ULGURJI SAVDO XIZMATLARINI RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR ASOSIDA RIVOJLANTIRISHNING XORIJIY TAJRIBASI VA UNDAN O'ZBEKISTONDA FOYDALANISH IMKONIYATLARI

B.B.Himmatova
Sh.Rashidov nomidagi Samarqand davlat universiteti Iqtisodiy nazariya mutaxassisligi magistratura bitiruvchisi

Annotatsiya. Mazkur tezisda ulgurji savdo xizmatlarini raqamli texnologiyalar asosida rivojlantirishning xorijiy tajribasi — AQSh, Xitoy, Yevropa, Yaponiya, Janubiy Koreya va Hindiston modellari — tahlil qilingan. Tadqiqotda raqamli transformatsiyaning uch bosqichi (digitizatsiya, digitalizatsiya, transformatsiya) hamda ERP, CRM, WMS va B2B platformalarning integratsiyalashgan qiymat zanjirini shakllantirishdagi o'rni yoritilgan. Xorijiy tajriba asosida O'zbekistonda ulgurji savdo korxonalarini bosqichma-bosqich raqamlashtirish bo'yicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: ulgurji savdo, raqamli transformatsiya, B2B platforma, ERP, CRM, WMS, EDI, elektron hujjat, supplier rating, raqamli iqtisodiyot.

Аннотация. В данных тезисах анализируется зарубежный опыт развития оптовой торговли на основе цифровых технологий — модели США, Китая, Европы, Японии, Южной Кореи и Индии. В исследовании рассмотрены три уровня цифровой трансформации (оцифровка, цифровизация, трансформация), а также роль интеграции ERP, CRM, WMS и B2B-платформ в формировании единой цепочки создания стоимости. На основе зарубежного опыта разработаны практические рекомендации по поэтапной цифровизации оптовых торговых предприятий Узбекистана.

Ключевые слова: оптовая торговля, цифровая трансформация, B2B-платформа, ERP, CRM, WMS, EDI, электронный документооборот, рейтинг поставщиков, цифровая экономика.

Abstract. This thesis analyzes foreign experience in developing wholesale trade services based on digital technologies — the models of the USA, China, Europe, Japan, South Korea and India. The study examines the three levels of digital transformation (digitization, digitalization, transformation) and the role of ERP, CRM, WMS and B2B platform integration in forming a unified value chain. Based on foreign experience, practical recommendations are developed for the step-by-step digitalization of wholesale trade enterprises in Uzbekistan.

Keywords: wholesale trade, digital transformation, B2B platform, ERP, CRM, WMS, EDI, electronic document flow, supplier rating, digital economy.

Kirish. Jahon ulgurji savdosida raqamli texnologiyalar tovarni katta partiyada sotish jarayonini emas, butun B2B qiymat zanjirini qayta tashkil etmoqda. Zamonaviy ulgurji korxona ishlab chiqaruvchi, xaridor, ombor, logistika va moliyaviy xizmatlarni ma'lumotlar orqali bog'lovchi koordinatsion

© Ushbu material Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) litsenziyasi asosida tarqatiladi.

markazga aylanmoqda. G. Vial ta'kidlaganidek, raqamli texnologiyalar tashkilotlardan strategik javob talab qiluvchi tub o'zgarishlarni keltirib chiqaradi (Vial, 2019, 118-bet).

O'zbekiston Respublikasida ulgurji savdo aylanmasi yildan-yilga o'sib borayotgan bo'lsa-da, ko'pchilik korxonalarda savdo, hisob, ombor va yetkazib berish jarayonlari hali yagona raqamli konturda integratsiyalashmagan. P. Verhoef va hammualliflarining ta'kidlashicha, raqamli transformatsiya va undan kelib chiquvchi biznes-model innovatsiyasi iste'molchi kutuvlari va xulqini tubdan o'zgartirmoqda (Verhoef va boshq., 2021, 889-bet). Shu sababli mazkur tezisning maqsadi — ulgurji savdoni raqamlashtirishning xorijiy modellarini tahlil qilish va ulardan O'zbekiston sharoitida foydalanish imkoniyatlarini aniqlashdan iborat.

O'rganganlik darajasi. Raqamli transformatsiyaning nazariy-uslubiy asoslari xorijiy tadqiqotchilar G. Vial, P. Verhoef, A. Bharadwaj, J. Hagberg, W. Reinartz va R. Ishfaq tomonidan o'rganilgan bo'lib, ular raqamlashtirishning digitizatsiya, digitalizatsiya va transformatsiya bosqichlarini hamda B2B qiymat zanjirining integratsiyalashuvini asoslab berishgan. S. Syaifuddin va N.A.M. Puadning tadqiqotida ulgurji savdo markazlarida raqamli ombor boshqaruvi, elektron to'lov va mobil ilovalarning sotuv samaradorligiga ta'siri o'rganilgan. Mahalliy olimlardan G'.M. Porsaev, B.Sh. Safarov, D.Q. Usmanova, D.X. Suyunov va S.S. Jurayevning ishlarida raqamli iqtisodiyot va elektron tijoratning milliy xususiyatlari tahlil qilingan. [1–11]

Tadqiqot metodologiyasi. Tadqiqotda qiyosiy tahlil, kontent-tahlil, tizimli yondashuv va amaliy keys tahlili usullaridan foydalanildi. AQSh, Xitoy, Yevropa Ittifoqi, Yaponiya, Janubiy Koreya va Hindiston tajribasi xalqaro ilmiy nashrlar asosida o'rganildi, O'zbekiston ulgurji savdo korxonalarining raqamli yetuklik darajasi esa mavjud amaliy kuzatuvlar asosida baholandi.

Asosiy qism. Xorijiy tajribada ulgurji savdoni raqamlashtirishning bir nechta modeli ko'zga tashlanadi: AQShda B2B marketplace va e-procurement, Xitoyda platforma ekotizimi, Yevropada EDI va elektron invoicing, Yaponiya hamda Janubiy Koreyada ombor-logistika avtomatlashtirish, Hindistonda esa mobile-first B2B servislar. Ularning umumiy iqtisodiy natijasi tranzaksiya xarajatlarini kamaytirish, axborot shaffofligini oshirish va buyurtma-yetkazib berish siklini qisqartirishdan iborat. Xorijiy modellarning qiyosiy tavsifi 1-jadvalda keltirilgan.

Mamlakat	Asosiy raqamli vosita	Ustunlik	O'zbekiston uchun mos element
AQSh	B2B marketplace, e-procurement, API	Korporativ xaridni standartlashtirish	Korporativ B2B kabinet va API
Xitoy	Platforma, raqamli to'lov, supplier rating	Ko'p tomonlama ekotizim	Yetkazib beruvchi katalogi va reyting
Germaniya/YI	EDI, e-invoice, ERP	Hujjat va ma'lumot standartlashuvi	E-buyurtma va ERP integratsiyasi
Yaponiya	B2B katalog, avtomatik reorder	Takroriy xaridni tezlashtirish	ABC/XYZ va qayta buyurtma

© Ushbu material Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) litsenziyasi asosida tarqatiladi.

Mamlakat	Asosiy raqamli vosita	Ustunlik	O'zbekiston uchun mos element
Janubiy Koreya	Mobil servis, real vaqt logistika	Buyurtma-yetkazish sikli qisqaradi	Mobil status kuzatuvi
Hindiston	Mobile-first B2B, fintech	Kichik savdoni ulgurji tizimga ulash	Mobil B2B ilova va mikrofinans

1-jadval. Xorijiy ulgurji savdo xizmatlarini raqamlashtirish modellarining qiyosiy tavsifi

Jadval shuni ko'rsatadiki, ilg'or modellarda texnologiya alohida kanal emas, savdo siklining bog'lovchi infratuzilmasidir. A. Bharadwaj va hammualliflari ta'kidlaganidek, biznes infratuzilmasi tovar, jarayon va xizmatlar o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik ortishi bilan raqamli tusga kirmoqda (Bharadwaj va boshq., 2013, 471-bet). O'zbekiston uchun eng maqbul yondashuv — turli mamlakatlar tajribasidan mos elementlarni kombinatsiya qilish: AQShdan procurement integratsiyasi, Xitoydan platforma va reyting mexanizmi, Yevropadan ma'lumot standartlashuvi, Osiyodan esa mobil servis va logistika shaffofligini olishdir.

AQSh modelida B2B platforma korporativ xarid qoidalari bilan integratsiyalashadi: buyurtma ERP tizimiga o'tadi, CRM xarid chastotasi va assortimentni tahlil qiladi, WMS esa tez va sekin aylanadigan pozitsiyalarni ajratadi. Xitoy modeli ishlab chiqaruvchi, distribyutor, xaridor, to'lov provayderi va logistika operatorini ko'p tomonlama platformada birlashtirib, yetkazib beruvchi reytingi va nizolar statistikasi orqali ishonch muhitini yaratadi. J. Hagberg va hammualliflari ta'kidlaganidek, raqamlashtirish chakana va ulgurji savdo uchun katta ahamiyatga ega, davom etayotgan jarayondir (Hagberg va boshq., 2016, 694-bet). Yevropa modelining asosiy xususiyati EDI va elektron invoicing orqali kompaniyalar o'rtasida standartlashtirilgan ma'lumot almashinuvidir, bu esa hujjatlarni qayta kiritish ehtiyojini kamaytiradi. W.Reinartz va hammualliflari raqamli transformatsiya chakana savdo qiymat zanjirini tubdan o'zgartirayotganini, yangi raqobatchilarning an'anaviy ustunlikka tahdid solayotganini ta'kidlaydi (Reinartz va boshq., 2019, 350-bet).

Yaponiya va Janubiy Koreya tajribasi B2B katalog, avtomatik qayta buyurtma va real vaqt logistika kuzatuvining ahamiyatini ko'rsatadi, Hindistondagi mobile-first yondashuv esa kichik chakana nuqtalarni ishlab chiqaruvchi va distribyutor bilan bog'laydi. S. Syaifuddin va N.A.M. Puadning tadqiqotida raqamli ombor boshqaruvi tizimlari, elektron to'lov platformalari va mobil ilovalarni joriy etish sotuv samaradorligini oshirishi isbotlangan (Syaifuddin & Puad, 2025, 71-bet). O'zbekistonda tumanlardagi do'kon, oshxona va kichik savdo nuqtalari uchun aynan shunday mobil B2B katalog va takroriy buyurtma funksiyasi amaliy jihatdan eng qulay yechim hisoblanadi.

R. Ishfaqning fikricha, raqamli ulgurji savdo alohida internet-do'kondan ko'ra integratsiyalangan qiymat zanjiridir: mahsulot taklifi, buyurtma, e-shartnoma, to'lov, ombor va logistika yagona ma'lumot oqimida ishlaganda jarayonning shaffofligi va tezligi oshadi (Ishfaq, 2022, 169-bet). Shu nuqtai nazardan, O'zbekistonda ulgurji savdoni raqamlashtirish bitta dasturni joriy etishdan emas, balki ma'lumot standartlarini shakllantirishdan boshlanishi lozim. Xorijiy amaliyotlarni milliy sharoitga moslashtirish yo'nalishlari 2-jadvalda tizimlashtirilgan.

Xorijiy amaliyot	Muammo	Moslashtirilgan yechim	Kutiladigan natija

© Ushbu material Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) litsenziyasi asosida tarqatiladi.

Xorijiy amaliyot	Muammo	Moslashtirilgan yechim	Kutiladigan natija
B2B marketplace	Kontragent qidiruvi qimmat	Milliy/hududiy katalog va B2B kabinet	Qidiruv va muzokara vaqti kamayadi
ERP/CRM	Buyurtma va mijoz ma'lumoti ajralgan	API integratsiyasi	Takroriy kiritish kamayadi
EDI/e-invoice	Hujjat qayta ishlovi ko'p	Strukturaviy e-buyurtma	Tranzaksiya xarajati pasayadi
Supplier rating	Yangi kontragent riski	Verifikatsiya va KPI reyting	Risk pasayadi
Smart logistics	Yetkazish statusi noaniq	WMS/TMS status integratsiyasi	Yetkazish intizomi oshadi
AI analytics	Talab subyektiv rejalashtiriladi	ABC/XYZ va demand forecast	Ortiqcha zaxira kamayadi

2-jadval. Xorijiy raqamli amaliyotlarni O'zbekiston sharoitiga moslashtirish yo'nalishlari

Matritsa texnologiyalarning o'zaro bog'liqligini ko'rsatadi: supplier rating buyurtma va logistika tarixi raqamli qayd qilinmasa, talab prognozi esa sifatli sotuv va qoldiq ma'lumotlarisiz ishonchli ishlamaydi. Shu bois ulgurji savdo korxonalarini raqamlashtirishni bosqichma-bosqich yetuklik modeli sifatida tashkil etish investitsiya xavfini kamaytiradi. O'zbekiston ulgurji savdo korxonalari uchun tavsiya etilayotgan bosqichli mexanizm quyidagicha:

Infratuzilma va ma'lumotlar: internet, bulutli xizmatlar, nomenklatura va kontragent ma'lumotlarini standartlashtirish

↓

Ichki avtomatlashtirish: ERP, CRM va WMS tizimlarini yagona boshqaruv konturiga integratsiyalash

↓

Tashqi platforma integratsiyasi: hududiy/milliy B2B platforma, API, elektron hujjat va to'lov tizimlari

↓

Analitik boshqaruv: ABC/XYZ tahlili, mavsumiy talab prognozi, mijozlarni segmentlash

↓

© Ushbu material Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) litsenziyasi asosida tarqatiladi.

Sun'iy intellekt: dinamik narxlash, avtomatik zaxira optimallashtiruvi, supplier scoring

1-rasm. O'zbekistonda ulgurji savdoni raqamlashtirishning bosqichli yetuklik modeli

Har bir keyingi bosqich oldingi bosqichda yaratilgan raqamli aktivdan foydalanadi: masalan, talabni prognozlash uchun sotuv va qoldiq tarixi, yetkazib beruvchi reytingi uchun esa buyurtma va yetkazish intizomi to'g'risidagi ma'lumot zarur. Shu sababli sun'iy intellekt dastlabki hisob-kitob intizomi o'rnini bosa olmaydi — u faqat sifatli tranzaksion ma'lumot mavjud bo'lgandagina samarali ishlaydi. O'zbekiston korxonalarining raqamli yetukligi turlicha bo'lgani sababli, barcha subyektlarni bitta dasturga majburlamaydigan, minimal ma'lumot standarti va ochiq API talablariga asoslangan modulli arxitektura eng maqbul yondashuv hisoblanadi.

Xulosa va takliflar. O'tkazilgan tahlil shuni ko'rsatadiki, ulgurji savdoni raqamli texnologiyalar asosida rivojlantirishning xorijiy tajribasi yagona universal modelga ega emas — AQSh procurement integratsiyasi, Xitoy platforma ekotizimi, Yevropa standartlashgan ma'lumot almashinuvi, Osiyo esa mobil B2B va tezkor logistika bilan ajralib turadi. Ularning umumiy maqsadi tranzaksiya xarajatlarini kamaytirish, axborot assimetriyasini pasaytirish va zaxira hamda logistika boshqaruvini ma'lumot asosida tashkil etishdir. O'zbekiston uchun xorijiy tajribani tayyor shaklda ko'chirish emas, uning samaradorligini ta'minlagan tamoyillarni milliy sharoitga moslashtirish zarur. Tahlillar asosida quyidagi takliflar ilgari surilmoqda:

— ulgurji savdo korxonalari uchun tovar kodi, o'lchov birligi va kontragent rekvizitlarining yagona minimal ma'lumot standartini ishlab chiqish;

— ERP, CRM va WMS tizimlarining o'zaro integratsiyasini rag'batlantiruvchi davlat dasturlarini joriy etish;

— kichik va o'rta ulgurji savdo korxonalari uchun ochiq API talablariga asoslangan milliy yoki hududiy B2B platforma yaratish;

— elektron hujjat aylanishi (e-invoice, e-shartnoma) va to'lov tizimlarini ulgurji savdo subyektlari o'rtasida kengaytirish;

— yetkazib beruvchilarni baholashning obyektiv KPI asosidagi reyting tizimini joriy etish;

— yetarli tranzaksion ma'lumot to'plangandan so'ng talabni prognozlash va zaxirani optimallashtiruvchi analitik hamda sun'iy intellekt vositalariga bosqichma-bosqich o'tish.

Natijada ulgurji savdo xizmatlarining raqamli infratuzilmasi bosqichma-bosqich shakllanib, tranzaksiya xarajatlari kamayadi, axborot shaffofligi oshadi hamda O'zbekiston ulgurji savdo bozorining raqobatbardoshligi mustahkamlanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Bharadwaj, A., El Sawy, O. A., Pavlou, P. A., & Venkatraman, N. (2013). Digital Business Strategy: Toward a Next Generation of Insights. MIS Quarterly, 37(2), 471–482.
2. Hagberg, J., Sundström, M., & Egels-Zandén, N. (2016). The digitalization of retailing: an exploratory framework. International Journal of Retail & Distribution Management, 44(7), 694–712.
3. Ishfaq, R. (2022). Digital supply chains in omnichannel retail: A conceptual framework. Journal of Business Logistics, 43(2), 169–188.
4. Reinartz, W., Wiegand, N., & Imschloss, M. (2019). The impact of digital transformation on the retailing value chain. International Journal of Research in Marketing, 36(3), 350–366.

© Ushbu material Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) litsenziyasi asosida tarqatiladi.

5. Syaifuddin, S., & Puad, N. A. M. (2025). Digital Transformation at Bandung Wholesale Center. Applied Information System and Management, 8(1), 71–78.
6. Verhoef, P. C. et al. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. Journal of Business Research, 122, 889–901.
7. Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. The Journal of Strategic Information Systems, 28(2), 118–144.
8. Porsaev, G'.M., Safarov, B.Sh., & Usmanova, D.Q. (2020). Raqamli iqtisodiyot asoslari. Toshkent: Fan va texnologiyalar nashriyot-matbaa uyi.
9. Suyunov, D.X., Kenjabayev, A.T., & Ro'ziyev, A.O. (2023). Elektron tijorat. Darslik. Toshkent.
10. Jurayev, S.S. (2026). Savdo xizmatlari sohasida raqamli texnologiyalarni joriy etish orqali xizmat sifati va raqobatbardoshlikni oshirish masalalari. Zamonaviy dunyoda ijtimoiy fanlar, 5(13), 67–71.
11. Qodirov, F., & Hakimova, M. (2024). Elektron tijorat tizimlari. Zamonaviy dunyoda innovatsion tadqiqotlar: Nazariya va amaliyot, 3(15), 29–34.

© Ushbu material Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) litsenziyasi asosida tarqatiladi.