

MIJOZLARNING ONLAYN XARID QILISHDAN QONIQLISHI

Elov Olimjon Komilovich

Navoiy davlat pedagogika instituti “Geografiya va iqtisodiy bilimlar asoslari”
kafedrası o‘qituvchisi.

Xolboyeva Marjona

Navoiy davlat pedagogika instituti maktab menejmenti 3-kurs talabasi

Pirmamatova Nozima

Navoiy davlat pedagogika instituti maktab menejmenti 3-kurs talabasi

E-mail: mr.olimdjon@gmail.com

ANNOTATSIYA

Ushbu maqolaning maqsadi Tez-tez online xaridlarni amalga oshiradigan xaridorlar qanchalik mamnun bo‘lganligiga qaratilgan . Hozirgi vaqtda online xarid qilish - juda taniqli va tez rivojlanayotgan onlayn bozor hisoblanadi. Ko‘p odamlar ushbu onlayn xarid qilish platformasidan foydalanish juda qulay vosita sifatida qarashadi va turli xil tovarlarni sotib olishadi. Tadqiqot sotuvchining javobiga, samaradorligiga qaratiladi. Mijozlarning ehtiyojini qondirishga ta’sir qiluvchi omillarni o‘rganish va tahlil qilish juda muhim.

Kalit so‘zlar: mijozlar ehtiyojini qondirish, onlayn xarid qilish, onlayn bozor.

KIRISH

Onlayn xarid qilish - tez rivojlanayotgan raqamli davrda mijozlarning qonishini ta’minlash muhimligi tijorat biznesining ustuvor yo‘nalishi hisoblanadi. Onlayn xarid qilish ma’lumot almashish va yetkazib berish uchun global o‘zaro bog‘liqlik tarmog‘iga aylanganligi sababli, Internet ham mahalliy, ham xalqaro platforma bo‘lib xizmat qiladigan foydali marketing vositasiga aylandi.

Ushbu tadqiqot maqsadi

1. Mijoz tomonidan afzal ko‘rgan xizmat sifatining eng yaxshi omilini aniqlash.
2. Xizmat sifati va mijozlar ehtiyojini qondirish o‘rtasidagi bog‘liqlikni o‘rganish

Onlayn xarid qilishning qulayliklari. Mijozlar xarid qilish uchun qidiruv tizimidan foydalanishlari mumkin va boshqa sotuvchilarni topish yoki qiziqtirgan ma’lum bir mahsulotni topish uchun to‘g‘ridan-to‘g‘ri sotuvchining veb-saytiga o‘tishlari mumkin. Qidiruv tizimlari xaridorlar uchun bir nechta onlayn savdogarlarda

bir xil mahsulotlarning mavjudligi va narxini ko'rsatadi. Qolaversa xaridorlar o'zlarining qimmatli vaqtlarini tejashadi va ortiqcha ovoragarchilikdan holi bo'lishadi.

Onlayn xarid qilishning muammolari

Onlayn xaridlarning o'sishi iste'molchilarga qulaylik va foydalanish imkoniyatini beradi, ammo ba'zi mijozlar shikastlangan mahsulotlar va soxta mahsulotlar, yetkazib berish muammolari yoki mahsulotlarning almashinuvi kabi muammolarga duch kelishadi. Bundan tashqari, ba'zi mijozlar onlayn xarid qilishni istamaydilar, chunki ularda onlayn xaridga ishonchning yo'qligi va mahsulot sifati vaqt o'tishi bilan yomonlashishidan xavotirda bo'lishadi.

Mahsulotning qaytarilishi quyidagilardan biri yoki bir nechitasi tufayli yuzaga kelishi mumkin:

Mahsulot mos kelmasligi;

Mahsulot nuqsoni;

Mahsulot yetishmasligi.

Onlayn xarid qilishning afzalliklari

-Mijozlar ehtiyojini qondirish;

-Sotuvchining sezgirligi;

-Yetkazib berish samaradorligi;

-Tovar sifati;

-Mahsulot narxi;

-Ishonchlilik.

Onlayn xaridlar do'kon yoki bozorda xarid qilishdan ko'ra ancha qulay, tezkor, oson "shopping" turi hisoblanadi. Dunyo bo'ylab Internet orqali buyurtmalar tez sur'atlar bilan o'sib borayotgani sababli, butun jahonda 5 milliarddan ortiq internet foydalanuvchilari onlayn xaridlarni amalga oshirishi kutilmoqda. 2023-yilda chakana elektron tijorat savdosi global miqyosda 5,7 trillion AQSh dollaridan oshdi va kelgusi yillarda bu ko'rsatkich yangi cho'qqilarga chiqishi kutilmoqda.

Tadqiqotning cheklolari va tavsiyalari. Onlayn xarid qilish mahsulotlarni sotib olishdan oldin sinovdan o'tkazish imkoniyatini cheklaydi. Agar tovar kutilayotgandek bo'lmasa sifat yoki standartlardan norozilikka olib kelishi mumkin. Xaridorlar onlayn xariddagi kiyim yoki poyafzal buyurtma qilganda, o'lcham va moslik bilan bog'liq muammolarga duch kelishlari mumkin. Tegishli o'lchamni topish har doim ham oddiy emas va mahsulotlarni qaytarish va almashtirish vaqt talab qilishi mumkin. Xaridorlar uchun mos kelmaydigan narsalarni qaytarish yoki almashtirish qiyin bo'ladi. Ba'zi onlayn savdogarlarning to'lovni qaytarish siyosati tufayli uzoq kutishlar sodir bo'ladi. Ushbu cheklolarga qaramay, onlayn xarid qilish tajribasini yaxshilash va potentsialni kamaytirish usullari mavjud. Boshqa onlayn iste'molchilar mahsulotlarni tadqiq qilishda tirishqoqlikdan foyda olishlari mumkin. Sotuvchilar,

foydalanuvchi sharhlarini ko'rib chiqishi, qaytarish siyosatini tushunishi va veb-saytlar xavfsizligini tasdiqlashlarini o'rganishlari lozim.

XULOSA

Ushbu tadqiqot natijalari mijozlar ehtiyojini qondirishni yaxshilash uchun kelajakdagi tadqiqotlar uchun asos sifatida ishlatilishi mumkin. Samarali taqqoslash uchun aholi soni va demografik xususiyatlari ko'proq bo'lgan boshqa tadqiqotdan foydalanishni tavsiya etamiz. Kelajakdagi tadqiqotlar yanada to'liqroq modelni yaratish uchun ko'proq tahlil usullaridan foydalanish tavsiya etiladi. Shu sababli, ushbu tadqiqot natijalari mijozlarning onlayn qoniqish darajasini oshirishga qarab o'zgartirilishi mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI: (REFERENCES)

1. Abdullah, R.B. 2012. The relationship between store brand and customer loyalty in relating in Malaysia. *Asian Social Science*, Volume 8, Issue 2, pp 117-185.
2. Ali, B. J., Saleh, P. F., Akoi, S., Abdulrahman, A. A., Muhamed, A. S., Noori, H. N., & Anwar, G. (2021, May).
3. Aakash, A., & Aggarwal, A. G. (2019). Role of EWOM, product satisfaction, and website quality customer repurchase intention. In *Strategy and superior performance of micro and small businesses in volatile economies* (pp. 144- 168). IGI Global.
4. Balderaz, B. G. B., & Campos, K. P. (2020). The Influence of Customer-Based Brand Equity on Online Shopping Satisfaction among Public Teachers in Davao Del Sur, Philippines. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 9, 317-358.
5. Barusman, A. R. P. (2019). The effect of security, service quality, operations, and information management, reliability & trustworthiness on e-loyalty moderated by customer satisfaction on the online shopping website. *International Journal of Supply Chain Management*, 8(6), 586-594.
6. Impact of Service Quality on the customer satisfaction: Case study at online meeting platforms. In Ali, BJ, Saleh, Akoi, S., Abdulrahman, AA, Muhamed, AS, Noori, HN, Anwar, G. (2021). Impact of Service Quality on the Customer Satisfaction: Case study at Online Meeting Platforms. *International journal of Engineering, Business and Management* (Vol. 5, No. 2, pp. 65-77)