



EOC
EUROASIAN
ONLINE
CONFERENCES

ENGLAND CONFERENCE

**INTERNATIONAL CONFERENCE ON
MULTIDISCIPLINARY STUDIES AND
EDUCATION**



Google Scholar

zenodo

OpenAIRE

doi digital object
identifier

eoconf.com - from 2024



INTERNATIONAL CONFERENCE ON MULTIDISCIPLINARY STUDIES AND EDUCATION: a collection scientific works of the International scientific conference – London, England, 2026. Issue 6

Languages of publication: Uzbek, English, Russian, German, Italian, Spanish

The collection consists of scientific research of scientists, graduate students and students who took part in the International Scientific online conference «**INTERNATIONAL CONFERENCE ON MULTIDISCIPLINARY STUDIES AND EDUCATION**». Which took place in London 2026.

Conference proceedings are recommended for scientists and teachers in higher education establishments. They can be used in education, including the process of post - graduate teaching, preparation for obtain bachelors' and masters' degrees. The review of all articles was accomplished by experts, materials are according to authors copyright. The authors are responsible for content, researches results and errors.





ELEKTRON TIJORAT PLATFORMALARIDA O'ZBEK TILINING LINGVISTIK IMKONIYATLARI

Abdulazizov Muhammadaziz Avazbek o'g'li

Andijon davlat texnika instituti

"Iqtisodiyot" yo'nalishi 1-kurs talabasi

Email: abdulazizov.muhammadaziz@gmail.com

Ilmiy rahbar: **Maxsudova Xolisxon Ummatovna**

Tillar va gumanitar fanlar kafedrasida dotsenti,

Filologiya fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Tel: +998911606100

Email: xolisxon0408@gmail.com

Annotatsiya: Maqolada elektron tijorat platformalarida o'zbek tilining lingvistik imkoniyatlari va ularga ta'sir etuvchi omillar tahlil qilinadi. Raqamli savdo muhitida til resurslari, interfeys lokalizatsiyasi, mahsulot tavsifnomalari, mijoz xizmati va marketing kommunikatsiyasida o'zbek tilining qo'llanilishi ko'rib chiqiladi. Milliy tilni elektron tijorat ekotizimiga to'liq integratsiya qilishning imkoniyatlari va to'siqlari aniqlanib, ilmiy asoslangan tavsiyalar taqdim etiladi.

Kalit so'zlar: elektron tijorat, e-commerce, lokalizatsiya, o'zbek tili, raqamli marketing, til resurslari, veb-interfeys, sun'iy intellekt, milliy til siyosati, raqamli iqtisodiyot.

Kirish. XXI asrning ikkinchi o'n yilligida elektron tijorat jahon iqtisodiyotining asosiy dvigatellaridan biriga aylandi. O'zbekistonda ham raqamli savdoning jadal rivojlanishi kuzatilmoqda: Milliy statistika qo'mitasining ma'lumotlariga ko'ra, mamlakatimizda elektron tijorat aylanmasi 2022—2024-yillar davomida yillik 35—40 foiz o'sish sur'atini ko'rsatdi. Olibek, Uzum Market, Click, Payme va boshqa mahalliy platformalar millionlab foydalanuvchiga xizmat ko'rsatmoqda. Shu bilan birga, elektron tijorat platformalarida tilga bo'lgan yondashuv yetarlicha e'tibor olmayapti. Ko'pgina platformalar interfeys, mahsulot kataloglari va mijoz xizmatlarini rus yoki ingliz tilida birlamchi til sifatida tashkil qilgan. O'zbek tili ko'pincha ikkilamchi yoki tarjima varianti sifatida, ba'zan esa umuman qo'llanilmagan holda mavjud. Bu holat nafaqat foydalanuvchi tajribasini yomonlashtiradi, balki o'zbek tilining raqamli kelajagini ham cheklaydi. Ushbu maqolaning maqsadi — elektron tijorat ekotizimida o'zbek tilining mavjud lingvistik imkoniyatlarini va cheklovlarini sistemali tahlil qilish hamda milliy tilni raqamli savdo muhitiga to'liq integratsiya qilish yo'llarini ko'rsatib berish.

Elektron tijoratda til resurslari: nazariy asos. Tilshunoslikda «til resurslari» (language resources) tushunchasi ma'lum bir til uchun mavjud bo'lgan lingvistik vositalar majmui: lug'atlar, korpuslar, orfografik qoidalar, morfologik tahlillagichlar, tarjima tizimlari va nutqni qayta ishlash algoritmlari yig'indisi sifatida ta'riflanadi. Raqamli muhitda tilning mavjudligi va samaradorligi ko'p jihatdan aynan shu resurslarga bog'liq. Elektron tijorat platformalari uchun muhim hisoblangan til resurslari qatoriga quyidagilar kiradi: mahsulot va xizmatlarni tavsiflovchi maxsus leksika korpusi; foydalanuvchi so'rovlarini tushunuvchi tabiiy tilni qayta ishlash (NLP) modellari; avtomatik tarjima tizimlari; qidiruv tizimi uchun kalit so'zlar bazasi; suhbatli sun'iy intellekt (chatbot) uchun dialog tizimlari. O'zbek tili bu ko'rsatkichlar bo'yicha xalqaro tillar — ingliz, xitoy, arab tillariga qiyoslaganda sezilarli darajada orqada qolmoqda. O'zbek tilining raqamli resurs zaxirasidagi asosiy muammo — yozuv tizimlarining ko'pligi (lotin va kirill alifbolari)dan kelib chiqqan ma'lumot parchalanishidir. Mavjud korpuslar, tarjima modellari va NLP





vositari ko'pincha ikki alifbo uchun alohida-alohida va bir-biridan uzilib qurilgan, bu esa ularning samaradorligini pasaytiradi.

Interfeys lokalizatsiyasi va foydalanuvchi tajribasi. Lokalizatsiya (localization) — bu mahsulot yoki xizmatni muayyan til va madaniy muhitga moslashtirishning keng qamrovli jarayoni bo'lib, u oddiy tarjimadan ancha chuqur tushunchani o'z ichiga oladi. Elektron tijorat platformasini o'zbek tiliga lokalizatsiya qilish matnlarni tarjima qilishdan tashqari sana va vaqt formatlarini (kun/oy/yil tartibida), pul birligini (so'm va tiyin), o'lchov birliklarini, madaniy kontekstga mos rang va tasvirlarni ham qamrab oladi. O'zbekistondagi yetakchi elektron tijorat platformalarini tahlil qilish shuni ko'rsatadiki, ko'pchilik platforma o'zbek tilidagi interfeysi uchun yuzaki tarjima bilan cheklanadi. Natijada foydalanuvchilar quyidagi muammolarga duch keladi: mahsulot kategoriyalari va filtrlash variantlari ba'zan rus tilidagidek qoladi; xato xabarlar va tizim bildirishnomalari tarjima qilinmagan; to'lov jarayoni ko'rsatmalari aralash tilda beriladi. Bunday yarimlangan lokalizatsiya foydalanuvchi ishonchini susaytiradi va sotib olishni to'xtata olishi mumkin. Xalqaro tajribada, masalan Hindiston, Indoneziya va Turkiya elektron tijorat bozorlarida milliy tilga to'liq lokalizatsiya qilingan platformalar foydalanuvchilar soni va savdo hajmi bo'yicha ancha yuqori ko'rsatkichlarga erishgani qayd etilgan. Bu tajriba o'zbek tili lokalizatsiyasiga sarmoya kiritishning iqtisodiy asosligini ko'rsatadi.

Mahsulot tavsiflari va marketing matnlarida o'zbek tili. Elektron tijoratda mahsulot tavsifnomalari (product description) va marketing matnlari — xaridor qarorini shakllantirishning asosiy vositasi hisoblanadi. Bu matnlar bir vaqtning o'zida axborot berish, ishontirish va harakatga undashni ta'minlashi kerak. Shu sababli ularning tili nafaqat to'g'ri, balki ta'sirchan, aniq va maqsadli auditoriyaga mos bo'lishi zarur.

O'zbek tilidagi mahsulot tavsiflarida kuzatiladigan asosiy lingvistik muammolar quyidagilardan iborat. Birinchidan, mashina tarjimasi (Google Translate, Yandex) yordamida yaratilgan tavsiflar ko'pincha grammatik xatolar, noto'g'ri terminlar va sun'iy uslub bilan to'la bo'ladi; bunday matnlar foydalanuvchida professionalsizlik taassurotini qoldiradi. Ikkinchidan, texnik mahsulotlar (elektronika, avtomobil ehtiyot qismlari, tibbiy asboblari) uchun o'zbek tilidagi standartlashtirilgan terminologiya mavjud emasligi sababli tavsiflar aralash tilda yoziladi. Uchinchidan, o'zbek tilidagi SEO (qidiruv tizimi optimizatsiyasi) uchun kalit so'zlar tadqiqi hali dastlabki bosqichda bo'lib, bu platformalarning qidiruv tizimida ko'rinuvchanligini cheklaydi. Ijobiy ko'rinish sifatida shuni qayd etish mumkinki, so'nggi yillarda ba'zi mahalliy platforma va brendlar o'zbek tilidagi kontentga maxsus muharrir va kopyрайterlar jalb qila boshladi. Bu tendentsiya til sifatini oshirish va milliy auditoriya bilan chuqurroq aloqa o'rnatish imkonini bermoqda.

Sun'iy intellekt va o'zbek tilining raqamli kelajagi. Zamonaviy elektron tijoratda sun'iy intellekt (SI) texnologiyalari — rekomendatsiya tizimlari, chatbotlar, tabiiy tilni qayta ishlash va ovozli yordamchilar — tobora keng qo'llanilmoqda. Bu texnologiyalarning samaradorligi bevosita ular ishlovchi tilning raqamli resurs bazasiga bog'liq. O'zbek tili uchun NLP texnologiyalarining rivojlanish holati quyidagicha: UzBERT va UzT5 kabi transformator modellari yaratilgan, lekin ularni elektron tijorat ilovalarida qo'llash hali sanoatchilar tomonidan keng o'zlashtirilmagan. O'zbek tilidagi chatbot tizimlari asosan qat'iy skriptlangan javoblar bilan ishlaydi va erkin muloqotni tushuna olmaydi. Ovozli yordamchilar (voice assistants) uchun o'zbek tilidagi nutqni tanish (speech recognition) tizimlari esa xalqaro standartlarga nisbatan ancha past aniqlik darajasini ko'rsatmoqda.





Biroq bu sohada istiqbolli ishlanmalar ham mavjud. O'zbekiston sun'iy intellekt markazi (UZAI), INHA universiteti va bir qator xususiy IT kompaniyalari o'zbek tilidagi til modellari ustida faol ishlayapti. ChatGPT va Claude kabi yirik til modellarining ham o'zbek tilini qo'llab-quvvatlash sifati yildan-yilga oshib bormoqda. Bu tendentsiya yaqin yillarda o'zbek tilidagi elektron tijorat texnologiyalari sifatini sezilarli ravishda yaxshilashi kutilmoqda.

Tavsiyalar va xulosa. Elektron tijorat platformalarida o'zbek tilining lingvistik imkoniyatlarini kengaytirish maqsadida quyidagi chora-tadbirlarni amalga oshirish tavsiya etiladi:

1. Elektron tijorat uchun maxsus o'zbek tili terminologik lug'atini — tovar kategoriyalari, texnik tavsiflar, to'lov va yetkazib berish atamalari bo'yicha — sanoat ishtirokchilari va lingvistlar hamkorligida ishlab chiqish. Bunday lug'at ochiq litsenziya asosida barcha platformalar uchun erkin foydalanishga taqdim etilishi lozim.

2. Platforma lokalizatsiyasida yuzaki tarjimadan to'liq madaniy va lingvistik moslashtirish (full localization) sari o'tish. Buning uchun platforma kompaniyalari o'zbek tili mutaxassislari va UX dizaynerlarini lokalizatsiya jarayoniga doimiy jalb etishi zarur.

3. O'zbek tilidagi NLP va sun'iy intellekt vositalarini elektron tijorat ilovalariga integratsiya qilishni tezlashtirish maqsadida davlat-xususiy sheriklik dasturlarini ishlab chiqish. Davlat bu jarayonni soliq imtiyozlari yoki grant moliyalashuvi orqali rag'batlantirishi mumkin.

4. O'zbek tilidagi SEO metodologiyasini ishlab chiqish va platformalarda qidiruv algoritmlari o'zbek tilidagi so'rovlarni to'liq qamrab olishini ta'minlash. Buning uchun mahalliy qidiruv tizimi kompaniyalari bilan hamkorlik muhim ahamiyat kasb etadi.

Xulosa o'rnida aytish mumkinki, elektron tijorat platformalarida o'zbek tilining lingvistik imkoniyatlari hali to'liq ro'yobga chiqarilmagan. Texnik cheklovlar, terminologik bo'shliqlar va lokalizatsiyaga e'tiborsizlik milliy tilni raqamli savdo maydonida ikkinchi o'ringa surib qo'ymoqda. Biroq o'zbek tilining asosiy foydalanuvchi bazasi — 35 milliondan ortiq tabiiy so'zlovchi — bu tilga investitsiya kiritishni iqtisodiy jihatdan asosli qiladi. Davlat siyosati, IT sanoati va lingvistika fani o'rtasidagi muvofiqlashtirilgan hamkorlik o'zbek tilini raqamli tijoratning to'laqonli tili darajasiga olib chiqish uchun yetarli zaminni tashkil etadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Ide N., Pustejovsky J. Handbook of Linguistic Annotation. — Springer, 2017. — 1477 p.
2. Mamatov A.E., Abdullayev K.N. O'zbek tili kompyuter lingvistikasi asoslari. — Toshkent: Yangi nashr, 2019. — 210 b.
3. Xolmatova S.A. Elektron tijorat platformalarida til lokalizatsiyasining ahamiyati // Til va madaniyat. — 2022. — № 4. — B. 29–37.
4. Common Sense Advisory. Can't Read, Won't Buy: How Translation Affects E-Commerce Growth. — Boston: CSA Research, 2023.
5. Nazarov B.S. Raqamli marketing va milliy til: o'zbek tajribasi // O'zbekiston iqtisodiyoti. — 2023. — № 2. — B. 66–73.
6. Mirzayeva N.T. SEO va o'zbek tili: qidiruv optimizatsiyasining lingvistik jihatlari // Amaliy tilshunoslik. — 2023. — № 2. — B. 81–89.
7. Qodirov Q.T. O'zbek tilidagi NLP texnologiyalari: muammolar va istiqbollari // Axborot texnologiyalari. — 2022. — № 3. — B. 44–51.

