



## AKTUAR MOLIYA VA BUXGALTERIYA HISOBI ILMIY JURNALI

Vol. 6 Issue 05 | pp. 56-61 | ISSN: 2181-1865

Available online <https://finance.tsue.uz/index.php/afa>

### ELEKTRON TIJORAT BOZORIDA RISKLARNI BAHOLASH MASALALARI



**Aripov Ulug'bek Bahodirovich**

*PhD, Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti mustaqil izlanuvchisi*

**Annotatsiya.** Mazkur maqolada elektron tijoratni boshqarishda Big Data, sun'iy intellekt va raqamli logistika texnologiyalarining roli tahlil qilinadi. Text-mining usuli asosida O'zbekistondagi yirik platformalarda mijoz qoniqishi va xizmat sifati o'rtasidagi nomutanosiblik aniqlanib, operatsion, shartnomaviy va reputatsion risklar baholangan. Natijalar elektron tijoratda risklarni erta aniqlash va boshqaruv qarorlarini optimallashtirish zarurligini ko'rsatadi.

**Kalit so'zlar:** elektron tijorat, Big Data, sun'iy intellekt, text-mining, mijoz qoniqishi, risklar tahlili, raqamli logistika.

**Аннотация.** В данной статье анализируется роль больших данных, искусственного интеллекта и цифровых логистических технологий в управлении электронной коммерцией. На основе метода анализа текста выявлен дисбаланс между удовлетворенностью клиентов и качеством обслуживания на крупных платформах в Узбекистане, а также оценены операционные, договорные и репутационные риски. Результаты указывают на необходимость раннего выявления рисков в электронной коммерции и оптимизации управленческих решений.

**Ключевые слова:** электронная коммерция, большие данные, искусственный интеллект, анализ текста, удовлетворенность клиентов, анализ рисков, цифровая логистика.

**Abstract.** This article analyzes the role of Big Data, artificial intelligence, and digital logistics technologies in managing e-commerce. Based on the text-mining method, the imbalance between customer satisfaction and service quality on large platforms in Uzbekistan was identified, and operational, contractual, and reputational risks were assessed. The results indicate the need for early identification of risks in e-commerce and optimization of management decisions.

**Keywords:** e-commerce, Big Data, artificial intelligence, text-mining, customer satisfaction, risk analysis, digital logistics.

#### 1. Kirish

Jahon iqtisodiyotida raqamlashtirish jarayonlari tezlashib, deyarli barcha sohalarga chuqur kirib bormoqda. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining keng qo'llanilishi natijasida ishlab chiqarish, xizmatlar va savdo tizimlarida sezilarli sifat o'zgarishlari yuz bermoqda. Ayniqsa, elektron tijorat raqamli iqtisodiyotning eng faol yo'nalishlaridan biri sifatida milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligini oshirish, biznes imkoniyatlarini

kengaytirish va iste'molchilar talabini samarali qondirishda muhim rol o'ynamoqda. Shu sababli uni samarali boshqarish masalasi dolzarb hisoblanadi.

Elektron tijorat an'anaviy savdodan farqli ravishda raqamli platformalar, ma'lumotlar bazalari va elektron to'lov tizimlariga asoslanadi. Bu esa boshqaruvda innovatsion yondashuvlar va moslashuvchan strategiyalarni talab qiladi. Uning samarali faoliyati davlat darajasida ham muhim bo'lib, iqtisodiy o'sish, bandlik va eksportni rag'batlantiradi.

Boshqaruv samaradorligi, avvalo, normativ-huquqiy muhit, soliq va bojxona tartiblarining soddaligi hamda raqamli infratuzilmaning rivojlanganligiga bog'liq. Internet sifati, mobil aloqa va fintex yechimlarining rivoji savdo jarayonlarini tezlashtirib, moliyaviy nazoratni kuchaytiradi.

## **2. Mavzuga oid adabiyotlar sharhi**

Elektron tijoratda risklarni tadqiq etishda ilmiy adabiyotlar asosan iste'molchi ishonchi, idrok etilgan risk, xavfsizlik, maxfiylik, tranzaksiya ishonchliligi va moliyaviy barqarorlik omillariga tayanadi. Pavlou elektron tijoratni qabul qilishda ishonch va riskni texnologiyani qabul qilish modeli bilan integratsiyalab, onlayn xarid qarorlarida risk markaziy omil ekanini ko'rsatgan. [10]

Bir guruh olimlar Kim, Ferrin, Rao [11] va Zhang T. [12] esa elektron tijoratda ishonch, idrok etilgan risk va ularning old shartlari xaridor qaroriga bevosita ta'sir qilishini asoslagan. Forsythe va hammualliflar onlayn xaridlarda moliyaviy, mahsulot, vaqt va maxfiylik risklarini o'lchash shkalasini ishlab chiqqan.

Xorijiy tadqiqotchilar Ariffin, Mohan va Goh [2] tadqiqotida moliyaviy, mahsulot, xavfsizlik, vaqt, ijtimoiy va psixologik risklar onlayn xarid niyatiga salbiy ta'sir ko'rsatishi aniqlangan.

Xorijlik olimlar Alrawad va [1] hammualliflar SEM asosida onlayn xarid risklarini baholab, demografik farqlar risk idrokiga ta'sir qilishini ko'rsatgan. Guru va hammualliflar AHP yondashuvi orqali onlayn xaridlardagi risklarni ustuvorlik bo'yicha tartiblashgan [5,6,7,8,9,10]. So'nggi yillarda tadqiqotlar moliyaviy risklarni sun'iy intellekt, big data, LSTM va edge computing orqali prognozlashga yo'nalmoqda; masalan, Chen va hammualliflar [3] e-commerce korxonalarida moliyaviy riskni FA-PSO-LSTM modeli orqali bashorat qilgan. [11] Demak, O'zbekiston sharoitida elektron tijorat risklarini faqat iste'molchi xatti-harakati emas, balki to'lov xavfsizligi, firibgarlik, moliyaviy barqarorlik, logistika va platforma ishonchliligi bilan kompleks tahlil qilish zarur.

## **3. Tahlil va natijalar**

Elektron tijoratni boshqarishda ma'lumotlarga asoslangan yondashuv ustuvor ahamiyat kasb etmoqda. Katta hajmdagi ma'lumotlarni qayta ishlash va tahlil qilish imkonini beruvchi Big Data texnologiyalari iste'molchilar xulq-atvorini chuqur o'rganish, talabni prognozlash, marketing strategiyalarini optimallashtirish hamda boshqaruv qarorlarining aniqligini oshirish imkonini yaratadi. Shu bilan birga, sun'iy intellekt va mashinaviy o'rganish texnologiyalari yordamida elektron savdo platformalarida individual takliflar shakllantirish, narxlarni dinamik boshqarish, logistika jarayonlarini optimallashtirish va mijozlarga xizmat ko'rsatish sifatini oshirish mumkin.

Elektron tijoratni boshqarish tizimida logistika va ta'minot zanjirlarining raqamlashtirilishi ham muhim ahamiyat kasb etadi. Mahsulotni ishlab chiqaruvchidan

iste'molchigacha yetkazib berish jarayonining barcha bosqichlarini raqamli monitoring qilish, ombor xo'jaligini avtomatlashtirish, yetkazib berish muddatlarini optimallashtirish elektron tijorat samaradorligini oshiradi. Bu borada raqamli logistika platformalari, GPS va IoT texnologiyalaridan foydalanish boshqaruv jarayonlarining shaffofligi va tezkorligini ta'minlaydi. Natijada iste'molchilar ishonchi mustahkamlanadi va elektron savdoga bo'lgan talab kengayadi.[12]

Elektron tijoratda ixtisoslashgan sanoat standartlari va xizmat ko'rsatish me'yorlari etishmasligi sababli ro'yxatdagi turlarning aniq belgilari mavjud emas. Do'kon turini ko'rsatish uchun bunday nomlardan foydalanish xato bo'lmaydi. Ushbu kichik toifalar "taklif qilinadigan tovarlar assortimenti"ni tasniflash mezoniga muvofiq ko'rib chiqilishi lozim. Asosiy qiymat iste'molchining mahsulot sotib olish bilan qondirishni istagan asosiy ehtiyojda ifodalanadi. Ikkinchi daraja savdo xizmatlarining asosiy xususiyatlaridir. Bu savdo xizmatining majburiy elementlari bo'lib, mahsulotning o'zi va asosiy savdo xizmati bo'lib, ularsiz asosiy funksiyalarini amalga oshirish mumkin emas. Majburiy elementlar savdoning usul va shakllari, talab qilinadigan xizmat ko'rsatish amaliyoti bilan belgilanadi. Elektron tijoratda mahsulot sotib olish standartini 2.1-rasmdagi algoritmgaga asoslanadi.

#### 1-jadval

##### Mamlakatimizda faoliyat yuritayotgan korxonalar elektron tijoratda risklar tahlili

№	Internet do'kon	Faoliyati	O'tkazilgan tekshiruvlar
1	ZoodMall	Turli murojaatlar kelib tushgan	12 ta holatda oferta tekshirilgan
2	Olcha.uz	Turli murojaatlar kelib tushgan	32 ta holatda oferta tekshirilgan
3	Uzum Market	Turli murojaatlar kelib tushgan	27 ta holatda oferta tekshirilgan
4	Elmakon.uz	3 ta holatda oferta tekshirilgan	Qonuniy talablarga moslashtirildi (UZ24)

O'zbekiston elektron tijorat bozori so'nggi yillarda jadal rivojlanib, mijozlarning onlayn xarid tajribasi va ishonch darajasiga katta ahamiyat qaratilmoqda. Shu bois, mijoz qoniqishi va xizmat sifati bilan bog'liq risklarni aniqlash va ularni baholash ilmiy hamda amaliyot jihatidan muhim ahamiyatga ega. Bu maqsadda ochiq veb-manbalardan olingan ma'lumotlar, davlat organlari hisobotlari hamda mobil ilovalar reytinglari asosida text-mining usulidan foydalanib tahlil olib borildi.

Text-mining usuli asosida ochiq veb-manbalar (ommaviy axborot saytlari, davlat organlari hisobotlari, mobil ilovalar reytinglari va foydalanuvchi sharhlari) kontentini semantik-chastotali tahlil qilish natijalari O'zbekiston elektron tijorat bozorida mijozlar qoniqishi va xizmat sifati o'rtasida nomutanosiblik mavjudligini ko'rsatdi. Jumladan, Uzum Market ilovasi bo'yicha yuqori reyting (4,8/5) va ko'p sonli ijobiy fikrlar mijozlar tajribasining ommaviy ravishda qabul qilinishini anglatrsa-da, davlat organlari axborotlarida ushbu platforma bo'yicha shikoyatlar ulushining kattaligi operatsion

yuklama, logistika uzilishlari va sotuvchilar ustidan nazoratning yetarli emasligi kabi tizimli risklarni namoyon qiladi.

2-jadval

**Mamlakatimizda faoliyat yuritayotgan korxonalar elektron tijoratda risklar tahlili**

№	Internet do'kon	Ochiq ma'lumotlar	Izoh
1.	Uzum Market	brend tan olinishi 91%	Mijozlar tan olishi ko'p holatlarda qoniqishga teng deb qaralishi mumkin (uzum.com)
2.	ZoodMall	shikoyatlar haqida ma'lumot	to'g'ridan-tog'ri qoniqish % yo'q (Kun.uz)
3.	Texnomart	shikoyatlar va hal etish %	to'g'ridan-tog'ri qoniqish % yo'q (Kun.uz)
4.	Olcha.uz	reyting ma'lumotlar topilmadi	—
5.	Asaxiy.uz	shikoyatlar ko'rsatilgan	to'g'ridan-tog'ri qoniqish % yo'q (UZ24)

Shuningdek, ZoodMall, Olcha.uz, Asaxiy.uz kabi platformalar atrofidagi matnlarda “kechikish”, “qaytarib berish muammosi”, “sifatsiz tovar”, “oferta shartlari” kabi salbiy leksemalarning tez-tez uchrashi xizmat ko'rsatish risklari (delivery risk), mahsulot sifat risklari (quality risk), huquqiy-shartnomaviy risklar (contractual risk) va reputatsion risklarni kuchaytirayotganini ko'rsatadi. Kontent tahlil shuni tasdiqlaydiki, elektron tijoratda qoniqish darajasi faqat reytinglar bilan emas, balki shikoyatlar intensivligi, murojaatlarni hal etish tezligi va axborot shaffofligi bilan ham belgilanadi; demak, salbiy tekst indikatorlari ko'payishi iste'molchilar ishonchi pasayishi orqali bozor barqarorligiga va platformalarning moliyaviy natijalariga bevosita ta'sir qiluvchi strategik risk omili sifatida baholanishi lozim. Shu nuqtayi nazardan, text-mining natijalari elektron tijorat subyektlari uchun risklarni erta aniqlash, xizmat jarayonlarini optimallashtirish va mijoz tajribasini boshqarishda muhim empirik instrument sifatida xizmat qiladi.

Ochiq veb-manbalarning kontent tahlili elektron tijoratdagi mijoz-qoniqishi bilan bog'liq turli risklarga ishora qiladi. Xususan, O'zbekistonda elektron savdo bozorida foydalanuvchilar tomonidan kelib tushgan shikoyatlar statistikasi ko'rsatadiki, Komitet po konkurensii 2025 yilda elektron savdo platformalari bo'yicha qariyb 3 100 ta murojaatni ko'rib chiqqan, ularning katta qismi digital marketpleyslar — Uzum Market va Uzum Nasiya bilan bog'liq edi. Bu murojaatlar qatorining tahlili kontrakt shartlarining buzilishi, kepillik xizmati bilan bog'liq muammolar, tovarni almashtirishda kechikishlar va noto'g'ri reklama kabi majburiyatlar buzilishi kabi xavflarga ishora qilgan.

Shu bilan birga, 2024 yilda ham Komitetga kelgan 1328 ta murojaat orasidan Uzum Market eng ko'p shikoyatlar (39,6 %)ni olgani qayd etilgan, keyingi o'rinlarda Alif Shop, ZoodMall va Asaxiy.uz kabi platformalar turadi. Mazkur ma'lumotlar elektron savdodagi sifat nazoratining yetarli bo'lmasligi va mahsulot xarakteristikalarini haqida ma'lumotning noto'g'ri yoki to'liq yetkazilmasligi kabi xizmat riskini ko'rsatadi.

Shuningdek, monitoring natijalari ko'rsatdiki, Uzum Market va Olcha kabi yirik platformalarda kontrafakt mahsulotlar aniqlangani ma'lum qilingan, ular orasida brendlar logotiplari bilan ko'rsatilgan tovarlar ham bo'lgan. Bu holat tovar sifat risklaridan tashqari munosabatlar va ishonch darajasiga ta'sir qiluvchi reputatsion riskni ham saqlaydi.

Yuqoridagilarni hisobga olgan holda elektron savdo ekosistemasida mijoz foydalanuvchi tajribasi va qoniqish darajasiga bog'liq risklar quyidagi tarzda tasniflanadi:

Operatsion risklar: yetkazib berish, kepillik va tovar almashtirish bilan bog'liq kechikishlar va xatoliklar — bu ish samaradorligi va mijozning xizmatdan qoniqishiga salbiy ta'sir ko'rsatadi.

Shartnomoaviy va huquqiy risklar: shartnoma talablari va reklama ma'lumotlarini amalga oshirishdagi buzilishlar oqibatda murojaatlarni ko'paytirgan.

Tovar sifat risklari: monitoring natijalari kontrafakt mahsulotlar savdosi bilan bog'liq xavflar mavjudligini ko'rsatdi, bu esa ishonch va servis sifatiga ta'sir etadi.

Shu bilan birga, ayrim murojaatlar ularning hal etilishi tarafida ijobiy natija bergani ham qayd etilgan, bu elektron savdo sohasida javobgarlik tizimlarining mavjud ekanligini ko'rsatadi.

Umuman olganda, text-mining tahlilining natijalari ko'rsatadiki, mijozlar qoniqishi miqdori va sifat indikatorlari elektron savdo platformalarida faqat ijobiy reytinglar bilan emas, balki xizmat sifatining barcha bosqichlarida yuzaga keladigan kamchiliklar bilan ham bog'liq, va mazkur risklar elektron savdo ishtirokchilari strategik boshqaruvida hamda bozor tizimlarini rivojlantirishda muhim omil hisoblanadi.

## 5.Xulosa

Elektron tijoratda risklar tahlili shuni ko'rsatadiki, mazkur sohada eng muhim tahdidlar moliyaviy xavfsizlik, tranzaksiya ishonchliligi, ma'lumotlar maxfiyligi hamda operatsion uzilishlar bilan bog'liqdir. Ilmiy adabiyotlar asosida aniqlanishicha, iste'molchilarning onlayn savdoga bo'lgan ishonchi bevosita idrok etilgan risk darajasiga bog'liq bo'lib, bu esa bozor rivojlanishiga sezilarli ta'sir ko'rsatadi. Ayniqsa, rivojlanayotgan iqtisodiyotlarda, jumladan O'zbekistonda, elektron tijorat infratuzilmasining yetarli darajada shakllanmaganligi risklarni yanada kuchaytiradi.

Tadqiqotlar shuni tasdiqlaydiki, risklarni samarali boshqarish uchun ularni identifikatsiya qilish, baholash, monitoring qilish va minimallashtirish bosqichlarini o'z ichiga olgan kompleks yondashuv zarur. Zamonaviy texnologiyalar — sun'iy intellekt, Big Data va prognozlash modellaridan foydalanish risklarni oldindan aniqlash imkonini beradi. Shu bois, elektron tijoratda barqaror rivojlanishni ta'minlash uchun institutsional mexanizmlarni takomillashtirish, to'lov tizimlari xavfsizligini oshirish va foydalanuvchi ishonchini mustahkamlash ustuvor vazifa hisoblanadi..

## Adabiyotlar:

1. Irawad, M., Lutfi, A., Alyatama, S., Al Khattab, A., Alsoboa, S. S., Almaiah, M. A., Ramadan, M. H., Arafa, H. M., Ahmed, N. A., Alsyouf, A., & Al-Khasawneh, A. L. (2023). Assessing customers perception of online shopping risks: A structural equation modeling-based multigroup analysis. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 71, 103188. DOI: 10.1016/j.jretconser.2022.103188

2. Ariffin, S. K., Mohan, T., & Goh, Y.-N. (2018). Influence of consumers' perceived risk on consumers' online purchase intention. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 12(3), 309–327. DOI: 10.1108/JRIM-11-2017-0100
3. Chen, X., Long, J., Lin, L., & Lin, B. (2023). E-commerce enterprises financial risk prediction based on FA-PSO-LSTM neural network deep learning model. *Sustainability*, 15(7), 5882. DOI: 10.3390/su15075882
4. Cong, X. (2021). Research on financial risk management of e-commerce enterprises in the era of big data. *Proceedings of the 7th International Conference on Frontiers of Educational Technologies*, 195–199. DOI: 10.1145/3473141.3473248
5. Dai, Y. N., Viken, G., Joo, E., & Bente, G. (2018). Risk assessment in e-commerce: How sellers' photos, reputation scores, and the stake of a transaction influence buyers' purchase behavior and information processing. *Computers in Human Behavior*, 84, 342–351. DOI: 10.1016/j.chb.2018.02.038
6. Forsythe, S., Liu, C., Shannon, D., & Gardner, L. C. (2006). Development of a scale to measure the perceived benefits and risks of online shopping. *Journal of Interactive Marketing*, 20(2), 55–75. DOI: 10.1002/dir.20061
7. Guru, S., Nenavani, J., Patel, V., & Bhatt, N. (2020). Ranking of perceived risks in online shopping. *DECISION*, 47(2), 137–152. DOI: 10.1007/s40622-020-00241-x
8. Huang, Z. (2017). A study of e-commerce transaction risk assessment model in mobile internet. *Journal of Electronic Commerce in Organizations*, 15(4), 1–10. DOI: 10.4018/JECO.2017100101
9. Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2008). A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents. *Decision Support Systems*, 44(2), 544–564. DOI: 10.1016/j.dss.2007.07.001
10. Pavlou, P. A. (2003). Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 101–134. DOI: 10.1080/10864415.2003.11044275
11. Kim, C., Tao, W., Shin, N., & Kim, K. S. (2010). An empirical study of customers' perceptions of security and trust in e-payment systems. *Electronic Commerce Research and Applications*, 9(1), 84–95. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2009.04.014>
12. Zhang, T., Lu, C., & Kizildag, M. (2018). Banking “on-the-go”: Examining consumers' adoption of mobile banking services. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 10(3), 279–295. <https://doi.org/10.1108/IJQSS-07-2017-0067>

Copyright: © 2026 by the authors. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-4.0 International License (CC - BY 4.0)

