



Tashkent State
Economic University



Tadqiqot.uz



Tashkent Institute
of Finance



Tashkent State
Institute of Oriental
Studies

(DEUZ) «РАҶАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ: ЯНГИ ЎЗБЕКИСТОННИ ЯНГИ
ТЕХНОЛОГИЯЛАР, ПЛАТФОРМАЛАР ВА БИЗНЕС МОДЕЛЛАРИ
ОРҚАЛИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ ЯНГИ БОСҚИЧИ»
МАВЗУСИДАГИ ХАЛҚАРО ИЛМИЙ - АМАЛИЙ КОНФЕРЕНЦИЯ
26 ФЕВРАЛ, 2020 | ТОШКЕНТ

МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
НА ТЕМУ «ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА: НОВЫЙ ЭТАП РАЗВИТИЯ
НОВОГО УЗБЕКИСТАНА ПОСРЕДСТВОМ НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ,
ПЛАТФОРМ И БИЗНЕС МОДЕЛЕЙ» (DEUZ)
26 ФЕВРАЛЬ, 2020 | ТАШКЕНТ

INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL CONFERENCE ON "DIGITAL
ECONOMY: A NEW STAGE IN DEVELOPMENT OF NEW UZBEKISTAN
THROUGH NEW TECHNOLOGIES, PLATFORMS AND BUSINESS
MODELS" (DEUZ)
FEBRUARY 26, 2020 | TASHKENT



**(DEUZ) «РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ: ЯНГИ ЎЗБЕКИСТОННИ
ЯНГИ ТЕХНОЛОГИЯЛАР, ПЛАТФОРМАЛАР ВА БИЗНЕС
МОДЕЛЛАРИ ОРҚАЛИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ
ЯНГИ БОСҚИЧИ» МАВЗУСИДАГИ ХАЛҚАРО
ИЛМИЙ - АМАЛИЙ КОНФЕРЕНЦИЯНИНГ
МАТЕРИАЛЛАРИ
2-ҚИСМ**

**МАТЕРИАЛЫ МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-
ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ НА ТЕМУ «ЦИФРОВАЯ
ЭКОНОМИКА: НОВЫЙ ЭТАП РАЗВИТИЯ НОВОГО
УЗБЕКИСТАНА ПОСРЕДСТВОМ НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ,
ПЛАТФОРМ И БИЗНЕС МОДЕЛЕЙ» (DEUZ)
ЧАСТЬ-2**

**MATERIALS OF INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL
CONFERENCE ON «DIGITAL ECONOMY: A NEW STAGE IN
DEVELOPMENT OF NEW UZBEKISTAN THROUGH NEW
TECHNOLOGIES, PLATFORMS AND BUSINESS MODELS»
(DEUZ)
PART-2**

ТОШКЕНТ-2020

Рақамли иқтисодиёт: янги Ўзбекистонни янги технологиялар, платформалар ва бизнес моделлари орқали ривожлантиришнинг янги босқичи [Тошкент; 2020]

Рақамли иқтисодиёт: янги Ўзбекистонни янги технологиялар, платформалар ва бизнес моделлари орқали ривожлантиришнинг янги босқичи мавзусидаги халқаро илмий – амалий конференциянинг материаллари тўплами, 26 февраль 2020 йил. - Тошкент: Tadqiqot, 2020. - 97 б.

Маъсул мұҳаррир:

К.А.Шарипов

Тошкент давлат иқтисодиёт университети ректори

Конференция таҳрир кенгаши аъзолари:

С.С.Гулямов

Кадрлар малакасини ошириш ва статистик тадқиқотлар институти кафедраси мудири, ЎзР ФА академиги, иқтисодиёт фанлар доктори, профессор

Ш.И.Мустафақулов

"Университет 3.0" халқаро ўқув, илмий-инновацион тадқиқотлар маркази директори иқтисодиёт фанлар доктори, профессор

Ш.Ф.Файзиев

Tadqiqot.uz директори, юридик фанлар доктори, доцент

Ж.И. Каримқулов

ТМИ Магистратура бўлими бошлиғи, иқтисодиёт фанлар доктори (DSc), профессор

Н.Г. Каримов

ТДИУ профессори, иқтисодиёт фанлар доктори

С.К. Худойқулов

ТДИУ Касаба уюшмаси қўмитаси раиси, иқтисодиёт фанлар доктори

И.С. Хотамов

Саноат иқтисодиёти кафедраси доценти, иқтисодиёт фанлар номзоди

М.К. Абдулаев

Иқтисодиётда ахборот технологиялари кафедраси мудири, иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD)

Х. Воҳидова

Тошкент давлат шарқшунослик институти ўқитувчisi, иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD)

Саҳифаловчи: Хуршид Мирзахмедов

Тўпламга киритилган мақола ва тезислардаги маълумотларнинг хаққонийлиги ва иқтибосларнинг тўғрилигига муаллифлар масъуллар.

© Муаллифлар жамоаси

© Tadqiqot.uz

**2-СЕКЦИЯ. БАНК ВА МОЛИЯ ТИЗИМИДА РАҚАМЛИ
ТЕХНОЛОГИЯЛАРДАН ФОЙДАЛАНИШНИНГ
ИННОВАЦИОН ЁНДАШУВЛАРИ**

1.Дадабаева Р.А

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ
УПРАВЛЕНИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ С КЛИЕНТАМИ
(CRM- CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT) В РЕЖИМЕ
ОНЛАЙН.....6

2.Guzal A. Bekmurodova

DIGITAL MARKETING STRATEGIES IN COMMERCIAL BANKS.....11

3.Elomonov Eldor Ilyos o'g'li, Sodikov Zokir Rustamovich,

RAQAMLI TIZIMNI ISLOM IQTISODIYOTIDA
QO'LLASHNING AFZALLIKLARI.....14

4.Мухитдинов Шохижон Худоёр ўғли

ХИЗМАТ КЎРСАТИШ КОРХОНАЛАРИДА РАҚАМЛИ
БОШҚАРИШ ЖАРАЁНЛАРИ.....17

5.Примова Нигора

БУХГАЛТЕРИЯ РИВОЖИГА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТНИНГ
ТАЪСИРИ.....21

6.Сатывалдыева Д.А.

РЕФОРМИРОВАНИЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫХ ОСНОВ ИНФОРМАЦИОННО-
КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ УЗБЕКИСТАН НА ПУТИ
К ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ.....27

7.Султанов Муроджон Бахтиярович,

ЁҚИЛГИ-ЭНЕРГЕТИКА МАЖМУАСИ КОРХОНАЛАРИДА
ЁҚИЛГИ-ЭНЕРГЕТИКА РЕСУРСЛАРИ ОҚИМИНИ
БОШҚАРИШ ЖАРАЁНЛАРИНИ РАҚАМЛАШТИРИШ.....30

8.Абдуллаев Улмас Алишерович

ҚОРАҚАЛПОҒИСТОН РЕСПУБЛИКАСИДА КИЧИК БИЗНЕСНИ
ВА ТАДБИРКОРЛИКНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА ЎЗ-ЎЗИНИ
ТАШКИЛ ЭТИШ КОРХОНАЛАРИНИНГ ТИЗИМИНИ ЯРАТИШ.....34

9.Абдусаломова Нодира Баходировна

МЕТАЛЛУРГИЯ САНОАТИ КОРХОНАЛАРИДА МАҲСУЛОТНИ
ҲИСОБГА ОЛИШНИ ИЧКИ НАЗОРАТ ҚИЛИШ УЧУН
АХБОРОТ ТИЗИМИ.....41

10.Каландаров Абдулла Бахтиёрович

БАНК ТИЗИМИНИНГ РАҚАМЛИ ТРАНСФОРМАЦИЯСИ.....47

11.Латипова Шахноза Махмудовна

ЛИЗИНГ ХИЗМАТЛАРИ БОЗОРИДА РАҚАМЛИ
ТЕХНОЛОГИЯЛАРНИ ЖОРИЙ ЭТИШ МАСАЛАЛАРИ.....52

12.Обилов Миркомил Абдурашидович

ҮЙ ХЎЖАЛИКЛАРИНИНГ ИҚТИСОДИЙ ФАОЛЛИГИНИ ОШИРИШ
ВА ТРАНСАКЦИОН ХАРАЖАТЛАРИНИ ПАСАЙТИРИШДА
РАҚАМЛИ ТЕХНОЛОГИЯЛАРДАН ФОЙДАЛАНИШ.....56

13.Отакузиева Зухра Маратдаевна	
ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ СОВРЕМЕННЫХ ИКТ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ УЗБЕКИСТАНА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ.....	60
14.Khujanazarova N., Rakhimov Ibrohim	
ORGANIZATION OF ADVERTIZING IN THE PROVISION OF THE POSTAL SERVICE.....	65
15.Файзуллаев Қ.А.,	
РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА БАНКЛАРНИНГ РОЛИ.....	74
16.Khodjakulova Feruza Rustamovna, Adizov Azizjon Rajab ugli	
THE IMPORTANCE OF DIGITAL ECONOMY IN DEVELOPMENT OF DOMESTIC TOURISM.....	77
17.Xurramov Azizbek Muhiddin o'gli, Muratov Shukrullo Abduraimovich	
RAQAMLI IQTISODIYOT VA AXBOROT TEXNOLOGIYALARINING AGRAR SEKTORDAGI O'RNI VA ROLI.....	80
18.Косимова Д.С.	
РАСШИРЕНИЕ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО БИЗНЕСА ПРИ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ.....	84
19.Rakhimboev Sardor Kahramonovich, Mirzarakhimova Aziza Azimdjanovna	
OPPORTUNITIES AND CHALLENGES THAT AFFECT THE DEVELOPMENT OF THE DIGITAL ECONOMY IN COMMERCIAL BANKS.....	88
20.Сафарова Тумарис Рустамкуловна	
ЭТНОМАДАНИЙ ТУРИЗМ ВА УНИ РАҚАМЛАШТИРИШ: ГРУЗИЯ ВА РОССИЯ ТАЖРИБАСИ.....	93



2-СЕКЦИЯ. БАНК ВА МОЛИЯ ТИЗИМИДА РАҚАМЛИ ТЕХНОЛОГИЯЛАРДАН ФОЙДАЛАНИШНИНГ ИННОВАЦИОН ЁНДАШУВЛАРИ

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ С КЛИЕНТАМИ (CRM- CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT) В РЕЖИМЕ ОНЛАЙН

Дадабаева Р.А

к.э.н., доцент

Ташкентский Государственный
Экономический Университет,
Узбекистан, г. Ташкент
Ranodadabaeva@Yandex.ru



<http://dx.doi.org/10.26739/2181-9491-2020-SI-2-1>

АННОТАЦИЯ

Рассматривается основные процедуры интернет-маркетинга, реализуемые в режиме онлайн с использованием CRM системы. Отмечается, что в условиях динамично изменяющейся внешней и внутренней среды задачи интернет-маркетинга зачастую реализуются в условиях неопределенности. Приводятся основные функции информационно-аналитических систем (ИАС). Рассматриваются знание-ориентированные (когнитивные) информационные технологии (ИТ), используемых в ИАС для решения задач интернет-маркетинга неструктурированного типа.

Ключевые слова. CRM система, предконтрактные услуги, хронологичность, распределенность, неструктурированные задачи, знание-ориентированные (когнитивные) ИТ, хранилища и витрины данных, аналитическая обработка в реальном времени, интеллектуализация систем, информационно-аналитическая система.

Введение. Обеспечение стабильного и эффективного формирования спроса и продвижения товаров и услуг на рынки с целью удовлетворения потребностей клиентов (потребителей, покупателей), является основой для получения компанией прибыли. Одним из путей повышения эффективности этих задач маркетинговой деятельности является оптимизация коммуникативных услуг, предоставляемых на сайте компании. Они направлены на осуществление взаимодействия компаний со всеми клиентами - заказчиками, являющимися субъектами заключения контрактов. Для этого используются технологии CRM-Customer Relationship Management. В настоящее время средой реализации указанных коммуникативных услуг являются интернет-технологии. Они обеспечивают не только продвижение продукции, но и непосредственное взаимодействие со своими клиентами.

Для активного повышения эффективности своей деятельности как за счет



привлечения новых клиентов и партнеров, так и за счет увеличения оборотов и предоставления более широкого спектра услуг и расширения сотрудничества с имеющимися клиентами и партнерами, важным для компаний является регистрация клиентов и их заказов/заявок на своем сайте, а также подача и мониторинг соответствующих онлайн-заявок контрагентами. Указанные процедуры интернет-маркетинга существенно облегчают работу клиентов, а также позволяют маркетологам компаний сократить время получения и обработки заявок и минимизировать влияние ошибок "человеческого фактора" [1]. CRM систему успешно используют в своей деятельности такие известные зарубежные компании как Adidas, American Express, Coca-Cola, Ford Motor Company, General Motors, Sharp Electronics и др.

Основными процедурами интернет-маркетинга являются генерация лидов (lead-generation) и лид-менеджмент. Лидом принято называть клиента, оставившего на сайте свою заявку или заполнившего форму регистрации [2].

Существующие в настоящее время сайты выполняют, в основном, рекламную функцию. Для совершенствования и увеличения сферы услуг следует расширить их функции путем генерирование лидов на самих сайтах. Это позволит осуществлять более оперативную маркетинговую аналитику поступающих заявок клиентов.

Рассмотрим порядок функционирования CRM в режиме онлайн на примере международного опыта.

Онлайн режим подачи заявок состоит из следующих этапов:

- 1) Клиент заходит на сайт прямой ссылкой на постороннем ресурсе, через поисковую систему либо прямым входом по адресу сайта.
- 2) Клиент просматривает информационную часть сайта для анализа возможного предстоящего сотрудничества с компанией.
- 3) Клиент проходит регистрацию на сайте, где заполняет первичные данные о своей компании и производит генерацию льда. Эти данные о клиентах (лиды) заносятся в единую базу данных клиентов компании для дальнейшего осуществления маркетинговой деятельности.
- 4) После регистрации клиент может послать соответствующую онлайн-заявку на сайте. Онлайн-заявка содержит идентификационный номер компании и цели заявки: реквизиты продукции или услуг на импорт или экспорт в зависимости от типа клиента.

Описанный процесс подачи онлайн-заявок является рентабельным, прежде всего, с точки зрения снижения бюрократических и временных факторов, которые могут возникнуть при принятии заявки непосредственно в самой компании. Также с учетом растущей активности компаний на международном рынке, включающие в себя факторы географического и экономического характера, растет необходимость в упрощении предоставления предконтрактных услуг для импортеров и экспортёров, находящихся в разных городах и странах. Онлайн-заявка позволяет предоставлять всю необходимую оперативную информацию непосредственно в базе данных клиентов компании, а также доступ к ее данным всем отделам компании.

Отдел маркетинга компании по изучению, анализу и мониторингу конъюнктуры клиентов мировых рынков (спросу и предложений на продукцию компании) получает возможность непосредственного доступа ко всей информации о клиентах, количестве компаний, подавших заявки, количестве зарегистрированных на сайте



компаний экспортеров и импортеров и т.д. На основании этих данных формируются аналитические отчеты, которые представляются в отделы конъюнктуры поставщиков и клиентов. Такая аналитическая информация является основой для принятия соответствующих маркетинговых решений.

Современный этап развития общества характеризуется тенденцией глобализации, увеличения взаимосвязей, динамичностью изменения вызовов внутренней и внешней среды, увеличения объема и типов информации, описывающей указанные процессы. Эта информация характеризуется большим объемом, разнородностью, временной хронологичностью и территориальной распределенностью, а также неопределенностями (неполнотой, статистичностью, неточностью, противоречивостью и нечеткостью, обусловленной качественными оценками в лингвистической форме). Информация этого типа относится к категории Imperfect (Incomplete) Information - Несовершенной (Неполной) информации. Это обусловило появление так называемых неструктурированных задач, таких как анализ, оценка и прогнозирование развития процессов, а также принятия решений в условиях неопределенности с целью достижения стратегических и тактических целей. Для решения таких задач необходимы не только данные и информация об анализируемых процессах, но и знания, которые можно разделить на три класса: традиционные - детерминированные (учебники, монографии, журнальные статьи и т.д.), экспертные - (лингвистические качественные оценки, основанные на опыте) и выявленные, описывающие скрытые взаимосвязи между исходными данными (параметрами и функциональными компонентами) этих процессов с помощью эвристических моделей. Знания первого типа относят к формализуемым, а второго и третьего - к неформализуемым (неструктурным) или трудно (слабо) формализуемым.

Для решения неструктурных задач создаются новые интеллектуальные, знание-ориентированные (когнитивные) информационные технологии и системы (ИТ и ИС) для аналитической обработки, систематизации, структуризации, анализа и хранения больших объемов разнородных многомерных данных, информации и знаний; прогнозирования и оценки исследуемых процессов; принятия стратегических и тактических решений неструктурированной природы, электронного документооборота и защиты информации. Интеллектуальные ИТ и ИС основаны на теории искусственного интеллекта, экспертных знаниях, природно-биологических механизмах логического вывода, эволюции, обучения и поведения с целью оптимизации и адаптации к изменяющейся среде. Ядром таких технологий являются "Природные и Мягкие вычисления (Natural / Soft Computing)", объединяющие методы нечеткой логики и вывода, нейросетевые вычисления, эволюционные (генетические) и поведенческие - роевого интеллекта (Swarm intelligence): муравьиные и пчелиные алгоритмы, а также алгоритмы иммунокомпьютинга, ДНК-вычислений и др.

Когнитивные технологии предусматривают представление данных и знаний в виде информационных, математических или имитационных моделей: хранилища и витрин данных (Data Warehouse and Data Mart), Больших данных (Big Data), аналитической обработки в реальном времени (On-Line Analytical Processing - OLAP), анализа данных и знаний (DataMining, Knowledge Discovery in Databases) [3-6].

ИС, использующие когнитивные технологии, относятся к классу информационно-аналитических систем (ИАС). Они позволяют более углубленно



осуществлять анализ, прогнозирование и оценку состояний и принимать адекватные анализируемым ситуациям решения на стратегическом и тактическом уровнях.

ИАС включает подсистемы: сбора и накопления данных из внешней среды, аналитической обработки и хранения данных (электронные информационные ресурсы - ЭИР), оперативного анализа процессов, поддержки принятия решений, интерфейс для пользователей (лиц, принимающих решения: менеджеров, экспертов и др.), а также коммуникационную подсистему для взаимодействия с ИАС других организаций и корпораций, составляющих в совокупности глобальную корпоративную информационную систему организаций [8].

Интеллектуализация подсистемы анализа процессов интернет-маркетинга предполагает использование обработанных и хранимых в ЭИР данных для интеллектуального анализа и оценки текущих и прогнозируемых состояний исследуемых процессов. Для этого перспективным представляется развитие интеллектуальных технологий Business Intelligence and Analytics путем дополнения их современными технологиями Природных и Мягких вычислений. Это позволит повысить эффективность решения задач ситуационного и имитационного моделирования, классификации, прогнозирования и оценки ситуаций с целью формирования возможных рекомендаций для принятия управленческих решений.

Интеллектуализация систем поддержки принятия решений (СППР) предполагает совершенствование интеллектуальных технологий формирования, анализа и оценки возможных альтернатив решений и исходов (результатов реализации решений), а также критериев эффективности реализации решений и их оценок, в том числе представленных в виде нечетких показателей [7-8].

Выводы. Тенденция роста объема и типов информации о внешней и внутренней среде исследуемых процессов, характеризующейся также труднопредсказуемой изменчивостью и несовершенством (наличием неопределенностей), требует дальнейшего совершенствования ИТ и ИС для решения задач интернет-маркетинга путем их интеллектуализации.

Перспективными являются направлениями исследований по интеллектуализации ИТ и ИС являются:

1) совершенствование методов когнитологии: выявления, структурирования, формализации и обработки неформальных знаний, в том числе текстовой и графической информации (Text and WebMining), содержащейся в документах и веб-страницах;

2) создание новых интеллектуальных ИТ анализа, прогнозирования, принятия решений для систем интернет-маркетинга.

Литература

1. Матанцев А.Н. Анализ рынка: Настольная книга маркетолога - М.: "Альфа-Пресс", 2014.)
2. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг: Учебник для бакалавров / М.В. Акулич. - М.: Дашков и К, 2016. - 352с.)
3. Бекмуратов Т.Ф. Интеллектуальные информационные технологии: основные свойства, типы и направления развития // ТАТУ хабарлари / Вестник ТУИТ / TUIT Bulletin. - 2008. - Вып. 1. - С. 7-12.
4. Dasgupta D. Artificial Immune Systems and Their Applications, Springer-Verlag, 1998.



5. John Wang. Encyclopedia of Data Warehousing and Mining. Second Edition, 2009. Montclair State University, USA. Hershey New York. Information Science reference.
6. Барсегян А.А., Куприянов М.С., Холод И.И., Тесс М.Д., Елизаров С.И. Анализ данных и процессов: Уч. пособие. - 3-е издание. - СПб. БХВ-Петербург, 2009. - 512 с.
7. Бекмуратов Т.Ф., Дадабаева Р.А. Методология построения и структурно-функциональной организации корпоративных информационных систем // Современное состояние и перспективы применения информационных систем в управлении: Доклады Республиканской научно-технической конференции. 5-6 сентября 2016. - Джизак, 2016. - С. 224-232.
8. Бекмуратов Т.Ф., Дадабаева Р.А. Концепция построения стратегических систем принятия решений // Проблемы информатики. - Новосибирск, 2016. - № 2. - С. 3-12.



DIGITAL MARKETING STRATEGIES IN COMMERCIAL BANKS

Guzal A. Bekmurodova

Doctoral (DSc) researcher at Department of Banking,

Tashkent State University of Economics, Uzbekistan

Orcid iD 0000-0002-3275-6561

g.bekmurodova@tsue.uz



<http://dx.doi.org/10.26739/2181-9491-2020-SI-2-2>

ABSTRACT

Due to the high competition in the market of banking products, the effective organization of the marketing activities of banks is one of the significant factors for their successful activity in the market. The changing technological and sociocultural environment requires adjustment of current promotion practices, as well as the active introduction of modern methods of promotion. As a result of the development of digital means of data transmission, their active use by the population, the direction of digital marketing is becoming relevant. The article discusses modern methods of promoting banking organizations, analyzes the trends in the use of digital marketing in relation to banking.

Keywords: bank marketing, digital marketing, digital marketing, social media, promotion of banking organizations, marketing mix, marketing activity efficiency.

Digital marketing is a general term used to refer to targeted and interactive marketing of goods and services that uses digital technology to attract potential customers and retain them as consumers. The main objectives of digital marketing are brand promotion and sales growth using various techniques. Digital marketing includes a wide selection of marketing tactics to promote products, services and brands. In addition to mobile technologies, traditional TV and radio, digital marketing methods use the Internet as the main communication intermediary.[1]

Digital marketing of the bank is based on constantly growing and rapidly changing technologies. The same features should be expected from the development and strategies of digital marketing. The following are the most significant points.

1. Segmentation: interest in digital marketing opportunities in market segmentation in order to identify target markets in both B2B, B2C, and P2P (the possibility of using crowdsourcing tools).

2. Influence marketing: societies or people capable of influencing consumer behavior are called opinion leaders.

3. Analysis of the behavior of Internet users (Online Behavioural Advertising, OBA): consists in collecting information about online user activity on various devices and sites in order to deliver advertising messages in accordance with the interests, preferences and needs of the recipients.

4. Collaboration: can be established between organizations, technical service providers, digital agencies to optimize efforts and share resources. Currently, an important factor in creating a marketing strategy is the personalization of advertising space using digital tools.

5. Remarketing: plays a major role in digital marketing. This tactic allows marketers to publish targeted advertising, that is, to show an advertising message to a specific



audience, whose representatives are constantly looking for some information on the network, in particular, information about products and services, or visit sites for other specific purposes.

6. Advertising in games: the most common use cases are billboards in sports games, and advertising built into games can also be manifested in the branding of game objects, such as weapons, cars, clothes.[4]

Instead of the traditional provision of banking services and advising clients through mandatory visits to the branch or by phone, new tools appear: a unique experience in providing services through "direct" sales channels, such as the bank's Internet portals, the introduction of Internet banking, cloud technologies, mobile banking applications, and contactless payments, virtual currencies and many other innovative solutions.

If you look back, you can trace the history of payment systems and digital financial services for the last 20-30 years - from the active introduction of ATMs (ATM), bank cards to the provision of a large volume of services remotely and at any time, with the transition to service in the "24 / 7".

Digital transformation is the main condition for effective work in the banking services market.

This is a fundamentally new model for building a business, a complete rethinking of traditional approaches to solving customer problems, high quality and speed of service.

A new round of evolution in the financial industry leads to digitalization, the transfer of banking products, services, marketing and sales, customer service and operational processes into a digital environment.

Digitalization is gaining momentum and competing with existing traditional business models. The market for mobile and contactless payments, P2P services, digital currencies, etc. is growing rapidly.

Mobility, customer focus, personalization of offers are the main components of the digital bank concept.

In a traditional bank, all services are focused on the bank branch:

- all the experience and knowledge about the client is concentrated in a specific service point, a bank branch;
- the branch or office of the bank is the starting point of interaction with the client;
- location of the bank - the distance to the branch matters, the client must be able to physically reach it;
- digital services are a continuation of the services of the branch where the client is served;
- standardization of products and services;
- Customer knowledge and service experience may vary depending on the service channel.

In a digital bank, everything is focused on the client:

- the client is a center of concentration of customer knowledge and customer experience;
- the client chooses how it is more convenient for him to start interacting with the bank; to start communication, it is not necessary to come to the office;
- the client can be physically anywhere, the distance to the bank office does not matter;
- digital services are at the center of the customer service model, regardless of the branch;
- a line of products and service is created to meet customer needs;



- knowledge about the client and his experience is accumulated at one point, regardless of the service channel.

Consumers will increasingly prefer mobile banking and Internet banking to standard banking.

Digital, user and client experience will become more sophisticated and information-rich.[5]

This implies a well-coordinated digital banking interaction between the consumer and the business, new features focused on the creation of their own cryptocurrencies, biometric authentication systems that do not require a password, services and offers that are geo-referenced, as well as dialog interfaces.

As world practice shows, the main advantages of a digital bank are as follows:

1. Digitization of the bank's business processes - the use of graphical models of the business process, closely integrated with the actual implementation of the business process in information systems (changes take place with a minimum delay in time), as well as the availability of electronic document management, a system for measuring and recording a large amount of information (KPI indicators, operational risks, lists of employees and customers when performing a business process).

2. Products (services) and sales channels are focused on customer self-service and are provided in digital form.

The digital bank includes remote banking services (Internet banking and all related services), mobile applications, Internet acquiring, interbank services, and the quick launch of new products (services) for sale.

3. Qualified personnel - the presence of their own digital teams, combining the competencies of business, IT and marketing, functional teams working together on an ongoing basis. The bank's corporate culture is focused on digital business and innovation.

4. System architecture of the bank - almost all information systems of the bank should be closely integrated with each other, forming a single platform. At the same time, bank partners should be able to develop their own new services and integrate them with the bank's products (services) (for example, providing a service for the sale of construction services and goods when applying for mortgage loans at the bank).

Digital banking allows the user to easily control all their financial transactions, which means that they can control the situation as a whole.

References

1. Rozhkov I. V. Modern trends of informatization of financial marketing // Effective crisis management. 2017. No. 2 (101). - S. 44-47.
2. Nedozrelov A. Financial market: how to "bank" in a crisis? // URL: <https://ksonline.ru/227376/finansovyj-rynok-kak-bankovat-v-krizis/> / (accessed: 04.04.2018)
3. Arnautov A. How personalization of communications and eventification help the bank prepare 150 million marketing offers per night. Conversation with Ruben Bru // FutureBanking Magazine. URL: <http://futurebanking.ru/post/822> (accessed date: 04/04/2018)
4. Kotler F. Marketing 3.0. From products to consumers and further to the human soul. - M: Alpina Business Books, 2012. --205 p.
5. Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice / [Chaffey D. and others] 4th Ed. H.: Pearson, 2012. --579 p
6. Dave Chaffey and PR Smith. Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing. 5th edition. Routledge, 2017



RAQAMLI TIZIMNI ISLOM IQTISODIYOTIDA QO'LLASHNING AFZALLIKLARI.

Elomonov Eldor Ilyos o'g'li,
O'zbekiston xalqaro islam akademiyasi,
"Jahon iqtisodiyoti va xalqaro iqtisodiy
munosabatlar yo'naliishi" 4-kurs talabasi.
Ilmiy rahbar: Sodikov Zokir Rustamovich,
O'zbekiston xalqaro islam akademiyasi dotsenti, i. f. n.



<http://dx.doi.org/10.26739/2181-9491-2020-SI-2-3>

ANNOTATSIYA

Ushbu maqolada raqamli iqtisodiyotning islomiy moliyalashtirish yo'naliishlarida tashkil etilishi va qo'llanilishi haqida ma'lumot beriladi.

Kalit so'zlar: Raqamli iqtisodiyot, islam hamkorlik tashkiloti (OIC), islomiy moliyalashtirish, jahon raqamli iqtisodiyoti, startup, FinTech.

АННОТАЦИЯ

В этой статье представлен обзор создания и применения цифровой экономики в исламских финансах.

Ключевые слова: цифровая экономика, Организация Исламского сотрудничества, исламские финансы, мировая цифровая экономика, startup, FinTech.

ANNOTATION

This article provides an overview of the creation and application of the digital economy in the Islamic finance.

Keywords: digital economy, Organization of Islamic cooperation (OIC), Islamic finance, world digital economy, startup, FinTech.

Axborot - kommunikatsiya sohasining rivojlanishi iqtisodiyotning yuksalishiga to'g'ridan - to'g'ri ta'sir qilmoqda. Bu esa kelajak iqtisodiyot raqamli ko'rinishda bo'lishidan dalolat qiladi. Xo'sh, raqamli iqtisodiyot nima?

Raqamli iqtisodiyot - bu raqamli hisoblash texnologiyalariga asoslanib internet orqali biznesni boshqarish hisoblanadi. Mobil banking, onlayn to'lovlar, mobil ilovalar orqali mijozlarning o'zaro pul ayirboshlashi, bank hisob raqamlari orqali pul o'tkazmalar, tovarlarni buyurtma qilish, ularni sotib olish va pulini to'lash, uni xaridorgacha yetkazib berish va hatto ularga xizmat ko'rsatish ham raqamli iqtisodiyot ko'rinishida bo'ladi. Ma'lumki, iqtisodiyotda xaridorlar turli kategoriyalarga ko'ra farqlanadilar: yoshi, jinsi, irqi, ijtimoiy kelib chiqishi va dini. Bugunga kelib raqamli iqtisodiyot nafaqat moliyalashtirishning an'anaviy tarmoqlarida balki, islomiy moliyalashtirish liniyalarida ham keng qo'llanilmoqda.

Raqamli islam bankingi FinTech (finance&technology) industriyasini vositalaridan foydalangan holda onlayn xizmatlar orqali islam bank xizmatlarini amalga oshirish texnologiyasidir. Islomiy moliyalashtirish hamda islam bankchiligi bir-biriga bog'liqki moliyalashtirishda bank asosiy vositachi hisoblanadi.

"Raqamlashtirish bizning oldimizga uchta maqsadlarni: mahsulotning va xizmatlarning sifatini oshirish, narxlarni tushirish, ma'lumot to'plash va boshqarishni rivojlantirishga



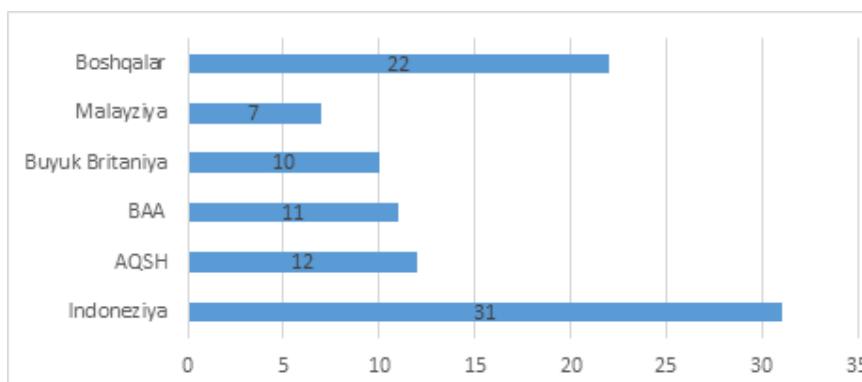
yordam beradi", deb Dubay islom iqtisodiyotini rivojlantirish strategiyasi va loyihalashtirish markazi boshqaruvchisi Said Muborak iqtisodiyotda raqamlashtirishning ahamiyati haqida ta'kidlab o'tgan[1] edi.

2014-yilda raqamli iqtisodiyotning qiymati 1.9 trln dollarni tashkil qilgan bo'lsa, bu ko'rsatkich 2020-yilda 4.3 trln. dollarga yetishi kutilmoqda. Islom hamkorlik tashkiloti (OIC)ga a'zo mamlakatlar ham bu ulushdan chetda qolayotgani yo'q. Bu mamlakatlar 2014-yilda 107 mlrd. dollarlik jahon raqamli iqtisodiyoti xizmatidan foydalangan bo'lsa, 2020-yilga kelib bu ko'rsatkich 277 mlrd. dollarga yetishi prognoz qilinmoqda.



1-rasm. 2014-yilda jahon raqamli iqtisodiyoti ulushi (mlrd)[2].

Nisbatan aholisi dunyo mamlakatlari aholisidan ko'ra yosh bo'lgan muslimon mamlakatlari islomiy moliyalashtirish tizimida startup loyihalarni qo'llashga katta e'tibor bermoqda. Raqamli islom iqtisodiyoti strategik muhim soha bo'lib bir qancha OIC mamlakatlari islomiy moliyalashtirish texnologiyasi (Islamic FinTech)ga qiziqmoqda. Masalan, BAAning Dubay Xalqaro Moliya Markazi islomiy moliyalashtirish texnologiyasidagi startuplar uchun 2018-yilda 100 mln. dollar ajratdi. Malayziya Raqamli Iqtisodiyot Korporatsiyasi davlat boshqaruvidagi korporatsiya bo'lib, ushu mamlakatda raqamli iqtisodiyot muhitini shakllantirish uchun tashkil etilgan. Shuningdek bu korporatsiya halol biznes bilan shug'ullanuvchi tadbirkorlarga sertifikat berishni amalga oshiradi.



2-rasm. Ayrim mamlakatlarda islomiy moliya texnologiyalari (Islamic FinTech) asosida moliyalashtirilgan startup loyihalari soni [3].

Jahonda umumiy hisobda 93 ta Islomiy FinTech startuplari mavjud bo'lib, 31 tasi



Indoneziyada, 12 tasi AQSHda, 11 tasi Birlashgan Arab Amirliklarida, 10 tasi Buyuk Britaniyada, 7 tasi Malayziyada va qolgani esa dunyoning boshqa mamlakatlariga to'g'ri keladi. Startup loyihalari bir qancha sektorlarga ajratilgan bo'lib, bundan 65 tasi biznesni moliyalashtirishga, 15 tasi mol-mulk boshqaruvi (zakot)ga, 8 tasi deposit va transferlarga yo'naltirilgan.

Islom iqtisodiyotida shuningdek mushoraka moliyalashtirish yo'nalishiga asoslangan bir qancha tizimlar mavjud. Misol uchun, kroud-fonding (crowd-funding) bo'lib, bu yo'nalish iqtisodiyotda yangi soha hisoblanadi. Crowd-funding bu kichik biznes va startuplarga venchur (yuqori riskli va yuqori daromadli) kapitallardan investitsiya va kreditlar olishga yordam beradi. Crowd-funding internet orqali kichik firmalarga o'zlarining mablag'larini ko'paytirishga yordam beradi[4]. Shuningdek, islomiy moliyalashtirishda kapital egasi (rab-ul mol) va tadbirkor (mudarib) o'rtasida tuziladigan shartnomma "mudoraba" shartnomasi deyladi. Bu shartnomma yuzasidan bir tomonidan tadbirkor mehnati bilan xizmat qiladi, ikkinchi tomonidan mulk egasi puli bilan qatnashadi.

Raqamli iqtisodiyotni islomiy moliyalashtirish liniyalarida qo'llashlik yangi mijozlarni jalb qilishga yordam beradi. Tadbirkor va kapital egasini bir joyga jamlash, ularning bir-biri bilan muzokaraga qilish uchun maxsus islomiy moliyalashtirishga oid ilovalarni ishlab chiqish yaqin kelajakda bu sohaga qiziquvchilar auditoriyasini kengaytiradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati.

- 1) www.ie.edu/insights/articles/innovation-and-digitalization-in-the-islamic-economy
- 2) www.dinarstandard.com/wpcontent/uploads/2019/05/SALAAM.pdf
- 3) [https://www.dinarstandard.com/wp-content/uploads/2018/12/Islamic-Fintech-Report-2018.pdf](http://www.dinarstandard.com/wp-content/uploads/2018/12/Islamic-Fintech-Report-2018.pdf)
- 4) www.journal.wahedinvest.com/enhancing-the-application-of-musharakah-through-blockchain/



ХИЗМАТ КҮРСАТИШ КОРХОНАЛАРИДА РАҚАМЛИ БОШҚАРИШ ЖАРАЁНЛАРИ

Мухитдинов Шохижон Худоёр ўғли
Муҳаммад ал-Хоразмий номидаги
ТАТУ Қарши филиали "Ахборот технологиялари
сервиси" кафедраси асистенти
Shoxjaxon91@mail.ru



<http://dx.doi.org/10.26739/2181-9491-2020-SI-2-4>

АННОТАЦИЯ

Мақолада хизмат күрсатиш корхоналарида рақамли бошқариш жараёнлари күрсатилған, иқтисодиётнинг асосий омили рақамли маданиятни ривожлантириш ва Замонавий иқтисодиётнинг глобал тенденцияларидан бири рақамли иқтисодиётда хизмат күрсатиш корхоналарининг ривожлантиришни моделларини рақамлаштириш күрсатиб берилған. Хизмат күрсатиш корхоналарини рақамли бошқариш жараёнларини фарқлаш жихатлари ўрганилған.

Калит сўзлари: Рақамли бошқариш жараёнлари, Хизмат күрсатиш корхоналари, эконометрик моделлаштириш, қишлоқ жойлари

ПРОЦЕССЫ ЦИФРОВОГО УПРАВЛЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СФЕРЫ УСЛУГ

АННОТАЦИЯ

В статье изложены процессы цифрового управления на предприятиях сферы услуг, показаны развитие цифровой культуры как основной движущей силы экономики и разработка моделей цифровых услуг в одном из глобальных трендов современной экономики. Изучена дифференциация процессов цифрового управления предприятиями сферы услуг.

Ключевые слова: процессы цифрового управления, предприятия сферы обслуживания, эконометрическое моделирование, сельские районы.

DIGITAL MANAGEMENT PROCESSES AT SERVICE ENTERPRISES

ABSTRACT

The article describes the processes of digital management at enterprises in the service sector, shows the development of digital culture as the main driving force of the economy and the development of models of digital services in one of the global trends of the modern economy. The differentiation of processes of digital management of enterprises in the service sector is studied.

Keywords: digital management processes, service enterprises, econometric modeling, rural areas.

Ҳозирги кунда рақамли иқтисодиёт тушунчаси бир қатор мамлакатларнинг иқтисодий назарияси ва амалиётида пайдо бўлди. Бу рақамли технологияларнинг жадал ривожланиши, ахборот соҳасида инқилоб ва иқтисодиётнинг глобаллашув жараёнларини тезлаштириш билан ажralиб туради. Улардан фойдаланиш



самарадорлиги ортиб бораётган билимга айлантирилди ва ижтимоий-иқтисодий алоқалар тобора кенгайиб бормоқда.

Бозор субъектларининг фаолиятида рақамли иқтисодиётнинг асосий омили рақамли маданиятни ривожлантиришдан иборат. Жамиятни ижтимоий ва иқтисодий ислоҳ қилишнинг ҳозирги босқичида атроф-муҳит жамиятнинг институционал тузилишига хос хусусиятларини келтириб чиқармоқда ва бу асосда янги тушунчалар ва ёндашувларни шакллантиришга зарурат туғдиради.

Аммо "хизмат кўрсатиш корхоналари, айниқса, минтақанинг қишлоқ жойларида суст ривожланмоқда", бу ерда катта капитал маблағ талаб қилмайдиган ва хусусий тадбиркорлик учун жозибадор бўлган кўпгина анъанавий хизмат турлари етарли даражада ривожланмай ва қишлоқ аҳолисининг улардан фойдаланиш имкониятлари пастлигича қолмоқда.

Хизмат кўрсатиш соҳасининг ялпи ички маҳсулотдаги улуши ҳозирча бозор мезонларига мос келмаяпти ва уни дунёning ривожланган мамлакатларида бу соҳада эришилган кўрсаткичларга таққослаб бўлмайди.

Аҳолининг турмуш шароити ва турмуш даражасининг сифатини ошириш, айниқса, хизмат кўрсатиш соҳасида олиб борилаётган иқтисодий ислоҳатларга боғлиқ.

Бу борада Ўзбекистон президенти Шавкат Мирзиёев Олий Мажлисга мурожаатномасида давлат ва жамият қурилишининг турли соҳаларида самарали натижаларга эришиш учун илгор замонавий ахборот-коммуникация технологияларини жорий этиш зарурлигига ҳам эътибор қаратди. Рақамли иқтисодиётнинг миллий стратегиясини ишлаб чиқиш ва 2020-2030 йилларга мўлжалланган "Рақамли Ўзбекистон" ривожланиш дастурини қабул қилишни таклиф этди.[1]

Замонавий иқтисодиётнинг глобал тенденцияларидан бири бўлиб рақамли иқтисодиёт ҳисобланади.

Бу эса давлат сиёсати, миллий рақамли иқтисодий хавфсизлик, норасмий норма ва ижтимоий хулқ-қоидаларини тартибга туширувчи меъёрий-хуқуқий тизимни яратиш кераклигини билдиради.

Иқтисодиётни модернизациялаш шароитида аҳоли турмуш шароити, турмуш тарзи ва турмуш даражасини ошириш мақсадида хизмат кўрсатиш соҳасини ташкил қилиш, ҳар бир минтақанинг иқлими, урф-одати, бозор иқтисодиёти шароитларини ҳисобга олган ҳолда, инновацион ишлаб чиқариш жараёнларини оптимал моделини ва бошқаришнинг рақамли усулларини ишлаб чиқиш талаб этилади:

-хизмат кўрсатувчи бозор инфратузилмаси субъектларини устувор тарзда ривожлантиришни бошқаришни рақамлаштириш;

-хизмат кўрсатувчи бозор инфратузилмаси субъектлари ўртасидаги рақобат муҳитини трансформациялаш;

-замонавий илгор технологияларни жорий этиб, рақобатбардош маҳсулотлар ишлаб чиқарувчи муқаммал технологик жараёнларни моделлаштириш;

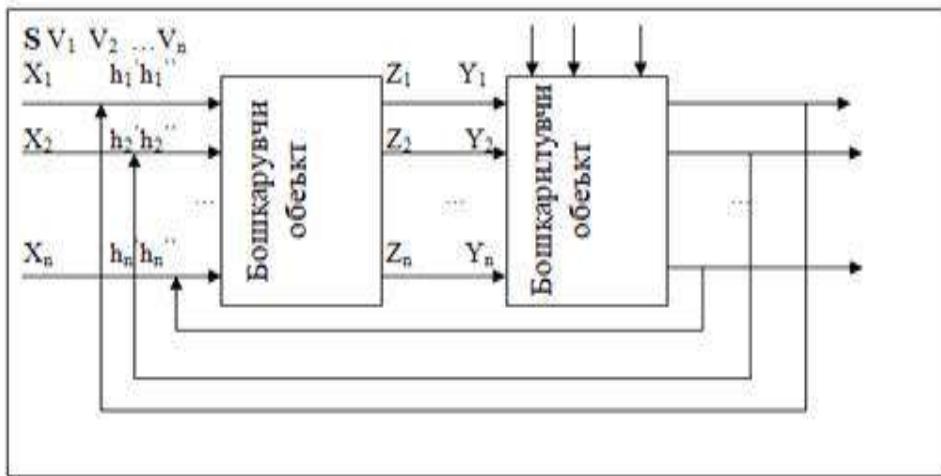
- ишлаб чиқариш фондларини ва ишчи кучларини хўжалик оборотига янада тўлароқ жалб қилишни, яъни жамиятнинг чегараланган ресурсларидан тўғри фойдаланишда бошқаришни рақамлаштириш ;

-жойлардаги хизмат кўрсатиш корхоналарга хорижий инвестицияларни жалб этиш ва инвестиция жараёнларини бошқаришни рақамлаштириш.

Хизмат кўрсатиш корхоналарининг ривожлантиришни моделлаштиришда



рақамлаштириш нүктаи назардан бошқариш жараёнларини тавсифлашда реал объект иккита тизим күренишида көлтирилади (1-расм).[2]



1-расм. Хизмат күрсатиши корхоналарини рақамли бошқариш тизимининг структураси.

Бошқарувчи ва бошқарилувчи (бошқариш обекті). Күп тармоқли хизмат күрсатиши соҳасини эконометрик моделлаштиришда бошқариш тизимларининг умумий структураси, бу ерда: $\vec{x}(t)$ - кириш таъсирлари (топшириқ) вектори; $\vec{v}(t)$ - ташқи мұхит таъсирлари вектори; $\vec{h}'(t)$ - хатолар сигналынинг вектори; $\vec{h}''(t)$ - бошқариш таъсирларининг вектори; экзоген ўзгарувчилар: $\vec{z}(t)$ - S тизим ҳолатлари вектори; $\vec{y}(t)$ - чиқиш ўзгарувчиларининг вектори, одатда $\vec{y}(t)=\vec{z}(t)$.

Хизмат күрсатиши корхоналарини бошқаришда ҳеч бўлмагандан уларнинг учтурли жиҳатини фарқлаш лозим бўлади:

- мазмунли рақамлаштириш(хизматларни күрсатиши бўйича мазмун, фаолиятнинг сифат тавсифига нисбатан манбаатлари);
- иқтисодий рақамлаштириш(хизматларни тақдим этиши, харажатлар ва натижалар бўйича фаолиятга нисбатан манбаатлар);
- сиёсий-иктисодий рақамлаштириш(қидирилаётгай фаолиятда турли субъектларнинг қатнашиши ва ўзаро алоқаларини тартибга солиб турувчи нормаларнинг сақланиши ва ўзгаришига нисбатан манбаатлар, яъни бошқариш, молиялаштириш, соликқа тортиш ва ҳоказоларнинг тақдим этилишига нисбатан манбаатлар).[3]

Хизматлар соҳасини рақамлаштирилаётганда, манбаатларнинг қуйидаги уч катта гуруҳли манбаатларини ажратиш мүмкін: хизмат истеъмолчиларнинг бевосита манбаатлари бир хил эмас ва аҳоли гуруҳлари бўйича турли даромад даражалари, маълумоти бўйича фарқланади. Ислоҳотлар бошлангунга қадар давр қайд қилинган гуруҳларнинг барчалари манбаатларида умумий ўхшашилик мавжуд бўлган, яъни тақдим этилаётган хизматлар сифатидан қониқмаслик ва уларнинг алоҳида турлари бўйича тақчилликнинг мавжудлиги. Аҳоли манбаатларига умумийлик - бу хизматлар сифатининг яхшиланишини хоҳлашдир. Шу билан бирга аҳолининг бир қисми (ўрта ва юқори даромадли гуруҳлар) юқорироқ сифатли хизматларга ҳақ тўлашга тайёрdir.[4]

Юқори даромадли гуруҳларга эса умуман барча тиббий, таълим ва маданий ҳордиқ хизматларга ҳақ тўлашга розидирлар, лекин тамоман бошқа, сифатлисига.



Ўрта ва паст даромадли гуруҳларга эса аввалги бепул ижтимоий-маданий хизматларни тақдим этиш тизимининг сақланиши ва уларнинг сифатини (асосан давлат ҳисобига) оширишдан манфаатдордирлар.

Хизматлар соҳасининг табиати, хизматнинг моддий товарлардан фарқлаштирувчи хусусиятлар хизматлар бозори хусусиятларини асослайди. Уни бозор иқтисодиётининг умумий қонунларига бўйсунадиган, товар бозори билан биргалиқда унинг хилма хиллиги сифатида кўриб чиқилади.

Улар қўйидагиларга ажralиб туради.

- юқори динамизм;
- худудий бўғинлаштириш ва локал тавсиф;
- қайта ишлаб чиқиш цикли туфайли капитал айланишининг юқори тезлиги;
- хизмат кўрсатиш корхоналарнинг кўпчилиги, шунингдек, хизматларни юклаш, тушириш ва тахлашнинг имконияти бўлмаганлиги туфайли уларнинг бозор конъюктурасига юқори сезгирилиги;
- ишлаб чиқарувчи ва истеъмолчи ўртасидаги шахсий алоқа билан боғлиқ бўлган хизмат кўрсатиш жараённинг хусусиятлари;
- кўпчилик тармоқлардаги маҳсулотнинг юқори дифференциаллашуви;
- хизматларни кўрсатишда кўпчилик ҳолатларда натижани олдиндан билиб бўлмаслик;
- ишлаб чиқарувчи ва истеъмолчи ўртасидаги ахборот бўйича мутаносиблик бўлмаслигининг мавжудлиги хизмат кўрсатиш корхоналарининг ривожланишига тўскىнлик қиласди.[5]

Бу эса илгариги ўн йиллар давомида мавжуд бўлмаган, рақамлаштиришга асосланган кўплаб хизматлар пайдо бўлишига сабаб бўлди.

Хуроса қиласиган бўлсак хизмат кўрсатишнинг рақамли иқтисодиёт моделига ўтиши ижтимоий-иқтисодий муносабатлар тубдан янги имкониятлар ва таҳдидларга олиб келади.

Келажакда аҳолига хизмат кўрсатиш соҳасини барқарор ривожлантириш учун инновация омилига асосий эътиборни қаратиш мақсадга мувофиқ деб ҳисобланади. Инновация асосида рақамли хизмат кўрсатиш корхоналарини ривожлантириш ва ташкил қилиш учун инновацион ғоя ва янги очилган хизматлар тармоғини жорий этиш, юқори сифатли хизмат кўрсатиш корхоналарининг ривожланишига шароит яратадиган омилларни рагбатлантириш лозим бўлади.

Фойдаланилган адабиётлар

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 24 январдаги "Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг олий мажлис"га мурожатномаси // Халқ сўзи 2020 йил 25 январдаги № 19 сон
2. Ирматов М.М., Ҳайдаров М.Т. Иқтисодий ва ижтимоий ривожлантириши прогнозлаштириш .Ўқув қўлланма-Т.: ТДИУ, 2004 -196.
3. Мухитдинов Х.С. Ҳудуд аҳолиси турмуш даражасини ошириш ва ижтимоий ривожланишини моделлаштириш. -Тошкент: Фан нашириёти, 2009. -240 б
4. Рахимов А.Н. Қишлоқ аҳолисига хизмат кўрсатиш соҳасини комплекс ривожлантиришнинг имитацион модели// Халқ хўжалиги тармоқларида жараёнларни математик моделлаштириш ва бошқариш муаммолари: Республика илмий-амалий анжуман материалари.- Қарши, 2011. 119 б.
5. Имомов В. Аҳоли бандлигини оширишнинг устувор йўналишлари// Иқтисодиёт ва таълим-Тошкент, 2010.-№2.-Б. 31.



БУХГАЛТЕРИЯ РИВОЖИГА РАҚАМЛИ ИҚТISODIЁTНИНГ ТАЪСИРИ

Примова Нигора
ТДИУ, таянч доктарант
E-mail:akramova.nigora@bk.ru



<http://dx.doi.org/10.26739/2181-9491-2020-SI-2-5>

АННОТАЦИЯ

Ушбу мақолада рақамлаштиришнинг замонавий бухгалтерия ҳисобига таъсири ўрганилган ва таҳлил этилган. Сўнгги ўн йилликда рақамли бозорлар соҳасида технологик инқилоб рўй берди, бу аналог бизнеснинг рақамлаштириш томон силжишига олиб келди. Бу замонавий дунёда рақобатбардошликни сақлаш ва бухгалтерия ҳисобида маълумотни қайта ишлаш, тўплаш, сақлаш учун янги имкониятларни очиб беради.

Калит сўзлар: рақамли иқтисодиёт, бухгалтерия ҳисоби, рақамлаштириш, тарқатиш, рақамли манбалар, рақамлаштириш

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрена влияние цифровизации на современный бухгалтерский учет. В последнее десятилетие произошла технологическая революция в области цифровых рынков, которая привела к сдвигу аналогового бизнеса в сторону оцифровки. Это открывает новые возможности для обработки, сбора, хранения информации в бухгалтерском учете.

Ключевые слова: цифровая экономика, бухгалтерский учет, цифровизация, дистрибуция, цифровые ресурсы, оцифровка

ANNOTATION

The article deals with the topic of the impact of digitalization on modern accounting. In the last decade, there has been a technological revolution in the field of digital markets, which has led to a shift in the analog business towards digitization. This opens up new opportunities for processing, collecting, storing information in accounting and maintaining competitiveness in the modern world.

Keywords: digital economics, accounting, digitalization, distribution, digital resources, digitization

Кириш. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёев Олий мажлисга йўллаган Мурожаатномасида 2020 йилни - "Илм маърифат ва рақамли иқтисодиётни ривожлантириш ўили" деб эълон қиласар экан, рақамли иқтисодиётнинг мамлакатнинг барча жабхаларида аҳамиятига тўхталиб: - "Тараққиётга эришиш учун рақамли билимлар ва замонавий ахборот технологияларини эгаллашимиз зарур ва шарт. Бу бизга юксалишнинг энг қисқа йўлидан бориш имкониятини беради. Зеро, бугун дунёда барча соҳаларга ахборот технологиялари чукур кириб бормоқда." деб таъкидлаган эди.[1] Шунингдек, республикамида рақамли иқтисодиётни давлат бошқарув тизимида замонавий ахборот технологияларни жадал ривожлантириш бўйича шароитлар яратиш, шунингдек, ахборот ҳавфсизлигини таъминлаш мақсадида Вазирлар Маҳкамаси 2018 йил 31 августда рақамли иқтисодиётнинг мақсад ва вазифаларини белгилаб берадиган "Ўзбекистон Республикасида рақамли иқтисодиётни жорий қилиш ва



янада ривожлантириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида" Қарори қабул қилинган.[2] Рақамли иқтисодиётда ИТ ёрдамида таннархни камайтиришга, натижада оптималлашувга ва самарадорлик ошишига эришилади. Рақамли иқтисодиёт ривожланган мамлакатларда ЯИМ ҳажми ҳам, ЯИМнинг аҳоли сон бошига улуши юқоридир. Шу жиҳатдан, давлатимиз раҳбарининг бу масалага катта эътибор қаратиши бир мақсадни кўзлайди, у ҳам бўлса биринчидан, аҳолининг яшаш даражасини юксалтириш, иккинчидан, аҳолининг реал даромадларини ошириш ва халқимизни рози қилишдир.[3]

Рақамлаштириш жараёни бухгалтерия воситалари ва рақамли каналларни ҳисобга олиш, маълумот алмасиши учун алоқа каналларини тақдим этади. Бухгалтерия ҳисобини рақамлаштириш уни бозор қўрсаткичларини етказиб берувчидан талабга ўзгариради. Бунинг натижасида бухгалтерия ҳисоби бўйича минимал маълумотга эга бўлган янги иштирокчилар ҳам бозорга чиқиш имкониятларига эга бўладилар.

Бухгалтерия соҳасида рақамли тизимга ўтиш жадал амалга ошиши кутилмоқда. Ушбу жараён бизнес стратегиясини ўзгаришини талаб қиласи, чунки рақамли технологиялар бизнес мулоқотларга ўз таъсирини ўтказади. Бухгалтерия соҳасига рақамлаштиришнинг таъсири ҳақида манбаларда илмий мақолаларни топиш мушкул. Шунинг учун ушбу мавзудаги тадқиқот долзарб аҳамиятга эга. Кўпчилик бухгалтерлик компаниилар ўз фаолият йўналишларини аналогдан рақамли йўналишга ўзгариради, деб ҳисоблашади.

Мавзуга оид адабиётлар таҳлили. Голландиялик олим Ян Бреман ўзининг "At Work in the Informal Economy of India: A Perspective from the Bottom Up" асарида олиб борилган тадқиқотлар шуни кўрсатдики, рақамлаштириш жараёнида бозорлар кескин ўзгаради. Кўпгина компаниялар ўз бизнесларини рақамлаштиришга ҳаракат қилмоқдалар. Бироқ, аксарият миллий иқтисодиёт тармоқлари Рақамлаштиришдан тўлиқ фойдаланмайди.[4]

Иқтисодчилар Э. Кейн, Жеральд С. Палмер "Цифровизация. Практические рекомендации по переводу бизнеса на цифровые технологии" номли асарларида кенг миқёсда рақамлаштириш компания ривожига қандай таъсир кўрсатишини тадқиқ этдилар. Улар фирмалар нафақат стратегиялар, моделлар, технологияларни яратибгина қолмай, балки хавф-хатарларни ҳам ўз зиммаларига олишлари кераклиги тўғрисида муҳим хуносалар қилдилар.[5]

Тадқиқот методологияси. Тадқиқотнинг асосий масаласи бугунги кунда Ўзбекистон шароитида рақамли иқтисодиётни, шу жумладан ундан бухгалтерия ҳисобида фойдаланишни ривожлантиришнинг қонуниятлари, тенденциялари ва имкониятларини, хусусан, ахборот технологияларининг иқтисодиётнинг турли соҳаларига кириб бориш даражаларини илмий асосда ўрганиш ниҳоятда долзарб аҳамият касб этади. Ватанимиз тараққиёти ва истиқболи, мамлакатимизда кенг кўламда амалга оширилаётган ислоҳотларнинг муваффақияти миллий иқтисодиётимизга янги инновацияларни жорий қилишга бевосита боғлиқдир. Шу сабабли бухгалтерия ҳисобида рақамли иқтисодиётни такомиллаштириш, унинг иқтисодий, сиёсий, ижтимоий ва ҳуқуқий асосларини илмий-амалий жиҳатдан тадқиқ этиш муҳим аҳамият касб этмоқда. Тадқиқот ишида кузатиш, умумлаштириш, гурухлаш, таққослаш, индукция, дедукция каби усувлар қўлланилди.

Таҳлил ва натижалар.



Дунё тобора рақамли, автоматлаштирилган бўлиб бормоқда ва бу бошқарувни янгилашни талаб этмоқда. Фирмалар ўзларининг инновацион жараёнларини янги технологияларни жорий қилиш, яхшиланган бизнес стратегияларини режалаштириш орқали ўзгартиришлари керак. Баъзи бир мутахассислар, компанияларнинг рақамли инновацияларга оммавий ўтишлари билан фақатгина бозорлар ўзгаришига рози эмаслар, шунингдек, улар ижтимоий-техник ўзгаришлар ҳам кутилиши кераклигини таъкидлашмоқда. Рақамлаштириш ривожланиши билан, компаниялар технологик ўзгаришларни бошқариш ва қабул қилишни ўрганишлари зарур.

Рақамли бухгалтерия ҳисобини тадқиқ этишнинг мақсади:

- бизнес - моделлаштиришни ўрганиш;
- компаниянинг бозорда ўз ўрнини топиши ва ривожланиши учун нима зарур эканлигини тассаввур этишдир.

Ушбу муаммоларни ҳал қилиш рақамли бухгалтерия бизнесининг бозорда омон қолиш учун қандай қарор қабул қилиши тўғрисида тушунчани шаклланишига олиб келади.

Рақамлаштириш натижасида хўжалик юритувчи субектларни бирлаштириш ва сотиб олиш орқали интеграцияси амалга оширилади. Бухгалтерия бизнесини рақамлаштириш учун барқарорликнинг мавжудлиги ва янгилашишини талаб этувчи қуидагилар зарур ҳисобланади:

- ривожланиш стратегиялари ва рақамли воситаларни яратиш орқали эришиш мумкин бўлган иқтисодий барқарорлик. Фирмалар юқори ва давомий даромад олишлари учун рақамли мижозларни ўз ичига олевчи иқтисодий барқарорликка интилишлари зарур.
- бухгалтер ролини ўзгартиравчи ижтимоий барқарорлик (чунки унинг кўп вазифалари автоматлаштирилган бўлади). Бу ҳолат жамиятга босим ўтказади ва умуман бухгалтернинг ролини ўзгартириши мумкин.
- материалларни тежаш орқали шакллантириладиган ва хужжатларни ташиш эҳтиёжини камайтирадиган экологик барқарорлик.

Рақамлаштириш - аналог билим ва маълумотни рақамли шаклга ўтказишидир. Ушбу жараён реал вақт режимида маълумотларга тез ва осон олишни таъминлайди ва рақамли технологияларга уланиш орқали одамлар ўртасида маълумот алмашиш имконини беради.[7]

Бу жараёнда компания томонидан ишлатиладиган воситаларга қуидагилар киради: Таҳлилий, ижтимоий ва мобил воситалар. Бугунги кунда рақамлаштириш энди ривожлана бошлади, шунинг учун ҳозирги кунда умумий бизнес модели шаклланганича йўқ. Ҳар бир компания мустақил рақамли тизимини яратмоқда.

Рақамлаштириш бухгалтерия ҳисобида ўзгаришларга олиб келадиган янгиликдир. Рақамли бухгалтерия мижозларга янги технологиялар ва хизматлардан фойдаланган ҳолда янги сегментларни эгаллаш учун имкониятдир.

Бухгалтерия ҳисобини рақамлаштириш:

- қулай иш жараёни учун янги ва энг яхши ечимларни таклиф этадиган инқилобий янгилик;
- бозорда вужудга келган нисбат ва қадриятлар мувозанатини бузишга олиб келувчи янгиликдир.

Ушбу инновациялар мавжуд маҳсулотларнинг такомиллашуви ва рақобатдошлигини таъминлайди. Ушбу янгиликлар натижасида саноатда қатор технологик силжишлар амалга ошади. Бухгалтерия ҳисоби бу ички ва ташқи



фойдаланувчиларга молиявий маълумотларни тақдим этишни ўз ичига оладиган бизнес тилидир.

Бухгалтерия маълумотларидан фойдаланиш фақат ҳар қандай бизнес фаолияти билан чекланиб қолмайди. Ҳар бир шахс ўз даромади тўғрисида ҳисобот бериши ва солиқ тўланганлигини рўйхатдан ўтказиши шарт. Кўпинча кредит, кредит карта ёки нафақалар олиш учун бундай маълумотларни тақдим этиш кифоя. Давлат, вилоятлар, шаҳарлар ва ҳар қандай ташкилотлар бухгалтерия маълумотларини ўз маблағлари ва улардан фойдаланишни назорат қилиш учун асос сифатида ишлатадилар. Бухгалтерия ҳисоби ҳар қандай давлатнинг самарали сиёsat юритиши ва ижтимоий дастурларни амалга ошириш учун муҳимдир.

Бухгалтерия ҳисоби молиявий ресурслардан фойдаланиш орқали бошқарувнинг анъанавий нуқтаи назаридан бизнеснинг иқтисодий барқарорлигини таъминловчи муҳим механизм сифатида талқин этилмоқда.

"Ҳозирги даврда ҳар қандай тузилган ҳисобот жадваллари иқтисодий жараёнларни бошқариш учун ахборот майдони бўлиб хизмат қилмоқда. Агар ҳисобларнинг ишчи жадвали корхоналар томонидан муайян фаолият турларини амалга оширишда бухгалтерия ҳисобини юритиш ва гуруҳлаш схемаси бўлса, у ҳолда бухгалтерия ҳисобининг тузилган ишчи жадвали корхонанинг таркибий бўлинмаларини операцион, тактик ва стратегик жиҳатдан бошқаришни ҳисоб-китоб ҳамда таҳлилий қўллаб-қувватлашга йўналтирилган. "[8]

Рақамли бухгалтерия ҳисобининг асосий афзалликлари:

- реал вақтда пул оқимининг таъминланиши;
- харажатларни камайтириш;
- автоматлаштириш ва катта кўламга эгалик;
- хавфсизлик ва тезкорлик;
- бухгалтерия маслаҳати беришнинг осонлиги.

Рақамли бухгалтерия молиявий ва бухгалтерия маълумотларини электрон шаклда яратиш, узатиш ва талқин қилиш имконини беради. Шунинг учун унинг афзалликлари куйидагилар билан боғлиқ:

- топшириқларнинг юқори аниқлиги;
- харажатларни камайтириш имконияти;
- маълумотларни таҳлил этишнинг автоматлашган ва ақлли тизимининг яратилиши.

Рақамли онлайн ҳисоб-китоб воситалари бизнес соҳасини автоматлаштиш даражасини ошиши, аниқ рақамлар, таҳлиллар ва маълумотлар олишни енгиллашиши натижасида уларнинг аниқлилиги ва сақлаш хавфсизлиги ортади.

Бугунги кунда бухгалтерия ҳисобини юритишнинг қўллаб рақамли дастурлари мавжуд, аммо бу жараён иштирокчиларининг аксарияти ҳанузгача бухгалтерия ҳисобида операцияларни акс эттиришнинг аналог усулидан фойдаланмоқдалар. Бугунги кунда рақамли компаниялар бир нечта бизнес моделларидан фойдаланган ҳолда ўз бизнесларини қандай юритаётганлигини англаш зарур.

Хулоса ва таклифлар.

Рақамли технологияларнинг ривожланиши билан компаниялар глобал ўзгаришларни кутмоқдалар. Бугунги кунда фирмалар ўзларини бизнес элементи сифатида кўрсатадиган кенг қамровли бизнес модели мавжуд эмас. Рақамли саноатни яратиш стратегиясида позицияни танлашни соддалаштириш учун бизнес элементларидан фойдаланилади. "Бухгалтерия ҳисобини моделлаштириш хўжалик ҳаёти омиллари, иқтисодий жараёнлар, бизнесдаги вазият ва унинг тузилмаларини,



охирги қийматни шакллантириш занжири сифатида қарайдиган концептуал равища қайта қуриш усулларидан биридир." [6].

Компаниянинг стратегияси ва бизнес моделини шакллантириш акциядорларга ва раҳбариятга аниқ асосланган ҳисоб-китоблар асосида узоқ муддатли мақсадли кўрсаткичларга эришиш йўлларини аниқлашга имкон беради. Стратегияда бизнеснинг асосий йўналишлари қўрсатилган, устувор вазифалар белгиланган, амалга ошириш учун муҳим стратегик ташаббуслар ва аниқ ҳаракатлар режаси шакллантирилган бўлади.

Операцион моделини ишлаб чиқиш компаниянинг стратегиясига асосланади. Ушбу фаолият доирасида энг мақбул бизнес тузилмаси аниқланди, асосий ва қўллаб-қувватловчи жараёнлар белгиланди, уларнинг асосида ваколатлар ва мажбуриятларнинг мақсадли тақсимланишини қўрсатувчи мақбул ташкилий тузилма яратилади.

Тижорат стратегиясини ишлаб чиқиш савдо ва мижозларга хизмат кўрсатиш функциялари самарадорлигини оширишга қаратилган. Унинг мақсади даромадлилик ва савдо ҳажмини ошириш, шунингдек, ўзгаришларни амалга ошириш учун энг самарали воситаларни танлашдир. Бундай жараёнларга товарлар тақсимотини мақбуллаштириш, баҳо ўрнатиш самарадорлигини ошириш, маҳсулот портфелини қайта кўриб чиқиш, реклама ва маркетинг тизимини такомиллаштириш кабилар киради.

Ҳозирги технологик инқилоб даврида бизнесни ривожлантириш стратегиясига катта эътибор берилмоқда. Бизнес моделини шакллантириш учун рағбат - бу компанияни бозорда технологик ўзгаришларга қанчалик тез мослашувчанлигини таъминлашни ижодий ҳал этишга қодир эканлигини англашдир.

Қайд этилган фикр-мулоҳазалар биргаликда иқтисодий муносабатлар тизимига инновацияларни жорий қилиш билан бир қаторда Ўзбекистонда рақамли маконни шакллантириш ҳамда рақамли иқтисодиётни иқтисодий-ижтимоий жиҳатдан илмий тадқиқ этиш заруратини белгилаб берди. Қолаверса, бугунги кунда рақамли иқтисодиётни жорий қилиш ва такомиллаштириш масалалари ҳар бир ривожланиб бораётган давлатнинг устувор ва муҳим вазифасига айланниб бормоқда. Зеро Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёев Олий мажлисга йўллаган Мурожаатномасида таъкидлаганидек: - "Албатта, рақамли иқтисодиётни шакллантириш керакли инфратузилма, кўп маблағ ва меҳнат ресурсларини талаб этишини жуда яхши биламиз. Бироқ қанчалик қийин бўлмасин, бу ишга бугун киришмасак, қачон киришмасиз?! Эртага жуда кеч бўлади. Шу боис рақамли иқтисодиётга ўтиш - келгуси 5 йилдаги энг устувор вазифаларимиздан бири бўлади.[1]

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. // Халқ сўзи. 2020 й. 25 январь, №19.
2. Постановление Кабинета Министров "О дополнительных мерах по дальнейшему развитию и внедрению цифровой экономики в Республике Узбекистан от 31 августа 2018 года. <https://lex.uz/ru/docs/3806048>
3. Жумаев Н. Рақамли иқтисодиёт аҳолининг яшаш даражасини юксалтириш, реал даромадларини оширишга хизмат қиласи. // Халқ сўзи. 2020 й. 30 январь, №22.
4. Jan Breman At Work in the Informal Economy of India: A Perspective from the



Bottom Up Oxford University Press; First edition (15 March 2013) 536 pages.

5. Э. Кейн, Жеральд С. Палмер Цифровизация. Практические рекомендации по переводу бизнеса на цифровые . цифровые технологии. М.: Альпина Паблишер., 2019.

6. Ермилова Ю.А. Аспекты учетно-аналитического обеспечения инновационной деятельности на предприятии / Ермилова Ю.А. // Региональная инновационная экономика: сущность, элементы, проблемы формирования, новые вызовы. Ульяновск, - 2016. - С. 18-21.

7. Карпова Т.П. Направления развития бухгалтерского учета в цифровой экономике / Т.П. Карпова // Известия Санкт-Петербургского Государственного Экономического Университета. - 2018. - №3. - С. 52-57.

8. Свирилова А.П., Еременко В.А. Инжиниринговый структурированный план счетов как информационная база /А.П. Свирилова, В.А. Еременко // Вектор экономики. - 2016. - № 6. - С. 2



РЕФОРМИРОВАНИЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫХ ОСНОВ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ УЗБЕКИСТАН НА ПУТИ К ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Сативалдыева Д.А.
доцент кафедры "Бухгалтерский учет" ТГЭУ,
Email: sativoldieva61@mail.ru



<http://dx.doi.org/10.26739/2181-9491-2020-SI-2-6>

АННОТАЦИЯ

В данной статье рассматриваются законодательные основы информационно-коммуникационных технологий. Узбекистан находится на начальной стадии цифровизации экономики. Для эффективного перехода необходима сильное правовое поле, которое обеспечит надежную почву для цифровой экономики. Сделаны выводы и даны предложения по реформированию законодательных основ информационно-коммуникационных технологий Узбекистана.

Ключевые слова: цифровая экономика, информационные технологии, законодательная основа, зарубежный опыт, квалификация, информационная безопасность, электронный документооборот.

REFORMING THE LEGISLATIVE FRAMEWORK OF INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN UZBEKISTAN ON THE WAY TO THE DIGITAL ECONOMY

ABSTRACT

This article discusses the legislative foundations of information and communication technologies. Uzbekistan is at the initial stage of digitalization of the economy. An effective transition requires a strong legal framework that will provide a solid foundation for the digital economy. Conclusions are made and proposals are given for reforming the legislative framework of information and communication technologies in Uzbekistan.

Keywords: digital economy, information technology, legislative framework, foreign experience, qualifications, information security, electronic document management.

В целях устойчивого развития мы должны глубоко освоить цифровые знания и информационные технологии, что это даст нам возможность идти по самому короткому пути к достижению всестороннего прогресса. В современном мире цифровые технологии играют решающую роль во всех сферах.

Конечно, все мы хорошо понимаем, что формирование цифровой экономики потребует соответствующей инфраструктуры, огромных средств и трудовых ресурсов. Но, как бы ни было трудно, мы обязательно должны уже сегодня приступить к этой работе, иначе завтра будет поздно. Поэтому ускоренный переход на цифровую экономику станет нашей приоритетной задачей на следующие пять лет [1].

В целях последовательного продолжения и выведения на новый, современный уровень начатой работы по развитию сферы науки и просвещения, воспитания молодежи личностями, обладающими глубокими знаниями, высокой культурой



и духовностью, формирования конкурентоспособной экономики Президент Республики Узбекистан объявил 2020 год "Годом развития науки, просвещения и цифровой экономики".

Узбекистан находится на начальной стадии цифровизации экономики. Для эффективного перехода необходима сильное правовое поле, которое обеспечит надежную почву для цифровой экономики и информационную безопасность государства.

Большая часть законодательных основ информационно-коммуникационной технологии Республики Узбекистан были приняты между 2000 и 2005 годами [3]. Однако некоторые законы менялись слишком часто, а другие не менялись вообще или только раз.

Изучение законодательства информационно-коммуникационной технологии привело к выявлению следующих проблем:

- большинство норм безнадежно устарели;

- отсутствие унификации и систематизации. И это наглядно видно при анализе законодательства в сфере связи и телекоммуникаций. Связь и телекоммуникации регулируются двумя законами, хотя и регулируют одни и те же общественные отношения;

- проблемы в регулировании. ИКТ-законодательство не регулирует многие отношения и сферы деятельности, которые непосредственно относятся к сфере;

- отсутствие основополагающих положений и принципов в сфере информационно-коммуникационной технологии на законодательном уровне;

- отсутствие статуса регуляторного органа в законодательстве;

- фрагментарное регулирование информационно-коммуникационных технологий. Законодательство в сфере информационно-коммуникационных технологий регулирует только специфические вопросы, а такие сферы, как конкуренция, инвестиции, разрешение споров, применение санкций и т. д., либо не регулируются, либо регулируются отдельным законодательством.

По нашему мнению, для устранения вышеперечисленных проблем, эффективной реформы законодательства на основе передового опыта зарубежных стран, как США, Великобритании и ЕС следующие шаги были бы целесообразными для эффективной цифровизации экономики Узбекистана. Это:

- принятие единого закона об информационно-коммуникационной технологии. Это позволит решить многие проблемы, в первую очередь - установить основополагающие регулирующие положения и правила, в соответствии с которыми будет приниматься любой нормативно-правовой акт в сфере ИКТ.

- принятие отраслевых законов в сфере информационно-коммуникационных технологий. Это отраслевые законы: о телекоммуникациях, об информационной безопасности, о цифровой экономике, о защите персональных данных, об электронном документообороте, о регулировании интернета, об электронных платежах, об электронной коммерции и т. д. Эти законы будут полностью регулировать соответствующие сферы и после их принятия не будут принимать никаких указов, постановлений и решений.

- оперативный пересмотр законодательства. Это позволит быстро реагировать не только на появляющиеся новые концепции в этой сфере, но также и угрозы, в частности, в сфере информационной безопасности.

- полная либерализация законодательства. Законодательство информационно-



коммуникационных технологий должно быть полностью либерализовано в соответствии с мировой практикой, чтобы стать максимально благоприятным для инвесторов [4].

По нашему мнению, для успешного реформирования законодательных основ информационно-коммуникационных технологий, следует обеспечить правильный подход, который обусловит эффективную трансформацию цифровой экономики в Узбекистане.

На самом деле это является наиважнейшим вопросом, который требует безотлагательного решения.

Сделав выводы, можно предложить следующие шаги решения вопроса:

- изучение зарубежного опыта создания законодательных основ информационно-коммуникационных технологий;
- создание в IT новых рабочих мест;
- повышения уровня квалификации и компетенции местных специалистов;
- создание собственной научной и инженерно-конструкторской базы в IT;
- оптимизация всех уровней образования для повсеместного и всеохватывающего внедрения в него IT-технологий;
- создание бесплатных для всех желающих образовательных ресурсов в части IT и online сертификация и т.д.

Список использованной литературы / References

1. Послание Президента Республики Узбекистан Шавката Мирзиёева Олий Мажлису. -Т.: 25.01.2020.
2. Указ Президента Республики Узбекистан от 7 февраля 2017 года № УП 4947 "О стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан".
3. Национальная база данных законодательства Республики Узбекистан. www.Lex.uz.
4. Гулямова Н.Ф. Цифровая экономика как новая форма экономических отношений: формирование цифрового пространства в Узбекистане // "Халкар омлия ва хисоб" илмий электрон журнали, 2018. №2 с 1-10.



ЁҚИЛЁИ-ЭНЕРГЕТИКА МАЖМУАСИ КОРХОНАЛАРИДА ЁҚИЛЁИ-ЭНЕРГЕТИКА РЕСУРСЛАРИ ОҚИМИНИ БОШҚАРИШ ЖАРАЁНЛАРИНИ РАҚАМЛАШТИРИШ

Султанов Муроджон Бахтиярович,
Тошкент давлат иқтисодиёт университети доценти,
техника фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD),
wise_man@list.ru



<http://dx.doi.org/10.26739/2181-9491-2020-SI-2-7>

АННОТАЦИЯ

Мақолада Ўзбекистон ёқилғи-энергетика мажмуси корхоналарида ёқилғи-энергетика ресурслари оқимини бошқариш жараёнларини рақамлаштириш масалалари кўриб чиқилган. Ёқилғи-энергетика ресурслари оқимини реал вақт режимида бошқариш имконини берадиган рақамли автоматлаштирилган тизимнинг ахборот моделини қуриш услубияти келтирилган.

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ПРОЦЕССОВ УПРАВЛЕНИЯ ПОТОКАМИ ТОПЛИВНО-ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ В ПРЕДПРИЯТИЯХ ТОПЛИВНО-ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА

АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются цифровизация процессов управления потоками топливно-энергетических ресурсов в предприятиях топливно-энергетического комплекса РУз. Приведена методология построения информационной модели цифровой автоматизированной системы, обеспечивающей управление в режиме реальном масштабе времени потоками топливно-энергетических ресурсов.

DIGITALIZATION OF FUEL AND ENERGY RESOURCE MANAGEMENT PROCESSES IN FUEL AND ENERGY COMPLEX ENTERPRISES

ABSTRACT

The article discusses the digitalization of the processes of managing the flow of fuel and energy resources in enterprises of the fuel and energy complex of the Republic of Uzbekistan. A methodology for constructing an information model of a digital automated system that provides real-time control of the flow of fuel and energy resources is presented.

Таянч иборалар: нимтизим, ахборот тизими, ахборот таъминоти, ахборот модели, IDEF1X, маълумотлар базаси.

Иқтисодиёт реал сектори яъни ёқилғи-энергетика мажмуси корхоналари қирқимида ёқилғи-энергетика ресурсларини тежашнинг кўп омиллиги ва кўп режалиги бу соҳадаги тадқиқотларнинг ҳартомонламалик ва фрагментарлик табиатига эга бўлишига ўз таъсирини ўтказди. Ҳозирги вақтда Ўзбекистондаги ёқилғи-энергетика мажмуси корхоналарида ёқилғи-энергетика ресурслари оқимини бошқариш масалаларини ечишда мақсадларнинг бир-бирига мослигилиги ва ахборотли ўзаро алоқа мавжуд эмас. Ёқилғи-энергетика ресурслари оқимини



бошқаришнинг ўзаро боғлиқ усул ва моделларидан фойдаланилмайди, ёқилғи-энергетика ресурслари оқимини бошқариш масалалари ечими интеграциясининг концептуал қоидалари, воситалари ва усуллари, ёқилғи-энергетика ресурслари оқимини бошқаришнинг ахборот тизимлари ва унинг қисмларини ягона ахборот ва функционал моделларини яратиш тамойиллари, йўналишлари ва услубий асослари охиригача аниқланмаган ва ишлаб чиқилмаган. Ёқилғи-энергетика мажмуаси корхоналарида ёқилғи-энергетика ресурслари оқимини бошқаришнинг самарадорлик даражасининг ошириш учун бошқаришнинг замонавий тизимли ёндошув усулларни тадбиқ қилиш ҳисобигагина таъминланиши мумкин, чунки бу ёқилғи-энергетика мажмуаси корхоналарида, ёқилғи-энергетика ресурслари оқимини самарали бошқариш имконини беради.

Ёқилғи-энергетика мажмуаси корхоналарида ёқилғи-энергетика ресурслари оқимини бошқаришни рақамлаштириш, корхонанинг алоҳида бўлимлари ва технологик жараёнлар учун ёқилғи-энергетика ресурсларидан фойдаланиш лимитларини аниқлаш, назорат қилиш ва ёқилғи-энергетика ресурсларидан самарасиз фойдаланиш ҳолатларида тезкор хабардор қилиш имкониятини беради. Ёқилғи-энергетика ресурслари оқимини бошқаришни рақамлаштириш деганда, ахборот тизими ёрдамида ёқилғи-энергетика ресурслари оқимини бошқаришни реал вақт режимида амалга ошириш тушунилади.

Ахборот тизими тезкор ишлаши учун унинг нимтизимларидан келиб тушадиган ахборотларнинг оптималь ҳажми, ахборотлар оқимини вақт ва майдонлар бўйича тақсимлаш каби шартлар керак бўлади. Бу ўз навбатида ахборот таъминотини самарали даражада қуриш кераклигини англаатади.

Ахборот таъминотини асосий вазифалари ахборотни йигиши, назорат қилиш, ўзгартириш, сақлаш, янгилаш, тақсимлаш ва ахборотларни манбалардан унинг истеъмолчилиарига узатишдан иборат. Ахборот таъминоти тузулмасининг чизмаси ахборот тизимидағи маълумотлар базаси элементлари таркибини аниқлаш, ахборот ва ҳисоблаш жараёнларини самарали қуриш имконини таъминлаш мақсадида уларнинг ўзаро алоқаларини ўрнатиш, унинг таркибидаги нимтизимларнинг ўзаро ҳаракатларини мувофиқ ахборотлар билан таъминлайдиган йўналишларни танлаш, ҳамда ахборот тизимининг ахборот таъминотини лойиҳалаш жараёнини самарали ташкил этиш учун ишлаб чиқилади.

Ахборот таъминотини тузилмасини қуришдаги кирувчи маълумотлар ахборот тизимидағи жараёнлар ишлашининг умумлаштирилган ахборот модели, бошқарувнинг турли даражалардаги нимтизимларнинг ахборотли ўзаро алоқаси чизмаси, ахборот тизимиға кирувчи нимтизимларнинг ривожланиши йўналишлари тўғрисидаги маълумотлар, техник қурилмалар тузилмаси, ҳамда ахборот таъминотидаги ўзаро мобил техник воситаларга хос дастурлар тўғрисидаги маълумотлар ҳисобланади.

Умумий ҳолда ахборот тизимининг ахборот модели қуйидаги кўринишга эга:

$$AM = \{K, P, L, T, Z\},$$

бу ерда $K=\{K_i\}$, $i=1, k$, $k>0$ – мумкин бўлган тузилманинг таркибий қисмлари тўплами (ахборот таъминотидаги тузилманинг таркибий қисмлари яъни ахборот тизимидағи ҳар бир жараён ҳисобланади); $P=\{P_\mu\}$, $\mu=1, p$, $p>0$ – тузилманинг таркибий қисмларига ва уларнинг

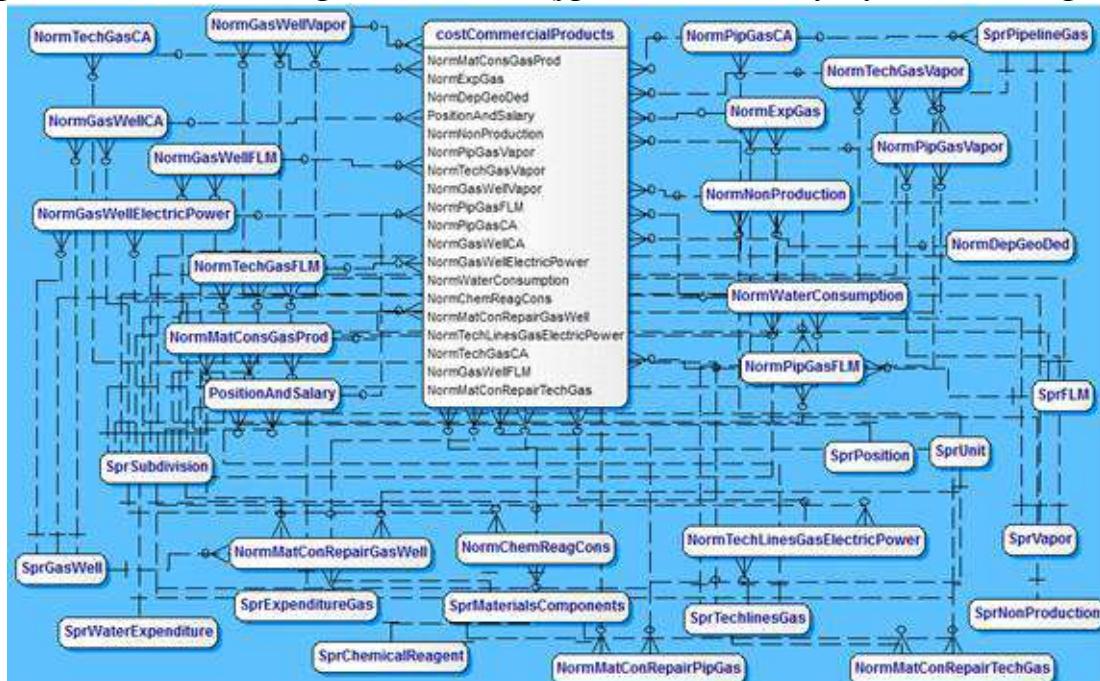


турларига қўлланадиган мумкин бўлган операциялар тўплами; $L = \{L_t\}$, $t = \overline{1, l}$, $l \geq 0$ – ахборот тизими тузилмасининг таркибий қисмларига ва уларнинг турларига қўлланадиган мумкин бўлган яхлитликни таъминловчи чекловлар тўплами; $T = \{T_{ij}\}$, $i = \overline{1, k}$, $j = \overline{1, t_i}$, $t_i \geq 0$ – барча ахборот тизими тузилмасининг таркибий қисмларининг турлари тўплами; $Z = \{Z_{ijv}\}$, $i = \overline{1, k}$, $j = \overline{1, t_i}$, $v = \overline{1, z_{ij}}$, $Z_{ij} \geq 0$ – ахборот тизими тузилмасининг таркибий қисмларини барча турларининг намуналар тўплами.

Ахборот тизимининг ахборот моделида маълумотлар моделини $D = \{K, P, L\}$ ва тузилмаси $S = \{K, T\}$ ажратамиз. T тўплам маълумотлар чизмаси деб номланади.

Ахборот модели қўйидаги шартларни қаноатлантириши керак: 1) Моделнинг воситалари, яъни ахборот тизимининг функционал масалаларини ечишда фойдаланиладиган барча обьектлар, предметлар ва ҳодисалар, ҳамда уларнинг ўртасидаги барча муносабатлар тавсифланиши керак; 2) Модел воситалари билан ахборот тизимида мавжуд маълумотларнинг яхлитлигини таъминлашнинг барча чекловлари тавсифланиши керак; 3) Модел воситалари билан маълумотлар базасининг ташқи, мантиқий ва жисмоний схемаларини лойиҳалаштириш учун керак бўладиган маълумотларнинг барча яқъол хусусиятлари берилиши керак; 4) Маълумотлар базасини бошқариш тизимларида қўлланиладиган мантиқий, ташқи ва жисмоний маълумотлар моделида ахборот тизимини умумий баёнини тасвирлайдиган усул ва услубият мавжуд бўлиши керак.

Мавжуд маълумотлар моделларининг хилма-хиллигига қарамай, келтирилган барча шартларни қаноатлантирадиган ахборот тизимининг обьектларини тасвирлаш учун ахборот моделини яратиш деярли мумкин эмас. Шу сабабли ушбу ишида ахборот тизимининг ахборот моделини қуришда IDEF1X услубияти келтирилган.



1-расм. IDEF1X услуби ёрдамида газ маҳсулоти таннархига таъсир этувчи ёқилғи-



энергетика ресурсларини ҳисоблаш масаласи маълумотлар базасининг ахборотли алоқа модели

IDEF1X услубияти реляцион маълумотлар базасини яратиш усули ҳисобланади ва у концептуал схемани қуладай қуриш учун маҳсус ишлаб чиқилган шартли синтаксисни қўллайди. IDEF1X усулининг реляцион маълумотлар базасини ишлаб чиқишида фойдаланадиган кўплаб усуллар билан солиширилганда унинг асосий устунлиги қатъий ва қаттиқ стандарт асосида моделлашириш ҳисобланади. IDEF1X услуби ёрдамида ахборот тизимининг ахборотли алоқа модели қуриш жараёнларини қуидаги кўринишда акс эттириш мумкин:

$$K = \{A, F, NR, \Theta, N\Theta\},$$

бу ерда $A = \{A_i\}$ $i = \overline{1, a}$ - атрибутлар тўплами; $F = \{F_j\}$, $j = \overline{1, f}$, $F_j = C_j \rightarrow A_k$, $C_j \subset A_k$, $A_k \in A$ - атрибутлар ўртасидаги функционал боғлиқликлар тўплами; $NR = \{NR_\rho\}$, $\rho = \overline{1, t}$, $NR_\rho \subset A$ - атрибутлар ўртасидаги нофункционал боғлиқликлар тўплами; $\Theta = \{\Theta^v\}$, $v = \overline{1, m}$, $\Theta^v = \{\Gamma, B^v, E^v\}$ - обьект турлари тўплами, бу ерда $\Gamma \subset A$ – асосий калит, $B^v \subset A$ - мажбурий атрибутлар, $E^v \subset A$ – мумкин бўлган атрибутлар; $N\Theta = \{N\Theta_\rho\}$ $\rho = \overline{1, q}$, $N\Theta_\rho \subset A$ - обьект турлари ўртасидаги муносабатлар тўплами [1, 2, 3, 4, 5].

IDEF1X услубидан фойдаланиб ахборот тизимининг барча масалаларининг ахборотли алоқа моделини қуриш Dezign for Database дастури ёрдамида амалга оширилган. Мисол тариқасида IDEF1X услуби асосида Dezign for Database дастуридан фойдаланиб ёқилғи-энергетика мажмуаси корхоналарида ёқилғи-энергетика ресурслари оқимини бошқаришда асосида ишлаб чиқарилаётган маҳсулот таннархига таъсир этувчи ёқилғи-энергетика ресурсларини ҳисоблаш масаласи маълумотлар базасининг ахборотли алоқа модели 1-расмда келтирилган.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

- [1]. Черемных, С.В. Структурный анализ систем: IDEF-технологии / - М.: Финансы и статистика, 2003. - 208 с.
- [2]. Репин В.В. Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов /- М.: РИА "Стандарты и качество", 2004. - 398 с.
- [3]. Карпук А.А. Информационное моделирование предметной области автоматизированных информационных систем// Технологии информатизации и управления. Минск: БГУ, 2011. -С. 24-30.
- [4]. Дубейковский, В.И. Эффективное моделирование All Fusion Process Mockler (Bpwin) / - М.: Диалог-МиФи, 2009. - 384 с.
- [5]. Дубейковский В.И. Практика функционального моделирования /- М.: Диалог-МиФи, 2004. - 464 с.



ҚОРАҚАЛПОЁИСТОН РЕСПУБЛИКАСИДА КИЧИК БИЗНЕСНИ ВА ТАДБИРКОРЛИКНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА ЎЗ-ЎЗИНИ ТАШКИЛ ЭТИШ КОРХОНАЛАРИНИНГ ТИЗИМИНИ ЯРАТИШ

Абдуллаев Улмас Алишерович
Ўзбекистон фанлар академияси,
Қорақалпогистон бўлими мустақил
изланувчиси abdullaev.ulmas@mail.ru



<http://dx.doi.org/10.26739/2181-9491-2020-SI-2-8>

АННОТАЦИЯ

Ушбу мақолада савдо билан шуғулланувчи корхоналарнинг ўз-ўзини ташкил этувчи тизимларини яратиш масаласи қўрилган бўлиб, бунда асосан маълумотлар базасини яратиш имкониятлари, қисм ости тизимларнинг функционал боғланишлари баён қилинган. Қорақалпогистон Республикасининг асосий иқтисодий кўрсаткичлари ва уларнинг ЯҲМ га таъсирини баҳолаш имконини берадиган маълумотлар қидириш тизимининг структуравий модели келтирилган. Гармоник қаторлар асосида Қорақалпогистон Республикаси ЯҲМнинг ўзиш суръатларини башорат қилиш кўрсатилган.

Калит сўзлар: савдо, ўз-ўзини ташкил этиш, тизим, модел, структура, информация.

СОЗДАНИЕ СИСТЕМЫ САМООРГАНИЗУЮЩИХСЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ КАРАКАЛПАКСТАН

АННОТАЦИЯ

В данной статье рассматривается вопрос создания самоорганизующихся систем предприятий, занимающихся торговлей, в которых в основном объясняются возможности создания базы данных, функциональные связи подсистем в части. Представлена структурная модель системы поиска данных, позволяющая оценить основные экономические показатели Республики Каракалпакстан и их влияние на ВВП. На основе гармонических рядов прогнозировано темпы роста ВВП Республики Каракалпакстан.

Ключевые слова: торговля, самоорганизация, система, модель, структура, информация.

CREATION OF A SYSTEM OF SELF-ORGANIZING ENTERPRISES FOR THE DEVELOPMENT OF SMALL BUSINESS AND ENTREPRENEURSHIP IN THE REPUBLIC OF KARAKALPAKSTAN

ABSTRACT

In this article, we are going to discuss the creation of the newly created inventory of trading enterprises, with the possibility of data base splitting, and the functional links of sub-directories. Structural modeling of the data retrieval that can influence the main economic indicators of the Republic of Karakalpakstan and UARning on the CDM is provided. Based on the harmonic series, the Republic of Karakalpakstan is moving



towards evangelism.

Keywords: trade, organization of the verb, inventory, model, structure, information.

Кириш. Ўзбекистон Республикаси Президентининг "Хусусий мулкни ҳимоя қилиш ва мулкдорлар ҳуқуқларининг кафолатларини қучайтириш, тадбиркорлик ташабусларини қўллаб-қувватлаш борасидаги ишларни ташкил қилиш тизимини тубдан такомиллаштириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар, шунингдек, тадбиркорлик субъетларининг молиявий ресурслар ва ишлаб чиқариш инфратузилмасидан фойдаланиш имкониятларини кенгайтириш тўғрисида" 2019 йил 13 августда ПФ-5780-сон Фармонига ва Ўзбекистон Республикаси Президентининг "Ўзбекистон Республикаси Иқтисодиёт ва саноат вазирлиги ҳузуридаги Кичик бизнес ва тадбиркорликни ривожлантириш агентлиги фаолиятини ташкил этиш тўғрисида" 2019 йил 13 августдаги ПҚ-4417-сон қарорига мувофиқ Вазирлар Маҳкамаси қарор қабул қилди. Бу қарорга асосан, кичик бизнесни кенгайтиришни рағбатлантириш, қўшимча қиймат яратишнинг яхлит занжирларини шакллантириш, замонавий технологияларни ўзлаштириш, экспортни қўпайтириш, иш ўринларини яратиш, замонавий ахборот-коммуникация технологияларидан фойдаланган ҳолда кичик бизнес ва тадбиркорликни ривожлантириш бўйича давлат дастурларини ва ҳудудий дастурларни амалга ошириш жараёни мониторингини олиб бориш тизимини жорий этиш вазифалар белгиланиб берилган.

Мавзуга оид адабиётларнинг таҳлили. Ўз-ўзини ташкил этувчи тизимларни моделлаштириш, стратегик бошқариш масалалари билан хорижий олимлардан А.И.Ансофф [1], Ю.В. Вернаковларни [2] келтиришимиз мумкин. Улар асосан корхона фаолиятида субъектив факторларга катта аҳамият бериб келишган. Бу масалаларни ҳал қилишда тизимли ёндашиш зарурияти бугунда туғилмоқда. Структуравий таҳлил ва информацион тизимларни проектлаш масалалари билан асосан В.В. Вендерова, А.М. Заболотскоголарнинг ишларини кўрсатишими мумкин. Структуравий таҳлил асосида номақбул шариотда қарорлар қабул қилиш савдо корхонасининг иш фаолияти самарадорлигини оширмайди. Динамик бизнес-жараёнларни математик моделлаштириш бўйича Э.Г. Альбрехта., Гольдштейна С.Л., Дуброва А.М., Емельянова А.А., Зайцева И.Кларнинг ишларида бир қатор оптималлаштириш масалаларини кўришимиз мумкин. Улар асосан эҳтимолий моделлаштиришга эътибор қаратиб савдо корхонасининг меҳнат унумдорлигини баҳолашга ҳаракат қилишган.

Макроиқтисодий кўрсаткичларни башоратлаш муаммосига Л.Гринберг, Л.Канторович, В.Макарова, Ю.Яременко, А.Андреева, Ю.Зайцева илмий ишларида баён қилинган. Иқтисодий жараённи башоратлашнинг амалий муаммолари билан Ж.Бокс, Г.Дженкивса, Ф.Роберт, Х.Таха ва бошқалар тадқиқот ишларини олиб оришган. Ўзбекистон олимларидан В.К.Кабулов, М.И.Ирматов, А.Абдугаффаров, Б.Беркинов, М.Абдуллаев, С.Гулямов [11,12], Ю.Рашидов ва бошқалар илмий тадқиқотлар олиб боришган.

Тадқиқот методологияси. Ушбу мақоланинг асосий мақсади замонавий мониторинг тадқиқотларини фойдаланиш бўйича илмий ва методологик ишланма ишлаб чиқиш ва савдо корхоналарининг ўз-ўзини ташкил этувчи тизимини Қорақалпоғистон Республикаси бозор шароитида яратишдир. Тадқиқотнинг асосий масалалари:



- Қарақалпоғистон Республикаси аҳолиси динамикасини таҳлил этиш;
- Қарақалпоғистон Республикасининг ялпи ҳудудий маҳсулотини ишлаб чиқариш таркибини классификациялаш [3];
- талабга мос маҳсулотларнинг ҳаракатларин ўрганиш;
- яроқсиз маҳсулотлар динамикасин таҳлил ва башоратлаш [4];
- маҳсулотни сотиш ҳақида аналитик маълумот бериш[5];
- савдо хизматчилари ҳақида маълумот бериш;
- маҳсулот ишлаб чиқаришни оптимал режалаштириш ва бошқариш асосларин алгоритмлаш;
- дастурий мажмуасини ишлаб чиқиш, савдо билан шугулланиш ва ишлаб чиқариш аналитик моделини тузиш, унинг турғунлигини таъминловчи алгоритмин ишлаб чиқиши[6];
- савдо бозорининг эҳтимол моделини яратиш ва унинг асосий параметрларини аниқлаш[7].

Ушбу масалаларнинг амалий натижаси Қарақалпоғистон Республикаси ҳудуди ва унинг туманлари савдо корхоналарида бозор шароитида ижтимоий-иқтисодий бошқариш учун ишлатилади. Олинган натижалар янги қувватли манбаларни топишга ва савдо корхоналарини Қарақалпоғистон Республикасида ижтимоий-иқтисодий тизимларини бошқаришни янада такомиллаштиришга ёрдам беради. Кўйилган масалаларни ечиш учун, компьютерлаштирилган савдо корхонасининг математик моделини яратиш мақсадга мувофиқдир. Моделни тузишда савдо корхоналарининг ўз-ўзини ташкил этиш тизимни ҳисобга олган ҳолда бу:

- замонавий босқичдаги модел тушунарли, аниқ ва анъанавий моделни алмаштириш имкониятини бериш;
- ихтиёрий вақтда замонавий модел идентификацияланыш;
- савдо корхоналари тизимининг моделини узлуксиз такомиллаштириш.

Ўз-ўзини ташкил этиш савдо корхоналарининг ижтимоий -иқтисодий тизимининг компьютер технологиялари базасида функционал схемаси 1-расмда кўрсатилган.



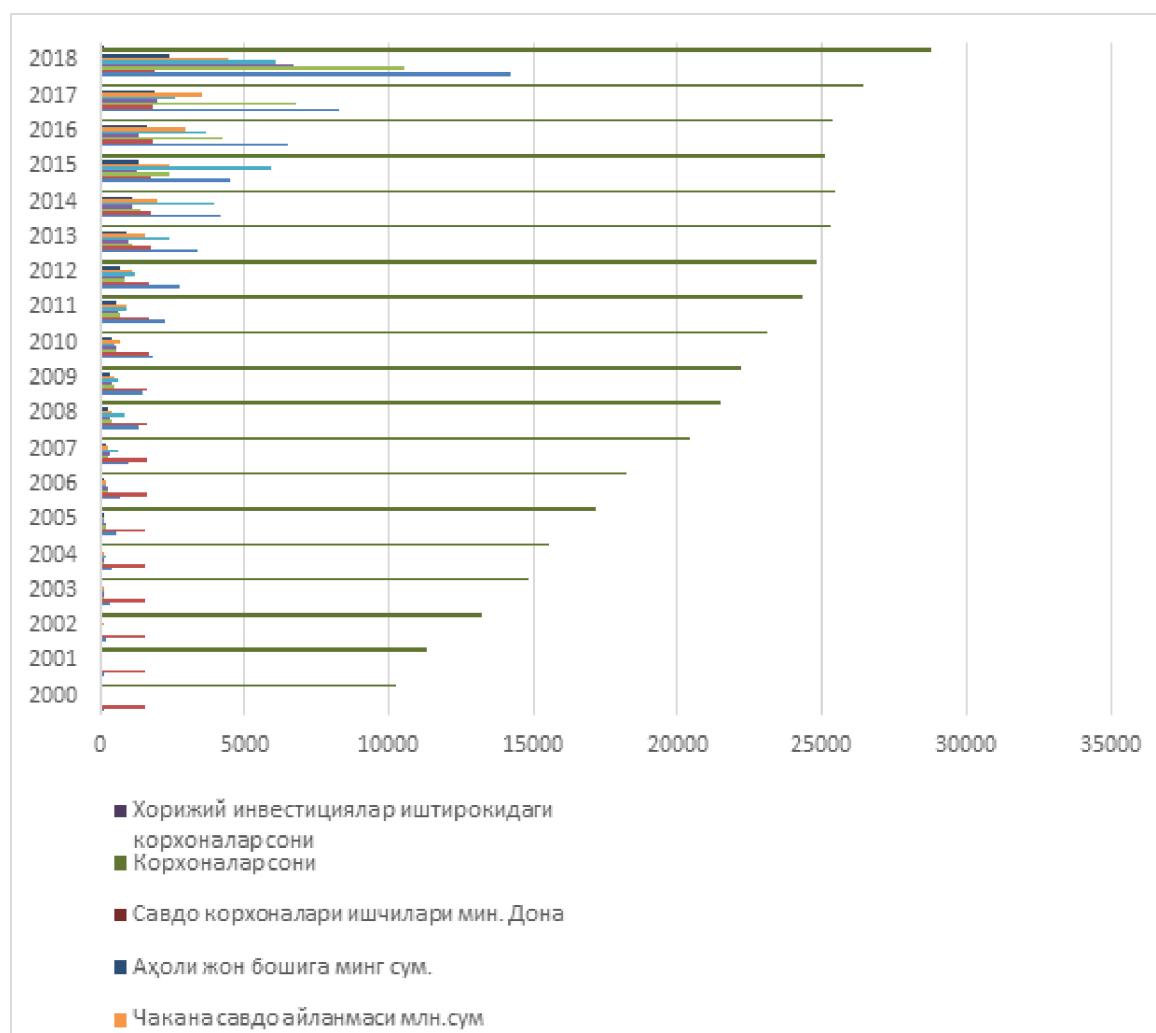
1-расм. Ўз-ўзини ташкил этиш савдо корхона тизимнинг функционал схемаси
Юқоридаги стратегик мақсадлар, хизмат ва сервис соҳасида аҳолининг фаровонлигини ошириш учун бош фактор бўлиб ҳисобланади.



Қарақалпоғистон Республикаси ички ҳудудий маҳсулотларини математик моделлаштириш заруриятынан бирок күнде олардың табигайлық мөндерін анықтауда көрсеткіштіктердің әсерін салынуы мүмкін. Бұл асосией масалалардан бири бўлиб Қарақалпоғистон Республикасининг иқтисодий ва ижтимоий ривожланишида ишлаб чиқариш ва эҳтиёжга таъсир этади. Ички савдонинг ривожланиши аҳоли эҳтиёжларига тўлиқ жавоб беради. Шунинг учун Қарақалпоғистон Республикаси ички савдосини такомиллаштириш йўлларини аниқлаш ва ҳолатини, барқарорлигини таҳлил этиш долзарб масала бўлиб ҳисобланади.

Қарақалпоғистон Республикасининг ижтимоий - иқтисодий динамик ривожланишини, ялпи ҳудудий маҳсулот(ЯҲМ) тизимини тўлдириб боришни талаб этади. Бу ЯҲМ сонли ва сифатли факторлар билан аниқланади. Шунинг учун энг долзарб масалалардан бири объектив ва субъектив факторлар динамикасини ўрганиш, ЯҲМни таҳлил ва башоратлаш ҳисобланади. Башорат масаласида факторларнинг ўзгариш қийматларини келажакда аниқлаш ва зарурий маълумотлар базасини тўлдириш, ва Қарақалпоғистон Республикасининг иқтисодий ривожланиш йўналишин асослашдан иборат.

Қарақалпоғистон Республикасида 2019-йил 1-январь ҳолатига кўра 16031 корхоналар ҳисобдан ўтган бўлиб 20,5%ни савдо корхоналари ташкил қиласиди. 2177 кичик корхоналар бўлиб уларнинг 36,6% Нукус шаҳрида жойлашган, Тўрткулда 8,0%, Амударё 7,1%, Беруний туманида 6,2%, Кунградда 6,0%, Элликқалъа 5,4%, Нукус туманида 5,4%ни ташкил қиласиди.





2-расм. Асосий иқтисодий кўрсаткичлар

2-расмда Қорақалпоғистон Республикасининг асосий иқтисодий кўрсаткичлари келтирилган бўлиб, бу маълумотларни таҳлил қилсак Қорақалпоғистон Республикаси иқтисодиёти Ўзбекистон миқёсида унчалик даражада яхши эмаслигини кўришимиз мумкин. Ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш соҳларининг ўсиш суръатлари паст даражада эканлигини англашимиз мумкин. Қорақалпоғистон Республикаси маҳсулотларни ишлаб чиқариш ҳажми ва аҳоли эҳтиёжларини керакли товар маҳсулотлари билан таъминлаши, инвестиция паст даражада эканлиги маълум. Демак, хulosса ўрнида шуни айтиш керакки Қорақалпоғистон Республикасининг ички савдосини ва хизмат кўрсатишини талаб даражасига кўтариш учун ва оптималлаштириш учун янги информацион технологияларни савдо бошқаришининг барча бўғинларига қўллаш талаб этилади. Бу информацион тизим савдо бўйича қўйидаги масалаларни ечади [8]:

- савдо корхоналарининг рейтингин ҳисоблаш;
- маҳсулотни ишлаб чиқариш ва лойиҳалаш, савдо корхоналарининг шартномаси асосида мониторинг ўтказиш маълумотларига ечим қабул этиш учун, сертификация ва лицензия олиш учун ёрдам бериш;
- сифатли маҳсулотлар ишлаб чиқариш ва бошқаришни автоматлаштириш учун ҳуқуқий-методик базаларни яратиш;
- хорижий ва ўзимизда ишлаб чиқарилган ишланмалар учун тадқиқот олиб бориш;
- маҳсулотларни сотиш маркетинг тадқиқот ишларини олиб бориш, электрон савдо ўтказиш, статистик маълумотларни қайта ишлаш.

Ушбу масалаларни ечиш учун ишлатиладиган информацион системанинг функционал структураси 3-расмда кўрсатилган. Расмдан шуни кўриш мумкинки, информацион тизим асосан қўйидаги модуллардан иборат: Монитор, интерфейс, маълумотлар базаси. Ишлаб чиқилган информацион тизим корхонанинг меҳнат унимдорлигини, маҳсулот сифатини аниқлаш имконини беради. Шу ўринда информацион тизим орқали Қорақалпоғистон Республикаси савдо корхоналарининг бошқариш механизmlарини такомиллаштириш, аҳоли эҳтиёжларини товар билан таъминлаш имконини беради.



3-расм. Информацион тизимнинг функционал структураси



Таҳлил ва натижалар. Юқорида айтилғанлар ва чет әл тажрибасини таҳлил қилиш орқали савдо корхоналарини бошқаришни такомиллаштириш ҳозирги вақтда илмий асосланган савдо масалаларини ечишни автоматлаштириш бўйича ёндашувлар йўқ эканлигини ва янги информацион технологияларни ва математик усулларни қўллаш бўйича методик кўрсатмалар етишмаслиги долзарб ҳисобланади.

Маълумотлар қидириш тизими "Савдо"нинг ишлаш жараёнида савдо кўрсаткичларини башоратлашда гармоник усулдан фойдаланилади. Бу усул [9] амалиётда кўп ишлатилмаган, шунинг учун иқтисодиёт масаласи билан математик аппаратини биргалиқда тадқиқот этишга тўғри келади. Қорақалпогистон Республикасининг ЯҲМ кўрсаткичларини башорат қилиш ва динамикасини таҳлил этиш 2010-2018 йиллар учун, статистик маълумотлар жадвали 1да кўрсатилган.

1-жадвал. Қорақалпогистон Республикасининг ЯҲМ ўсиш динамикаси

Йиллар	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
ЯҲМ, млрд.сум	1813,9	2219,4	2760,1	3398,8	4157,3	4485,9	6518,0	8285,2	14185,2
<i>t</i>	11	12	13	14	15	16	17	18	19

1-жадвал асосида ЯҲМни 2019-2025 йиллар учун башорат этиш методикаси [10] да келтирилган. Башорат жадвалини 2-жадвалда келтирамиз.

2-жадвал. Қорақалпогистон Республикасининг ЯҲМ башорати

Йиллар	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
ЯҲМ, млрд.сум	12655,7	14145,1	15634,6	17124,1	18613,6	201103,1	21592,6
<i>t</i>	21	22	23	24	25	26	27

Хулоса. Қорақалпогистон Республикасининг ЯҲМ башорат қилиш кичик бизнес ва тадбиркорликни ривожлантиришга, аҳолининг турмуш фаравонлигини оширишга имкон яратади. Информацион тизим ёрдамида аналитик маълумотлар тайёрлаш ва натижаларни интерпретациялаш, савдо соҳасидаги функционал масалаларни ечишни автоматлаштириш ва on-line режимида ишлаш имкони вужудга келади. Макроиктисодий баркарорлик таъминланади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

- 1.И.Ансофф. Стратегическое управление. /пер. с англ. - М.: Экономика, 1989. - 520 с
2. Ю.В.Вертакова. Интеграция подходов к управлению современной организацией: монография / Ю.В.Вертакова, Е.В. Харченко, С.С. Железняков и др. под ред. Ю.В.Вертакова. - ЮЗГУ, 2010. - 525 с
3. Abdullaev U.A. Mathematical model for forecasting of gross regional product of the republic of Karakalpakstan// Journal of management value and ethics. India, GMA, № 3. 2019 у.
4. Абдуллаев У.А. Технология классификаций выпускаемых изделий с использованием экспертических методов// Фундаментальные исследования. -2014. - №11. Двухлетний импакт-фактор РИНЦ = 1,074. DOI: 10.17513/fr.35624
5. Абдуллаев У.А. Мониторинговой анализ цен на этапе выработки и поддержки принятия управленческих решений: /В.К. Зольников, У.А. Абдуллаев// Сборник научных трудов по материалам. Международной научно-практической конференции часть I. "Наука и образование в современном мире" Москва.2013. -



C. 38-40.

6. Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ №2013614358 Программа для регистрации торгового предприятия и анализа соответствующих данных- заявка №2013612367 опубл. 29.04.2013

7. Абдуллаев У.А. Идентификация математической модели и исследование поддержки принятия решений для самоорганизации социально-экономических систем предприятия торговли // Фундаментальные исследования. - 2013. - № 8 (часть 1). - стр. 13-18; Двухлетний импакт-фактор РИНЦ = 1,074.

8.Абдуллаев У.А., Аимбетов Н.К. Математические модели и алгоритм реализации задач мониторинга предприятий торговли//Вестник Каракалпакского отделения Академии наук Республики Узбекистан. №4, 2018г 81ст.

9. Абдуллаев У.А. Алгоритм и математическая модель прогнозирования ВРП Республики Каракалпакстан// Вестник ККГУ №3(44). 2019 г.

10. Абдуллаев У.А. Использование регрессионной модели для самоорганизации социально-экономических систем производственных предприятий торговли // Современные проблемы науки и образования. - 2013. - № 2; двухлетний импакт-фактор РИНЦ=0,8.

11.Гулямов С.С., Отожонов Ш.И. Риски в инновационной деятельности. Сборник материалов форума экономистов Узбекистана. Часть 1. Макроэкономические и региональные аспекты моделирования устойчивого экономического роста. Т. Институт прогнозирования и макроэкономических исследований при КМ РУз. Т., 2011 г., стр. 152-160.

12.Гулямов С.С., Бегалов Б.А. "Информатика ва ахборот технологиялари", Дарслик, Ўзбекистон Республикаси Фанлар академияси "Фан" нашриёти , Тошкент-2010.



МЕТАЛЛУРГИЯ САНОАТИ КОРХОНАЛАРИДА МАҲСУЛОТНИ ҲИСОБГА ОЛИШНИ ИЧКИ НАЗОРАТ ҚИЛИШ УЧУН АХБОРОТ ТИЗИМИ

Абдусаломова Нодира Баходировна
ТДИУ "Бухгалтерия ҳисоби" кафедраси доценти,
иқтисодиёт фанлари доктори.
abdusalomova2016@mail.ru



<http://dx.doi.org/10.26739/2181-9491-2020-SI-2-9>

АННОТАЦИЯ

Ушбу мақолада маҳсулотни ҳисобга олишда ички назоратни ташкил этилишини, ички назоратга берилган таърифларни таҳлилий ўрганиб ички назоратни корхона молиявий-хўжалик фаолиятида туган ўрнини кўрсатиб берган. Олиб борилган тадқиқотлар натижасида ички назоратни режалаштириш жараёнини такомиллаштирилган босқичлар асосида амалга ошириш ва ички назорат қилиш учун ахборот тизими таклиф этилган.

Таянч сўзлар. Ички назорат, бошқарув ҳисоби, таҳлил, ички назорат мақсади, ички аудит, ички назорат принциплари, ички назорат тизими.

Металлургия саноати ҳозирги замон жаҳон иқтисодий тизимининг асосий тармоқларидан бири ҳисобланади. Бошқа асосий тармоқларнинг фаолият даражаси кўп жиҳатдан металлургиянинг ривожланиш даражасига боғлиқ. Металлургиянинг бутунги кундаги аҳамияти шунда кўринадики, тармоқдаги ички муаммоларни ҳал қилиш нафақат алоҳида корхона, минтақа балки мамлакат доирасида алоҳида аҳамият касб этади.

Асосий металлургия объектларининг ишлаб чиқариш жараёнлари мураккаблиги ва агрегатларда турли жойларида қўлланиладиган технологик жараённинг узлуксизлиги, объектларнинг назорат кўрсаткичлари ва ички назорат ҳаракатларига боғлиқлигини кўрсатади.

Бунда ички назоратни амалга оширишда, маҳсулот ишлаб чиқаришда уларнинг ҳар бири тайёр маҳсулот чиқишига таъсир қиласидиган технологик жараёнларни бошқариш учун малакали операторларни талаб этилади. Бу эса автоматлаштирилган ички назорат тизимини яратиш, кириш ва чиқиш миқдорлари ўртасидаги ўзаро боғлиқликни ва таъсирининг комплекс ички назорат тизими алгоритмини ишлаб чиқиш ва жорий этиш заруратини келтириб чиқаради.

Металлургия саноати корхоналарида асосий кўрсаткичларни автоматлаштириш ёрдамида бошқариш ва ички назоратини ташкил этиш сезиларли даражада мураккаб ҳисобланади. Бу маҳсулот ишлаб чиқариш технологик жараёнида қатнашадиган юқори ҳарорат, кимёвий бирикмалар ва қайта ишлаш харажатлари билан боғлиқ.

Ички назорат ва ишлаб чиқариш харажатларини ҳисобга олиш муаммолари, бошқарув ҳисоби тизимларининг ривожланиши бир қатор чет эллик ва мамлакатимиз олимлари томонидан тадқиқ этилган.



Ушбу масала бўйича ички назоратга чет эл иқтисодчи олими С.Р.Шевякова томонидан эътибор берилиб, "ички назорат корхонанинг ички ҳужжатлари билан тартибга солинувчи назорат фаолияти, фаолиятнинг турли жиҳатларини баҳолаш ва маҳсус бўлинма вакиллари томонидан амалга ошириладиган бошқарувнинг барча даражаларига маслаҳат бериш" эканлиги эътироф этилади[1]. Бизнинг фикримизча, ички назоратга С.Р.Шевякова томонидан берилган тариф ички назоратни тўлиқ моҳиятини очиб беради. Ушбу таърифда ички назоратнинг моҳияти фақат назорат функцияси билан эмас, балки корхона самарадорлигини баҳоловчи кўрсаткичларга ҳам қаратилган. Яъни, бу ёндашувга мувофиқ ички назорат тушунчаси ва унинг моҳияти бошқарув ва баҳолаш функцияси билан тўлдирилади.

Ушбу масалада иқтисодчи-олима Л.Парамонованинг фикрича, хўжалик юритувчи субъектнинг ички назорати корхонани бошқариш функцияларидан бири ҳисобланиб, фаолиятини амалдаги қонунчиликка, меъёрий ҳужжатларга мувофиқлигини текшириш учун ҳисоб обьектлари ва жараёнларни мониторинг қилишдан иборат деб таъкидлайди[2]. Лекин унинг фикри тор маънода бўлиб, фақат мониторинг масаласига асосий эътибор қаратилган. Ушбу масалани янада ривожлантириб, Л.А.Родина., О.В.Кучеренко, В.В.Завадскаянинг фикрича, бошқарув ҳисобини ташкил этишда корхонанинг ички назорат тизими фаолиятни самарали бошқариш воситаси сифатида бошқарув томонидан қабул қилинган ташкилий тузилма, усул ва тадбирлар тўплами тушунилади[3].

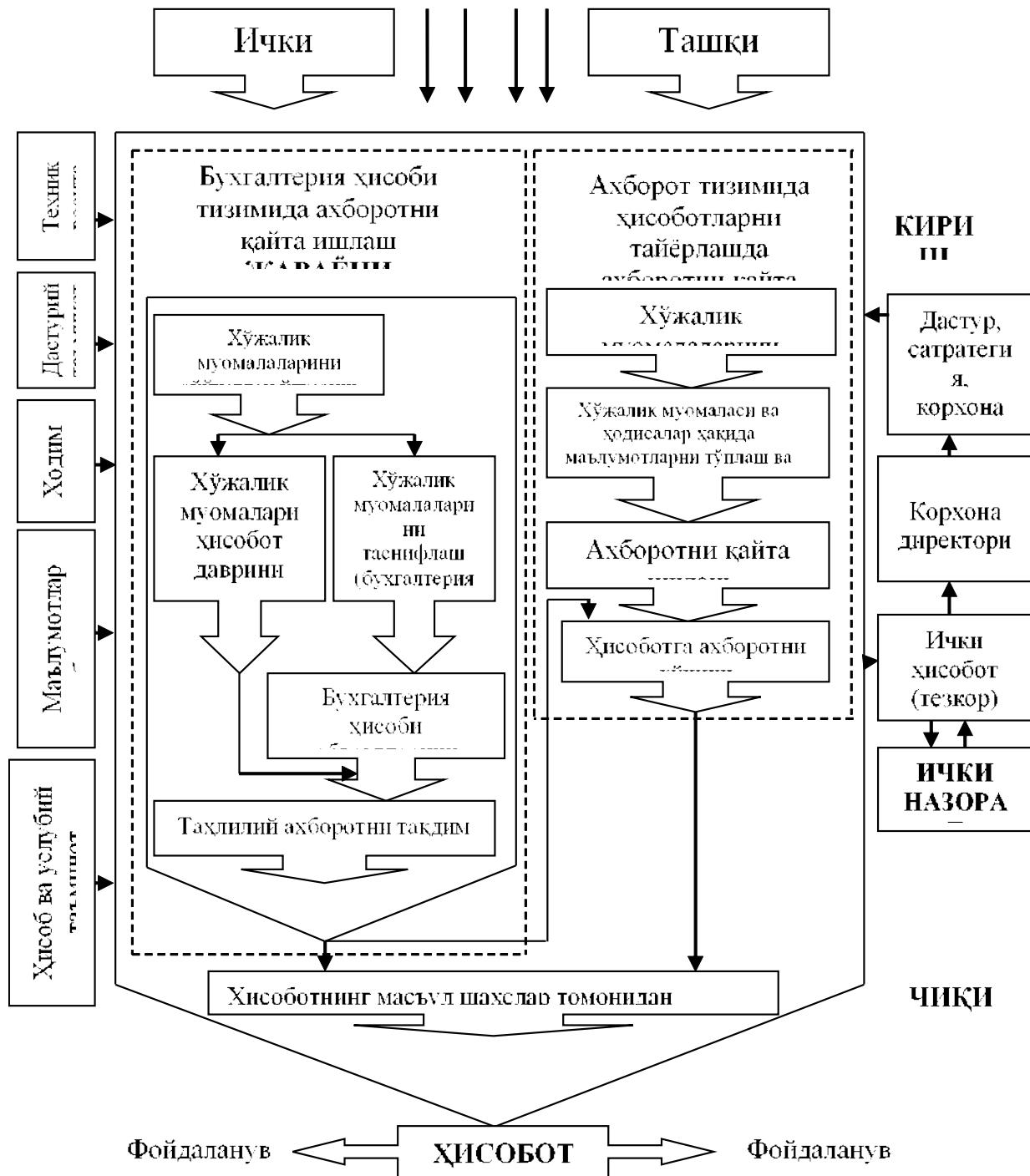
Бизнинг фикримизча, ички назорат корхонага фойда келтириш ва фаолиятни такомиллаштириш учун ишончли маслаҳат хизматлар кўрсатишнинг мустақил обьектив фаолияти ҳисобланади.

Металлургия саноати корхоналарида бошқаришда ички назоратнинг ўрни ва ролини тадқиқ этиш шундай хulosага келиш имконини бердики, ички назорат бошқарувнинг барча босқичлари ва даражаларида зарур бўлиб, биринчи галда бевосита тайёр маҳсулот ишлаб чиқариш ва технологик жараёнини бошқаришда амалга оширилиши керак. Шу билан бирга, металлургия саноати корхоналари томонидан амалга ошириладиган ички назорат даражаси бир қатор обьектив ва субъектив сабабларга кўра тўлигича етарли бўлиши мумкин эмас. Ҳатто, ички назорат сифатли тарзда йўлга қўйилган тақдирда ҳам маҳсулот ишлаб чиқариш жараёнида, умуман, ички назорат ҳолатининг ташқи баҳоланишини қўшимча тарзда амалга ошириш зарур ва бу мустақил, юқори малакали ҳодимлар томонидан амалга оширилиши керак. Металлургия саноати корхоналарида бундай мутахассислар назорат функцияларини амалга оширувчи маҳсус хизматлар, яъни ички назорат хизмати ва ички аудит хизмати таркибида бўлиши лозим.

Металлургия саноати корхонасини бошқариш тизимида ички назорат хизматининг вазифаси ички назоратнинг ишончли ва амалий тизимини ишлаб чиқиши, илмий асосланган услубий таъминот, ички назоратнинг ҳолатини даврий баҳолаш, у ёки бу участкаларда ички назорат етишмаган ҳолларда уни бевосита амалга ошириш, корхона умумий фаолияти ва технологик жараён фаолиятининг самарадорлигини ошириш юзасидан хulosалар ва таклифлар бериб, ички ҳисоботни тайёрлашдан иборат. Муаллиф томонидан олиб борилган тадқиқотлар асосида металлургия саноати корхоналарида ички ҳисоботни тузиш алгоритми таклиф этилди (1-расм).



Ахборот шаклланишига масъул корхона



1-расм. Ички ҳисботни тузиш алгоритми

Ички назорат асосида ички ҳисботни тузиш вазифалари қуидагиларни ўз



иチガ олади: бухгалтерия (молиявий) ҳисоботларининг түғрилигини, улар томонидан амалга оширилган хўжалик фаолиятининг қонунийлиги ва мақсадга мувофиқлигини аниқлаш; бухгалтерия ҳисоби ва ҳисоботларини оқилона ташкил этиш; ички фойдаланувчиларни назорат натижалари бўйича хўжалик жавобгарлиги марказларининг ишлаб чиқаришини жадал ривожлантириш ва рентабеллик даражасини оширишга йўналтирилган самарали иқтисодий қарорлар қабул қилиш имконини берувчи тезкор ахборот билан таъминлаш; бухгалтерия ҳисоби ва молиявий ҳисоботларнинг амалдаги меъёрий хужжатлар, ҳуқуқий мақом, таъсис хужжатлари, корхонанинг тармоқ ва ташкилий хусусиятларига мос келишини аниқлаш мақсадида уларни экспертизадан ўтказиш ҳамда аниқланган камчиликларни бартараф этиш юзасидан берилган таклифларни асослаш; белгиланган меҳнат тартиби ва раҳбарият қарорларининг корхона томонидан бажарилишини текшириш; маҳсулот ишлаб чиқариш, ишларни бажариш ва хизматлар кўрсатиш харажатларини пасайтириш захираларини аниқлаш.

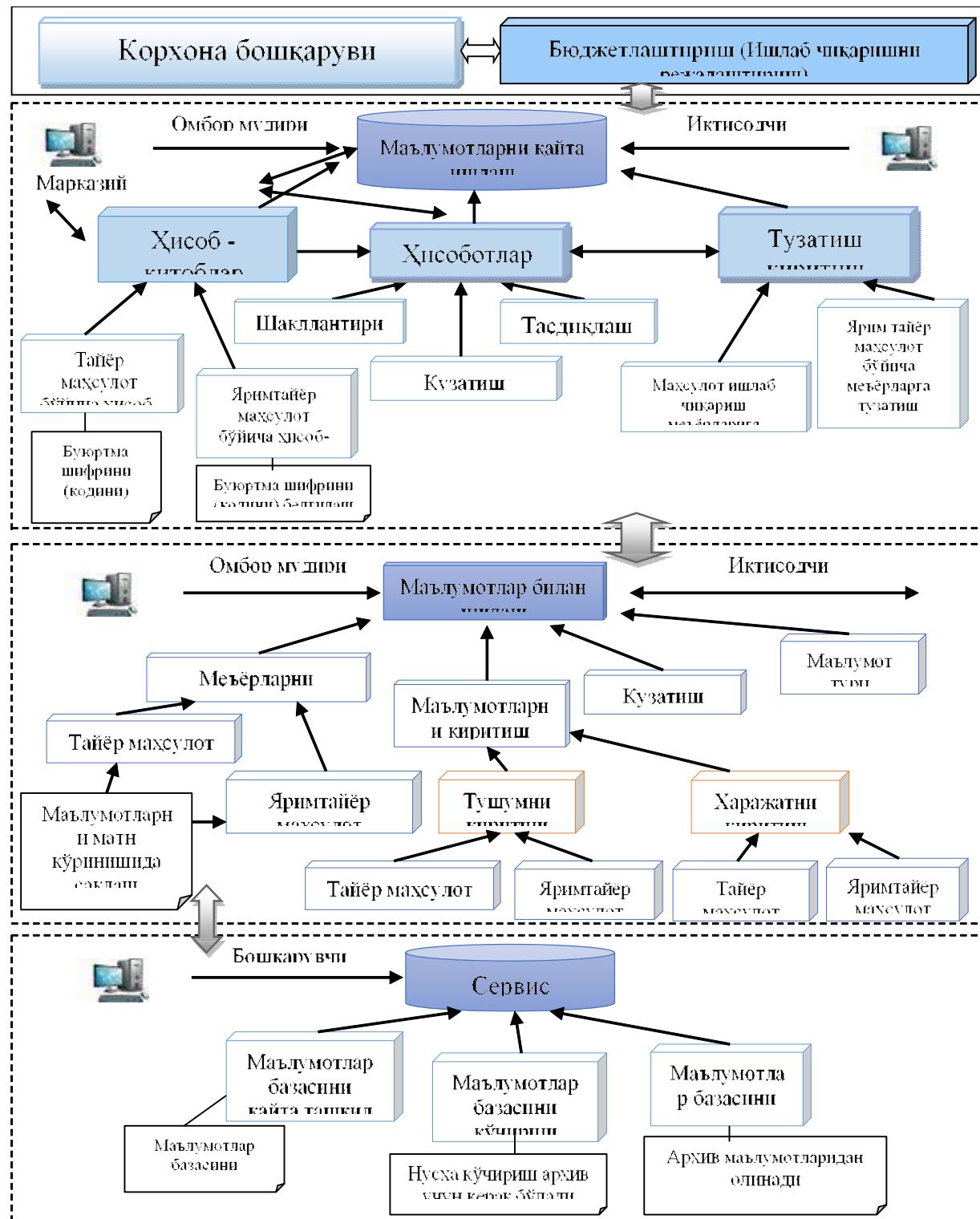
Металлургия саноати корхоналарида ички назорат раҳбарият томонидан ташкил этилади ҳамда хўжалик операцияларининг амалга оширилишида барча ходимлар томонидан ўз лавозим мажбуриятларининг энг самарали тарзда бажарилиши назарда тутилади. Бунда ҳар бир ходим у кимга бўйсуниши ва у кимга вазифа бериши мумкинлигини билиши лозим. Ҳар бир ходим у нима учун жавоб беришини ва фаолиятининг натижалари қайси мезонлар бўйича баҳоланишини тушуниши лозим.

Металлургия саноати корхоналарида тайёр маҳсулотни ҳисобга олишнинг ички назорати қўйидагилар ҳисобланади: ишлаб чиқарилаётган турли маркадаги металл маҳсулотининг тегишли хужжатларини ўз вақтида бажариш; корхона омборларида унинг хавфсизлигини назорат қилишни таъминлаш; тайёр маҳсулотлар ва ҳисоб-китобларни харидорларга жўнатиш ва сотища операцияларни ўз вақтида акс эттириш; ишлаб чиқариш ва сотищ режаси устидан ички назоратни таъминлаш. Ҳисоб-китобларнинг аниқлигини ошириш ва бундай фаолиятнинг самарадорлигини ошириш ва самарали ички назорат тизимини жорий қилиш учун фаолиятни автоматлаштириш талаб этилади.

Тадқиқот давомида металлургия саноати корхоналарида маҳсулот ишлаб чиқаришни тўғри ҳисобга олиш ва ички назорат қилишни амалга ошириш варианти ишлаб чиқилди (2-расм).

Бошқарув ҳисоби тизимининг тўғри ўтказилган ички назорати, жумладан, бошқарув соҳасидаги турли таваккалчиликларни (масалан, ходимларнинг мунтазам хатолари ва суиистеъмолликларини) ўз вақтида аниқлаш ва улар юзага келишининг олдини олиш тадбирлари ишлаб чиқиши имконини беради.

Шу билан бирга, бошқарув ички назоратини ҳисоб-таҳлилий кичик тизим, бошқарув ташкилий тузилмаси, кадрларни бошқариш (ходимлар бошқарув назорати) ва ташкилотнинг бошқа элементларига таянган ҳолда уни қўллаш соҳасини кенгайтириш лозим. Бундай ёндашув металлургия корхонасининг барча элементлари бошқарув назорати усулларини тўлиқ қамраб олиш зарурлиги билан боғлиқ, чунки элементлардан бирининг тушиб қолиши корхона молиявий аҳволининг умумий тавсифини шакллантириш имконини бермайди ва самарали қарорлар қабул қилишни қийинлаштиради.



2-расм. Металлургия саноати корхоналарида маҳсулот ишлаб чиқаришни жараёнини ички назорат қилишни амалга ошириш варианти

Ҳозирги вақтда бошқарув ҳисоби тизимида ички назоратнинг юқорида санаб ўтилган айрим обьектлари бўйича методикалар, шу жумладан, ходимлар бошқарув назорати методикаси қисман ишлаб чиқилган бўлиб, етарлича ички назоратни ташкил қилиш имконини бермайди.

Хулоса қилиб айтишимиз мумкинки, металлургия корхонасининг самарали



фаолият күрсатиши унинг ташкилий тузилмалари ва сегментлари фаолиятининг мақбуллаштирилиши билан белгиланади, бу ўз навбатида ҳисоб-таҳлилий кичик тизимни, корхонани ички назорати тизимини такомиллаштиришни талаб қиласы.

Шу нұқтаи назардан бошқарув ҳисоби тизимида ички назоратни такомиллаштириш алоҳида ўрин тутади. Республикасында иқтисодий билимларнинг нисбатан янги тармоғи сифатида бошқарув ҳисоби тизими ички назоратнинг ўзига хослиги ва унинг күп қирралылығы ноанъанавий воситаларнинг қўлланилишини талаб қиласы.

Бошқарув ҳисоби тизими ички назорат мақсадлари ва вазифаларининг амалга оширилиши орқали унинг такомиллаштирилиши бошқарув кичик тизимлари (сотув, таъминот, нархни шакллантириш ва ҳ.к.)нинг мантиқий-танқидий таҳлилини ҳамда тизимли-муаммоли ёндашувини амалга ошириш имконини беради. Ҳар бир кичик тизим ривожланишининг ўзига хос хусусиятлари ва тенденцияларини аниқлаш, умуман, корхонани ривожлантаришнинг глобал муаммоларини аниқлашни ва иқтисодий субъектнинг аниқ "молиявий аҳволи"ни тасаввур қилишни талаб этади.

Фойдаланилган адабиёттар рўйхати:

1. Шевякова С.Р. Внутренний аудит как инструмент улучшения функционирования предприятия // Молодой ученый. 2017. №11 (145). С. 295-297. 296.
2. Парамонова Л. Типология и модели организации внутреннего контроля экономического субъекта // Ресурсы. Информация. Снабжение. Конкуренция 2012. № 2. С. 362-365.
3. Родина Л.А., Кучеренко О.В., Завадская, В.В. К вопросу о внутреннем контроле в системе управления затратами // Вестник Омского университета. Серия "Экономика". 2013. № 2. С. 189-192.



БАНК ТИЗИМИНИНГ РАҚАМЛИ ТРАНСФОРМАЦИЯСИ

Каландаров Абдулла Бахтиёрович
"Ипотека-Банк" АТИБ Яшнобод филиали
Кредит мониторинги бўлими бошлиғи
Ўзбекистон Республикаси
Банк-молия академияси
мустакил изланувчиси
mfua-msk@mail.ru



<http://dx.doi.org/10.26739/2181-9491-2020-SI-2-10>

АННОТАЦИЯ

Замонавий шароитда банк тизимининг рақамли трансформацияси рақамли иқтисодиётни шакллантириш жараёнининг ажралмас қисмидир. Банкнинг энг муқобил рақамли стратегиясини ишлаб чиқиш ва уни амалга ошириш банк-молия ташкилотларининг рақамли трансформацияси асоси бўлиб хизмат қиласди. Мақолада банк тизимининг рақамли трансформациясига турли ёндашувлари таҳлил қилинади ва банкнинг таркибий элементини ўзгартириш учун турли эҳтиёжларга мувофиқлигини қўллаш истиқболлари баҳоланади.

АННОТАЦИЯ

В нынешних условиях цифровая трансформация банковской системы является неотъемлемой частью процесса становления цифровой экономики. Основой трансформации банковской системы является оптимальная цифровая стратегия, разработка и реализация которой требует учета специфики конкретной организации. В статье проанализированы различные подходы к цифровой трансформации банковской системы и оценены перспективы их применения в соответствии с различными потребностями в трансформации того или иного структурного элемента организации.

ABSTRACT

In modern conditions, the digital transformation of the banking sector is an integral part of the development of the digital economy. The basis of the digital transformation of financial institutions is the optimal digital strategy, the development and implementation of which requires consideration of the specific features of a particular organization. The article analyzes various approaches to the digital transformation of the banking sector and assesses the prospects for their use in accordance with the various needs for the transformation of a particular structural element of the organization.

Калит сўзлар. Рақамли трансформация, молия-кредит муассасаси, банк тизими, рақамли технологиялар, рақамли стратегия, рақамли иқтисодиёт.

Ҳозирги кунда банк тизими рақамли иқтисодиётнинг жорий талабларига мувофиқ ривожланиш жараёнида. Рақамли трансформация туфайли банк тизимини ривожлантириш учун бизнес моделлар ва тушунчалар такомиллаштирилмоқда: Internet-banking пайдо бўлишидан бошлаб анъанавий пул операцияларини ўзгартиришгача. Инновацион ривожланиш-банклар фаолиятининг барқарор ва узоқ муддатли ўсиши учун асосий имкониятдир. Келгуси ўн йилликда молиявий



секторнинг рақамли ривожланиши тезлашади ва банк тизимида рақамли трансформацияларни оқилона бошқариш рақобат муҳитида муҳим афзаликларга айланади. Банкларнинг рақамли трансформацияси биринчи навбатда мижозлар эҳтиёжларини яхшироқ тушунишга қаратилган: фуқаролар ва ташкилотлар банклар билан осонроқ ва арzonроқ мулоқот қилишни хоҳлайди, шунинг учун рақамли иқтисодиётда банк тизими энг замонавий хизматларни таклиф қилишга тайёр бўлиши керак.

Рақамли трансформация жараёни мавжуд бизнес моделларни такомиллаштириш, шунингдек, иш жараёнини яхшилаш учун рақамли технологиялардан фойдаланишни англатади. Ушбу жараён инновацион технологияларни доимий равишда жорий этишни ўз ичига олади, бу еса бутун иқтисодиётнинг тўлиқ рақамли ўзгаришига олиб келади. Рақамли технологиялардан фойдаланиш банклар, давлат органлари ва потенциал мижозлар ўртасидаги ўзаро ҳамкорлик йўлларини яхшилайди.

Рақамли трансформация банк хизматларини кўрсатишнинг замонавий усусларини кенг жорий этишни назарда тутади. Банк филиалларининг сони камайиб бормоқда ва кўплаб хизматлар, айниқса, кредит бериш ёки маблағларни инвестиция қилишда онлайн хизматларга ўтказилмоқда. Банк тизимининг бу ўзгариши унинг камчиликларига ҳам эга: кекса авлод банклари рақамли ривожланиши жадаллаштириш билан шуғулланмаслиги мумкин, чунки у бизнес юритишнинг анъанавий усусларидан бутунлай воз кечиши қийин, гарчи бугунги кунда босқичма-босқич онлайн ва мобил рақамли платформаларда ишлашга ўтаётган банклар мавжуд.

Мамлакатимизда онлайн банкни ривожланишига мисоллар ҳам бор. Хусусан, жисмоний шахсларга хизмат кўрсатиш нуқтai назаридан, инновацион таклифлар "Ипотека-Банк" АТИБ да топиш мумкин: Internet-banking ни фаол тарғиб қилишдан олдин, банк мижозлари базаси ҳар йили ўргача 20 минг кишидан ошган бўлса, кейин, 2019 йилдан бошлаб, бу кўрсаткич 40-45 минг кишини ташкил қилмоқда, янги мижозлар сони 2 баробар ортиши кузатилмоқда. Юридик шахслар учун рақамли технологиялар ёрдамида битимлар 2018 йилда замонавий онлайн-банк тизимларини янада такомиллаштириш орқали ушбу банкнинг мижозлар базасини 2016 йилга нисбатан 1,5 баробар ошганини ва 150 мингтага етганини кўриш мумкин.

Рақамли технологиялардан фойдаланиш банк хизматларининг деярли тунукун ишлаши туфайли мижозлар базасини кенгайтиради. Банк тизимини трансформация жараёни қуйидаги элементларни ўз ичига олади: мижозлар билан ишлаш тажрибасини таҳлил қилиш, тақдим этилаётган маҳсулот ва хизматларни рақамлаштириш ҳамда ташкилотнинг ички жараёнларини ўзgartiriши.

Рақамли трансформацияга мижозлар билан ишлаш тажрибасини тўлиқ ўрганиш ва мавжуд эҳтиёжларни таҳлил қилиш ва янгиларини аниқлаш орқали эришилади. Банк хизматлари истеъмолчилари банкларни инновацион ривожлантиришнинг ҳаракатлантирувчи кучи ҳисобланади, чунки улар ўз эҳтиёжларини ифодалаш орқали замонавий банк маҳсулотлари ва хизматларига бўлган талабларни шакллантиради. Мижозлар банклар билан ўзаро ҳамкорлик қилиш тажрибасини муайян хизматни олиш учун қанчалик осон ва қулай бўлишига қараб баҳолайдилар, шунинг учун банк сектори доимо мижозлар билан ишлаш тажрибасини ўрганиши, ишларидаги камчиликларни аниқлаши керак, чунки янги мижозлар янада



замонавий технологиялардан фойдаланишни талаб қилишлари мумкин.

Аввалари банк фаолиятининг самарадорлиги маҳсулот ва хизматларнинг савдо кўрсаткичлари ошиши билан баҳоланган, аммо рақамли иқтисодиёт даврида банклар замонавий рақамли муаммолар билан ҳисоблашишлари керак: энди банклар бевосита мижозлар ва уларнинг эҳтиёжларига қўпроқ эътибор қаратмоқда. Миллионлаб потенциал мижозларга интернет тармоғига ега мобил телефондан фойдаланиш орқали банк хизматларини кўрсатиш мумкин, бу еса банкларни рақобат устунлигини сақлаб қолиш учун рақамли технологияларини доимий равишда такомиллаштиришга мажбур қиласди. "Ипотека-Банк" АТИБ банки онлайн-банк тизимини жорий этган биринчи банклардан бўлди: эндиликда мижозлар банк филиалларига ойига ўртacha икки маротаба ташриф буюришади, мобил банк хизматларидан эса ойига 18 марта гача фойдаланишади.

Банкларнинг ички жараёнларини ўзгартириш ҳам банк тизимида рақамли трансформациянинг муҳим шартидир. Рақамли, мижозларга йўналтирилган технологияларни жорий этиш билан бирга бошқариш ва назорат қилиш бўйича ёндашувларни ҳам такомиллаштириш зарур. Банкларнинг тўлиқ трансформацияга ўтишига асосий тўсиқ ходимларнинг рақамли иқтисодиётда ишлаш учун зарур кўникма ва қобилиятларининг етишмаслиги бўлиши мумкин. Мижозлар билан муносабатларни бошқариш тизимлари (CRM) орқали замонавий маълумотларни таҳлил қилиш технологияларидан фойдаланиш банкларнинг рақамли трансформациясининг элементларидан бири бўлиб, статистика маълумотлари шуни кўрсатадики, тўртта банкдан фақат биттаси ўз фаолиятида бундай маълумотларни таҳлил қилиш тизимларини амалга оширишни режалаштироқда.

Банкларнинг рақамли трансформацияси рақамли стратегияни ишлаб чиқиш ва қўллашга асосланган кенг қамровли ёндашувни талаб қиласди. Рақамли трансформация банк фаолиятининг барча жиҳатларини, шу жумладан банк бошқарув механизмларини ҳам қамраб олади, шунинг учун банк тизимининг рақамли трансформацияси максимал самарадорликка эришишга ёрдам берадиган ечимларни ишлаб чиқиш учун бошқа ривожланиш стратегиялари билан ҳам мувофиқлаштирилиши керак. Рақамли стратегия тўртта асосий мақсадга қаратилиши керак: рақамли технологияларни жорий этиш, хизматлар нархини шакллантириш жараёнини ўзгартириш, рақамлаштиришнинг молиявий жиҳати ва ташкилий тузilmани ўзгартириш. Рақамли стратегияни муваффақиятли амалга ошириш юқорида айтиб ўтилган ривожланиш йўналишларини мувофиқлаштиришни талаб қиласди, бу асосан банкнинг операцион моделига боғлиқ.

Барча банклар учун мос бўлган ягона операцион модел мавжуд емас, шунинг учун банкнинг етуклигига, унинг тузилишига ва қўрсатиладиган хизматларига қараб, рақамли стратегияни амалга оширишда амалга ошириладиган турли моделлар мавжуд:

1. Пилот модели. Операцион моделнинг бу тури асосан рақамли трансформацияни босқичма-босқич амалга ошираётган йирик банкларга хос бўлиб, улар фаолиятининг турли соҳаларида қўлланилади. Бундай ҳолатда, баъзи филиаллар рақамли стратегияни амалга ошириш, рақамли технология харажатларини мустақил равишда назорат қилиш ва ходимлар кўнимларига янги талабларни қўллаш билан шуғулланади, бошқа филиаллар рақамли трансформацияда иштирок этмаслиги мумкин. Вақт ўтиши билан банкнинг барча ходимлари рақамли трансформациянинг афзалликларини қадрлашлари ва бу



жараённи амалга оширишни бошлашлари кутилади. Ушбу операцион моделга электрон ҳужжат алмашинувига ўтишни мисол қилиб келтириш мумкин: инновация бир филиалдан бошқасига ўтади ва вақт ўтиши билан банк фаолиятига доимий асосда киритилади.

2. Умумий хизматлар модели. Агар филиал аллақачон рақамли трансформациянинг аҳамиятини тушуниш босқичидан ўтган ва рақамли стратегияни амалга ошириш бўйича биринчи қадамларни қўйган бўлса, унда нисбатан катта, шу каби функцияларни марказлаштирилган бўлимга ўтказиш асосида умумий хизматлар моделидан фойдаланиш мумкин. Муайян операцияларни бажариш учун масъул бўлган бўлим умумий хизмат кўрсатиш марказига айланади. Ушбу модел аутсорсингга ўхшайди, унда баъзи функциялар ташқи контрагент томонидан тақдим етилади. Ушбу операцион моделни қўллашдан асосий мақсад банк ичидаги ҳаракатларнинг изчиллигини яхшилаш ва мавжуд бизнес жараёнларини рационаллаштиришdir.

3. Стратегик компетентлик марказларини яратиш модели. Рақамли трансформация шароитида банкнинг операцион моделини ишлаб чиқишидаги кейинги босқич - компетентлик марказларини шакллантириш-маълумотларни тўплаш ва таҳлил қилиш ва ундан имкон қадар самарали фойдаланиш йўлларини ишлаб чиқиши орқали ахборот тизимлари ва бизнес жараёнларини назорат қилувчи таркибий ташкилий бирлик. Ташкилий тузилманинг ушбу элементининг мавжудлиги рақамли стратегияни амалга ошириш бўйича ҳаракатларни мувофиқлаштириш, бозор тенденцияларини башорат қилиш ва унинг рақобатбардошлигини ошириш учун банкни тўғри жойлашиш имконини беради.

4. Рақамли операцион модель. Ушбу модель рақамли трансформациянинг якуний босқичларида бўлган банкларда амалга оширилиши мумкин. Ўз фаолиятини олиб бориш учун рақамли платформанинг мавжудлиги рақамли операцион моделнинг ўзига хос хусусияти ҳисобланади. Ҳозирги кунда бу модель мобил тўлов тизимлари хизматларини кўрсатувчи компанияларда ёки замонавий онлайн-банк тизими асосида фаолият юритувчи банкларда қўлланилади. Умуман олганда, банк тизими операцион моделларни ривожлантиришнинг ушбу босқичига интилмоқда, чунки вақт ўтиши билан мижозлар турли банк маҳсулотлари ва хизматларини олиш учун банк филиалига бормасдан, рақамли технологиялар ютуқларидан фойдаланишлари мумкин.

Молиявий секторни ривожлантириш нуқтаи назаридан рақамли трансформация янги иш муҳитини яратадиган бизнес юритишнинг қўлланиладиган усулларини такомиллаштириш сифатида қаралади. Банк жараёнларини рақамлаштириш натижасида рақамли технологиялардан фойдаланишга асосланган касбий вазифаларни ҳал этишга қодир ходимлар талаб қилинади. Рақамли операцион моделларни шакллантириш нафақат ходимларнинг малакасини оширишни, балки рақамли технологиялар директори (CDO) ёки инновацион ривожланиш директори (CIoO) каби янги лавозимларни яратишни ҳам талаб қилади.

Рақамли технологиялар ва компьютер тизимларидағи ютуқлар банк тизимини янада самарали ишлашга, бизнес юритишнинг анъанавий усулларини янгилашга имкон беради.

Айни пайтда, рақамли иқтисодиёт банклар рақобатбардошлигини сақлаб, ажралмас элементи сифатида кўрилмоқда: ўртача, банк операциялариниг учдан бир қисми аллақачон рақамли технологиялар ёрдамида амалга оширилмоқда. Рақамли технологияларни кенг жорий этиш жамият эҳтиёжлари билан боялиқ



бўлиб, инновацион ривожланишнинг ҳозирги босқичида банк тизимида технологиялардан фойдаланиш орқали эришилган барча афзаликлардан хабардор. Хуроса қилиб айтганда, рақамли трансформация жараёни муайян банкнинг хусусиятлари ва эҳтиёжларини ҳисобга олган ҳолда ишлаб чиқилган рақамли стратегияга асосланган бўлиши керак. Оқилона рақамли трансформация стратегиясини амалга ошириш алоҳида банкларга, кейинчалик бутун банк тизимига ўз фаолиятини яхшилаш ва молия-кредит ташкилотлари ва умуман иқтисодиётни ривожлантиришнинг янги босқичига киришиш имконини беради.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги 2017 - 2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор ўйналиши бўйича "Ҳаракатлар стратегияси" тўғрисидаги ПФ-4947-сон фармони.
2. Петров, М.А. Банковское дело / М.А. Петров. - М.: Рид Групп, 2019. - 244 с.
3. "Ипотека-Банк" АТИБ молиявий ҳисоботи [Электрон ресурс]. <https://www.ipotekabank.uz/investors/financial-statements/>



ЛИЗИНГ ХИЗМАТЛАРИ БОЗОРИДА РАҚАМЛИ ТЕХНОЛОГИЯЛарНИ ЖОРИЙ ЭТИШ МАСАЛАЛАРИ

Латипова Шахноза Махмудовна
Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти
"Молия" кафедраси ўқитувчиси
latipova_shaxnoz@mail.ru



<http://dx.doi.org/10.26739/2181-9491-2020-SI-2-11>

АННОТАЦИЯ

Мақолада корхоналарга молиявий ресурсларни жалб қилишда лизингдан фойдаланиш, лизинг хизматлари бозорида рақамли технологияларнинг аҳамияти ва лизинг хизматларига таъсир кўрсатувчи омиллар ёритилган. Лизинг хизматлари бозорини рақамли технологиялар орқали ривожлантиришда "big lease data" ва "sharing economy" тушунчаларини кўллаш учун шарт-шароитлар яратилиши ҳамда Ўзбекистон Республикасининг "Лизинг тўғрисида"ги Қонунига ўзгартиришлар киритиш борасида тегишли таклифлар берилган.

Таянч иборалар: лизинг, оператив лизинг, рақамли технологиялар, "big lease data", "sharing economy", кўшимча лизинг.

АННОТАЦИЯ

В статье освещено использование лизинга для привлечения финансовых ресурсов в предприятия, значение цифровых технологий на рынке лизинговых услуг и факторы, влияющие на лизинговые услуги. Были даны предложения о создании условий для применения понятий "big lease data" и "sharing economy" с целью развития рынка лизинговых услуг с помощью цифровых технологий и внесение поправок в Закон Республики Узбекистан "О лизинге".

Ключевые слова: лизинг, оперативный лизинг, цифровые технологии, "big lease data", "sharing economy", сублизинг.

ABSTRACT

The article discusses the use of leasing to attract financial resources to enterprises, the importance of digital technologies in the market of leasing services and the factors affecting leasing services. Proposals were made to create conditions for the application of the concepts of "big lease data" and "sharing economy" with the aim of developing the market of leasing services using digital technologies and amending the Law of the Republic of Uzbekistan "On Leasing".

Keywords: leasing, operational leasing, digital technology, "big lease data", "sharing economy", sub-leasing.

Глобаллашув шароитида ҳар бир мамлакат миллий иқтисодиётининг шиддат билан ўсиши аввало инновациялар ва ахборот коммуникация воситаларининг ривожланиши, халқаро савдо, хорижий инвестициялар ҳамда молиявий хизмат турларининг такомиллашуви каби омилларнинг таъсири натижасида содир бўлади. Ўзбекистон бугун халқаро ҳамжамиятнинг ажралмас таркибий қисми ҳисобланар



экан, мамлакатимизни 2017-2021 йилларда ривожлантириш бўйича қабул қилинган Ҳаракатлар стратегияси асосида унинг рақобатбардошлигини ошириш, шунингдек, Ўзбекистон Республикаси Президентининг Парламентга Мурожаатномасида келтирилган фикрлар доирасида инновацияларни кенг жорий этиш ва бу орқали мавжуд ресурслардан самарали фойдаланиш талаб этилмоқда. Хусусан, Президентимизнинг бу борада билдирган қўйидаги фикрлари дикқатга моликдир: "Тараққиётга эришиш учун рақамли билимлар ва замонавий ахборот технологияларини эгаллашимиз зарур ва шарт. Бу бизга юксалишнинг энг қисқа йўлидан бориш имкониятини беради. Зеро, бугун дунёда барча соҳаларга ахборот технологиялари чуқур кириб бормоқда..."

Рақамли технологиялар нафақат маҳсулот ва хизматлар сифатини оширади, ортиқча харажатларни камайтиради" [1].

Кўриниб турибдики, юқорида белгиланган мақсадларга эришишда рақамли иқтисодиётни шакллантириш бугунги куннинг доларб масалаларидан бири бўлиб ҳисобланмоқда. Айниқса молия хизматларини тақдим этишда рақамли иқтисодиётдан фойдаланиш хўжалик юритувчи субъект (корхона)лар фаолиятини ҳам ривожлантиришга сабаб бўлади.

Сўнгги пайтларда бозор муносабатларининг такомиллашуви ҳамда молия тизимида кузатилаётган ўзгаришлар натижасида корхоналарда молиявий ресурсларни тақсимлаш имконияти ва рақобат шароитида фаолият юритиш, потенциал мижозларни жалб этиш ва юқори бўлмаган молиявий натижалар билан ҳам ривожланиш, маҳсулотта белгиланган нарх сиёсатини ҳамда мавжуд дебиторлик қарзларини ҳисобга олиш, контрагентларнинг қарзларини ҳисобга олган ҳолда дебиторлик қарзларини имкон даражада камайтириш, асбоб-ускуналарни топиш ва ҳарид қилиш бўйича етказиб берувчиларни жалб қилиш масалаларини ҳал қилиш борасида қўплаб муаммолар юзага келмоқда. Ана шундай шароитда маҳаллий корхоналар фаолияти давомида талаб этиладиган асосий воситалар ва айланма маблағларни модернизациялаш ва янгилаш, мавжуд активларни сотиш ҳамда илмий-техник тараққиёт натижаларини мижозларга таклиф этиш мураккаблигича қолмоқда. Шу сабабли корхоналар қўшимча молиявий ресурсларни жалб қилиш мақсадида молия-кредит институтларига мурожаат қилишиб, қарз маблағларидан фойдаланишмоқда. Аммо бу ҳар доим ҳам ўзининг ижобий натижасини бермайди. Корхоналар учун кредит ресурсларини жалб қилиш оғирлик қилган бир пайтда унинг муқобили сифатида лизинг хизматларидан фойдаланиш мумкин бўлади.

Республикамида лизинг хизматларининг ривожланишига таъсир қўрсатувчи бир қатор омиллар мавжуд:

- корхоналар асосий фондларининг эскирганлиги ва уларни модернизациялаш лозимлиги;
- лизинг хизматининг давлат томонидан қўллаб-қувватланиши;
- давлат-хусусий шериклик лойиҳаларида лизингдан фойдаланиш. Бунда давлат-хусусий шерикликнинг шаклларидан бири сифатида лизингдан фойдаланилиши. Бунда шартнома билан белгиланган шартлар асосида, давлат ёки маҳаллий ҳокимиятнинг инфраструктура объектларини вақтингчалик фойдаланиш учун ва маълум бир ҳақ эвазига хусусий шерикка ўтказади. Лизинг шартномаси бўйича лизинг олувчи ҳар доим давлат ёки маҳаллий ҳокимят мулкини сотиб олиш ҳуқуқига эга. Давлат ёки маҳаллий ҳокимият ва хусусий шерик



ўртасидаги ижара муносабатларининг сақлаб қолиниши мулкни вақтинчалик ишлатиш ва муайян ҳақ эвазига ўтказиш ҳисобланади [2];

- Иқтисодиётни либераллаштириш шароитида корхоналар қарз маблағларининг юқорилиги ва кредитга лаёқатлилигининг пасайиши натижасида молиявий мустақиллик даражасининг пастлиги ва ҳ.к.

Кўриниб турибдики, лизинг хизматларини амалга ошириш жараёнини такомиллаштириш корхоналарга қўшимча моиявий ресурсларни жалб қилиш имконини беради. Аммо шуни таъкидлашимиз керакки, гарчи иқтисодиётимизда рақамли иқтисодиёт элементлари қўлланилаётган бўлсада, лизинг хизматлари бозорида ундан фойдаланиш имкониятлари шакллантирилмаган. Хорижий давлатлар молия-кредит соҳаси (лизинг компаниялари фаолияти) ҳамда хўжалик юритувчи субъектлар фаолиятида рақамлаштириш жараёнидан кенг фойдаланилаётган [3] бугунги кунда Ўзбекистон лизинг бозори ҳақида бундай хулоса қилиб бўлмайди.

Лизинг бозорида рақамли технологияларни қўллаш, энг аввало барча лизингга берувчилар ҳақидаги маълумотларни ўз ичига олган ва потенциал мижоз (лизингга олувчи)лар фойдалана оладиган маълумотлар базасини яратишдан бошланиши лозим. Ўзбекистон Республикаси Лизингга берувчилар уюшмаси томонидан молия бозорида фаолият юритувчи барча лизингга берувчилар ҳақидаги маълумотларни қамраб олган маълумотлар базаси яратилиши лозим. Хорижий мамлакатлар амалиётига назар ташласак, рақамли технологияларни қўллагандан big data маълумотлар тармоғидан фойдаланилаётганлигига гувоҳ бўламиз [3]. Big data замонавий технологиялар асосида маълумотлар базасини янгилаш имкониятига эга бўлган рақамлаштирилган тармоқ сифатида мижозлар фикрини ўрганиш асосида фаолиятни ташкил этишга хизмат қиласди. Миллий лизинг бозорида шунга ўхшаш "big lease data" маълумотлар базасини яратиб, унда барча лизингга берувчилар ҳақидаги маълумотлар, лизингга бериладиган объектлар ва шартларининг барчаси тўлиқ акс эттирилиши лозим.

Шу ўринда айтиб ўтишимиз керакки, ушбу маълумотлар базасини лизингга бериладиган объектлар нуқтаи назаридан икки гуруҳга ажратиш лозим. Биринчи гуруҳда мамлакатимизда ишлаб чиқарилиб, лизингга бериладиган объектлар келтирилса, иккинчи гуруҳда эса халқаро лизинг муносабатлари акс эттирилиши лозим, яъни хорижда ишлаб чиқарилган асбоб-ускуналар ўз аксини топиши керак. Хорижда ишлаб чиқарилган асбоб-ускуналарни мамлакатимиз лизинг бозорига жалб қилишда унинг аҳамияти, ижтимоий-иқтисодий самараси, мамлакатимизда ишлаб чиқарилмаслиги (ёки ўрнини босувчи асбоб-ускуналарнинг ишлаб чиқарилмаслиги)га ҳам эътибор берилиши лозим.

Лизинг бозорини рақамли технологиялар орқали ривожлантиришнинг яна бир йўли сифатида "sharing economy" тушунчасини жорий этишга эътибор бериш керак. "Sharing economy" тушунчаси инглиз тилидан таржима қилинганда "рақамли трансформация" ёки "ўзаро (биргаликда) фойдаланиш иқтисодиёти" деган маъноларни англатади [4]. Бунда асосий эътибор маълум бир вақт давомида лизинг объектидан биргаликда фойдаланишга қаратилади. Лизинг амалиётида ушбу жараён оператив лизингнинг бир тури сифатида on-line маълумотлар базаси орқали амалга оширилади, яъни шартнома муддати тугагач, мулкчилик ҳуқуқи ўзгармайди. Маълумки, Ўзбекистон Республикасининг "Лизинг тўғрисида"ги қонунида оператив лизинг тушунчаси киритилмаган. Бироқ қонунинг 6-моддасида қўшимча лизинг тушунчаси келтирилган. Қўшимча лизинг асосида лизинг олувчи лизинг



берувчи олдида лизинг шартномаси юзасидан жавобгар бўлиб қолгани ҳолда, лизинг шартномаси бўйича олган лизинг обьектини лизинг берувчининг ёзма розилиги билан вақтинчалик эгалик қилиш ва фойдаланиш учун учинчи шахсга қўшимча лизингга топширишга ҳақли. Бунда Қонунда келтирилган қоидалар қўшимча лизинг шартномасида қўшимча лизинг берувчига, қўшимча лизинг олувчига ва сотувчига нисбатан мувофиқ равишда лизинг берувчига, лизинг олувчига ва сотувчига бўлганидек қўлланилиши, қўшимча лизинг шартномасининг амал қилиш муддати лизинг шартномасининг амал қилиш муддатидан ортиқ бўлиши мумкин эмаслиги қайд этилган [5]. Фикримизча, қонунга оператив лизинг тушунчасини киритиш ва "Sharing economy"ни қўлаш учун шароит яратиш лизингга берувчиларнинг лизинг портфелини кенгайтириб, фаолияти давомида молиявий ресурслар тақчиллигининг олдини олишга хизмат қиласади. Бундан ташқари, лизинг обьекти лизингга берувчига қайтарилганда уни сотиш учун иккиламчи лизинг бозорини ҳам шакллантириш, бунинг учун қонунга ушбу тушунчани киритиб, уни изоҳлаб ўтиш таклиф этилади.

Хулоса қилиб айтиш мумкинки, лизинг хизматлари бозорида рақамли технологияларни жорий этишда лизингга берувчилар нафақат миллий ишлаб чиқарувчилар ҳақида тўлиқ маълумотларга эга бўлиши, балки потенциал маҳаллий (ва ҳаттоқи хорижий) потенциал лизингга олувчилар талаблари ҳақидаги маълумотларга эга бўлиши лозим. Яратиладиган маълумотлар базаси солиқ ва божхона тўловлари, обьектни етказиб беришнинг логистик схемасини ҳам қамраб олиши лозим. Рақамли технологиилар асосида фаолият юритиш лизингга берувчиларнинг реклама харажатларини қисқартиради, бозорни таҳлил қилиш имкониятини оширади ҳамда потенциал лизингга олувчилар ҳақида маълумот олиш имкониятини кенгайтиради.

Фойдаланиладиган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг Парламентга Мурожаатномаси. <http://uza.uz/oz/politics/zbekiston-respublikasi-prezidenti-shavkat-mirziyeevning-oliy-25-01-2020>
2. Элмирзаев С.Э., Шавкатов Н.Ш. Давлат-хусусий шериклик муносабатларининг илгор хориж тажрибалари ва мамлакатимизда қўллаш истиқболлари // "Халқаро молия ва ҳисоб" илмий электрон журнали. № 3, июнь, 2019 йил. 4-б.
3. Казанкина О.А. Перспективы развития лизинга в условиях цифровой экономики // Вестник СГСЭУ. 2019. №3 (77). С. 160-163.
4. Адактилос А.Д., Чаус М.С., Молдован А.А. Шеринговая экономика. <https://cyberleninka.ru/article/n/sheringovaya-ekonomika>
5. Ўзбекистон Республикасининг "Лизинг тўғрисида"ги Қонуни. 1999 йил 14 апрель, 756-I-сон.



УЙ ХҮЖАЛИКЛАРИНИНГ ИҚТИСОДИЙ ФАОЛЛИГИНИ ОШИРИШ ВА ТРАНСАКЦИОН ХАРАЖАТЛАРИНИ ПАСАЙТИРИШДА РАҚАМЛИ ТЕХНОЛОГИЯЛАРДАН ФОЙДАЛАНИШ

Обилов Миркомил Абдурашидович
Гулистан давлат университети докторанти



<http://dx.doi.org/10.26739/2181-9491-2020-SI-2-12>

Трансакцион харажатлар уй хўжаликлари томонидан қабул қилинувчи ҳар бир қарорга ўз таъсирини кўрсатади. Уй хўжаликлари бир пайтнинг ўзида ҳам ижтимоий ва ҳам моддий муҳитда фаолият кўрсатади. Инсоннинг ижтимоий муҳитга таъсири трансакцияни ifода этса, унинг моддий соҳа билан таъсири-трансформацион жараёнларни ifода этади. Уй хўжаликлари иқтисодиёт фаолият субъектлари (юридик ва жисмоний шахслар) сифатида ўз фаолиятларини амалга ошириш жараёнида мулк ҳуқуқини алмашиши (шартномалар асосида маҳсулотни сотиш ёки сотиб олиш ва шу каби бошқа ҳолатларда), бошқа шахслар томонидан мулкга нисбатан ноқонуний хатти-ҳаракатлар содир этилган шароитларда уни ҳимоя қилиш ёки иқтисодий ислоҳотлар жараёнида аввал фаолият юритиб турган институтларни ва нормаларни янгилари билан алмаштириш заруриятига эҳтиёж сезадилар.

Трансакцион харажатлар кўлами ўзининг юқори ноаниқлик даражаси билан ажralиб туради. Трансакция ташкил этувчилари аввалдан маълум бўлмаган ўзига хос, мукаммал жараён ҳисобланади. Уй хўжаликлари бир хил ресурслар борасида турлича устуворликларга эга бўлганликлари боис, умумий трансакцион харажатларни тақсимлашнинг умумий йўлга қўйилган механизми мавжуд эмас.

Трансформация ва трансакция харажатлари одатда ўзаро тескари боғлиқ бўлгани ҳолда, бир миқдорнинг камайиши бошқасининг кўпайишига олиб келади ва аксинча. Товар айирбошлиш соҳасида умумий трансформация харажатларини камайтиришнинг асосий йўли меҳнат тақсимоти ва ишлаб чиқаришнинг у билан боғлиқ ихтисослашувини чуқурлаштиришдан иборатdir. Ихтисослашув қанчалик юқори даражада ривожланган бўлса, ҳар бир алоҳида ишлаб чиқариш соҳасидаги иш шунчалик самарали бўлса, умумий трансформация харажатлари шунчалик паст бўлади. Бироқ, ихтисослашувнинг ривожланиши билан ишлаб чиқариш жараёни иштирокчилари сони шу қадар сезиларли даражада ошиб кетадики, улар ўртасида ҳар қандай барқарор ўзаро муносабатлар имконсиз бўлиб қолади [2].

Трансакцион харажатларнинг асосий турларини қисқача қараб чиқамиз: излаш харажатлари; ўлчаш харажатлари; музокаралар олиб бориш ва битимлар тузиш харажатлари; мулкий ҳуқуқларни алоҳидалаштириш ва ҳимоя қилиш харажатлари; оппортунистик хулқ-атвор харажатлари.

Керакли ахборотларни излаб топиш харажатлари уй хўжаликлари кўп варианти танлаш имкониятларига эга бўлмаган ва зарурий муқобилларни излаб топиш учун қўшимча ресурсларни сарфлашлари натижасида юзага келади. Мазкур харажатлар уй хўжаликлирида етарлича ахборотнинг мавжуд эмаслиги шароитида вужудга келганлиги учун ҳам, кўпинча ахборотни излаш харажатлари ҳам деб



юритилади. Бугунги қунда мамлакатимизда уй хўжаликлари фаолиятида айнан ахборот излаш харажатларининг улуши юқорилигини таъкидлаш лозим.

Ҳар қандай неъмат кўплаб фойдали хусусиятларни ўзида мужассам этганлиги боис, улар бир қатор миқдорий тавсифловчи қўрсаткичлар билан ажралиб туради. Неъматлар жисмоний ва ҳуқуқий хусусиятларга эга бўлганлиги сабабли, турли неъматларнинг хусусиятларини баҳолаш билан боғлиқ ўлчаш харажатларининг икки типи ажартиб қўрсатилади. Неъматларнинг ушбу хусусиятларини миқдорий баҳолаш жараёни ўлчов аппаратларига харажат қилишни, воситачилар (мустақил эксперталар, баҳолаш ва лаборатория) хизмати учун ҳақ тўлашни назарда тутади [3].

Оппортунистик хулқ-атвор ўз манфаатларини рўёбга чиқаришга қаратилган ва ахлоқий меъёрлар билан чегараланмаган, яъни алдов, айёрик ва ёлгон ишлатиш билан боғлиқ бўлган хатти-ҳаракат сифатида таърифланади. Оппортунистик хулқ-атвор харажатлари, одатда, ижтимоий алоқа иштирокчиларидан бири бошқа иштирокчининг ахлоқий фазилатларига ортиқча баҳо берганда пайдо бўлади.

Музокаралар ўтказиш ва битимлар тузиш билан боғлиқ харажатлар қўйидаги омилларга боғлиқ:

- Мавхумлик даражаси. Келгусида томонларнинг ўз мажбуриятларини бажара олиш қобилиятига таъсири этувчи жараёнлар юқори даражадаги ноаниқлик билан тавсифланса, вазиятни қўшимча таҳлил қилиш, ўзгаришларни аниқлаш, башоратлаш талаб этилади. Ушбу вазифаларни ҳал этиш эса қўшимча ресурсларни жалб қилишни тақозо этади;

- Битимларни тузиш частотаси. Агар вазият тез-тез такрорланиб турувчи битта битим асосида тартибга солинса, у ҳолда мазкур вазиятда катта харажат талаб этилмайди. Бундай ҳолда, стандарт шартнома шакллари томонларнинг ўзаро мажбуриятлари нуқтаи назаридан одатий бўлган вазиятларни тартибга солиш учун ишлатилади;

- Активларнинг ўзига хослиги. Битимларнинг обьекти бўлган активлар қанчалик ўзига хос бўлса, уларнинг фойдали жиҳатлари ва ўзига хос хусусиятларини баҳолаш шунчалик қийин кечади. Агар битим активларнинг юқори даражадаги ўзига хослиги билан тавсифланса, мазкур битим барча ҳуқуқий ва иқтисодий жиҳатларни қамраб олмаслиги ҳам мумкин. Бу томонлар ўртасида алоқаларни тўлақонли тарзда шакллантириш етарлича катта харажатларни талаб этиши билан боғлиқ саналади;

- Воситачилар хизматидан фойдаланиш. Музокаралар олиб бориш ва шартномалар тузишга ихтисослашган воситачилик фирмаларини жалб этиш томонларнинг битим харажатларини камайтириши мумкин. Бунга кўчмас мулк бозорида риелторларнинг воситачилик фаолиятини мисол сифатида келтиришимиз мумкин. Шу билан бирга, воситачиларни жалб қилиш фирибгарлик билан боғлиқ харажатларни кўпайтириш хавфини кўпайтиради.

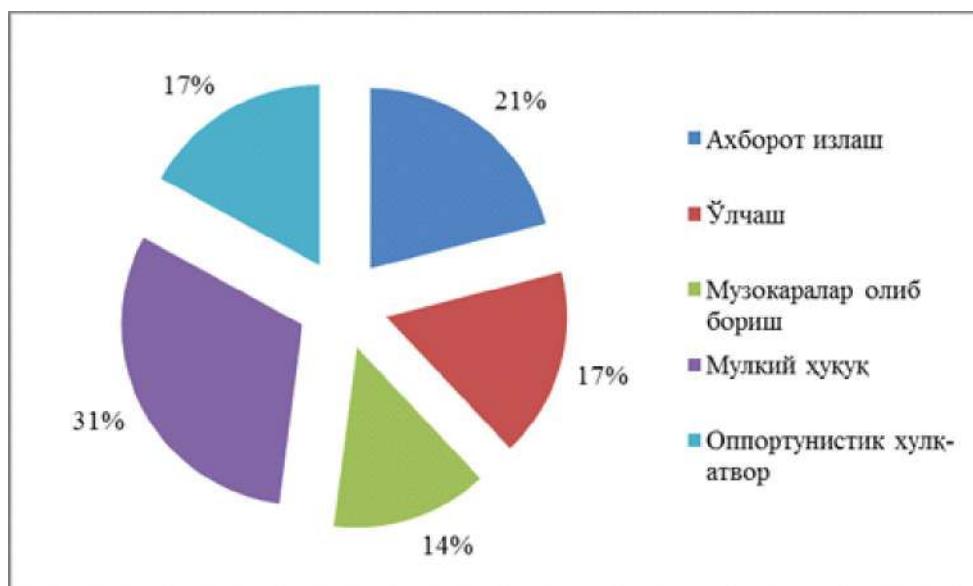
- Оппортунистик ҳатти-ҳаракатларга қарши қурашиш. Шартнома қанчалик батафсил тузилган бўлса, томонларнинг ўзларини оппортунистик тутишлари шунчалик кам бўлади. Шартноманинг мумкин бўлган бузилишига йўл қўймайдиган шартнома шартларини деталлаштириш харажатлари оппортунистик ҳатти-ҳаракатларга қарши туриш харажатларини ташкил этади.

Мулкни алоҳидалаштириш ва мулк ҳуқуқини ҳимоя қилиш харажатлари. Мулк ҳуқуқини алоҳидалаштириш дейилганда мазкур субъект эгалик қилувчи ҳуқуқлар,



хуқуқ объекті, хуқуқ субъекти ва шунингдек, мазкур хуқуқларга риоя этилишини таъминлаш механизмини аниқлаштириш орқали алоҳида шахслар ёки шахслар гуруҳи учун алоҳидалик режимини яратиш тушунилади.

Уй хўжаликлари ўртасида чекланган ресурслардан фойдаланиш борасида ўзаро алоқалар тизими мавжуд бўлар экан мулкни алоҳидалаштириш ва шунингдек мулкий хуқуқларни чеклаш муаммоси доимо мавжуд бўлиб қолаверади. Бугунги кунда уй хўжаликлари, корхоналар ва давлат муассасаларининг компитенциялари доирасида мулкий хуқуқ субъекти, мулк объекти ва мулкий хуқуқларни бошқа субъектларга ўтказиш жараёнларининг шаффоғлигини таъминлаш долзарб вазифа ҳисобланади. Бу турдаги харажат-лар асосан иккита шаклда пайдо бўлади. Биринчидан, бу харажатларнинг аксарияти мулкий хуқуқларни бевосита ҳимоя қилиш заруратидан келиб чиқса, иккинчи тур харажатларнинг салмоқли қисми уй хўжаликлари аъзоларининг саводхонлигини ошириш билан бевосита боғлиқдир.



1-расм. Трансакцион харажатларнинг турлари бўйича тақсимланиши (Сирдарё вилояти Ховос туманидаги уй хўжаликларини ўрганиш маълумотлари асосида муаллиф томонидан ишлаб чиқилган).

Таълим ва маданият соҳасидаги харажатлар:

- мулкнинг ҳуқуқий ва ахлоқий асослари ҳақида уй хўжаликларини хабардор қилиш;
- ўз мажбуриятларини керакли тарзда бажаришга кўмаклашувчи ижтимоийлашув жараёни;
- умумий тил, тарих ва маданий қадриятлар орқали жамиятдаги гуруҳлар ўртасидаги синфий, этник, маданий ва бошқа тафовутлар билан боғлиқ харажатларни бевосита камайтириш;
- қарор қабул қилиш харажатларини нафақат қисқартирадиган, балки ҳуқуқий ва ахлоқий меъёрларни институционал даражага кўтарадиган мафкурани яратиш имкониятини беради.

2019 йилнинг май ойида Сирдарё вилояти Ховос туманида истиқомат қилувчи уй хўжаликларини ўрганиш маълумотларини таҳлил қилиш шуни кўрсатмоқдаки, уй хўжаликларининг 31фоизи ёки ижтимоий сўров жараёни-га қамраб олинган жами респондентларнинг 93 нафари мулкий хуқуқларни алоҳидалаштириш ва



ҳимоя қилиш харажатлари юқори эканлигини таъкид-лаб ўтишган бўлса, зарурий ахборотларни излаб топиш билан боғлиқ харажатларнинг юқори эканлигига сўровда қатнашган уй хўжаликларининг 21 фоизи ёки 63нафари алоҳида урғу беришган. Сўровда қатнашган уй хўжаликларининг 17 фоизи ёки 52 нафари оппортунистик хулқ-автор, 52 нафар респондент эса ўлчаш харажатлари юқорилигини айтиб ўтишган. Сўралганларнинг 14 фоизи ёки 42 нафари музокаралар олиб бориш ва битимлар тузиш билан боғлиқ харажатларнинг катта эканлигини таъкидлашган.

Таҳлил натижаларидан келиб чиқсан ҳолда, уй хўжаликларининг трансакцион харажатларни энг паст даражагача қисқартириш мақсадида қуидагиларни таклиф этамиз:

- Маҳаллалар кесимида давлат хизматлари агентлигининг шаҳобчаларини ташкил этиш, маҳаллаларни тезкор интернет тармогига улаш ва рақамли технологияларни жорий этиш жараёнларини тезлаштириш;
- Банк хизматлари оммаболлигини ошириш, банк хизматлари ва тадбиркорликка кўмаклашиш марказлари сонини кўпайтириш;
- Уй хўжаликларининг иқтисодий, ҳуқуқий саводхонлигини оширишга қаратилган чора-тадбирлар дастурини ишлаб чиқиши ва тезкор амалга ошириш;
- Монополистик фаолиятни чеклаш ва тадбиркорлик фаолиятини янада ривожлантиришга қаратилган тизимли ислоҳотларни изчил давом эттириш;
- Харидоргир ва экспортбоп маҳсулотларни ишлаб чиқарувчи уй хўжаликлири билан йирик ишлаб чиқарувчи ва савдо корхоналари ўртасида интеграцион алоқаларни янада кучайтириш;
- Уй хўжаликларининг кредитланиш даражасининг ўсиб бориши шароитида ҳаддан ташқари кредитланишнинг олдини олиш, тижорат банклари билан уй хўжаликларининг ўзаро муносабатлари доирасида вужудга келувчи трансакцион харажатларни камайтириш мақсадида ҳар бир уй хўжалиги аъзоларининг ягона кредит тарихини яратишга қаратилган скоринг технологиясидан кенг фойдаланишни йўлга қўйиш ва шу кабилар.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисига Мурожаатномаси. <http://aza.uz/oz/politics/zbekiston-respublikasi-prezidenti-shavkat-mirziyeevning-oliy-25-01-2020>
2. Жўраев Т., Маматов А. Иқтисодиёт назарияси. Т.: "Фан ва технологиялар" нашриёти, 2018.
3. Доклад о цифровой экономике 2019. Создание стоимости и получение выгод: Последствия для развивающихся стран. ООН. Женева 2019 г.



ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ СОВРЕМЕННЫХ ИКТ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ УЗБЕКИСТАНА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Отакузиева Зухра Маратдаевна,
к.э.н., доцент кафедры "Технология почтовой связи"
Ташкентского университета информационных технологий
им.Мухаммада ал-Хорезмий
e-mail: zukhra.otakuzieva@rambler.ru



<http://dx.doi.org/10.26739/2181-9491-2020-SI-2-13>

АННОТАЦИЯ

На сегодняшний день считается очень актуальной выдвинутое главой государства направление цифровой экономики ввиду отсутствия глубоких научных исследований и в частности, недостаточное изучение проблем внедрения современных ИКТ на предприятиях Узбекистана. Использованы методы сравнительного анализа и системного подхода, статистический, абстрактно-аналитический др. Разработанные теоретические выводы и практические рекомендации на основе анализов внесут определенный вклад в развитие теории ЦЭ и практики формирования, развития электронной коммерции, электронной занятости, электронной торговли, электронного правительства, виртуализации деятельности предприятий в Узбекистане.

Ключевые слова: цифровая экономика (ЦЭ), ИКТ, цифровые технологии, электронная коммерция и электронная занятость, электронная торговля, электронное правительство.

РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА ЎЗБЕКИСТОН КОРХОНАЛАРИДА ЗАМОНАВИЙ АҲБОРОТ КОММУНИКАЦИЯ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИНИ ҚЎЛЛАШ МУАММОЛАРИ

АННОТАЦИЯ

Бугунги кунда давлатимиз раҳбари томонидан илгари сурилган рақамли иқтисодиёт йўналишида илмий изланишлар етарли даражада эмаслиги ва хусусан, Ўзбекистон корхоналарида замонавий АҚТларни жорий этиш муаммолари чукур, ҳар томонлама ўрганилмаганлиги мавзунинг долзарбилигини белгилайди. Тадқиқотда қиёсий таҳлил усуллари ва тизимли ёндашув, статистик, абстракт-таҳлилий усуллардан фойдаланилган. Таҳлил қилиниб ишлаб чиқилган назарий холоса ва амалий тавсиялар Ўзбекистонда рақамли иқтисодиётни, унинг таркибий қисмлари бўлган е-тижорат, е-бандлик, е-савдо, е-ҳукумат, корхоналарни виртуаллаштиришни ривожлантиришда муҳим аҳамият касб этади.

Таянч иборалар: рақамли иқтисодиёт (РИ), АҚТ, рақамли технологиилар, электрон тижорат ва электрон бандлик, е-савдо, электрон ҳукумат.



PROBLEMS OF INTRODUCTION OF MODERN ICT IN ENTERPRISES OF UZBEKISTAN IN THE DIGITAL ECONOMY

ANNOTATION

Today, the direction put forward by the head of state on the digital economy is considered very relevant due to the lack of deep scientific research and, in particular, insufficient study of the problems of implementing modern ICT in enterprises of Uzbekistan. Methods of comparative analysis and system approach, statistical, abstract-analytical, etc. are used. The developed theoretical conclusions and practical recommendations based on the analysis make a certain contribution to the development of the theory of CE and the practice of formation and development of e-Commerce, e-employment, e-Commerce, e-government, virtualization of enterprises in Uzbekistan.

Keywords: digital economy, ICT, development of digital technologies, e-commerce and e-employment, electronic commerce, electronic government

Введение. Во время чтения Послания к Сенату и Законодательной палате Олий Мажлиса президент РУз Ш.М. Мирзиёев объявив 2020 г. годом науки, просвещения и цифровой экономики отметил, что в 2020 году страна должна совершить коренной поворот в развитии цифровой экономики. "В целях устойчивого развития мы должны глубоко освоить цифровые знания и информационные технологии, что это даст нам возможность идти по самому короткому пути к достижению всестороннего прогресса" [1].

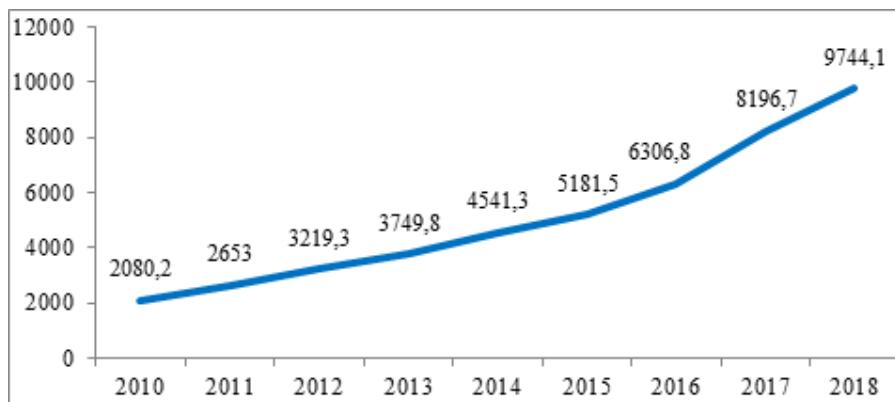
Цифровой экономике дано множество определений, но самым репрезентативным из них можно считать то, которое было дано на саммите G20 в 2016 г. в Ханчжоу в документе "Инициатива по развитию и сотрудничеству в области цифровой экономики G20"[3].

В ней говорится, что цифровая экономика - это тактика ведения народного хозяйства, где оцифрованные знания и информация - ключевой производственный фактор, современные информационные сети - носитель информации, а информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) - движущая сила производительности и оптимизации структуры экономики.

Основная часть. В современном динамично развивающемся мире ИКТ выполняют роль локомотива всей экономики, способствуют привлечению в страну инвестиций, созданию новых рабочих мест, внедрению прогрессивных технологий в производстве и управлении, поэтому роль государства очень велика. Прорыв в области развития ИКТ очень важен и для Узбекистана.

Не случайно правительство республики в последнее время предпринимает значительные усилия по разработке стратегии, обеспечивающей массовое внедрение и использование современных ИКТ.

Значительное развитие получило "Электронное правительство" Узбекистана, включающее такие компоненты, как единый портал интерактивных государственных услуг (ЕПИГУ); портал открытых данных (data.gov.uz); сайты государственных органов; информационные системы "Налог", "Таможня", "Образование" и другие, виртуальная приемная президента и премьера, а также портал жилищно-коммунального хозяйства.



Источник: Составлено автором на основе данных Государственного комитета Республики Узбекистан по статистике.

Рис. 1. Динамика изменения объёма оказываемых услуг в сфере ИКТ за 2010-2018гг., млрд. сум

За годы реализации Комплексной программы развития Национальной информационно-коммуникационной системы вырос вклад ИКТ в ВВП с 1,9% до 2,2%. Кроме того, за последние 8 лет объём оказываемых услуг связи и информатизации возросло более чем в 4,7 раза (рис.1) [6].

Согласно проведённым масштабным исследованиям цифровизации по 246 странам мира (по состоянию на январь 2019 года) показатели развития ЦЭ в разных странах имеют разные тенденции (табл. 1).

Таблица 1

Показатели развития ЦЭ в ряде стран мира

Страна	Мобильные абоненты, в % от населения		Интернет пользователи		Активные пользователи соц СМИ		Пользователи мобильных соц. медиа	
	млн.	%	млн.	%	млн.	%	млн.	%
Мир	8842	115	4388	57	3484	45	3256	42
Китай	1543	109	802	57	1007	71	1007	71
Германия	107,8	131	79,13	96	38	46	30	36
Индия	1190	87	560	41	310	23	290	21
Япония	186,3	147	118,9	94	78	61	78	61
Казахстан	25,69	139	14,14	69	7,3	39	3,6	19
Киргизстан	9,38	152	2,49	40	1,8	29	0,96	16
Россия	248,2	172	109,6	76	70	49	57,75	40
Таджикистан	9,9	108	3,01	33	0,44	4,8	0,24	2,6
Туркмения	4,48	76	1,06	18	0,042	0,7	0,021	0,4
ОАЭ	19,23	200	9,52	99	9,52	99	8,8	92
Великобритания	71,67	107	63,43	95	45	67	39	58
США	347,4	106	312,3	95	230	70	200	61
Узбекистан	24,84	76	15,45	47	2,0	6,1	1,0	3,1

Источник: Составлено автором на основе доклада ООН Digital 2019. Global digital yearbook. Essential digital data for every country in the world [8].

Проведённый анализ показателей развития ЦЭ показывают рост показателей (табл. 2), тем не менее республика не отмечена в списке стран активно развивающих



цифровую экономику [6].

Таблица 2

Основные показатели развития ЦЭ в РУз

№	Показатели	2014	2015	2016	2017	2018
1	Количество абонентов мобильной связи (млн.)	19.6	20.1	20.6	21.4	22.8
2	Общее количество интернет пользователей (млн.)	4.9	10.2	12.1	14.7	20
3	Количество базовых станций мобильной связи (шт)	14309	14921	16265	18194	22178
4	Уровень охвата населения цифровым телевидением (%)	45	54.4	68.6	95	100
5	Пропускная способность международного сети передачи данных (Гбит/с)	10	16.07	25.7	64.2	1 200
6	Общая протяжённость волоконно-оптических линий связи (тыс. км.)	14.4	16.4	17.9	20.3	24.5
7	Общее количество ключей ЭЦП (тыс. шт)	696.582	719.614	1 430.1	1 720.2	2 946.938
8	Количество видов услуг на ЕПИГУ (шт.)	96	260	265	302	302
9	Стоимость тарифов на интернет-услуги (внешнего канала) для провайдеров (\$)	312.58	259.29	157.6	91.5	10.11
10	Количество видов услуг на my2.gov.uz (шт.)	0	0	0	0	61

Источник: Составлено автором на основе данных Государственного комитета Республики Узбекистан по статистике.



Источник: Подготовлено автором на основе проведённых исследований.

Рис. 2. Типология форм электронной занятости

Электронная коммерция и электронная занятость (рис.2) выступают в качестве базовых институтов ЦЭ, обусловливая формирование своего институционального окружения из формальных (законы, организации) и неформальных институтов,



обеспечивающих массовость институциональных практик осуществления процессов купли-продажи товаров и услуг фрилансеров в виртуальном пространстве посредством ИКТ. Это сокращает издержки потребителей, связанные с поиском и получением информации, следовательно, продавцы функционируют в условиях совершенной конкуренции и вынуждены до уровня предельных издержек уменьшать цены.

Заключение. На сегодняшний день внедрение современных ИКТ в деятельность предприятий имеет огромное значение для развития экономики республики. Мировой опыт свидетельствует, что при грамотном выстраивании механизмов функционирования ЦЭ можно добиться заметного роста экономики, повышения производительности труда, создания новых секторов. По оценкам экспертов, благодаря внедрению современных ИКТ на предприятиях снижаются расходы на обслуживание производства продукции на 10-40%, сокращаются время простоя оборудования на 30-50%, сроки вывода на рынок товаров и услуг на 20-50%, затраты на обеспечение качества продукции и рекламу на 10-20%, затраты на хранение запасов на 20-50%.

Создание информационного и привлекательного официального веб-сайта позволяет предприятию успешно решать задачи реализации продукции. Поэтому основными показателями активного использования интернет ресурсов являются количество зарегистрированных доменов, государственных информационных ресурсов (ГИР), информационных систем (ИС) и др.

Список литературы

1. Ш.М.Мирзиёев. Выступление Президента Республики Узбекистан Шавката Мирзиёева на совместном заседании Законодательной палаты и Сената Олий Мажлиса 24 января 2020 г.
2. Ма Хуатэн и др. Цифровая трансформация Китая. Опыт преобразования инфраструктуры национальной экономики / Ма Хуатэн, Мэн Чжаоли, Ян Дели, Ван Хуалей; Пер. с кит. - М.: Интеллектуальная литература, 2019. - 250 с.
3. Доклад по цифровой экономике за 2019 год. Создание стоимости и получение выгод: последствия для развивающихся стран. Обзор конференция Организации Объединенных Наций по торговле и развитию ЮНКТАД. https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/der2019_overview_ru.pdf. [Электронный ресурс].
4. Цифровая экономика: 2019: краткий статистический сборник / Г. И. Абдрахманова, К. О. Вишневский, Л. М. Гохберг и др.; Нац. исслед. ун-т "Высшая школа экономики". - М.: НИУ ВШЭ, 2019. - 96 с.
5. Сайт Государственного комитета Республики Узбекистан по статистике. (2019). Статистическое обозрение Узбекистана за 2018 год.
6. Сайт Министерства по развитию информационных технологий и коммуникаций Республики Узбекистан. (2019). Показатели развития отрасли.
7. Otakuziyeva Z.M. Forming and development of information economy in Uzbekistan // American Scientific Journal №1(9) / 2017. - P. 82-86.



ORGANIZATION OF ADVERTIZING IN THE PROVISION OF THE POSTAL SERVICE

Khujanazarova N.

Muhammad Al-Xorazmiy nomidagi TATU

"AKT sohasida Iqtisodiyot va menejment" fakulteti

Pochta aloqasi texnalogiyasi yo'nalishining oqituvchisi,

Rakhimov Ibrohim

4-kurs 134-167guruh talabalar

Mustafoeva Farangiz Shukurullayevna,



<http://dx.doi.org/10.26739/2181-9491-2020-SI-2-14>

ABSTRACT

According to the resolution of the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan "On improving the activities in the field of postal communications" dated July 19, 2004, the State Joint Stock Company "Uzbekistan Pochtasi" was transformed into the Open Joint Stock Company (OJSC) "Uzbekistan Pochtasi". Since May 6, 2014, OJSC has been transformed into Uzbekistan Pochtasi, and regional joint-stock companies (JSC) into its branches.

Currently, the postal service of Uzbekistan is an extensive network of postal services and postal routes intended for receiving, processing and delivery of postal items, as well as providing additional services for the delivery of periodicals, receiving payments for utilities and much more. This network includes 14 regional branches, which, in turn, consist of 69 inter-district communication centers, 17 regional communication centers, 1745 communication offices, specialized branches - "Halkaro Post Office", "Halkaro Tezkor Post Office" and "Matbuot Tarkatish", The production section of "Uzbekistan Marcasi", as well as 30 air, 2 railways and more than 250 automobile routes that provide regular transportation of mail. Uzbekistan actively supports cooperation on international postal exchanges with all countries of the world.

Key words: digitalization in postal services, logistic, electron technologies.

Introduction: President of the Republic of Uzbekistan Shavkat Mirziyoyev has instructed the Ministry of Infocom, the Central Bank, the Ministry of Finance and a number of other agencies to work on proposals for the project to the Government by the end of April 2018. It is planned that the post office will be able to carry out full-fledged money transfers, service plastic cards, attract free money of the population for deposits, provide services for voluntary and compulsory insurance, as well as a number of other services outsourcing. In addition, Mirziyoyev instructed the Mininfocom, together with the State Investment Committee, to bring to the cabinet by the end of May 2018, Ministers proposals to reform Uzbekistan Post office. They should include measures to attract foreign consultants and study the best international experience, develop a network of operators and couriers of postal service, organize points international exchange of mail abroad.

The president also approved the accession of AK "Matbuot Tarkatuvchi", a subscription and print distribution company, to Uzbekistan Pochtasi. Currently, the postal



service of Uzbekistan is an extensive network of objects and routes intended for receiving, processing and delivering items, as well as providing additional services for the delivery of periodicals, receiving payments for utilities and much more. It includes 14 regional branches, 69 inter-district communication centers, 17 regional communication centers, 1745 communication departments, 4794 delivery sections, as well as a number of specialized branches. According to the developed project, the modernization process of the postal infrastructure of Uzbekistan will take place in three stages. The initial stage includes training and advanced training of specialists of Uzbekistan Pochtasi. For these purposes, the Korean side has begun the development of a specialized training program that provides comprehensive and effective training of postal personnel. In the future, it is planned to expand the system of postal logistics and management, money transfer services, the development of Internet services and electronic commerce, courier services.

Advertising plays an important role in Uzbekistan's further success in the postal industry. Examples of this are the various promotional services provided by postal services in developed countries. The purpose of this document is to develop the postal industry of Uzbekistan, to organize advertising activities in it, to analyze postal services around the world and to bring the best of them to Uzbekistan.

Marketing is one of the capitalist enterprise management systems, which requires careful consideration of the processes occurring in the market for making economic decisions. The purpose of marketing is to create conditions for adapting production to public demand, market requirements, develop a system of organizational and technical measures to study the market, intensify sales, and increase the competitiveness of goods in order to maximize profits.

The marketing instruments are the set of tactical marketing tools that the firm uses to actually implement its marketing strategy. The strategy tells us how the firm want to create customer value, build profitable customer relations, and capture value back in return. The marketing instruments consist of the tactical marketing tools used to actually produce the response the company wants in the target market.

With proper formulation of marketing functions, they must penetrate the entire structure of enterprise management. The directions of the work of marketers correspond to the most common and simple scheme of the marketing mix - 4P and relate to:

- product policy,
- price,
- sales,
- promotion (communication) policies.

Key marketing tools can be grouped into these four areas. Some elements of this complex may not be cheap (for example, such as participation in exhibitions or advertising on television). Therefore, the tools of the marketing mix of an enterprise must be carefully selected and built into a coherent system of marketing plan.

The main principle: "To produce what is currently in demand on the market, and not to promote what they were able to produce." Commodity policy solves the main issues - what to produce, for whom it is to produce, in what form and what quality (distinguish between real and perceived quality by the buyer).

Marketing is not only closely related to the production and marketing of products. It is the adoption of strategic marketing decisions - market segmentation, allocation of the target audience, product / service positioning (STP-marketing tools) - that should precede the start of investing in production. The structure and objectives of marketing product policy are shown in the figure 1:

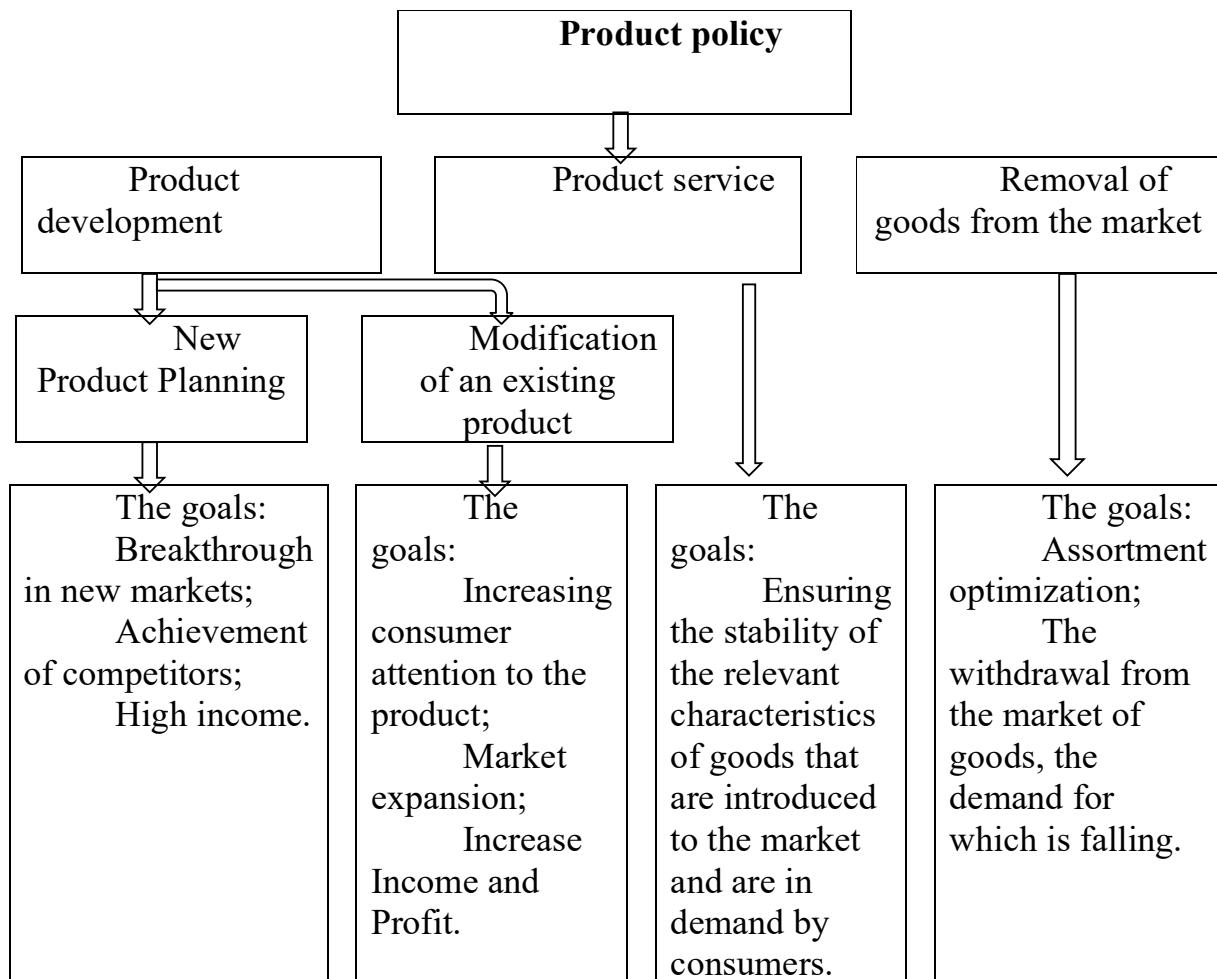


Figure 1. The structure and objectives of marketing product policy

The category of "product policy" includes the following marketing tools:

- product;
- assortment (launch of new positions on the market, withdrawal from production of positions not in demand);
- trademark, brand;
- packaging;
- additional services or convenience in the sale;
- warranty;
- service maintenance.

Price policy

Pricing products (pricing) is a process that is influenced by several factors. The cost of production should include not only all production costs, but also the cost of marketing products. The cost of goods can vary from the minimum threshold price, which will ensure the breakeven of the company, to the maximum that the buyer could pay, based on the situation on the market.

And here the main question arises, reflecting how marketing tools can influence pricing. How much discounts, delivery and other additional services can increase sales?

The company needs to determine the objectives of pricing policy, what result do they want to achieve?



- ensure the survival of the company or maximize current profit;
- gaining leading positions in certain indicators (for example, "market share" or "product quality");
- pursue a "skim cream" policy;
- increase in sales of goods (for a short period).

There is another feature related to the price of goods - expensive products will require more promotion costs, and a low price itself will be an incentive for purchases.

Marketers in pricing use the following tools:

- pricing;
- discounts, promotional prices, bonus programs;
- pricing strategy.

Sales policy

Current marketing trends tend to interpret the former term "sales" in a more comprehensive sense - "distribution", which involves not only the physical delivery of goods to points of sale, but also sales support activities ("trade marketing") and some service functions.

Distribution for the marketer is the promotion of goods from the manufacturer to the final consumer, the distribution of goods in the segment, on the territory, maintaining some stable sales, the organization of pre-sale and after-sales services.

The purpose of the distribution organization is to provide the buyer with a physical opportunity to purchase the product, otherwise the purchase simply does not materialize.

Sales (distribution) includes the following main areas, each of which has its own set of marketing tools:

- sales channels, product distribution (wholesale, retail, direct sales, online store);
- sales process, distribution or trade marketing;
- material processing, logistics (warehousing, transportation, inventory management, cargo handling);
- marketing logistics (order management, contract terms: terms of payment, delivery, minimum lot size).

The definition of "trade marketing" is similar to "distribution", also the promotion of goods to the consumer, but has a slightly different emphasis. This activity should be carried out in the most profitable way for all participants in the distribution chain. That is, first of all, trade marketing is designed to study and satisfy the needs of the sales link, realizing that the main goal of the trade chain is to make profit as much as possible. And the main goal of trade marketing is "... to ensure a strong position of the brand in the market, to push "the goods through the distribution network (channels) to the consumer" (R. Morris).

Sometimes trade marketing as a set of marketing tools for solving the problems of the presence of goods in retail outlets at a recommended price, in the best places, is referred to as marketing. In other embodiments, it is considered as a sales promotion activity and is ranked as a sales area.

There are the following areas that use trade marketing tools:

- sales promotion;
- special events;
- merchandising.



Table 1. Areas that use marketing tools:

Sales promotion		Special events	Merchandising
Discounts	Bonuses		
individual conditions for a one-time purchase for achieving the plan seasonal / non-seasonal for promoting the sale of a new product for complex purchase	per item for the implementation of an individual plan percentage of sales for increasing distribution coupons lotteries team bonus	specialized exhibitions presentations product demonstration and samples for sales staff trainings seminars and conferences certificates	POP materials display of goods on shelves sales presentation of goods in stores and demonstrations customer bonuses coupons games, contests and lotteries for customers consultant

Promotion Policy (Communication)

Communication policy solves problems related to how, by what methods and through whom to promote products to the market. Promotion is any form of action used by a company to inform consumers, persuade and remind them of the goods or services of the company.

Product features affect the choice of promotion tools. For expensive products or goods for industrial purposes, personal sales are used more, and for consumer goods more often they use advertising. They also change promotion methods depending on the stage of the product's life cycle. Elements such as advertising and exhibitions are most intensively used during the period of launching the market, introduction of products, and for consumer goods of daily demand, advertising is also needed at the stage of growth and saturation. When the recession period begins, marketers reduce advertising promotion, promote sales, and pay special attention to personal sales.

There are several areas in the communication policy:

- advertising;
- PR, creation of image and public opinion, (publicity, public relations);
- sales promotion;
- personal sales;
- direct marketing.

Direct Marketing Tools:

- personal sales,
- activities of sales representatives.

Direct marketing is a tool of marketing communication, it is based on direct personal communication (communication) with the consumer, building relationships for profit. Direct marketing, unlike direct marketing, is focused not on target groups, but on individuals and does not use information intermediaries for communication. This special attitude to each client involves feedback, the creation and continuous introduction of a customer database. Personal sales is a rather expensive tool, because it requires training of highly qualified sales specialists, travel expenses, and high psychological stress.

It is worth highlighting another universal element of promotion - the exhibition. Only



this tool can combine all the main means of communication - advertising and the creation of public opinion, sales promotion and personal sales.

The format of the exhibitions allows you to use almost any of the tools of these means of communication. American experts have proposed a list of 100 opportunities and goals for participating in the exhibition. Exhibitors rarely think about many of these additional features and do not fully realize the potential of this tool.

Successful development and implementation of innovative projects using a detailed technology is a prerequisite for the successful functioning of any company, not only today, but also in the long term. According to a recent study by the Association of Managers, innovatively active enterprises spend mainly (43%) on the gradual improvement of an existing product. Only 16% of companies reported that they introduce innovations that seriously change and improve quality.

An even smaller proportion of respondents is engaged in the development of new technologies - only 9%. Out of 10 developments, 5 bring losses to the investor. Of the remaining 5 developments, only 3 allow only "go to zero". Such statistics make you think. New product development is a complex and often lengthy process. And one of the most important places in this process is marketing analysis.

Over the years of independence, the Republic of Uzbekistan has significantly expanded communications and partnerships with foreign countries, including in the postal industry.

In order to develop relations between peoples through the effective functioning of postal communications and to promote the high goals of international cooperation culturally, socially and economically, since 1994, the Republic of Uzbekistan joined the Universal Postal Union (UPU).

JSC "Uzbekistan Pochtasi" cooperates with foreign postal services in accordance with the acts of the Universal Postal Union (UPU), in close cooperation with the UPU International Bureau and the Regional Communications Union (RCC).

JSC "Uzbekistan pochtasi", interacting and developing partnerships with foreign postal services, participates in international forums and conferences, RCC seminars, carries out interaction on issues of passing and exchanging mail, payments for postal services. Since 2004, Uzbekistan has been participating in the continuous monitoring of airmail correspondence conducted within the framework of the UPU.

The mission of the Worldwide Alliance is to ensure that there is no need to disconnect any other supplies, but this is also overlooked.

The mail exchange has expanded significantly, and the number of countries with which mail is exchanged has increased. So, if in 1995 international mail was exchanged with 64 countries, in 2007 - with 86 countries, then in 2019 - with more than 100 countries of the world (the data is clearly presented in the diagram in Fig.2).

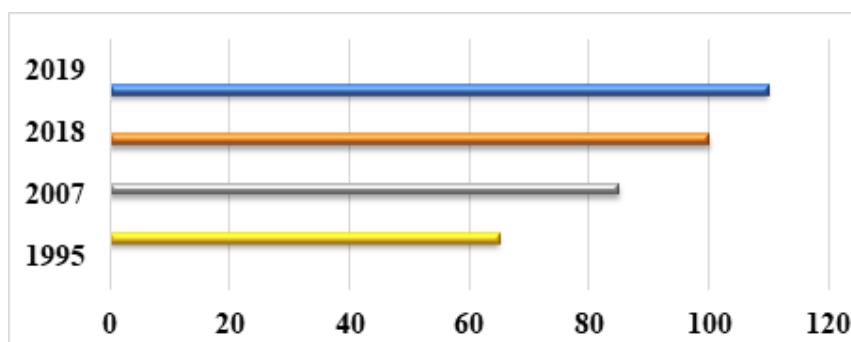


Figure 2. Diagram of the exchange of international mail.



In 2007, the volume of international mail amounted to 772 tons, in 2010 - 921 tons, in 2016 - 1112 tons, in 2019 the volume of mail amounted to more than 1085 tons (the data are clearly presented in the diagram in Fig. 3).

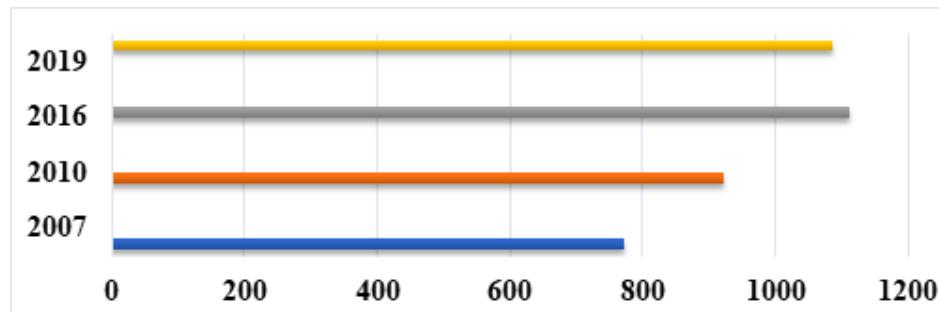


Figure 3. Volume chart by international mail.

Figures 2 and 3 show an increase in the exchange and volume of international mail by post of Uzbekistan, which indicates that it is being improved, developed and open to international cooperation. When interacting with other countries, mail is transported to anywhere in the world, and mail is sent to 24 countries by direct flights of the national airline "Uzbekistan Havo yullari". To speed up the transportation and fastest delivery of mail, foreign airlines are also involved.

For ground transportation of outgoing, incoming and transit mail, the Tashkent-Orenburg mail carriage operates, which transports mail through the territory of Uzbekistan, Kazakhstan and Russia.

Uzbekistan Post provides transit mail services. In particular, 22 foreign countries send mail through Uzbekistan to Tajikistan, Turkmenistan, Kazakhstan, Kyrgyzstan, the Russian Federation and other countries.

The mail exchange is expanding and the number of countries with which the Republic of Uzbekistan exchanges mail is increasing.

The postal administration of Uzbekistan exchanges international mail with more than 100 countries of the world. Including 10 CIS countries, 33 states of Europe, 30 - Asia, 11 - America, 6 - Africa and 2 - the Australian continent.

With other states, due to the insignificance of the volume, the exchange of mail is carried out in open transit through other large states (fig. 4).



Figure 4. Diagram of the exchange of international mail by designated operator of



Uzbekistan.

The diagram above shows that the exchange of international mail by the designated operator of Uzbekistan with Europe takes 36%, Asian countries - 33%, America - 12%, CIS - 11%, Africa - 6%, Australian continent - 2%.

In 2017, export of postal services amounted to \$ 2.6 million, imports - \$ 1.5 million, in 2018 export of postal services amounted to \$ 2.7 million, imports - \$ 2.1 million (fig. 5).

This schedule shows an increase in imports and exports of postal services for 2017-2018, which is associated with the provision of transit mail transportation services.

The Republic of Uzbekistan provides transit mail transportation services to foreign countries. Among the countries that use the services of Uzbekistan for the transit of mail: Azerbaijan, Belarus, Germany, Iran, Kazakhstan, Kyrgyzstan, China, the Netherlands, Russia, the USA, Tajikistan, Turkmenistan, Turkey, Ukraine and other countries.

The currency in mutual settlements is special drawing rights (SpecialDrawingRights, SDR, SDRs) - an artificial reserve and payment instrument issued by the International Monetary Fund (IMF). It has only non-cash form in the form of entries in bank accounts, banknotes were issued. It is neither a currency nor a liability. It has a limited scope, applies only within the IMF. Used to regulate balance of payments, replenishment of reserves, settlements on IMF loans.

This means of payment was created by the IMF in 1969 as an addition to the existing reserve assets of member countries. The SDR is published daily and is determined on the basis of the dollar value of a basket of four leading currencies: US dollar, euro, yen and pound sterling.

To determine the SDR rate in Uzbekistan, we use the data of the exchange rate of the Central Bank of the Republic of Uzbekistan (www.cbu.uz), which weekly sets the exchange rates of foreign currencies to soums for accounting, statistical and other reporting on foreign exchange transactions, as well as calculation of customs and other mandatory payments.

JSC Uzbekistanpochtasi exchanges international mail and makes settlements for international mail exchange and delivery of mail orders with UPU member states on the basis of acts of the Universal Postal Union: charter, convention, final protocol, written correspondence rules, postal parcel regulations, postal agreement payment services, circulars of the UPU International Bureau.

The procedure for making settlements for the international postal exchange is established in the convention, regulations and circulars of the UPU International Bureau.

The written correspondence rate is the same for all developing countries (for 2018, 4.472 SDR - per kg of written correspondence, 1.10 SDR - for registered mail, 1.40 SDR - for valuable letter and 0.909 SDR - for each kg of "M" bags) , and for industrialized countries depends on the quality of the postal service in the country of destination.

The tariff for the transportation of dispatches is set depending on the distance, the tariff for processing transit dispatches is 0.541 SDRs. The tariff for incoming parcels is set annually by the International Bureau of the Universal Postal Union for each country, taking into account the performance of official quality indicators.

Based on the List of land tariff shares for incoming parcels used from January 1, 2018 to July 1, 2018, the country through which transit will be carried out is selected, and it also significantly affects the performance of service indicators for parcels by the designated operators, this selection of countries successfully fulfills almost all service



indicators. The choice of a country, as well as further settlement, is advantageous with a lower land share of the tariff for incoming parcels. For example, Turkey has an indicator for each parcel of 6.70 C PZ and for each kg of weight 1.22 SDR, Kazakhstan - 6.32 SDR and for each kg of weight - 2.07 SDR.

Mutual settlements with foreign designated postal operators and airlines are carried out in foreign currency on a net basis on terminal annual accounts. Let us understand the concept of balance: in Italian, "saldo" means the balance, that is, this is the difference between several amounts, income and expense of the company that formed for a certain period of time. Indicators of this balance can have both minus and plus values. In some situations, these figures are zero.

For some time this term has been used in the country's foreign economic activity. And although in the understanding of accounting - this is the amount determined by subtracting expenses from the income of the company, one can speak about such a concept as a balance.

The balance of the balance of payments is the amount that is the difference between the amounts of payments abroad and the amounts that come from abroad. If the inflow of capital exceeds its spending, then the balance is considered positive, but if the state is forced to transfer more money abroad than comes from there, then the balance is negative. Negative indicators do not represent anything good for the local currency. With such a balance, she begins to lose her course. That is why many countries are trying to secure a surplus. So, we can say that balance is a multi-valued concept. But at the same time, despite all the interpretations of this term, this is still the difference between the income and expenses of the subject.

Consolidated terminal annual accounts for each state are compiled on the basis of approved bilateral quarterly accounts for outgoing and incoming international mail and air transportation.

CONCLUSION. Coordination of final annual accounts and mutual settlements with foreign designated operators is carried out on a balance basis in accordance with UPU regulations. The exception is air mail accounts, which can be included in consolidated terminal accounts (if the amount is insignificant) or paid as the account is approved.

If the annual balance of transit costs does not exceed 163.3 SDRs, and the balance of terminal expenses does not exceed 326.7 SDRs, then the designated debtor operator is exempt from paying these costs, and these amounts are included in the balance of the next year by the designated creditor operator.

After reconciliation and confirmation of the terminal accounts, the designated debtor operator recalculates the SDR amount in convertible currency at the date of payment of the bill and pays it according to the bank details of the designated postal operators published in circulars of the UPU International Bureau.

The increase in international mail exchange, the introduction of new modern technologies, the improvement of the quality of the provision of postal services raises the prestige and prestige of Uzbekistan Post as a reliable partner in the postal services sector and creates favorable conditions for the development of international cooperation.



РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА БАНКЛАРНИНГ РОЛИ

Файзуллаев К.А.,
ТМИ, "Молия" факультети ММ - 72 гурху талабаси



<http://dx.doi.org/10.26739/2181-9491-2020-SI-2-15>

АННАТАЦИЯ

Ушбу тезис рақамли иқтисодиётни ривожлантиришида банкларнинг роли. Банкларнинг мижозларига масофадан хизмат қўрсатиш тизимлари ва уларнинг келгусида ривожлантириш бўйича таклиф ва мулоҳазалар келтирилган.

Калит сўзлар: Банк тизими, интернет, рақамли банк, мижоз, ҳисобварақ, хизмат.

РОЛЬ БАНКОВ В РАЗВИТИИ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

АННАТАЦИЯ

Этот тезис о роли банков в развитии цифровой экономики. Даны предложения и замечания по системам дистанционного обслуживания клиентов банков и их дальнейшего развития.

Ключевые слова: Банковская система, интернет, цифровой банкинг, клиент, счет, сервис.

THE ROLE OF BANKS IN THE DEVELOPMENT OF DIGITAL ECONOMY ABSTRACT

This thesis is the role of banks in the development of digital economy. Suggestions and remarks are given on the systems of remote servicing of clients of banks and their further development.

Keywords: Banking system, internet, digital banking, customer, account, service.

Бугунги кунда, ҳар қандай мамлакат иқтисодиётини молиявий томондан қўллаб-қувватлаб турадиган асосий таянч устунларидан бири, бу - банк тизими ҳисобланади. Шунинг учун давлатнинг ижтимоий - иқтисодий ривожланиш даражаси ва келажакдаги тараққиёти аввало мазкур мамлакатда барпо этилган ва мунтазам равишда такомиллаштирилиб бориладиган банк тизими фаолиятининг самарадорлигига боғлиқ.

Ўзбекистон Республикасини 2017 - 2021 йилларда ривожлантириш бўйича ҳарактлар стратегиясида банк тизими, шу жумладан тижорат банклари фаолиятини янада ривожлантириш ва банк хизмат турларини такомиллаштиришга қаратилган чора тадбирларни амалга ошириш устувор йўналишлардан бири сифатида белгиланган.[1]

Банк ҳисобварақларига масофадан хизмат қўрсатиш тизимларининг бир қанча турлари мавжуд:

Интернет - банкинг - бу мижоз томонидан банк офисида бажариши мумкин бўлган стандарт операцияларини Интернет тармоғи орқали амалга ошириш имкониятидир.

Ҳозирги кунда Интернет - банкинг тушунчаси бутун дастурий маҳсулотларни ўз ичига қамраб олган. Уларни шартли равишда қўйидагиларга бўлиш мумкин:



- мижозлар ҳисоб варақларини бошқариш тизими;
- тұловлар ва ҳисоб - китоблар тизими;
- карточкалы протессинг тизими;
- қимматли қоғозлар савдоси онлайн тизими;[2]

Мобил банкинг - бу мобил телефон орқали ҳар қандай жойда, нақд пулсиз шаклда ўз ҳисоб рақамани бошқариш ва назорат қилиш имконини берадиган хизмат.

Ушбу тизим Сизга қуйидаги имкониятларини беради:

- Ҳисоб - рақам түғрисида маълумотларни күриш;
- Турли ҳил хизмат турлаrigа тұловларни амалга ошироқ - коммунал хизматлар, уяли алоқа операторлари, телефон хизматлари, интернет - провайдерлар, кабель ва рақамли ТВ ва бошқалар;
- Интернет магазинлардан маҳсулотларни ҳарид қилиш;
- Ўз ҳисоб - рақамларидан ўтказмаларни амалга ошириш;
- Кредитлар тұловларини амалга ошириш;
- Пластис карта орқали амалга оширилган операциялар түғрисида маълумот олиш;[3]

СМС - банкинг - бу банк мижозларга уларнинг депозит ҳисобварапаридаги ҳамда пластик карталарга очилған ҳисобварапаридаги операциялар ҳақида СМС кўринишдаги маълумотларни олиш тизими. Ҳисобварапидан маълумот олиш учун мижоз банкнинг маҳсус телефон рақамига белгиланган СМС - сўровни юбориш керак.

Мижоз учун СМС - банкинг хизмати қуйидаги амалларни бажариш имкониятларини беради:

- ҳисобварапига келиб тушган маблағлар;
- ҳисобварапидан қилинган харажатлар;
- ҳисобварап баланси;
- кун давомида ўтказилған банк операциялари ҳақида оператив маълумот олишлари мумкин бўлади.[4]

Умуман олганда, моҳияти жиҳатидан банк ва мижоз мулоқотининг анъанавий ва масофавий банк хизмати схемалари орасидаги фарқ жуда катта эмас.

Рақамли банкинг - бу банк хизматлари интернет орқали амалга ошириладиган онлайн банк тизимиға ўтишдир.

Рақамли банклар ҳизматлари замонавий инсонларнинг ҳаёт фаолиятининг барча соҳаларига, биринчи навбатда, мобил қурилмалар, ижтимоий тармоқлар, ахборот сервислари, электрон тижорат, интернет - савдо ва бошқаларга кириб борища кузатилади. Рақамли банк ўз мижозларига рақамли каналлардан фойдаланган ҳолда турли хилдаги рақамли кўринишдаги маҳсулот ва ҳизматларни таклиф қиласди. Бундай банк инфратузилмаси рақамли коммуникациялар учун оптималлаштирилган бўлиб, ҳозирча рақамли технологияларнинг тез алмашинувига унчалик тайёр эмас. Бундай банкларнинг асосий вазифалари қаторига мижознинг ҳисобрақамлари ҳолати ва амалга оширилган операциялар ҳақида уни тезкорлик билан ҳабардор қилиш, унинг учун энг яқин бўлган банк бўлинмаси, банкомат, алмашинув пункти ёки автокиоск излаб топиш киради. Бундан ташқари, рақамли банк ўз мижозларига шундай онлайн - сервис тақдим этиши лозимки, убарча платформаларда ишлай олсин ва ўз фаолиятини асосанмобил қурилмаларга йўналтирилсин.



Банкинг рақамли моделини такомиллаштиришнинг еттига асосий йўналишини кўрсатишимиш мумкин:

- омниканаллик ва фойдаланувчилар сервисларини соддалаштириш;
- ахборотни бошқаришнинг янги усуллари ва воситаларини ишлаб чиқиш;
- очиқ АПИ тизимидан фойдаланиш;
- молиявий - техник компаниялари билан ҳамкорлик ва рақобат;
- мобил тўловларнинг ривожланиши;
- банкинг соҳасидаги инновацияларни бошқариш стратегиясини ишлаб чиқиш ва амалиётга жорий қилиш;
- фаолиятни инновацион тартибга солишини амалга ошириш.[5]

Рақамли ҳизмат кўрсатишга тўла - тўкис ўтиш нафақат банкларга, балки хилма - хил банк ҳизматларидан тезкор ва қулай тарзда фойдалана оладиган истеъмолчиларга ҳам фойда келтиради. Ўзбекистонда бугунги кунда банк, солиқ ва божхона ва бошқа қатор тармоқларда электрон тўлов ва мурожаат тизимидан кенг фойдаланилмоқда.

Демак юқорида келтирилган фикрлардан шундай холоса қилиш мумкинки, Ўзбекистонда банклар тизимда олиб борилётган ишлар рақамли иқтисодиётни ривожлантириш мақсадида аҳоли учун ҳизмат кўрсатиш соҳаларни самарадорликни оширишdir.

ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг "Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳарактлар стратегияси тўғрисидаги ПФ - 4947 сонли Фармони" 2017 йил, 7 февраль. gov.uz.
2. Абдуллаева Ш.З. "Банк иши" Тошкент "Иқтисод - Молия", 2017 - 617 бет.(537 - 540 - бетлар).
3. <https://ww.aloqabank.uz> - АК "Алоқабанк" расмий веб сайти.
4. Рустамов М.С. "Масофадан ҳизмат кўрсатиш тизимлари ва уларни келгусида ривожлантириш истиқболлари" "Халқаро молия ва ҳисоб" илмий электрон журнали апрель, 2018 йил № 2, 11 с.(3 - бет).
5. Гулямов С.С, Аюпов Р.Х, Абдуллаев О.М, Балтабаева Г.Р. "Рақамли иқтисодиётда блокчейн технологиялар". Т.: ТМИ, "Иқтисод - Молия" 2019, 404 бет.(185 - бет).



THE IMPORTANCE OF DIGITAL ECONOMY IN DEVELOPMENT OF DOMESTIC TOURISM

Khodjakulova Feruza Rustamovna,
International Islamic Academy of Uzbekistan
"Foreign Languages" department; senior lecturer,
Adizov Azizjon Rajab ugli, graduate student of
International Islamic Academy of Uzbekistan



<http://dx.doi.org/10.26739/2181-9491-2020-SI-2-16>

ABSTRACT

This article discusses the importance of using the digital economy to boost the domestic tourism industry at a new level.

Key words: digital economy, domestic tourism, accelerating economy, mobile apps

ANNOTATSIYA

Ushbu maqolada bugungi kunda rivoj topib borayotgan ichki turism sohasini yangi bosqichga ko'tarishda raqamli iqtisodiyotdan foydalanishning ahamiyati haqida so'z yuritiladi.

Kalit so'zlar: raqamli iqtisodiyot, ichki turism, rivojlangan iqtisodiyot, mobil ilovalar

АННОТАЦИЯ

В этой статье речь идет о развивающейся цифровой экономики и его необходимости использования в развитии сферы внутреннего туризма.

Ключевые слова: цифровая экономика, внутренний туризм, развитая экономика, мобильные приложения.

As you know, from the ancient times Uzbekistan has been one of the largest tourist centers in the world. Many tourists came from other cities to visit such cities as Samarkand, Bukhara and Khiva. The service in these cities was developed and there were various hostels (caravansaroy), parks and arches. Although the territory of modern Uzbekistan has been governed by various khanates in the past, the local population has always been in constant communication. The high number of domestic visits and the development of pilgrimage tourism have contributed to the increase of urban development and the local community in the service sector.

In this age of globalization, the government is implementing various reforms to reveal the tourist potential of Uzbekistan and to increase the flow of tourists to Uzbekistan. In particular, the Presidential Decree "On Additional Measures for the Promotion of Tourism in the Republic of Uzbekistan" dated January 5, 2019 № PF-5611 is presented as a symbolic map of the country's achievements in tourism in near future.

The decree is aimed at improving the effectiveness of reforms to create favorable economic conditions and factors, to set priorities and tasks for the accelerated development of the tourism industry, to increase its role and share in the economy, to diversify services and improve the quality of tourism. The concept of tourism development in the Republic of Uzbekistan in the period of 2019-2025 ". [2] Uzbekistan is a country that is rich in historical sites and monuments. There are more than 8,200 sites of cultural heritage in the country, 209 of which are four museums - Khiva, Bukhara, Samarkand and Shakhrisabz, and these facilities are included in the UNESCO World Heritage List. [5]



Efficient use of these opportunities, will increase the flow of local tourists along with foreign tourists and this is one of the priority tasks the industry is facing today.

The President of the Republic of Uzbekistan, in his address to the Oliy Majlis (Supreme Council) on January 24, 2020, stated the following tasks:

"As you know, a number of influential foreign media outlets have included Uzbekistan in the list of countries recommended for travel by 2020. We must make good use of this opportunity. Pilgrimage and medical tourism with great potential are also needed.

There are more than 8,200 cultural heritage sites in Uzbekistan, and only 500 of them are included in the tourist routes. The government should, , set measures to increase the number of facilities for possible tourism and development of traditional tourism to 800 within three months.

Another task is to accelerate the inclusion of new facilities in Uzbekistan into the UNESCO World Heritage List and Intangible Cultural Heritage. This year, it is necessary to accelerate the development of tourism infrastructure by allocating 200 billion sums from the state budget to build new modern hotels. " [1] In addition to economists, IT specialists are responsible for implementing these tasks. According to international experience, modern information technologies play an important role in the effective use of tourism opportunities.

Particularly in developed countries, the service sector is highly developed, as well as in other areas, and uses various technologies to serve local and foreign tourists. These technologies are mainly provided by local service providers to provide tourists with interesting and detailed information about local destinations and provide them with various interactive services.

Digital technologies, along with other sectors of our economy, are also being introduced to the tourism industry. These projects include:

- о Developed mobile applications such as "Uzbekistan Guide by Triposo", "Uzbekistan Tourist Guide", "Mosque Finder Uzbekistan", "Yetti pir", "Samarkand Map", "Чайхана"(Choyhona), "Мой город";

- о The [Uzbekistan.travel](https://www.Uzbekistan.travel) platform (<https://www.Uzbekistan.travel>) has been launched and supplemented with various media products about sights;

- о Improved online purchasing of tickets by Uzbekistan Railways and Uzbekistan Airways; [4]

Online booking at hotels, cafes and other service facilities have been created. The number of internet users in our country today is more than 12 million [3] and the population is widely using smartphones and tablets, mobile applications and interactive sites are becoming increasingly popular. Especially the applications that provide a variety of information without any difficulties, a well-known news sites and analytical sites are very popular today and are very useful for reporting tourist information. The Internet, media and television markets are also the most effective tools for advertisers today.

Based on the above, the authors believe that the widespread introduction of digital economy in domestic tourism will lead to economic growth in the national economy and various benefits for the local population, and followings are suggested:

1. Creating mobile games that reflect tourism, involving highly skilled programmers. This allows the mobile gaming user to look at photos of various tourism objects and get interested in them.

2. Further improvement of e-ticketing system and elimination of technical malfunctions on websites operating in the system;



3. Introduction of electronic logistics services for interurban buses and taxis;
4. Launch of the Telegram bot with a database of various tourism facilities throughout Uzbekistan (as most of the population in the country uses the Telegram messenger);
5. To show popular TV shows, contests and sitcoms reflecting local monuments through the TV channel "History of Uzbekistan";
6. Funding of historical film and film-makers with local funds and government funding.

REFERENCES:

1. Decree of the President of the Republic of Uzbekistan № PP-3514 "On measures to ensure accelerated development of domestic tourism". Source: <https://www.lex.uz>
2. The Decree of the Republic of Uzbekistan № PF-5611 "On additional measures for accelerated development of tourism in the Republic of Uzbekistan". Source: <https://www.lex.uz>
3. <https://www.kun.uz> "10 useful mobile apps developed in Uzbekistan"
4. <https://e-ticket.railway.uz> and <https://book.uzairways.com>
5. <https://uzbektourism.uz> "A network of convenient and inexpensive Wi-Fi zones will be created in all tourist cities of Uzbekistan"
6. <https://play.google.com> is a mobile application database



RAQAMLI IQTISODIYOT VA AXBOROT TEKNOLOGIYALARINING AGRAR SEKTORDAGI O'RNI VA ROLI

Xurramov Azizbek Muhiddin o'gli

TDIU Samarqand filiali

1-kurs talabasi, , Email:azizbek.xurramov1999@mail.ru

Muratov Shukrullo Abduraimovich

TIQXMMI tayanch doktorant,

Email: shukrullo.muratov@yahoo.com



<http://dx.doi.org/10.26739/2181-9491-2020-SI-2-17>

ANNOTATSIYA

Mazkur maqolada raqamli iqtisodiyotning mazmuni nazariy tomondan yoritilgan bo'lib, iqtisodiy tarmoq(soha)larda uning o'rni, rivojlangan mamlakatlar tajribasi va yutuqlari, respublikamizda uni rivojlantirish imkoniyatlari yoritilgan. Mazkur maqolani o'rganishda "Adabiyotlar sharhi" metodidan foydalanildi.

Kalit so'zlar: raqamli iqtisodiyot, agrar sektor, taraqqiyot iqtisodiyoti, axborot-kommunikatsion texnologiyalari, elektron qishloq xo'jaligi.

АННОТАЦИЯ

В данной статье теоретически освещается содержание цифровой экономики, ее роль в секторах экономики (секторах), опыт и достижения развитых стран, возможности ее развития в стране. Метод изучения литературы был использован при исследовании данной статьи.

Ключевые слова: цифровая экономика, аграрный сектор, экономика развития, информационно-коммуникационные технологии, электронное сельское хозяйство.

ABSTRACT

In this article, the content of the digital economy is theoretically covered, its role in the economic sectors (sectors), experience and achievements of developed countries, opportunities for its development in the country. The method of literature review was used in the study of this article.

Key words: digital economy, agrarian sector, development economy, information and communication technologies, electronic agriculture.

Kirish. Rivojlangan mamlakatlar iqtisodiyotida raqamli texnologiyalarning tez suratda rivojlanishi hamda uning iqtisodiyotini jamiyatga keng ko'llamda tadbiq etilishi orqali iqtisodiy barqarorlikka erishmoqda. Ushbu texnologiyalarni barcha tarmoq(soha)larga joriy etish va ulardan samarali foydalanish mamlakat iqtisodiyotining rivojlanishiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Rivojlangan mamlakatlar singari rivojlanayotgan mamlakatlarda ham raqamli iqtisodiyotning rivojlanib borilishi, ularning rivojlantirishning ustuvorligiga asoslangan milliy iqtisodiyotni barqarorlashtirishga erishadi. Mamlakatimizda agrar sektorga ishlab chiqarish (xizmat ko'rsatish)ni modernizatsiyalash hamda tizimni liberallashtirishda raqamli texnologiyalardan foydalanish tarmoqda iqtisodiy barqarorlik ta'minlaydi.

Bugungi kunda ilmiy tadqiqotlarning jadal suratda rivojlanib borilishi, barcha tarmoq(soha)larga raqamli texnologiyalarning kirib kelishi, qaysidir jihatdan ishlab chiqarish (xizmat ko'rsatish)da mehnat sarfining kamayishi hisobiga ish unumining oshishiga



ijobiy ta'sir ko'rsatmoqda. Hukumatimiz tomonidan olib borilayotgan islohatlarda ham barcha tarmoq(soha)larda ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish tizimini bosqichma-bosqich raqamli iqtisodiyotga o'tkazish orqali inson omili ta'sirini kamayirishga alohida e'tibor berilmoqda. Bu borada, "Raqamli iqtisodiyot" atamasi "An'anaviy iqtisodiyot" atamasi bilan qanday jihatlari, nimasi bilan farq qilishi borasida iqtisodchi olimlar va ilmiy tadqiqotchilar tomonidan olib borilgan ilmiy-nazariy yondashuvlarini, izlanishlarini o'rganish muhim ahamiyatga ega.

"Raqamli iqtisodiyot" - bu raqamli texnologiyalarning ishlab chiqarish va iste'mol shakllariga ta'sirini qamrab oladigan atama[5] bo'lib, tovarlar va xizmatlar qanday bozorga chiqarilishi, savdosi va to'lanish tizmini o'z ichiga oladi. Ushbu atama 90-yillardan boshlab paydo bo'lib,dastlab asosiy e'tibor "Internet"ning iqtisodiyotga ta'siriga qaratilib raqamli yo'naltirilgan firmalarning yangi turlari paydo bo'lishi va yangi texnologiyalarni ishlab chiqarilishi nazarda tutilgan. Bugungi kunga kelib ushbu atama ko'plab yangi texnologiyalar va ularni qo'llashni qamrab olmoqda. Ya'ni, sun'iy intellekt, narsalar interneti, kengaytirilgan va virtual haqiqat, bulutli hisoblash, blockchain, robototexnika va avtonom transport vositalarini o'z ichiga olmoqda. Sh o'rinda, milliy iqtisodiyotimizga raqamli iqtisodiyotni joriy etilishi boshqa tarmoq(soha)lar singari agrar sektorning rivojlanishi, raqobatbardoshligi va samaradorligini amalga oshirishda muhim strategik vazifalarni bajaradi.

"Raqamli iqtisodiyot" tushunchasining talqini raqamli texnologiyalarning rivojlanish darajasi, ularning zamonaviy jamiyatdagi o'rni va ahamiyatini hisobga olgan holda Raqamli iqtisodiyot endi bozorlarni, biznes modellarini va kundalik operatsiyalarni olib keladigan texnologik o'zgarishlar[6]dan foydalanadigan iqtisodiyotning barcha qismlarini o'z ichiga oladi. Shunday qilib, u an'anaviy texnologiyalar, media va telekomunikatsiyalardan tortib to yangi raqamli tarmoqlargacha bo'lgan barcha faoliyat turlarini o'z ichiga qamrab oladi. Mazkur raqamli iqtisodiyot[8] dunyoning har bir sektorida raqamli texnologiyalarni qabul qilish va qo'llash o'sib borishi bilan odatiy iqtisodiyotga aylanadi.

Material va metod.Mazkur ishni o'rganishda xorijiy adabiyotlar, ilmiy ishlar va maqolalar, iqtisodchi olimlarning asarlarini o'rganish bilan bir qatorda, mamlakatimiz iqtisodchi olimlari Iskandarov I., Sharifxo'jayev M., G'ulomov S., Tursunxo'jayev M., Qodirov A., Zaynutdinov Sh., Abdurahmonov K., Abdullayev Yo, MurtazayevO. asarlari va ilmiy maqolalari o'rganildi. Ilmiy maqolani yozishda "Adabiyotlar sharhi" usulidan foydalanilgan holda iqtisodchi olimlarning asarlarini va ilmiy maqolalarini sharhlab o'tdik.

Bilimlarga asoslangan iqtisodiyotga bevosita taalluqli bo'lмаган ayrim nashrlar intellektual kapital va bilimlar menejmenti nazariyasining u yoki bu jihatlarini ishlab chiqmoqda[9]. Zamonaviy, intellektual iqtisodiyot sari rivojlanish, raqamli iqtisodiyotni shakllantirish murakkab jarayon bo'lib, ko'plab omillarga bog'liq va ularning ekonometrik tahlili raqamli iqtisodiyotni oqilona boshqarish hamda tartibga solish imkonini beradi. Zamonaviy iqtisodiy rivojlanish nazariyasi va amaliyotini ishlab chiqishga mamlakatimiz olimlari orasida Sharifxo'jayev M., G'ulomov S., Abdullayev Yo va boshqalar iqtisodiyotni boshqarish nazariyasini rivojlantirishga katta hissa qo'shdi. Iqtisodiy tadqiqotlar markazi olimlari BMT doirasida O'zbekistonda bilimlar iqtisodiyotini barpo etish ahvoli va darajasini ilmiy jihatdan baholashga harakat qilishdi. G'ulomov S., Begalov B., Shodihev T., Abdug'afforov A., Alimov R., Ataniyazov B., Xodiyev B., Mahmudov N., Xolmo'minov Sh., Nabiyev X., Aripov A.N., Iminov O.K., Muxiddinov X.A.va boshqalar tomonidan iqtisodiy jarayonlarni AKT texnologiyalari va ekonometrik modellasshtrishning uslubiy jihatlari tadqiq etilgan[3], [11].Mamlakatimizda ham iqtisodiy



salohiyatini yuksaltirishda elektron hukumat, elektron profil, elektron tijorat va raqamli iqtisodiyot muhim ahamiyat kasb, raqamli iqtisodiyotning hozirgi rivojlanish darajasini tahlil qilib, mamlakatda raqamli iqtisodiyotni, jumladan, zamonaviy O'zbekiston qishloq xo'jaligini rivojlantirish uchun muhim ilmiy-resurs salohiyatiga ega ekanligini ko'rsatadi. O'zbekiston qishloq xo'jaligida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishning hozirgi tendensiyalari va istiqbolli yo'nalihlari[10]ko'rib chiqilib, agrar sektorga tadbiq etilishi iqtisodiy rivojlanishga erishadi.

Mamlakatimiz iqtisodiyoti qishloq xo'jaligi sohasining rivojlanish darjasini oziq-ovqat xavfsizligi, jamiyatning ijtimoiy barqarorligiga bog'liq bo'lib, agrar sektor ham boshqa tarmoqlar kabi o'zgarishlarga duch kelmoqda. Jahon iqtisodiyoti rivojlanishining asosiy tendensiyalaridan biri raqamli iqtisodiyotning faol rivojlanishidir. Mamlakatlarning milliy iqtisodiyoti jahon iqtisodiyotida ro'y berayotgan o'zgarishlarga ham moslashib, ba'zan rivojlanishning oldingi darajasiga qarab muvofiqlashib boradi. Raqamli texnologiyalarning rivojlanish darjasini qishloq xo'jaligiga ham asta-sekin ta'sir etib, yangi yuqori texnologiyalarni joriy etish, qishloq xo'jaligi mahsulotlari ishlab chiqarishda sun'iy intellekt imkoniyatlarini kengaytirish va boshqa jarayonlarda namoyon bo'ladi. Axborot-kommunikatsion texnologiyalari, kompyuterlashtirish, Internet, mobil aloqa va boshqa atributlar ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatishda innovatsiyalarni faol amalga oshira oladigan xo'jalik yuritishning samarali ajralmas qismi hisoblanadi. Dunyoning yuksak rivojlangan mamlakatlari qishloq xo'jaligida ishlab chiqarish faoliyati(xizmat ko'rsatish)ni axborot bilan ta'minlovchi raqamli texnologiyalardan foydalanishi mehnat unumining oshishi bilan bir qatorda mahsulot yoki xizmat sifatining oshishida asosiy o'rinn tutadi[4].

"Raqamli qishloq xo'jalik iqtisodiyoti" kelajakda qishloq xo'jaligini dunyo aholisining ehtiyojlarini qondirishni ta'minlashga yordam beradigan yangi o'zgarish bo'lib, agrar soha zanjirining har bir qismini o'zgartiradi. Qiymat zanjirlari eng aniq darajadagi nazorat qilinadi va muvofiqlashtiriladi, shu bilan birga turli xil dalalar, ekinlar va hayvonlar o'zlarining eng maqbul retseptlariga muvofiq boshqarilishi mumkin. Raqamli qishloq xo'jaligi yuqori mahsuldor, oldindan kutadigan va iqlim o'zgarishi natijasida yuzaga kelgan o'zgarishlarga moslashadigan tizimlarni yaratadi. Bu, o'z navbatida, oziq-ovqat xavfsizligi, rentabellik va barqarorlikni oshirishga olib keladi. Barqaror rivojlanish maqsadlari doirasida raqamli qishloq xo'jaligi qishloq xo'jaligining samaradorligi, iqtisodiy samaradorligi va bozor imkoniyatlari, ijtimoiy va madaniy imtiyozlar orqali iqtisodiy foyda keltirishi mumkin. O'zbekiston Respublikasi Birinchi Prezidenti I.Karimov qishloq xo'jaligini isloh qilishning ahamiyatiga quyidagicha baho beradi: "...Agrar sektorni tubdan isloh qilish va jadal rivojlantirish muammolari islohotlarning dastlabki bosqichida hamda O'zbekistonning bozorga o'tish strategiyasida hal qiluvchi ahamiyat kasb etadi. Biz qishloqning ustun darajada rivojlanishini ta'minlashni, qishloq xo'jaligini sifat jihatidan yangi asoslarda qayta tiklashni o'z oldimizga vazifa qilib qo'ydik[2]..."

O'zbekiston Respublikasining 2030 yilgacha ijtimoiy - iqtisodiy rivojlanish Konsepsiysi va Raqamli O'zbekiston - 2030 strategiyasining Konsepsiysi umum xalq muhokamasiga taqdim etildi. Unda ko'zlangan maqsad sifatli va qimmat bo'limgan internet va mobil aloqasini joriy etish, shahar va qishloq o'rtaсидаги raqamli tafovutni kamaytirish, elektron yozuvlar ustuvorligi va korrupsiyaga qarshi kurashishni kuchaytirishdan iboratdir. Jamiyatning qancha ko'p a'zosi yangi raqamli, yuqori texnologik mahsulotlarni egallasa, ularning xaridorgirligi va qimmati shuncha ortadi, ya'ni iste'mol ko'lamining oshadi. Natijada iqtisodiy rivojlanish salohiyati yanada ortadi. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Murojaatnomasida ta'kidlaganidek, raqamli iqtisodiyotni qurilish, energetika, qishloq va suv xo'jaligi, transport, geologiya, geologiya, kadastr, sog'lioni saqlash, ta'lim va arxiv



ishlarigajoriy etishustuvor yo'nalishlari hisoblanadi[1].

Xulosa. Raqamli iqtisodiyot agrar sektorga bosqichma-bosqich o'tib borilishi, qishloq hududlarida aholining ishlab chiqarishda qo'l mehnati sarfining kamayishi hisobiga mehnat unumdorligi va mahsulot sifatining oshishiga ijobjiy ta'sir ko'rsatishi bilan bir qatorda, mehnatga layoqatli aholini qishloq xo'jaligiga bog'liq bo'lмаган faoliyat turlariga yo'naltiradi.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати (References)

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi. 2020 yil 24-yanvar; Toshkent. <https://president.uz>
2. Karimov I.A.O'zbekiston iqtisodiy islohotlarni chuqurlashtirish yo'lida. -T.: O'zbekiston, 1995, 59-60 b.
3. Aripov A.N., Iminov O.K., Muxiddinov X.A. Infoiqtisodiyot asoslari. -T.: 2006.
4. Murtazayev O., Axrorov F. Qishloq xo'jalik iqtisodiyoti. -T.: "Ilm-zoyo", 2017
5. How big is China's Digital economy? Alicia Garcia Herrero, Jianwei Xu. Bruegel, Working Paper, Issue 04, 17 May, 2018
6. Дынкина А.А., Ивановой Н.И. Инновационная экономика. - М ., Наука, 2001
7. Климов С.М. Интеллектуальная Ресурсная Организация. СПб.: ИВЕСЭП, Знание 2002.
8. Глухов В.В., Коробко С.Б., Мааринина Т.В. Экономика. - СПБ: Питер, 2003
9. G'ulomov S, Begalov B. Iqtisodiy informatika. -T. TDIU, 2002.
10. Shodmonov Sh.Sh., Xodiyev B.Yu., Iqtisodiyot nazariyasi. Darslik. - T.: Barkamol fayz media, 2017.-783 - bet
11. <http://www.freedomhouse.org/research>



РАСШИРЕНИЕ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО БИЗНЕСА ПРИ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

д.э.н., проф. Косимова Д.С., ТГЭУ



<http://dx.doi.org/10.26739/2181-9491-2020-SI-2-18>

АННОТАЦИЯ

Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик секторини рақамлаштириш жараёнларига фаол қатнашишини таъминлаш, буни рағбатлантирувчи норматив-хуқуқий воситалар яратиш, кундалик кўндаланг масалалар ечишига давлат кўмагини кўчайтириш, ҳукумат кафолати бўйича ушбу секторга давлат ва чет эллик инвестициялар (актив ва капитал)ни жалб қилиш, кичик фирма ва корхоналарнинг илгор ноу-хау марказлари билан инновацион ҳамкорликни давлат томонидан жадаллаштириш ва мувофиқлаштириш макроиқтисодий қўрсаткичларни барқарорлаштириш учун ҳал этувчи аҳамиятга эга. Мақолада таклиф қилинаётган йўналишлар кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик ҳолатини рақамли иқтисодиёт тамойилларига мос равишда ривожланишиш истиқболларига йўналтирилган бўлиб, мамлакат иқтисодиётидаги ушбу сектор натижадорлиги ва нафдорлигини оширишга имкон бериши туфайли республика аҳолисининг катта қисми фаровонлигини ҳамда макроиқтисодий барқарорликни таъминлашининг муҳим атрибути сифатида намоён этади.

Таянч сўзлар: рақамли иқтисодиёт, кичик бизнес, ривожланиш сиёсати, ялпиички маҳсулот, макроиқтисодий барқарорлик

АННОТАЦИЯ

Ключевое значение для стабилизации макроэкономических показателей имеет создание нормативно-правовых инструментов стимулирования и поощрения расширенного вовлечения сектора малого бизнеса и частного предпринимательства в процессы цифровизации экономики, оказание ему необходимой государственной поддержки по решению злободневных задач, привлечение в этот сектор государственных и иностранных инвестиций (активов и капитала) под правительственный гарант, активизация и координация инновационного сотрудничества малых фирм и предприятий с ведущими ноу-хау центрами со стороны государства. Предлагаемые в статье направления направлены на улучшение состояния и перспективам развития малого бизнеса и частного предпринимательства посредством широкого распространения возможностей цифровизации, позволяющие повысить результативность и продуктивность этого сектора экономики страны как важного атрибута в обеспечении макроэкономической стабильности и благополучия огромной части населения республики.

Ключевые слова: цифровая экономика, малый бизнес, политика развития, внутренний валовой продукт, макроэкономическая стабильность.

ABSTRACT

Creating regulative measurements for stimulation growth and development of small business and private entrepreneurship by involved them in the digital economy, assistance to them in getting a necessary state support on decision daily harvest tasks, under the government guarantee to do attraction in this sector the state and foreign investments



(assets and capitals), state activates and coordinates innovation collaboration between small firms and undertakings and leading now-how centers' representatives. The offered ways in this article are directed to improving situation and perspectives for developing small business and private entrepreneurship by way awide spread the digital opportunities, which are capable of raising the resultants and productiveness of this sector of country economy as an important attribute at providing for macro-economic stability and republic huge part population's prosperity.

Key words: digital economy, small business, the development politics, internal gross product, macro-economic stability.

Президент Ш. Мирзиёев отмечал: "Мы не сможем полностью решить вопросы повышения занятости и доходов населения, увеличения поступлений в бюджет, строя лишь крупные предприятия. Самое важное направление работы по повышению уровня жизни - развивать предпринимательство и малый бизнес" [1]. В соответствие с этим замечанием, развитие сектора малого бизнеса и частного предпринимательства рассматривается как плацдарм дальнейшего укрепления макроэкономической стабильности, благополучия большинства трудоспособного населения республики. Согласно статистическим данным, приведенным в источнике [2], доля малого бизнеса и частного предпринимательства в ВВП страны в 2017 году составила 53,3% или 119301 млрд. сум, количество работающих от всего занятого населения страны составляет 78,3%. Рассматривая по-структурно экономику республики можем увидеть следующую картину: доля этого сектора в промышленной продукции равна 39,6%, сельского хозяйства - 99%, строительстве - 65,1%, розничном товарообороте - 88,4%. Относительно доли экспорта в общем объеме экспорта республики приводится цифра 27%, импорта - 50%, а доля инвестиций составляет 32%. Из этих статистических данных можно сделать вывод о существовании возможности развития данного сектора в сфере оказания услуг, в частности, электронной коммерции, торговли и аутсорсинга и т.п.

В Послании Президента Олий Мажлису подчеркивается о необходимости овладения всеми нами современными знаниями и, в особенности, современными информационными технологиями для нашего прогресса. Это предоставить нам самый короткий путь к достижению совершенства [3]. Поэтому Главой нашей страны в текущем году отмечено о необходимости кардинального изменения политики в области развития цифровой экономики. Далее им отмечается, во-первых, необходимо полностью перевести в электронный формат сферу строительства, энергетики, сельское и водное хозяйство, транспорта, геологии, кадастра, здравоохранения, образования и архивное дело. Кроме этого, критически пересмотреть систему "Электронное правительство" и реализуемые программы и проекты, в комплексном порядке решить все организационные и институциональные задачи.

Для ускорения развития цифровой экономики в Узбекистане, в целях подготовки высокопрофессиональных специалистов в сфере высоких технологий совместно с зарубежными партнерами началась реализация проекта "Миллион программистов", намечено создать "IT-парк"ов кроме г. Ташкента еще и других крупных городах Узбекистана. Помимо того, отмечено, что во всех этапах образовательного процесса должны внедряться информационные технологии международного образца, о необходимости в последующие 2 года обеспечить



покрытие всех кишлаков и махаллей высокоскоростным Интернетом.

Как приводится в данном Послании, если на сегодняшний день свыше 7 тысяч учреждения здравоохранения и до- и школьного образования подключены к высокоскоростному Интернету, то в ближайшие 2 года еще 12 тысяч учреждений будут подключены к высокоскоростному Интернету. С учетом этого дано указание завершить в двухмесячный срок разработать Программу "Цифровой Узбекистан - 2030".

Реализация принимаемых мер государством, дальнейшая совершенствование регулирования сферы малого и среднего бизнеса должны быть направлены на разрешение проблем, в частности:

1. Так как более 62% занятых в малом бизнесе страны занимаются индивидуальным предпринимательством и лишь около 16% приходится на малые предприятия и микрофирмы, и, низкая доля занятых в малых предприятиях отмечена в Навоийской (11,3%), Кашкадарьянской (12,4%) и Ташкентской (13,2%) областях следует предусмотреть варианты увеличения доли малых и средних предприятий как по всей республике, так и в отмеченных областях.

2. Повысить уровень концентрации деятельности малых и средних предприятий в сфере промышленного производства и строительстве.

3. Поскольку высокая доля численности субъектов малого бизнеса сохраняется в торговле (26,7% от общего количества или 63,7 тысячи субъектов), а в розничном товарообороте на долю малых предприятий и микрофирм приходится 20,2%, на долю индивидуальных предпринимателей - 69,4% от их общего количества, стимулировать перепрофилирование или создание новых субъектов малого и среднего бизнеса в сфере оказания информационных и программных услуг, при этом, с особым акцентом на развитие электронной коммерции и торговли.

4. В связи тем, что в региональном разрезе наибольшее количество субъектов малого бизнеса осуществляет свою деятельность в городе Ташкенте (22,6%), Ташкентской (9,6%), Ферганской (8,8%) и Андижанской (8,7%) областях и в данных четырех регионах осуществляют свою деятельность около 50% субъектов малого бизнеса от их общего количества, что свидетельствует о наличие неиспользованного потенциала развития малого бизнеса в других регионах, в таких как Сырдарьинская (3,2%), Навоийская (3,3%) и Джизакская (4,2%) области, следовательно, необходимо усилить поддержку создания и развития малого и среднего бизнеса в этих областях, а также в других регионах республики.

Согласно источнику [4] на основе анализа динамики статистических показателей, отмечается ежегодное возрастание роли малого бизнеса и частного предпринимательства в социально-экономическом развитии страны. Положительные тенденции в этой сфере достигнуты благодаря реализации комплексных системных мер по углублению рыночных реформ и либерализации экономики, улучшению деловой среды, развитию конкуренции и защите частной собственности. Данные меры позволяют создать более производительные рабочие места в малом бизнесе, увеличить его возможности для вхождения на рынки зарубежных стран, что отразится в расширении экспортного потенциала страны и роста благосостояния населения.

В связи с тем, что в Послании Президента к Олий Мажлису подчеркивалось о необходимости разработать проект закона "О малом и среднем бизнесе", в котором должны быть предусмотрены механизмы стимулирования представителей данной сферы, полагаем, что для воплощения в жизнь политики по дальнейшему



развитию сектора малого бизнеса и частного предпринимательства целесообразно учесть следующие положения при формировании данного законопроекта и других нормативно-правовых актов правительства:

- необходимо закрепить нормы и положения стимулирования данного сектора. При этом, наряду с предоставленными гарантиями и ресурсами практически значимым является создание специализированного органа ответственного за расширение цифровизации деятельности данного сектора и разрешение проблем данного сектора (государственные консультационные, исследовательские и аналитические агентства и центры, комиссии наделенные правом изменения требований законодательства в пользу интересов субъектов малого бизнеса и частного предпринимательства);
- образовать координационную группу при правительстве страны уполномоченного распределять государственные активы и капитал, а также привлекать иностранные финансовые, нематериальные и другие ресурсы под гарантию правительства для развития сектора малого бизнеса и предпринимательства, в том числе расширения участия субъектов данного сектора в цифровизации экономики;
- организовать структуру в ведении специализированных организаций и, в том числе, при ВУЗах страны ответственных за активизацию и координацию инновационного сотрудничества малых фирм и предприятий с ведущими научно-исследовательскими центрами зарубежных стран на основе закрепления функции контроля данной сферы государству.

Работа в этом ракурсе поможет поднять сектор малого бизнеса и частного предпринимательства в стране на новый уровень развития, тем самым увеличив степень цифровизации экономики, которая и послужит росту макроэкономической стабильности и благосостояния населения страны.

Использованная литература / Фойдаланилган адабиётлар рўйхати / References

1. <https://www.pv.uz/ru/news/budet-vnedrena-novaja-sistema-razvitija-malogo-biznesa-i-predprinimatelstva> (дата обращения 30.11.2019)
2. <http://mineconomy.uz/ru/node/2089> (дата обращения 28.11.2019)
3. <http://uza.uz/oz/politics/zbekiston-respublikasi-prezidenti-shavkat-mirziyeevning-oliy-25-01-2020> (дата обращения 29.01.2020)
4. <https://stat.uz/ru/433-analiticheskie-materialy-ru/2051-razvitie-malogo-biznesa-i-chastnogo-predprinimatelstva-v-respublike-uzbekistan> (дата обращения 28.11.2019)



OPPORTUNITIES AND CHALLENGES THAT AFFECT THE DEVELOPMENT OF THE DIGITAL ECONOMY IN COMMERCIAL BANKS

Rakhimboev Sardor Kahramonovich,
Tashkent University of Information Technologies
named after Muhammad al-Khwarizmi,
Senior Lecturer, s.rakhimboev@tuit.uz
Mirzarakhimova Aziza Azimjanovna,
Tashkent University of Information Technologies
named after Muhammad al-Khwarizmi,
Professor Assistant, a.mirzarakhimova@tuit.uz



<http://dx.doi.org/10.26739/2181-9491-2020-SI-2-19>

ABSTRACT

The article discusses the problems and tasks that banks must solve in a rapidly growing digital economy. It also analyzes the ongoing reforms in Uzbekistan, in the process of digitalization of the economy and new services provided by banks.

Key words: Digital Economy, electronic payment services, Digital Bank, Electronic Government, Internet banking, mobile banking.

АННОТАЦИЯ

Мақолада рақамли иқтисодиёт жадал ривожланаётган бугунги кунда банклар амалга ошириши лозим бўлган ислоҳотлар ва муаммолар кўриб чиқилган. Шунингдек иқтисодиётни рақамлаштириш жараёнида Ўзбекистонда амалга оширилаётган ишлар ҳамда банклар томонидан йўлга қўйилаётган янги хизматлар таҳлил қилинган ва тавсиялар берилган.

Калил сўзлар: Рақамли иқтисодиёт, электрон тўлов хизматлари, рақамлашган банк, Электрон хукумат, интернет банкинг, мобил банкинг.

АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются проблемы и задачи, которые банки должны решать в условиях быстро растущей цифровой экономике. А также, анализируется осуществляемая реформы в Узбекистане, в процессе цифровизации экономики и новые услуги, предоставляемые банками.

Ключевые слова: Цифровая экономика, услуги электронных платежей, Цифровой банк, Электронное правительство, Интернет-банкинг, Мобильный банкинг.

In the address of the President of the Republic of Uzbekistan to the Oliy Majlis (Supreme Assembly) on the important priority tasks for 2020, he stressed that we need to take decisive measures this year to develop the banking system:

"Unfortunately, the banking system lags behind modern requirements for 10-15 years, especially in terms of the development of digital technologies, introduction of new banking products and software.

Starting from 2020, a large-scale transformation program will be implemented in each bank. Our focus will be on increasing the capital, resource base and profitability of banks.



In the banking system, we should establish the activities of the "factory of projects" aimed at supporting entrepreneurs."

Today, the global financial system is undergoing revolutionary changes, which are associated primarily with the rapid growth of market share in such elements of the Digital Economy as electronic payment services, cryptocurrencies and lending without intermediaries. The market is experiencing intensive growth in mobile payments (from 2010 to 2015 (Figure 1), the annual increase almost doubled) and mutual lending (in the US in recent years increased 15 times and in 2015, the turnover amounted to 77 billion dollars.). It should be emphasized that, unlike traditional activities, Internet companies do not have any material basis and market valuation is directly related to the accumulation of data by the company. It should also be noted that in the sphere of material production, the marginal efficiency of investments decreases with the expansion of the scope of activity and coverage of the market, and in the sphere of the Digital Economy the opposite is true. So, based on current trends, we can say that the Internet economy and the information revolution in the financial sector has put the real sector in the position of a donor.

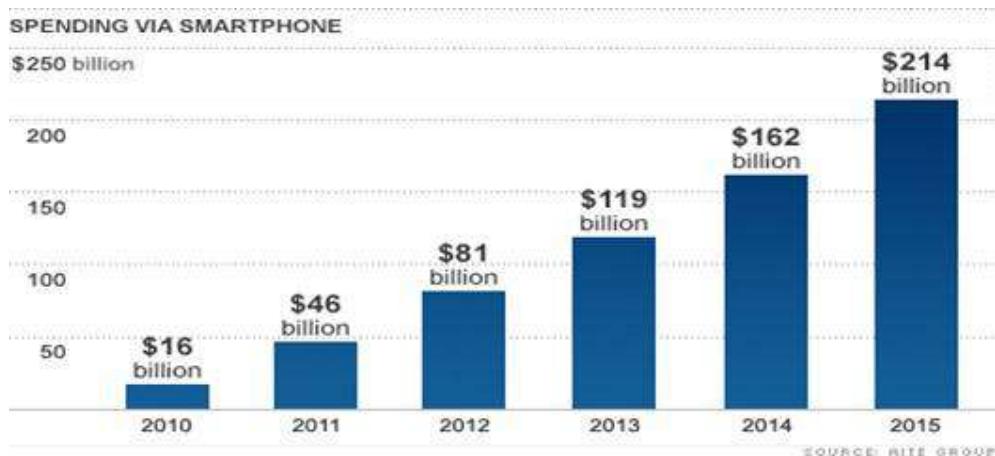


Figure 1. Growth in mobile payments

The rapid development of the Digital Economy requires banks to carry out radical reforms of all the foundations of the traditional banking system. Only competently and successfully using customer data banks will have an advantage in the Digital Economy. Today, banks in Northern Europe, Australia and the United States are actively using remote banking services about 60 % of customers. Studies show that half of the adult population of the United States through smartphones and tablets use banking services. When choosing financial services, consumers take into account the advantages and convenience of banking services offered through digital channels at anytime and anywhere.

The current situation in the financial market indicates that the bank that will effectively create partnerships with successful IT companies in the financial and technical sector with leading experience in the field of big data analysis will have success. As a result, the number of digital banks that do not have their own offices and ATMs is growing rapidly in the world. The main advantages of Digital Banks include customer-centricity, personalization of offers and mobility. Digital Banks provide services to modern society, primarily in the field of mobile devices, social networks, information services, e-Commerce, e-Commerce, etc. the Infrastructure of the Digital Bank is optimized for digital communications and is ready for a rapid change of technologies. The main tasks



of Digital Banks are to inform the client about the account status, operations, search for the nearest branch, ATM or kiosk. Digital Bank also provides its customers with an online service that is able to work on all platforms with a predominant focus on mobile devices. The creation and construction of a Digital Bank requires process optimization, a new organizational culture and flexible it solutions that support a high rate of introduction of new products to the market and personalization of services, which requires restructuring not only the entire it architecture of the bank, but also the infrastructure services for working with customers. In 2017. seven main directions of improvement of the Digital Banking model were identified and proposed - omnichannel and simplification of user services, development of new methods and tools for information management, open API, competition and partnership with financial and technical companies, development of mobile payments, development of innovation management strategy, innovative regulation.

Many banks, taking into account the user's wishes, quickly took up the development of remote banking services and maintenance of applications for mobile devices in the first place. Taking into account the current trends in the global financial services market, the world's leading banks in 2015 created a financial and technological research company R3 CEV LLC to conduct research on the possibility of using blockchain, bigdata and other technologies. The company consists of more than 80 of the world's leading financial institutions. 3 March 2016 R3 announced the completion of tests of the blockchain solution to facilitate trading in debt instruments and on April 5, 2016 presented a project called Corda - "a distributed register developed for financial services". The company said that this technology is very different from the blockchain technology. The new Protocol does not have a built-in cryptocurrency, only project participants get access to their data.

Uzbekistan has developed a Comprehensive program for the development of the National information and communication system of Uzbekistan, designed for 2013-2020, in accordance with which the development of ICT in the country. Speaking at the enlarged meeting of the Cabinet of Ministers devoted to the results of socio-economic development of the country in 2016 and the most important priority areas of the economic program for 2017, President of Uzbekistan Sh.Mirziyoyev noted in his report: "Our urgent task, relevant today and in the future - to ensure the effective functioning of the entire system of "Electronic government". It should be noted that the current stage of development of the digital economy in the country is characterized by a period of formation and high dynamics of development. ICT development in Uzbekistan is carried out in 4 stages:

- 1) 2000-2002, the initial stage of development - the period of phased introduction of ICT and improvement of public administration;
- 2) 2003-2007, the second stage - the period of adoption of the main legislative and regulatory documents and the widespread introduction of ICT;
- 3) 2008-2012, the third stage - the period of the beginning of the active introduction of internal information systems and software products in state bodies, the provision of information and reference electronic services;
- 4) 2012 - present, the fourth stage - the period of further improvement of the structure of public administration.

Today, the Banking system of Uzbekistan is actively introducing innovative information technologies. According to the results of the Banking system in 2016, at the enlarged meeting of the Board of The Central Bank of the Republic of Uzbekistan it was noted



that the share of banking services in the structure of financial services amounted to 88 % and increased by more than 1.2 times compared to 2015. In addition, according to the results of the Banking system in the 1st quarter of 2017, specific tasks of expansion, improvement of the range of banking services and accelerated introduction of modern ICT were identified.

The share of customers regularly using remote banking services in the country is growing rapidly (Figure 2). It should be noted that the share of SMS-Banking and Mobile Banking in remote banking is growing at a significant pace, ahead of Internet Banking and bank - client services by more than an order of magnitude.

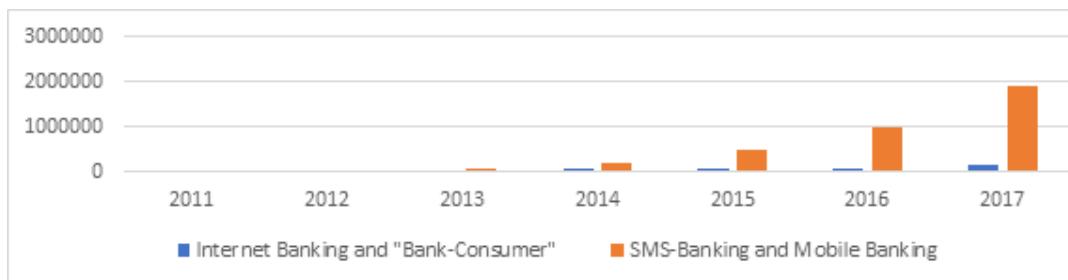


Figure 2. Share of banking services in the structure of financial services.

Currently, the banks of the Republic use such types of remote banking services as bank-client, Internet Banking, Mobile Banking and SMS-banking. For example, The National Bank for foreign economic activity of the Republic of Uzbekistan provides its customers with online services such as SMS-informing, e-mail-informing and personal IVR-Cabinet. By sending SMS messages to a cell phone, the owners of NBU accounts receive operational information. E-mail-informing also allows customers to receive the same operational information about the account status via e-mail address and the Internet. Personal IVR-Cabinet (Interactive Voice Response) is a system of voice alerts. This intelligent platform allows to receive information about banking products and services, as well as information on Deposit accounts of the client in an interactive mode through a personal IVR-Cabinet when dialing from mobile or landline phone numbers to the service number of the bank.

Commercial Banks for corporate clients provide Internet Banking, allowing you to use the full range of services for remote account management via the Internet, as well as offers its customers remote Banking services (DBO), which allows you to remotely manage your bank account via the Internet and telephone.

As the practice of providing online services and remote banking services to customers shows, domestic banks offer a fairly limited type of online services. In addition, it should be noted that the adaptation of banking activities and solutions to the requirements of consumers is quite slow. In order to improve and develop online services, remote banking, it is proposed to take a number of measures:

1. Reduce the distance between banks and consumers with the help of new technologies.
2. Build banking services with customers on the basis of constant consultation basics.
3. Develop and establish collaborative relationships between traditional banks and professional organizations for the introduction of new IT-technologies.
4. To develop and use new technologies of banking operations, it is mandatory to attract customers.

For the active introduction of innovative banking services in the banking system, the Republic of Uzbekistan needs to develop a similar developed countries programs



strategy for the development of the Digital Economy, which requires not only investment, but also focus on the experience of States ahead in the field of digitalization.

References

1. "About measures for further improvement of the Digital Economy infrastructure and the Electronic Government system" Resolution by the President of the Republic of Uzbekistan 18.05.2019 No. PR-4321;
2. Shavkat Mirziyoyev Text of President's Address to the Oliy Majlis, 2020;
3. Darren DeMatas, 5 Types of Ecommerce Business Models That Work Right Now, 2018;
4. Miroshnichenko M. A., Trenevska A. I. Innovations in the banking sector as a vector of development of the ecosystem of the digital economy. Conf./ OTV. the editorship of V.V.Ermolenko, M.R.Zakaryan.Krasnodar: Kuban.state UN-T. - 2017. - № 313. - P. 267-280;
5. www.mobilepaymentsworld.com;
6. www.statista.com.



ЭТНОМАДАНИЙ ТУРИЗМ ВА УНИ РАҚАМЛАШТИРИШ: ГРУЗИЯ ВА РОССИЯ ТАЖРИБАСИ

Сафарова Тумарис Рустамкуловна
Ўзбекистон Миллий Университети, докторант
Электрон почта: tumaris_safarova88@mail.ru



<http://dx.doi.org/10.26739/2181-9491-2020-SI-2-21>

АННОТАЦИЯ

Мақолада Грузия ва Россияда этномаданий туризмнинг ривожланишидаги тажрибалари, этномаданий туризмни ривожлантиришда ахборот технологиялари ва рақамлаштиришнинг ўрни таҳлил қилинди. Этномаданий туризм объектлари халқларнинг миллий маданиятини тарқатиш бўйича муҳим марказлар ҳисобланади. Этномаданий туризмни ривожлантириш учун аввал Интернетдаги маҳсус сайт очилиб, у ерда электрон маълумотномали ахборотни жойлаштириш керак бўлади. Бу ахборотда ўтказиласетган миллий-маданий тадбирлар, туристик хариталар, туристик объектлар ҳақида маълумотлар берилади. Шунингдек, туристик хизматлар ва реклама ҳам келтирилади. Этнографик паркларни яратиш ҳам маҳаллий аҳолининг миллий ва маданий хусусиятлари билан таништиришга ердам беради.

Калит сўзлар: этномаданий туризм, рақамлаштириш, этнопарк, туристик объект, реклама, туристик хизмат, этноҳовли, байрам.

ЭТНОКУЛЬТУРНЫЙ ТУРИЗМ И ЕГО ЦИФРОВИЗАЦИЯ: ОПЫТ ГРУЗИИ И РОССИИ

АННОТАЦИЯ

В статье анализируется опыт Грузии и России в развитии этнокультурного туризма, места информационных технологий и цифровизации в развитии этнокультурного туризма. Объекты этнокультурного туризма являются важным центрами по распространению национальной культуры народов. Для развития этнокультурного туризма необходимо вначале открыть в Интернете специальный сайт, разместить там электронную справочную информацию. В этой информации приводятся сведения о проводимых национально-культурных мероприятиях, туристические карты, туристические объекты. Также приводятся туристические услуги и реклама. Создание этнографических парков также поможет ознакомлению с национальными и культурными особенностями местного населения.

Ключевые слова: этнокультурный туризм, цифровизация, этнопарк, туристический объект, реклама, туристическая услуга, этнодвор, праздник.

ETHNOCULTURAL TOURISM AND ITS DIGITALIZATION: THE EXPERIENCE OF GEORGIA AND RUSSIA

ABSTRACT

The article analyzes the experience of Georgia and Russia in the development of ethnocultural tourism, the place of information technology and digitalization in the development of ethnocultural tourism. Objects of ethnocultural tourism are important centers for the dissemination of national culture of peoples. For the development of



ethnocultural tourism, you must first open a special website on the Internet, place electronic background information there.

This information provides information on ongoing national-cultural events, tourist maps, tourist sites. Travel services and advertising are also provided. The creation of ethnographic parks will also help familiarize with the national and cultural characteristics of the local population.

Key words: ethnocultural tourism, digitalization, ethnopalace, tourist destination, advertising, tourist service, ethnic yard, holiday.

Маълумки, жағон амалиётида алоҳида олинган халқ ва элатларнинг этник хусусиятлари, жойнинг ва маданиятнинг ўзига хослиги локал туристик брендга айланмоқда. Қадимги касбкорликлар - сават тўқиши, гилам тўқиши, дўппи, чопон, сўзана тикиш, кулолчилик устахоналари ва бошқалар - туристик жозибадорликнинг қўшимча омиллари ҳисобланади. Булар туфайли янги туристик йўналишлар вужудга келмоқда. Франция, Испания, бир қатор скандинав мамлакатларида этнотуризм ривожланган бўлиб, халқнинг этник хусусиятлари анча вақтдан буен сақланиб келмоқда. Сўнгги йилларда постсовет маконида ҳам этнотуризм ривожига катта эътибор берилмоқда (масалан, Қозоғистон, Грузия, Қирғизистон, Тожикистон ва ҳ.к.). Бу борада Россия алоҳида ўрин эгаллайди, чунки бу мамлакатда 239та тилда сўзлашадиган 182та халқ яшайди. Россиянинг худуди турли табиий зоналарда жойлашган бўлиб, туризмни ривожлантириш учун улкан имкониятларга эга. Россиянинг ва бир қатор хорижий давлатлар тажрибасининг қўрсатганидек, катта шаҳарлардаги одамлар, денгиз бўйларида ёз таътилида дам олишдан кейин, кўпроқ халқ маданияти сақланиб қолган жойларга саёҳат қилишни хуш кўрадилар.

Сўнгги йилларда туристик истакларнинг ўзгариши туристик бозорнинг янги моделини шаклланишига олиб келдики, унда этномаданий ландшафт деган тушунча бор. Этномаданий ландшафтда анъанавий турмуш тарзи, унинг белгилари ҳисобланган миллий либослар, уй жиҳозлари ва қурилиш услублари, миллий таомлар ва шу кабилар сақланган. Кўплаб туристик агентликлар ва компаниялар, хаттоки алоҳида туроператорлар ўз сайтларида этномаданий туризмга оид маълумотлар, реклама хабарлари, хариталарни, фотосуратлар ва видеолавҳаларни, авиа ва темир йўл чипталари нархини, меҳмонхона нархини ва турларини қўрсатиб ўтишган. Яъни этномаданий туризм соҳасида ҳам рақамлаштиришга катта эътибор берилмоқда.

Тажрибанинг қўрсатишича, ҳудуднинг этномаданий потенциалини капиталлаштириш мумкин. Масалан, жағонда энг тижоратлаштирилган, яъни коммерциализация қилинган маданиятлардан бири кельтлар маданияти ҳисобланади. Унинг илдизлари Қадимги Европа асотирларига бориб тақалади. Моҳият жиҳатидан, бугунги кунда бу глобал тижорат лойиҳаси бўлиб, унга фестиваллар, карнаваллар, шоу дастурлари, мусиқа, турли мамлакатлардаги кельтлар жамиятлари ва маданий марказлари, мусиқали круизлар ва бошқалар киради. 2018 йил 17 октябрьда Белоруссиянинг пойтахти Минск шаҳрида кельтлар маданиятининг "Самайн" фестивали ўтказилди [1]. 2019 йил 3 ноябрда Пермь ўлкасидағи Березники шаҳридаги маданий марказда "Катта шаҳар "Самайн" фестивали" ўтказилди. Санкт-Петербургда ҳам "Катта Самайн" фестивали ўтказилмоқда. Бу ҳакда туристик компаниянинг сайтида маълумот келтирилган



[2]. GET TRAVEL LTD туристик компанияси Грузия бўйлаб этнотурларни таклиф қилмоқда. Булар орасида пазандачилик, виночилик, тамада билан меҳмондорчилик, кўп овозли куйлаш ва халқ рақслари, ибодатхоналар, фортификация иншоотлари, Сванетия миноралари ва ҳоказолар бор [3].

Грузиядаги 2025 - Туризмни ривожлантириш Стратегиясида ИЯМда туризм улушини 7,9% гача кўпайтириш мўлжалланган. Бу мақсадга эришишнинг йўлларидан бири асосан минтақаларда туристик маҳсулотларни ривожлантириш ҳисобланади [4]. Грузия минтақалари учун истиқболли турлардан бири этнографик турлар ҳисобланади. Бунинг учун етарлича шарт-шароитлар, хусусан, турмуш тарзи, фольклор, халқ ҳунармандчилиги ва касбкорлиги, меъморчилик, пазандачилик, виночиликнинг мамлакатнинг турли ҳудудларида тарихан хилма-хиллиги мавжуд. Грузия ҳудуди катта бўлмасада, гарбий ва шарқий бурчаклари, тоғли ва водийлар воҳаси турар жойлар, ошхона, фольклор, кийим-кечаклар, маҳаллий касбкорлар жиҳатидан фарқланадилар. Масалан, Грузия тоғларида анъанавий тарихий турар жойлар тошдан қурилган миноралар кўринишида бўлиб, гарбий Грузия тоғлик аҳолисининг миноралари шарқлийларницидан шакли, қурилиш материали, тузилиши, уй-рўзгор буюмлари жиҳатидан фарқланади. Тоғолди ҳудудларда ва водийларда эса анъанавий ёғочли уйлар қурилган. Тадқиқотчиларнинг фикрича, Грузия минтақаларида аҳоли туризм бизнесига кўшилишга тайер. Сўров натижаларига кўра, маҳаллий аҳоли туристларга турли сервисларни, хизматларни (экскурсиялар, маҳаллий таомлар, халқ ҳунармандчилиги турлари бўйича мастер-класслар) таклиф эта олишади. Мисол учун, Сванетияда анъанавий кигиздан ишланган эркаклар бош кийими ва буркани тайерлаш жараенини қўриш ва ўрганиш мумкин, Рача-Лечхумида ёғочда бадиий ўймакорлик билан танишиш мумкин. Тики вино учун идишлар тайерлаш билан ва теридан мусиқа асблоларини ясаш билан, Имерети - кулолчилик буюмлари, Квеври - вино учун хумлар, Гурия - саватлар тўқиши, ёнгоқ дараҳти пўстидан буюмлар ясаш, Шарқий Грузия тоғлари - жўнли тола йигириш, уни бўяш, гилам ва бошқа тўқилган буюмлар тайерлаш билан машҳурдир.

Умуман олганда, этнографик, этномаданий турларни амалга ошириш учун фақат аҳолининг истаклари, тажрибаси, билимлари ва кўникамлари етарли бўлмайди. Бу борада давлат ва минтақавий ҳокимиятларнинг яхши режалаштирилган моддий, молиявий ва интеллектуал (ахборотли) ёрдами зарурдир. Моддий ёрдам соҳасида инфратузилмани яратиш ва такомиллаштириш (йўллар, коммуникациялар, турар жойлар), очиқ осмон тагидаги этнографик ва ўлкашунослик музейларини ташкил қилиш; молиявий ердам соҳасида - этнотуризм билан шуғуланишга истак билдирган кичик тадбиркорлар учун молиявий ёрдам; интеллектуал ва ахборотли ердам соҳасида - тадбиркорларни етакчи жаҳон тажрибаси билан таништириш, реал шароитларни ва маҳаллий хусусиятларни ҳисобга олган ҳолда этнотурларни амалга ошириш ва реклама қилиш бўйича тавсияларни ишлаб чиқиш; этнотуризмни рақамлаштиришга алоҳида эътибор бериш лозим бўлади.

Шундай қилиб, таъкидлаш мумкинки, Ўзбекистоннинг турли минтақалари учун ҳам этномаданий туризм истиқболли ҳисобланади ҳамда аҳоли фаровонлигини оширишга ва минтақавий иқтисодиетни ривожлантиришга хизмат қила олади.

Россиянинг рақамлаштирилган этномаданий туризм масаласига келсак, шуни таъкидлаш жоизки, бу ерда ҳам рақамлаштиришда бир қатор ютуқларга эришилган. Мисол учун Россиядаги "Этнопетербург" портали ўз сайтида ярмаркалар ва



этномаданий фестивалларни, шу жумладан этнотематик ва этноанимацион дастурларни ташкил қилиш ва ўтказиш бүйича ўз ердамини таклиф қылмоқда [5]. Улар порталы орқали талабномаларни ўрганиб, фестивал ва ярмаркаларни, концерт ва кўргазмаларни ўтказишга ердам кўрсатиши мумкин.

Подмосковье даги ЭТНОМИР - Россиядаги энг катта этнографик парк бўлиб, ўз сайтида [3] меҳмонларга турлар, экскурсиялар, мастер-класслар, оиласи, болалар, ёшлар дам олиши учун катта дастурларни таклиф қилади. Ҳар йили турли байрамлар, фестиваллар ўтказилади. Масалан, Широкая Масленица, Удалъ молодецкая, ҳиндларнинг Дивали, славянларнинг Қўёш, самовар байрамлари, экскурсиялар, мастер-класслар ва бошқа тадбирлар ўюнтирилайди. Этнопарк ҳудудида этноҳовлилар, кўргазмалар, этник меҳмонхоналар, музейлар, сувенир дўконлари, аттракционлар бор.

Этномаданий туризмни рақамлаштиришда минтақавий брендинг ҳам катта аҳамият касб этади. Жаҳонда этномаданий потенциал асосида ҳудудни муваффақиятли брендинг қилиш мисоли сифатида Канадани кўрсатиши мумкин. Бу мамлакатда туризм иқтисодий ривожланишининг устувор йўналишларидан бири ҳисобланади. Шунингдек, туризм хукуматга аборигенлар ҳамжамиятлари ва шимолий ҳудудларнинг муаммоларини ечишга, аборигенларга эса ўз маданий анъаналарини тиклаш ва сақлаб қолиш масалаларини ҳал қилишга ердам бермоқда. Канаданинг аборигенли туризм индустряси 270 миллион долларга баҳоланмоқда, шу жумладан бу тармоқда индейслар аҳолисининг бандлиги 14-16 минг долларни ташкил этади. Бу бизнесга аборигенлар хусусиятларини акс эттирувчи туристик маршрутлар, отель ва кемпинглар, индейслар резервацияларидағи миллий таомлар ресторонлари, бирлашган характердаги кластерлар, маданий марказлар, интерфаол музей-шаҳарчалар, сувенир маҳсулотлари савдоси кабилар киради.

Россияда Татарстан Республикасини мисол сифатида кўрсатиши мумкин. Татарстан ўзига хос минтақа бўлиб, бу ерда анъанавий этник муҳит ва замонавий шаҳар маданияти, ислом ва христианлик маданиятлари тинч-тотув яшашмоқда. Бу минтақа тарихий ва маданий қадриятларга бой. Қозон кремли, Сююмбике минораси хонлик давридаги ёдгорликлар ҳисобланади, Свияжск, Булгор - булгорларнинг тарихига оид. Татарстонда Ураза-байрам, Курбан-байрам (Рўза ҳайити, Курбон ҳайити), Сабантуй байрами кенг нишонланади. Шунингдек, Россия этномаданий туризмида Дед Мороз (Қорбобо) ва Великий Устюг муваффақиятли брендинг ҳисобланади. Яна бир муваффақиятли йирик инвестициявий лойиҳа Калуга обlastидаги "Этномир" маданий-этнографик туристик маркази ҳисобланади. У 93 гектарли ҳудудда жойлашган.

Россия этномаданий туризмида этнодеревнялар катта ўрин эгаллаган. Этнодеревнялар қўпфункционал мажмуалар бўлиб, ўз ичига меҳмонхоналар, овқатланиш жойлари, этник характердаги кўнгилочар марказлари, этник ҳовлилар, очиқ осмон остидаги этномузейларни киритади. Бундай этнодеревнялар Оренбургда, Ростов обlastida, Краснодар ўлкасида, Коми Республикасида, шимолий халқлар зич яшайдиган Ямалда, Ханти-Мансийск автоном округида, Якутияда ва бошқа кўплаб минтақаларда бор.

Этнотуризмни рақамлаштириш асосида ривожлантириш учун кўпчилик танийдиган жозибадор минтақавий бренларни яратиш ва маҳсус порталларда уларни реклама қилиш, улар ҳақида кенгроқ маълумотлар бериш керак, деб ҳисоблаймиз. Бугунги кунда Ўзбекистонда локал, мамлакатимиз ичидаги танилган бренделлар бор. Булар асосан тарихий ва зиерат туризми соҳасидадир. Фикримизча,



зиератгоҳлар ва қадамжолар атрофида этнохудудлар ташқил қилиниб, улар кластерга бирлаштыrsa этномаданий турзмни ривожлантириш учун қулай шароитлар ва муҳит яратилади. Чунки брендлар локал даражадан республика даражасига ўтади. Мазкур брендларни ривожлантириб, улардаги турмаҳсулотларни онлайн сотилишини ташкил қилиш лозим бўлади. Этномаданий туризм ҳам ахборотли тўйинган фаолиятга айланади. Туризм деярли тўла медиа ресурсларга боғланган, у видеороликлар, реклама, тасвир, тақдимотлар орқали туристик хизматларни таклиф қиласиди, сотади. Ахборот технологиялари ва рақамлаштириш бугунги кунда туристик компаниялар ва агентликларнинг рақобатбардошлигини кўтариш усули ва ривожлантиришдаги стратегик ресурслар ҳисобланади. Яъни туризм индустрисининг имкониятлари Интернет тармоғининг имкониятлари билан боғланган.

Адабиетлар рўйхати:

1. https://www.tio.by/info/novosti/27_oktyabrya_v_minske_proydet_festival_keltskoy_kultury_samayn/
2. <https://iwant.travel/event/festival-keltskoj-kultury-bolshoj-samajn-v-sankt-peterburge/>
3. <http://www.gettravel.wanex.net/ind%20russ/ethno%20russ.htm>
4. Шарабидзе Н.Р. Роль государства в развитии туризма. // Вестник науки и образования. 2018. № 1(37). С. 31-35.
5. <http://xn--90aeea2bgħkbmep4j.xn--p1ai/projects/ethnoturizm/>
6. <https://ethnomir.ru/etno/>

TADQIQOT.UZ
ТОМОНИДАН ТАШКИЛ ЭТИЛГАН

**«РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ: ЯНГИ ЎЗБЕКИСТОННИ
ЯНГИ ТЕХНОЛОГИЯЛАР, ПЛАТФОРМАЛАР ВА БИЗНЕС
МОДЕЛЛАРИ ОРҚАЛИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ
ЯНГИ БОСҚИЧИ» МАВЗУСИДАГИ ХАЛҚАРО
ИЛМИЙ - АМАЛИЙ КОНФЕРЕНЦИЯНИНГ
МАТЕРИАЛЛАРИ
2-ҚИСМ**

**МАТЕРИАЛЫ МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ
КОНФЕРЕНЦИЯ НА ТЕМУ «ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА:
НОВЫЙ ЭТАП РАЗВИТИЯ НОВОГО УЗБЕКИСТАНА
ПОСРЕДСТВОМ НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ПЛАТФОРМ И
БИЗНЕС МОДЕЛЕЙ» (DEUZ)
ЧАСТЬ-2**

**MATERIALS OF INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL
CONFERENCE ON «DIGITAL ECONOMY: A NEW STAGE IN
DEVELOPMENT OF NEW UZBEKISTAN THROUGH NEW
TECHNOLOGIES, PLATFORMS AND BUSINESS MODELS»
(DEUZ)
PART-2**

Контакт редакций журналов. www.tadqiqot.uz
ООО Tadqiqot город Ташкент,
улица Амира Темура пр.1, дом-2.
Web: <http://www.tadqiqot.uz/>; Email: info@tadqiqot.uz
Тел: (+998-94) 404-0000

Editorial staff of the journals of www.tadqiqot.uz
Tadqiqot LLC The city of Tashkent,
Amir Temur Street pr.1, House 2.
Web: <http://www.tadqiqot.uz/>; Email: info@tadqiqot.uz
Phone: (+998-94) 404-0000