



International Conference on Computing, Artificial Intelligence and Information Systems

Hosted Online from Warsaw, Poland

Date: 11th March, 2026

Website: <https://econferencia.com>

O‘ZBEKISTONDA RAQAMLI TO‘LOV TIZIMLARINING ISTE‘MOLCHILAR XARID QARORLARIGA TA‘SIRINI EMPIRIK TAHLIL QILISH

Yusupova Dilorom

O‘zbekiston Respublikasi Raqobatni rivojlantirish va
iste‘molchilar huquqlarini himoya qilish qo‘mitasi huzuridagi
Raqobat siyosati va iste‘molchilar huquqlari tadqiqotlari markazi

ORCID: 0009-0002-1886-2840

dilorom.yusupova7777@gmail.com

Kirish

Raqamli iqtisodiyotning jadal rivojlanishi sharoitida to‘lov tizimlari zamonaviy savdo munosabatlarining muhim infratuzilmaviy elementi sifatida shakllanmoqda. Mobil bank xizmatlari, elektron hamyonlar hamda QR-kod orqali to‘lov texnologiyalarining keng joriy etilishi iste‘molchilarning xarid qilish jarayonini sezilarli darajada soddalashtirdi.

Bugungi kunda O‘zbekistonda Click, Payme, Uzum Pay, Paynet kabi raqamli to‘lov tizimlarining faol rivojlanishi elektron tijorat bozorining kengayishiga ham sezilarli turtki bermoqda. Natijada to‘lov jarayonining tezligi, xavfsizligi hamda foydalanish qulayligi iste‘molchilarning xarid qarorlariga bevosita ta‘sir ko‘rsatuvchi omillardan biriga aylanmoqda.

Shu bilan birga, raqamli to‘lov tizimlarining iste‘molchilar xulq-atvoriga qanday darajada ta‘sir ko‘rsatayotganini empirik jihatdan o‘rganish ilmiy jihatdan dolzarb masala hisoblanadi. Mazkur tadqiqotning asosiy maqsadi O‘zbekiston sharoitida raqamli to‘lov tizimlarining iste‘molchilar xarid qarorlariga ta‘sir



International Conference on Computing, Artificial Intelligence and Information Systems

Hosted Online from Warsaw, Poland

Date: 11th March, 2026

Website: <https://econferencia.com>

etuvchi omillarini aniqlash va ularning xarid faolligiga ta'sirini empirik baholashdan iborat.

Tadqiqot metodologiyasi

Tadqiqot doirasida 50 nafar respondent o'rtasida onlayn so'rovnoma o'tkazildi. So'rovnoma savollari Likertning besh balli shkalasi asosida tuzilib, respondentlar 1 — “mutlaqo qo'shilmayman” dan 5 — “to'liq qo'shilaman” gacha baholash imkoniyatiga ega bo'ldilar.

Tadqiqot jarayonida iste'molchilar xulq-atvoriga ta'sir etuvchi omillarni miqdoriy baholash maqsadida quyidagi integral indekslar ishlab chiqildi:

- raqamli to'lov tizimlariga ishonch indeksi;
- to'lov tezligi va qulayligi indeksi;
- tranzaksiya xavfsizligi indeksi;
- cashback va bonuslar ta'siri indeksi;
- iste'molchilarning xarid faolligi indeksi.

Har bir indeks tegishli savollar bo'yicha o'rtacha arifmetik qiymatni hisoblash orqali shakllantirildi. Empirik ma'lumotlar tavsifiy statistika, korrelyatsion tahlil hamda OLS regressiya modeli yordamida tahlil qilindi.

Mazkur metodologiya iste'molchilarning raqamli to'lov tizimlariga munosabatini tizimli ravishda baholash hamda turli omillarning xarid qarorlariga ta'sir darajasini aniqlash imkonini berdi.

Tadqiqot natijalari va tahlil

Empirik tahlil natijalariga ko'ra, barcha indekslar bo'yicha o'rtacha qiymatlar 1–5 shkalada 3,8–4,2 diapazonida shakllangan bo'lib, bu respondentlarning raqamli to'lov tizimlariga umumiy munosabati ijobiy ekanini ko'rsatadi.



International Conference on Computing, Artificial Intelligence and Information Systems

Hosted Online from Warsaw, Poland

Date: 11th March, 2026

Website: <https://econferencia.com>

Eng yuqori o‘rtacha qiymat to‘lov tezligi va qulayligi indeksida kuzatildi. Bu holat iste‘molchilar uchun to‘lov jarayonining tezligi va soddaligi muhim omil ekanini tasdiqlaydi. Ayniqsa, mobil ilovalar orqali bir necha soniya ichida amalga oshiriladigan to‘lovlar iste‘molchilarning xarid jarayonini sezilarli darajada yengillashtirmoqda.

Shuningdek, cashback va bonuslar indeksi ham yuqori ko‘rsatkichlarni namoyon etdi. Bu natija raqamli to‘lov tizimlari tomonidan taklif etilayotgan rag‘batlantiruvchi mexanizmlar iste‘molchilar xarid faolligini oshirishda muhim rol o‘ynashini ko‘rsatadi.

Korrelyatsion tahlil natijalariga ko‘ra, iste‘molchilarning xarid faolligi bilan eng kuchli ijobiy bog‘liqlik cashback va bonuslar omiliga tegishli ekani aniqlangan. To‘lov tezligi omili ham sezilarli ijobiy ta‘sir ko‘rsatgan.

OLS regressiya modeli natijalari cashback va bonuslar omili hamda to‘lov qulayligi iste‘molchilarning xarid faolligiga statistik jihatdan ahamiyatli ta‘sir ko‘rsatishini tasdiqladi. Xavfsizlik omilining ta‘siri ijobiy bo‘lsada, uning statistik ahamiyati nisbatan pastroq darajada ekanligi kuzatildi.

Mazkur natijalar shuni ko‘rsatadiki, raqamli to‘lov tizimlarida iste‘molchilar uchun rag‘batlantiruvchi mexanizmlar hamda qulaylik darajasi asosiy determinantlar sifatida namoyon bo‘lmoqda.

Xulosa

O‘tkazilgan empirik tadqiqot natijalari O‘zbekistonda raqamli to‘lov tizimlarining iste‘molchilar xarid xulq-atvoriga sezilarli ta‘sir ko‘rsatayotganini tasdiqladi.

Tahlil natijalariga ko‘ra, iste‘molchilar uchun to‘lov jarayonining tezligi va qulayligi eng muhim omillardan biri hisoblanadi. Shuningdek, cashback va bonus



International Conference on Computing, Artificial Intelligence and Information Systems

Hosted Online from Warsaw, Poland

Date: 11th March, 2026

Website: <https://econferencia.com>

tizimlari iste'molchilarning xarid faolligini rag'batlantirishda muhim rol o'ynaydi.

Raqamli to'lov tizimlarining rivojlanishi elektron tijorat bozorining kengayishiga xizmat qilmoqda. Shu sababli to'lov tizimlarining funksional imkoniyatlarini kengaytirish, tranzaksiyalar xavfsizligini kuchaytirish hamda rag'batlantiruvchi marketing mexanizmlarini rivojlantirish elektron savdo infratuzilmasining barqaror rivojlanishiga xizmat qiladi.

Kelgusida tadqiqot modelini iste'molchilarning raqamli moliyaviy savodxonligi, platformalararo integratsiya hamda fintech innovatsiyalarining ta'siri kabi qo'shimcha omillar bilan kengaytirish maqsadga muvofiqdir.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Kotler P., Keller K. Marketing Management.
2. Schiffman L., Wisenblit J. Consumer Behavior.
3. Turban E. Electronic Commerce: A Managerial Perspective.
4. Davis F. Technology Acceptance Model.
5. Venkatesh V. Unified Theory of Acceptance and Use of Technology.
6. Tadqiqot muallifi tomonidan o'tkazilgan so'rovnoma materiallari.