YUK TASHISH SOHASINI RAQAMLASHTIRISH: HAYDOVCHI VA YUK EGASINI BIRLASHTIRUVCHI MOBIL ILOVA ISTIQBOLLARI

Shermatov Hasan Umirzoq o‘g‘li
Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti,
Menejment fakulteti BBA-87 guruhi talabasi
E-mail: shermatovhasan194@gmail.com
https://doi.org/10.5281/zenodo.23657246

Annotatsiya. Ushbu maqolada O‘zbekistonda yuk tashish xizmatlari bozorining holati, haydovchilar va yuk egalarining o‘zaro hamkorlikdagi muammolari hamda ularni raqamli texnologiyalar yordamida hal etish imkoniyatlari tahlil qilingan. Shuningdek, yuk tashuvchi va yuk egasini birlashtiruvchi mobil ilovaning ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyati ochib berilgan va sohani rivojlantirish bo‘yicha taklif va tavsiyalar ilgari surilgan.
Kalit so‘zlar: logistika, yuk tashish, avtomobil transporti, raqamli platforma, mobil ilova, kichik biznes, bandlik.

Annotation. This article analyzes the current state of the freight transportation market in Uzbekistan, the problems faced by truck drivers and cargo owners when searching for each other, and the opportunities for solving them through digital technologies. It also reveals the socio-economic importance of a mobile application connecting carriers and shippers and puts forward proposals for the development of the sector.
Keywords: logistics, freight transportation, road transport, digital platform, mobile application, small business, employment.

Аннотация. В статье анализируется состояние рынка грузоперевозок в Узбекистане, проблемы водителей грузовых автомобилей и владельцев грузов при поиске друг друга, а также возможности их решения с помощью цифровых технологий. Раскрывается социально-экономическое значение мобильного приложения, объединяющего перевозчиков и грузовладельцев, и выдвигаются предложения по развитию отрасли.
Ключевые слова: логистика, грузоперевозки, автомобильный транспорт, цифровая платформа, мобильное приложение, малый бизнес, занятость.

KIRISH

Bugungi kunda tovarlarning ishlab chiqaruvchidan iste’molchiga o‘z vaqtida va arzon yetib borishi iqtisodiy o‘sishning muhim shartlaridan biriga aylangan. Logistika va transport sohasi tarmoqlararo aloqalarni ta’minlovchi, savdo aylanmasini tezlashtiruvchi va ichki hamda tashqi bozorlarni bir-biriga bog‘lovchi iqtisodiy infratuzilma sifatida baholanadi. Mamlakatimizda so‘nggi yillarda transport-logistika tizimini rivojlantirish, tranzit salohiyatidan foydalanish va xizmatlarni raqamlashtirish davlat siyosatining ustuvor yo‘nalishlaridan biri bo‘lib kelmoqda.

Ichki yuk tashishning katta qismi avtomobil transporti hissasiga to‘g‘ri keladi. Bu sohada minglab xususiy haydovchilar va kichik transport tadbirkorlari faoliyat yuritadi. Ular uchun yuk mashinasi shunchaki transport vositasi emas, balki oila daromadining asosiy manbai hisoblanadi. Shu bilan birga, sohada haydovchi va yuk egasining bir-birini topishi hali ham asosan an’anaviy usullarga tayanadi. Bu esa vaqt, mablag‘ va resurslarning samarasiz sarflanishiga olib kelmoqda.

Mazkur maqolaning maqsadi yuk tashish xizmatlari bozoridagi mavjud muammolarni tahlil qilish, ularni hal etishda raqamli platformalarning o‘rnini aniqlash va yuk tashuvchi hamda yuk egasini birlashtiruvchi mobil ilovaning ahamiyatini asoslashdan iborat.

Avtomobil transporti boshqa transport turlaridan farqli ravishda «eshikdan eshikkacha» yetkazib berish imkonini beradi. Shu sababli savdo, qishloq xo‘jaligi, qurilish va ishlab chiqarish korxonalari, ayniqsa kichik biznes subyektlari mahsulotini aynan avtomobil transporti orqali tashishga ko‘proq murojaat qiladi. [Statistika agentligi ma’lumotlariga ko‘ra, avtomobil transportining yuk tashish hajmidagi ulushini shu yerga kiriting.

Sohaning yana bir ijtimoiy ahamiyati shundaki, u katta miqdordagi aholini ish bilan ta’minlaydi. Yuk mashinasi egalari ko‘pincha yakka tartibdagi tadbirkor sifatida ishlaydi, ya’ni ular kichik biznesning mustaqil subyektlari hisoblanadi. Demak, sohadagi har bir samarasizlik bevosita ko‘plab oilalarning daromadiga ta’sir qiladi.

Shuningdek, avtomobil transporti iqtisodiyotning boshqa tarmoqlari bilan chambarchas bog‘liq: qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini bozorga yetkazish, qurilish materiallarini obyektlarga olib borish, onlayn savdo buyurtmalarini mijozga topshirish aynan shu soha zimmasiga tushadi. Transport xizmati qanchalik tez va arzon bo‘lsa, mahsulotning yakuniy narxi shunchalik past bo‘ladi va iste’molchi ham, ishlab chiqaruvchi ham yutadi. Aksincha, transport xizmatidagi uzilishlar butun ta’minot zanjiriga salbiy ta’sir ko‘rsatadi.

Amaliy kuzatuvlar haydovchilarning ish vaqtining sezilarli qismi yuk qidirishga sarflanishini ko‘rsatadi. Yuk topish uchun ular odatda muayyan joylarda to‘planib, vositachi yoki yuk egasining kelishini kutadilar. Bunday kutish yilning sovuq va issiq fasllarida ayniqsa og‘ir kechadi, haydovchining sog‘ligi va mehnat unumdorligiga salbiy ta’sir ko‘rsatadi, mashinaning bekor turishi esa daromadning yo‘qolishi, kredit va boshqa majburiyatlar bo‘yicha to‘lovlarning kechikishiga sabab bo‘ladi.

Ikkinchi yo‘nalish ijtimoiy tarmoqlar va messenjerlardagi yuk e’lonlari kanallaridir. Ularning ayrimlarida yuk haqidagi ma’lumotni olish pullik bo‘lib, bitta yuk uchun 200 ming so‘mgacha haq talab qilinishi holatlari uchraydi. Ma’lumot uchun to‘lov amalga oshirilgandan keyin ham yukning hali bo‘sh ekanligi, narxning mosligi va yuk egasining ishonchliligi kafolatlanmaydi. Natijada haydovchi pul va vaqtni yo‘qotishi mumkin.

Muammo medalning ikkinchi tomonida, ya’ni yuk egalari tomonida ham mavjud. Tovari tayyor tadbirkor ishonchli va munosib narxdagi transportni topishda qiynaladi, haydovchining vaqtida kelishi va yukni to‘liq yetkazishiga ishonch hosil qila olmaydi. Yetkazib berishning kechikishi mahsulotning sifatini buzishi, mijozlarni yo‘qotishi va shartnomalarning bekor bo‘lishiga olib kelishi mumkin. Kichik biznes uchun esa bunday xatarlar yanada sezilarli.

Shunday qilib, bozorning ikki tomoni ham bir-birini qidirmoqda, biroq ular o‘rtasida ma’lumot yetishmovchiligi, ishonchsizlik va ortiqcha vositachilik to‘siq bo‘lib turibdi. Iqtisodiy nuqtai nazardan bu tranzaksion xarajatlarning oshishi, transport resurslaridan to‘liq foydalanilmasligi va bo‘sh yurish masofasining ko‘payishini anglatadi.

Bu muammolar o‘zaro bog‘liq holda kuchayadi. Haydovchi yuk topa olmagan sari qarz yuki ortadi, uning ixtiyorida esa tanlov kamayadi va u noqulay shartlarga ham rozi bo‘lishga majbur bo‘ladi. Yuk egasi ishonchli tashuvchini topa olmagan sari narx va muddat bo‘yicha xavf oshadi, ba’zan esa u yetkazib berishni umuman boshqa, qimmatroq yo‘l bilan tashkil qilishga majbur bo‘ladi. Natijada ikki tomon ham yutqazadi, bozor esa yo‘qotilgan imkoniyatlar hisobiga zaiflashadi.

Muammoning yana bir jihati ma’lumotning tarqoqligidir. Yuk e’lonlari ko‘plab alohida kanallar va guruhlarga bo‘lingan, ularni kuzatib borish uchun haydovchi doimiy telefonga qarab o‘tirishi kerak. Aniq bozor narxini bilish imkoniyati cheklangani sababli, yuk narxi ko‘pincha tomonlarning tajribasi yoki

vositachining xohishiga qarab belgilanadi. Bu holat ayniqsa yangi boshlagan haydovchilar va boshqa hududlardan kelganlar uchun noqulaylik tug‘diradi.

Jahon tajribasida yuk va transport vositasini bir-biriga moslashtiruvchi raqamli platformalar (yuk birjalari) keng tarqalgan. Ular bozor ishtirokchilari o‘rtasidagi axborot assimmetriyasini kamaytiradi, qidiruv xarajatlarini qisqartiradi va narxlarning shaffofligini oshiradi. Bunday platformalar bo‘sh yurishni kamaytirish orqali transport resurslaridan samarali foydalanish va logistika xarajatlarini pasaytirishga xizmat qiladi.

O‘zbekistonda smartfonlar va mobil internetning keng yoyilishi, aholining taksi chaqirish, onlayn buyurtma va elektron to‘lov xizmatlariga ko‘nikishi bu yo‘nalishda ham raqamli yechimlarni joriy etish uchun qulay zamin yaratmoqda. Shunga qaramay, yuk tashish sohasining katta qismi hali ham og‘zaki kelishuvlar va tasodifiy kanallarga tayanadi. Bu esa mazkur bozorda hal etilmagan ehtiyoj mavjudligini ko‘rsatadi.

Raqamli platformalarning ahamiyati faqat qulaylik bilan cheklanmaydi. Ular, birinchidan, ish vaqtini tejaydi, chunki haydovchi qidirishga emas, yuk tashishga ko‘proq vaqt ajratadi. Ikkinchidan, kichik transport tadbirkorlariga yirik kompaniyalar bilan teng sharoitda yuk olish imkonini beradi, ya’ni ularning shaxsiy tanishlariga bog‘liqligini kamaytiradi. Uchinchidan, platformada qoldiriladigan faoliyat tarixi tomonlar o‘rtasidagi ishonchni shakllantiradi va halol ishlovchilarni rag‘batlantiradi. To‘rtinchidan, to‘plangan umumiy ma’lumotlar bozor holatini tahlil qilish va rejalashtirish uchun asos bo‘ladi.

Yuqoridagi muammolarni hal etish maqsadida mobil ilovasi yaratildi. Ilova yuk tashuvchi va yuk egasini bir muhitda uchrashtirishga, ularning bir-birini qidirishga sarflaydigan vaqtini qisqartirishga qaratilgan. [Ilovani qayerdan yuklab olish mumkinligini yozing: Play Market, App Store yoki havola.]

Ilovaning ijtimoiy-iqtisodiy samarasi quyidagilarda namoyon bo‘ladi: birinchidan, haydovchi ko‘chada kutib turmasdan yuk topish imkoniyatiga ega bo‘ladi, bu uning sog‘ligi va vaqtini asraydi; ikkinchidan, yuk egasi transport xizmatini qulayroq va ishonchliroq tanlay oladi; uchinchidan, ikki tomon o‘rtasidagi ortiqcha vositachilik va yashirin xarajatlar kamayadi; to‘rtinchidan, transport vositalaridan foydalanish samaradorligi oshadi. Ilovaning ichki ishlash mexanizmi va texnologik jihatlari ushbu maqola doirasida ko‘rib chiqilmaydi.

Ilovani yaratish g‘oyasi muammoni amaliyotda yaqindan kuzatish natijasida tug‘ildi. Bu holat tadbirkorlik loyihalarida real ehtiyojni o‘rganish muvaffaqiyatning asosiy sharti ekanini yana bir bor tasdiqlaydi.

Ilovaning asosiy foydalanuvchilari ikki guruhdan iborat: yuk mashinasi egalari va yuk egalari, ya’ni savdogarlar, ishlab chiqaruvchilar, fermerlar hamda kichik biznes vakillari. Har ikki guruh uchun ilova ochiqlik, ishonch, vaqtni qadrlash va adolat tamoyillariga asoslanadi. Loyihaning uzoq muddatli maqsadi esa yuk tashish sohasida kutish, tasodif va vositachilikka tayanishdan tizimli, tushunarli va ishonchli hamkorlikka o‘tishga hissa qo‘shishdir. Bu o‘zgarish ko‘proq daromad, kamroq charchoq va oilaga hamda ishga ko‘proq vaqt degani.

Tadqiqot natijalariga tayanib quyidagi takliflarni ilgari surish mumkin. Birinchidan, yuk tashish xizmatlari bozorida shaffoflikni ta’minlash, ya’ni narx, yuk va ishtirokchilar haqidagi ma’lumotlarning ochiqligini oshirish zarur. Ikkinchidan, haydovchilar va kichik transport tadbirkorlarining raqamli savodxonligini oshirishga qaratilgan o‘quv dasturlarini yo‘lga qo‘yish maqsadga muvofiq. Uchinchidan, yuk tashuvchilar va yuk egalarining ishonchini mustahkamlash uchun o‘zaro baholash va shartnoma munosabatlarini soddalashtirish yo‘llarini joriy etish lozim. To‘rtinchidan, mahalliy raqamli logistika loyihalarini qo‘llab-quvvatlash, ularga startap va innovatsion dasturlar doirasida ko‘mak ko‘rsatish sohaning rivojiga xizmat qiladi.

Beshinchidan, yuk tashish sohasidagi norasmiy faoliyatni bosqichma-bosqich tartibga solish, haydovchilarni ijtimoiy himoya va sug‘urta tizimiga jalb qilish masalalarini o‘rganish tavsiya etiladi. Oltinchidan, oliy ta’lim muassasalari, tadbirkorlik markazlari va transport kompaniyalari o‘rtasida hamkorlikni kuchaytirish orqali logistika sohasida amaliy tadqiqotlar sonini ko‘paytirish zarur. Bu choralar kompleks amalga oshirilgandagina raqamli yechimlar to‘liq samara beradi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Xulosa qilib aytganda, avtomobil yuk tashish sohasi iqtisodiyot va aholi bandligi uchun muhim ahamiyatga ega bo‘lsa-da, yuk tashuvchi va yuk egasining bir-birini topishidagi qiyinchiliklar sohaning samaradorligini pasaytirmoqda. Haydovchilarning ko‘chada kutishga, pullik ma’lumotlarga va vositachilarga bog‘lanib qolishi, yuk egalarining esa ishonchli transport topishdagi muammolari ushbu bozorda raqamli yechimga ehtiyoj borligini ko‘rsatadi.

Yuk tashuvchi va yuk egasini birlashtiruvchi mobil ilova bu ehtiyojni qondirishga, vaqt va xarajatlarni tejashga, bozor shaffofligi va ishonchni oshirishga xizmat qiladi. Kelgusida bunday raqamli platformalarni qo‘llab-quvvatlash va ularning amaliyotga keng joriy etilishi mamlakat logistika tizimining raqobatbardoshligini yanada kuchaytiradi.

Tadqiqot shuni ko‘rsatadiki, har bir soha muammosi ortida real odamlar va ularning oilalari turadi. Shu sababli raqamli loyihalarni yaratishda texnologiyadan ko‘ra avval inson ehtiyojini tushunish muhimdir. Kelgusidagi ilmiy izlanishlarda ushbu yo‘nalishda amaliy natijalarni o‘lchash, foydalanuvchilar fikrini o‘rganish va sohaning iqtisodiy samarasini aniq ko‘rsatkichlar bilan baholash maqsadga muvofiq

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Sh.M. Mirziyoyev. «Yangi O‘zbekiston taraqqiyot strategiyasi». Toshkent, «Tasvir», 2022-yil.
2. Piter Druker. «Menejment: Vazifalar, mas’uliyat, amaliyot». Tarjima, Iqtisodiyot nashriyoti, 2019-yil.
3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi rasmiy ma’lumotlari (stat.uz).