

## ELEKTRON TIJORAT PLATFORMALARIDA XARID QILISH XATTI-HARAKATLARINI TAHLIL QILISH.

Turdibekova Odinoxon Olimjon qizi

Toshkent Davlat Iqtisodiyot

Universiteti 1- bosqish magistranti

[candygirlmubina@gmail.com](mailto:candygirlmubina@gmail.com)

**Annotatsiya:** Maqolada elektron tijorat platformalarida xaridorlarning xarid qilish xatti-harakatlariga ta'sir qiluvchi asosiy omillar o'rganilgan. Tadqiqotda adabiyotlarni o'rganish, holat tahlili va mijozlar sharhlarini tahlil qilish usullaridan foydalanilgan. O'zbekistonning Asaxiy.uz kabi platformalari misolida ishonchlilik, narx siyosati, yetkazib berish sifati va qulaylik xarid qilish qarorlariga qanday ta'sir qilishi aniqlangan. Natijalar asosida platformalarni yaxshilash bo'yicha tavsiyalar berilgan.

**Annotation:** This article examines the key factors influencing consumer purchasing behavior on e-commerce platforms. The study utilized methods such as literature review, case analysis, and customer feedback evaluation. Using examples from platforms like Asaxiy.uz in Uzbekistan, the research identifies how reliability, pricing strategies, delivery quality, and platform usability affect purchasing decisions. Based on the findings, recommendations for improving platform performance are provided.

**Аннотация:** В данной статье изучены основные факторы, влияющие на покупательское поведение на платформах электронной коммерции. В исследовании использованы методы анализа литературы, изучения кейсов и анализа отзывов клиентов. На примере таких платформ Узбекистана, как Asaxiy.uz, определено, как надежность, ценовая политика, качество доставки и удобство влияют на решения о покупке. На основе результатов даны рекомендации по улучшению платформ.

Kalit soʻzlar: elektron tijorat, platformalar, e-commerce, isteʼmolchi xatti-harakati, ixarid qilish xatti-harakati.

## KIRISH

Soʻnggi yillarda dunyo iqtisodiyotining ajralmas qismiga aylangan elektron tijorat Oʻzbekiston uchun ham yangi imkoniyatlar yaratmoqda. Global miqyosda Amazon, Alibaba, va eBay kabi platformalar raqamli savdo bozorini boshqarayotgan bir paytda, Oʻzbekistonda Uzum Market, Olx.uz Asaxiy, va Korzinka.uz kabi platformalar aholi orasida mashhurlikka erishmoqda. Ushbu platformalar isteʼmolchilar uchun mahsulot va xizmatlarni qulay sharoitda sotib olish imkonini yaratibgina qolmay, tadbirkorlar uchun yangi bozorlarga chiqish yoʻllarini ochib bermoqda. Biroq, elektron tijorat platformalarida xarid qilish jarayoni isteʼmolchilarning turli xatti-harakatlari bilan bogʻliq boʻlib, ularning qaror qabul qilishiga taʼsir qiluvchi koʻplab omillar mavjud. Masalan, mahsulotlarning narxi, yetkazib berish sifati, platformaning ishonchliligi va foydalanuvchilar uchun qulay interfeys kabi jihatlar xaridorlarning tanloviga sezilarli darajada taʼsir qiladi. Oʻzbekistonda elektron tijorat bozori hali rivojlanish bosqichida boʻlib, aholining onlayn xaridlarga boʻlgan ishonchini oshirish va platformalar samaradorligini kuchaytirish talab etiladi. Oʻzbekiston hukumati 2030-yilga qadar raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish boʻyicha strategik rejalar qabul qilgan boʻlsa-da, ushbu sohada isteʼmolchi xatti-harakatlarini oʻrganish hali keng koʻlamda olib borilmayapti. Ushbu tadqiqotning maqsadi – Oʻzbekiston elektron tijorat platformalarida isteʼmolchilarning xarid qilish jarayonlariga taʼsir qiluvchi asosiy omillarni tahlil qilish va bu borada amaliy tavsiyalar ishlab chiqishdir. Tadqiqot natijalari Oʻzbekistondagi tadbirkorlar va platforma egalari uchun xaridorlarni jalb qilish hamda raqobatbardoshligini oshirishda yordam beradi.

## METODLAR

Mavzuga oid ilmiy maqolalar, kitoblar va ishonchli onlayn manbalarni oʻrganish orqali elektron tijoratning samaradorligini oshirish usullari va vositalari haqida maʼlumotlar toʻplandi. Shuningdek, elektron tijorat tizimlarining afzalliklari va

kamchiliklari, foydalanuvchilarning xatti-harakatlarini tahlil qilish va shaxsiylashtirilgan takliflar yaratish imkoniyatlari haqida ma'lumotlar o'rganildi.

O'zbekistondagi elektron tijorat platformalari, masalan, Asaxiy.uz va Korzinka.uz faoliyati o'rganilib, ularning mijozlarga taqdim etayotgan xizmatlari, funktsionalligi, dizayni va xizmat ko'rsatish sifati tahlil qilindi. Bu platformalarning foydalanuvchilarga ta'siri va ularning xarid qilish qarorlariga qanday omillar ta'sir qilishi haqida xulosalar chiqarildi.

Elektron tijorat platformalaridagi foydalanuvchilarning sharhlari va reytinglari o'rganilib, iste'molchilarning ehtiyojlari, qoniqish darajasi va uchraydigan muammolar aniqlashga harakat qilindi. Bu usul orqali mijozlarning xarid qilish xatti-harakatlariga ta'sir qiluvchi omillar haqida ma'lumotlar to'plandi.

Elektron tijorat platformalarida xarid qilish jarayoni amaliy sinov orqali o'rganildi. Masalan, Asaxiy.uz platformasidan mahsulot xarid qilish jarayoni (qidiruv, tanlash, to'lov va yetkazib berish) kuzatilib, qulayliklar va kamchiliklar qayd etildi. Bu usul orqali platformalarning foydalanuvchilar uchun qulayligi va samaradorligi baholandi.

Ushbu metodlar orqali elektron tijorat platformalarida iste'molchilarning xarid qilish xatti-harakatlariga ta'sir qiluvchi omillar aniqlanib, ularning samaradorligini oshirish bo'yich tavsiyalar ishlab chiqildi.

## **NATIJARLAR**

Tadqiqot davomida elektron tijorat platformalarida xarid qilish jarayoniga ta'sir qiluvchi asosiy omillar aniqlanib, quyidagi natijalarga erishildi:

1. Ishonchlilik va xavfsizlik: Mijozlar uchun platformaning ishonchliligi asosiy ahamiyatga ega. Mahsulotlarning sifatini kafolatlash va shaxsiy ma'lumotlarning himoyasi xaridorlar xatti-harakatlariga sezilarli ta'sir ko'rsatadi. Sharhlar va foydalanuvchi fikr-mulohazalari asosida O'zbekistondagi iste'molchilarning xavfsizlikka alohida e'tibor berishi kuzatildi.

2. Narxlar va chegirmalar: Iste'molchilarning asosiy e'tibori mahsulotlarning narxlar va chegirmalariga qaratilgan. Aksariyat foydalanuvchilar chegirma mavjud

bo'lgan platformalarni afzal ko'radi. Kuzatuvlar shuni ko'rsatdiki, Asaxiy.uz foydalanuvchilarni jalb qilish uchun muntazam chegirmalar va aksiyalarni taklif qiladi.

3. Yetkazib berish sifati va tezligi: Platformaning muvaffaqiyati uchun yetkazib berish jarayoni muhim omil hisoblanadi. Mijozlar tezkor va ishonchli yetkazib berishni talab qiladi. Kuzatuvlar davomida mahalliy platformalarning ushbu jihatlarda global platformalarga qaraganda kamchiliklari borligi aniqlandi.

4. Mahsulot haqidagi ma'lumotlar: Xaridorlarning xarid qilish qarorlariga mahsulot haqidagi batafsil ma'lumotlar, sharhlar va reytinglar sezilarli ta'sir ko'rsatadi. Kuzatish davomida ba'zi platformalarda mahsulotlar haqidagi ma'lumotlar yetarli emasligi qayd etildi.

5. Platformaning qulayligi: Platformaning interfeysi va funktsionalligi ham mijozlarning xarid qilish qarorlariga ta'sir qiladi. O'zbekistondagi platformalar foydalanuvchilarga qulay bo'lsa-da, global standartlarga yetishish uchun yanada takomillashtirish zarurligi aniqlandi.

## **XULOSALAR**

Ushbu tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, elektron tijorat platformalarida iste'molchilarning xarid qilish xatti-harakatlariga bir qator muhim omillar ta'sir qiladi. O'zbekiston sharoitida bu omillar asosan ishonchlilik, narxlar siyosati, yetkazib berish sifati va platformaning qulayligiga bog'liq. Tadqiqot davomida olingan xulosalarga asoslanib, quyidagilarni ta'kidlash mumkin:

1. Mahalliy elektron tijoratning rivojlanishi: O'zbekistondagi elektron tijorat platformalari hali rivojlanish bosqichida bo'lsa-da, iste'molchilarning onlayn xaridlarga qiziqishi sezilarli darajada ortmoqda. Biroq, bu platformalar global standartlarga yetishish uchun ishonchlilik va yetkazib berish xizmatlarini takomillashtirishi lozim.

2. Mijozlarga yo'naltirilgan yondashuv: Mijozlar uchun shaxsiylashtirilgan xizmatlar, chegirmalar va aksiyalarni taklif qilish xaridorlarning platformalarga bo'lgan qiziqishini oshiradi. Platformalar o'z foydalanuvchilari haqidagi ma'lumotlarni tahlil qilib, ularning ehtiyojlarini qondirishga e'tibor qaratishi zarur.



3. Tavsiya va strategik choralar: Ma'lumotlarning xavfsizligini ta'minlash va sifatli mahsulotlarni kafolatlash, tezkor va samarali yetkazib berish xizmatlarini yo'lga qo'yish, xaridorlarga mahsulot haqida batafsil va aniq ma'lumot berish uchun zamonaviy texnologiyalarni joriy etish, chegirmalar va bonus dasturlar orqali mijozlarni jalb qilish.

#### 4. Kelgusidagi tadqiqotlar:

Ushbu tadqiqot statistik tahlil yoki so'rovnomalarsiz amalga oshirilgan bo'lsa-da, kelgusida iste'molchilarning aniq xatti-harakatlarini o'rganish uchun keng qamrovli so'rovnomalalar va statistik tahlillar o'tkazish tavsiya etiladi.

### FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Chaffey, D. (2022). Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice (8th ed.). Pearson Education.
2. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education.
3. Wang, W., & Emurian, H. H. (2005). Trust in e-commerce: Consideration of interface design factors. *Journal of Electronic Commerce Research*, 6(1), 31–43.
4. Statista. (2024). E-commerce worldwide - Statistics & Facts. Retrieved from <https://www.statista.com>
5. Asaxiy.uz. (2024). About Us. Retrieved from <https://asaxiy.uz>
6. O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi. (2024). Elektron savdo rivojlanishi bo'yicha hisobot. Retrieved from <https://stat.uz>