

SCIENCE
PROBLEMS.UZ

ISSN 2181-1342

Actual problems of social and humanitarian sciences
Актуальные проблемы социальных и гуманитарных наук

**Ijtimoiy-gumanitar
fanlarning dolzarb
muammolari**

Jild 3, Son 6/S
2023

SCIENCEPROBLEMS.UZ

**ИЖТИМОЙ-ГУМАНИТАР ФАНЛАРНИНГ
ДОЛЗАРБ МУАММОЛАРИ**

№ 5/6 (3)-2023

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО-
ГУМАНИТАРНЫХ НАУК**

ACTUAL PROBLEMS OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES

ТОШКЕНТ-2023

БОШ МУҲАРРИР:

Исанова Феруза Тулқиновна

ТАҲРИР ҲАЙЪАТИ:

07.00.00-ТАРИХ ФАНЛАРИ:

Юлдашев Анвар Эргашевич – тарих фанлари доктори, сиёсий фанлар номзоди, профессор, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Мавланов Уктам Махмасабирович – тарих фанлари доктори, профессор, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Хазраткулов Абдор – тарих фанлари доктори, доцент, Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети.

08.00.00-ИҚТИСОДИЁТ ФАНЛАРИ:

Карлибаева Рая Хожабаевна – иқтисодиёт фанлари доктори, профессор, Тошкент давлат иқтисодиёт университети;

Худойқулов Садирдин Каримович – иқтисодиёт фанлари доктори, доцент, Тошкент давлат иқтисодиёт университети;

Азизов Шерзод Ўктамович – иқтисодиёт фанлари доктори, доцент, Ўзбекистон Республикаси Божхона институти;

Арабов Нурали Уралович – иқтисодиёт фанлари доктори, профессор, Самарқанд давлат университети;

Холов Актам Хатамович – иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD), доцент, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Шадиева Дилдора Хамидовна – иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD), доцент в.б, Тошкент молия институти;

Шакаров Қулмат Аширович – иқтисодиёт фанлари номзоди, доцент, Тошкент ахборот технологиялари университети

09.00.00-ФАЛСАФА ФАНЛАРИ:

Ҳакимов Назар Ҳакимович – фалсафа фанлари доктори, профессор, Тошкент давлат иқтисодиёт университети;

Яхшиликов Жўрабой – фалсафа фанлари доктори, профессор, Самарқанд давлат университети;

Ғайбуллаев Отабек Мухаммадиевич – фалсафа фанлари доктори, профессор, Самарқанд давлат чет тиллар институти;

Ҳошимхонов Мўмин – фалсафа фанлари доктори, доцент, Жиззах педагогика институти;

Носирходжаева Гулнора Абдукаххаровна – фалсафа фанлари номзоди, доцент, Тошкент давлат юридик университети;

Турдиев Бехруз Собирович – фалсафа фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD), доцент, Бухоро давлат университети.

10.00.00-ФИЛОЛОГИЯ ФАНЛАРИ:

Ахмедов Ойбек Сапорбаевич – филология фанлари доктори, профессор, Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети;

Кўчимов Шухрат Норқизилович – филология фанлари доктори, доцент, Тошкент давлат юридик университети;

Салахутдинова Мушарраф Исамутдиновна – филология фанлари номзоди, доцент, Самарқанд давлат университети;

Кучкаров Раҳман Урманович – филология фанлари номзоди, доцент в.б, Тошкент давлат юридик университети;

Юнусов Мансур Абдуллаевич – филология фанлари номзоди, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Саидов Улугбек Арипович – филология фанлари номзоди, доцент, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси.

12.00.00-ЮРИДИК ФАНЛАРИ:

Ахмедшаева Мавлюда Ахатовна – юридик фанлар доктори, профессор, Тошкент давлат юридик университети;

Мухитдинова Фирюза Абдурашидовна – юридик фанлар доктори, профессор, Тошкент давлат юридик университети;

Эсанова Замира Нормуратовна – юридик фанлар доктори, профессор, Ўзбекистон Республикасида хизмат кўрсатган юрист, Тошкент давлат юридик университети;

Ҳамрокулов Баҳодир Мамашарифович – юридик фанлар доктори, профессор в.б., Жаҳон иқтисодиёти ва дипломатия университети;

Зулфиқоров Шерзод Хуррамович – юридик фанлар доктори, профессор, Ўзбекистон Республикаси Жамоат ҳавфсизлиги университети;

Хайитов Хушвақт Сапарбаевич – юридик фанлар доктори, профессор, Ўзбекистон Республикаси

Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Асадов Шавкат Ғайбуллаевич – юридик фанлар доктори, доцент, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Утемурастов Махмут Ажимурастович – юридик фанлар номзоди, профессор, Тошкент давлат юридик университети;

Сайдуллаев Шахзод Алиханович – юридик фанлар номзоди, профессор, Тошкент давлат юридик университети;

Юсупов Сардорбек Баходирович – юридик фанлар доктори, доцент, Тошкент давлат юридик университети;

Амиров Зафар Актамович – юридик фанлар бўйича фалсафа доктори (PhD), Ўзбекистон Республикаси Судьялар олий кенгаши ҳузуридаги Судьялар олий мактаби;

Жўраев Шерзод Юлдашевич – юридик фанлар номзоди, доцент, Тошкент давлат юридик университети;

Бабаджанов Атабек Давронбекович – юридик фанлар номзоди, доцент, Тошкент давлат юридик университети.

13.00.00-ПЕДАГОГИКА ФАНЛАРИ:

Хашимова Дильдархон Уринбоевна – педагогика фанлари доктори, профессор, Тошкент давлат юридик университети;

Ибрагимова Гулнора Хавазматовна – педагогика фанлари доктори, профессор, Тошкент давлат иқтисодиёт университети;

Закирова Феруза Махмудовна – педагогика фанлари доктори, Тошкент ахборот технологиялари университети ҳузуридаги педагогик кадрларни қайта тайёрлаш ва уларнинг малакасини ошириш тармоқ маркази;

Тайланова Шоҳида Зайниевна – педагогика фанлари доктори, доцент.

19.00.00-ПСИХОЛОГИЯ ФАНЛАРИ:

Каримова Василя Маманосировна – психология фанлари доктори, профессор, Низомий номидаги Тошкент давлат педагогика университети;

Ҳайитов Ойбек Эшбоевич – Жисмоний тарбия ва спорт бўйича мутахассисларни қайта тайёрлаш ва малакасини ошириш институти, психология фанлари доктори, профессор

Умарова Навбаҳор Шокировна – психология фанлари доктори, доцент, Низомий номидаги Тошкент давлат педагогика университети, Амалий психологияси кафедраси мудири;

Атабаева Наргис Батировна – психология фанлари доктори, доцент, Низомий номидаги Тошкент давлат педагогика университети;

Қодиров Обид Сафарович – психология фанлари доктори (PhD), Самарканд вилоят ИИБ Тиббиёт бўлими психологик хизмат бошлиғи.

22.00.00-СОЦИОЛОГИЯ ФАНЛАРИ:

Латипова Нодиля Мухтаржановна – социология фанлари доктори, профессор, Ўзбекистон миллий университети кафедра мудири;

Сеитов Азамат Пўлатович – социология фанлари доктори, профессор, Ўзбекистон миллий университети;

Содиқова Шоҳида Мархабоевна – социология фанлари доктори, профессор, Ўзбекистон халқаро ислом академияси

23.00.00-СИЁСИЙ ФАНЛАР

Назаров Насриддин Атакулович – сиёсий фанлар доктори, фалсафа фанлари доктори, профессор, Тошкент архитектура қурилиш институти;

Бўтаев Усмонжон Ҳайруллаевич – сиёсий фанлар доктори, доцент, Ўзбекистон миллий университети кафедра мудири.

ОАК Рўйхати

Мазкур журнал Вазирлар Маҳкамаси ҳузуридаги Олий аттестация комиссияси Раёсатининг 2022 йил 30 ноябрдаги 327/5-сон қарори билан тарих, иқтисодиёт, фалсафа, филология, юридик ва педагогика фанлари бўйича илмий даражалар бўйича диссертациялар асосий натижаларини чоп этиш тавсия этилган илмий нашрлар рўйхати (Рўйхатга) киритилган.

Ижтимоий-гуманитар фанларнинг долзарб муаммолари электрон журнали 1368-сонли гувоҳнома билан давлат рўйхатига олинган.
Муассис: “SCIENCEPROBLEMS TEAM”
масъулияти чекланган жамият.

Таҳририят манзили:

Тошкент шаҳри, Яққасарой тумани, Кичик Бешёғоч кўчаси, 70/10-уй. Электрон манзил: scienceproblems.uz@gmail.com

Телеграм канал:

https://t.me/scienceproblems_uz

МУНДАРИЖА

07.00.00 – ТАРИХ ФАНЛАРИ

Мамаражабов Бобир Нормўмин ўғли

САУДИЯ АРАБИСТОНИДАГИ ЎЗБЕК МУҲОЖИРЛАРИ ТАРИХИ: МУВАФФАҚИЯТЛИ
АССИМИЛЯЦИЯ ВА ЙЎҚОТИЛГАН МИЛЛИЙ ИДЕНТИКЛИК8-17

Хайдаров Абдулҳоди Ахмадали ўғли

XIX АСР ОХИРИ – XX АСР БОШЛАРИДА ФАРҒОНА ВИЛОЯТИДА БОҒДОРЧИЛИК ВА
ТОМОРҚАЧИЛИКДАГИ ЎЗГАРИШЛАР 18-22

Назаров Азизбек Ёқубжонович

ТУРКИСТОН ГЕНЕРАЛ-ГУБЕРНАТОРЛИГИДА ИЛМИЙ ЖАМИЯТЛАР: ТАРИХШУНОСЛИК
ТАҲЛИЛИ 23-31

Abdulloyev Jamshed Izzatulloevich

MARKAZIY OSIYO MAMLAKATLARIDA CHEGARA VA SUV MUAMMOLARINING VUJUDGA
KELISH ASPEKTLARI VA BUGUNGI RIVOJLANISH BOSQICHI 32-36

Пасилов Баҳодир Абдуллаевич

ЎЗБЕКИСТОН ССРДА СОВЕТ ИҚТИСОДИЁТИ АСОСЛАРИ ШАКЛЛАНИШИНИНГ АЙРИМ
МАСАЛАЛАРИ (1917-1937 йй.) 37-41

Ismailov G'afurjon Xasanovich

TURKIYADAGI O'ZBEK TEKKE (TAKIYA)LARIDAN BIRI "SULTONTEPA TEKKESI"
MUSOFIRLAR UCHUN TUTGAN O'RNI 42-46

Raxmatulloyev Murodjon Xikmatulloyevich

BUXORO VILOYATIDA OMMAVIY AXBOROT VOSITALARI TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISHGA
OID ISLOHOTLAR 47-50

Elmurodova Nilufar Baxtiyorovna

SHARQ VA G'ARB UYG'ONISH DAVRI MADANIYATI: QIYOSIY TAHLIL 51-55

Нафиддинова Хосият Равшановна

БУХОРО ВОҲАСИ АҲОЛИСИ ОИЛАВИЙ МАРОСИМЛАРИ ТАРИХИГА ДОИР
МАЪЛУМОТЛАР 56-60

08.00.00 – ИҚТИСОДИЁТ ФАНЛАРИ

Zhang Hongzhi, Wu Bo

RUMOR RESILIENCE: HOW BUSINESSES ECONOMICALLY RESPOND TO STOCHASTIC RUMOR
SPREAD 61-66

Ibrayimova Dilnoza Abdisheripovna

MINTAQADA OZIQ-OVQAT MAHSULOTLARI ONLINE SAVDO MARKETINGINI
RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI 67-72

Nayimov Shoxruh

PROBLEMS OF FORMATION AND MANAGEMENT OF COLLATERAL PORTFOLIO OF A
COMMERCIAL BANK 73-79

Maxkamov Navruzjon Tuxtamishovich

ISSUES OF APPLICATION OF QUALITY MANAGEMENT IN THE SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF ENTERPRISES AND ORGANIZATIONS FOR THE PURPOSES OF THE DEVELOPMENT STRATEGY OF THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN 80-88

Рахматуллаев Беҳзод Рахматуллаевич

ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ УСТУВОР
МАСАЛАЛАРИ 89-95

Abdullayeva Zamira Muxtarovna

MEHNAT BOZORI TALABLARIGA OLIY TA'LIM XIZMATLARI MODELLARINI
MOSLASHTIRISH 96-102

Имомов Холмурод Норқулович, Шарипов Тўлқин Саидахмедович

ИҚТИСОДИЁТНИНГ ТРАНСФОРМАЦИЯЛАШИШИ ШАРОИТИДА ДАВЛАТ-ХУСУСИЙ
ШЕРИКЧИЛИГИНИНГ ШАКЛЛАРИ, МОДЕЛЛАРИ ВА МЕХАНИЗМЛАРИ 103-114

Эргашев Ахмаджон Махмуджон ўғли

ТИЖОРАТ БАНКЛАРИ ФАОЛИЯТИГА ТАЪСИР ЭТУВЧИ РИСКЛАРНИ АНИҚЛАШ ВА
БОШҚАРИШ МЕТОДОЛОГИЯСИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ 115-122

09.00.00 – ФАЛСАФА ФАНЛАРИ

Imomova Nozimaxon Avazxonovna

JAMIYAT FAROVONLIGI TUSHUNCHASI VA UNING O'ZIGA XOS IJTIMOY-FALSAFIY
XUSUSIYATLARI 123-129

Qodirov Davronbek Hoshimovich

ABULQOSIM QUSHAYRIY VA UNING ILMIY FAOLIYATI 130-133

Jabborova Saodat Sattorovna

SHARQ MUTAFAKKIRLARINING MA'NAVIY SALOHİYATNI YUKSALTIRISHDA QO'SHGAN
HISSASI 134-142

10.00.00 – ФИЛОЛОГИЯ ФАНЛАРИ

Tuxtasinova Mahliyoхon Shavkatjon qizi

L.Z.BUDAGOV LUG'ATIDA ESKI O'ZBEKCHA SO'ZLARNING EKVIVALENTLAR YORDAMIDA
IZOHLANISHI 143-149

Narmuratov Zayniddin Radjabovich

INGLIZ VA O'ZBEK TILLARIDA TA'LIM VA ILM MAZMUNLI FRAZEMALARDA EKVIVALENTLIK
MASALASI 150-154

Urazaliyeva Mavluda Yangiboyevna

UZBEKCORPUS.UZ PLATORMASIDA MORFOLOGIK TAHLIL INTERFEYSI VA DASTURIY
TA'MINOTI 155-160

Mirzayeva Yelena Sa'dullaevna

O'ZBEK MENTALITETI VA AXBOROTNI IDROK ETISH 161-166

Alimjanova Shohsanam Azamat qizi

INGLIZ TILIDAGI KO'P MA'NOLI IBORALARNI O'ZBEK TILIGA TARJIMA QILISH

USULLARI	167-171
<i>Iskandarova Shamsiyabonu Ulug'jonovna</i>	
BADIIY ADABIYOTDA MUALLIF VA TARIXIY QAHRAMON O'RTASIDAGI G'OYAVIY BOG'LIQLIK MASALASI (Laila Lalaming "Mavrning hisoboti" asari tahlili asosida)	172-176
<i>Hamroqulova Marjona Nabijon qizi</i>	
"MAHBUB UL-QULUB" ASARIDAGI FRAZEMALARNING SEMANTIK-USLUBIY XUSUSIYATLARI	177-181

12.00.00 – ЮРИДИК ФАНЛАР

<i>Зулфикоров Шерзод Хуррамович</i>	
ҚОНУНЧИЛИК ПАЛАТАСИ ҚЎМИТА ВА КОМИССИЯЛАРИДА ДЕПУТАТЛАР ФАОЛИЯТИНИ ЯНАДА ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МАСАЛАЛАРИ	182-191
<i>Таллибаев Умиджон Шергазиевич</i>	
ОСОБЕННОСТИ ПРИВЛЕЧЕНИЯ К АДМИНИСТРАТИВНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЗА ПРАВОНАРУШЕНИЯ В СФЕРЕ ИНФОРМАЦИИ.	192-199

13.00.00 – ПЕДАГОГИКА ФАНЛАРИ

<i>Iminakhunova Iroda Huseynovna</i>	
THE MOST IMPORTANT REQUIREMENTS THAT ENSURE EFFECTIVE PEDAGOGICAL CONTROL OF STUDENTS' SELF-EDUCATIONAL ACTIVITIES	200-206
<i>Usmanaliev Khusniddin</i>	
INTERCULTURAL COMPETENCE IN THE TEACHING PROCESS OF A FOREIGN LANGUAGE	207-219
<i>Madaminov Uktam Ataxanovich</i>	
ELEKTRON TA'LIM MUHITIDA FANLARNI MOBIL TEXNOLOGIYALAR ASOSIDA O'QITISH METODIKASI	220-224
<i>Yuldasheva Dilfuza Qodirovna</i>	
TURIZM YO'NALISHI TALABALARIGA INGLIZ TILIDA SOHAVIY LEKSIKANI O'RGATISH USULLARI	225-229
<i>Tohirova Shohsanam Yunusovna</i>	
THE IMPORTANCE OF CASE TECHNOLOGY IN PRACTICAL ENGLISH CLASSES IN NON-PHILOLOGICAL EDUCATIONAL INSTITUTIONS	230-236
<i>Nuriddinova Muyassar Muhiddinovna</i>	
ORGANIZING PHYSICAL EDUCATIONAL EVENTS WITH PRESCHOOL CHILDREN	237-242
<i>Raxmatova Mexrinovna Majitovna</i>	
YOSHLAR MA'NAVIY SALOHİYATINI YUKSALTIRISHDA INNOVATION TARG'IBOT TEXNOLOGIYALARINING SAMARADORLIGI	243-247
<i>Sheraliyev Odiljon</i>	
TALABALARNING DIGITAL KOMPETENSIYASINI RIVOJLANTIRISHNING PEDAGOGIK-PSIXOLOGIK XUSUSIYATLARI	248-254

08.00.00 – Иқтисодиёт фанлари

Ibrayimova Dilnoza Abdisheripovna
Urganch davlat universiteti, Menejment va
marketing kafedrası o'qituvchsi

**MINTAQADA OZIQ-OVQAT MAHSULOTLARI ONLINE SAVDO MARKETINGINI
RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI**

Annotasiya. Maqolada mintaqada oziq-ovqat mahsulot mahsulotlari online savdosini rivojlantirish imkoniyatlari baholangan va online savdoni rivojlantirish bo'yicha ilmiy hulosasi va amaliy takliflar berilgan.

Kalit so'zlar: oziq-ovqat mahsulotlari, chaka savdo, online savdo, marketing strategiyasi, iste'molchilar hulq-atvori

Ibrayimova Dilnoza Abdisheripovna
Lecturer at the Department of Management and Marketing,
Urgench State University

**PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF ONLINE TRADE MARKETING OF FOOD
PRODUCTS IN THE REGION**

Abstract. The article evaluates the possibilities of developing the online trade of food products in the region and gives scientific conclusions and practical suggestions for the development of online trade.

Key words: food products, retail trade, online trade, marketing strategy, consumer behaviour

Ибрайимова Дилноза Абдишериповна
Преподаватель кафедры менеджмента и маркетинга
Ургенчского государственного университета

**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОНЛАЙН-ТОРГОВЛИ-МАРКЕТИНГА
ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ В РЕГИОНЕ**

Аннотация. В статье оцениваются возможности развития интернет-торговли продуктами питания в регионе, а также приводятся научные выводы и практические предложения по развитию интернет-торговли.

Ключевые слова: продукты питания, розничная торговля, интернет-торговля, маркетинговая стратегия, поведение потребителей.

DOI: <https://doi.org/10.47390/SP1342V3I6/SY2023N11>

Kirish. Internetdan foydalanuvchilar sonining keskin oshishi natijasida uzoq masofadan turib savdo qilishga bo'lgan talabning yanada kuchayishiga va turli xil web savdo platformalari,

mobil ilovalar va ijtimoiy tarmoqlar orqali savdo-sotiqning rivojlanishiga sabab bo'ldi. O'zbekiston Respublikasida raqamli iqtisodiyotni jadal su'ratlarda rivojlantirish, barcha tarmoqlar va sohalarida zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini keng joriy etish bo'yicha kompleks chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda. Bu borada mamlakatimizda raqamli industriyani jadal rivojlantirish, milliy iqtisodiyot tarmoqlarining raqobatbardoshligini oshirish maqsadida "Raqamli O'zbekiston — 2030" strategiyasi qabul qilindi [1].

Strategiya O'zbekiston Respublikasida raqamli iqtisodiyot va elektron boshqaruvni rivojlantirish bo'yicha uzoq muddatli maqsadlar, asosiy yo'nalishlar va o'rta va uzoq muddatli rivojlanish vazifalarini belgilaydi. Shuningdek, u mamlakatda raqamli taraqqiyotning strategik maqsadlari va asosiy e'tibor sohalaridan quyidagilar belgilangan:

- raqamli infratuzilmani rivojlantirish;
- elektron hukumatni rivojlantirish;
- raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish;
- raqamli texnologiyalar milliy bozorini rivojlantirish;
- axborot texnologiyalari sohasida ta'lim berish va malaka oshirish.
- hududlarni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning turli sohalarida 400 dan ortiq axborot tizimlari, elektron xizmatlar va boshqa dasturiy mahsulotlar joriy etish;
- iqtisodiyotning real sektori tarmoqlaridagi korxonalarda boshqaruv, ishlab chiqarish va logistika jarayonlarini avtomatlashtirish bo'yicha 280 dan ortiq axborot tizimlari va dasturiy mahsulotlar joriy etish.

"Raqamli O'zbekiston — 2030" strategiyasi oziq-ovqat mahsulotlari savdosini samarali rivojlantirishda yangi texnologiyalardan foydalanishni taqozo etadi. Bular orqali aholini oziq-ovqat mahsulotlari bilan uzluksiz ta'minlash va oziq-ovqat xavfsizligiga erishishga e'tibor qaratiladi. Bunda bozorlar faoliyatini zamonaviy axborot texnologiyalari va elektron tijorat savdosi asosida rivojlantirish hamda elektron tadbirkorlik va bozor ko'rsatkichlarini raqamli iqtisodiyot sharoitida rivojlantirish muhim ahamiyatga ega.

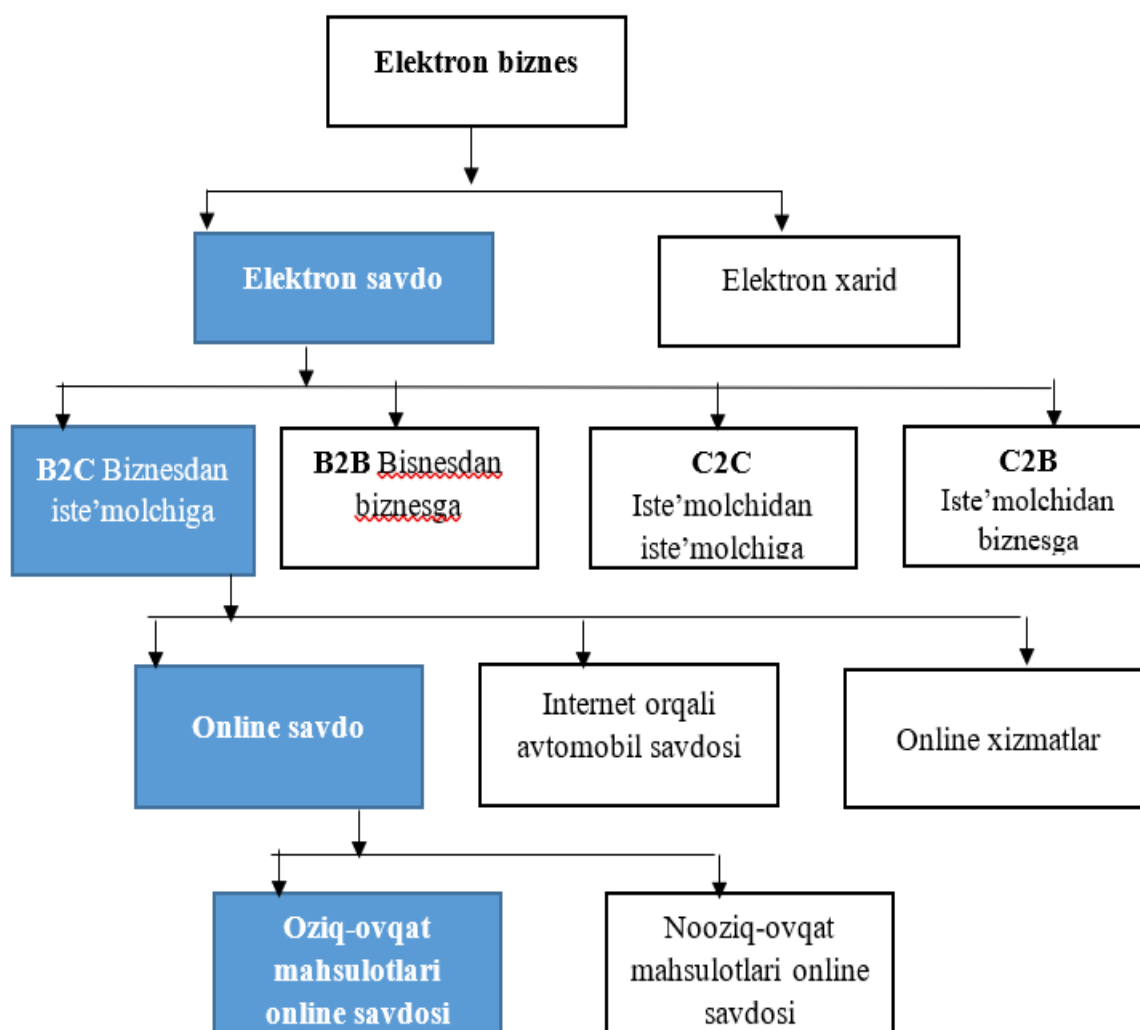
Mavzuga oid adabiyotlar sharhi. Oziq-ovqat mahsulotlari online savdosini rivojlanishi va unga ta'sir qiluvchi omillar tahlili iqtisodiyot sohasidagi ko'plagan ilmiy tadqiqot ishlarida tadqiqi qilingan. Bunda iste'molchilar xulq atvorlarini o'rganishga qaratilgan konseptual va miqdoriy modellar muhim ahamiyat kasb qiladi. Bu mavzu doirasida amalga oshirilgan ilmiy tadqiqot ishlarini quyidagi shaklda guruhlagan holda o'rgandik:

1. Tranzaksiya xarajatlari, foydalanish uchun qulayligi, vaqtni tejash va boshqa o'zgaruvchilarga asoslangan holda sotish kanallarini afzalliklari va kamchiliklarini aniqlash [2,3]
2. Sotib olish chastotasi, mahsulot xususiyatlari, narx va miqdor bo'yicha sezgirlik, brendga sodiqlik xususiyatlaridan foydalangan holda xarid qilish harakati [4,5]
3. Iste'molchilarning psixografik, ijtimoiy-demografik, turmush tarzi kabi xususiyatlari tasnifi va onlayn xaridlar tajribasi [6]
4. Xarid qilish kanalini tanlashda o'zlarining motivatsiyasi yoki niyatlari (qulaylik, ma'lumot qidirish, ijtimoiy o'zaro ta'sirlar) bilan ajralib turadigan iste'molchilar guruhlari [7]
5. Oziq-ovqat mahsulotlari online savdosini moslashtirishda vaziyat omillarining roli [8]

Tadqiqot metodologiyasi. Tadqiqot ishida ilmiy abstraktsiya, tahlil va sintez, induksiya va deduktsiya, tizimli tahlil usullardan foydalanilgan.

Tahlil va natijalar. Hennchen iste'molchilarni oziq-ovqat mahsulotlari sotib olish jarayonidagi xatti-harakatlari va xulq-atvorini amaliy tadqiqotlar asosida tadqiq etgan. U iste'molchilar oziq-ovqat mahsulotlarini kundalik hayotda sotib olishishi va xarid qilish xatti-harakati ma'lum bir ijtimoiy kontekstga kiritilganiligi va boshqa amaliyotlar bilan o'zaro bog'liqligini aniqlagan [9].

Oziq-ovqat mahsulotlari online savdosi masofaviy savdo shakli sifati qaralib, unda savdo-sotiq jarayoni kompyuter tarmog'i transaksiyalari orqali amalga oshiriladi. Elektron biznes transaksiyani amalga oshiradigan hamkorlik munosabatlaridan kelib chiqib, quyidagi shakllardagi tadbirkorlik munosabatlari identifikatsiya qilinadi (1-rasm).



1-rasm. Oziq-ovqat mahsulotlari online savdosi¹

Hozirgi kunda mamlakatimizda oziq-ovqat mahsulotlari onlayn savdosining rivojlanishi uchun quyidagilar talab etiladi:

1. Oziq-ovqat mahsulotlari statsionar chakana savlo tizimining rivojlanishi;
2. Mahsulotlarni yetkazib berish tizimining rivojlanishi;
3. Oziq-ovqat mahsulotlari savdosi bo'yicha biznes modellarining shakllanishi;

¹ Manba. Muallif ishlanmasi

4. Internet tarmog'ini yanada rivojlantirish va ahonini internet savdo platformalaridan foydalanish ko'nikmalarini oshirish.

Mintaqa oziq-ovqat mahsulotlari chakana savdosida online savdoni joriy qilish, stationar yoki online savdo shaklini tanlash uchun asos bo'luvch iste'molchilarining xulq-atvorlari va savdo motivini o'rganish maqsadga muvofiq hisoblanadi. Tadqiqot ishimizda oziq-ovqat mahsulotlari chakana savdosida online savdoni joriy qilishning azfallik va kamchiliklari iste'molchilar nuqtai nazaridan tahlil qilingan (1-jadval).

1-jadval

Oziq-ovqat mahsulotlari chakana savdo tizimida online savdoni joriy qilishning iste'molchilar nuqtai bazaridan tahlili¹

Afzallilar	1. Vaqtni tejash 2. Uygacha yetkazib berish 3. Mahsulot turini tanlashdagi xilma xillik 4. 24 soat uzluksiz buyurtma berish imkoniyati 5. Savdo qilish bilan bog'liq stressning yo'qligi 6. Mahsulot to'g'risida to'liq axborot olish imkoniyati va boshqa xaridorlarning shu mahsulot bo'yicha fikrlarini bilish imkoniyati 7. Yoqmagan mahsulotni qaytarish imkoniyati 8. Narxlarni solishtirish imkoniyati
Kamchiliklar	1. Ko'rish, hidlash va xis qilish imkoniyatining yoqligi 2. Mahsulot sifatiga bo'lgan ishonchning pastligi 3. Yetkazib berish va saqlash jarayonidagi muammolar 4. Yetkazib berish bilan bog'liq ortiqcha xarajatlar 5. Darhol sotib olish imkoniyatining yo'qligi 6. Sotib olish bilan bo'g'liq qoniqish va xursandchilikning yo'qli 7. Mahsulot sotib olish bilan bo'g'liq shaxsiy maslahatning yo'qligi

Oziq-ovqat mahsulotlari online savdosini joriy qilish yoki unga qarshi chiqish bo'yicha sanab o'tilgan sabablarni utilitar va gedonistik motivlarga bo'lish mumkin. Oziq-ovqat mahsulotlarini xarid qilishni birinchi navbatda iqtisodiy yoki funksional ehtiyojlarni qondirish uchun mo'ljallangan optimal, takrorlanadigan jarayon sifatida qabul qiladigan iste'molchilar oziq-ovqat tanlashda utilitar jihatlarni o'ynaydi. Bularga vaqtni tejash, mahsulot assortimenti, narxlarning taqqoslanuvchanligi, shuningdek, qulaylik g'oyasi bilan bog'liq barcha omillar kiradi.

Utilitar motivlardan tashqari, xarid qilish joyini, savdo-sotiq kanalini yoki do'kon ichidagi mahsulotlarni tanlashga ta'sir qiluvchi hissiy, ijtimoiy yoki shaxsiy motivlar ham mavjud[3]. Gedonistik motivlarda insonlarning mahsulotlarni sotib olish sabablari umumlashtirilgan holda aks ettiriladi[4]. Bularga sotib olish jarayonidan zavqlanish, insonlar bilan ijtimoiy aloqa o'rnatish, eng so'nggi yangiliklardan xabardor bo'lish, boshqalarga yaxshilik qilish va savdolashish kabilar kiradi. Oziq-ovqat mahsulotlari online savdosidagi eng katta kamchilik va tanqidga sabab bo'lgan sabablar aynan xaridorlarning gedonistik motivi

¹ Manba. Muallif ishlanmasi

bilan bo'g'liq bo'lib, u asosan iste'molchilarning jamiyatdagi faolligini pasayishiga olib keladi, shuning uchun ko'pchilik iste'molchilar bu turdagi savdo shaklini tanlashga qarshi chiqishadi.

Xulosa va takliflar. Iqtisodiyotdagi tarkibiy o'zgarishlar natijasida oziq-ovqat mahsulotlari chakana savdosi bilan shug'ullanuvchi korxonalar hududiy miqyosdagi harakatlanish strategiyasini belgilashda statsionar va online savdo shakllarini rivojlantirishda quyidagilarga e'tibor qaratishlari lozim:

1. Oziq-ovqat mahsulotlari chakana savdosi bilan shug'ullanuvchi korxonalar asosan o'zlarining marketing MIX elementlari qay tariqa amalga oshirish xususan, mahsulot assortimenti, xaridorlar bilan muloqot, hududning o'ziga xosliklari va savdo-sotiq qilinadigan manzilni tanlash ustuvorlikka ega bo'lishi.

2. Chakana savdo shaxobchasini joylashtirishda markaziy shaharlardan uzoqda yashayotgan aholining oziq-ovqat mahsulotlariga bo'lgan talabini ham o'rganish. Ular uchun statSIONAL yoki online savdo qulayligini aniqlash.

3. Hozirda maishiy xizmat ko'rsatish do'konlari ko'lami yanada kengaytirmoqda. Biroq, bu taklif kundalik oziq-ovqat mahsulotlariga bo'lgan asosiy ta'minotini ta'minlashga katta hissa qo'sha olmaydi, chunki ularda faqat cheklangan assortimentdagi mahsulotlar taklif qilinmoqda.

4. Chekka hududlardagi aholini oziq-ovqat mahsulotlari bilan ta'minlashda ko'chma va mobil savdo shoxobchalarining o'rni katta, lekin bu savdo korxonalari xaridorlar sonini kamligi va tor assortimentdagi mahsulotlarning yetkazib berish imkoniyati sababli bu faoliyat bilan uzoq muddat shug'ullanmaslik iqtisodiy jihatdan samarasizligi sababli online savdo shaklini joriy qilish imkoniyatlaridan foydalanish.

5. Oziq-ovqat mahsulotlari chakana savdosi bilan shug'ullanuvchi korxonalar xaridorlarga mahsulot yetkazib berish bilan shug'ullanuvchi logistika xizmati ko'rsatuvchi korxonalar bilan kooperatsion aloqalarni kuchaytirishga e'tibor qaratishmoqda, natijada online savdo infratuzilmasini samarali tashkil qilish imkoniyati paydo bo'lmoqda.

Aholining kundalik hayotiga internet kommunikatsiya tizimini keng ko'lamda kirib kelishi va ommaviylashishi sababli, oziq-ovqat mahsulotlari online savdosi bilan shug'ullanuvchi xaridorlarning ko'payishi natijasida bozorning yanada kengayishi

Adabiyotlar/Literatura/References:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020 yil 5 oktyabrdagi "“Raqamli O'zbekiston — 2030” strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida”gi PF-6079-son Farmoni. // <https://lex.uz/docs/5030957>
2. K.G. Grunert et al. Consumers' willingness to buy food through the internet British Food Journal (2005)
3. K. Melis, K. Campo, L. Lamey and E. Breugelmans (2016), "A Bigger Slice of the Multichannel Grocery Pie: When Does Consumers' Online Channel Use Expand Retailers' Share of Wallet," Journal of Retailing, 92 (3), 268-286
4. Chu, P. S., Saucier, D. A., & Hafner, E. (2010). Meta-analysis of the relationships between social support and well-being in children and adolescents. Journal of Social and Clinical Psychology, 29(6), 624-645
5. Z. Anesbury et al. How do shoppers behave online? An observational study of online grocery shopping J. Consum. Behav. (2016)

6. Kang, J.W., Namkung, Y., 2019. The information quality and source credibility matter in customers' evaluation toward food O2O commerce. *Int. J. Hosp. Manag.* 78, 189–198. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.10.011>
7. Rohm, A.J. and Swaminathan, V. (2004) A Typology of Online Shoppers Based on shopping Motivations. *Journal of Business Research*, 57, 748-757. [http://dx.doi.org/10.1016/S0148-2963\(02\)00351-X](http://dx.doi.org/10.1016/S0148-2963(02)00351-X)
8. Hand at al. Online grocery shopping: the influence of situational factors. *European Journal of Marketing* Vol. 43 No. 9/10, 2009 pp. 1205-1219 q Emerald Group Publishing Limited 0309-0566 DOI 10.1108/03090560910976447
9. Hennchen, B., 2019. Knowing the kitchen: applying practice theory to issues of food waste in the food service sector. *J. Clean. Prod.* 225, 675–683
10. Babin, B. J., Darden, W. R., & Griffin, M. (1994). Work and/ or fun: Measuring hedonic and utilitarian shopping value. *Journal of Consumer Research*, 20(4), 644–656. <https://doi.org/10.1086/209376>
11. Batra, R., & Ahtola, O. T. (1991). Measuring the hedonic and utilitarian sources of consumer attitudes. *Marketing Letters*, 2(2), 159–170. <https://doi.org/10.1007/BF00436035>

SCIENCEPROBLEMS.UZ

ИЖТИМОЙ-ГУМАНИТАР ФАНЛАРНИНГ ДОЛЗАРБ МУАММОЛАРИ

№ 5/6 (3) – 2023

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО- ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

ACTUAL PROBLEMS OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES

**Ижтимоий-гуманитар фанларнинг
долзарб муаммолари**” электрон
журнали 2020 йил 6 август куни 1368-
сонли гувоҳнома билан давлат
рўйхатига олинган.

Муассис: “SCIENCEPROBLEMS TEAM”
масъулияти чекланган жамияти

Таҳририят манзили:

100070. Тошкент шаҳри, Яккасарой
тумани, Кичик Бешёғоч кўчаси, 70/10-
уй. Электрон манзил:

scienceproblems.uz@gmail.com

Боғланиш учун телефонлар:

(99) 602-09-84 (telegram).