

Ш.А. Бегматов,
тадқиқотчи, ТДИУ

ИНТЕРНЕТ – МАРКЕТИНГ КИЧИК БИЗНЕС СУБЪЕКТЛАРИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ОМИЛИ СИФАТИДА

В данной статье описываются вопросы роли Интернет маркетинга в развитии субъектов малого бизнеса и применение теоретических основ электронной коммерции, также раскрыты перспективы и преимущества электронной коммерции.

This article describes the issues of internet marketing role in the development of small businesses and the use of theoretically based e-commerce is also the author of articles disclosed perspectives and advantages of e-commerce.

Калитли сўзлар: Интернет, Интернет маркетинг, электрон тижорат, интернет магазин, инновацион маҳсулотлар.

Республикамізда амалга оширилаётган кенг қамровли ижтимоий-иқтисодий ислохотлар бугунги кунда хўжалик субъектлари фаолиятини замонавий маркетинг механизмлари асосида такомиллаштиришни талаб этади.

Бозор муносабатлари шароитида долзарб муаммоли масалаларни, рўй берадиган ўзгаришлар ва юзага келиши мумкин бўладиган имкониятларни олдиндан кўра олиш, хўжалик сиёсати ва стратегиясини ишлаб чиқишда янгича услуб, янгича техника - технология орқали ишлаб чиқариш ёки хизмат кўрсатиш давр талабидир[3].

Шу муносабат билан кундалик маҳсулотларни мижозларга йўналтирилган ишлаб чиқариш зарурати барча тадбиркорлик фаолиятларида истеъмолчиларнинг устувор талабларига қайишқоқ мослашувчан янгича маркетинг тизимларини қўллаш мақсадга мувофиқ.

Мазкур муаммоларни ҳал этиш учун кичик бизнес субъектлари (КБС)нинг истиқболдаги стратегиясини тўғри белгилаб олиш, рақобатдош ва экспортбop товарга йўналтирилган инновацион ғояларни харидоргир маҳсулотларга айлантириш тизимини такомиллаштириш каби масалаларни ҳал этиш билан бирга уларнинг нафақат ресурсларга эғалик қилишдаги рақобат курашларида, балки стратегиялар курашида ҳам дош бера олиш қобилиятини таъминлайди.

Шу жиҳатдан, кичик бизнес субъектлари ва уларнинг маҳсулот рақобатдошлигини ошириш, маҳсулот ҳажми ва ассортименти ҳажмларини кенгайтириш ҳамда уларни сотишнинг истиқболли бозорларини ўзлаштиришда интернет-маркетингдан самарали фойдаланиш бўйича илмий асосланган таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқиш бугунги кунда муҳим аҳамият касб этади.

Бугунги кунда маркетинг соҳасида тадқиқот олиб боровчи хорижий олимлар “интернет маркетинг” ни янги бир йўналишдаги ахборот ва интернет технологияларидан иборат фаолият сифатида кўриб чиққанлар.

Жаҳон иқтисодиёти глобаллашуви натижасида рақобат муҳитининг кучайиб бориши, ишлаб чиқарилаётган маҳсулотларнинг ҳаётийлик даври кескин қисқариши, бозор конъюнктураси ва истеъмолчилар эҳтиёжларининг

тез ўзгариши бугунги кунда ҳар бир маҳсулотни ишлаб чиқаришга нисбатан қисқа даврда самарали тижоратлаштириш механизмларини ишлаб чиқишни ҳаётий заруратга айлантирмоқда [7]. Бу эса, кичик бизнес субъектларининг ишлаб чиқараётган маҳсулотларини истеъмолчиларга тезда етказиб бериш ва самарали тижоратлаштиришда интернет-маркетингдан фойдаланишни талаб этади.

Сўнгги ўн йилликда товарнинг «ҳаётийлик даври» тўрт баробарга қисқарди, маҳсулотлар ассортиментининг хилма-хиллиги ортди, бир хил буюмларни кўплаб ишлаб чиқариш камайди, товар сифатига эга маҳсулотлар мазмуни ўзгарди[4]. Шу жиҳатдан, интернет-маркетинг фаолияти кичик корхоналар харажатларини оддий тарзда камайтириш йўллари билан чекланиб қолмай, айти пайтда маҳсулотларни интернет ёрдамида сотиш ва даромадларни муттасил кўпайтириш соҳаларига кўпроқ эътибор беришга қаратмоқда.

Ваҳоланки, интернет-маркетинг ишлаб чиқарилаётган маҳсулотларни сотишда янги бозорлар ҳамда муайян афзаллиги туфайли ўзига жалб этадиган янги харидорларни топишни тақозо этади. Мазкур ишларни интернет-маркетингга таянибгина амалга ошириш муваффақиятли яқунланади. Айниқса, инновацион маҳсулотларини ишлаб чиқарувчи кичик корхоналар имкониятларини кенгайтиришда интернет-маркетингни жорий этишнинг муҳим хусусияти шундаки, интернет-маркетинг инновацион маҳсулотларни сотиш устидагина эмас, балки уни танитиш ва брендини шакллантиришга хизмат қилади.

Фикримизча, интернет-маркетинг тизими бозорнинг муайян сегментларини прогнозлаш, уларнинг истеъмол хусусиятлари, нарх ҳамда сотиш каналларини режалаштириш, бозор ноаниқликлари ва инновацияларнинг истеъмолда нomaқбул бўлган тахминларини камайтириш имконини беради.

Бугунги шароитда иқтисодий муносабатларнинг муваффақиятини замонавий ахборот технологиялари ва интернет тармоғисиз тасаввур қилиб бўлмайди. Таъкидлаш жоизки, республикамиздаги кенг қамровли ислохотлардан бири кичик бизнес субъектларини ривожлантиришга қаратилган бўлиб, жумладан, етарли даражада фаолият юритиш учун интернет тармоғидан тўлақонли фойдаланиш имконияти яратиб берилди.

Ушбу ислохотлар натижасида давлат органлари ва тадбиркорлик субъектлари ўртасида ўзаро муносабатларнинг бевосита электрон шакллари жорий этилгани туфайли 2015 йилда 42 минг 800 та тадбиркорлик субъекти Интернет тармоғи орқали Ягона интерактив давлат хизматлари порталида рўйхатга олинган. Улар 260 турдаги интерактив хизматлардан фойдаланиш имкониятига эга. 2013-2014 йилларда тадбиркорлар ва фуқароларга 102 мингдан ортиқ хизмат кўрсатилган бўлса, 2015 йилда бу кўрсаткич 420 мингдан ошди.

Бугунги кунда солиқ ва статистика ҳисоботлари 100 фоиз электрон шаклда Интернет тармоғи орқали тақдим этилмоқда. Шу йилнинг 1 январидан бошлаб, мамлакатимизнинг барча ҳудудларида тадбиркорлик субъектларига «ягона дарча» тамойили асосида давлат хизматлари кўрсатиш ягона марказлари фаолият бошлади. Шунингдек, тадбиркорлик субъектларининг

муҳандислик-коммуникация тармоқларига уланиши бўйича мутлақо янги механизм жорий этилди. Унга кўра, ушбу тармоқлар ишини юритадиган ташкилотларнинг ҳудудий корхоналарига техник шартларни олишдан тортиб муҳандислик-коммуникация тармоқларига уланишгача бўлган барча жараёнларни амалга ошириб, уларни тадбиркорларга тайёр ҳолда топшириш ваколатлари берилди[1].

Республикамиз аҳолисининг интернет фойдаланувчилар сонини 15,4 млн.дан (мамлакат аҳолисининг 48,4%и) ошганини ҳисобга олсак [9], электрон тижоратдан фойдаланиш кичик бизнес субъектларига жуда катта имкониятлар яратиб, интернет орқали маҳсулот сотиш ва хизмат кўрсатиш ҳамда янги бозорларни ўзлаштиришга замин яратади.

Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликнинг жадал ривожланишини таъминлаш, хусусий мулкни ҳимоя қилиш ва унинг дахлсизлиги кафолатларининг ҳуқуқий механизмларини янада мустаҳкамлаш ва техник жиҳатдан тартибга солиш соҳасида амалдаги норматив ҳужжатлардан монеликсиз ва бепул фойдаланиш имконини бериш мақсадида уларнинг жаҳон Интернет ахборот тармоғидаги ўз расмий веб-сайтларида жойлаштирилиши ва доимий янгилаб борилишини таъминлаш тўғрисида бир қатор фармонлар қабул қилинди [2].

Шу сабабли, республикамизда давлат ва тадбиркорларга хизмат қилувчиларнинг расмий веб-сайтлари яратилган бўлиб, тадбиркорлик субъектлари учун интерактив интернет хизматларидан кенг фойдаланиш йўлга қўйилди. Хусусан, тадбиркорларга экспорт фаолиятини амалга оширишда қулайлик яратиш мақсадида www.tradeuzbekistan.com ва www.exporter.uz веб-сайти ташкил этилди.

Ушбу электрон тижорат сайти тадбиркорларга ўзлари ишлаб чиқараётган маҳсулотлари тўғрисидаги маълумотларни тўғридан-тўғри жойлаштириш ва хорижий ҳамкорларни топиш имконини беради. Бунинг учун ҳар бир кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектининг интернетда веб-сайти бўлиши, ўз маҳсулотларини сотиш бўйича барча имкониятларини кўрсатиши лозим. Интернет маркетинг иккита асосий қисмдан, яъни электрон тижорат ва рекламадан иборат.

Ривожланган мамлакатларнинг илғор тажрибасига кўра, электрон тижоратни пухта ўзлаштиришда унинг назарий ва амалий жиҳатларига алоҳида эътибор қаратишни талаб этади [8].

Электрон тижорат ишбилармон ҳамкорлар ўртасидаги тижорат алоқаларининг самарадорлигини оширадиган илғор ахборот технологиялардан фойдаланиб, бизнес юритиш усулларига айтилади [5].

Кичик бизнес субъектларида анъанавий тижоратга нисбатан электрон тижоратнинг афзаллиги қуйидагиларда ўз аксини топган:

- халқаро миқёсда фаолият юритиш осонлиги;
- харажатларнинг анъанавий тижоратга нисбатан камлиги;
- етказиб бериш занжири қисқалиги;
- бизнеснинг доимий очиқлиги;
- бозорга янги товарларни тезкор чиқариш;

- рақамли товарларни сотиш ва тарқатишда таннархнинг камлиги;
- исталган вақт ва исталган жойда савдо қилиш, янги чегирма ва акциялар билан танишиш имконияти мавжуд.

Электрон тижоратнинг афзалликлари кичик бизнеснинг ўзига хос хусусиятларини очиб бериши унинг янги кўринишдаги савдо намуналарини ўзида намоён этади.

Кичик бизнес субъектларида электрон тижоратнинг қуйидаги намуналарини келтириш мумкин:

- интернет дўконларда маҳсулотларни сотиш ва хизматларни кўрсатиш;
- интернет орқали меҳмонхона, ресторан, аэропортда ўринларни олдиндан банд қилиш;
- истеъмолчилардан буюртма олишда бепул қўнғироқ имкониятини берувчи интерфаол телефон тизимидан фойдаланиш;
- улгуржи савдо корхонасининг электрон алмашув тизимидан фойдаланган ҳолда чакана савдо корхоналарининг маҳсулот харид қилишга буюртма бериши;

- кичик бизнес субъектларида электрон суғурта хизматлари ва бошқалар.

Бугунги кунда электрон тижоратнинг ташкил этилиши ва ривожланишига қуйидаги омилларни кўрсатиб ўтиш мумкин[6]:

- халқаро бозорга чиқиш кўп тўсиқлардан ўтиш билан боғлиқ (турли мамлакатларда қонунчилик турли бўлиши, тил ва маданият тўсиқлари, интернетга кириш чегаралари, минтақавий муаммолар ва ҳоказо);
- фойдаланувчи учун веб-технологиялар ноқулайлиги;
- келишув ҳақидаги маълумотлар ошқора бўлиш хавфи мавжуд;
- харидор ва сотувчи орасида шахсий мулоқотни талаб қилган ҳолда электрон тижоратнинг тўғри келмаслик ҳолати, масалан, модадаги кийимлар ёки мураккаб маҳсулотлар харид қилинганда;
- манфаатлар тўқнашуви;
- интернетнинг қониқарсиз тезлиги.

Юқоридаги фикрлардан келиб чиқиб, республикамиздаги барча турдаги корхоналар фаолиятини янада ривожлантириш, мижоз ва ишлаб чиқарувчи ўртасидаги муносабатларни мустаҳкамлаш масалалари ҳамда кичик бизнес субъектлари ва унинг маҳсулотларини шакллантиришда интернет маркетинг хизматини такомиллаштириш зарур.

Ушбу ҳолатдан келиб чиқиб, кичик бизнес субъектлари фаолиятида интернет маркетингни шакллантириш, инновацион маҳсулотларни тижоратлаштириш, сотиш ҳажмини кенгайтириш ва тезроқ бозорда ном қозониш учун қуйидаги интернет бизнеси таклиф этилди (1-расм).



1-расм. Кичик бизнес субъектлари фаолиятида интернет-маркетинг тизимидан самарали фойдаланиш механизми
Манба: муаллиф ишланмаси.

Кичик бизнес субъектларини ривожлантиришда интернет маркетинг тизимидан самарали фойдаланишнинг қуйидаги йўллари таклиф этилади:

- кичик бизнес субъектларида замонавий менежмент ва маркетинг соҳасини пухта ўзлаштирган кадрлар билан таъминлаш;
- кичик бизнес соҳасидаги ходимлар малакасини оширишда бизнес инкубаторлари ва технопарклар фаолиятини жонлантириш;
- интернет орқали сотилган товар ёки хизматлардан олинган даромаддан тўланадиган солиқ тўловларида енгилликлар яратиш орқали кичик бизнес субъектларини рағбатлантириш;
- кичик бизнес субъектларининг веб-саҳифаларини ташкил этиш ва унинг самарадорлигини оширишда миллий қидирув тизимини шакллантириш ва такомиллаштириш.

Кичик бизнес субъектлари фаолиятида интернет тармоғидан фойдаланиш, электрон тижоратлаштириш жарёнини шакллантириш ва интернет рекламани

жорий этиши халқаро бозорларга кириб бориши учун восита бўлиб хизмат қилади. Шу жумладан, миждозларни бўлаётган савдо жараёнларидан хабардор қилиш, рақобатчилар ва илмий фойдаланувчилар учун ахборот етказиш вазифасини бажаради.

Хулоса қилиб айтиш жоизки, бугунги кунда жадал суъатларда ривожланиб бораётган кичик бизнес субъектларида интернет-маркетингнинг жорий этилиши биринчидан, инновацион салоҳиятини яхшилади, шу билан бир қаторда инновацион маҳсулотларни яратиш ва тезроқ бозорга кириш стратегиясини белгилаб, маҳсулот брендини яратиш ва шакллантиришда янги маркетинг воситаси бўлиб хизмат қилади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Каримов И.А. Ўзбекистоннинг ўтган 2015 йилдаги иқтисодий ва ижтимоий ривожланиш яқунларини муҳокама қилиш ва 2016 йил учун тараққиёт йўлимизнинг энг муҳим устувор йўналишларини аниқлаб олишдан иборат. Вазирлар Маҳкамасининг кенгайтирилган мажлисидаги маъруза. //Халқ сўзи, 2016 йил 13 январь.

2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2016 йил 5 октябрдаги "Тадбиркорлик фаолиятининг жадал ривожланишини таъминлашга, хусусий мулкни ҳар томонлама ҳимоя қилишга ва ишбилармонлик муҳитини сифат жиҳатидан яхшилашга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида" 4848- сонли фармони.

3. Қаххоров А.Ж. Инновацион маркетингнинг иқтисодий фаолият сифатидаги мазмун-моҳиятига илмий шарҳ. “Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар” илмий электрон журнали. № 6, 2015 йил ноябрь-декабрь.

4. Мараимова У. И. Кичик бизнес субъектларининг экспорт салоҳиятини оширишда инновацион маркетинг технологияларидан самарали фойдаланиш йўллари номли номзодлик диссертацияси. -Т.: ТДИУ. 2012й

5. Денисова А.Л., Молотков Н.В., Блюм М.А., Уляхин Т. М., Гуськов А.В. Электронная коммерция: основы организации и ведения бизнеса: Учебное пособие /— Тамбов: ФГБОУ ВПО "ТГТУ", 2012. — 88 с.

6. Гаврилов Л. П. Электронная коммерция: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры /— М.: Юрайт, 2016. — 363 с.

7. Rashad Yazdanifard1, Melissa Venpin “Internet Marketing: The New Era of Innovation in E-commerce” International Conference on Software and Computer Applications IPCSIT vol.9 (2011) © IACSIT Press, Singapore

8. Jun Yu (2006), “Marketing to Chinese consumers on the Internet”, Marketing Intelligence & Planning, Vol.24, No.4, pp.380-92.

9. Internet Live Stats - www.internetlivestats.com. 2016 йил маълумотлари.