

ONLAYN DO‘KON TIZIMLARINING ELEKTRON TIJORAT RIVOJLANISH TENDENSIYALARI

Fayzullayeva Zarnigor Iantillayevna

O‘zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi

Zamonaviy axborot kommunikatsiya texnologiyalari kafedrasi katta o‘qituvchisi

Otaqulov Bahrom Otabek o‘g‘li

O‘zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi,

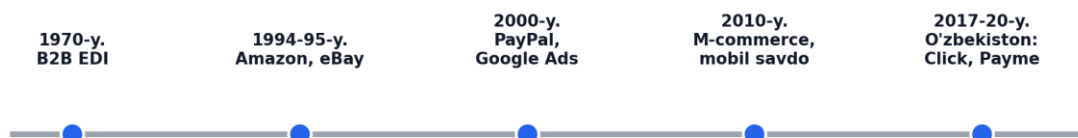
Kompyuter injeneringi yo‘nalishi talabasi

<https://doi.org/10.5281/zenodo.21102610>

Kirish. Zamonaviy axborot texnologiyalarining jadal rivojlanishi savdo-sotiq sohasini tubdan o‘zgartirib yubordi. An’anaviy savdo shakllari asta-sekin raqamli ko‘rinishga o‘tib, onlayn do‘konlar orqali mahsulot sotish va xarid qilish jarayoni keng ommalashmoqda. Mazkur tezisda onlayn savdo tizimlarining nazariy asoslari, elektron tijoratning rivojlanish bosqichlari hamda mavjud platformalarning tahlili TexnoOlam onlayn do‘kon tizimi misolida ko‘rib chiqiladi.

Elektron tijoratning kelib chiqishi va rivojlanish bosqichlari. Elektron tijorat (e-commerce) tushunchasi XX asrning 70-yillarida yirik korporatsiyalar o‘rtasidagi biznesdan biznesga (B2B) elektron ma’lumot almashish (EDI) tizimi sifatida vujudga kelgan. 1990-yillarda World Wide Web ommaga ochilishi bilan vaziyat tubdan o‘zgardi: 1994-yilda birinchi onlayn chakana savdo amalga oshirildi, shu davrda Amazon va eBay kabi yirik platformalar tashkil topdi. 2010-yillardan boshlab mobil texnologiyalarning ommalashishi m-commerce yo‘nalishini kuchaytirdi. O‘zbekistonda esa onlayn savdo 2017–2020-yillarda raqamlashtirish siyosatining kuchayishi, 4G tarmoqlarining kengayishi hamda Click va Payme kabi mahalliy to‘lov tizimlarining joriy etilishi natijasida sezilarli rivojlanish bosqichiga kirdi.

1-rasm. Onlayn savdoning rivojlanish bosqichlari (timeline)



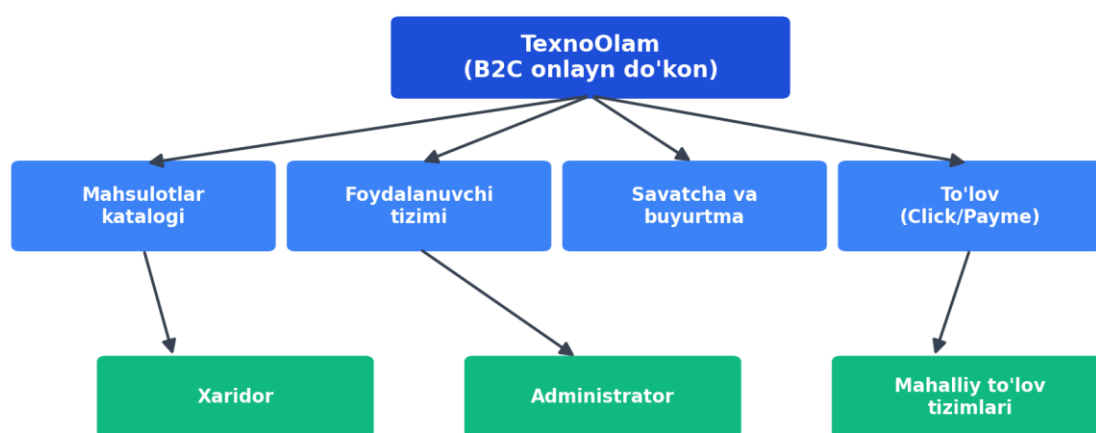
1-rasm. Onlayn savdoning rivojlanish bosqichlari (timeline)

Elektron tijoratning ahamiyati va turlari. Elektron tijoratning ahamiyati iqtisodiy, ijtimoiy va texnologik nuqtai nazardan baholanadi. Iqtisodiy jihatdan u biznes uchun geografik chegaralarni bartaraf etib, global bozorga chiqish imkonini beradi, doimiy xarajatlarni kamaytiradi va raqamli analitika asosida asosli qarorlar qabul qilishga yordam beradi. Iste’molchilar uchun esa qulaylik, vaqtni tejash, narxlarni taqqoslash imkoniyati va keng tanlov asosiy afzallik hisoblanadi. Elektron tijoratning asosiy turlari sifatida B2C, B2B, C2C va D2C modellari ajratiladi. TexnoOlam platformasi B2C modeli asosida qurilgan bo‘lib, texnologik mahsulotlarni bevosita iste’molchilarga taqdim etishga mo‘ljallangan.

Mavjud platformalarning qiyosiy tahlili. Bozorda keng tarqalgan yechimlar tayyor SaaS-platformalar (Shopify), ochiq kodli tizimlar (WooCommerce, Magento) va mahalliy marketplacelar (Uzum Market) sifatida tasniflanadi. Tahlil mezonlari sifatida funksional imkoniyatlar kengligi, moslashtiruvchanlik, xavfsizlik darajasi, narx siyosati va mahalliy bozorga moslik tanlandi. Shopify tez ishga tushirish imkonini bersa-da, oylik to'lov va mahalliy to'lov tizimlarini ulashdagi murakkablik kabi cheklovlarga ega. WooCommerce bepul bo'lsa-da, xavfsizlik va hostingni mustaqil ta'minlash zarurati mavjud. Magento yirik korporativ savdo uchun mo'ljallangan bo'lib, sozlash murakkabligi va yuqori litsenziya narxi bilan ajralib turadi. Uzum Market esa marketplace formatida ishlaydi va mustaqil brendga ega alohida do'kon ehtiyojlarini to'liq qondira olmaydi. Shu sababli mahalliy to'lov tizimlari integratsiyasi, o'zbek tilidagi interfeys va mahalliy auditoriya ehtiyojlariga moslashishni ta'minlaydigan, mustaqil ishlaydigan tizim yaratish dolzarb masalaga aylandi.

TexnoOlam tizimining maqsad va vazifalari. TexnoOlam — texnologik mahsulotlarni sotish uchun mo'ljallangan onlayn do'kon platformasi bo'lib, uning asosiy maqsadi foydalanuvchilar uchun qulay, tezkor va xavfsiz ishlaydigan savdo tizimini yaratish hamda savdo jarayonlarini avtomatlashtirishdan iborat. Bu maqsaddan kelib chiqib, mahsulotlar katalogini tashkil etish, foydalanuvchi tizimini ishlab chiqish, savatcha va buyurtma jarayonini yo'lga qo'yish, mahalliy to'lov tizimlari (Click, Payme) bilan integratsiya, ma'lumotlar xavfsizligini ta'minlash hamda mobil moslashuvchan interfeys yaratish kabi vazifalar belgilandi. Tizimning funksional bo'lmagan talablari qatorida 99,5% uptime, sahifa yuklash vaqtining 2 soniyadan oshmasligi va bir vaqtning o'zida 500 foydalanuvchini qo'llab-quvvatlash kabi ko'rsatkichlar belgilangan.

2-rasm. TexnoOlam tizimining B2C modelidagi tarkibiy qismlari



2-rasm. TexnoOlam tizimining B2C modelidagi tarkibiy qismlari

Texnologik yondashuv tanlovi. Onlayn do'kon tizimlarini ishlab chiqishda Python Django frameworki bir qator afzalliklarga ega: Django ORM ma'lumotlar bazasi bilan ishlashni soddalashtiradi, built-in admin panel funksional boshqaruv oynasini avtomatik yaratadi, Django REST Framework esa zamonaviy API'larni qulay tarzda yaratish imkonini beradi. Payme-merchant, click-merchant, Pillow, Celery kabi tayyor kutubxonalarning mavjudligi

Python ekotizimining elektron tijorat tizimlari uchun ishonchli asos ekanligini ko'rsatadi. Shu sababli TexnoOlam tizimini ishlab chiqishda aynan ushbu texnologik stek tanlandi.

Foydalanuvchi rollari va tizim foydalanuvchilari. TexnoOlam tizimida uchta asosiy foydalanuvchi roli belgilangan: ro'yxatdan o'tmagan anonim tashrif buyuruvchi, autentifikatsiyalangan foydalanuvchi va administrator. Anonim foydalanuvchi mahsulotlarni ko'rishi va filtrlashi mumkin, biroq xarid qilish uchun ro'yxatdan o'tishi talab etiladi — bu yondashuv konversiya darajasini oshirishga xizmat qiladi. Administrator roli mahsulotlar, buyurtmalar va foydalanuvchilarni boshqarish, shuningdek tizim statistikasini kuzatish imkoniyatiga ega. Kelajakda alohida sotuvchilar moduli qo'shilishi ham rejalashtirilgan, bu esa tizimni marketplace formatiga yaqinlashtirish imkonini beradi.

Xulosa. O'tkazilgan nazariy tahlil shuni ko'rsatadiki, mavjud xorijiy va mahalliy platformalar mahalliy to'lov infratuzilmasi, til moslashuvi va auditoriya ehtiyojlariga moslashish jihatidan to'liq yechim bera olmaydi. TexnoOlam tizimi aynan shu bo'shliqni to'ldirishga, B2C modeli asosida mahalliy bozor ehtiyojlariga moslashtirilgan, ishonchli va qulay onlayn do'kon yaratishga qaratilgan. Bu yondashuv O'zbekistonda elektron tijorat sohasining yanada rivojlanishiga xizmat qiladi.

Adabiyotlar, References, Литературы:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 5-oktabrdagi PF-6079-son Farmoni. «Raqamli O'zbekiston – 2030» strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida. — Toshkent: Lex.uz, 2020.
2. O'zbekiston Respublikasining «Elektron tijorat to'g'risida»gi O'RQ-792-son Qonuni. — Toshkent, 2022.
3. Chaffey D. Digital Business and E-Commerce Management: Strategy, Implementation and Practice. 7th ed. — London: Pearson Education Limited, 2022. — 712 p.
4. Laudon K.C., Traver C.G. E-commerce 2024: Business, Technology, Society. 17th ed. — New York: Pearson, 2024. — 912 p.
5. Turban E., Outland J., King D., Lee J.K., Liang T.-P., Turban D.C. Electronic Commerce 2018: A Managerial and Social Networks Perspective. 9th ed. — Berlin: Springer, 2018. — 758 p.
6. Yangchuan Z. E-commerce: the evolution of retail in the digital age // Business Studies Journal. — 2024. — Vol. 16, № 2. — P. 1–2.
7. Zhang M. Sustainability transitions in e-commerce research — academic achievements and impediments // Circular Economy and Sustainability. — 2023. — Vol. 3, № 4. — P. 1725–1746.
8. Wattoo M.U., Du J., Shahzad F. Shaping E-commerce Experiences: Unraveling the Impact of Service Quality on Youth Customer Behavior in a Developing Nation // SAGE Open. — 2025. — Vol. 15, № 1.
9. Lee S., Kim J. The Impact of Social Commerce on Consumer Trust // International Journal of E-commerce Studies. — 2023. — Vol. 15, № 3. — P. 210–225.
10. UNCTAD. E-commerce and Digital Economy Programme. — Geneva: United Nations, 2024. — URL: <https://unctad.org/topic/ecommerce-and-digital-economy>
11. World Bank. Digital Development Overview: Uzbekistan. 2024–2025 Update. — Washington: World Bank Group, 2024.

12. Statista. Online Shopping – Statistics & Facts. — 2025. — URL:
<https://www.statista.com/topics/871/online-shopping/>