamasi IBM bosh direktori L. Gerstner tomonidan muomalaga kiritilgan. Elektron biznes tushunchaning ko‘plab mavjud turli xil ma‘noni anglatadigan ta‘riflar mualliflar kasbiy tayorgarligi va tajribaga mos keladi. Quyida ushbu elektron biznes ta‘riflarining ba‘zilari keltirilgan.

1. Elektron biznes – asosiy biznes - jarayonlarni Internet - texnologiyalar yordamida qayta ishlash.

2. Elektron biznes – biznes - hamkorlar o‘rtasida optimal o‘zaro aloqani ta‘minlash va qushilgan qiymatning birlashgan zanjirini yaratish. maqsadida axborot-kommunikatsion texnologiyalarni ishlatish asosida bitimlarni o‘tkazish imkonini beradi Elektron biznes savdo, marketing, moliyaviy tahlil, to‘lovlar, xodimlar bilan ishlash, mijozlarga xizmat ko‘rsatish va hamkorlik munosabatlarga ko‘maklashishni o‘z ichiga oladi.

3. Elektron biznes deganda tashkilotning mahsulot va xizmatlarini doimiy optimallashtirish, shuningdek, raqamli texnologiyalardan va Internet yordamida asosiy aloqa vositasi sifatida Internet tarmog‘idan foydalanish.

4. Elektron biznes – bu daromad olish maqsadida ichki va tashqi aloqalarni o‘zgartirish uchun global axborot tarmoqlarining imkoniyatlaridan foydalanadigan har qanday biznes faoliyati.

5. Elektron biznes – bu axborot- telekommunikatsiya texnologiyalari, tizimlari va tarmoqlarining imkoniyatlaridan foydalangan holda biznes-jarayonlarni amalga oshirish⁴¹.

⁴¹ “Raqamli iqtisodiyot asoslari”, SAMARQAND DAVLAT UNIVERSITETI G‘.M. PORSAEV, B.SH. SAFAROV, D.Q. USMANOVA, 116-bet Toshkent-2020.:

Ushbu ta’riflarning barchasida asosan axborot-kommunikatsiya texnologiyalari va Internetdan foydalanish bilan bog‘liq jarayonlarni aks ettirganini ko‘rishingiz mumkin

BMT hujjatlariga muvofiq biznesning tovarlar yoki xizmatlar, marketing, mahsulot yetkazib berish va hisob-kitoblar ishlab chiqarish jarayonlarning komponentlarini kamida ikkitasi internet orqali amalga oshirilsa elektron biznes deb tan olinadi. Elektron biznes uchun Internetdan foydalanishning asosiy maqsadlari:

- jismoniy va raqamli tovarlarni va xizmatlarni sotishdan qo‘shimcha daromad olish;
- xarajatlarni kamaytirish va operatsiya vaqtini qisqartirish;
- o‘z tovarlari va xizmatlarini bozorda siljitish va reklama qilish, shuningdek o‘z brendlarini mustahkamlash.

Korxonaning maqsadlari, tushunchalari va rentabelligi nuqtai nazaridan Internet muhitida biznesni amalga oshirishning asosiy yo‘nalishlari.

Birinchi yo‘nalishi. Mavjud an’anaviy biznesni axborot bilan ta’minlash Maqsadlar:

- yangi onlayn reklama kanalini tashkil qilish;
- potentsial xaridorlarning sonini kengaytirish;
- sheriklar bilan (o‘zaro ham, mavjud ham) o‘zaro ta’sir o‘tkazish jarayonlarini soddalashtirish;
- mijozlar va hamkorlar auditoriyasi orasida eng yangi texnologiyalardan foydalanishga asoslangan kompaniyaning ijobiy imidjini yaratish. Biznes tushunchasi Foydalanuvchilarga kompaniyaning tovarlari va xizmatlari, taqdim etayotgan xizmatlari, taqdim etilayotgan litsenziyalarning narxlari to‘g‘risida ma’lumot berish uchun o‘z web-saytingizni yaratish. Kompaniyaning rentabelligi Biznesni olib borishning an’anaviy uslublari keng qo‘llanishi tufayli Internet - texnologiyalardan foydalanish foyda qilishning asosiy vositasi emas, balki faqat yordamchi vositasi bo‘ladi.

Ikkinchi yo‘nalish. Internet orqali tovarlar va xizmatlarni sotishni tashkil etish: Mahsulot va xizmatlari siljitish va sotish kabi kompaniyalarning asosiy biznes - jarayonlar Internet yordamida olib boriladi. Biznes konsepsiyasi:

- ishlab chiqilgan korporativ veb-sayt orqali kompaniya mijozlariga kompaniya tomonidan taklif etilayotgan tovarlar va xizmatlar to‘g‘risida to‘liq ma’lumot taqdim etiladi;
- yetkazib berish tizimini on-line rejimda qo‘llaydi.

Kompaniyaning rentabelligi Kompaniya sotishning umumiy hajmini oshirishga harakatlanib, daromadlarini shakllantirishda bevosita ishtirok etadi.

Uchinchi yo‘nalish. Korxonalarni ochish Maqsadlar: Biznesning aylanishini to‘liq amalga oshirishda Internettexnologiyalardan foydalanish. Biznes tushunchasi Mijozlar bilan barcha ishlar sayt orqali interaktiv ravishda amalga oshiriladi. Bu:

- onlayn rejimida buyurtmalarni bajarish;
- narx-navo haqida ma’lumotni, sotiladigan tovarlar, xizmatlar interaktiv rejimda taqdim etish;
- buyurtma qilingan tovarlar yetkazib berilishini ta’minlash; elektron to‘lov tizimlaridan foydalanish.

To‘rtinchi yo‘nalish. Reklama biznes modeli. Bunda: bir tomondan, turli xil xaridorlarning keng auditoriyasini yaratish va mijozlar auditoriyasi qat’iy ravishda bozorning o‘ziga xos segmentiga maqsadlangan bo‘lishini ta’minlash, boshqa tomondan reklama beruvchilarga ushbu aloqalarni sotishga qaratilgan.

Biznes tushunchasi.

Muayyan yo‘nalishda ma’lum bir auditoriyaga mo‘ljallangan saytni ishlab chiqish va foydalanishga topshirish⁴².

Raqamli marketing vositalari – Instagram, Facebook, YouTube, TikTok, X, Shopify, Fiverr, Telegram va Envato – bugungi kunda kompaniyalar va freelancerlar uchun o‘z biznesini kengaytirish va daromadni oshirishda muhim rol o‘ynaydi. Ushbu platformalar orqali mahsulot va xizmatlarni global auditoriyaga taqdim etish, mijozlar bilan aloqani mustahkamlash va yangi bozorlarni zabt etish mumkin.

1. Instagram: Brendni rivojlantirish va mijozlar bilan aloqani mustahkamlash:

Instagram 2025-yilda 2 milliarddan ortiq foydalanuvchiga ega bo‘lib, ularning 90% dan ortig‘i kamida bitta biznes sahifasini kuzatadi. Freelancerlar uchun bu platforma o‘z xizmatlarini targ‘ib qilish, portfolioni namoyish etish va mijozlar bilan bevosita muloqot qilish imkoniyatini beradi⁴³.

- Reels: Qisqa videolar orqali xizmatlaringizni taqdim etish mumkin. Reels postlari o‘rtacha 2.08% lik eng yuqori jalb qilish ko‘rsatkichiga ega⁴⁴.

- Nano-inflyuenserlar: 1,000-10,000 obunachilarga ega bo‘lgan nano-inflyuenserlar bilan hamkorlik qilish arzon va samarali bo‘lib, ular bilan ishlash o‘rtacha 55 AQSh dollari turadi²³.

Virusli makaralardan tortib, ta’sir qiluvchi homiyliklarga qadar Instagramda mahsulot kashfiyoti uchun moddiy kontent mavjud. Bizning 2024 yilgi ijtimoiy media kontenti strategiyasi hisoboti buni qo‘llab-quvvatlaydi, ijtimoiy foydalanuvchilarning 61% keyingi xaridlarini topish uchun Instagramga murojaat qiladi. Mahsulot kashfiyoti haqida gap ketganda, u boshqa platformalardan ustun turadi.

- Instagram ta’sir o‘tkazuvchilar auditoriyasining 43,74 foizi 25 yoshdan 34 yoshgacha bo‘lganlar bo‘lib, bu eng katta segmentga aylanadi.

- 28,67% 18-24 yosh oralig‘iga to‘g‘ri keladi, bu Instagram ta’sirchanlarining yosh foydalanuvchilar orasida mashhurligini ko‘rsatadi.

- Instagram ta’sir o‘tkazuvchilar auditoriyasining atiga 6,86 foizi 45+. Bu shuni ko‘rsatadiki, platforma odatda ta’sir qiluvchi marketing uchun eski demografiyani yo‘naltirishda unchalik samarali emas.

2. YouTube: Kontent orqali ishonch va obro‘ qozonish

YouTube dunyodagi ikkinchi eng ko‘p tashrif buyuriladigan veb-sayt bo‘lib, video kontent orqali auditoriyani jalb qilishda muhim rol o‘ynaydi⁴⁵.

- Ta’limiy videolar: Xizmatlaringiz yoki mahsulotlaringiz haqida batafsil ma’lumot beruvchi videolar auditoriyaga ishonch uyg‘otadi.

⁴² “Raqamli iqtisodiyot asoslari”, SAMARQAND DAVLAT UNIVERSITETI G‘.M. PORSAEV, B.SH. SAFAROV, D.Q. USMANOVA, 119-bet Toshkent-2020.:

⁴³ <https://cropink.com/instagram-marketing-statistics>

⁴⁴ <https://sproutsocial.com/insights/instagram-stats/>

⁴⁵ <https://www.shopify.com/blog/digital-marketing-statistics>

- SEO optimizatsiyasi: Video sarlavhalari, tavsiflari va teglar orqali YouTube qidiruv tizimida yuqori o‘rinlarni egallash mumkin.

- Monetizatsiya: YouTube orqali reklama daromadlari, homiylik va mahsulot sotish orqali qo‘shimcha daromad olish mumkin.

3. Facebook: Keng auditoriyaga erishish va reklama imkoniyatlari

Facebook 2024-yilda eng mashhur ijtimoiy tarmoq bo‘lib, foydalanuvchilarning 23% dan ortig‘i eng yaxshi ROI (investitsiya qaytimi) beruvchi platforma deb hisoblaydi⁴⁶.

- Reklama kampaniyalari: Facebook Ads orqali maqsadli auditoriyaga reklama yo‘llash mumkin.

- Guruhlar: Freelancerlar o‘z sohalariga oid guruhlarda ishtirok etib, tajriba almashish va mijozlar topishlari mumkin.

- Facebook Marketplace: Mahsulot yoki xizmatlarni sotish uchun qulay platforma.

4. Shopify: Onlayn do‘kon yaratish va boshqarish bu orqali freelancerlar o‘z mahsulotlarini onlayn sotishlari mumkin.

- Oson integratsiya: Instagram va Facebook bilan integratsiya qilib, mahsulotlarni bir nechta platformada sotish mumkin.

- To‘lov tizimlari: Turli to‘lov tizimlari bilan ishlash imkoniyati mavjud.

- SEO va marketing vositalari: Shopify o‘zining ichki SEO va marketing vositalari orqali do‘konni targ‘ib qilishda yordam beradi.

5. Fiverr: Xizmatlarni global bozorda taklif etish

Fiverr 2024-yilda 4 million faol xaridorga ega bo‘lib, freelancerlar uchun xizmatlarini global miqyosda taklif etish imkoniyatini beradi⁴⁷.

- 700 dan ortiq kategoriya: Grafik dizayn, yozuvchilik, tarjima, dasturlash va boshqa ko‘plab sohalarida xizmatlar taklif etish mumkin.

- Xizmat paketlari: Turli narxlardagi xizmat paketlari orqali mijozlarga tanlov imkoniyatini berish.

- Mijozlar bilan aloqa: Platforma orqali mijozlar bilan bevosita muloqot qilish va ularning ehtiyojlarini aniqlash mumkin.

7. Envato: Dizayn va kreativ resurslar bozori

Envato freelancerlar uchun o‘z dizayn va kreativ ishlarini sotish imkoniyatini beradi.

- GraphicRiver, ThemeForest: Logotiplar, veb-sayt shablonlari, musiqalar va boshqa ko‘plab resurslarni sotish mumkin.

- Portfel yaratish: O‘z ishlarigizni namoyish etish va mijozlar jalb qilish uchun portfel yaratish.

Daromad olish: Har bir sotuvdan komissiya asosida daromad olish imkoniyati.

Raqamlashtirishning eng ko‘zga ko‘ringan yo‘nalishlaridan biri – bu moliyaviy xizmatlar sohasidir. Jahon banki va xalqaro moliyaviy tashkilotlar ma’lumotlariga ko‘ra, 2023-yilda dunyo bo‘ylab 76% kattalar raqamli moliyaviy xizmatlardan foydalangan (World Bank Global Findex Report, 2023)⁴⁸. Bu

⁴⁶ <https://www.semrush.com/>

⁴⁷ <https://backlinko.com/fiverr-users>

⁴⁸ <https://www.worldbank.org/ext/en/home>

ko‘rsatkich 2011-yilda atigi 51% edi. O‘zbekistonda ham bu borada katta siljishlar kuzatildi. Masalan, Click, Payme, Apelsin kabi to‘lov tizimlari orqali fuqarolar nafaqat to‘lov, balki kommunal xizmatlar, internet va mobil xizmatlar uchun ham to‘lovlarni oson amalga oshirmoqda. Bu tizimlar banklar bilan integratsiyalashgan holda ishlayotgani xizmat sifati va ishonchliligini oshiradi.

Sog‘liqni saqlash tizimi ham raqamli yechimlar orqali tubdan o‘zgarib bormoqda. Telemeditsina, onlayn maslahatlar, elektron shifokor qabuliga yozilish, raqamli tibbiy kartalar va sog‘liq holatini monitoring qilish vositalari bemorlarga masofaviy xizmat olish imkonini bermoqda. Masalan, Buyuk Britaniyada NHS (National Health Service) ilovasi orqali har bir fuqaroning tibbiy ma‘lumotlari yagona tizimda saqlanadi va bemor istalgan klinikada o‘z tarixini ko‘rsatmasdan xizmat olishi mumkin⁴⁹. O‘zbekistonda esa “E-Poliklinika” tizimi orqali poliklinikaga navbat olish va shifokorga yozilish raqamli shaklga o‘tkazilmoqda⁵⁰.

Ta‘lim sohasida esa raqamlashtirish o‘quv jarayonining individuallashtirilishiga olib keldi. Bugungi kunda Coursera, EdX, Udemy, Khan Academy kabi xalqaro platformalar orqali har kim o‘ziga mos kurslarni tanlab, ularni internet orqali o‘qib, rasmiy sertifikatga ega bo‘lishi mumkin. Bu imkoniyatlar O‘zbekiston yoshlari uchun ham ochiq. Masalan, “One Million Uzbek Coders” loyihasi orqali minglab yoshlar raqamli savodxonlik, dasturlash, dizayn va boshqa zamonaviy sohalar bo‘yicha onlayn o‘quv kurslarida qatnashdi.

Transport va logistika sohasida ham raqamli texnologiyalar xizmatlar samaradorligini oshirmoqda. Yandex Go, Uber, Maxim kabi platformalar yo‘lovchi va haydovchini real vaqt rejimida bog‘lab, xavfsiz va tez xizmat ko‘rsatish imkonini beradi. Yuk tashish xizmatlari ham bu kabi tizimlar orqali onlayn buyurtma asosida boshqarilmoqda. Bu esa iqtisodiyotda samaradorlikni oshirib, inson resurslariga bo‘lgan ehtiyojni kamaytiradi.

Shuningdek, turizm sohasida ham Booking.com, TripAdvisor, Airbnb kabi raqamli platformalar orqali mehmonxonalar, tur paketlar, sayohat xizmatlari onlayn tarzda buyurtma qilinmoqda. Bu nafaqat mijoz uchun qulaylik, balki xizmat ko‘rsatuvchi kompaniyalar uchun ham yangi mijozlar jalb qilish imkonini yaratadi.

Raqamlashtirishning xizmatlar bozoriga ta’siri juda katta bo‘lib, bu jarayon ish joylarining shaklini ham o‘zgartirib yubordi. Ayniqsa, “freelancer” deb nomlangan yangi kasb va ish usuli zamonaviy xizmatlar bozorining ajralmas qismiga aylandi. Freelancer – bu o‘z bilim va ko‘nikmalarini masofaviy tarzda, mustaqil ravishda, internet orqali taklif etadigan mutaxassisdir. Ular grafik dizayn, veb-sayt yaratish, tarjima qilish, dasturlash, videomontaj, matn yozish kabi ko‘plab yo‘nalishlarda faoliyat yuritadilar.

Bunday faoliyat uchun eng mashhur platformalar – Upwork.com, Fiverr.com, Freelancer.com va Toptal.com hisoblanadi. Bu saytlarda minglab kompaniyalar va mijozlar freelancerlar bilan aloqaga chiqib, turli xizmatlar buyurtma qiladilar. Pandemiya davrida uydan ishlash imkoniyatlarining kengayishi sababli freelancerlar

⁴⁹ <https://www.nhs.uk/> Buyuk Britaniya Milliy sog‘liqni saqlash xizmati.

⁵⁰ <https://reg.ssv.uz/> O‘zbekiston sog‘liqni saqlash vazirligi.

soni butun dunyoda keskin oshdi. 2023-yil ma’lumotlariga ko‘ra, AQShda ishchi kuchining 38% freelancing asosida faoliyat yuritgan⁵¹.

Xulosa sifatida yuqoridagi tahlillar shuni ko‘rsatadiki, biznes jarayonlarini raqamlashtirish, elektron biznesni keng joriy etish va raqamli marketing vositalaridan foydalanish zamonaviy iqtisodiyotning ajralmas talabiga aylangan. Raqamli texnologiyalar yordamida kompaniyalar nafaqat ichki boshqaruv, rejalashtirish, moliya, logistika va kadrlar siyosatini optimallashtiradi, balki tashqi faoliyatida ham mijozlar bilan samarali aloqalar o‘rnatadi, yangi bozor segmentlariga kirish imkoniyatiga ega bo‘ladi.

Internet asosidagi platformalar — Instagram, Facebook, YouTube, Shopify, Fiverr, Envato kabi vositalar brendni rivojlantirish, mahsulot va xizmatlarni global miqyosda targ‘ib qilish, sotuv hajmini oshirish va mijozlar bazasini kengaytirishda beqiyos ahamiyat kasb etmoqda. Shuningdek, elektron to‘lov tizimlari, telemeditsina, onlayn ta’lim, logistika, transport va turizm sohalarida raqamli yechimlarning keng qo‘llanishi iqtisodiy samaradorlikni oshirib, aholiga qulay va tezkor xizmat ko‘rsatish imkonini bermiqda.

Freelans xizmatlari va masofaviy mehnat shaklining ommalashuvi esa xizmatlar bozorining yangi bosqichga o‘tganidan dalolat beradi. Bu jarayon ishchi kuchining moslashuvchanligini oshirib, har bir mutaxassisga global bozorda o‘z o‘rnini topish imkonini yaratmoqda.

Umuman olganda, kompaniyalarda raqamlashtirishni chuqurlashtirish, elektron biznes va raqamli marketing strategiyalarini rivojlantirish — korxonalarning raqobatbardoshligini oshirish, operatsion xarajatlarni qisqartirish, mijozlar bilan samarali aloqalar o‘rnatish va bozordagi mavqeini mustahkamlashning eng muhim omillaridan biridir. Shu bois, raqamli transformatsiya bugungi biznes muhiti uchun nafaqat afzallik, balki zaruratga aylangan.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. “Raqamli iqtisodiyot asoslari”, Samarqand davlat universiteti g‘.m. Porsaev, b.sh. Safarov, d.q. Usmanova, 116-bet Toshkent-2020.:
2. “Raqamli iqtisodiyot asoslari”, Samarqand davlat universiteti g‘.m. Porsaev, b.sh. Safarov, d.q. Usmanova, 119-bet Toshkent-2020.:
3. <https://cropink.com/instagram-marketing-statistics>
4. <https://sproutsocial.com/insights/instagram-stats/>
5. <https://www.shopify.com/blog/digital-marketing-statistics>
6. <https://www.semrush.com/>
7. <https://backlinko.com/fiverr-users>
8. <https://www.worldbank.org/ext/en/home>
9. <https://www.nhs.uk/> Buyuk Britaniya Milliy sog'liqni saqlash xizmati.
10. <https://reg.ssv.uz/> O‘zbekiston sog‘liqni saqlash vazirligi.
11. <https://www.upwork.com/research/freelance-forward-2023-research-report>

⁵¹ <https://www.upwork.com/research/freelance-forward-2023-research-report>