

International online conference proceedings on

# **“DIGITAL ECONOMY: IMPACTS, CHALLENGES AND PROSPECTS”**

April 23, 2020





The International Online Conference Proceedings on  
**"Digital Economy: Impacts, Challenges and Prospects"**  
**23<sup>rd</sup> of April 2020**

Материалы Международной онлайн конференции  
**"Цифровая экономика: влияние, проблемы и перспективы"**

**23 апреля 2020**

Xalqaro onlain konferentsiyaning materiallari  
**"Raqamli iqtisodiyot: ta'siri, muammolari va istiqbollari"**  
**23-aprel 2020 yil**

**ББК 65.2/4(5U)  
Т 44**

**The International Online Conference Proceedings on “Digital economy:  
impacts, challenges and prospects”**

Tashkent: Management Development Institute of Singapore in Tashkent, 2020. –  
274 pages.

**LBC 65.2/4(5U)**

**32.81**

**Editing:** Dr. D. Alieva, Dr. E. Embang, Sh. A. Karimova, Sh. Fakhriddinova

This proceedings can be freely used and copied for non-commercial purposes, provided  
that the source is acknowledged.

For ordering additional copies of the publication, please contact [conference@mdis.uz](mailto:conference@mdis.uz)

© Management Development Institute of Singapore in Tashkent, 2020

**ISBN - 978-9943-4969-9-6**

## Contents

<b>Мобил технологиялар даврида самарали инновациялар</b>	
Шерзод Актамов -----	1
<b>Legal progression in procedural laws related to “Intellectual property protection for the autonomous output of artificial intelligence” in post-colonial, post-communist and socialist countries</b>	
Ammar Younas -----	4
<b>Цифровая экономика и анализ цифровизации деятельности банков Узбекистана</b>	
Шухрат Бобохужаев -----	7
<b>Описание и структура цифровой инновационной системы</b>	
Дилфуза Ишанходжаева -----	20
<b>Ҳудудлар иқтисодий хавфсизлигини таъминлашнинг асосий омиллари</b>	
Мақсаджон Олимов-----	23
<b>Life in the Era of Digital Economy</b>	
Shirin Tulaganova -----	31
<b>Methods for Promoting a Company and Brand in Internet</b>	
Sitora Eshtukhtarova -----	40
<b>Направления эффективных методов профессиональной подготовки кадров для цифровой экономики</b>	
Тажиназира Исмаилова -----	43
<b>Развитие инвестиционного рынка Кыргызской Республики в условиях цифровизации</b>	
Жасур Азимов, Наргиза Исмаилова, Айгерим Кашкаралиева -----	50
<b>ІАР мобил дастурий иловаси - маҳсулот сифатини назоратдан ўтказишининг усули сифатида</b>	
Зухра Отакузиева, Курашбай Эрқулов, Элмурод Солиев -----	61
<b>Ахборот-коммуникация инфратузилмасининг ривожланиши ва унинг муаммолари таҳлили</b>	
Шухрат Шадманов-----	65

<b>Uzbekistan: What it takes to become the next Asian Tiger? Probably, aiming to become the next Tigress</b>	74
Alexandra Sternik -----	
<b>Цифровые инновации в электронной коммерции</b>	78
Манзура Азизова -----	
<b>Влияние цифровых технологий на трансформацию транспортной отрасли Узбекистана</b>	81
Аброр Кабулов, Дилора Абдуллаева -----	
<b>The Role of Big Data in the Digital Economy</b>	87
Mirhikmat Makhsudov-----	
<b>Перспективы электронного бизнеса в условиях цифровой экономики</b>	89
Хилола Очилова -----	
<b>Электрон тижорат ва кичик бизнес</b>	95
Шаходат Вахобова, Ситора Нормуродова, Атакан Артиков, Азамат Тоиров -----	
<b>Таълим тизимида рақамли маркетинг технологияларини шакллантириш</b>	100
Гулноза Садуллаева -----	
<b>Digital Economy Prospects</b>	106
Abdunabi Shokirov-----	
<b>Prospects for the Development of Start-Ups in Uzbekistan</b>	108
Mukhtasarkhon Abdurakhmanova -----	
<b>Трансформация финансово-банковской системы в цифровой экономике</b>	112
Бахтинур Мухамедов -----	
<b>Issues of Accounting for Liabilities in the Digital Economy</b>	116
Abdugafur Ibragimov, Farhodjan Achilov, Habibulla Ruziev-----	
<b>Сравнение технологий обнаружения и верификации лица</b>	120
Е.Куламкадыр, Т.Картбаев, Б.Молдабеков -----	

<b>Цифровое пространство в Республике Беларусь: социальные последствия и перспективы распространения цифровых практик</b>	
Людмила Галич-----	126
<b>O‘zbekistonda raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishning istiqbollari va raqamli iqtisodiyotning investitsion muhitga ta’siri</b>	
Nosir Maximov, Nuriddin Avazov-----	130
<b>Малый бизнес и среднее предпринимательство Республики Узбекистан в условиях цифровой экономики</b>	
Алла Макушина -----	137
<b>Технология блокчейна, её создание и использование</b>	
Улугбек Якубов-----	146
<b>Digitalization of Microfinance for Better Reach Out and Financial Inclusion</b>	
Nargiza Alimukhamedova-----	150
<b>Актуальность развития цифрового маркетинга в Кыргызстане</b>	
Наргиза Исмаилова, Жасур Азимов, Ания Фоменко -----	153
<b>Сүгурта соҳасида рақамли технологияларни қўллашнинг баъзи масалалари</b>	
Хўжаёр Шеннаев -----	161
<b>Товарооборот Кыргызской Республики со странами ЕАЭС</b>	
Айгуль Саманчиева -----	164
<b>Актуальные вопросы развития электронной коммерции в Узбекистане</b>	
Шахида Маннанова -----	172
<b>The Role of State and Society in the Digital Economy Development</b>	
Azizjon Akromov-----	175
<b>Обеспечение конкурентоспособности в бизнесе</b>	
Умар Асраев-----	177
<b>Развитие казахстанского интернета как части гражданских общественных инициатив</b>	
Асель Казиева -----	180

<b>Интернет-технологии. Развитие Интернета вещей</b> Малика Ашимова, Диана Асылхан -----	184
<b>Цифровая трансформация агропромышленного бизнеса Узбекистана</b> Мукаддас Джуманиязова -----	188
<b>Online Shopping in Uzbekistan: Theoretical Discussion of Factors that Limit and Foster Growth</b> Zamira Ataniyazova, Dilmurod Khodiev-----	195
<b>Digital technologies and reality: 3 main components of "Digital Economy"</b> Mariya Mitkina -----	198
<b>Качество в образовании</b> Малика Ашимова, Гулим Салгараева-----	200
<b>Приоритетное направление развития образовательного учреждения, его кадровая политика</b> Эльвира Саматова, Малика Досматова, Азат Торобеков, Айжаркын Бекатова -----	205
<b>Цифровая экономика: новый уровень подготовки кадров</b> Санжар Таиров-----	214
<b>Применение регионального маркетинга персонала в решении проблем трудовой миграции</b> Раушана Ибрагимова -----	219
<b>Инвестиции в знания как фактор экономического роста</b> Нилуфар Файзуллаева-----	224
<b>Тенденции эффективности инновационной деятельности в бизнесе</b> Лобар Мирзаева -----	228
<b>Convergence of Approaches to Electronic Contracts in English Law and European Union law</b> Akbar Ismanjanov -----	234
<b>Развитие и проблемы облачных технологий</b> Абдумалик Рузиев -----	236

<b>Интернет-технологии в профессиональном образовании будущих специалистов для цифровой экономики</b>	
Елена Артыкбаева, Жанара Тусубаева, Айнур Арыстанова -----	240
<b>Правовая основа развития логистики в Узбекистане</b>	
Гульноза Джамалова -----	247
<b>Проблемы управления цифровыми технологиями на предприятиях Узбекистана</b>	
Манзура Азизова -----	251
<b>Ўзбекистон иқтисодиётини ривожланишида - рақамлаштириш жараёнлари</b>	
Наргиза Иминова, Акбар Иминов -----	254
<b>The Future of e-Business and e-Commerce</b>	
Mukhammadali Yuldoshev-----	261
<b>Financing and Beyond: The Role of Crowdfunding in Fostering Youth Entrepreneurship</b>	
Yuliya Paramonova -----	265
<b>Issues of Human Capital Development in Uzbekistan</b>	
Sherzod Aktamov-----	272

### *The Importance of Corporate Governance-Poem*

*In the times of CoVid19 virus, more importance has to be given to corporate governance.*

*You didn't care but shamelessly you stand with your head up, how you dare?  
Under the stakeholders' theory, the consequences reach so far, that you can't escape  
in a space car.*

*Are you being ethical in a global sense, bearing in mind that the power of values is  
immense.*

*The golden principle is bottom- line divine, there's transparency, account for, comply  
or explain,*

*If you don't in the long run, there's nothing for any of all the stakeholders to gain.  
Don't take the biggest piece of profit for yourself, you should grow the profit pie  
instead.*

*Engrave the ethical rules in your mentality before we'll face financial and non-  
financial crisis reality.*

*(c) Aziza Tulyaganova*

# **Мобил технологиялар даврида самарали инновациялар**

## **Шерзод Актамов**

*Тошкент шаҳридаги Сингапурнинг Менежментни*

*Ривожлантириши Институти*

*“Бизнес ва менежмент” факультети директори;*

*Ўзбекистон Республикаси Банк-молия академияси доценти*

Биз шундай рақамли даврда яшамоқдамиз-ки, ўзгаришларнинг тезлиги шу қадар-ки ҳар бир янги қараш маълум бир қисқариб борувчи интервалда ўзгаришига мажбур бўлмоқда. Бу эса кўпгина бизнес эгалари ва инвесторларга муаммо туғдирмоқда, чунки уларнинг ноёб ва энг янги ғоялари даромад келтириб улгурганча эскириб бўлмоқдалар.

Биринчи маротаба 1965 йилда илгари сурилган Мурнинг қонунига (Moore's law) кўра интеграл схемаларга жойлаштирилган транзисторларнинг сони таҳминан ҳар 2 йилда икки баробарига ошиб боради. Бу дегани ҳар бир янги рақамли қурилманинг ишлаш кўрсаткичлари аввалгилари билан солиштирганда мисли кўрилмаган даражада ошиб бораверади. Гордон Мурнинг 60-йилларда қилган башорати ажабланарли даражада аниқ бўлиб чиқди ва ҳаттоқи ҳозирда ҳам у ўз кучини йўқотмаган.

Пикселларнинг ривожланиши ҳудди шундай жуда ўхшаш йўлни босиб ўтмоқда, буни бугунги ўта тоза кўринишга эга планшет ва смартфон экранларига қараб кўришимиз мумкин, тармоқлар сифимиға келсак, улар ҳамон катта тезлиқда кенгайиб боришни давом этмоқда.

Фундаментал илм-фандаги ушбу ютуқлар рақамли қурилмалар ҳамда рақамли тармоқларнинг тобора ривожланиб бориш циклларини ва пировардида рақамли оммавий ахборот воситаларини қўллаб-куватлайди.

Маълумки, Интернетни муваффақиятли равишда индексациялаш ва тартибсиз ҳолатдан уюшган маълумотлар кўринишига келиши 1994 ва 2004 йиллар орасида содир бўлиб, ушбу давр Веб 1.0 деб ном олди. Ижтимоий феномен 2004 йилда Веб 2.0 даврида бошланиб, ижтимоий тармоқларга муккасидан кетган инсонлар категориясини яратди ва бу жараённинг асосий

иштирокчиси бўлган компаниялар яқиндагина тўлақонли корпорациялар сифатида очиқ молия бозорларига чиқишиди.

2001 йилга келиб, янги парадигма илгари сурила бошланди ва шу кунгача бўлган даврлар ичида энг динамик давр кучга кирди (унинг қуввати сайёрадаги ҳар бир кишига таълуқли, ҳар бир кишига етиб бора оладиган эди), уни Веб 3.0 эмас балки Мобил давр ёки Мобил эра деб номлашди. Мобил даврнинг ҳақиқий таъсири 2013 йилдан бошлаб бизнинг ҳаётга тўлиқ кириб бора бошлади.

Уяли алоқа тизимлари энг охирги минятюралашган чип технологиялари, уларнинг супер юқори бўлган тезлиги ҳамда HD пикселли технологиялардан манфаат топгани билан, ҳозирда кўплаб ҳудудларда мавжуд эски мобил тармоқлардан фойдаланган ҳолда фаолият юритади. Мутахассисларнинг фикрига кўра яқин келажакда амалда ишлатиладиган мобил тармоқлар ҳозирги тармоқлар билан солиширганда анча юқори тезликка эга бўлади. Истеъмолчилар ҳам стационар компьютер ва шахсий лэптоплардан мобил қурулмалар томон ўтиб бораётгани яққол сезилмоқда.

Хўш, мобил давр қанча муддат давом этади? Агар юқорида эслатилган Мун қонунини асос сифатида қабул қиласак, унда бу давр кўпчилик ўйлаганчалик узоқ давом этмаслиги керак. Шундай фикрлар ҳам бор-ки, уларга кўра мобил даврдан сўнг “ўзаро боғлиқлик” даври келади, у даврда веб технологиялар ёки Интернет ҳақида ўйлар ҳам бўлмайди. Ҳамма нарса ҳамма жойда ўзаро боғлик бўлади. Бу ўз-ўзидан бутун тармоқ қувватини, шу жумладан, ҳозирда фақатгина бир томонлама фойдаланиладиган спектр ҳисобланмиш аналог ТВ спектрларини ҳам ўз ичига олишга мажбур бўлади.

Ўзаро боғлиқлик даврида биз ўрганиб қолган брендга тегишли экраннинг ҳажми ёки унинг сифати ҳақида ўйламай қўямиз, энди фақатгина юқори аниқликдаги ва сифатдаги технологияларгина амалда қолади.

Бир даврдан иккинчи даврга ўтиш шу даражада қийин бўлмоқда-ки, ҳаттоқи бозорда кўринишидан мустаҳкам жойлашган компаниялар ҳам ўз мавқенини йўқотиб қўймоқдалар, мисол сифатида AoL, MySpace, Yahoo ларни келтиришимиз мумкин. Бундай тенденция, албатта, ўз-ўзидан табиий савол тутғидиради, бугунги куннинг суперплатформалари бўлмиш Google ва Apple лар ҳудди шундай мавқенини узоқ муддатда ушлаб тура оладиларми?

Қўйида компаниялар учун мобил даврда инновацияларни яратиш бўйича бир қатор тавсияларимизни тақдим этамиз:

1. Мобил алоқани биринчи ўринга қўйинг, бозор айнан шу йўналишда ривожланишни анча муддат давом эттиради.
2. Ўзингизнинг маркетинг қарашларингизни чекланган аудиториядан чексиз аудитория томон қайта кўриб чиқинг.
3. Рақобатчиларнинг кайси йўналиш ва сегментда секин мослашаётганигини аниқланг ва уларнинг ўша сегментдаги заифлигидан фойдаланинг.
4. Ўз бизнес моделингизни эндиликда масофа роль ўйнамаган шароитда, сиз билан доимий яқин алоқада бўлган мижозлардан манфаат кўриш учун қайта кўриб чиқинг.
5. Мижоз билан ишлаш услубини қайта кўриб чиқинг, бунда мобил боғланиш сизда асосий усул ёки бошқа яқин алоқа усулларига қўшимча сифатида бўлсин.
6. Соддалаштиринг – агар жараёнларни мижоз учун бир нечта қадамга қадар соддалаштира олмасангиз, демак жараённингиз ўта мураккаб экан.
7. Ҳавфсизлик масаласига жиддий қаранг, шахсий маълумотлар бошқалар қўлига тушиб қолмаслиги зарурдир.
8. Мижозлар билан мавжуд барча асосий ўзаро таъсирларни аниқланг ва ўлчанг ҳамда доимий такомиллаштириш фалсафасини жорий этинг.
9. Ўз брэндингизни “вирус” каби барчага етиб бориши учун ижтимоий тармоқлардан фойдаланинг.
10. Ўзингизнинг интеллектуал мулк активларингизни, шу қаторда, ихтиrolар ва брэнд активларини ҳам ҳимоя қилинг.

# **Legal progression in procedural laws related to “Intellectual property protection for the autonomous output of artificial intelligence” in post-colonial, post-communist and socialist countries**

**Ammar Younas**

*Westminster International University in Tashkent,  
senior lecturer in commercial law*

This paper is an attempt to explore the legal progression in procedural laws related to “intellectual property protection for the autonomous output of artificial intelligence” in Post-Colonial, Post-Communist and Socialist Countries.

Creating works using artificial intelligence could have very important implications for copyright law. Traditionally, the ownership of copyright in computer-generated works was not in question because the program was merely a tool that supported the creative process, very much like a pen and paper. Creative works qualify for copyright protection if they are original, with most definitions of originality requiring a human author. Most jurisdictions state that only works created by a human can be protected by copyright.

But with the latest types of artificial intelligence, the computer program is no longer a tool; it actually makes many of the decisions involved in the creative process without human intervention. One could argue that this distinction is not important, but the manner in which the law tackles new types of machine-driven creativity could have far-reaching commercial implications. While it is difficult to ascertain the precise impact this would have on the creative economy, it may well have a chilling effect on investment in automated systems. If developers doubt whether creations generated through machine learning qualify for copyright protection, what is the incentive to invest in such systems?

An in-depth study of legal progression in Pakistan (Common Law), Uzbekistan (Post-Soviet Civil Law) and China (Socialist Law) has been conducted. A holistic attempt has been made to explore that how the ideological context of the legal systems can impact, not only on substantive components but on the procedural components of

the formal laws related to IP Protection of autonomous output of Artificial Intelligence. Moreover, we have tried to shed a light on the prospective IP laws and AI Policy in the countries, which are planning to incorporate the concept of “Digital Personality” in their legal systems. This paper will also address the question: “How far IP of autonomous output of AI can be protected with the introduction of “Non-Human Legal Personality” in legislation? By using the examples of China, Pakistan and Uzbekistan, a case has been built to highlight the legal progression in General Provisions of Civil Law, Artificial Intelligence Policy of the country and Intellectual Property laws.

We hypothesize that the Post-Colonial legal regimes will hesitate in making laws which can protect the autonomous output of artificial intelligence whereas Post-Communist and Socialist legal regimes will facilitate the process of the protection of the autonomous output of artificial intelligence.

We have used a range of multi-disciplinary concepts and examined them on the bases of three criteria: accuracy of legal/philosophical presumption, application to the real time situations and test on rational falsification tests. It has been observed that the procedural laws are designed in a way that they can be seen correlating with the ideological contexts of these countries.

## **References**

- Abbott, Ryan Benjamin, Artificial Intelligence, Big Data and Intellectual Property: Protecting Computer-Generated Works in the United Kingdom (November 2, 2017). Research Handbook on Intellectual Property and Digital Technologies (Tanya Aplin, ed), Edward Elgar Publishing Ltd, Forthcoming. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3064213>
- Younas, Ammar, Sustaining Innovative Economy in Fourth Industrial Revolution: A Whitepaper of Uzbek Centered Artificial Intelligence Policy (February 01, 2020). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3533410> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3533410>
- Younas, Ammar and Younas, Rehan, Sustainability of Artificial Intelligence: Reconciling Human Rights with Legal Rights of Robots (April 26, 2018). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3164535> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3164535>

Younas, Ammar, Legal Progression in Procedural Laws related to Bankruptcy in Post-Colonial, Post-Communist and Socialist Countries: A case of Pakistan, Kyrgyzstan and China (2019). Published in International Journal of Arts and Politics. Austria. ISBN: 978-614-475-010-2. Pp. 48-56

# Цифровая экономика и анализ цифровизации деятельности банков Узбекистана

Шухрат Бобохужаев

*доцент, филиал Российского государственного университета нефти и газа (НИУ) им.И.М.Губкина в г.Ташкенте, заведующий сектором по организации научно-исследовательской деятельности одарённой молодёжи*

**Аннотация.** В данной статье рассмотрен анализ цифровизации деятельности банков республики. Анализ мониторинга за период 2015-2018 годы показал разнонаправленные тенденции рейтинга внедрения ИКТ в деятельности банков. Предложены меры по более широкому развитию цифровизации в банках.

**Ключевые слова.** ИКТ, цифровая экономика, дистанционное банковское обслуживание, интернет-банкинг, мобильный банкинг, SMS-банкинг.

**Keywords.** ICT, digital economy, remote banking, Internet banking, mobile banking, SMS banking.

## Введение

Сегодня цифровая экономика (ЦЭ) развивается с невероятной скоростью благодаря способности собирать, использовать и анализировать огромные объемы цифровых данных обо всех сферах жизнедеятельности человека. На саммите в Осаке лидеры стран G20, а также ряда стран, в принятой совместной декларации по ЦЭ указали, что цифровизация бесповоротно меняет экономики и общества, а также является важным источником экономического роста, и ее эффективное использование приведёт к благополучию во всех странах (Bobokhujaev, Otakuziyeva, Aitmukhamedova, с.2097).

Формирование и развитие ЦЭ в Узбекистане неразрывно связано с развитием информационных коммуникационных технологий (ИКТ), характеризующийся несколькими этапами развития (Teshabayev, Bobokhujaev, Otakuziyeva, с.50). Современный этап развития ИКТ в республике характеризуется периодом формирования и высокой динамикой развития. Становление ЦЭ в республике обусловлено повышением роли тех видов

экономической деятельности, которые связаны с производством интеллектуальных продуктов и услуг, и соответствующими структурными изменениями в национальном хозяйстве. В своём Послании Олий Мажлису Президент Республики Узбекистан Шавкат Мирзиёев отметил, что «В 2020 году мы должны совершить коренной поворот в развитии цифровой экономики. Нам необходимо в двухмесячный срок завершить разработку программы «Цифровой Узбекистан – 2030».

Стремительное развитие ЦЭ требует от банков необходимости проведения радикальных реформ всех устоев традиционной банковской системы. Только грамотно и успешно использующие данные клиентов банки будут обладать преимуществом в условиях цифровой экономики. Сегодня всё больше появляются цифровые банки и по мере развития их деятельности значимость традиционных услуг и отделений банков как канала обслуживания клиентов снижается. Сегодня в банках стран Северной Европы, Австралии и США активно пользуются дистанционными банковскими услугами около 60% клиентов (Аптекин, Калабин, Клинцев, Кузнецова, Кулагин, Ясенович, с.31). Проведённые исследования показывают, что половина взрослого населения США через смартфоны и планшеты пользуются банковскими услугами. При выборе финансовых услуг потребители учитывают преимущества и удобства банковского сервиса, предлагаемых услуг по цифровым каналам в любое время и в любом месте.

## **Основная часть**

Сегодня банковская система Узбекистана активно внедряет современные инновационные ИКТ в деятельность, что имеет огромное значение для развития цифровизации банковской деятельности. Внедрение ИКТ в банках неизбежно приводит к радикальным переменам в структурных, функциональных и кадровых характеристиках. Это, в свою очередь, позволяет оценить эффективность преобразований не по количественным финансовым результатам, а качественным. Однако эффективность цифровизации банковской деятельности низка, что в своём Послании Олий Мажлису Президент Республики Узбекистан Шавкат Мирзиёев отметил так: «К сожалению, банковская система отстает на 10-15 лет от современных требований по развитию цифровых технологий, внедрению новых банковских продуктов и программного обеспечения».

Для оценки внедрения современных ИКТ был образован рабочий орган в лице Министерства по развитию информационных технологий и коммуникаций РУз. Оценка осуществляется системой рейтинговой оценки состояния внедрения ИКТ. Согласно системе оценки, изучается наличие, доступность и соблюдение требований законов РУз веб-сайтом. Порядок изучения состояния внедрения и развития ИКТ осуществляется в соответствии ПКМ РУз № 102 от 23 апреля 2014 года. Также был утверждён перечень подлежащих рейтинговой оценке внедрения и развития ИКТ госорганов, предприятий и банков:

1. Национальный банк внешнеэкономической деятельности Республики Узбекистан;
2. АКБ «Асака»;
3. АК «Народный банк»;
4. АКБ «Узпромстройбанк»;
5. АКБ «Микрокредитбанк»;
6. АКБ «Агробанк»;
7. АКИБ «Ипотека-банк»;
8. АКБ «Қишлоқ қурилиш банк».

В 2014 году был принят перечень отдельных показателей оценки состояния официальных веб-сайтов. Однако в 2016 году была принята новая методика оценки состояния внедрения ИКТ. Согласно данной методике оценка состояния внедрения ИКТ в организациях осуществляется двумя методами:

1. экспертной оценки;
2. оценки на основании представленных данных.

Метод экспертной оценки позволяет изучить реализацию планов внедрения ИКТ, содержание веб-сайтов, наличия и состояния информационных систем (ИС), баз данных и государственных информационных ресурсов (ИР), состояния организации мер по информационной безопасности (ИБ). Эффективность экспертного метода обусловлена возможностью максимальной приближенности к способам поиска заданных категорий информации обычными пользователями веб-сайтов. Оценка состояния внедрения ИКТ в организациях осуществляется по результатам отчетного периода.

Структура системы рейтинговой оценки состояния внедрения ИКТ в организациях оценивается по четырём нижеследующим разделам с соответствующими удельными весами (всего 100%):

1. состояние официального веб-сайта и предоставление интерактивных государственных услуг (ИГУ) – 50%;
2. ИС, ИР и электронный документооборот (ЭДО) – 26%;
3. ИБ – 20%;
4. организационная часть – 4%.

Анализ мониторинга министерством по развитию информационных технологий и коммуникаций Республики Узбекистан за период 2015-2018 годы показал, что наибольший рост рейтинга достигли следующие коммерческие банки (табл. 1):

- АКБ «Узпромстройбанк» - рост на 45 позиций;
- АКБ «Агробанк» - рост на 44 позиции;
- АКБ «Микрокредитбанк» - рост на 33 позиций.

В то же время необходимо также отметить и ряд банков, которые наоборот, достигли снижения позиций за 2015-2018 годы:

- АКБ «Ипотека-банк» - снижение на 13 позиций;
- Национальный банк ВЭД Республики Узбекистан - снижение на 7 позиций.

В настоящее время банки республики используют такие виды дистанционного банковского обслуживания (ДБО), как банк-клиент, интернет-банкинг, мобильный банкинг и SMS-банкинг. Система “банк-клиент” доступна клиентам через компьютер и для соединения с банком используется прямое соединение через модем. Интернет-банкинг позволяет клиентам банка управлять своими депозитными счетами через интернет. Используя данный вид банковского сервиса клиент с рабочего или любого другого места, где имеется доступ к интернету, может:

- осуществлять платежи;
- отслеживать прохождение платежей;
- получать все отчеты по обслуживанию, в том числе информацию о поступлении средств на счет.

**Таблица 1. Рейтинг состояния внедрения ИКТ по результатам мониторинга некоторых банков в 2015-2018 годы.<sup>1</sup>**

№	Название банка	Веб-сайт и ИГУ	ИС, ИР ИБ и ЭДО	Орг. часть	Итоговая оценка	Год	Место	Изменение в позиции
8	ОАКБ «Кишлок курилиш банк»	44.26	22.97	18.50	4.00	89.72	2015	14
		45.64	24.07	18.30	4.00	92.01	2016	12
		37.86	24.10	18.80	4.00	84.76	2017	21
						88.69	2018	8
11	АКБ «Народный банк» Республики Узбекистан	40.77	24.60	19.50	3.00	87.87	2015	18
		39.63	25.12	18.00	4.00	86.75	2016	37
		46.84	25.14	18.30	4.00	94.29	2017	4
						95.04	2018	2
13	АКБ «Асака»	41.78	21.75	19.00	4.00	86.53	2015	22
		44.22	23.49	19.50	4.00	91.21	2016	15
		30.81	23.92	19.10	4.00	77.84	2017	40
						81.20	2018	21
14	АКИБ «Ипотека-банк»	38.61	22.37	19.10	4.00	84.08	2015	27
		36.41	23.91	18.90	4.00	83.21	2016	54
		33.96	24.82	19.10	4.00	81.89	2017	27
						75.35	2018	40
18	Национальный банк ВЭД Республики Узбекистан	41.13	20.76	18.00	2.00	81.89	2015	38
		41.15	20.67	19.00	4.00	84.82	2016	47
		35.95	21.95	18.60	4.00	80.50	2017	33
						74.22	2018	45
19	АКБ «Микрокредит-банк»	44.49	16.09	19.00	2.00	81.59	2015	40
		34.67	25.84	19.50	4.00	84.01	2016	52
		24.91	25.36	19.30	3.00	72.57	2017	55
						89.48	2018	7
23	АКБ «Узпромстрой-банк»	33.18	24.82	18.50	3.00	79.50	2015	50
		37.85	25.68	18.00	4.00	85.54	2016	42
		34.82	25.65	18.60	2.00	81.08	2017	31
						90.65	2018	5
24	АКБ «Агробанк»	30.45	25.15	17.40	4.00	77.00	2015	54
		27.18	25.75	16.60	4.00	73.53	2016	80
		40.01	25.38	18.60	4.00	87.99	2017	11
						86.77	2018	10

<sup>1</sup> Составлено автором.

Также как по технологии интернет-банкинга, строятся взаимоотношения клиента и банка по мобильному банкингу. Использование SMS-банкинга позволяет клиентам банка получать информацию об операциях по депозитным счетам. Через услугу SMS-банкинга клиент может получать оперативную информацию о:

- поступлении средств на счет;
- списании средств со счета;
- балансе счета;
- проведенных в течение дня банковских операциях.

**Таблица 2. Количество пользователей дистанционными банковскими услугами.**

Дата	Юридические лица и индивидуальные предприниматели	Физические лица	Всего
01.01.2017 г.	135 629	1 906 482	2 042 111
01.01.2018 г.	227 879	4 225 361	4 453 240
01.01.2019 г.	359 770	7 599 337	7 959 107
01.01.2020 г.	691 008	9 462 450	10 153 458

В банковской системе за последние 5 лет наблюдается значительный рост (табл. 2) количества пользователей дистанционными банковскими услугами как юридических (в 5,1 раза), так и физических лиц (5,0 раз).

Среди коммерческих банков Узбекистана лидерами количества пользователей дистанционными банковскими услугами являются наиболее крупные банки (Национальный банк ВЭД, АКБ "Узпромстройбанк", АКБ "Агробанк", АК "Народный банк" и др.), с высокой государственной долей в капитале банков (табл. 3).

**Таблица 3. Количество пользователей систем дистанционного банковского обслуживания на 1 января 2019-2020 гг.**

№	Банк	Юридические лица и индивидуальные предприниматели			Физические лица		Итого
		2019	2020	2019	2020	2019	2020
	Национальный банк	1956			165724	91127	
1	ВЭД	5	52969	891712	3	7	1710212
		6549				17375	
2	АКБ "Узпромстройбанк"	1	31464	108263	777366	4	808830
		7898		181401	134374	18929	
3	АКБ "Агробанк"	1	96250	6	0	97	1439990
		2878				13977	
4	АКИБ "Ипотека-банк"	6	98400	110985	870055	1	968455
	АКБ	1084				19293	
5	"Микрокредитбанк"	7	48152	182085	639018	2	687170
		2894		264177	102225	26707	
6	АК Народный банк	2	91332	8	9	20	1113591
	АКБ "Савдогарбанк" с уч. ин. кап.	2216	8380	5105	67803	7321	76183
	АКБ "Кишлок курилиш					19838	
8	банк"	3600	18499	194784	243333	4	261832
9	АКБ "Туронбанк"	6242	15783	6884	148771	13126	164554
	АКБ "Hamkorbank" с уч.	5611				34587	
10	ин. кап.	5	69714	289755	716852	0	786566
						63428	
11	АКБ "Асака"	7959	19546	626322	561568	1	581114
						14186	
12	АИКБ "Ипак Йули" АО "ZIRAAAT BANK	6157	18783	135708	314381	5	333164
13	UZBEKISTAN"	473	1174	3866	13218	4339	14392
14	ЧАБ "Трастбанк"	5197	19871	92981	81795	98178	101666
						25689	
15	АКБ "Алокабанк"	5882	14739	251017	244809	9	259548

АО "КДБ Банк							
16	Узбекистан"	1631	600	17259	31664	18890	32264
17	ЧАКБ "Туркистан"	1135	2805	1347	7570	2482	10375
18	ДБ "Садерот Иран"	47	128	367	741	414	869
19	АКБ "Универсалбанк"	2407	3371	6897	36369	9304	39740
						11380	
20	АКБ "Капиталбанк"	6957	21519	106849	128297	6	149816
21	ЧАКБ "Равнак-Банк"	931	1675	651	8801	1582	10476
22	ЧАКБ "Давр-банк"	5452	17772	9116	49817	14568	67589
	АКБ "Invest Finance						
23	Bank"	5939	16601	40379	212520	46318	229121
	АКБ "Asia Alliance						
24	Bank"	4108	9551	12542	109447	16650	118998
25	ЧЗАКБ "Hi-Tech Bank"	529	1337	5632	20261	6161	21598
26	ЧАКБ "Ориент Финанс"	3933	9492	41815	150207	45748	159699
	АКБ "Мадад Инвест						
27	Банк"	179	427	805	2235	984	2662
	АКБ						
28	“Узагроэкспортбанк”	69	107	417	389	486	496
29	АО "Пойтахт банк"	-	511	-	1796	-	2307
30	АКБ "Tenge bank"	-	56	-	125	-	181

Стремительно растет количество выпущенных в обращение банковских пластиковых карт, установленных платежных терминалов, банкоматов и инфокиосков, а также сумма осуществленных платежей через платежные терминалы (табл. 4).

**Таблица 4. Количество выпущенных в обращение банковских пластиковых карт, установленных платежных терминалов, банкоматов и инфокиосков, а также сумма осуществленных платежей через платежные терминалы.**

Дата	Количество банковских пластиковых карт, выпущенных в обращение	Количество установленных платежных терминалов	Количество установленных банкоматов и инфокиосков	Сумма платежей, осуществленных через платежные терминалы (с начала года), млрд. сум
01.01.2017 г.	19 523 343	208 536	4 954	53 050,1
01.01.2018 г.	19 225 702	235 712	5 632	52 972,3
01.01.2019 г.	17 686 598	244 913	6 859	63 712,5
01.01.2020г.	20 574 366	392 361	9 207	71 020,2

Анализ индикаторов ЭК республики довольно скромные и уступают средним мировым показателям (табл. 5).

**Таблица 5. Индикаторы ЭК.**

№	Факторы финансовой доступности	Узбекистан, %	Страны мира, %
1	Количество людей, имеющие счета в финансовых институтах	37	69
2	Количество людей, имеющие кредитные карты	0,6	18
3	Количество людей, имеющие счета мобильных денег	р/д	4,4
4	совершает онлайн покупки и / или оплачивает счета онлайн	7,1	29
5	Количество женщин, имеющие кредитные карты	0,6	17
6	Количество мужчин, имеющие кредитные карты	0,5	20
7	Количество женщин, осуществляющие онлайн сделки	4	28
8	Количество мужчин, осуществляющие онлайн сделки	10	30

Как показывает практика оказания онлайн и ДБО клиентов, отечественные банки предлагают довольно ограниченный вид онлайн услуг. Кроме того, необходимо отметить, что адаптация банковской деятельности и решений к требованиям потребителей происходит довольно медленно. В целях совершенствования и развития онлайн услуг, дистанционного банковского обслуживания предлагается принять ряд следующих мер (Бобохужаев, с.21):

1. Сокращать дистанцированность банков от потребителей при помощи новых технологий;
2. Выстраивать все банковские сервисы с клиентами на постоянных консультационных основах;
3. Разработать и установить коллaborативные отношения между традиционными банками и профессиональными организациями по внедрению новых ИТ- технологий;
4. Для разработки и использования новых технологий проведения банковских операций в обязательном порядке привлекать клиентов.

Вышеприведённая оценка рейтинга внедрения современных ИКТ в банках республики, а также проведённые многочисленные научные исследования показали, что к основным проблемам внедрения ИКТ относятся:

- нехватка специалистов ИКТ;
- использование ИКТ не по назначению;
- сопротивление персонала внедрению ИКТ;
- недостаточность знаний, навыков работников;
- неопределенность выгоды;
- слабая защита и безопасность имеющейся информации;
- несоответствие ПО;
- медленный процесс внедрения электронных услуг;
- наличие технических и организационных недостатков и сложностей;
- консервативность служащих и др.

## **Заключение**

Статистическая оценка использования банками современных ИКТ позволяет осуществлять мониторинг уровня развития ИКТ. Для того чтобы изменить ситуацию, банкам необходимо иметь в штате сотрудников с соответствующими профессиональными знаниями, заключить соглашения с

ведущими поставщиками технологий и использовать самые современные и эффективные программные разработки.

## **Список использованной литературы**

Bobokhujaev Sh.I., Otakuziyeva Z.M., Aitmukhamedova T.K. Stages of Digital Economy Development and Problems of Use of Modern ICT on Uzbekistan Enterprises. International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering (IJITEE), Volume-9 Issue-2, December 2019, Page No. 2097-2101. Published By: Blue Eyes Intelligence Engineering & Sciences Publication.

Teshabayev T.Z., Bobokhujaev SH.I., Otakuziyeva Z.M. Specificity of conceptual development of information economy in Uzbekistan. Curran Associates, Inc. Red Hook, NY USA, 2019, p.49-55.

Послание Президента Республики Узбекистан Шавката Мирзиёева Олий Мажлису. Официальный веб-сайт Президента Республики Узбекистан. 24.01.2020. [Электронный ресурс]. URL: <https://president.uz/ru/lists/view/3324>. (Дата обращения 30.3.2020).

А. Аптекин, В.Калабин, В.Клинцев, Е. Кузнецова, В.Кулагин, И.Яснович. Цифровая Россия: новая реальность. Июль 2017 года. Digital/McKinsey – с.98;

Роль технологий ИИ в очеловечении цифрового банкинга. Сайт компании Geektime. [Электронный ресурс]. URL: <https://geektimes.ru/company/wirex/blog/293673/>. (дата обращения 30.3.2020);

ПКМ РУз «О мерах по внедрению системы оценки состояния развития информационно-коммуникационных технологий в Республике Узбекистан». [Электронный ресурс]. URL: <http://lex.uz/docs/2315194>. (Дата обращения 30.3.2020);

ПКМ РУз № 102 от 23 апреля 2014 года «Об утверждении положения о порядке проведения изучения состояния внедрения и развития информационно-коммуникационных технологий в деятельности органов государственного и хозяйственного управления, государственной власти на местах». [Электронный ресурс]. URL: <http://lex.uz/docs/2376553>. (Дата обращения 30.3.2020);

Перечень органов государственного и хозяйственного управления, органов

государственной власти на местах, а также других ведомств, учреждений и организаций, подлежащих рейтинговой оценке внедрения и развития информационно-коммуникационных технологий.

Приложение № 2 к протоколу Республиканской комиссии по координации реализации Комплексной программы развития Национальной информационно-коммуникационной системы Республики Узбекистан на 2013-2020 годы от «23» февраля 2016 года № 7. [Электронный ресурс]. URL:

<http://nics.gov.uz/upload/medialibrary/d9d/d9de01d2aca968f28b7bc82e82470757.pdf>. (Дата обращения 30.3. 2020);

Приложение к Приказу Государственного комитета связи, информатизации и телекоммуникационных технологий от «2» мая 2014 года, №158. Перечень отдельных показателей оценки состояния официальных веб-сайтов органов государственного и хозяйственного управления, государственной власти на местах. Приложение к Приказу Государственного комитета связи, информатизации и телекоммуникационных технологий от «2» мая 2014 года, №158. [Электронный ресурс]. URL: <http://mitc.uz/media/50e566d5-5cf9-4391-b04c-c8bdb8434c4b.pdf>. (Дата обращения 30.3. 2020);

Приложение №3 к протоколу Республиканской комиссии по координации реализации Комплексной программы развития Национальной информационно-коммуникационной системы Республики Узбекистан на 2013-2020 годы от «23» февраля 2016 года № 7. [Электронный ресурс]. URL: [http://nics.gov.uz/ru/library/methodical\\_materials/](http://nics.gov.uz/ru/library/methodical_materials/). (Дата обращения 30.3. 2020);

Платёжные системы. Сайт Центрального банка Республики Узбекистан. [Электронный ресурс]. URL:<http://cbu.uz/ru/platyezhnye-sistemy/30/>. (дата обращения 30.3.2020);

Количество пользователей систем дистанционного банковского обслуживания на 1 января 2020 г. [Электронный ресурс]. URL: <http://cbu.uz/ru/statistics/paysistem/2020/01/183036/>. (Дата обращения (30.3. 2020);

Официальный сайт Центрального банка РУз. Количество пользователей систем дистанционного банковского обслуживания на 1 января 2020 г. [Электронный ресурс]. URL:

<http://cbu.uz/ru/statistics/paysistem/2020/01/183036/>. (Дата обращения (30.3.2020));

Информация о выпущенных в обращение банковских пластиковых картах, терминалах, банкоматов и инфокиосков. [Электронный ресурс]. URL: [http://cbu.uz/upload/statistics/paymentsystems/Jan/BC\\_POS\\_ATM\\_TURNOVER%2001.01.pdf](http://cbu.uz/upload/statistics/paymentsystems/Jan/BC_POS_ATM_TURNOVER%2001.01.pdf). (Дата обращения 30.3. 2020);

Информация о выпущенных в обращение банковских пластиковых картах, терминалах, банкоматов и инфокиосков. [Электронный ресурс]. URL: <http://cbu.uz/ru/statistics/paysistem/2020/01/183037/>. (Дата обращения 30.3. 2020);

Digital 2020: Uzbekistan. [Электронный ресурс ] URL:

<https://datareportal.com/reports/digital-2020-uzbekistan>. (Дата обращения 30.3. 2020);

Бобохужаев Ш.И. Пути трансформации роли и места банков в цифровой экономике. Материалы IX Форума экономистов. Под общей редакцией к.э.н. Ахмаджанова Ш.Х./Ташкент. IFMR, 20 декабря 2017.-с.13-21.

# Описание и структура цифровой инновационной системы

Дилфузза Ишанходжаева

*Ташкентский финансовый институт,  
старший преподаватель кафедры "Электронная коммерция  
и цифровая экономика"*

**Аннотация.** В данной статье рассматриваются описание и структура цифровой инновационной системы, показано несколько уровней цифровой инновационной системы.

**Ключевые слова:** цифровая экономика, цифровая инновация, институционализм.

**Keywords:** digital economy, digital innovation, institutionalism.

Одним из важных теоретических подходов при изучении систем, в которых создаются условия для цифровых инноваций, является изучение их как экономики, основанной на знаниях. Ценную информацию об этом можно найти в работах ученых, которые разработали национальные инновационные системы в нескольких странах в 1980-х годах. Ведущими фигурами в этой области являются профессор Б. Лундволл из Швеции, профессор К. Фриман из Британского центра исследований в области научной политики и профессор Р. Нельсон из Колумбийского университета в США. Используя общие методологические принципы, они, как и Й. Шумпетер, ведущий деятель в этой области, признали, что инновации и современные прикладные научные инновации являются ключевыми факторами развития и победы в конкурентной борьбе. Все эти ученые уделили особое внимание использованию современных знаний в экономическом развитии. Концепция развития национальных инновационных систем была наиболее тщательно исследована в научной работе профессора Д. Норта. Основной идеей его научной работы является институционализм, который считает, что передовые научно-технические институты (организации) в обществе прямо или косвенно влияют на знания и технологии в нем. По мнению Норта, развитие научно-технических институтов в развитых странах, расширение связей между ними, акцент на применении

науки на практике, в исторически короткий период времени дадут большие возможности для экономического развития. Основываясь на этих фундаментальных научных концепциях, мы можем дать определение системы цифровых инноваций следующим образом: система цифровых инноваций представляет собой совокупность институциональных структур в обществе, деятельность которых способствует созданию знаний, научной информации и инноваций, что достигается благодаря взаимовыгодной синергетической (взаимоподкрепляющей) деятельности правительства, бизнеса, науки и образования, и этот комплекс мер способствует экономическому развитию страны, приводит к укреплению и его быстрому развитию. Конечной целью системы цифровых инноваций является получение научных и практических результатов из академических или прикладных наук, коммерциализация инноваций (то есть их использование в коммерческих целях), применение идей в массовом производстве, наполнение рынков новыми цифровыми продуктами и, как следствие, добиться быстрого социально-экономического развития страны. Последовательное (и непрерывное) выполнение вышеуказанных функций приводит к решению основных проблем цифровой экономики, основанной на знаниях, и соответствующей цифровой инновационной системы, что необходимо для достижения высокого уровня социально-экономического развития.

Успех цифровой экономики, основанной на знаниях, будет во многом зависеть от подхода государства к развитию научно-технического сектора экономики, что отражается в макроэкономической политике, нормативно-правовом обеспечении, прямом и косвенном управлении системой цифровых инноваций. Поэтому функции такой цифровой экономики определяются научно-техническим и производственным потенциалом страны, состоянием внутреннего рынка и рынка труда, а также историческими и природными особенностями. Соответственно, можно выделить несколько уровней цифровой инновационной системы: глобальную, национальную, региональную и локально-цифровую инновационную экономику в одной отрасли или предприятии. Можно сказать, что суть цифровой экономики, основанной на знаниях, заключается в создании организационных форм и функциональных структур цифровой инновационной системы, которые в основном устойчивы к внешним и внутренним воздействиям.

## Список использованной литературы

- Введение в «Цифровую» экономику. / А.В. Кешелава, В.Г. Буданов, В.Ю. Румянцев и др.; под общей редакцией Кешелава А.В., Москва: 2017. URL: <http://qps.ru/HzJbE> (дата обращения: 10.10.2018)
- Бауэр В.П. Проблемы на пути создания унифицированной цифровой платформы цифровой экономики. М.: РАЕН. 2017, 39 с. URL: [http://raen.info/upload/000/files/project/47\\_68-2/25.pdf](http://raen.info/upload/000/files/project/47_68-2/25.pdf) (дата обращения: 10.10.2018)
- Бабкин А.В., Буркальцева Д.Д., Костень Д.Г., Воробьев Ю.Н. Формирование цифровой экономики в России: сущность, особенности, техническая нормализация, проблемы развития // Научно - технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. 2017. Т. 10, № 3. С. 9-25. DOI: 10.18721/JE.10301
- Цифровая трансформация экономики и промышленности: проблемы и перспективы. Монография/ Под ред. д-ра экон. наук, проф. Бабкина А.В. – СПб.: Изд-во Политехнического ун-та, 2017. 807с. <https://elibrary.ru/item.asp?id=29936527> (дата обращения: 16.04.2019)
- Королев О.Л., Апатова Н.В., Круликовский А.П. «Большие данные» как фактор изменения процессов принятия решений в экономике // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. 2017. Т. 10, № 4. С. 31-38. URL: [https://elibrary.ru/html\\_article.asp](https://elibrary.ru/html_article.asp) (дата обращения: 17.04.2019)

# Ҳудудлар иқтисодий хавфсизлигини таъминлашнинг асосий омиллари

**Мақсаджон Олимов**

*Тошкент давлат иқтисодиёт университети,  
таянч докторант*

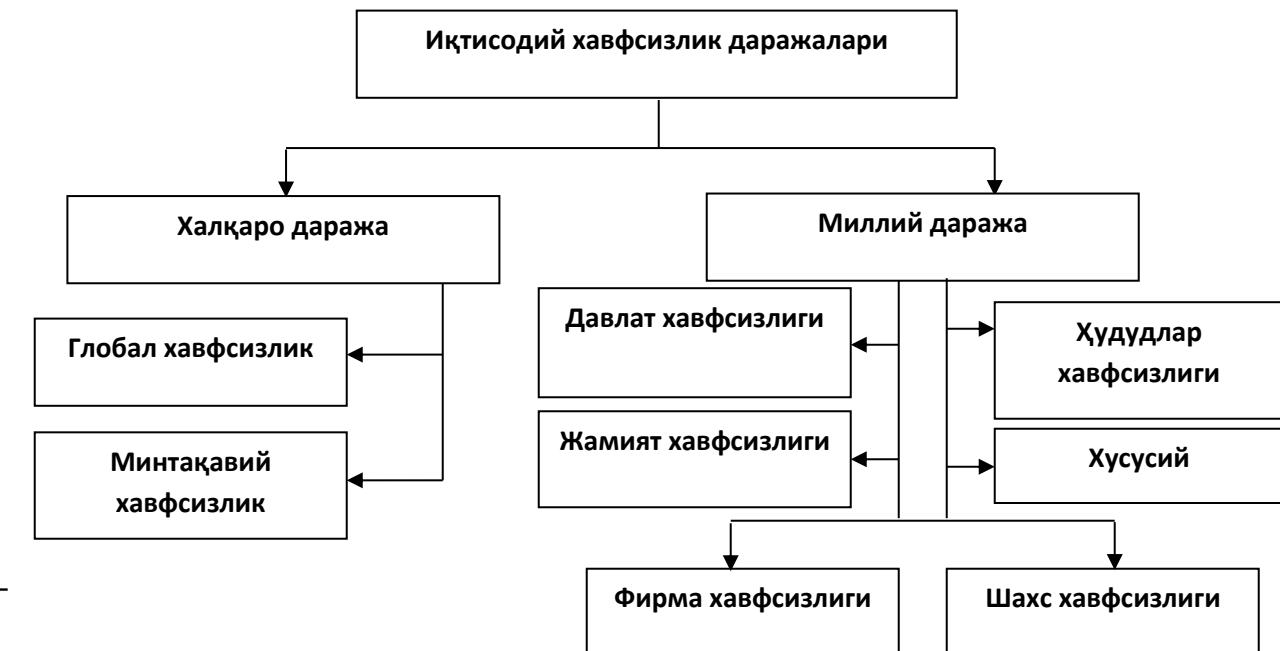
**Таянч тушунчалар:** иқтисодий хавфсизлик, иқтисодий хавфсизлик даражалари, мамлакат иқтисодий хавфсизлиги, ҳудудлар иқтисодий хавфсизлиги, ялпи ҳудудий маҳсулот (ЯҲМ), ҳудудларнинг иқтисодий салоҳияти.

**Keywords:** economic security, levels of economic security, economic security of country, economic security of regions, gross regional product (GRP), economic potential of regions.

Бугунги кунда ҳалқаро майдонга эътибор билан назар соладиган бўлсак, бутун дунё бўйича давлатлар орасида ҳар томонлама “пойга” кетмоқда. Бу “пойга”да кимнидир ғолиб бўлиши бошқа бир давлатнинг зарари бўлиб чиқиши мумкин. Бирор бир давлатнинг иқтисодиётига, унинг ҳудудларига, ресурсларига, иқтисодий ўсишига нисбатан ички ёки ташқи таҳдидлардан ҳимояланиши кўп жиҳатдан унинг иқтисодий хавфсизлигига боғлиқ.

Мамлакатнинг иқтисодий хавфсизлиги миллий хавфсизликнинг муҳим таркибий қисми, унинг моддий асоси бўлиб ҳисобланади. Иқтисодий хавфсизлик иқтисодий категория сифатида давлатчилик шаклланган ҳамда жамият ўз манфаатларини англаб етган даврлардан пайдо бўла бошлаган.

Ҳозирги пайтда мамлакатнинг иқтисодий хавфсизлиги бу – мамлакат иқтисодиётини доимий барқарор ривожлантириш ва такомиллаштиришга қаратилган чора-тадбирларнинг умуммиллий мажмуаси бўлиб, у албатта давлатнинг ижтимоий-сиёсий барқарорлиги ва мустақиллигини ҳамда ташқи ва ички таҳдидларга қарши туриш механизмини қўзда тутади.



1-расм. Иқтисодий хавфсизлик даражалари

Юқоридаги суръатдан кўришимиз мумкинки, иқтисодий хавфсизлик турли хил даражаларда бўлиши мумкин. Миллий даражадаги, яъни мамлакат иқтисодий хавфсизлигинининг энг муҳим бўғинларидан бири – бу худудларнинг иқтисодий хавфсизлиги ҳисобланади. Чунки, худудларнинг иқтисодий хавфсизлигини таъминланиши мамлакат даражасидаги иқтисодий хавфсизликни таъминлашга ва барқарор иқтисодий ўсишга замин яратади.

Бу масала бугунги куннинг долзарб муаммоларидан бир эканлигига Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.Мирзиёев ҳам алоҳида тўхталиб, қўйидаги фикрларни билдириб ўтганлар: “2020 йилда макроиқтисодий барқарорликни таъминлаш ва инфляцияни жиловлаш – иқтисодий ислоҳотлар жараёнидаги бош вазифамиздир”.

Худудларни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш ҳамда уларнинг иқтисодий хавфсизлигини таъминлаш давлат сиёсатининг муҳим йўналиши ҳисобланади. Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясида ҳам алоҳида ушбу масалага эътибор қаратилган бўлиб, фармоннинг “Иқтисодиётни ривожлантириш ва либераллаштиришнинг устувор йўналиши” деб номланган учинчи қисми 3.4-бандида Вилоят, туман ва шаҳарларни комплекс ва мутаносиб ижтимоий-

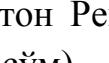
иктисодий ривожлантириш, уларнинг мавжуд салоҳиятидан самарали ва оптимал фойдаланиш бўйича қатор устувор вазифалар белгиланган.

Мамлакат худудларининг иқтисодий хавфсизлигини таъминлашдан кўзланган асосий мақсад мамлакат ва унинг худудлари рақобатбардошлигини ошириш ҳисобланади. Ушбу мақсадга эришиш қўйидагиларга йўналтирилади:

- мамлакат ва унинг худудларини халқаро бозорлар билан интеграциялшувини таъминлаш, мамлакат ишлаб чиқарувчи кучларини минтақа ва худудлар бўйича оқилона жойлаштириш, уларнинг ўзаро алоқадорлиги, ихтисослашуви ва кооперациялашувини таъминлаш орқали мамлакат ҳамда минтақаларнинг ижтимоий-иктисодий ривожланишини жадаллаштириш, барқарор ва мутаносиб иқтисодий ўсишгача эришиш;
- худудлар инфратузилмасини ривожлантириш;
- худудларда ишлаб чиқариш соҳаларининг рақобатбардошлигини ошириш;
- худудлар ривожланишидаги ўзаро фарқларни қисқартириш.

Мамлакат худудларининг иқтисодий хавфсизлигини таъминлашнинг асосий омилларидан бири ялпи худудий маҳсулот (ЯҲМ) ҳисобланади. Сўнгги йилларда худудларимиз томонидан яратилаётган ЯҲМ ҳажми ошиб бормоқда. Ушбу масалани янада батафсилроқ ўрганиш ва таҳлил қилиш учун аниқ бир худуд, яъни Наманган вилояти мисолида кўриб чиқсак.

2019 йилда Ўзбекистон Республикаси бўйича ялпи ички маҳсулот ҳажми жорий нархларда 511 838,1 млрд. сўмни ташкил этди ва 2018 йил билан таққослаганда 5,6 % га ўсди. Ушбу натижа Республика худудларида яратилаётган ялпи худудий маҳсулот ҳисобига амалга оширилмоқда. Хусусан, Наманган вилояти бўйича ялпи худудий маҳсулот (кейинги ўринларда ЯҲМ) ҳажми жорий нархларда 23239,05 млрд. сўмни ташкил этди ва 2018 йилга нисбатан 7 % га ўсди (2-расм).

		2017-yil	2018-yil	2019-yil
	O'zbekiston Respublikasi <sup>1)</sup>	302 536,8	406 648,5	511 838,1
	Qoraqalpog'iston Respublikasi	10 243,0	15 009,4	18 735,7
<i>viloyatlar:</i>				
	Andijon	19 206,0	26 503,0	32 897,2
	Buxoro	16 504,3	21 158,3	26 695,0
	Jizzax	9 148,1	12 074,7	15 211,9
	Qashqadaryo	22 633,4	27 962,2	36 470,1
	Navoiy	14 232,2	22 132,2	36 685,2
	Namangan	14 501,2	18 046,0	23 239,0
	Samarqand	25 569,8	31 233,5	37 593,9
	Surxondaryo	13 702,2	17 802,0	22 349,3
	Sirdaryo	6 432,2	8 066,3	10 477,7
	Toshkent	27 847,6	38 774,3	50 117,8
	Farg'onha	19 837,5	26 611,5	32 943,3
	Xorazm	11 457,2	15 242,5	19 136,5
	Toshkent sh.	40 720,4	54 694,3	74 527,6

2-расм. Ўзбекистон Республикасида 2017-2019 йилларда ялпи ички (худудий) маҳсулот (млрд. сўм)

2019 йилда мамлакат бўйича ЯИМ нинг шаклланишида Тошкент шахри 14,6 % улуш билан энг катта ҳисса қўшди. Тошкент вилояти 9,8 % ва Самарқанд вилояти 7,3 % кўрсаткич билан кейинги ўринларни эгаллаб турибди. Республика ЯИМ ни шакллантиришда энг кам улуш Сирдарё (2,0 %), Жиззах (3,0 %), Хоразм (3,7 %) вилоятлари ва Қорақалпоғистон Республикасига (3,7 %) тўғри келмоқда.

Айнан биз таҳлил қилаётган Намangan вилоятинининг Республика бўйича ЯИМни шакллантиришга қўшган хиссаси 4,5 % ни ташкил этди (3-расм).

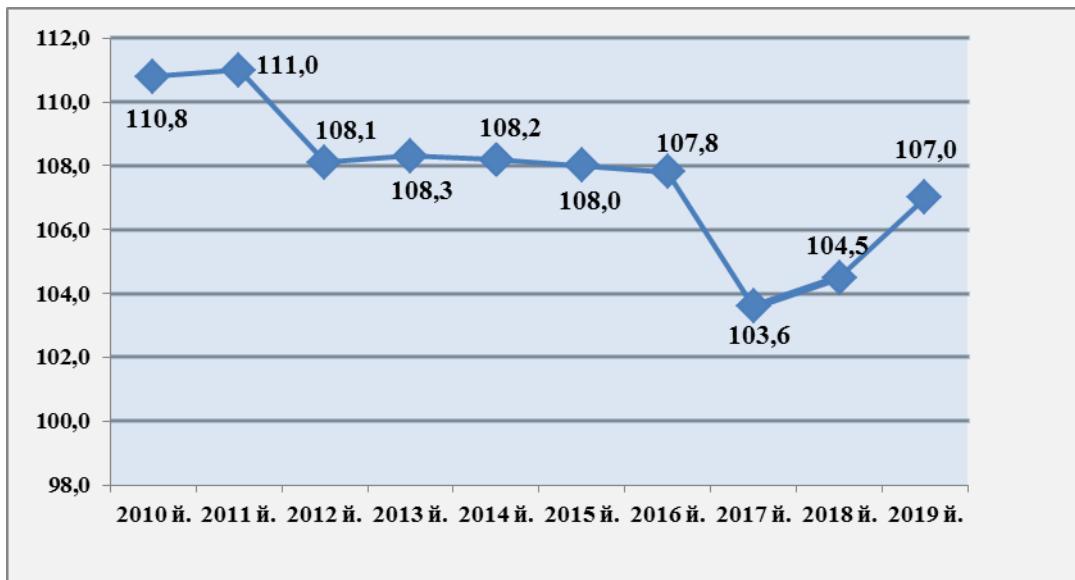
		2017-yil	2018-yil	2019-yil
	Qoraqalpog'iston Respublikasi	3,4	3,7	3,7
	Andijon	6,3	6,5	6,4
	Buxoro	5,5	5,2	5,2
	Jizzax	3,0	3,0	3,0
	Qashqadaryo	7,5	6,9	7,1
	Navoiy	4,7	5,4	7,2
	Namangan	4,8	4,4	4,5
	Samarqand	8,5	7,7	7,3
	Surxondaryo	4,5	4,4	4,4
	Sirdaryo	2,1	2,0	2,0
	Toshkent	9,2	9,5	9,8
	Farg'on'a	6,6	6,5	6,4
	Xorazm	3,8	3,7	3,7
	Toshkent sh.	13,5	13,5	14,6

3- расм. Ўзбекистон Республикасида 2017-2019 йилларда ЯИМ ни шакллантиришда худудларнинг улуши (ЯИМ га нисбатан % ҳисобида)

Наманган вилояти иқтисодиётининг асосий тармоқларида кузатилган ўсиш суръатлари ЯҲМ ўсишида асосий омил бўлиб хизмат қилди. 2019 йилда Наманган вилояти бўйича ялпи худудий маҳсулот ҳажми жорий нархларда 23 239,0 млрд.сўмни ташкил этди ва 2018 йилнинг тегишли даврига нисбатан 7,0 % га ўсди [4-расм].

Аҳоли жон бошига ЯҲМ 8 353,6 минг сўмни ташкил этди ва бу кўрсаткич ўтган йилга нисбатан 4,8 % га ошди. Лекин вилоятнинг ЯҲМ салоҳияти ва бу

орқали ҳудуд иқтисодий ҳавфсизлигини таъминлай олиши бўйича фикр билдириш учун бир неча йиллик кўрсаткичларни ўрганишимиз зарур.



4-расм. 2010-2019 йилларда Наманган вилояти ялпи ҳудудий маҳсулотининг ўсиш кўрсаткичлари

Юқоридаги таҳлиллардан хulosа қилиш мумкинки, сўнгги йилларда Наманган вилоятининг ЯҲМ кўрсаткичлари ўсишга эришиб келаётган бўлсада, ўсиш кўрсаткичлари барқарор эмас. Бу эса ўз навбатида, вилоят ялпи ҳудудий маҳсулот ҳажмини барқарор ўсишини таъминлашда айrim муаммолар мавжудлиги ва уларни бартараф этиш бўйича тизимли чора-тадбирлар амалга оширилишига алоҳида эътибор берилишини тақозо этади.

Мамлакатимиз ҳудудларининг ижтимоий-иқтисодий даражалари ва иқтисодий-табиий салоҳиятидаги фарқлар уларни истиқболда ҳудудий ҳамда тармоқ хусусиятларини ҳисобга олган ҳолда ривожлантириш дастурларини ишлаб чиқиши орқали ялпи ҳудудий маҳсулот ҳажмини барқарор ўсишини таъминлаш жараёнларини такомиллаштиришни тақозо этади.

Ўзбекистонда ҳудуднинг ижтимоий-иқтисодий ривожланишини давлат томонидан тартибга солишдан кўзланган бош мақсад ҳудудларни барқарор ривожлантиришни рағбатлантириш ва иқтисодий-ижтимоий ривожланиши даражаларида кескин фарқларнинг вужудга келишига йўл қўймаслик учун шароит яратишдан иборат.

Давлат томонидан худудларни ривожлантиришни тартибга солиш, ялпи худудий маҳсулот ишлаб чиқариш кўрсаткичларини барқарор ўсишини таъминлаш мақсадида қуидаги дастурлар ишлаб чиқилиб, амалга оширилмоқда:

- Саноатни ривожлантириш дастурлари;
- Қишлоқ хўжалигини ривожлантиришни тартибга солиш;
- Худудлар экспорт салоҳиятидан самарали фойдаланиш ва қўшма корхоналарни ташкил этишни тартибга солиш;
- Транспорт-коммуникация тизимини ривожлантириш;
- Худудларнинг ижтимоий ривожланишини тартибга солиш.

Худудларни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш бўйича қабул қилинган дастурларни самарали амалга ошириш, ҳудудларнинг иқтисодий хавфсизлигини таъминлаш механизмини ишлаб чиқиш ва такомиллаштириш учун қуидаги чора-тадбирларни амалга ошириш мақсадга мувофиқ деб ҳисоблаймиз:

- худудларни ривожлантириш бўйича республика ҳамда худудий дастурларни танлаш ва уларни амалга оширишни асослаш, навбатга қўйиш тизимини шакллантириш;
- республика ва худудий дастурларни амалга ошириш механизмини такомиллаштириш, бунинг учун маҳаллий ҳокимликлар ва тегишли вазирликларнинг масъулиятларини ошириш;
- иқтисодиёт тармоқларини ривожлантириш бўйича давлат дастурларининг худудий жиҳатларини кучайтириш;
- тармоқ дастурларининг худудий жиҳатлари мониторингини ташкил этиш;
- худудлар ва тармоқ имкониятлари, заҳираларини чукур ўрганиш ва ҳисобга олиш асосида прогноз кўрсаткичларини ишлаб чиқиш ва тасдиқлаш;
- дастурларни амалга ошириш устидан қатъий назоратни кучайтириш, назорат тизимини яратиш.

## **Фойдаланилган адабиётлар рўйхати**

Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича ҳаракатлар стратегияси тўғрисида” ги Фармони. 7 феврал 2017 йил. <http://press-service.uz/document/5482/>.

Мирзиёев Ш.М. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. Т.// Халқ сўзи, 2020 йил 25 январь.

“Давлатнинг иқтисодий хавфсизлиги”. Ҳ.П.Абулқосимов Тошкент - 2012 й.

Вечканов Г.С. Экономическая безопасность. – СПб.: Питер, 2012, с. 67.

Ўзбекистон Республикасининг статистик ахборотномаси, 2017 йил январь-декабр. Тошкент, 2018 й.

Наманган вилоятининг статистик ахборотномаси, 2017 йил январь-декабр.

Наманган, 2018 й.

[www.stat.uz](http://www.stat.uz) – Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси расмий веб-сайти маълумотлари.

[www.namstat.uz](http://www.namstat.uz) – Наманган вилоят статистика бошқармаси расмий веб-сайти маълумотлари.

# **Life in the Era of Digital Economy**

**Shirin Tulaganova**

*Inha University in Tashkent, School of Logistics,  
Junior Student*

**Abstract.** It is impossible to imagine the life of a human being without smartphones or the Internet in the 21st century. Information and Communication Technologies (ICTs) gave a condition to make a huge step up. With the facilitation of digital economy societies got a chance to use the digital resources in an efficient way, which plays the most significant role in their evolution. The new era of collection, transformation and sharing of data involve firms to create and capture more value and withstand rivalry among competitors. The article is about the share of ICT in Economics, and what are the consequences of living in this data driven economic world.

**Key words:** digital economy; IT; ICT; collecting, transforming and sharing data; value creation and capture; data-driven economy; IoT; AI; smart, connected products

## **Introduction**

In the era of the rapid development of the knowledge economy, the primary possession of certain information becomes the most important factor in obtaining additional competitive advantages. In this regard, among the determining trends in the growth of the knowledge economy the development of the IT industry and the introduction of information technologies are considered.

Now, you can arrange virtual visits to famous sights of the world (museums, concerts, and performances). Besides, it is precise because of the immeasurable functions of hologram that it became possible to revive the world-famous paintings and also organize concerts of long-dead stars. And also, thanks to technology, during this period of nCOVID-19 pandemic, scientists found a way to warn people if they came into contact with an infected person. Moreover, all kinds of vaccines are invented and tested directly through artificial intelligence.

## **The concept and types of Economics**

One of the main functions of economics is the ability to constantly create resources that humanity cannot do and develop without. Anyway, this is one of the most significant ways for a person to satisfy his needs, especially, in a world where there is a limitation of resources. Economics is a scientific discipline that studies any area of the economic life of society.

In history, the term takes its roots from Ancient Greece, where it had a literal meaning of “the ability of housekeeping”. At that time, economics was not so developed as compared today. First, human has started to satisfy his needs by natural resources, which he realized later, were limited. Therefore, people began making different goods by hand and exchanging with one another. This activity was called bartering and lately had been replaced by sell and purchase involving money. For the time being, the term deals with the satisfaction of unlimited (constantly growing) needs of people due to limited resources. These are the main types of economics like traditional, administrative command economics, the market economy, macro & microeconomics, and mixed. In traditional economy, method of using limited resources is determined by leading customs, foundations and traditions, while administrative economy is based on public ownership principles as well as on collective use of material resources following the established plan. Today, the majority of countries accept the market economy, the main aspects of which are the principles of free enterprise and market self-regulation. Further, it implies the presence of private property and provides great opportunities for private entrepreneurs. A mixed economy implies the existence of private, state and public forms of the means of production's ownership. Microeconomics acts as one separate enterprise. Exactly microeconomics can explain how in the lowest levels economic decisions are made, how buyers decide to purchase something and influence of their choice on prices and profit of companies. As regards to macroeconomics, it studies how the economy functions as a whole. This type of economics deals with those questions that microeconomics is not able to answer. The main ones are unemployment, economic growth, price level and others. The national economy, which has long been the prevailing set of all production and state industries, also applies here.

Finally, the world economy is a multi-level and global management system that incorporates many national economies of states of the whole planet. This is done with the help of the international division of labour on the basis of a system of international economic relations. One way or the other, global economy is the aggregation of all

national economies. In this article, the role of information technologies in economics is taken as the main topic. Further, the researcher tried to explain what does the term Information Technologies mean as a whole and how a human being deals with it. Specifically, how people's lifestyle, customers' behaviour or negotiations between authorities have changed in the age of digitalization. And what kind of benefits enterprises are getting by applying information technologies to their work.

### **How ICT appeared**

Information Economics is the most developing field of economy. It includes mobile communication, domestic and international network, gathering and sharing of data, software & hardware development, and others. It is worth noting that the initial concept of world of computer science became known to the world, thanks to the British scientist, mathematician, logic and cryptographer Alan Mathison Turing. He made a huge contribution in the invention of the first personal computer and also to the development of Informatics with his theories on artificial intelligence. Exactly, because of his inventions, it became possible for Europe to win the Second World War. Today, we cannot imagine what the Internet and its opportunities which seem so simple, have been founded centuries ago and are being improved by now.

### **Making lives more comfortable**

Information Technology is making peoples lives better and simpler. At first, computers were supposed only to calculate electronically and had odd shapes. Then, it became to be utilized for working with electronic documents, which over time had to completely replace the work. In fact, it turned out that computers have become the most effective means of working with printed documents. Nowadays, you cannot surprise anyone with word processors like Microsoft Word or package of electronic tools for office life like Microsoft Excel or Power Point. Also, people do get in touched easily but also can exchange material and non-material information simply staying at home. Women love to do shopping online, students have access to distance education without struggling. In terms of medicine, scientists can perform their with ease now than before when it seemed to be impossible before. Hence, digital information technologies gave birth to business terms like e-banking, e-government, e-commerce which are all about online money transaction, simple management of society, and distance payment. The ability to apply modern information technologies in one's activity becomes one of the most required qualities of would be specialist including ones who work in a social

sphere. The development and adoption of digitalization in various economic activities, the effects on employment have been controversial. Some authors consider that information and communication technologies lead to mass unemployment because of digital skills requirement, while others believe that ICTs are generating jobs and causing the creation of new industries and services. Thus, digital intelligence creates opportunity in order to optimize and automate monotonous processes which caused significant development in the life of human society.

### Investing in future

Governments are investing more on IT, improving the economic condition of countries and providing nations more convenient life. Investments include such subcategories like hardware, software, AI, IoT, blockchain, cloud computing, Fintech, IT startups and other Internet based stuff.

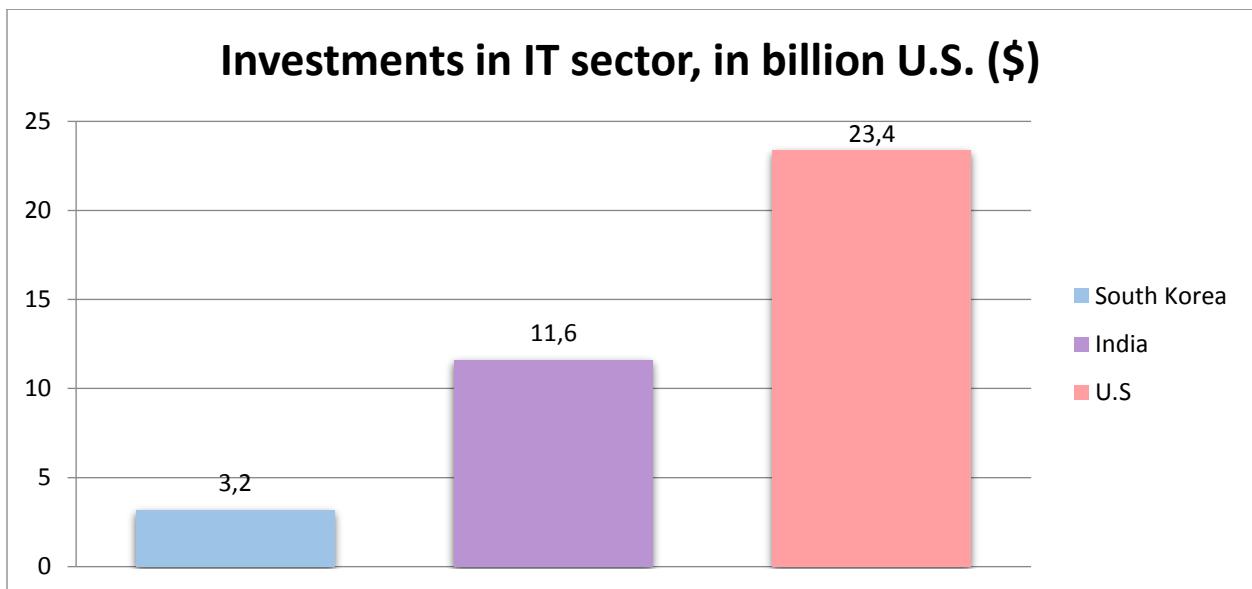


Fig 1. Spending on IT sector, 2019

In Fig 1. the data is given about how much three (South Korea, India and the USA) spent or was forecasted to spend in the year 2019. The South Korean government has made \$3.2 billion spendings which are the least among the countries. Whereas, India has been foreseen to invest \$11.6 followed by USA's "major" federal IT investments (\$23.4 billion) representing the highest rate.

Next, you can see how IT influences types of economy and how nations, businesses and governments operate with its facilitation.

## IT in macroeconomics

A market economy, as a field of macroeconomics, is an economy in which decisions regarding investments, production and distribution are based on supply and demand, and prices for goods and services are determined in a free price system. The significant defining characteristics of the market economy is that investment and distribution of capital goods decisions are mainly made through markets. Goods and money are the main objects of a market, whilst freedom of choice by consumers; autonomy and independence of entrepreneurship are leading principles.

One of the most important factors of the market economy is competitiveness, and to achieve this, companies use information technology efficiently. According to the idea in Harvard Business Review article by M.E. Porter, smart, connected products have unleashed a new era of competition driven by five forces:

- Bargaining power of suppliers
- Threat of new entrance
- Competitive Rivalry
- Bargaining power of buyers
- Threat of substitute products or services

Companies can stand out from competitors by providing after-sale, and also value-added services, controlling and monitoring performance, and offering differentiated products. Once a product is smart and connected to the cloud, the products and services will become part of an interconnected ecosystem. For instance, car sharing system which can be controlled by smartphones or home “smart equipment” are representatives of smart, connected products. Washing machines can be managed wireless, homeowners may decide when to turn it on, even staying at work. Also, the machine is connected with its environment through one interface all the time so that its performance is monitored remotely. These all cause the growth of buyer's bargaining power and decline in suppliers' bargaining power.

## Fintech

In the conditions of developed market relations, not only manufactured products like goods and services, but also production factors as land, labour, and capital act as goods. In this case, all financial assets are usually considered as money, the most important of which is money itself. Recently, as everyone knows, the function of money has changed, thanks to information technology, plastic cards and virtual money

have appeared. This allowed to conveniently and reliably provide their payments. All these belong to new stage in the development of information technology in the economy. People or financial institutions now can perform financial transactions, such as cash withdrawals, deposits, funds transfers, or account information inquiries, at any time and without the need for direct interaction with bank staff with help of electronic telecommunication devices, e-payment apps, programs and services.

### Research and methodology

Further, the level of IT in CIS countries (the Russian Federation, the Republic of Kazakhstan and the Republic of Uzbekistan) is showed and compared with the one in the Republic of Korea. To achieve that it was not necessary to compare complicated IT technologies, instead, was carried a little survey about the usage of e-payment systems in those countries.

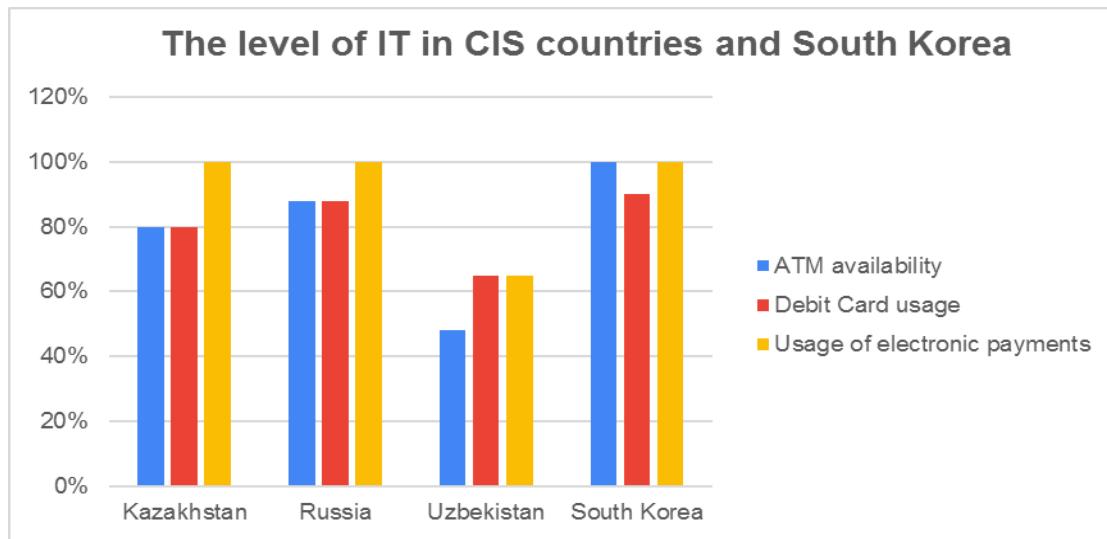


Figure 2. Usage of e-payment systems

Overall, fifty-three (53) people participated in this online survey. Out of these, thirty-one (31) respondents are from Uzbekistan, eight (8) from Russia, five (5) from Kazakhstan and nine (9) from Korea. The majority of participants are Uzbeks. Describing the chart in more details, 4 out of 5 or 80% of Kazakh people responded that they have ATMs installed everywhere in their country. Accordingly, the same range (80%) for the utilization of debit cards also. As it is clear from the diagram, all countries except Uzbekistan fully (100%) make electronic payments. This can be explained by the active usage of messengers in the country in order to do e-commerce, vis-à-vis passive utilization of commercial websites.

## **IT conditions in Uzbekistan**

Information and communication technologies is one among leading industries in many developed countries. According to statistics of 2017 ICT's share on GDP in India was about 7.7%, the United States around 6% followed by South Korea 9% and Japan 5.5% The main conclusion from the survey is that South Korea is one of the leading digitalized countries, whereas Uzbekistan is among the least developed countries (LDCs) with a rate of 2.2% as a share of GDP for current 2020's year. Nevertheless, in recent years of independence, there has also been positive growth in the field of IT.

It should be pointed out that 2020 has been declared the "Year of the Development of Science, Education and the Digital Economy in Uzbekistan". To achieve this goal, relevant decrees are adopted in the country and several actions are being undertaken. For instance, the e-government system is being widely introduced in the country to ensure openness, transparency and efficiency in all areas particularly the provision of one-hundred seventy-eight (178) services through the Unified portal of interactive public services has been established, which saves time and reduces public expenses. Moreover, construction of Technological Park of software products and information technologies are on-going. This was a defined mission for 2020-2024 years that it is planned to organize branches of Techno Park in fourteen (14) regions, expected to triple the number of residents and increase the number of employees to fourty thousand (40,000). There is a huge need for widespread adoption of such modern digital technologies as the Internet of Things, artificial intelligence, and big data in all areas and industries. According to press service of the President of the Republic of Uzbekistan, it was proposed to establish a mechanism for the development and implementation of modern software for spheres and industries based on state orders.

## **IT in Logistics**

It is hard to imagine any country which operates well organized foreign trade without logistics opportunities. Either an experienced entrepreneur or a start-up owner in a business field, they both have to provide quality services at as a low cost as possible because logistics is customer satisfaction. This aim is being reached with the facilitation of "smart systems". For example, various types of automated tools are now used in warehouse management, such as barcode scanners, heavy equipment, scales, and software (quote from lecture note of professor Seulki Lee(ver.2020) on "Warehouse Management & Material Handling"). Wheeled Mobile Robots of high carrying capacity, for example, carry out mechanical actions traditionally performed

by warehouse personnel such as delivering goods from the shelf to the place of packaging or from the place of shipment to the place of storage as well as moving cargo in the warehouse, loading and unloading it. In addition to this, automated warehouses provide fast customer satisfaction and efficient storage of goods with facilitation of Voice-Picking equipment. Warehouse Management System (WMS) or ERP generates tasks. The tasks are broadcasted to the voice computer and it converts the command into a voice message. The operator receives voice commands through the headphones, executes a command, reports when it is complete and receives the next one. Moreover, tracking goods on-line throughout the journey, reducing the time of their delivery and the costs associated with it, optimally plan and track the movement of goods, all these tasks would be impossible without modern ICTs. Such solutions exist for all types of transport, but especially this area has been widely developed in vehicles with the beginning of the use of GPS-navigation, which allows you to track in real time the location of each transport unit.

To recapitulate, it should be noted that the economics is a vast field and each person, each industry or business has relative influence in its operation. Accordingly, the work of these industries without the participation of information technology is a rare case at present times. After all, IT is everywhere in medicine, in science, in entertainment areas, at home, etc. Without it, we will lose connection with the rest of the world and will not be able to exchange, store and disseminate any information. Proper use of ICT will lead to a flourishing economy and an improvement in the living standard of the population.

## References

- <http://itvsovremennommire.blogspot.com/p/blog-page.html>
- [http://mitc.uz/ru/pages/information\\_technologies](http://mitc.uz/ru/pages/information_technologies)
- [https://www.researchgate.net/publication/335170009\\_Link\\_between\\_ICT\\_Investmen](https://www.researchgate.net/publication/335170009_Link_between_ICT_Investmen)
- [ts\\_growth\\_and\\_jobs\\_creation\\_in\\_Senegal](ts_growth_and_jobs_creation_in_Senegal)
- <https://about.bnef.com/blog/south-koreas-budget-puts-3-9-billion-industry-4-0/>
- <https://www.statista.com/statistics/525866/india-information-technology-services-spending-forecast>
- <https://www.statista.com/statistics/554000/united-states-federal-it-expenditure-by-investment-significance/>

“How Smart, Connected Products Are Transforming Competition”

Michael E. Porter & James E. Heppelmann, HBR, November 2014

<https://regnum.ru/news/economy/2858178.html>

<https://president.uz/en/lists/view/3354>

“Warehouse Management & Material Handling” lecture note, professor Seulki

Lee (ver.2020)

# **Methods for Promoting a Company and Brand in Internet**

**Sitora Eshtukhtarova**

*Management Development Institute of Singapore in Tashkent,  
Year 3 Student, Industrial Management*

Nowadays, managing a business with the help of digital technologies is an integral part of our life. Digital technologies provide an opportunity to increase brand awareness, sell products and services, and provide businesses with a winning light and reputation. Using digital technology, you can remind your audience about your brand. Today, digital technologies are diverse, with which you can and should promote your idea and monetize it.

Today, Internet is the best source of income, promotion, development, and event creation. You can find your target audience on the network and promote your product or service to it. It is possible to communicate directly with your customers without waiting for a live meeting with them, everything can be solved via the Internet. The advantages of online work are: quick answers, flexibility, a high level of relevance and, naturally, accessibility to everything in comparison with the use of offline methods of brand promotion. This can all be described as the need to introduce a business in the digital world.

Features and advantages of online brand promotion, PR strategy of online promotion:

- reaching a huge audience in comparison with traditional communication channels;
- increased speed of dissemination of information
- the ability to control and operational management of all processes;
- direct interaction with the audience, ease of receiving feedback. So, for example, using the company's online advertising for brand promotion in blogs, you can already understand the opinion of the audience in the comments on publications without making any additional efforts;
- low cost marketing activities and the use of online tools. So, the costs of website promotion, SEO and contextual advertising combined will be less than the price of TV advertising.

Brand promotion in the Internet should take into account the specifics of the Internet audience. Therefore, when developing a brand, its symbols, logo, certain adjustments and corrections are often necessary in comparison with what is already used for the offline environment. It is true that today these differences are gradually becoming better due to increased awareness of the global web and we can compare the equal amount of online and offline users. The main emphasis is on creating or optimizing and subsequently promoting a brand's website, as well as marketing communications, that is, online advertising in various forms.

Let's focus on the main methods of Internet branding in more detail:

1. Search engine optimization and SEO

Bringing the brand's web resource to the first position in search results is the basis of not only increasing sales, but also branding, PR, website promotion in search engines. This is a popular way to both increase attendance at the company's online representation and its recognition among potential customers and just the general public.

2. Display ad

This is another interesting online advertising tool. Display advertising is constantly being improved, its types and formats are being updated. Interactive banners are now quite popular.

3. Social Media Marketing

Today, PR promotion on the Internet can no longer be imagined without social media. People spend a lot of time on Facebook, Twitter, Instagram, they willingly subscribe to the community of interested brands, goods and services, interact with representatives of publics, follow the news of companies and markets. Therefore, you can and should use SMM tools for branding purposes.

For example, Samsung is actively using Internet promotion. Each country has its own page on Facebook and Instagram, where users have the opportunity to directly learn about prices, promotions and news in their own country. Cosmetic companies turn to influencers on YouTube and Instagram. They already know their target audience and know that the demand for their product through advertising from popular bloggers will give them success and good profit. Very often you can find ads from bloggers, where they praise a concert product, test this product on themselves.

In conclusion, we can say that without digital technologies, brand promotion would remain as it was before. There would be only one advertisement in newspapers, magazines, on billboards, which significantly hits the budget and not everyone could

afford it. Digital technology has greatly simplified the creation and promotion of the brand.

## **References**

- Philip, K. and Brady, M., 2016. Marketing management. 3rd ed. London: Pearson.
- Ryan, D. and Russ, H., 2017. Digital marketing for dummies. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Adams, R., 2020. 10 Marketing Strategies To Fuel Your Business Growth. [online] Entrepreneur. Available at: <https://www.entrepreneur.com/article/299335>
- B, D., 2020. Facebook as Tool of Marketing in the Era of Digital Marketing. International Journal of Psychosocial Rehabilitation, 24(5), pp.957-964.

# **Направления эффективных методов профессиональной подготовки кадров для цифровой экономики**

**Тажиназира Исмаилова**

*Ташкентский филиал Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова, старший преподаватель*

**Аннотация:** В условиях рынка становится необходимостью взаимодействие сфер образования, организации-работодателей и органов исполнительной власти, разрозненная деятельность которых наблюдается в настоящее время. Результатом такого сотрудничества станет восполнение дефицита профессионалов, способных решать актуальные задачи в условиях инновационной цифровой экономики.

**Ключевые слова:** образование, технологии, информация, бизнес, знания, развитие, специалисты.

**Keywords:** education, technology, information, business, knowledge, development, specialists.

Реформированные условия технологического, культурного и социально-экономического развития Республики Узбекистан требуют новаторского подхода к налаживанию взаимодействия различных сфер образования, предприятий-работодателей и органов исполнительной власти. Основное содержание такого взаимодействия – это профессиональная подготовка высококвалифицированных специалистов, способных решать сложные современные задачи в условиях высокотехнологичной цифровой экономики, интеграции и дифференциации производства.

Одновременно, достаточно быстрое развитие сферы бизнеса, а также в целом экономики Республики Узбекистан в настоящий момент привело к ужесточению требований, которые работодатель предъявляет к своим работникам. Как показал анализ публикаций в средствах массовой информации, наиболее важные навыки, требуемые для успешной работы:

- профессиональные, которые заключаются в знании своего дела, своих компетенций и способа организации трудовой деятельности (26 %).

- коммуникативные способности (20 % печатных изданий);
- знание персонального компьютера, определенный уровень образования и стрессоустойчивость (по 13 % соответственно);
- психологические и экономические (знание программы 1С, ведение бухгалтерского учета) навыки и личностные качества (6 % статей).

Таким образом, главным фактором трудоустройства является наличие профессиональных компетенций, обладая которыми, можно с большей вероятностью устроиться на хорошую высокооплачиваемую должность, а диплом о высшем профессиональном образовании теряет свои позиции как гаранта получения профессии.

При этом современный рынок образовательных услуг сформирован таким образом, что работодателю достаточно сложно удовлетворить свои потребности в кадрах. Некоторая автономность систем образования Республики Узбекистан, оторванность от рынка труда, несомненно, сказывается на ее эффективности. Такая разнонаправленность спроса и интересов двух сфер, их несогласованность приводит к диссонансу структуры, качества и количества предложения трудовых ресурсов (в первую очередь, выпускников высших учебных заведений) действительной потребности на рынке труда. Среди других основных причин происхождения данной проблемы является ориентирование сферы профессионального образования не на предприятия и организации, предлагающие рабочие квоты, а на потребителей и одновременно заказчиков образовательных услуг: абитуриентов и их родителей, в результате чего происходит отставание сферы образования от потребностей экономики страны. Приоритетная направленность учебных заведений на существующую конъюнктуру профессий и специальностей ведет к возникновению избытка выпускников по некоторым из них, между тем по другим профессиям образуется дефицит работников.

Таким образом, у выпускников третьего тысячелетия имеются как преимущества, так и, бесспорно, проблемы при выходе на рынок труда по сравнению со своими предшественниками. Число безработных среди молодых людей составляет 44 % от общего числа нетрудоустроенных, в то время как доля молодежи в общей численности населения трудоспособного возраста равняется лишь 25 %.

В современных условиях молодежный сегмент рынка труда является показателем стабильности интегрирования рынка труда и рынка

образовательных услуг. «Во всех наших программах и планах первостепенное внимание уделяется интересам молодежи - нашей надежды и будущего» - провозглашает Президент Узбекистана Ш.М. Мирзиёев.

Таким образом, необходимо государственное регулирование данной сферы хозяйственной деятельности не только в области рынка труда, но, также и в области профессионального образования, для частичного устранения отдельных диспропорций рынка.

Обучение на протяжении всей жизни является современной чертой образовательного процесса многих развитых стран. Оно позволяет укрепить сотрудничество учреждений профессионального обучения (прежде всего вузов) с бизнесом.

Стабильное сотрудничество университетов с потенциальными работодателями позволяет быстро вносить изменения в учебные программы, адаптировать обучение специалистов согласно нуждам организаций и предприятий-работодателей. В данных условиях содействие трудоустройству выпускников естественно интегрируется в структуру профессионального учебного заведения и осуществляется на постоянной основе. Большинство зарубежных вузов для этих целей имеют в своей структуре специальные подразделения – Career Development, Alumni Service.

В CILIA, где обучение в вузах отличается практическим характером, где поддерживается тесная связь с производством, в процессе взаимодействия с наиболее талантливыми студентами и аспирантами, появляется возможность их трудоустройства по завершении обучения. Например, корпорация «Локхид» имеет представительства в 12 ведущих университетах США, из числа которых набирает более 60 % своих будущих сотрудников. Характеристики наиболее перспективных студентов заносятся в национальные банки данных, к которым имеют доступ все работодатели.

Совместная деятельность вузов и бизнеса характерна и для развитых стран Западной Европы. Еще в 60-е гг. Кембриджский университет установил тесное сотрудничество с бизнесом, которые помогли привлечь значительные инвестиции в образовательный процесс и проведение научных исследований. Этот опыт впоследствии переняли и другие страны Западной Европы. Например, в Шотландии образовательные программы ориентированы на потребности студентов, связанные с их работой в компаниях, что отражается в контракте между вузом и студентом.

В Дании, например, созданы программы «объединенного обучения», в которых значительный объем времени отводится под получение практических знаний, необходимых при трудоустройстве. Следует отметить активную роль государства в ряде развитых стран в процессе содействия трудоустройству выпускников учреждений профессионального образования.

Что касается стран азиатского региона, то в последнее время наблюдаются изменения в сфере обеспечения работой выпускников учреждениями профессионального образования. Например, в Китае, в соответствии с образовательными реформами и развитием образования, общегосударственное планирование приема студентов заменено на новую систему, включающую государственный обязательный и ориентировочный планы.

Государственный обязательный план гарантирует подготовку специалистов для ключевых проектов в строительстве, фундаментальных науках, культуре и образовании, национальной обороне, в отдельных регионах с суровыми условиями работы. Согласно же ориентировочным планам, руководство вузов и осуществляющие управление ими (компетентные департаменты) сами могут определять число студентов. Также вводится метод «взаимного выбора» - выпускники ищут работодателей, а работодатели ищут выпускников. Это достаточно распространенный метод в зарубежной практике.

В Республике Узбекистан вузы должны больше уделять внимания развитию в выпускниках предпринимательских способностей. Особенно это актуально сегодня, когда Президентом страны 2018 г. объявлен «Годом поддержки активного предпринимательства, инновационных идей и технологий».

В соответствии со Стратегией действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан на 2017-2021 гг. и Законом Республики Узбекистан «О государственной молодежной политике» для поддержки молодежного предпринимательства сегодня делается многое. Банки республики готовы выдавать льготные кредиты для открытия собственного бизнеса. Однако, молодые люди не решаются брать на себя риск, часто не имея никакого представления о дорожных картах предпринимательской деятельности. Вузы должны дать выпускникам пошаговое руководство по созданию бизнеса в их сфере деятельности. Бизнес - инкубаторы, созданные при вузах, - это то, что сделает дипломированных специалистов более уверенными на рынке труда.

Возвращаясь к условиям конкурентоспособности выпускников вузов на современном рынке труда, следует еще раз сделать акцент на сотрудничество работодателей с профильными вузами. Речь идет и о целевой подготовке, и о совместном формировании учебных планов, в том числе индивидуальных, и о создании при вузах курсов повышения квалификации и переподготовки, и о мониторинге и курировании вузами своих выпускников как в вопросах трудоустройства, как и карьерного роста. Только работа в такой общей связке может дать положительный результат.

В этом контексте в последние годы в Узбекистане большое значение приобретает инвестирование крупных компаний в професионализм людей. Так, в Ташкенте в ноябре 2018 г. состоялась третья Международная конференция по вопросам подготовки и развития национальных кадров в международных компаниях, организаторами которой выступили компании ПЛО «ЛУКОЙЛ», АО «Узбекнефтегаз», РГУ нефти и газа имени И.М. Губкина. Участниками конференции были представители Министерства науки и высшего образования РУз, Министерства занятости и трудовых отношений РУз, АО «Дженерал Моторе Лауэртрейн Узбекистан», ООО «COSCOM», «Angelsey Food», а также руководители университета Инха, Ташкентского филиала им. Г.В. Плеханова в г. Ташкенте, ТГЮУ и многие другие.

На конференции, в частности, было отмечено, что в филиале РГУ нефти и газа им. И.М. Губкина проходят обучение 46 целевых студентов за счет средств компаний ООО «ЛУКОЙЛ Узбекистан Оперейтинг Компани». За годы взаимодействия с вузом в компанию трудоустроено 77 выпускников ТФРГУ нефти и газа И.М. Губкина.

На сегодняшний день в «ЛУКОЙЛ Узбекистан Оперейтинг Компании» около 40 % работников - молодые люди до 35 лет. В 2016 г. при поддержке компании ЛУКОЙЛ в Бухарском колледже нефтяной и газовой промышленности были открыты учебные классы, оснащенные современной техникой.

В этом вопросе особое значение приобретает Указ Президента Республики Узбекистан № УП- 5313 от 25 января 2018 г. «О мерах по коренному совершенствованию системы общего среднего, среднего специального и профессионального образования», где уделяется огромное значение вопросам подготовки кадров необходимой экономике Узбекистана.

Важнейшими задачами системы подготовки кадров в сфере профессионального образования считаются, в частности, следующие:

- координация деятельности профессиональных колледжей по коренному повышению качества подготовки востребованных отраслями и сферами экономики специалистов, с учетом реальных потребностей в кадрах и предложений предприятий - работодателей;

- обеспечение тесного взаимодействия системы профессионального образования и производства с активным использованием в учебном процессе инновационных идей, технологий и разработок в целях подготовки кадров, способных эффективно участвовать в процессах дальнейшего реформирования, модернизации и достижения устойчивого роста экономики страны.

Таким образом, эффективность целевой профессиональной подготовки и переподготовки вузами кадров для цифровой экономики сомнений не вызывает, и практика заключения договоров между данными субъектами рынка труда должна иметь дальнейшее развитие и разработку новых форм взаимодействия.

## **Список использованной литературы**

Мирзиёев Ш.М. Послание Президента Республики Узбекистан Олий Мажлису –

Источник: <http://www.prezident.uz/ru> - Официальный веб-сайт Президента Республики Узбекистан.

Указ Президента Республики Узбекистан от 7 февраля 2017 г. № УН-4947

«О Стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан» - Источник: <http://press-service.uz/ru/news/5384/> Пресс-служба Президента Республики Узбекистан

Закон Республики Узбекистан «О государственной молодежной политике» № ЗРУ-406 от 14 сентября 2016 г. // «Народное слово» от 15 сентября 2016 г. № 182 (6587)

Указ Президента Республики Узбекистан № УП-5313 от 25 января 2018 г. «О мерах по коренному совершенствованию системы общего среднего, среднего специального и профессионального образования» - Источник: <http://www.lex.uz/> Программа комплексного развития системы высшего образования

Еникеева, А.Г. Приоритетные направления политики занятости молодежи в

Республике Узбекистан.-XXXII Плехановские Международные чтения.  
М., РЭУ им. Г.В. Плеханова.- 2019, С.184

Материалы третьей Международной конференции по вопросам подготовки и  
развития национальных кадров в международных компаниях. - ООО  
«ЛУКОЙЛ Узбекистан ОперейтингКомпани», Ташкент, 2017 г.

# **Развитие инвестиционного рынка Кыргызской Республики в условиях цифровизации**

**Жасур Азимов<sup>1</sup>, Наргиза Исмаилова<sup>2</sup>,  
Айгерим Кашкаралиева<sup>3</sup>**

- 1. к.э.н., доцент, Кыргызско-Узбекский Университет, финансово-экономический факультет, кафедра “Финансы и налоги”*
- 2. к.э.н., доцент, Кыргызский национальный университет им. Ж. Баласагына, факультет управления и бизнеса, кафедра “Маркетинг, коммерция и логистика”*
- 3. Сетевой Университет СНГ, РУДН, магистрантка 2 курса по направлению 580100 “Экономика”*

**Аннотация:** В данной статье изложены итоги деятельности финансового рынка как одного из основных результатов инфраструктуры рынка и возможности его дальнейшего развития, учитывая нынешние тенденции экономической цифровизации. Целью статьи является анализ перспектив развития рынка финансов Кыргызской Республики.

В настоящее время наиболее важную роль принимают различные разработки в сфере информации, которые применяются в процессах развития экономики. Это отображается как результат развития НТР. Сегодня отрасль развития ИТ-технологий играет главную роль в развитии и цифровизации экономики. Популярность технологий в сфере информации возрастает каждодневно большими темпами.

Однако здесь необходимо отметить, что растет множество финансовых инноваций, возрастают количество финансовых услуг, которые применяются на финансовом рынке с использованием ИТ-технологий. Роль рынка финансов в экономическом развитии страны обозначена как мобилизация капитала из многих различных источников и его дальнейшее оптимальное распределение. На рынке финансов рыночные цены обычно сформировываются относительно инструментов финансов и услуг. В связи с этим, очень актуальным в данном случае является создание оптимального и эффективно функционирующего

рынка финансов, который бы дал возможность осуществления правильного процесса обращения капитала для дальнейшего экономического роста в Кыргызской Республике.

В предлагаемой научной статье приведен анализ состояния рынка финансов Кыргызстана, охвачены некоторые важные проблемы развития исследуемого рынка и выявлена необходимость дальнейшего развития рынка фиктивного капитала с различных инноваций в сфере финансов. Итогом этого материала является появление криптовалюты, являющейся важным и основным элементом цифровой экономики, которое сейчас наблюдается в развитии и глобализации экономики мирового рынка. Основные моменты, излагаемые в статье, возрастают по своей актуальности, так как мы можем наблюдать нынешнее усиление всех процессов интеграции в экономике. А это, в свою очередь, может отразиться на деятельности во всех отраслях экономики Кыргызской Республики.

**Ключевые слова:** информационные разработки, научно-техническая революция, финансовый рынок, инновации, капитал, цифровая экономика, экономическое развитие, инвестиции, интеграция.

Финансовый рынок является основным сегментом, который отражает обеспечение отдельных субъектов рынка и экономики страны в целом необходимыми финансовыми ресурсами.

Показатели функционирования финансового рынка характеризуют степень экономической активности любой страны. Мировой опыт свидетельствует, что данная часть конъюнктуры рынка является единым механизмом, связывающим между собой рынок капиталов и рынок денег. Кроме того, исходя из сосредоточения денежной массы на том или ином рынке можно определить результаты эффективности функционирования рынка финансов. Например, в развитых странах финансовый рынок в большей степени нацелен на рынок капиталов (страховой, рынок инвестиций, фондовый рынок). Нужно отметить, что эффективность функционирования финансового рынка характеризуется в частности некоторыми основными моментами становления данного рынка и в целом, развитием макроэкономической среды.

Помимо этого, отдельные недостатки рынка финансов могут повлиять на увеличение колебания цен на активы и результатом этого может стать увеличение макроэкономической нестабильности.

На сегодняшний день очень много разговоров идет в отношении «цифровой экономики». У отдельных личностей свои различные точки зрения по этому поводу. Но здесь необходимо отметить, что мы считаем, что «цифровая экономика – это основа, которая даст возможность по-новому претворять в жизнь все идеи предпринимательской деятельности, логистики, производства, осуществлять торговые и финансовые операции с применением большого спектра различных инноваций. Таким образом, согласно статистическим показателям международной консалтинговой компании Gartner, которая специализируется на исследованиях в области ИТ, в 2020 году мировой рынок ИТ вырастет до \$4,1 трлн .

Например, доля цифровой экономики в ВВП развитых стран с 2013 по 2019 год выросла с 4,3% до 5,5%, а в ВВП развивающихся стран – с 3,6% до 4,9%. В странах «большой двадцатки» этот показатель вырос за пять лет с 4,1% до 5,3%. Лидером на мировом рынке относительно доли цифровой экономики в ВВП является Великобритания – 12,4%. Вклад цифровой экономики в ВВП Кыргызстана не превышает 0,4%. Эти показатели вынуждают искать новый вектор экономического развития для страны.

Так как главный недостаток в Кыргызской Республике – это недостаточность финансовых ресурсов, то особое место в условиях дальнейшего развития экономики приобретает ее адаптация к новейшим условиям ее развития, то есть цифровизации.

Создание привлекательного инвестиционного климата является одной из значимых проблем для Кыргызстана. Этот момент подразумевает степень неразвитости рынка финансов и его развитие, учитывая слабую интеграцию в мировое пространство. Помимо этого, существуют некоторые моменты, указывающие на наличие объективных причин существующей слабой экономической интеграции в мировое пространство и недоверие населения к финансовому рынку.

Также необходимо отметить, что потенциальные инвесторы стремятся не просто увеличить свой доход, они оценивают возможность вложения средств в перспективу. Однако нецелесообразно надеяться исключительно на инвесторов. По оценкам компании McKinsey влияние технологий блокчейн в скором времени станет значительным на международном рынке финансов, во внешнеэкономической деятельности, а также в мировой экономике в целом. Стоит ожидать этого внедрения в мировую экономику в ближайшем будущем.

Так, спустя десять лет после внедрения криптовалюты, позволяющей совершать безопасные и анонимные цифровые транзакции без участия центральных или коммерческих банков, криптоконверсии превратились в многомиллиардовую отрасль. Хотя цена биткойна в апреле 2018 года сократилась (в 2009 году – 15 000 долларов США) примерно до 8 000 долларов США, совокупная стоимость биткойнов в обращении составляла 150 миллиардов долларов на 10 апреля 2018 года. При этом страны Центральной Азии стали применять криптовалюту с конца 2016 года. Нужно отметить, что появление криптовалюты связано, прежде всего, с подрывом доверия к финансовым институтам. При этом существует много мнений относительно данного вида финансовых инноваций. Критики называют данные инновации «виртуальным валютным пузырем», мошенничеством и даже злом (Krugman 2013, Popper 2018). Сторонники прогнозируют, что различные виды криптовалют в конечном итоге заменят деньги (Rooney 2018). На наш взгляд, можно согласиться с мнением Стефана Ингвеса: «... Я не считаю эти так называемые валюты деньгами, поскольку они не выполняют трех основных функций денег: служить средством платежа, расчетной единицей и средством сбережения. Основной вклад криptoактивов заключается в том, чтобы показать, что финансовая инфраструктура может быть построена по-новому с использованием технологии блочной цепи, «сумных» контрактов и криптографических решений».

В целом стремительное внедрение цифровизации на мировом финансовом рынке можно сравнивать с возникновением интернет-технологий, которые привели к глобализации финансового рынка. В связи с этим, актуальным является вопрос совершенствования рынка финансов. Особо актуальным становится вопрос активизации и совершенствования финансового рынка Кыргызстана. Становится более влиятельной тенденция развития финансовых инноваций на пути вхождения Кыргызской Республики в Евразийский Экономический союз (ЕАЭС) и формирования адекватной финансово-кредитной системы, позволяющей создать условия для дальнейшего развития стран-членов [5, 7]. Все государства проходят этапы цифровизации с целью внедрения инноваций и повышения качества услуг.

Составляющими финансового сектора Кыргызстана являются коммерческие банки (25), небанковские финансово-кредитные учреждения (659) и другие финансовые институты (312).

В 2019 году активы финансового сектора уменьшились на 7,8 млрд. сомов (в сравнении с 2018 г.) и составили к концу 2019 года 197,8 млрд. сомов, что составляет 42,0% ВВП. Здесь доля банковского сектора в активах исчисляет порядка 90%, что говорит о доминирующем положении банков. Этот аспект дает нам возможность говорить о недостаточной степени развитости финансового рынка (рынка ценных бумаг).

### **Общее состояние рынка ценных бумаг**

Основными активами, которые вращаются на фондовом рынке Кыргызской Республики, можно считать государственные ценные бумаги (ГЦБ) и корпоративные. На сегодняшний день было отмечено увеличение спроса на ГЦБ, что влечет за собой понижение доходности казначейских векселей и нот Национального банка. Что касается казначейских же облигаций- доходность, наоборот, держится на более высоком уровне (в среднем 14%).

По состоянию на 31 декабря 2019 года профессиональная деятельность на РЦБ Кыргызстана представлена 64 юридическими лицами, действующими по 101 лицензии. Огромное количество лицензий выдано на осуществление дилерской деятельности (32), на осуществление брокерской деятельности (30) и на деятельность по ведению реестра владельцев ценных бумаг (20), а также на другие виды профессиональной деятельности на рынке ценных бумаг Кыргызской Республики.

За 2019 год объем торгов с цennыми бумагами на РЦБ составил 7 858,1 млн. сомов, а это естественно меньше аналогичного периода 2018 года. Изменение объема торгов мы можем увидеть на рисунке 1 (таблица 1).



Рисунок 1. Объем торгов на рынке ценных бумаг.

### Таблица 1.

#### Объем торгов на РЦБ в Кыргызской Республике.

2014 год	2015 год	2016 год	2017 год	2018 год	2019 год
2083,4	2267,5	3915,7	8874	18152,1	7858,12

Значительное увеличение в объеме торгов с Ценными Бумагами в 2018 году можно объяснить выпуском акций Национальной энергетической холдинговой компании на сумму 6 204,5 млн. сомов.

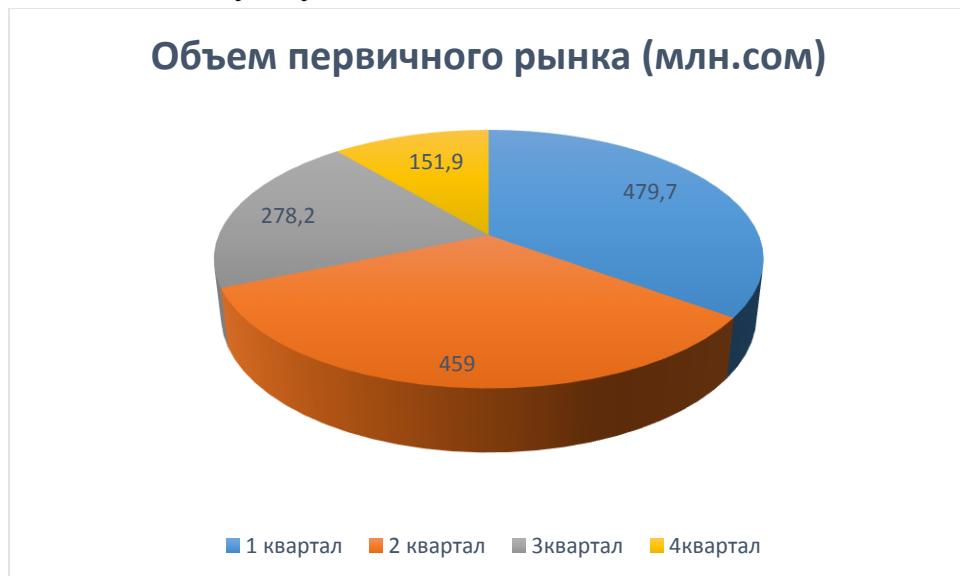




Рисунок 2. Объем биржевых торгов с ценными бумагами в течение 2019 года на первичном и вторичном рынке с разбивкой по кварталам (млн. сом)

На рисунке 2 хорошо изображен процесс увеличения объемов сделок, которые были проведены брокерско-дилерскими компаниями через торговую площадку фондовой биржи во втором квартале 2019 года. Анализ биржевых сделок на первичном и вторичном рынке, свидетельствует о том, что за 2019 год в структуре объема торгов преобладал объем сделок, совершенных на первичном рынке. Объем биржевых сделок на вторичном рынке ценных бумаг, характеризующий изменение в структуре собственников, составил 1118,6 млн. сомов, или 14,2 % от общего объема торгов. Объем биржевых сделок на первичном рынке, за счет которого происходит привлечение финансовых ресурсов или перераспределение инвестиционного капитала, составил 3525,2 млн. сомов, или 44,9 % от общего объема торгов.

Необходимо также отметить, положительную тенденцию в развитии рынка корпоративных облигаций, изображенных на рисунке 3.

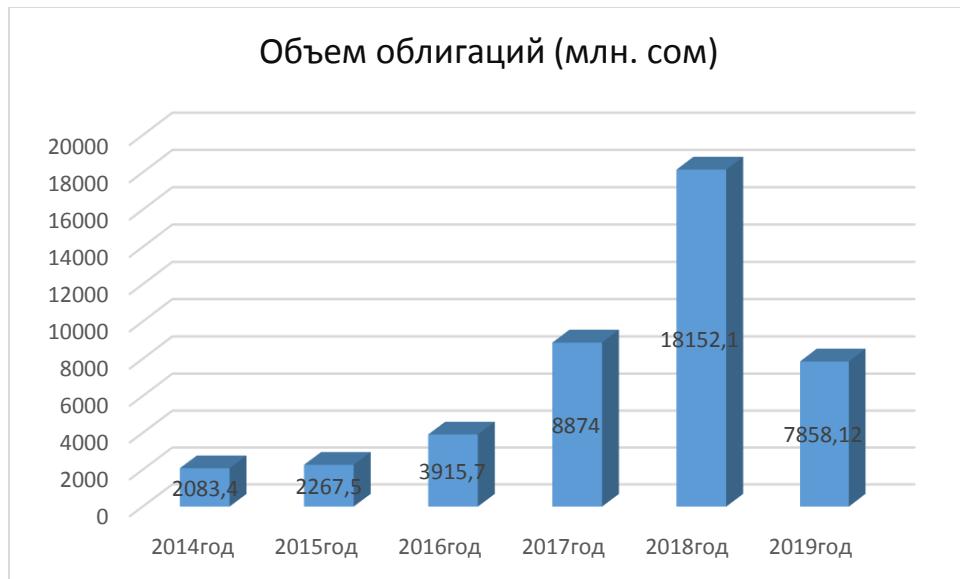


Рис. 3. Объем и количество сделок с корпоративными облигациями за 2014-2019 гг.

На рисунке 3 отображена возрастающая динамика в направлении развития предлагаемого сегмента РЦБ. Здесь, в 2019 году в рамках торговой площадки ЗАО «Кыргызская фондовая биржа» заключено 607 сделок с корпоративными облигациями. Анализируя представленные цифры мы можем говорить о том, что субъекты рынка использовали дополнительные источники привлечения капитала. Однако необходимо отметить, что в развитии РЦБ актуальной проблемой остается отсутствие достаточной степени ликвидности корпоративных ценных бумаг.

Во-первых, это можно объяснить сложным финансовым положением в акционерных обществах, которые были приватизированы. Во-вторых, необходимо отметить, недостаточную развитость института внутриреспубликанских и профессиональных участников в лице инвестиционных и страховых компаний, фондов и ФПГ, брокерско-дилерских фирм, которые могли бы принимать активное участие на инвестиционном рынке.

Мы считаем практически невозможным быстрое устранение всех вышеперечисленных причин. Вместе с тем, нужно отметить, что разработка, принятие и реализация сбалансированного комплекса первоочередных мер позволили бы запустить полноценный механизм развития инвестиционного

климата. В свою очередь, существуют также некоторые отрицательные моменты в развитии финансового рынка:

- низкий уровень финансовой грамотности населения, недостаточная степень использования государственных ценных бумаг;
- отсутствие международной рейтинговой системы оценки государства и национальных компаний;
- низкая степень защиты прав инвесторов, которая оказывает отрицательное влияние на развитие финансового рынка, привлечение инвестиций и укрепление инвестиционного климата.

Учитывая все моменты, изложенные нами в научной статье мы можем утверждать, что с целью решения проблем в развитии рынка финансов в КР и нейтрализации негативных факторов можно предложить реализацию следующего комплекса мероприятий:

- необходимо развивать рынок корпоративных облигаций;
- на фондовом рынке необходимо увеличить применение широкого круга финансовых активов;
- в связи с вступлением Кыргызской Республики в ЕАЭС осуществить соответствующие реформы по адаптации финансового рынка к новым условиям функционирования, осуществить реформы по адаптации финансового рынка к новым условиям;
- в целях выхода ценных бумаг кыргызских компаний на мировой рынок необходимо усилить меры по повышению привлекательности ценных бумаг эмитентов Кыргызстана для зарубежных инвесторов;
- увеличить и развивать спектр возможных операций (сделок) с государственными ЦБ;
- обеспечить доступность достоверной информации и ее прозрачность на РЦБ;
- усилить работу по популяризации рынка ценных бумаг.

Одним из основных составляющих элементов функционирования финансового капитала является кредитный рынок. В целях развития кредитного рынка нужно обеспечить активную, полноценную функционирующую правовую базу для заимствований на открытом рынке через фондовую биржу, а также размещения на ней корпоративных ценных бумаг.

В условиях развития и цифровизации экономики Кыргызской Республики, становится необходимым развитие новых финансовых институтов и инструментов (гарантийные фонды), а также новые виды услуг в сфере рынка финансов. Также мы видим необходимость принятия мер по усилению работы со СМИ. А если в государстве будет создан эффективно функционирующий РЦБ – это активизирует инвесторов и привлечет в наш рынок дополнительные инвестиционные средства. Результатом будет являться расширение функционирования акционерных обществ, соответственному увеличению объемов производства, и, как следствие, понижению уровня безработицы путем создания новых рабочих мест, увеличению доходов государственного бюджета, росту заработной платы и повышению уровня качества жизни населения страны.

В период цифровизации экономики Кыргызская Республика ставит перед собой острую задачу появления различного рода финансовых инвестиций. Мы можем утверждать, что сектор финансов – это одна из важных отраслей, где уже применяются цифровые технологии. По сути, сфера обслуживания в финансовых организациях тесно связана с возможностью использования ИТ-инфраструктуры и цифровых решений. Наиболее часто применяемым трендом в финансовой отрасли на сегодняшний день являются предоставление онлайн-услуг посредством Интернета и мобильных приложений.

Кроме того, в условиях масштабной цифровизации, новых инноваций финансовых технологий, а также появления новых требований к участникам мирового финансового рынка, возникает острая объективная необходимость выработки новых образовательных подходов к подготовке квалифицированных кадров, которые смогли бы работать в новых условиях. На сегодняшний день в процессе образования необходимо применение новой модели, которая, с точки зрения рынка труда, должна включать выработку нового набора компетенций у выпускников вузов по владению финансовыми технологиями на международном уровне.

## **Список использованной литературы**

Абдулкадыров М.М. От экономики выживания к экономике развития [Текст] // Научный экономический ежеквартальный журнал. Реформа. 2019. – № 1 (41). – с. 16-20.

Абдынасыров У.Т. Рынок ценных бумаг Кыргызской Республики и совершенствование государственного регулирования [Текст]. Б., 2012 – 224 с.

Герус, И.М. Инвестиции как источник привлечения капитала: тенденции и перспективы развития [Текст]// Экономика. – 2016. – 2(27) . – с. 72-73.

Глазьев, С.Ю., Бадалян Л.Г., Криворотов В.Ф. Евразийская резервная система и выход из финансового кризиса [Текст] // Прогнозы и стратегии [01/2008–01/2009].

Даудова, Т.О. Экономика Кыргызской Республики в рамках ЕАЭС: реалии и перспективы [Текст] //Вестник КРСУ. – 2016. – Т. 16. – №10. – с. 21-25.

Койчуев, Т.К., Кумская Н.Х. и др. Экономика Кыргызской Республики [Текст]. Б.: КТУМ, 2013.

Кондратов, Д.И. Перспективы интеграции кредитно-финансовых систем стран СНГ [Текст]//Евразийская экономическая интеграция. Научно-аналитический журнал. – 2014. - №2(23) – с. 58-74.

Мещерякова, И.А. Особенности инфляционных процессов в странах с переходной экономикой (на примере Кыргызской Республики) [Текст]. Бишкек. – 2015. – с. 132.

Под. ред. И. В. Костикова, Эффективный рынок капитала. Экономический либерализм и государственное регулирование [Текст] /– М.: Издательство «Наука», 2014, Том 1.

Финансовый рынок: итоги 2016 года. Режим доступа:

[http://www.senti.kg/article/financoviy\\_rinok\\_itogi\\_2016\\_goda](http://www.senti.kg/article/financoviy_rinok_itogi_2016_goda).

Владислав Жуковский. ЕАЭС станет мощным инструментом противостояния США и Европе // Режим доступа: <http://www.nakanune.ru/articles/19076/>.

# **IAP мобил дастурий иловаси - маҳсулот сифатини назоратдан ўтказишнинг усули сифатида**

**Зухра Отакузиева<sup>1</sup>, Курашбай Эрқулов<sup>2</sup>, Элмурод Солиев<sup>3</sup>**

- 1. и.ф.н., Муҳаммад ал-Хоразмий номидаги Тошкент ахборот технологиялари университети “Почта алоқаси технологияси” кафедраси доценти*
- 2. “Anor system” МЧЖ директори*
- 3. “Anor system” МЧЖ менежери*

**Аннотация:** Ҳоирги кунга келиб озиқ – овқат маҳсулот турларининг кўпайиб кетганлиги сабабли юртимиз аҳолисининг қўп қисми ўзлари учун қулай маҳсулот турини аниқлашда бир қатор муаммоларга дуч келмоқдалар. Жумладан, маълум бир касаллик билан оғриган беморлар парҳез қилишлари мобайнида корхоналар томонидан ишлаб чиқарилаётган озиқ – овқат маҳсулотлари таркибини аниқлашда, ўзларига мос таомларни истеъмол қилиш ва бошқа ҳолатларда.

Муаллифлар жамоаси томонидан таклиф этилаётган ушбу IAP (маҳсулот ҳақида маълумот) деб номланган мобил илова ўз фойдаланувчиларига энг юқори даражада хизмат кўрсатиш имконини яратади. Энг асосийси, ушбу яратилган дастур мамлакатимиз аҳолисини сифатли маҳсулотлардан фойдаланишлари йулида ижтимоий ва иқтисодий жиҳатдан катта аҳамиятга эга бўлади.

Ушбу мақолада мамлакатимиз аҳолисини соғлиқни сақлаш, истеъмолдаги маҳсулотлар тури, сифати ва инсон организмига таъсирини назоратдан ўтказиш ва ўз фойдаланувчиларига энг юқори даражада хизмат кўрсатиш имконини яратиш учун ишлаб чиқилган IAP мобил дастурий иловасининг мазмун-моҳияти ва уни ишлаш тамоили ёритилган.

**Калит сўзлар:** IAP дастури, сифат ва назорат, мобил илова, маҳсулот хавфсизлиги, штрих-код, шахсий идентификация

Ахборот технологиялари воситаларининг ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш соҳаларида кенг қўлланилаётганлиги хусусан, маҳсулот сифатини

бошқаришнинг комплекс тизимини такомиллаштириш, маҳсулот сифатини оширишни олдиндан таъминлаш, режалаштириш ва меъёрлашда муҳим аҳамиятга эга бўлмоқда. Маълумки, маҳсулот сифатига қўйиладиган асосий талаб хизматга бўлган талаблардан ва истеъмолчиларнинг талабидан келиб чиқади. Шундан келиб чиқиб, сифатни бошқариш усуллари ва услублари шаклланиб ва ривожланиб бормоқда. Ҳар бир истеъмолчи маҳсулот харид қилаётганда энг аввало у ҳақида тўлиқ маълумотни олиш, яроқлилик муддатлари, қайси давлатнинг маҳсулоти эканлиги, қарияларга, ёш болаларга, шунингдек, ҳомиладор аёллар соғлиги учун қандай таъсир қўрсатиши каби муаммоли саволларга жавоб олишни истайди.

Ҳозирги замонавий ахборот технологияларидан фойдаланиб юқорида қайд этиб ўтилган масалаларни қисман IAP (Information about product) мобил дастурий иловаси орқали муаллифлар жамоаси ҳал этишга ҳаракат қилди ва шу ўринда айтиш жоизки, исътемолчилар учун яратилган ушбу мобил илова ҳар бир маҳсулотнинг сифат қўрсаткичлари ҳақида тўлиқ маълумот олишнинг замонавий усулларидан бири ҳисобланади.

Ўзбекистон Республикасининг «Техник жиҳатдан тартибга солиш тўғрисида»ги Конунига мувофиқ техник регламентларга риоя этиш барча юридик ва жисмоний шахслар учун мажбурийлиги, техник жиҳатдан тартибга солиш, стандартлаштириш, сертификатлаштириш ва метрология масалаларида тадбиркорлик субъектларига ҳар томонлама ёрдам қўрсатиши кераклиги белгилаб қўйилган. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.Мирзиёевнинг 2018 йил 12 декабр, ПҚ-4059-сон «Техник жиҳатдан тартибга солиш, стандартлаштириш, сертификатлаштириш ва метрология тизимларини янада ривожлантириш чоратадбирлари тўғрисида»ги қароридан келиб чиқсан ҳолда, техник жиҳатдан тартибга солиш, стандартлаштириш, сертификатлаштириш ва метрология миллий тизимини янада ривожлантириш, тадбиркорлик муҳитини тубдан яхшилаш, соғлиқни сақлаш ва истеъмолчиларнинг ҳуқуқларини ҳимоя қилишни кучайтириш ғоят долзарб масалалардан бўлиб турибди деб таъкидланди. Ушбу қарорда яна “Ўзстандарт” агентлигига сифатсиз ҳамда одамлар ҳаёти, саломатлиги, юридик ва жисмоний шахслар мол-мулки, атроф-муҳит учун хавфли бўлган маҳсулотларни олиб кириш, ишлаб чиқариш ва сотиш хавфи мониторингини юритиш вазифаси юқлатилган.

IAP мобил дастурни яратиш мобайнида қўйидаги вазифаларни амалга ошириш режалаштирилди: юртимизда барча озиқ – овқат маҳсулотларидан

ташкил топган маълумотлар базасини яратиш; ҳар бир инсон саломатлигидан келиб чиқсан ҳолда уларга маҳсулот ҳақида маълумот бериш; юртимиз ҳудудида ҳалол озиқ – овқат маҳсулотлари маълумотлар базасини ташкил этиш; ноқонуний йўл билан давлат ҳудудига олиб кирилаётган озиқ - овқат маҳсулотларини аниқлаш; яроқлилик муддати тугаган маҳсулотлар ҳақида истеъмолчиларга маълумот бериш; маълум бир касалликка чалинган инсонлар учун қандай маҳсулот турлари истеъмол қилиш мумкинлиги тўғрисида маълумот бериш, огоҳлантириш ва бошқалар.

Лойиҳанинг контент қисми, яъни юртимиз ҳудудида мавжуд барча озиқ – овқат маҳсулотлари, озиқ – овқат ишлаб чиқарадиган корхона ва ташкилотлар рўйхати, касалликлар ва улар ҳақидаги маълумотлар базаси яратилади ҳамда бу маҳсулотлар ҳақида IAP мобил иловаси орқали online ва offline тарзида маълумот олиш ишлаб чиқилади. Ҳозирда кам сонли маҳсулотларни ўзида сақлаган IAP мобил иловасининг демо версияси фаолият олиб бормоқда.



1-расм. Маҳсулотларни сканер қилиш ойнаси

Мобил илова орқали фойдаланувчилар сотиб олаётган маҳсулотлари ҳақида маълумот олиш учун маҳсулот QR коди ёки Штрих кодидан фойдаланадилар. Маҳсулот QR коди ёки Штрих кодини мобил илованинг “SCAN” ойнасидан камера орқали ўқиб оладилар ва шу пайтнинг ўзида базадан уларга маҳсулот ҳақида маълумот келади, яъни унинг таркиби ва тайёрланиш

усули ҳақида түлиқ маълумот етиб келади (юқорида келтирилган 1-расмда кўрсатилган).

Сервер маҳсулотлар омборини ва Web сайтини сақлашга мўлжалланган. Сервер бундан ташқари мижозларини доимий тарзда online эшишиб туради ва қачон интернет орқали бирор мижоз серверга сўров юборса, сўровни қабул қиласи ва шу маҳсулот QR коди ёки Штрих коди орқали маҳсулотни қидириб мижозга маҳсулот ҳақида маълумот беради.

Хулоса қилиб айтганда, IAP дастуридан фойдаланилганда у: исталган маҳсулотни сифатини аниқлаб бера олади; инсон организми учун хавфли бўлган моддалардан асрайди; инсонлар организмида мавжуд бўлган касалликларни белгилаб қуйилиши орқали ман этилган маҳсулотларни истеъмол қилмасликларини таъминлайди; ёш болалар, кексалар учун рухсат этилмаган маҳсулотлар танланганда уларни ман этилганлигини кўрсатиб беради, заарлари ҳақида маълумот бера олади; давлат рўйхатидан ўтган “Ўзстандарт” сифат назоратига мос келадиган маҳсулотларни қайд этиш орқали аҳолини қалбаки маҳсулот сотиб олишдан асрайди.

## **Фойдаланилган адабиётлар рўйхати**

Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.Мирзиёевнинг 2018 йил 12 декабр,

ПҚ-4059-сон «Техник жиҳатдан тартибга солиш, стандартлаштириш, сертификатлаштириш ва метрология тизимларини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида» ги қарори.

Teshabayev T.Z., Otakuziyeva Z.M., Bobokhujaev Sh.I. Specificity of conceptual development of information economy in Uzbekistan // Advances in Economics, Business and Management Research. Publication Date 2018/08/30 ISBN 978-94-6252-599-3ISSN 2352-5428DOI [https://doi.org/10.2991/icemw- Vol.61. 18.2018.10\\_- P. 49-55.](https://doi.org/10.2991/icemw- Vol.61. 18.2018.10_- P. 49-55.)

Otakuziyeva Z.M., Bobokhujaev Sh.I., Aitmukhamedova T. K. Stages of Digital Economy Development and Problems of Use of Modern ICT on Uzbekistan Enterprises // International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering (IJITEE)', ISSN: 2278–3075 (Online), Volume-9 Issue-2, December 2019, Page No. 2097-2101.

# **Ахборот-коммуникация инфратузилмасининг ривожланиши ва унинг муаммолари таҳлили**

**Шухрат Шадманов**

*Тошкент шаҳридаги Сингапурнинг Менежментни  
Ривожлантириши Институти катта ўқитувчиси*

## **Кириш**

Бугунги кунда ахборот-коммуникация технологиялари (АКТ) соҳаси жаҳон иқтисодиётида энг тез ривожланаётган соҳалардан бири ҳисобланади. Бу иқтисодий ўсиш механизми, ҳамда бошқа соҳаларда иқтисодий жараёнларни сезиларли даражада ўзгартиради ва интеллектуал инсон меҳнати маҳсулоти бўлмиш маълумотлардан фойдаланиш ва билимларга асосланган янги турдаги иқтисодиётни шакллантиришга таъсир кўрсатади.

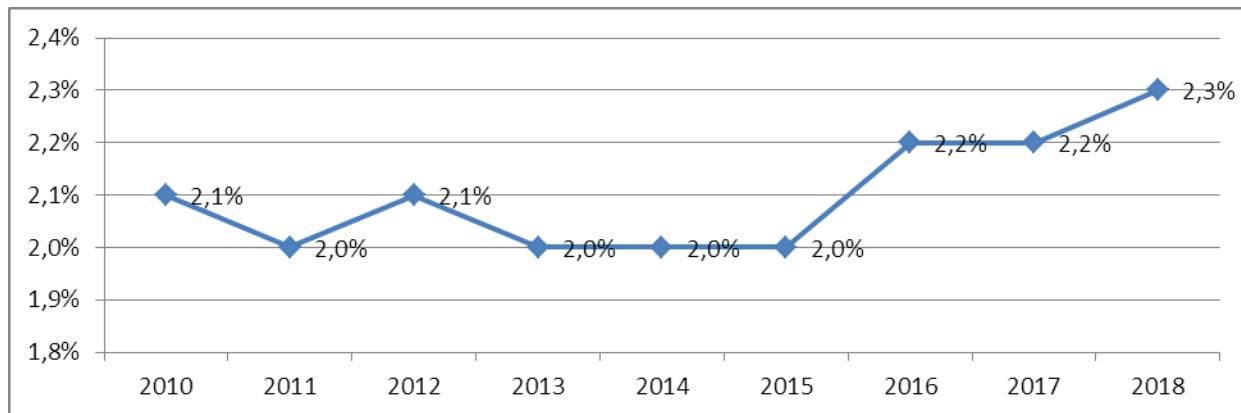
Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги ПФ-4947- сонли Фармони билан тасдиқланган “2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегияси”да иқтисодиётни ривожлантириш ва унинг рақобатбардошлигини ошириш, биринчи навбатда замонавий юқори технологияли хизматлар ва ахборот-коммуникация технологияларини жорий этиш орқали амалга ошириш зарурияти таъкидланган.

## **Соҳанинг ривожланиши таҳлили**

Сўнгги йилларда мамлакатимизда АКТ соҳаси жадал суръатлар билан ўсиб бормоқда. Унинг хизматлари хажми 2010 йилда 2280,9 млрд сўмни ташкил этган бўлса, 2018 йилгача 3,8 баробарга ўсиб, 8708,8 млрд. сўмга етди.

Сўнгги йилларда иқтисодиётимизнинг мазкур тармоғи жадал суръатлар билан ривожланиб бораётганига қарамасдан, ҳозирги вақтда биз бу борада дастлабки босқичда турганимизни тан олишимиз даркор. АКТ соҳасининг умумий хизматлардаги улуши 6,6 фоизни ташкил этади. Унинг ЯИМдаги улуши эса 2013 йилдан кейинги даврда ўсиб, 2018 йилда 2,3 % ни ташкил этди (1-расм). Бу эса етакчи мамлакатлар даражасидан паст. Масалан, АКТ соҳасининг ЯИМдаги улуши Жанубий Кореяда – 11,8 %, Америка Кўшма Штатларида –

6,8%, Швецияда - 7%, Японияда – 5,5 %, Хитой ва Ҳиндистонда – 4,7 % ни ташкил этмоқда.



1 – расм. АКТ секторининг ЯИМдаги улуси<sup>2</sup>

АКТ соҳаси умумий хизматлари таркибида симли ва мобил телефон алоқалари хизматлари улуси камайиб, уларнинг ўрнига интернет тармоғи хизматларининг улуси ортиб бормоқда. Интернет тармоғи хизматлари улуси 2010 йилдаги 5,4%дан 2018 йилда 22,9%гача ошган (1-жадвал). Айтиб ўтиш керак, интернет тармоғининг 2000 йилдаги улуси бор-йўғи 0,1% ташкил этган эди. Демак, интернет тармоғи хизматлари хажми 2010 йилга нисбатан 4,2 баробарга, 2000 йилга нисбатан эса 229 баробарга ошган.

### 1-жадвал. АКТ соҳаси хизматлари таркибининг ўзгариши

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Алоқа-жами	100	100	100	100	100	100	100	100	100
шужумладан:									
почта	3,9	3,8	3,8	3,8	4,4	4,2	3,5	3,3	3,2
Симли телефон алоқаси	14,3	15,9	19,0	17,2	15,9	12,9	11,4	14,1	13,9
Мобил телефон алоқаси	70,6	65,3	60,4	59,7	57,3	58,3	58,8	54,2	53,5
Интернет тармоғи	5,4	7,2	8,6	10,8	14,0	15,8	17	21,4	22,9
Маълумот узатиш тармоғи, интернетдан ташқари	2,2	3,5	4,0	5,0	5,0	5,5	6,1	3,9	3,5

<sup>2</sup> Ўзбекистон Республикаси Давлат Статистика қўмитасининг расмий сайти ([www.stat.uz](http://www.stat.uz)) маълумотлари асосида муаллиф томонидан тайёрланган.

Бошқа алоқа турлари	3,6	4,3	4,2	3,5	3,4	3,3	3,2	3,1	3,0
---------------------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

Манбаа: Ўзбекистон Республикаси Давлат Статистика қўмитасининг расмий сайти ([www.stat.uz](http://www.stat.uz)) маълумотлари асосида муаллиф томонидан тайёрланган.

Интернет тармоғи хизматларининг ўсиб бориши нафақат ундаги янги хизматларнинг пайдо бўлиши ҳисобига, балки бошқа хизматларнинг ҳам ўрнини эгаллаши ҳисобига амалга ошмоқда. Масалан, интернет тармоғи орқали амалга ошириладиган қўнғироқлар арzonроқ бўлганлиги сабабли аввалги ҳалқаро, шахарлараро симли, ҳамда мобил телефон алоқаси ўрнини эгалламоқда, ёки бўлмасам, интернет тармоғи орқали амалга ошириладиган электрон почта хизмати аввалги маҳаллий ва ҳалқаро почта алоқаси хизматлари ўрнини деярли бутунлай эгалламоқда.

АҚТ соҳасининг асосий инфратузилма кўрсаткичлари ҳам муттасил ошиб бормоқда. База станциялари сони 2010-2018 йилларда 2 баробардан кўпга ўсган (2-жадвал).

## 2-жадвал. АҚТ соҳасининг асосий инфратузилмаси кўрсаткичлари

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Мобил алоқаси база станциялари сони	1094 5	1126 3	1254 6	1321 3	1430 9	1492 1	1626 5	1819 4	2217 8
Оптик толали алоқа линиялари узунлиги (км)	7500	9200	1080 0	1270 0	1440 0	1640 0	1790 0	2030 0	2450 0
Ҳалқаро интернет каналининг тезлиги (Гбит/с)	2,5	4,8	7,8	10,3	16,5	26,4	56,7	104,1	1200
Хавфсиз серверлар сони	2	8	27	41	73	177	2221	6548	9193

Манбаа: Ўзбекистон Республикаси ахборот технологиялари ва коммуникацияларини ривожлантириш вазирлигининг расмий сайти [www.mitc.com](http://www.mitc.com) асосида муаллиф томонидан тайёрланган.

Оптик толали алоқа линиялари узунлиги 2010-2018 йилларда 3,3 баробарга яқин ўсган бўлса, хавфсиз серверлар сони 4596 баробарга ошган. Натижада, худди шу даврда ҳалқаро интернет каналининг тезлиги бир неча баробарга ошиб, иқтисодиётда молиявий, майший, транспорт, давлат ва бошқа кўпгина хизмат

турларининг ўз вақтида ва самарали амалга оширилишининг асосий омили бўлиб хизмат қилмоқда.

### 3-жадвал.АКТ хизматлари фойдаланувчиларининг ўсиши (млн.киши)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Маҳаллий телефон алоқаси абонентлари сони (минг киши)	1,89	1,93	1,98	2,00	2,51	2,82	3,41	3,44	3,49
Мобил аборентлар сони (минг киши)	20,9	25,4	20,3	20,3	19,6	20,1	20,6	21,4	22,8
Жами интернетдан фойдаланувчилари сони	4,0	4,5	5,1	6,1	4,9	10,2	12,1	14,7	20,0
Кенг полосали интернет тармоғидан фойдаланувчилар сони (млн.)	0,4	0,5	0,7	1,0	2,7	5,8	8,7	10,4	12,3
Рақамли телевидение қамрови (фоизда)	29,2	31,5	38,0	42,0	45,0	54,4	68,6	95	100

Манбаа: Ўзбекистон Республикаси ахборот технологиялари ва коммуникацияларини ривожлантириш вазирлигининг расмий сайти [www.mitc.com](http://www.mitc.com) асосида муаллиф томонидан тайёрланган.

Мамлакатимиздаги АКТ соҳасининг асосий инфратузилмаларининг ривожланиб бориши айни пайтда унинг фойдаланувчилари сонининг ҳам барқарор ўсиб боришига таъсир этмоқда. 2010-2018 йилларда телефон алоқаси аборентлари сони ошишида катта ўзгаришлар кузатилмаган бўлсада, интернет, айниқса кенг полосали интернет тармоғидан фойдаланувчилар сонининг ўсишида кескин ўзгаришлар кузатилмоқда. Кузатилаётган давр мобайнида маҳаллий ва мобил телефон алоқаси аборентлари сони мос равишида 1,84 ва 1,09 баробар ўсган бўлса, жами интернет ва кенг полосали интернет тармоғидан фойдаланувчилари сони мос равишида 5 ва 30,7 баробар ўшиш намойиш этган. Шу билан бирга, мамалакатимиз аҳолиси 2018 йилга келиб тўлиқ рақамли телевидение қамраб олинган (3-жадвал).

### Соҳа ривожланишидаги асосий муаммолар

Юқоридаги йирик ўзгаришларга қарамасдан, соҳада ўзига хос булган муаммолар мавжуд. Уларнинг бартараф этилиши фикримизча, соҳадаги

вазиятни янада яхшилаб, ракамли иқтисодиет ривожланиши учун мустаҳкам пойдевор яратади. Бу камчиликлар қуидагилардан иборат:

1. Соҳадаги давлат улушининг юқорилиги. Мамлакатимизда 2019 йил 1 январ ҳолатига кўра АҚТ соҳасида 6,4 минг корхона ва ташкилотлар (дехқон ва фермер хўжаликларидан ташқари) иш юритиб келмоқда. Соҳанинг фаолиятида кўп сонли корхоналар амал қилишига қарамасдан, унда давлатнинг иштироки катта.

Айни пайтда Ўзбекистон мобил алоқа бозорида 5 та асосий операторлар, "Unitel" МЧЖ ("Beeline" савдо белгиси), "Universal Mobile Systems" ("UMS" савдо белгиси), "PWC" ("Perfectum Mobile" савдо белгиси), "Coscom" ХК МЧЖ ("Ucell" савдо белгиси) ва "Ўзбектелеком" АЖ филиали "UzMobile" компаниялари, томонидан хизмат кўрсатилади, лекин бу корхоналарнинг учтасида, "Universal Mobile Systems" ("UMS" савдо белгиси), "Coscom" ХК МЧЖ ("Ucell" савдо белгиси) ва "UzMobile" компанияларида давлат иштироки мавжуд.

Бундан ташқари, 2019 йил 1 январь ҳолатига Интернет тармоғига уланиш хизматларини кўрсатиш учун рухсатномага эга хўжалик юритувчи субъектлар сони 577 бирликни, жамоавий уланиш пунктларининг умумий сони эса 394 бирликни ташкил этган ҳолда, уларга керак бўладиган халқаро интернет каналини етказиб берувчиси ягона монопол корхона, "Ўзбектелеком" акционерлик жамияти бўлиб қолмоқда. Бу ҳолат, интернет канал тезлигининг ошиши ва унга бўлган нархларнинг ягона битта корхона тарафидан бошқарилишини билдиради<sup>3</sup>.

2. Алоқа инфратузилмаси билан таъминланганлик даражасининг пастлиги. Сўнгги йилларда мамлакатимизда соҳанинг барқарор ижобий ривожланишига қарамасдан, мамлакатимиз жаҳоннинг етакчи ва кўпгина ривожланаётган мамлакатларидан орқада қолмоқда (4-жадвал). Масалан, мамлакатимизда стационар телефон билан таъминланганлик даражаси ҳар 100 кишига 11,3 ни ташкил қилган бўлса, МДҲ давлатларида бу кўрсаткич 20,7ни, ривожланган давлатларда эса 38,7ни, жаҳон бўйича ўртacha кўрсаткич эса 13,6ни ташкил этмоқда. Мобил алоқаси абонентлари сони ҳар 100 кишига Ўзбекистонда 77,3 тани ташкил этган бўлса, МДҲ, ривожланган давлатлар ва жаҳон бўйича ўртacha кўрсаткич 100дан ошиқни ташкил этмоқда.

<sup>3</sup> "Creating markets in Uzbekistan. From stabilization to competitiveness". Жаҳон банки ҳисоботи. [www.worldbank.org](http://www.worldbank.org)

4-жадвал. Алоқа воситалари билан таъминланганлик даражаси ва улардан фойдаланиш даражаси.

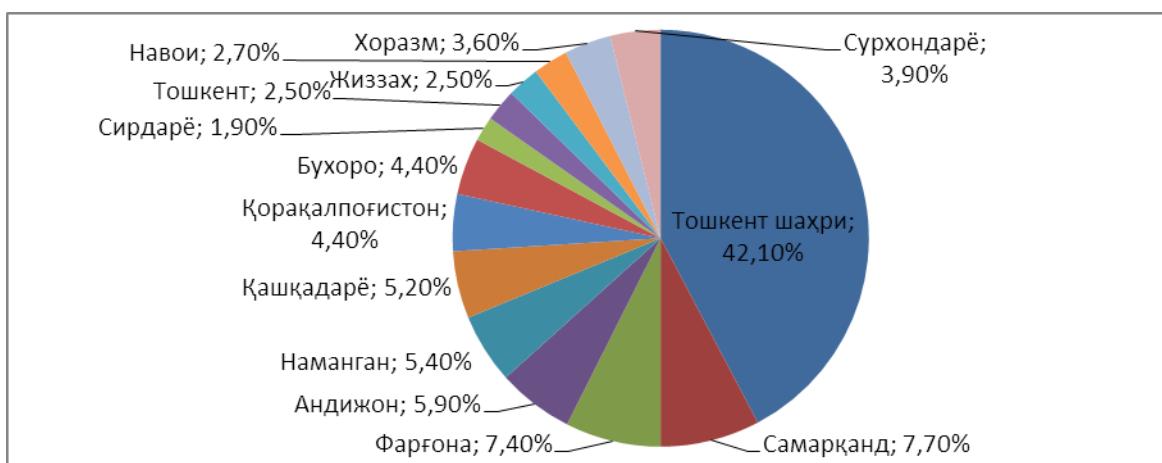
	Ўзбекистон	МДҲ давлатлари бўйича	Ривожланган давлатлар бўйича	Жаҳон бўйича
Ҳар 100 кишига тўғри келадиган стационар телефон алоқаси абонентлари сони	11,3	20,7	38,7	13,6
Ҳар 100кишига тўғри келадиган мобил телефон алоқаси абонентлари сони	77,3	141,2	127,3	101,5
Ҳар бир интернет фойдаланувчига тўғри келадиган халқаро интернет канали тезлиги (бит/секунд)	5682,6	59000,0	140000,0	74464,0
Уй хўжаликларининг компьютер билан таъминланганлик даражаси ҳар 100 хўжаликка	43,9	67,4	81,5	46,6
Уй хўжаликларининг интернет билан таъминланганлиги даражаси ҳар 100 хўжаликка	75,4	68,0	82,8	51,5
Интернетдан фойдаланувчиларнинг улуши ҳар 100 кишига	46,8	65,1	79,5	45,9
Кенг полосали симли интернетдан фойдаланувчилар улуши ҳар 100 кишига	9,1	15,8	30,3	12,4
Кенг полосали мобил интернетдан фойдаланувчилар улуши ҳар 100 кишига	55,9	59,7	94,4	52,2

Манбаа: Ҳалқаро телекоммуникация иттифоқининг “Measuring International Society Report” ҳисоботи, ITU2017, Женева, Швейцария.

Ўзбекистонда уй хўжаликларининг интернет билан таъминланганлиги даражаси МДҲ давлатларидан баланд бўлса ҳам, ундан фойдаланиш даражаси пастроқ. Бундан ташқари ҳар бир интернет фойдаланувчига тўғри келадиган интернет канали тезлиги Ўзбекистонда МДҲ давлатларига қараганда 10,4 баробар, ривожланган мамлакатларга қараганда 24,6 баробар, жаҳоннинг ўртача

кўрсаткичидан 13,1 баробарга кам<sup>4</sup>. Шу билан бирга, Ўзбекистонда симли интернет арzon бўлишига қарамасдан, аҳолининг мобил интернетдан фойдаланиш даражасининг нисбатан юқори эканлигини кўришимиз мумкин. Бу албатта аҳолининг ва корхоналарнинг оптик толали (кенг полосали тез) интернет тармоғи билан таъминланмаганлигидан келиб чиқади. Ўзбекистон АҚТ соҳасининг ривожланишибўйича Ҳалқаро телекоммуникация иттифоқининг ITU Development Index рейтингида 176 давлат орасида 95 ўринни эгаллаб турибди.

3. Алоқа инфратузилмаси ва хизматларининг худудлар бўйича нотекис тақсимланганлиги. АҚТ соҳаси хизматларининг 42,1 фоизи Тошкент шаҳрига тўғри келмоқда. Сирдарё ва Тошкент вилоятларида бу энг кам кўрсаткични, мос равища 1,9% ва 2,5%ни, кўрсатмоқда (2-расм).



2- расм. АҚТ соҳаси хизматларидан фойдаланишнинг худудлар бўйича тақсимоти<sup>5</sup>

Айтиб ўтиш керак, оптик толали интернет тармоқларини ривожлантириш кўп ҳолларда аҳоли зич жойлашган аҳоли пунктларига ўтказиш самаралироқ ҳисобланади, чунки бундай тармоқ асосан катта хажмдаги маълумотларни тез суръатларда узатиб бериш имкониятига эга, айни пайтда катта маблағ талаб этади. Шунинг учун, ҳозирги кунда шахарлардан узокроқда жойлашган аҳоли пунктларининг асосий алоқа тармоғи бўлиб мобил телефон ва интернет тармоғи бўлиб қолмоқда.

<sup>4</sup> Ҳалқаро телекоммуникация иттифоқининг “Measuring International Society Report” ҳисоботи, ITU2017, Женева, Швейцария.

<sup>5</sup> Манбаа: Ўзбекистон Республикаси Давлат Статистика қўмитасининг расмий сайти ([www.stat.uz](http://www.stat.uz)) маълумотлари асосида муаллиф томонидан тайёрланган.

## **Муаммоларни бартараф этиш йўллари**

Бугунги қунда жаҳон миқёсида яратилаётган ялпи ички маҳсулотнинг тахминан 5,5 фоизи ахборот-коммуникация технологияларига тўғри келмоқда. Нуфузли халқаро экспертларнинг фикрича, 2020 йилда бу кўрсаткич тўққиз фоиздан ошади<sup>6</sup>.

Интернет тармоғининг иқтисодиётимиздаги кескин ошиб бораётган аҳамиятини ҳисобга олган ҳолда Президентимиз 08.01.2019 йилдаги ПФ-5614-сонли “Иқтисодиётни янада ривожлантириш ва иқтисодий сиёсат самарадорлигини оширишнинг қўшимча чора-тадбирлари тўғрисида”ги қароридага кўра Миллий рақамли иқтисодиётни ривожлантириш (Рақамли Ўзбекистон-2030) концепцияси 2019 йил 1 декабргача ишлаб чиқилиши белгиланган эди. Лекин бу концепциянинг ишлаб чиқилиши “Илм, маърифат ва рақамли иқтисодиётни ривожлантириш йили”да амалга оширишга оид Давлат дастури тўғрисида”ги Ўзбекистон Президенти Фармонига кўра 2020 йилга қолдирилди. Фикримизча, ана шу концепциясида юқоридаги муаммоларни ечими сифатида қўйидагиларни ҳисобга олиш зарур:

1. Соҳада давлат улушини кескин камайтириш, давлатнинг соҳадаги мавжуд улушини хусусий секторга ўтказиш ёки давлат-хусусий шерикчилик асосидаги бошқарувга бериш керак. Бунинг учун эса аввал унинг ҳуқуқий ва институционал базасини такомиллаштириш лозим. Тадқиқотларга кўра<sup>7</sup>, ривожланган ва ривожланаётган давлатларда инфратузилма соҳаларини молиялаштиришдаги хусусий ва давлат секторининг улуши сезиларли фарқ қиласи. Буюк Британия, АҚШ, Германия, Япония каби ривожланган давлатларда хусусий секторнинг улуши юқори бўлса, Хиндистон, Индонезия, Бразилия каби ривожланаётган давлатларда хусусий секторнинг улуши паст;
2. Алоқа инфратузилмаси билан таъминланганлик даражасини ошириш, хусусан, интернет канали тезлигини энг камида МДҲ давлатлари даражасига етказиш. Ушбу масаланинг асосий ечими оптик толали алоқа тармоқларини ривожлантиришни назарда тутади. Вазирлар Маҳкамасининг 26.02.2016 йилдаги “2016 - 2020 йилларда хизматлар

<sup>6</sup> О. Ражабов, “Миллий иқтисодиётда АҚТ соҳаси ривожланиши”, Ўзбекистон иқтисодий ахборотномаси. 1, 2017 йил, Тошкент.

<sup>7</sup> Jonathan Woetzel and others. “Bridging infrastructure gaps: has the world made progress?” McKinsey & Company, London, 2017.

соҳасини ривожлантириш дастури тўғрисида”ги 50-сонли қарорига асосан 2018-2020 йилларда 2000 км оптик толали алоқа тармоқларини ётқизиш режалаштирилган, бу эса, фикримизча етарли эмас. Бизнинг ҳисоб китобларга кўра, уни жаҳон давлатлари даражасига етказиш учун энг камида йилига 5700 км. оптик толали алоқа тармоғини ўтказиш керак.

3. Алоқа инфратузилмаси ва хизматларининг худудлар бўйича нисбатан текис тақсимланишини таъминлаш. Бунинг учун, алоқа инфратузилмасини ривожлантиришда худудлар бўйича аҳоли сони ва улардаги талаб миқдорини ўрганиш зарур.

Юқоридаги муаммоларни ҳал этиш соҳанинг янада ривожланишига ва иқтисодиётимиз соҳалари рақобатбардошлигига сезиларли ҳисса қўшади деб ўйлаймиз.

### **Фойдаланилган адабиётлар**

“Creating markets in Uzbekistan. From stabilization to competitiveness”. Жаҳон банки ҳисоботи. [www.worldbank.org](http://www.worldbank.org)

Ҳалқаро телекоммуникация иттифоқининг “Measuring International Society Report” ҳисоботи, ITU2017, Женева, Швейцария.

О. Ражабов, “Миллий иқтисодиётда АҚТ соҳаси ривожланиши”, Ўзбекистон иқтисодий ахборотномаси. 1, 2017йил, Тошкент.

Jonathan Woetzel and others. “Bridging infrastructure gaps: has the world made progress?” McKinsey & Company, London, 2017. Ўша манбаа

Ўзбекистон Республикаси Давлат Статистика қўмитасининг расмий сайти ([www.stat.uz](http://www.stat.uz)).

“Ўзбектелеком” АЖнинг расмий сайти (<https://uztelecom.uz/ru/operatoram/internet-kanaly>).

Ўзбекистон Республикаси Давлат Статистика қўмитасининг расмий сайти ([www.stat.uz](http://www.stat.uz)) маълумотлари асосида муаллиф томонидан тайёрланган.

Ўзбекистон Республикаси ахборот технологиялари ва коммуникацияларини ривожлантириш вазирлигининг расмий сайти [www.mitc.com](http://www.mitc.com)

# **Uzbekistan: What it takes to become the next Asian Tiger?**

## **Probably, aiming to become the next Tigress**

**Alexandra Sternik**

*IT Park, Chief Manager on Investments*

**Key words:** venture financing, gender equality, digital development, digital economy, agrotech.

Uzbekistan is currently going through an exciting period of changes, economic liberalisation and the development of the IT industry. The latter could be considered as a vital element of a new presidential strategy.

Uzbekistan is one of the two double landlocked countries in the world, and thus logistical links are not easily available for transporting any types of consumer goods. Additionally, the resource-based economy might not survive drastic changes in market conditions – as seen in the current (April 2020) situation with oil-based economies. However, Uzbekistan accumulated enough resources for the transition to becoming service, export-oriented, and data-driven.

This strategy, combined with stimulating massive remote employment through the internet, could simultaneously address and mitigate several main problems of the country's economic situation: poor structure of exports, lack of education, gender inequality and lack of jobs for young generation. This way of development especially suits Uzbekistan, as it has an unusually young population with 100% literacy. However, it is necessary to find a correct specialisation for Uzbekistan to continue further development towards prosperity. The article also explores the regional situation on the development of IT-sphere.

Thus, this article is written as a policy recommendation on developing a digital economy, with a strong preference towards the IT specialising companies (i.e. fintech rather than e-commerce) and venture financing, as well as to solving a gender equality problem. The article discusses various options of a particular specialisation of Uzbekistan and provides a deep insight into possible options.

The article touches on potential solutions to gender problem, specifically focusing on women in Science, Technology, Engineering and Maths (STEM). This article discussed the importance of role models for changing gender stereotypes and upbringing the new generation of female leaders and entrepreneurs in STEM sphere. Furthermore, using this as an assessment to the current situation, the article combined two seemingly different perspectives: women in STEM and the development of the IT industry. It shows that the two issues are directly interlinked and one should not be discussed without another.

The same statement is also relevant to the venture industry: while this sector of economy is very new in Uzbekistan, it already demonstrates the tendency to be strongly male-dominated. While it might seem irrelevant at such an early stage of IT development of the country, it is not. The gender issue in venture financing should be addressed as early as possible, to increase female participation in all the stages of developing a new venture, including financing this venture. Early stages are all about establishing norms, and female participation should be seen as a norm from the very beginning.

Consequently, Uzbekistan is in a unique position, where the country's leaders can take note of the mistakes made in other countries, and prevent them.

The article's principal sources of data are secondary: articles, reports, policy documents. It also uses some primary data from interviews; all transcripts are available in the appendix.

## References

- Adams, R. and Kirchmaier, T., 2016. Women on Boards in Finance and STEM Industries. *American Economic Review*, [online] 106(5), pp.277-281. Available at: [https://www-jstor-org.uow.idm.oclc.org/stable/43861029?seq=1#metadata\\_info\\_tab\\_contents](https://www-jstor-org.uow.idm.oclc.org/stable/43861029?seq=1#metadata_info_tab_contents)
- Aker, J., 2011. Dial 'A' for Agriculture: A Review of Information and Communication Technologies for Agricultural Extension in Developing Countries. *Agricultural Economics*, [online] 42, pp.631-647. Available at: <https://onlinelibrary-wiley-com.uow.idm.oclc.org/doi/abs/10.1111/j.1574-0862.2011.00545.x>.
- Avnimelech, G., 2013. Targeting the biotechnology clusters in North Carolina and

- Israel: lessons from successful and unsuccessful policy making. *Technology Analysis & Strategic Management*, [online] 25(7), pp.835-851. Available at: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09537325.2013.815710>.
- Babin, R. and Nicholson, B., 2014. *Sustainable Global Outsourcing*. [Place of publication not identified]: Palgrave Macmillan.
- Brush, C., Greene, P., Balachandra, L. and Davis, A., 2017. The gender gap in venture capital- progress, problems, and perspectives. *Venture Capital*, [online] 20(2), pp.115-136. Available at: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13691066.2017.1349266?scroll=top&needAccess=true>
- BUYUK KELAJAK, 2019. *Development Strategy Framework Of The Republic Of Uzbekistan By 2035*. [online] Tashkent. Available at: <https://uzbekistan2035.uz/wp-content/uploads/2019/05/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%86%D0%B5%D0%BF%D1%86%D0%B8%D1%8F%D0%A0%D0%B0%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%B8%D1%8F%D0%A3%D0%B7%D0%B1%D0%B5%D0%BA%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%B0-ENG.pdf>
- Caroll, J., 2019. Top Reasons Why IT Companies Invest In Outsourced Marketing. [online] Callboxinc.com. Available at: <https://www.callboxinc.com/growth-hacking/top-reasons-why-it-companies-invest-in-outsourced-marketing/>.
- Dankov, A. and Botobekov, U., 2020. The Paradoxes Of Social And Economic Development In Central Asia. [online] Modern Diplomacy. Available at: <https://moderndiplomacy.eu/2020/02/02/the-paradoxes-of-social-and-economic-development-in-central-asia/>.
- Harrison, R. and Mason, C., 2007. Does Gender Matter? Women Business Angels and the Supply of Entrepreneurial Finance. *Entrepreneurship Theory and Practice*, [online] 31(3), pp.445-472. Available at: <https://journals-sagepub-com.uow.idm.oclc.org/doi/full/10.1111/j.1540-6520.2007.00182.x>.
- Izvorski, I. and Burunciuc, L., 2019. Encouraging Transformations In Central Asia. [online] Brookings. Available at: <https://www.brookings.edu/blog/future-development/2019/12/13/encouraging-transformations-in-central-asia/>.
- James, J., 2012. Institutional and societal innovations in information technology for developing countries. *Information Development*, [online] 28(3), pp.183-188. Available at: <https://journals-sagepub-com.uow.idm.oclc.org/doi/pdf/10.1177/026666912438878>
- Nguyen, L., 2019. Venture Capital Missing Out In Developing World. [online] Asia

- Times. Available at: <https://asiatimes.com/2019/11/venture-capital-missing-out-in-developing-world/>.
- Sequeira, J., Gibbs, S. and Juma, N., 2016. Factors contributing to women's venture success in developing countries: an exploratory analysis. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 21(01), p.1650001.
- Sharma, D., Saxena, S. and Aanand, S., 2005. BPO. *South Asia Economic Journal*, [online] 6(1), pp.117-129. Available at: <<https://journals-sagepub-com.uow.idm.oclc.org/doi/abs/10.1177/139156140500600107>>.
- Traversone, A., 2018. Venture Capital In Africa: The Long-Term Opportunity For Investors – Private Sector & Development. [online] [Blog.private-sector-and-development.com/2018/06/18/venture-capital-in-africa-the-long-term-opportunity-for-investors/](https://blog.private-sector-and-development.com/2018/06/18/venture-capital-in-africa-the-long-term-opportunity-for-investors/)

# **Цифровые инновации в электронной коммерции**

**Манзура Азизова**

*Ташкентский финансовый институт, старший преподаватель кафедры “Электронная коммерция и цифровая экономика”*

**Аннотация.** В данной статье рассматриваются цифровые инновации в электронной коммерции, показана причина появления концепции перехода к цифровой экономике, развитие цифровой инновационной экономики.

**Ключевые слова:** цифровая инновация, цифровая экономика, интеллектуальная экономика.

**Key words:** digital innovation, digital economy, intelligent economy.

Концепция перехода к цифровой экономике, основанной на знаниях, связана с переходом от индустриальной эпохи к режиму производства эпохи информационных технологий. Основной причиной появления этой концепции является новая парадигма цифровых информационных технологий, которая охватывает все сектора и аспекты промышленной экономики и полностью меняет ее масштабы, динамику и внутренний характер. Такие качественные изменения в структуре современной цифровой экономики в настоящее время рассматриваются как глобальные изменения, которые понимаются как переход от "материальной" экономики к "интеллектуальной" экономике или "экономике, основанной на знаниях". Чтобы понять природу таких инноваций, вступающих в постиндустриальную экономику, необходимо, чтобы информационные технологии генерировали совершенно новые знания в результате обработки данных и создавали новые виды деятельности. В последние годы понятие «цифровая экономика, основанная на знаниях» или «интеллектуальная экономика» стало широко распространенным в мировой экономической литературе. Оно означает, что материальное и нематериальное производство останется основным источником развития и экономического роста. В результате, знания, данные, инновации и научно-технические инновации в контексте развития цифровой экономики в научно-практических, деловых и профессиональных кругах стали углубленно изучаться. Новые изобретения,

научно-технические данные и цифровые инновации стали определять реструктуризацию и развитие ключевых секторов узбекской экономики с точки зрения цифровой экономики.

Тем не менее, многие отрасли экономики сегодня находятся в состоянии депрессии из-за отсутствия широкого использования достижений науки и техники. Это связано с рядом объективных и субъективных причин. Прежде всего, в нашей стране не создана правовая база для цифровой экономики, основанной на знаниях. Пока что нет полной нормативно-правовой базы, необходимой для нормального внедрения инновационных научно-технических исследовательских процессов и реализации их результатов. Например, основное законодательство в стране еще не полностью разработано с учетом технологических новшеств, связанных с цифровой экономикой, и всех тонкостей их развития.

Вопрос «создания в стране лучших возможностей» для инвестирования научных и практических знаний в цифровую экономику еще не до конца проработан в законодательстве. К сожалению, эта работа не выполняется, даже если государственные чиновники видят, знают и понимают, что быстрое развитие невозможно без развития инноваций, науки и техники. Поэтому в последние годы ощущается нехватка высококвалифицированных кадров, способных выполнять работу по цифровым инновациям в области передовых технологий, инноваций, системы образования и других традиционных секторов, которые определяют благосостояние людей и положение страны на мировом рынке. Однако концепции «цифровой информационной экономики», «цифровой экономики, основанной на знаниях», «цифровой инновационной экономики» и «цифровой интеллектуальной экономики», которые обеспечивают понимание процессов и правил цифровой экономики, основанных на экономике и знаниях, более или менее определены. На них проведен ряд научных исследований. Но эти научно-практические исследования характеризуются медлительностью, поверхностностью, раздробленностью, неструктурированностью и односторонностью. Сначала надо исследовать роль знаний и информации в развитии современной цифровой экономики, а затем рассматривать систему, которая создает знания и информацию, ее структуру и функции. Будут исследованы сильные и слабые стороны системы, основанной на знаниях, которая обслуживает цифровую экономику, и ее инфраструктура.

Таким образом, цифровая инновационная экономика развивается на основе высокого уровня организации знаний или в контексте экономики, основанной на знаниях. Последующая цифровая экономика будет зависеть от нового фактора производства - разделения информации и ее широкого использования. Когда инновации или цифровые инновации появляются как продукты общественного производства, организованные на основе использования современных знаний и информации, их производство, распространение, обмен и потребление указывают на существование цифровой инновационной экономики. Эта экономика создаст реальные возможности для реформирования и развития всех секторов традиционной экономики. Это также относится к депрессивной, застойной и развивающейся национальной экономике.

## **Список использованной литературы**

- Гулямов С.С. ва бошқалар. Рақамли иқтисодиётда блокчейн технологиялари. Т.: “Иқтисод Молия” нашриёти, 2019. 386 бет.
- Гаврилов Л. П. Электронная коммерция: учебник и практикум для вузов / 3-э изд., доп. Москва : Издательство Юрайт, 2019. -477 с.
- Ilxamova Yo., Jumaniyazova M., Azizova M., Djamalova G. E-COMMERCE - IN THE ECONOMY OF THE WORLD AND UZBEKISTAN. International Journal of Advanced Science and Technology Vol. 28, No. 14, (2019), pp.49-54.[ЭЛЕКТРОННЫЙ РЕСУРС] <https://iceiee.org/index.php/testmagzine/article/view/213>
- Ганиева И.А., Бобров Н.Е. Цифровые платформы в сельском хозяйстве России: правовой аспект внедрения. [ЭЛЕКТРОННЫЙ РЕСУРС] DOI:10.24411/0235-2451-2019-10918- Дата доступа: 21.02.2020.
- Постановление Президента РУ ПП-3832 «О мерах по развитию цифровой экономики в Республике Узбекистан», 2 июля 2018 года. [ЭЛЕКТРОННЫЙ РЕСУРС] / [www.lex.uz](http://www.lex.uz)
- Ilxamova Yo., Jumaniyozova M., Azizova M., Djamalova G. E-commerce-in the Economy of the world and Uzbekistan. TEST Engineering & Management. 2019/12/9.pp 1510-1514. [ЭЛЕКТРОННЫЙ РЕСУРС] / <https://iceiee.org/index.php/testmagzine/article/view/213>

# **Влияние цифровых технологий на трансформацию транспортной отрасли Узбекистана**

**Аброр Кабулов<sup>1</sup>, Дилора Абдуллаева<sup>2</sup>**

*1. к.э.н., доц., Ташкентский филиал Российского экономического университета им. Г.В.Плеханова*

*2. к.э.н., доц., Ташкентский филиал Российского экономического университета им. Г.В.Плеханова*

**Аннотация:** Цифровой транспорт может обеспечить создание единой ИТ-среды для взаимосвязанных систем, комплексов и технологий по организации движения и управления единым технологическим процессом. Создание механизма развития и эффективного функционирования на основе цифровой трансформации логистики позволит создать платформу для сотрудничества в целях скоординированного развития евро-азиатских транспортных связей.

**Ключевые слова:** интеллектуальная мобильность, цифровая логистика, интеллектуальные транспортные системы, транспортно-логистические системы, наземные транспортные маршруты.

**Key words:** intellectual mobility, digital logistics, intelligent transport systems, transport and logistics systems, land transport routes.

В современных условиях глобализации логистика меняется под влиянием многих факторов. Повышаются требования потребителей в B2B и B2C-сегментах с точки зрения скорости, качества и прозрачности процессов. Новые рыночные модели (экономика совместного потребления, краудсорсинг и т.д.) меняют характер логистических процессов и архитектуру цепочек, сокращают количество звеньев. Новые игроки выходят на рынок логистики: это стартапы, предлагающие более гибкие ценовые решения для доставки с использованием новых технологий (для доставки «последней мили», фрахтовых ставок и т. д.), а также крупные игроки из высокотехнологичных отраслей (автономный транспорт, беспилотники и др.) Цифровизация логистики основана на

внутренней цифровой основе компаний, внедрении новых бизнес-моделей и услуг.

Высокоразвитые и современные транспортно-логистические системы являются ключевыми факторами экономической конкурентоспособности Узбекистана. Железные дороги способствуют объединению производственных, сельскохозяйственных и ресурсных зон, населенных пунктов и центров занятости, а также международному обмену.

Поддержание и улучшение эффективных транспортных и логистических инфраструктур для перемещения людей и товаров по-прежнему играют важную роль на современных национальных и глобальных рынках, особенно с учетом прогнозируемого роста населения и неизбежных драматических изменений в промышленности, энергетике (особенно в нефтегазовом секторе) и сельскохозяйственном производстве. Движение товаров и компонентов производства между их производителями, рост городской логистики, международных цепочек поставок и логистики уже являются соединением цифровой экономики и новых отраслей.

Создание интеллектуальных транспортных систем, а также занятие и удержание лидерства в создании международных транспортных систем является актуальной проблемой. Затраты на логистику сильно различаются и могут составлять незначительный компонент для чисто цифровых продуктов, отправляемых через Интернет, до 60%. Логистика в цифровой экономике создает интеллектуальную мобильность для перехода к новой экономике. Управление цепочкой поставок является ключевым фактором и движущей силой для реструктуризации производства в соответствии с требованиями цифровой экономики.

Существенной частью изменений являются новые, быстро развивающиеся цифровые производства и логистика, которые являются чрезвычайно быстро развивающимися.

Многие организации начали активно перестраивать свои производственные и бизнес-модели, чтобы подготовиться к этим изменениям. Их цель - стать более ориентированными на клиента и конкурентоспособными. Управление цепочкой поставок будет ключевым фактором и движущей силой для достижения этой цели, поэтому менеджерам цепочки поставок придется столкнуться с еще более высоким уровнем сложности в будущем. Необходимы как более широкий портфель продуктов, так и их более широкая

диверсификация, различные части, более рентабельное перемещение товаров, больше поставщиков, больше интерфейсов по всей цепочке создания стоимости и с учетом индивидуальных потребностей новых рынков.

Инфраструктурные проекты для цифровой трансформации транспорта оказывают огромное влияние на логистику для промышленности, торговли и людей в цифровом мире. Основой цифрового транспорта будет цифровая железная дорога, которая будет экономически целесообразна и достаточно быстра благодаря использованию инновационных технологий, что увеличит пропускную способность существующих и новых железных дорог как минимум на 50% экологически безопасным способом, а также сократит стоимость перевозки на 50%.

Похоже, что для Узбекистана, который географически расположен между центрами новых отраслей и новым евразийским транзитным маршрутом, развитие условий для цифровой логистики и цепочек поставок, естественно, является приоритетом. С одной стороны, это создаст возможности для выявления конкурентоспособных отечественных отраслей и их включения в международное разделение труда, а с другой стороны, позволит связать производство европейских, китайских, японских, американских и других компаний для транспортировки по нашей территории для поставок как в Азию, так и в Европу.

Развитие цифровой логистики в Узбекистане в перспективе связано с инновационными программами, с использованием исключительно электронных документов, что позволит сократить время оформления документов в несколько раз, при этом эффективное цифровое взаимодействие между железной дорогой и контролирующими органами, создает стимулы для повышения уровня контейнеризации внутренних и внешнеторговых грузопотоков. Благодаря объединению информационных систем "Узбекские железные дороги" и таможенных служб предоставляется единый удобный продукт для грузоотправителей. Буквально в считанные минуты в любой точке мира по этой технологии можно оформить перевозку в электронном виде. Внедренная информационная технология основана на существующей нормативно-правовой базе. В Узбекистане целесообразно создать современную информационно-логистическую службу, которая будет сопровождать перевозку контейнера любого экспедитора или оператора электронными данными по всему маршруту, предоставлять необходимую электронную информацию не только

заинтересованным сторонам, но и государству регулирующие органы. Кроме того, внедрение мобильных рабочих мест для работников железнодорожного вокзала позволяет оптимизировать проектирование технологических операций. Чтобы обеспечить миллионам пассажиров удобный вид транспорта, целесообразно внедрять инновационные решения. Среди них - автоматическая система управления поездом для обеспечения остановки на платформе с точностью позиционирования до 50 см, а также интеллектуальная система управления движением, которая обеспечивает формирование реального расписания поездов в реальном времени в случае возникновения чрезвычайной ситуации.

Мы считаем целесообразным создать консорциум по беспилотному движению в Ташкенте по следующим направлениям:

- алгоритмы компьютерного зрения в системе управления подвижным составом;
- разработка их архитектуры в системе управления подвижным составом;
- разработка требований к беспилотному подвижному составу.

Для обеспечения поэтапного перехода к полностью беспилотному управлению потребуется строительство сетей связи стандарта LTE, создание единого центра управления электропоездами, а также корректировка нормативных документов, регулирующих работу беспилотных транспортных средств в сети железных дорог.

Узбекистан должен укрепить свои позиции на мировом рынке услуг по обработке и хранению данных (с нынешней доли таких услуг в глобальном масштабе менее 1% до 10% к 2024 году).

Рекомендуется широкополосный доступ в Интернет со скоростью не менее 100 Мбит/с. В соответствии с Указами Президента Республики Узбекистан [1], а также в целях создания условий для ускоренного развития цифровой экономики в республике, современных информационных технологий в системе государственного управления, а также обеспечения Информационной безопасности, Кабинет Министров координирует деятельность государственных и хозяйственных органов местного самоуправления по разработке и внедрению информационных систем и ресурсов, программных продуктов и электронных услуг, а также создает условия для привлечения иностранных инвестиций в развитие цифровой экономики страны и рынка информационных технологий, в

том числе за счет организации деятельности технопарков и коворкинг-центров на основе государственно-частного партнерства. Минимизация издержек по созданию рационального механизма развития и эффективного функционирования транспортно-логистических систем может быть обеспечена за счет:

- использования унифицированных элементов (архитектуры, интерфейсов и т. п.);
- совмещения жизненных циклов информационных систем, технологий и приложений;
- объединение части функций и задач управления процессами в одном организационном управлении звене;
- использования единой ИТ-инфраструктуры (серверов, баз и банков данных и т. п.);
- гармонизации внутренних стандартов и регламентов (учитывающих интересы перевозчика и клиентов).

При выполнении указанных требований общие издержки интегрированной системы управления, построенной по цепочке ценностей - на принципах цифровой логистики, будут минимальными, а суммарная отдача на капитальные вложения в его развитие окажется выше, чем сумма эффектов от аналогичных инвестиций в развитие каждой подсистемы в отдельности.

## **Список использованной литературы**

О дополнительных мерах по дальнейшему развитию и внедрению цифровой экономики в Республики Узбекистан ID-268, Указ Президента Республики Узбекистан от 19 февраля 2018 года № УП-5349 «О мерах по дальнейшему совершенствованию сферы информационных технологий и коммуникаций»,

Абдуллаева Д. К. Цифровая трансформация экономики Узбекистана Сборник статей Международной научно-практической конференция «Стратегии и инструменты управления экономикой: отраслевой и региональный аспект» Санкт-Петербург 2019 г.

Абдуллаева Д. К. Аспекты развития цифровой экономики Узбекистана в

сборнике Международной научно-практической конференции РЭУ им. Г.В. Плеханова XXXII Международные Плехановские чтения, февраль 2019 г.

Шермухамедов А.Т. Снижение рисков цифровизации. Тридцать вторые международные Плехановские чтения материалы международной научно-практической конференции. Москва РЭУ им. Г.В. Плеханова 01-02.02.19 г. –М.: РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2019. - 113-117 с.

Абдуллаева Д. К. Цифровая трансформация экономики Узбекистана», Сборник «Современные тренды управления и цифровая экономика: от регионального развития к глобальному экономическому росту», Изд-во КноРус, Тула, 2019 г.

# The Role of Big Data in the Digital Economy

**Mirhikmat Makhsudov**

*Management Development Institute of Singapore in Tashkent,  
Student*

**Annotation:** First, try to separate digital economy from just economy as a whole. Nowadays, world is dependent on technology, and the line between tangible and intangible is disappearing. The Big Data is not a new buzzword in technology sphere, and it is used in digital economy in various countries.

**Key words:** Big Data, Digital Economy, Data Analysis, Market Research

Firstly, before considering the role of Big Data in digital economy, it is necessary to understand the very subject of digital economy itself. “The digital economy is the worldwide network of economic activities, commercial transactions and professional interactions that are enabled by information and communications technologies”. Without a structure to measure, the impact of similar technologies, companies and other investment organizations will never be able to determine the state of the digital economy and its economic impact.

However, where should we set the boundary line? The digital economy may refer to the use of digital data or processes powered by internet. Today, this covers almost everything. Even cash-only stores often promote their products or services online. Any measurement involving digital tangents will inevitably become too broad. Unfortunately, the opposite approach does not work any better. If we only narrow the field to online stores or services, we ignore the less obvious aspects of the actual and measurable impact of digitization on the economy. It seems that the solution must be somewhere between extremes.

Big data brings value to any modern company. There are special exchanges in the United States for the sale of anonymous data. As marketer, Clive Hamby said back in 2006, “Data is new oil.”

What is Big Data at all? Just huge amount of data? Alternatively, some special technology used for working with huge amount of data? When I was browsing the Internet, I came across with these issues. Unfortunately, in Uzbekistan there is still no consensus on this.

Let us consider big data or small data. Small data is what we have had in the past; it is actually managing very accurate records from internal and external systems, such as company name, address, phone number, a small amount of structured data. Consider big data, which includes not only the information which was collected by us, but also unstructured data, data entered in free text form in fields (such as a healthcare provider's comments) or a comment that was posted by you about any product or service, or even tweets, and Instagram posts.

Therefore, I believe that big data is the infrastructure, database structure, and distributed hardware necessary to calculate all these records (structured and unstructured data), and then another component of it is the analytics that sit on the top. So now, we have million and billions of both structured and unstructured data. What can individuals do with this? Therefore, large-scale analysis which is sitting above all of this data not only tells you what happened in the past or what is likely to happen in a descriptive manner, but also adds predictive analysis. What does it mean? According to CTO of SoftServe Neil Fox “We can predict shopping trends or healthcare trends or other kinds of important actions to take based upon that data”.

Big data in the era of multinational companies and international cooperation has ceased to be a national treasure. The role of big data is to be a liquid product, a necessary condition for increasing the profitability of organizations through personalized customer service and predictive analytics.

## References

- Rouse, M., 2020. What Is Digital Economy? - Definition from Whatis.Com. [Online] SearchCIO.  
Available at: <https://searchcio.techtarget.com/definition/digital-economy> [Accessed 14 April 2020].
- Neil, F., 2020. Big Data, Digital Economy, and Rise of CTO – The New Economy. [Online]  
Available at: <https://www.theneweconomy.com/technology/big-data-digital-economies-and-the-rise-of-the-cto> [Accessed 14 April 2020].

# Перспективы электронного бизнеса в условиях цифровой экономики

**Хилола Очилова**

*к.э.н., Ташкентский государственный экономический университет,  
доцент кафедры "Туризм и сервис"*

**Аннотация.** В данной статье раскрыты особенности применения информационных технологий в производство продуктов и предоставление услуг, которые можно рассматривать как эффективное ведение экономической деятельности.

**Ключевые слова.** Электронная коммерция, цифровая экономика, электронное правительство, индекс информационно-коммуникационного развития.

**Keywords.** E-commerce, digital economy, e-government, information and communication development index.

В настоящее время информационные и инновационные технологии облегчают экономические процессы, протекающие в условиях цифровой экономики. Свидетельством тому является снижение стоимости крупномасштабных вычислений в связи с развитием компьютерной техники, создание сети Интернет в качестве средства коммуникации, быстрое развитие мобильного Интернета, широкое распространение мобильных приложений для ежедневного использования, а также все возрастающая роль социальных сетей и коммерческих платформ, открываемых в сети Интернет, оказали существенное влияние на развитие экономики и глубоко воздействуют на бизнес, государственные и общественные организации, и личную жизнь каждого. Развивающиеся цифровые технологии, такие как Интернет вещей (Internet of Things), искусственный интеллект (artificial intelligence), и большие данные (Big Data), приводят к появлению прорывных инноваций и создают новые возможности и вызовы.

Иновации, основанные на электронных данных, являются базовым элементом современных источников развития в XXI веке. Соединение нескольких трендов, включая растущую миграцию в Интернет социально-экономической деятельности, и снижение стоимости сбора, хранения и обработки данных, приводит к созданию и использованию огромных массивов данных, которые обычно называют «большими данными». Такие массивы данных становятся основными активами экономики, так как способствуют развитию новых индустрий, процессов и продуктов, а также создают существенные конкурентные преимущества.

Переход к цифровой экономике будет обеспечивать национальный рынок передовыми технологическими решениями, то есть компании будут определять приоритеты чистых операционных и инвестиционных затрат, оптимизировать развитие и обслуживание инфраструктуры, а также обеспечивать структуры управления технологическими процессами.

Перспективы и рентабельность применения информационно-инновационных технологий в экономической деятельности субъектов свидетельствует об успешности предпринимательства. В качестве примера можно привести деятельность следующих компаний — Apple, Alphabet, Microsoft, Amazon, Berkshire Hathaway, Alibaba Group, Tencent, Facebook, ExxonMobil, Johnson&Johnson, которые активно используют цифровые технологии, и семь из них относятся к цифровым компаниям. Примером увеличения использования электронного бизнеса и увеличения популярности среди потребителей онлайн-продаж можно судить по объемам продаж онлайн-ретейлера Amazon. Быстрый рост электронной коммерции и рост популярности среди покупателей платформ для онлайн-торговли можно объяснить ростом розничной торговли Amazon, на сегодняшний день акции данной компании за последний год выросли в цене на 59% и принесли прибыль его владельцу 39,2 млрд. долларов.

Правительство Узбекистана играет важную роль в развитии электронного бизнеса. В соответствии с Указом Президента от 14 мая 2018 года «О мерах по ускорению развития электронной коммерции» был создан государственный список субъектов электронного бизнеса e-tijorat.uz, в котором на сегодняшний день прошли регистрацию 32 субъекта предпринимательства. В свою очередь уровень совершенствования электронной коммерции в Узбекистане все еще низок. В настоящее время активно продающей товары и услуги универсальной

торговой площадкой в Республике Узбекистан является торговая площадка Trade Uzbekistan (сайт [tradeuzbekistan.com](http://tradeuzbekistan.com)). Кроме того, имеются другие платформы электронной коммерции, такие как [uzbtextile.com](http://uzbtextile.com) для производителей текстиля в формате B2B, [universal.uz](http://universal.uz) для малого и среднего бизнеса и др. Национальная информационно-поисковая система [www.uz](http://www.uz) имеет 69 веб-сайтов, которые работают исключительно в области электронной коммерции. Во втором квартале 2019 года количество транзакций электронной торговли составило 75,39 миллиона, а объем транзакций составил 3,515 триллиона сумов. В первом квартале эти цифры составили 73,8 млн. и 2,516 трлн. сумов<sup>8</sup>.

По официальным данным портала правительства, на долю цифровых технологий и их применение субъектами бизнеса в ВВП составляет 2,2%. Однако среднее приемлемое значение составляет 7-8%, например, в Великобритании оно составляет 12,4%, в Южной Корее - 8%, в Китае - 6,9%, в Индии - 5,6%, в России - 2,8%, Казахстан - 3,9%. Разработанный проект Концепции развития системы «Электронное правительство» Республики Узбекистан до 2025 года предусматривает увеличение доли услуг информационно-инновационных технологий в ВВП до 5,0 %, а к 2030 году – до 10%.

Национальным агентством проектного управления (НАПУ) выложен на официальный сайт для обсуждения проект «Концепции национальной стратегии «Цифровой Узбекистан 2030»». Данная стратегия направлена на: ускоренное цифровое развитие страны; формирование цифровой экономики, основанной на данных; создание благоприятной среды для развития инновационных продуктов; повышение эффективности государственного управления; предоставление удобных государственных услуг населению и субъектам предпринимательства. Совершенствование цифровой экономики в республике в первую очередь связано с уровнем развития информационных и коммуникационных технологий, оно оценивается по следующим показателям:

- доля цифровой экономики в валовом внутреннем продукте республики;
- инвестиции в информационно-коммуникационную сферу;
- скорость интернета и развитие электронной коммерции;
- обеспечение организаций специалистами в области ИКТ.

---

<sup>8</sup> <http://www.review.uz/ru/news/trendi/uzbekistan-otsifroviyyaetsya>

Инвестиции в отрасль информационных технологий важны для развития экономического потенциала Республики Узбекистан. Эти же информационные технологии поощряют информационно-инновационное развитие страны, ведут к увеличению производительности труда, снижению затрат и созданию новейших видов предпринимательства, а также повышению качества жизни населения.

Степень привлечения инвестиций в сферу информационных технологий остается низким. Например, за первое полугодие 2019 года было привлечено инвестиций в отрасль «информация и связь» в 2 раза больше чем в 2018 году. Но привлечение инвестиций в 2018 году сократилось в 2 раза, чем в 2017 году, т.е. с 1,9 до 0,9 трлн. сумов. Показатель доли инвестиций в «информацию и связь» в общем объеме инвестиций в 2018 году также уменьшился в 3 раза, чем в 2017 году.

За последние 3 года в республику в среднем каждый год было привлечено около 200 млн. долл. США инвестиций в сферу информационно-коммуникационных технологий. Если провести сравнительный анализ, то видно, что в 2018 году в Америке на совершенствование этой сферы выделили 1,3 трлн. долл., в Китае – 499 млн. долл., в Республике Беларусь - 1,5 млрд. долларов. Как показывают данные аналитической компании IDC, затраты на информационно-инновационные технологии в мире будут расти ежегодно на 3,8% и, по их прогнозам, к 2023 году могут достичь 4,8 трлн. долларов.

Увеличение нагрузки информационно-цифровых технологий, связанной с развитием сферы информационно-коммуникационных технологий и их внедрение в хозяйствственные отношения поставщиков и потребителей продуктов, напрямую зависит от соответствующего уровня инфраструктуры в республике и применения передовых интернет-технологий в экономических процессах. При оценке развития инфраструктуры информационно-коммуникационных технологий большое значение имеет скорость интернета и его доступность, в том числе по стоимости интернет услуг для потребителей. Это условие особенно актуально в настоящее время, когда в условиях карантина и организации дистанционного обучения не все пользователи информационных и цифровых технологий удовлетворены качеством скорости интернета. В последние годы наметилась положительная динамика по ряду показателей, которые очень важны для развития сферы информационно-коммуникационных технологий, хотя вкладываются незначительные инвестиции в данную отрасль.

Поэтому если до 2017 года скорость интернета в республике каждый год повышалась в 2 раза, уже к концу 2018 года скорость интернета повысили в 10 раз – с 120 до 1200 Гбит/с. Хотя стоимость тарифов на интернет-услуги для провайдеров в 2018 году также была сокращена в 10 раз – с 91,5 до 10,11 долл. за 1 Мбит/с, а стоимость услуг интернет провайдеров в 2019 г. составила 8,5 долларов США.

В свою очередь, наблюдается увеличение общей протяженности волоконно-оптических линий связи на начало 2018 года до 24,5 тыс. км, то есть повысилось почти в 2 раза, по сравнению с 2013 годом, когда протяженность оптико-волоконных линий была 12,7 тыс. км.

В Республике Узбекистан также наблюдается расширение сети мобильной связи, причём количество основных станций мобильной связи увеличилось до 22178 (для сравнения в 2017 г. было 18194). Число абонентов мобильной связи в республике в том же году достигло 22,8 млн. и по сравнению с 2015 г. повысилось на 2,7 млн., а число пользователей интернет услугами составило 20 млн., тогда как в 2017 г. число потребителей интернета было всего 14,7 млн. То есть увеличивается как количество абонентов мобильной связи, так и пользователей интернет связи.

Как нам известно, скорость услуг интернета зависит от множество следующих условий:

- числа и вида используемых сетей;
- доступности высокотехнологического оборудования и серверов для интернет-провайдеров;
- покрытия территорий республики оптико-волоконными линиями;
- способности передавать данные в сети;
- постоянного обновления используемого оборудования;
- квалификации и профессионализма других сетевых провайдеров;
- скорости и качества интернет связи;
- развития инфраструктуры.

Проект Концепции развития системы «Электронное правительство» предусматривает увеличение скорости интернет услуг для интернет-провайдеров с 1200 Гбит/с до 4000 Гбит/с в первом полугодии 2021 года, кроме

того, увеличение количества интернет- потребителей на 100 жителей с 40,7 до 78,3 к началу 2025 года.<sup>9</sup>

Внедрение услуг связи, то есть облачных сервисов передовых операторов мобильной связи, это позволит получить доступ к вновь организованной в рамках национальной стратегии «Цифровой Узбекистан - 2030» защищенной телекоммуникационной инфраструктуре, которая будет способствовать оптимизации расходов на организацию каналов связи, систем обработки и хранения информации, кроме того будет обеспечена кибербезопасность и экономическая безопасность всех субъектов.

Задача по развитию цифровой экономики ставит перед государственным управлением в Узбекистане вызовы, специфичные национальному управленческому и регуляторному контексту.

## **Список использованной литературы**

Постановление Президента Ш.М. Мирзиёева «О мерах по ускоренному развитию электронной коммерции» 14.05.2018 г. [www.lex.uz](http://www.lex.uz)

<http://www.review.uz/ru/news/trendi/uzbekistan-otsifroviyvaetsya>

Указ Президента Ш.М. Мирзиёева «О дополнительных мерах по обеспечению дальнейшего развития экономики и повышения эффективности экономической политики» 8.01.2019 г. [www.lex.uz](http://www.lex.uz)

---

<sup>9</sup> <http://www.review.uz/ru/news/trendi/uzbekistan-otsifroviyvaetsya>

# **Электрон тиҷорат ва кичик бизнес**

**Шаҳодат Ваҳобова<sup>1</sup>, Ситора Нормуродова<sup>2</sup>, Атаҳан Артиқов<sup>2</sup>,  
Азамат Тоироев<sup>2</sup>**

*1. Самарқанд ветеринария тиббиёт институти катта ўқитувчиси  
2. Муҳаммад ал - Ҳоразмий номидаги ТАТУ магистр*

**Аннотация.** Ушбу мақолада бугунги қунда ривожланиб бораётган электрон тиҷорат ва унинг корхоналар фаолиятига таъсири, корхоналарнинг электрон тиҷоратдан фойдаланиши ва унга салоҳиятли кадрларнинг етишмовчилиги ва давлат томонидан бу нарсага алоҳида эътибор қаратилаётганлиги тўғрисида фикр билдирилган.

**Калит сўзлар:** Иқтисодиёт, АҚТ, э-маркетинг, э-тиҷорат, ахборот, инновация, (B2C), рақамли иқтисодиёт, ЯИМ, технология, бизнес,

**Key words:** Economics, ICT, E-Marketing, E-Commerce, Information, Innovation, (B2C), digital economy, technology, business,

Маълумки, бизнес фаолияти ва кичик корхоналар бошланғич мослашувчан корхоналар ҳисобланади. Уларда электрон тиҷорат билан шуғулланиши нисбатан осон ва арzon. Аммо йирик корпорациялар электрон тиҷоратнинг барча имкониятларини амалга оширишда қийналадилар. Бундай ташкилот учун маҳсулотни нафақат Интернет орқали сотиш, балки унинг бизнес фалсафасини, шунингдек, ўзи ишлаётган соҳани ўзгартириши керак. Шу сабабли, ташкилотлар ўзларининг номукаммал бизнес жараёнлари ва тизимларини электрон тиҷоратни амалга ошириш учун мослаштиришга ҳаракат қилмоқдалар. Бунда электрон тиҷоратнинг қўплаб муваффақиятсиз ташаббусларини санаб ўтиш мумкин. Масалан, кучсиз, барқарор фаолият олиб бормайдиган, ишлаб чиқариши рақобатга чидамсиз корхоналар электрон тиҷоратдан фойдаланса муваффақият қозона олмайдилар. Бундай мисолларда электрон тиҷоратнинг муваффақиятсизликлар келтириши тайин. Электрон тиҷорат бўйича ҳар қандай ташаббусни амалга оширишдан олдин, ташкилотда талаб қилинадиган муҳит тўғрисида тушунча бўлиши керак. Масалан, электрон тиҷоратни қўллаб-

кувватлайдиган ва ташкилотни бошқарадиган еттига омилни санаб ўтиш мумкин:



**1. Конвергенция** - Электрон тижоратда бизнес ва технологиянинг яқинлашиши, ташкилотни бошқаради. Технология бизнесга имкон яратди ва янги бизнес имкониятларини хам яратади. Раҳбар ва мутахассиснинг анъанавий вазифалари бирлашиб боради ва келажакда фақат битта одамнинг жавобгарлиги бўлади.

**2. Тартибга солиш** - бизнеснинг ички ва ташқи жараёнларини яхшилаш учун доимий равишда таҳлил қилиш керак. Шунингдек, тартибга солиш, ўз навбатида, янги ёки қўшимча инфратузилмани яратишга олиб келадиган янги бизнес-жараёнларни яратишни ҳам ўз ичига олади. Эндиликда ташкилотлар мижозлар, шериклар ва таъминотчиларни алоҳида ажратиб ишлай олмайдилар.

**3. Технологиялардан хабардорлик** - Электрон тижоратдан фойдаланадиган барча ташкилот технологик ишланмалардан хабардор бўлиши керак, чунки бундай ишланмалар янги имкониятларни яратади. Келажакдаги раҳбарлар ўзларининг ташкилотлари ва саноатига таъсир қиласиган бизнес ва технологик жиҳатларни чуқур тушунишлари керак.

**4. Мослашувчан ташкилий тузилма** - Электрон тижорат тез суръатлар билан ривожланмоқда. Бу эса ўзгаришларга тез мослашишни талаб этади. мослашувчан бўлиш учун эса ташкилий тузилма муҳим аҳамиятга эга. Хозирги

кунда ўтмишдаги чизиқли ва функционал ташкилий тузилмалар етарли эмас ва янги тузилмалар, масалан лойиҳа ва матрицани ташкил қилиш тузилмалари талаб қилинади.

**5. Ахборот- бирламчи** - Электрон тижорат анъанавий тижоратдан фарқ қиласи, бунда жисмоний маҳсулот эмас, балки ахборот асосий восита ҳисобланади. Шу сабабли, маълумот тўплаш, сақлаш ва излашга нисбатан агрессив ёндашувга риоя қилиниши керак. Кўпгина ташкилотлар баъзи маълумотларга эга, аммо булар электрон тижоратни амалга оширишда камлик қиласи.

**6. Мижоз-бирламчи** - Электрон тижоратнинг йўналиши номаълум аудитория эмас, балки индивидуал мижозга қаратилган. Баъзан бу массустомизация деб хам аталади, яъни оммавийлар учун мўлжалланган маҳсулотлар ва хизматлар инсонлар учун “қадоқланади”.

**7. Интернет кафолати** - Электрон тижорат жисмоний борликка бўлган эҳтиёжни олиб ташлайди, аммо шу билан бирга “юзи” ва “жойи” камлиги сабабли ишончсизликни келтириб чиқаради. Мижозлар билан дастлабки ишончни ўрнатиш учун анъанавий ташкилотлар жисмоний мавжудликдан фойдаланадилар. Электрон тижоратда бу ҳар доим ҳам мумкин эмас ва шунинг учун бошқача ёндашувни талаб қиласи. Бошланғич ишончга эришишнинг усулларидан бири бу ташкилотни ишончлилик жихатидан текширилишидир. Агар ташкилот юқоридаги омилларни тушунса ва қабул қиласа, у мавжуд шаклидан электрон тижоратга асосланган ташкилотга ўтиши учун электрон тижорат стратегиясини ишлаб чиқиши бошлаши мумкин. Ташкилотни ўзгаришишнинг асосий омили - мукаммал стратегиядир.

Айниқса, бизнесдан истеъмолчига (B2C) моделида электрон тижорат атрофида "хийла"ларни келтириб чиқарилганлиги бу эса кўплаб "ёмон холат" ларга сабаб бўлаётганлиги айтиб ўтилмоқда. Шу сабабли, электрон тижорат билан боғлиқ камчиликларни тахлил қилишда муаммоларни ёритадиган кўплаб тадқиқотлар ўтказилиши ва уларнинг аксарияти хавфсизликка энг муҳим муаммо сифатида қаралиши лозим. Аслида, хавфсизликнинг кўп муаммоларини ҳал қиласиган турли хил технологиялар мавжуд. Аммо, электрон тижоратнинг муваффақиятсизлиги билан боғлиқ асосий муаммо, бу юқори даражадаги бошқарувнинг қўллаб-қувватланмаслиги ёки йўқлигидир. Ва шунингдек, асосий муаммолардан яна бири бу юқори даражадаги менежерлар орасида электрон тижоратни тушунадиган ёки уни ташкил этадиган мутахассисларнинг йўқлиги

деб қаралди. Шунингдек, бунда қилиниши мумкин бўлган асосий ишлардан бири бу “анъанавий” ташкилотларни “электрон тижоратга асосланган ташкилот” га айлантириш учун амалий, юқоридан пастга ёндашувни таклиф қиласди. Таклиф қилинаётган ушбу ёндашув юқори даражадаги раҳбарият томонидан кенгроқ қабул қилиниши ҳам алоҳида эътибога молик. Бизга маълумки, ҳар бир катта ахамиятга эга бўлган ишларни амалга оширилишида унинг қонуний асоси муҳим ахамият касб этади. Ҳар бир амалга оширилиши режалаштирилган янги инновацион лойихалар ва ишлар олдин қонуний асосланади ва унинг фаолият даражаси тадқиқ қилинади.

Мамлакатимизнинг иқтисодий-ижтимоий соҳаларда юқори натижаларга эришиши, жаҳон иқтисодий тизимида тўлақонли шаклланиб бориши учун жамият фаолиятининг барча жабҳаларида ахборот-коммуникация технологияларини жорий этиш, ахборотлашган жамиятни барпо қилиш, глобал Интернетга интеграцияни жадаллаштириш катта ахамият касб этади.

Ахборот (АКТ) технологиялари охирги 30 йил ичидаги жамиятни ўзгартирди. Ҳозирги пайтда технологик ютуқларнинг янги тўлқини янги имкониятлар яратиб, шу билан бир қаторда давлатнинг технологик афзалликлардан фойдаланиш ва технологиялар ривожланишини оқилона назорат қилиш қобилиятини синовдан ўтказмоқда. Ўзбекистонда инновациялар ва АКТ ривожланишига кўмак берадиган экотизим мавжуд эмас. Ҳусусан, технопарклар, бизнес - инкубаторлар, краудфандинг майдончалари ва инновация инфратузилмасининг бошқа зарур таркибий қисмлари ривожланишнинг дастлабки босқичида турибди. АКТдан фойдаланиш ҳам ривожланишнинг дастлабки босқичида турибди: Ўзбекистон АКТ ривожланиши Индекси бўйича рейтингда 95-чи қатордан жой олган<sup>10</sup> Жаҳон иқтисодиётида ахборот-коммуникация технологиялари (АКТ)нинг жадал ривожланиши таъсирида инновацион тизимда ишлайдиган компьютерлар, мобил телефонлар ва интернет технологияларининг пайдо бўлиши хизматлар соҳасининг тубдан ўзгаришига олиб келди. Натижада, ҳозирда рақамли иқтисодиёт ва унга асосланган бошқарув усулларининг амалиётда кенг қўлланилиши жаҳон иқтисодиёти ривожланишининг асосий омилларидан бирига айланди.

<sup>10</sup> <https://uzbekistan2035.uz/wp-content/uploads/2019/05/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%86%D0%B5%D0%BF%D1%86%D0%B8%D1%8F-%D0%A0%D0%B0%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%B8%D1%8F-%D0%A3%D0%B7%D0%B1%D0%B5%D0%BA%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D0%BD-UZB.pdf>

## **Адабиётлар рўйхати**

Электронная коммерция в Узбекистане: состояние, проблемы и пути развития.

Х.У.Рахимова. 2017г.-110 с.

<https://uzbekistan2035.uz/wp-content/uploads/2019/05/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%86%D0%B5%D0%BF%D1%86%D0%B8%D1%8F-%D0%A0%D0%B0%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%B8%D1%8F%D0%A3%D0%B7%D0%B1%D0%B5%D0%BA%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D0%BA-UZB.pdf>

# Таълим тизимида рақамли маркетинг технологияларини шакллантириш

Гулноза Садуллаева

*Тошкент Давлат Иқтисодиёт Университети таянч докторанти*

**Аннотация.** Мақолада олий таълим муассасаларида рақамли технологияларини шакллантиришнинг йўналишлари ва хусусиятлари баён қилинган. Шу билан бирга амалга оширилган ислоҳотлар ва ҳали ечимини кутаётган муоммолар ёритилган.

**Калит сўзлар.** Рақамли технология, рақамли маркетинг, E-MINBAR, булатли технологиялар, электрон университет, QR кодлари.

**Keywords.** Digital technologies, Digital marketing, E-MINBAR, Cloud technologies, Electronic University, QR codes

Шуни ҳам алоҳида таъкидлаб ўтиш лозимки, бутун дунё ва Ўзбекистондаги замонавий иқтисодий шароитлар, глобаллашув ва замонавий технологиялар, ижтимоий-сиёсий омиллар ва ахборот жамиятининг ривожланиши доимий равища рақамли маркетингнинг юритилиш шакли ва методларини такомиллаштиришни талаб қиласи. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёев Олий Мажлис Сенати ва Қонунчилик палатасига Мурожаатномасида “Рақамли иқтисодиёт”га фаол ўтиш – келгуси 5 йилдаги энг устувор вазифаларимиздан бири бўлади деб таъкидланган.(Мирзиёев, 2020 й.)

Рақамли маркетинг (digital marketing) - бу рақамли ахборот коммуникацион технологиялар ва электрон ускуналар ёрдамида мижозлар ва бизнес ҳамкорлар билан ўзаро алоқани таъминлайдиган маркетинг тури ҳисобланади. Одатда рақамли маркетинг тушунчасини кенгроқ маънода, яъни рақамли ахборот ва коммуникация технологияларидан фойдаланган ҳолда маркетинг фаолиятини амалга оширишга нисбатан қўллаймиз. Ўз навбатида, Интернет -маркетинги рақамли маркетингнинг ажралмас қисми ҳисобланади.

Шу ўринда маркетинг (шу жумладан янги маҳсулотлар ва таълим хизматлари, ишлаб чиқариш, молия, харажатларни инобатга олган ҳолда) умумий стратегик ва операцион мақсадларга эришиш учун бозорнинг

эҳтиёжларини ҳисобга олган ҳолда мижозлар ва бизнес шериклар билан ҳамкорликни таъминлайди ва ОТМ нинг бу йўналишдаги ҳаракатларини мувофиқлаштиради. Рақамли технологиялар ва замонавий алоқа усулларининг ривожланиши туфайли рақамли маркетинг ҳам жадал суръатларда тараққий этиб, ўз навбатида унинг қўлланилиш доираси ҳам кенгайиб бормоқда. Шу ўринда электрон қурилмаларнинг сони ва хилма-хиллиги ҳам доимий равишда ўсиб бороятганини ҳам таъкидлаб ўтиш жоиз. Барча турдаги компьютерлар, мобил телефонлар ва смартфонлар, планшетлар, рақамли бюллетеңлар ва интерфаол экранлар, ўйин приставкалари, уй кинотеатрлари ва мусиқа марказлари, навигация тизимлари шулар жумласидандир. Рақамли ахборот-коммуникация технологиялари, шу жумладан тармоқ технологиялари, рақамли телевидение ва радио, мобил алоқа технологиялари, геолокацион технологиялар ҳам параллел тарзда доимий ривожланишда бўлади.

Тешабаев Т.З фикрига кўра, таълимда ахборот ва коммуникация технологиялардан фойдаланиш мамлакат рақобатбардошлигининг тизим ҳосил қилувчи омили сифатида муҳим аҳамиятга эга бўлиши икки ҳолат билан изоҳланади:

- ахборот ва коммуникация технологиялари воситаларидан фойдаланиш кўникмалари, ахборот ва коммуникация саводхонлиги асослари, ахборот оқимлари ва технологияларнинг тезкор алмашиши шароитига мослашиш кўникмаларига эга бўлиши замонавий меҳнат бозорининг асосий талабидир. Айнан мазкур малака ва кўникмалар (билимларни амалиётда қўллай олиш, креатив фикрлаш ва ҳ.к.) таълим жараёнига ушбу воситаларни тўлақонли интеграцияси ҳолатида шаклланади;
- компьютер ва интернет орқали таълим олишнинг (шахсга йўналтирилган) янги шакллари ва усулларини тадқиқ этиш, илмий асосланган рақамли иқтисодиётни ривожлантириш шароитига мос таълим парадигмасини ўзгартириш учун самарали инструментлар ҳисобланади (Тешабоев, 2019 й).

Таълим жараёнига рақамли технологиялар ва замонавий усулларни жорий этиш бўйича қўйидаги тадбирлар амалга оширилади:

- рақамли иқтисодиёт учун юқори малакали муҳандис-техник кадрлар тайёрлаш тизимини ташкил этиш;

- замонавий ахборот-коммуникация технологиялари ва таълим технологияларининг мустаҳкам интеграциясини таъминлаш, бу борада педагог кадрларнинг касбий маҳоратини узлуксиз ривожлантириб бориш учун қўшимча шароитлар яратиш;
- таълим жараёнларини рақамли технологиялар асосида индивидуаллаштириш, масофавий таълим хизматларини ривожлантириш, вебинар, онлайн, «blended learning», «flipped classroom» технологияларини амалиётга кенг жорий этиш;
- замонавий ахборот-коммуникация технологиялари асосида масофавий таълим дастурларини ташкил этиш;
- маъруза ва амалий машғулотлар, семинарларни онлайн кузатиш ва ўзлаштириш имконини берувчи, шунингдек уларни электрон ахборот сакловчиларга юкловчи «E-MINBAR» платформасини амалиётга жорий этиш, таълим жараёнларида «булутли технологиялар» дан фойдаланиш;
- масофадан туриб фойдаланиш имконини берувчи электрон кутубхона тизимини кенг жорий этиш, талабаларнинг олий таълим муассасасида ўқиши тамомлаганларидан сўнг кутубхона фонди, ахборот базаларидан фойдаланишини йўлга қўйиш орқали уларнинг касбий малакасини узлуксиз ошириб бориш имкониятларини кенгайтириш;
- олий таълим муассасаларидан олинадиган турли ҳисббот ва маълумотлар сонини кескин камайтириш, уларни тайёрлашнинг қоғоз шаклидан воз кечиш, бошқарув тизими ва ўқув жараёнлари, кутубхона ва ҳужжатлар айланмасини электронлаштиришни таъминловчи «Электрон университет» платформасига босқичма-босқич ўтиш, таълим жараёни иштирокчилари фаолияти самарадорлигини мониторинг қилишнинг электрон тизимини жорий этиш;
- олий таълим муассасалари педагог ходимлари, бакалавриат, магистратура талабалари ва докторантларига оид маълумотларни ўзида акс эттирувчи ва мунтазам янгиланиб борувчи электрон база (Student Record System) юритилишини йўлга қўйиш асосида унинг миллий тизимини яратиш. (ЎзР.Призидентининг № ПҚ-5847 сонли фармони)

Рақамли маркетингнинг асосий йўналишлари қўйидаги турларни ўз ичига олади:

- Интернетдаги реклама (оммавий ахборот воситалари, алоқа, ижтимоий

тармоқлардаги реклама ва бошқалар);

- қидируд тизимларида реклама (CEO);
- жамоатчилик билан алоқалар: янгиликтар, пресс-релизлар, нашрлар, шарҳлар, рейтинглар, веб-таҳлиллар, веб-конференциялар, веб-каналлар;
- Интернетдаги тадбирлар, мусобақалар, ҳомийлик;
  - савдони ривожлантириш (содиқлик дастурлари ва бошқалар)
- Тўғридан-тўғри маркетинг, электрон почта маркетинги, вирусли маркетинг ва бошқалар.

Рақамли маркетингнинг ташқи тарафдан ривожлантирилиши бошқа бир нечта омиллар билан бир қаторда Интернет-маркетингдан фойдаланиш ва рақамли реклама фаолиятини ривожлантиришда ўз ифодасини топади ва ички тизимни ҳам ривожлантириш билан бирга кечади. Мазкур жараён рақамли технологиялар ёрдамида амалга ошириладиган компаниянинг ички маркетинг бизнес жараёнларини ўз ичига олади.

Республика олий таълим муассасаларида рақамли технологияларни ривожлантиришни чекловчи омилларни эксперт баҳолаш натижалари (сўровнома ТДТУ, ЎзМУ, ТАТУ ва бошқаларда ўтказилди) асосий инфратузилмани кенгайтириш асосида, янги таълим хизматларини ва қўшимча хизматларни илгари суриш орқали харажатларни камайтириш ва самарадорликни ошириш мақсадида IT- инфратузилмасини жадал ривожлантириш зарурлигини кўрсатмоқда

Рақамли технологиялар асосида республикадаги ОТМ ларнинг маркетинг стратегияларини ишлаб чиқиш ва амалиётга жорий қилишда биринчи навбатда дастурий таъминот ҳолати, IT инфратузилмасини ривожлантириш ва Интернет тармоғининг мавжудлиги жуда муҳим ҳисобланади (эксперт баҳолаш ТДТУ ва ЎзМУ мутахассисларининг сұхбати асосида ўтказилди).

Рақамли маркетинг соҳасидаги университетлардаги иш ва хизматларнинг асосий йўналишлари қўйидагилардан иборат:

- стандарт хизматлар (сайтлар, оммавий ахборот воситалари ва контекстли реклама, дизайн, ишлаб чиқариш);
- рақамли таълим муҳитида олий ўқув даргохини ривожлантириш бўйича комплекс стратегияни ишлаб чиқиш (таълим хизматларини баҳолаш, лойиҳалаш ва бозорда илгари суриш ва бошқалар);

- ижтимоий медиа билан ишлаш (ижтимоий тармоқлар, блоглар, форумлар, ихтисослашган соҳаларда реклама ва бошқалар);
- Онлайн / офлайн комбинацияларда тадбирлар, танловлар (стратегия, ишлаш кўрсаткичларини таҳлил қилиш) ташкил қилиш;
- қўшимча хизматлар: QR кодлари, геолокация хизматлари, RFD, Wow қўнғироқлари, виртуал ҳақиқат ва бошқалар.

Бугунги кунда Ўзбекистон таълим тизимида рақамли маркетинг стратегиясини ишлаб чиқишининг ягона йўли танланганича йўқ. Шу сабабли, ОТМларнинг эҳтиёжлари, шунингдек истеъмолчиларнинг талаблари асосида керакли усуллар таъминланиши тавсия килинади. Ҳар бир университет, олий таълим тизимида рақамли маркетингдан фойдаланишнинг ҳақиқий шартлари ва хусусиятларидан келиб чиқиб, ушбу воситалардан қандай фойдаланишни ҳал қиласди

## **Хулоса ва таклифлар**

Шундай қилиб, Республика Олий таълим муассасаларида ИТ-технологияларни жорий этиш биринчи галда ахборот-коммуникация технологияларини инфратузилмасини ривожлантириш ва Интернет тармоғига уланиш имкониятларини кенгайтиришни талаб қиласди, бу эса рақамли маркетинг технологияларидан смарагли фойдаланиш жумладан масофавий таълим технологиялари (e-learning), BI-аналитика, web-сайт CRM-тизими каби рақамли иқтисод дастакларини кўллаш орқали таълим бозорларидағи ОТМлар хатти-харакатини ўзгартиришни талаб қиласди ва бунинг натижасида уларнинг рақобатбардошлигини оширишга имкон яратади.

## **Адабиётлар рўйхати**

- Аюпов Р.Х. , Балтабаева Г.Р. 2018й Ракамли валюталар бозори: инновациялар ва ривожланиш истиқболлари. –Т: Фан ва технология, 172 бет.
- Гулямов С.С.,2018г. Абдуллаев А.М. Иқтисодиётда замонавий ахборот тизимлари ва технологиялари. Т.: ИмпресМедиа
- Генкин А. 2018г. Блокчейн: как это работает и что ждет нас завтра. М.:592 б
- Лапидус Л.В. 2017г Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией. –М.: ИНФРА-М, -281 с

Мирзиёев Ш, 24 январ 2020йил Олий Мажлис Сенати ва Қонунчилик палатасига  
Мурожаатномаси

Поль Виня, Майкл Кейн. 2018г. Эпоха криптовалют.

Тешабаев Т.З, 2019 йил. Олий таълим тизимида инновацион фаолиятни ахборот  
технологиялари асосида бошқаришни такомиллаштириш. Т.: Иқтисодиёт  
фналари доктори (DSc) диссертацияси автореферати ТДИУ,-156.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг № ПҚ-5847 сонли 08.10.2019  
йилдаги “Ўзбекистон Республикаси олий таълим тизимини 2030 йилгача  
ривожлантириш концепциясини тасдиқлаш тўғрисида”ги фармони

Ходиев Б. Ю. 2017г. Цифровая экономика в Узбекистане. //Мировая экономика,  
№12

# **Digital Economy Prospects**

**Abdunabi Shokirov**

*Management Development Institute of Singapore in Tashkent,*

*Year 3 Student, Business Economics*

The digital economy has potential benefits for developing economies. It will provide substantial benefits in terms of innovation and productivity-enhancing access to digital goods and services to automate manufacturing processes, reduce procurement costs and change the supply chains. Declining ICT values promote innovation and development in developing markets with new technology and offer innovative infrastructure for their businesses at affordable prices. This require businesses to compete in global supply chains and to reach consumers directly in international markets only in ways that were already possible in advanced and big companies.

For customers, the benefits is the exposure at affordable pricing to a broader variety of goods and services. It also provides innovative business and job growth opportunities. Governments do benefit from the digital revolution in so far as they have access to technologies to facilitate the provision of quality and more reliable public services, strengthen infrastructure, assess policies and ultimately achieve better outcomes. Competition regulations must now be taken into a new age in order to face the burden of limiting oligopolies and monopolies and defending consumer interests. As development and application creators, executives achieve the most benefits of the new era, there should be ample space for policy enforcement.

The development of these policies at the high level of politics – to be implemented later on – will decide the effectiveness of potential efforts to allow channels to be developed. When emerging developments are being addressed, latecomers will need to be interested in a constructive, agile and insightful way to learn how to explore and achieve advantages in these environments. To that end, politicians will formulate strategies from the outset, playing with them, tracking them, reviewing them, be constructive and collaborate.

Finally, the approach could be much easier if the government, industry and staff align their priorities and collaborate in the policy formulation and execution, as

indicated by some expertise in economic growth. More should be achieved in the developing countries to grow and extend the position of the digital economy. The greater the likely result, the more this project is rooted in the core values of wealth formation in the 21st century.

# Prospects for the Development of Start-Ups in Uzbekistan

**Mukhtasarkhon Abdurakhmanova**

*Namangan Institute of Engineering and Technology*

**Abstract.** This article provides a description of start-up projects, the introduction of start-ups in Uzbekistan, and practical reforms in the development of start-ups. There are scientific suggestions for further development of start-ups.

**Key words:** Start-up, business, entrepreneurship, employment, survey, technology, respondent, innovative idea, project model, Demo Day, mobile application.

“Start up” literally means “the beginning of the process” when translated from English. Start up is a non-traditional, fast-growing, innovative, fast-paced, problem-solving business model that can be in any type of business, only in a way that is more positive, creative, and in a style not previously used in the market (of course, legally) in the provision of goods or services. The basis for it is its relevance and originality, which is multiplied by the idea, execution and funding. Ultimately, this business can ensure the success of the project. Usually, start-up projects are successful within 3 to 6 months, or the project proves to be a failure.

What to do to become a start-uper? To do this, you need to determine in which area you want to create a start up. For example, you need to determine whether it is a site, a program, or some other area. And you need an idea and a goal as well.

**Object and methods of research.** The research used systematic and factor analysis, comparative and structural analysis, statistical grouping, inductive and deductive, monographic observation, expert evaluation, abstract reasoning and other methods.

**U-Report in cooperation with the Ministry of Innovative Development of the Republic of Uzbekistan.** The survey was conducted to explore understanding of start-up projects, in what areas people would like to develop their start-up projects, and their views on the impact of start-up projects on innovation and economic development in the country. More than 8,800 respondents took part in the survey.

According to the results of the survey:

68% of respondents did not have a clear idea about startup projects, 22% of them said they had difficulty answering, while the rest chose different options that did not meet startup criteria.

Uzbekistan is carrying out a number of practical reforms to develop start-ups. In a video conference with young people on December 27, 2019, the President of the Republic of Uzbekistan also gave the necessary instructions to hold a competition for the best 20 start-up projects in the country to support youth start-ups. This means that the development of start-ups is given priority at the state level. Another practical reform to support youth start-ups is the Start-up initiatives program. The United Nations Development Program (UNDP) has been working with a wide range of national partners since 2016. Innovative Ideas and Intensive Startup Project Support Program for young people to share their innovative ideas and startup projects in collaboration with partner organizations to create their own startups and develop their knowledge and skills in the field of entrepreneurship. In 2019, this program was organized in cooperation with the Ministry of Employment and Labor Relations, the Youth Union of Uzbekistan, the Chamber of Commerce and Industry of Uzbekistan and the IT Park.

The program is designed for 3 months and is implemented in the following stages:

The first stage is the educational phase, which includes seminars, master classes, and roundtables with the participation of experts from the region. At this stage, you can gain a basic knowledge of the methodology and tools for developing a Start-up project. In addition, program participants will have the opportunity to get acquainted with successful practices, better understand the market, evaluate their projects, identify errors and shortcomings in the project, and create a project goal and action plan for the near future.

In the second stage, an experienced tracker is attached to each project. By working together, market research, confirming the value of the project, identifying the target audience, and forming a business model using a weigh-in card. At the end of this phase, teams that fail to confirm the value of their projects will be forced to complete the support program.

The third stage is dedicated to developing a minimum worker (vital) project model (MVP) and creating an optimal value proposition. At this stage, tests are also conducted to determine customer engagement, activation and sales strategies, establish

relationships with potential partners, project dimensions, conversion and financial performance.

The finalists will present their projects to investors and experts during the final Demo Day. Specialists with successful start-up projects in Uzbekistan are involved in the program as experienced experts.

Alisher Yusupov - Founder of Brand.uz, Water Solutions Innovation Lab, StartupFactory.uz projects.

Aziz Rakhimov is one of the founders of Click.uz.

Akmal Payziyev is the founder of the MyTaxi project.

As the program makes a significant contribution to the support of youth start-ups in Uzbekistan, it has managed to unite around itself in a short period of time. The following table shows the program statistics. Another unique aspect of the program is the focus on startups offered by the girls' team. One of the main goals of the program is to provide employment for women and attract them to new technologies in the field of IT.

	2016	2017	2018	2019	Jami
The number of applications	308	419	510	657	1594
University students applications	36	57	67	71	231
The number of Participants (girls)	772/117	1067/143	1253/220	1610/355	4702/835
The number of selected projects (girls)	33/8	40/5	97/22	178/34	342/69
The number of participants(girls)	60/18	82/14	250/47	421/83	813/162
The number of projects in Final stage (girls project)	13/5	19/1	18/6	27/6	76/18
The number of participants(girls)	30/14	39/7	64/9	64/9	217/55
New Created job opportunites	4/2	12/4	14/5	20/8	50/19

Source: <https://www.facebook.com/startupuzb/>

From the table above, the number of projects applying to participate in the program has doubled in 3 years. The interest of university students has also doubled. Overall, the program has brought together nearly five-thousand (5,000) young people interested in start-ups over a three-year period. The fact that about one-thousand (1,000) girls have applied to participate means that the development of start-up projects in Uzbekistan is also gaining popularity among girls.

The projects that reached the finals of the Start-Up Initiatives 2019 program offered high-demand products and services in areas such as medicine, education, services, and IT. In particular, StomaCRM -is a project aimed at automating the work process in dental clinics. Mammo Cancer- is an AI mobile application that performs color analysis using artificial intelligence. Vegan- A project that prepares and delivers food for vegans. In addition, start-up projects that create a new business model with a creative approach to existing business models were also highly evaluated by a group of experts, who gave the necessary instructions for their further development.

On March 3, 2020, the DemoDay ceremony of the final participant projects of the Start-up Initiatives-2019 program was held in Tashkent. The 5 best projects received financial incentives in the amount of 50 million soums.

The development of start-ups in Uzbekistan will have a positive impact on the economy. Because the current policy of our country includes such important areas as supporting youth entrepreneurship, creating new jobs, providing employment for women. Another advantage of the start-up business model is that it does not require additional funds to expand its coverage and the initial capital is not high. Given that start-up projects are aimed at developing new innovative technologies, these projects are one of the best opportunities for innovative development of our country.

## References

Eric Ries “The Lean start-up”- Crown Publishing Group 2011-yil.

Stive Blank. “Стартап. Настольная книга основателя”

[www.norma.uz/bizning\\_sharhlar/startap\\_nima\\_degani\\_va\\_u\\_nima\\_uchun\\_kerak](http://www.norma.uz/bizning_sharhlar/startap_nima_degani_va_u_nima_uchun_kerak)

U-report survey <https://mininnovation.uz/oz/news/1809>

32th item of the statement No.58 of the video conference held with the youth of the country on December 27,2019 under the Chairmanship of the President of the Republic of Uzbekistan Sh.M.Mirziyoyev

<https://yoshlarakademiysi.uz/>

[https://www.uz.undp.org/content/uzbekistan/en/home/presscenter/articles/2019/09/24/\\_startup-initiatives-programme--your-gateway-to-success.html](https://www.uz.undp.org/content/uzbekistan/en/home/presscenter/articles/2019/09/24/_startup-initiatives-programme--your-gateway-to-success.html)

<https://www.facebook.com/startupuzb/>

# Трансформация финансово-банковской системы в цифровой экономике

**Бахтинур Мухамедов**

*Ташкентский финансовый институт, ассистент кафедры  
«Оценочное дело и инвестиции»*

**Аннотация.** В этой статье рассматриваются трансформация финансово-банковской системы в цифровой экономике, ключевые области для улучшения модели цифрового банкинга, шаги, необходимые для разработки удаленных банковских и онлайн-сервисов, которые рекомендованы клиенту, показано преимущество цифрового банкинга.

**Ключевые слова:** CRM -управление взаимоотношениями с клиентами, цифровой банкинг, криптовалюты.

**Keywords:** CRM-customer relationship management, digital banking, cryptocurrencies.

Сегодня мировая финансовая и банковская система претерпевает революционные изменения, в первую очередь, из-за быстрого роста доли рынка элементов цифровой экономики, таких как электронные платежные системы, и посредническое кредитование. Прежде всего, наблюдается быстрый рост мобильных платежей и однорангового кредитования (P2P). Хорошо известно, что в отличие от традиционных отраслей рыночная стоимость интернет-компаний не имеет материальной основы, и чем больше полезной информации собирает компания, тем дешевле она производит продукт (или услугу). В настоящее время число цифровых банков и финансовых учреждений, не имеющих собственных офисов и банкоматов, быстро растет.

Ключевые концепции цифрового банкинга включают: ориентацию на клиента, переход от концепции консорциума к цифровому банкингу, развитие CRM (управление взаимоотношениями с клиентами), повышение доверия клиентов, персонализацию предложений и мобильность. Цифровые банковские услуги наблюдаются в доступе ко всем сферам жизни современных людей, в первую очередь, к мобильным устройствам, социальным сетям,

информационным сервисам, электронной коммерции и другим. Цифровой банкинг предлагает своим клиентам широкий спектр цифровых продуктов и услуг с использованием цифровых каналов. Такая банковская инфраструктура оптимизирована для цифровых коммуникаций и еще не готова к быстрому обмену цифровыми технологиями. Основными задачами таких банков являются оперативное информирование клиента о состоянии счетов и транзакций, поиск ближайшего отделения банка, банкомата, обменного пункта или киоска. Кроме того, цифровой банкинг должен предоставлять своим клиентам онлайн-сервис, который позволяет им работать на всех платформах и ориентироваться на мобильные устройства. Вот семь ключевых областей для улучшения модели цифрового банкинга:

- всенаправленный и упрощенный пользовательский сервис;
- разработка новых методов и инструментов управления информацией;
- использование открытой системы API;
- сотрудничество и конкуренция с финансовыми и техническими компаниями;
- развитие мобильных платежей;
- разработка и внедрение стратегии управления инновациями в банковском секторе;
- внедрение инновационного регулирования деятельности.

Полный переход на цифровые услуги принесет пользу не только банкам, но и потребителям, которые смогут быстро и удобно пользоваться различными банковскими услугами (например, снижение затрат, доступ к связи, гибкость, лучше зная клиента). В банковской системе Республики активно внедряются инновационные технологии, основанные на современном программном и аппаратном обеспечении ИКТ.

Доля клиентов, которые регулярно пользуются услугами удаленного банковского обслуживания в стране, неуклонно растет. Низкий уровень финансовой грамотности и отсутствие доверия к безналичным платежам препятствуют быстрому распространению цифровых банковских услуг. Следует также отметить, что переход банков на цифровые услуги является долгосрочным и дорогостоящим процессом, требующим активной поддержки со стороны акционеров, выделения больших сумм денег. В настоящее время банки

предлагают своим клиентам широкий спектр онлайн- и дистанционных банковских услуг.

В частности, Национальный банк Республики Узбекистан предлагает своим клиентам следующие онлайн-услуги:

1. уведомление о банковских операциях с помощью SMS;
2. уведомление о действиях, предпринятых по электронной почте;
3. организация персонального IVR-кабинета для клиентов.

Практика предоставления удаленных банковских услуг и онлайн-услуг клиентам показывает, что местные банки предлагают ограниченный тип онлайн-услуг, и процесс популяризации банковской деятельности в ответ на потребительский спрос очень медленный. Если бы местные банки предоставляли различные финансовые услуги по цифровым каналам, потребители могли бы пользоваться банковскими услугами в любое время и в любом месте. Клиентам рекомендуется предпринять следующие шаги для разработки удаленных банковских и онлайн-сервисов:

1. сокращение расстояния между банками и потребителями с помощью новых технологий;
2. организация и развитие банковских услуг на основе регулярных консультаций, работа с клиентами в интерактивном режиме;
3. разработка и внедрение отношений сотрудничества между традиционными банками и профессиональными организациями по внедрению цифровых технологий;
4. привлечение клиентов к использованию новых цифровых технологий в банковских операциях.

Мы считаем, что в целях повышения ресурсного потенциала банковской системы республики и создания благоприятных условий для развития «цифрового банкинга» целесообразно активизировать реформы в следующих областях:

- постепенно уменьшить монопольное влияние государства на банковский сектор страны и обеспечить независимость коммерческих банков как рыночных институтов;
- активное привлечение иностранного капитала в банковскую систему страны, стимулирование открытия филиалов различных типов иностранных банков;

- широкое использование современных цифровых информационных технологий в банковской системе, повышение качества и скорости интернета, дальнейшее развитие банковской инфраструктуры;
- обеспечение свободной конкуренции между коммерческими банками, создание конкурентной среды на финансовом рынке посредством развития небанковских кредитных организаций;
- дальнейшее совершенствование системы подготовки и переподготовки программистов и финансистов, обладающих современными знаниями, для работы в цифровой экономике, что является важным фактором формирования системы «цифрового банкинга».

## **Список использованной литературы**

Гулямов С.С. ва бошқалар. Рақамли иқтисодиётда блокчейн технологиялари. Т.: “Иқтисод Молия” нашриёти, 2019. 386 бет.

Гаврилов Л. П. Электронная коммерция: учебник и практикум для вузов / 3-э изд., доп. Москва : Издательство Юрайт, 2019. -477 с.

Ilxamova Yo., Jumaniyazova M., Azizova M., Djamalova G. E-COMMERCE - IN THE ECONOMY OF THE WORLD AND UZBEKISTAN. International Journal of Advanced Science and Technology Vol. 28, No. 14, (2019), pp.49-54.[ЭЛЕКТРОННЫЙ РЕСУРС]/

<https://iceiee.org/index.php/testmagzine/article/view/213>

Ганиева И.А., Бобров Н.Е. Цифровые платформы в сельском хозяйстве России: правовой аспект внедрения. [ЭЛЕКТРОННЫЙ РЕСУРС]/ DOI:10.24411/0235-2451-2019-10918- Дата доступа: 21.02.2020.

Постановление Президента РУ ПП-3832 «О мерах по развитию цифровой экономики в Республики Узбекистан», 2 июля 2018 года. [ЭЛЕКТРОННЫЙ РЕСУРС] / [www.lex.uz](http://www.lex.uz) – Дата доступа:

Ilxamova Yo., Jumaniyozova M., Azizova M., Djamalova G. E-commerce - in the Economy of the world and Uzbekistan. TEST Engineering & Management. 2019/12/9. pp 1510-1514. [ЭЛЕКТРОННЫЙ РЕСУРС]/

<https://iceiee.org/index.php/testmagzine/article/view/213>

# **Issues of Accounting for Liabilities in the Digital Economy**

**Abdugafur Ibragimov<sup>1</sup>, Farhodjan Achilov<sup>2</sup>,  
Habibulla Ruziev<sup>3</sup>**

- 1. Banking and Finance Academy of the Republic of Uzbekistan, professor of the Department of "Accounting, analysis and audit"*
- 2. Tashkent financial Institute, teacher of the Department of "Audit and economic analysis"*
- 3. Banking and Finance Academy of the Republic of Uzbekistan, Master student*

**Abstract:** The article examines the organization of accounting for passive operations. We have studied ways to organize the accounting of liabilities in banks, as well as conclusions and recommendations for its improvement

**Keywords:** accounting for liabilities, overdue liabilities, accounts receivable and creditor indebtedness, liability analysis, resources.

In the context of implementing the digital economy of the Republic of Uzbekistan, it is important to attract funds in the activities of the subject. Since the digital economy is used to determine the sources that are temporarily used in the banking sector. Such is the passive operations of the banking sector. In a market economy, the organization of accounting liabilities in joint-stock commercial banks has its own characteristics. According to the provisions of the conceptual framework for financial reporting, in the system of International financial reporting standards (IFRS), financial statements reflect the financial condition and financial results for a certain period, capital and cash flows that affect transactions and other events by combining them into sections according to their economic characteristics. The elements of financial statements that are directly related to the assessment of the financial position in the balance sheet are assets, liabilities and equity. «The elements directly related to the measurement of performance in the income statement are income and expenses. it consists of the following elements: liabilities, assets, capital, income

and expenses, which are the basic elements that characterize the financial position of economic entities in the balance sheet». Based on this, we need to define the concepts of some of the elements that are called liabilities. In this matter, according to prof. Ibragimov A. K. «A liability is an existing liability of an economic entity arising from past events, the settlement of which is expected to result in the retirement of resources containing economic benefits from the organization». From this, it can be said that a liability is recognized if its valuation can be reliably determined and it is probable that future economic benefits will decrease as a result of its repayment. Based on this, we can say that these are sources that are used temporarily free of charge, until the maturity date. In this issue, it is important to consider the risks that arise in connection with overdue receivables and payables that affect the financial position of the business entity.

In our opinion, this statement is based on the fact that the latest inventions and innovations in the financial field were caused by an urgent need to cover currency and interest rate risks, as well as to create opportunities for developing better financial strategies.

According to the international financial reporting standard liabilities are maintained in the following standards.

**Table №1. Analysis of international standards for liabilities**

№	Number of standards	Name of standards	Questions about content	Date of entry into force
1.	IAS 0	Conceptual framework for financial reporting	Procedures for accounting for the recognition of liabilities and the procedure for their assessment and recognition of liabilities	01.01.1977
2.	IAS 12	Profit tax	Порядок учета налог на прибыль, он рассматривает текущих и будущих налоговых последствий, налогов на прибыль в финансовой отчетности	01.01.1981
3.	<u>IFRS 16</u>	Lease	Accounting policies and procedures for disclosing financial and operating leases	01.01.2019
4.	IAS 19	Employee benefit	Account and disclosure of employee remuneration information	01.01.1985

5.	IAS 37	Reserves, contingent liabilities and contingent assets	Accounting for reserves contingent assets and contingent liabilities	01.01.1999
----	--------	--------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------	------------

This table shows the standards used in accounting for liabilities. IAS 12 «Profit tax» shows the accounting procedure for income tax, considers current and future tax consequences, income taxes in the financial statements. Thus, these standards specify the accounting treatment of certain issues related to accounting for liabilities. So it seemed quite obvious: if the purchased goods are not paid for, or a loan is received, or wages are accrued – then the economic entities have accounts creditor indebtedness.

**Table №2. Grouping of long-term and current liabilities in joint-Stock commercial Bank Agrobank of Uzbekistan<sup>11</sup>**

*In thousands of UZS*

№	Liabilities	31	December	31	December	1	January	2017.
		2018.		2017		restated		
1.	Due to other banks	535,294,398		62,575,736		731,128,978		
2.	Customer accounts	3,002,045,403		1,915,459,201		2,033,525,925		
3.	Debt securities in issue	97,603,731		134,100,529		144,263,906		
4.	Other borrowed funds	4,483,191,737		1,113,001,268		484,551,885		
5.	Other liabilities	35,921,603		355,225,720		26,663,341		
6.	Current income tax liabilities	9,718,498		9,694,151		2,066,192		
7.	Liabilities of a subsidiary acquired with a view to resale	0,00		- 389,609		0,00		
	TOTAL LIABILITIES	8,163,775,370		3,590,446,214		3,422,200,227		

Based on the table, it can be seen that the amount of liabilities in Agrobank in the last analyzed year is 8,163,775,370 thousand UZS, which is an increase of the previous year is 4,573,329,156 thousand UZS. Mainly affected by changes in the following types of liabilities changes in customer funds the amount of 1,086,586,202 thousand UZS. In addition, the other main factor is other borrowed funds, which changed in the current year the amount of 3,370,190,469 thousand UZS. Accounting

<sup>11</sup> The calculation is based on the data of the financial report of JSCB AgroBank RU.

in the banking sector is based on the "Chart of accounts for accounting in commercial banks". According to the accounting chart of accounts liabilities to the group account 20000 " Liabilities " for the maturity period are divided into the following groups:

- 20200- «Demand deposits»;
- 20400- «Saving deposits»;
- 20600- «Term deposits»;
- 20800- «For payment to the Central Bank of the Republic of Uzbekistan»;
- 21400- «Outstanding Bank acceptances»;
- 21600- «Short-term loans payable» and etc.

In addition, in commercial banks of the Republic of Uzbekistan, obligations are maintained in the following sections 22000 "long-Term loans payable", 23200 "Clearing transactions", 29800 "Other obligations" where the debt in this group is taken into account. In our opinion, analytical accounting for these accounts should be organized for each type of obligations and terms of collection. Based on the above, we can conclude that the complexity of solving this problem is caused by the fact that for many years in the Republic of Uzbekistan, obligations and their accounting in commercial banks have not been studied taking into account market relations. The main theoretical approaches to obligations and their identification features have not been resolved, and the accounting model for accounting and immunization of obligations, their accrual and repayment has not been developed.

## References

- International Financial Reporting Standards. Moscow: Askeri 2019.1024p.
- Ibragimov. A.K., Hasanov B. A., Rizaev N. K. Financial and Management Accounting. Tashkent: Economy-Finance, 2018. 342p.
- The Law of Accounting in the Republic of Uzbekistan New Edition. Tashkent. // Lex.uz
- Chart of accounts for accounting in commercial banks. (new edition). Tashkent: // Lex.uz
- Ibragimov A.K. Umarov Z.A., Khatamov K.R., Rizaev N.K. International Financial Reporting Standards in Commercial Banks. Tashkent. :Economy-Finance, 2019. 305p.

# Сравнение технологий обнаружения и верификации лица

**Е.Куламкадыр, Т.Картбаев, Б.Молдабеков**

*Алматинский университет энергетики и связи*

**Аннотация.** Статья посвящена вопросам обнаружения лиц и идентификации личности. Для сравнения и реализации были выбраны методы на основе гистограмм ориентированных градиентов, каскада регрессоров, нейронных сетей. Реализована программа для обнаружения лица (HOG, DLIB, MTCNN) и верификации человека на фотографии с помощью библиотек DLIB, MTCNN. Целью исследования является сравнение технологии обнаружения лиц с использованием и без использования нейронных сетей.

**Ключевые слова:** биометрия, искусственные нейронные сети, аутентификация личности, идентификация личности, DLIB, HOG, MTCNN.

**Keywords:** biometrics, artificial neural networks, face identification, face verification, DLIB, HOG, MTCNN.

В последнее время системы идентификации человека становятся все более популярными (например, для доступа к персональному компьютеру, смартфону или в сфере безопасности различных учреждений). Одной из основных является система идентификации на основе изображения лица. К преимуществам этой системы относятся простота и мобильность оборудования, а также массовая идентификация.

Существует множество методов и алгоритмов решения проблемы распознавания лиц.

Сверточная нейронная сеть – это специальная архитектура искусственных нейронных сетей, предложенная Яном Лекуном в 1988 году и нацеленная на эффективную работу с изображениями.

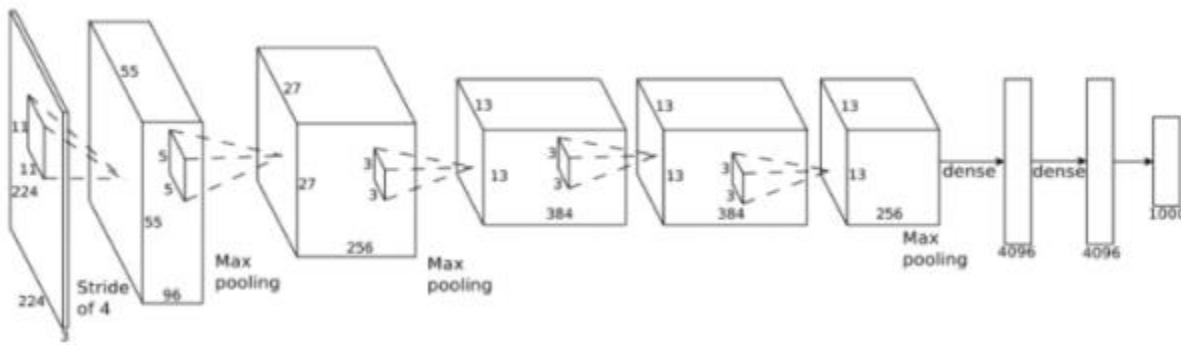


Рис. 1. Архитектура сверточной нейронной сети

Сверточная нейронная сеть (рисунок 1) состоит из чередующихся между собой сверточных слоев (англ. convolutional) и субдискретизирующих слоев (англ. pooling). Первые действуют на входное изображение набором фильтров (ядер), такой процесс называется сверткой. После чего субдискретизирующие слои уменьшают размерность получившегося выхода сверточного слоя. Выходы сверточных и субдискретизирующих слоев называются картой признаков (англ. feature map). Карта признаков показывает, насколько входное изображение похоже на то или иное ядро. Название архитектура сети получила из-за наличия операции свёртки, суть которой в том, что каждый фрагмент изображения умножается на матрицу (ядро) свёртки поэлементно, а результат суммируется и записывается в аналогичную позицию выходного изображения.

Для решения задачи верификации была использована сверточная нейронная сеть, а именно предварительно обученная нейронная сеть ResNet. Данный метод был реализован с помощью библиотеки DLIB.

Для сравнения скорости возьмем еще одну технологию распознавания лица - модель MTCNN-Tensorflow.

Для тестирования была выбрана фотография размером 500x500. Программа написана на языке Python и была запущена на процессорах Intel Core i5-2430M (2.4 GHz) и Intel Core i7-4790 (2.6 GHz). Точное время выполнения может отличаться в зависимости от настроек компьютера и размера изображения.

```
Время выполнения (В среднем за 5 повторений) (в секундах)
mtcnn : 4.094
DLIB: 4.765
HOG : 0.606
PRESS ENTER TO CONTINUE.
```

Рис. 2. Время выполнения программы за 5 повторений  
(Intel Core i5-2430M (2.4 GHz))

```
Время выполнения (В среднем за 5 повторений) (в секундах)
mtcnn : 1.643
DLIB: 1.445
HOG : 0.178
PRESS ENTER TO CONTINUE.
```

Рис. 2. Время выполнения программы за 5 повторений  
(Intel Core i7-4790 (2.6 GHz))

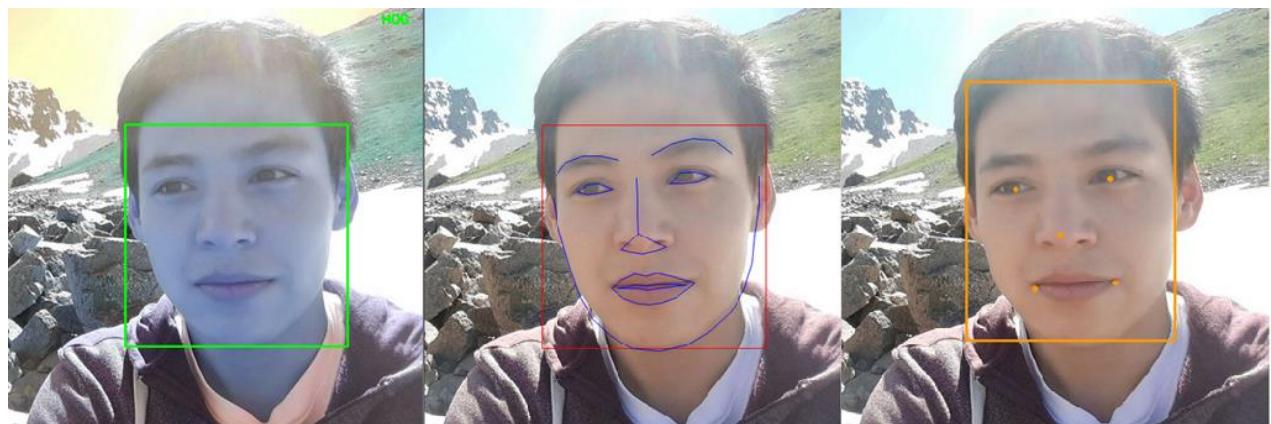


Рис. 3. Обнаружение лица с помощью разных методов (HOG, DLIB, MTCNN)

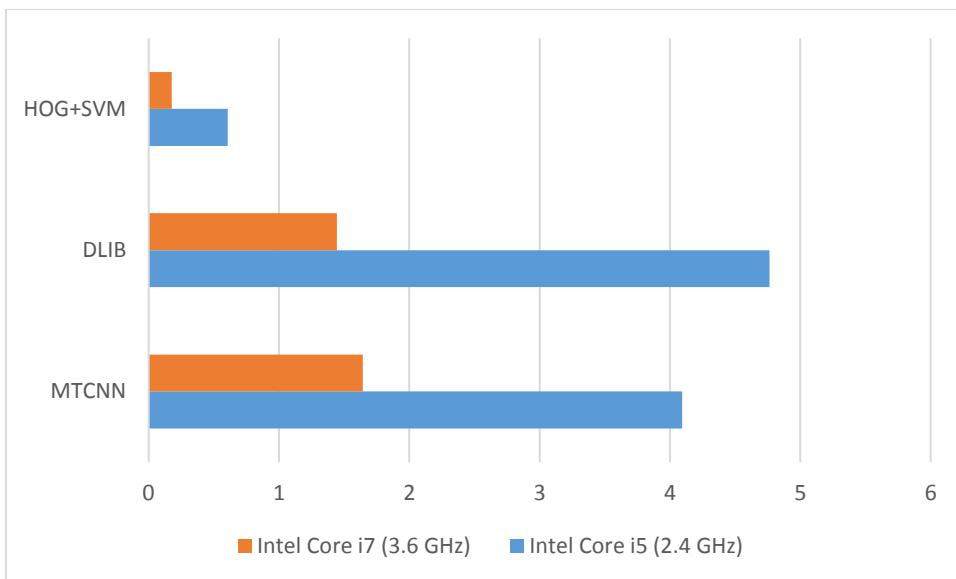


Рис. 4. Время обнаружения лица

DLIB использует модифицированный вариант сети ResNet34. Эта сеть выдает дескрипторы из 128 чисел. Сеть обучена специальным образом так, чтобы дескрипторы фотографий одного человека находились рядом друг с другом, а дескрипторы фотографий разных людей - далеко друг от друга.

Facenet использует методы для непосредственного сопоставления черт лица со 128 измерениями числовых данных, которые однозначно определяют лицо, и его можно сравнить с другими лицами, используя евклидово расстояние по следующей формуле:

$$d(p, q) = d(q, p) = \sqrt{(q_1 - p_1)^2 + (q_2 - p_2)^2 + \dots + (q_n - p_n)^2} = \sqrt{\sum_{i=1}^n (q_i - p_i)^2}$$

Если значение Евклидова расстояния между дескрипторами меньше 0.6 для DLIB и 1.0 для MTCNN-Tensorflow, то считается, что на фотографиях один и тот же человек.

Если извлекать дескриптор из фотографии повернутого лица, он может сильно отличаться от дескриптора фотографии лица в фас. Чтобы решить эту проблему, DLIB и MTCNN используют афинное преобразование фотографии с использованием ключевых точек. Производится перенос ключевых точек в

такую позицию, как будто бы человек смотрит прямо в камеру. Дескрипторы извлекаются только после афинного преобразования изображения.

```
Detection 0: Left: 191 Top: 118 Right: 414 Bottom: 341
Евклидово расстояние: 0.549909804984863
Execution Time (in seconds) :
DLIB : 4.19
PRESS ENTER TO CONTINUE.
```

```
Detection 0: Left: 117 Top: 192 Right: 340 Bottom: 415
Евклидово расстояние: 0.4709213013590001
Execution Time (in seconds) :
DLIB : 2.43
PRESS ENTER TO CONTINUE.
```

Рис. 5. Время выполнения программы распознавания человека с помощью DLIB

```
C:\Python36\python.exe C:/Users/Elnur/PycharmProject
Model filename: 20170512-110547/20170512-110547.pb
distance = 0.85214186
Result = same person
Execution Time (in seconds) :
mtcnn : 9.07
```

```
D:\Elnur\Python\Python36\python.exe D:/Elnur/Python
2019-04-05 14:08:43.509585: I T:\src\github\tensorf
Model filename: 20170512-110547/20170512-110547.pb
distance = 0.85214186
Result = same person
Execution Time (in seconds) :
mtcnn : 4.57
```

Рис. 6. Время выполнения распознавания человека с помощью MTCNN

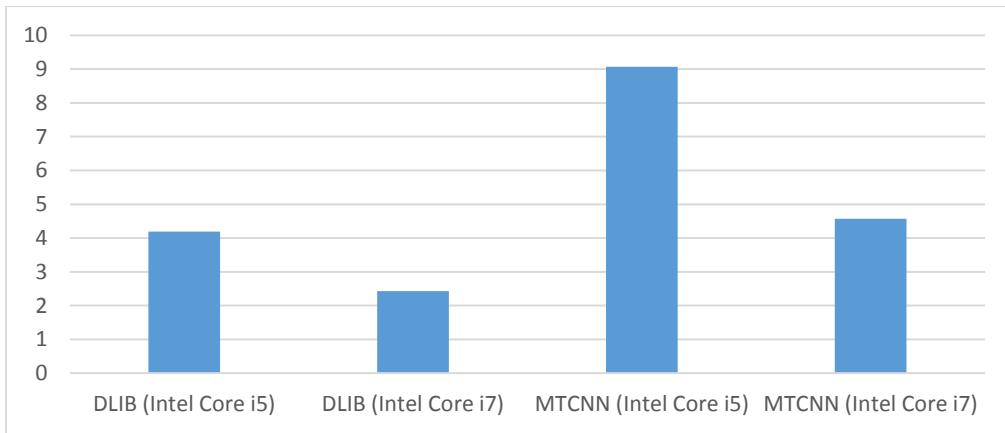


Рис. 7. Время распознавания человека

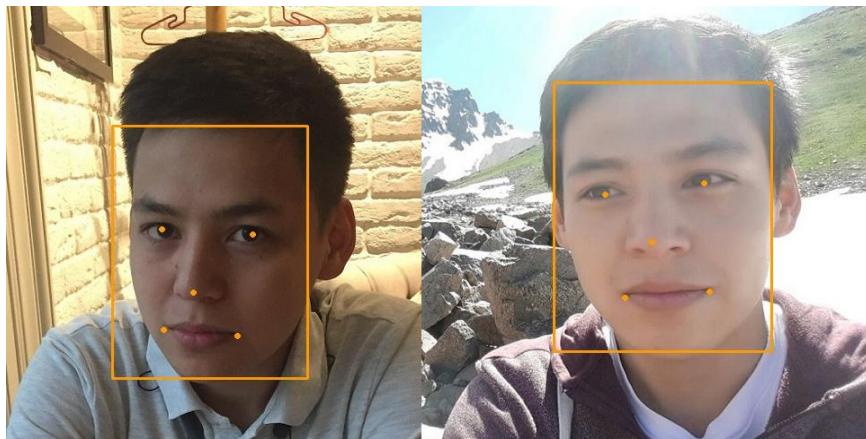


Рис. 8. Отображение ключевых точек на изображениях (MTCNN-Tensorflow)

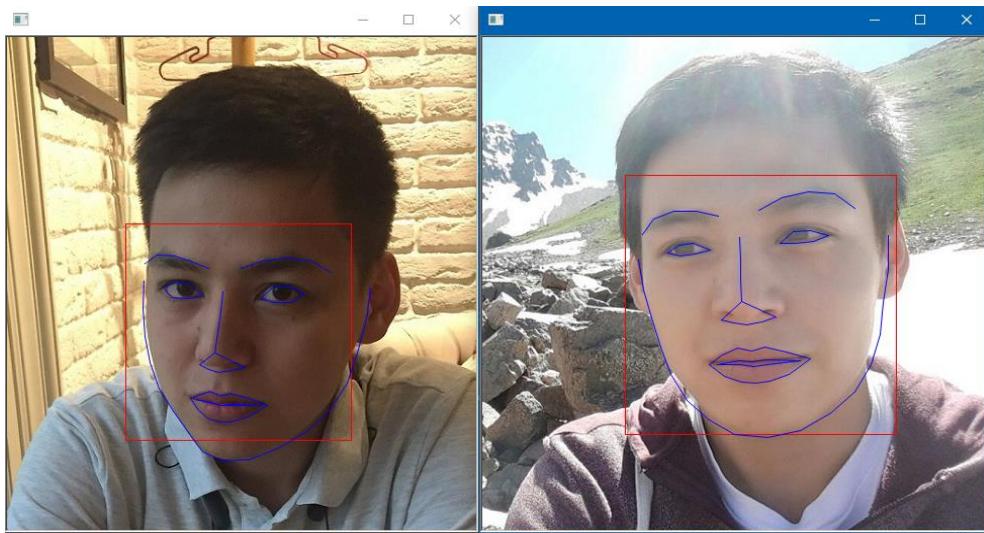


Рис. 9. Отображение ключевых точек на изображениях (DLIB)

В данной статье были рассмотрены детекторы лица на основе CNN от DLIB и Tensorflow и сравнены результаты с широко используемым детектором лица на основе HOG + SVM. Как было отмечено, детектор на основе HOG не обнаруживает лица под непрямым углом. Для обнаружения лица на фотографии человек должен смотреть прямо в камеру. В то время как детектор на основе CNN действительно хорошо работает для нефронтальных фотографий. К сожалению, детектор на основе CNN имеет большой вычислительный объем и для достижения скоростных решений требуется более мощные ресурсы.

## Список использованной литературы

LeCun Y., Boser B., Denker J., Henderson D., Howard R., Hubbard W., Jackel L.

Backpropagation applied to handwritten zip code recognition // Интернет-ресурс. - Режим доступа: <http://ieeexplore.ieee.org/document/6795724/>

DLIB C++ Library // Интернет-ресурс. - Режим доступа: <http://dlib.net>

Euclidean distance // Интернет-ресурс. - Режим доступа:

[https://en.wikipedia.org/wiki/Euclidean\\_distance](https://en.wikipedia.org/wiki/Euclidean_distance)

Affine transformation // Интернет-ресурс. - Режим доступа: [https://en.wikipedia.org/wiki/Affine\\_transformation](https://en.wikipedia.org/wiki/Affine_transformation)

# **Цифровое пространство в Республике Беларусь: социальные последствия и перспективы распространения цифровых практик**

**Людмила Галич**

*доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин исторического факультета Белорусского государственного педагогического университета имени Максима Танка, кандидат социологических наук, доцент*

**Аннотация:** целью данной статьи является определение социальных последствий и перспектив распространения цифровых практик в современном информационном обществе. Представлены социальные предпосылки теоретико-методологических и эмпирических исследований цифровых практик в обществе. Выявлены потенциальные социальные риски, связанные с распространением цифрового взаимодействия в обществе.

**Ключевые слова:** цифровая реальность, цифровые практики, социальные риски, цифровое неравенство

**Keywords:** digital reality, digital practices, social risks, digital inequality

Необходимость изучения социальных последствий и перспектив распространения цифровых практик в современном обществе обусловлено, прежде всего, трансформацией белорусского общества в информационное пространство, которое связано со стремительным проникновением во все сферы человеческой жизнедеятельности новых информационно-коммуникационных технологий. Президентом Республики Беларусь А.Г. Лукашенко было отмечено, что цифровая трансформация экономики является одним из ключевых приоритетов развития белорусского общества и государства, а масштабные изменения в нашей стране стартовали с принятием сначала Декрета № 8, а позже программы по развитию цифровой экономики. Так, Республика Беларусь взяла уверенный курс на цифровизацию, который предполагает, что ИТ-технологии должны стать одной из главных составляющих новой экономической модели.

Таким образом, ИКТ начинают занимать нишу мощного фактора преобразования социальной активности и взаимодействия в информационно-цифровую сферу, что сопровождается появлением в обществе новых цифровых практик, имеющих масштабные позитивные и негативные последствия. Наряду с этим, процесс информатизации неравномерно протекает не только в разных странах, но и в рамках одного общества, обусловливая возникновение нового типа неравенства, называемого цифровым разрывом. Однако наряду с этим, компьютеризация возводится в ранг важнейших задач общества, в том числе и белорусского, а также становится императивом социального развития социума, социальных институтов и организаций, групп и отдельного человека. Все это связано с необходимостью изучения специфики и тенденций развития информационного общества, а также связанного с появлением новой формы социального неравенства – цифрового разрыва, и определения механизмов преодоления негативных социальных последствий и минимизации социального неравенства, основанного на неравенстве в доступе к информационно-коммуникационным технологиям, неравенстве соответствующих навыков, а также жизненных шансов. Информационное общество само определяет повестку дня научного сообщества, которая связана с необходимостью осуществления теоретико-методологического анализа процесса цифровизации общества, с одной стороны, как фактора социального развития, с другой – как фактора риска в современных общественных условиях. Возникает потребность в изучении структуры цифровых практик в социальной сфере белорусского общества и рассмотрение как на основе статистической, так и социологической информации наиболее популярных электронных практик белорусского населения в целом, и молодежи в частности. Изучение социального самочувствия населения и различных его категорий в сфере повседневной цифровой реальности представляется актуальным в связи с его двойственной природой, когда, с одной стороны, существует прямое воздействие общества и информационно-цифровых процессов на состояние массового сознания, с другой стороны, социальное самочувствие выступает в качестве неэкономического фактора, обуславливающего успешность информатизации и цифровизации белорусского общества. Рассматривая социальное самочувствие как фактор устойчивого развития социума, подчеркивается обратное его влияние на общество, поскольку актуализируясь, оно приобретает статус человеческого ресурса, его социально-психологического потенциала, который лежит в основе деятельностного

оптимизма, инновационной активности, а по отношению к самому себе – приводит к самосозиданию и самосовершенствованию, к актуализации потребностей и достижению успеха. В срезе социального самочувствия как внутреннего ресурса личности, оно является человеческим компонентом общественной стабильности с одной стороны, и устойчивой динамики - с другой.

Негативные формы социального самочувствия определяются предвосхищением тех угроз, которые могут быть вызваны информационным обществом. Речь в данном случае идет о таком новом явлении, которое определяет новый вектор социальной стратификации в современных условиях, как цифровой разрыв, или цифровое неравенство, которое основано на неравном доступе к информационно-коммуникационным средствам – персональным компьютерам, смартфонам и пр. технике. Во-вторых, разрыв затрагивает неравенство в когнитивных способностях людей, лежащих в основе формирования соответствующих цифровых навыков, необходимых, хотя бы даже в современной сложившейся ситуации пандемии, которая актуализировала дистанционные формы взаимодействия, более масштабное и повсеместное применение в профессиональной, образовательной, повседневной, досуговой, финансовой, потребительской сферах информационно-коммуникационных средств. Поэтому возникает вторая форма неравенства, которая обусловлена различным уровнем овладения цифровыми практиками. В-третьих, как следствие двух предшествующих «цифровых барьеров», рождаются различия в жизненных шансах людей.

Отдельно хочется отметить реакцию населения на такую проблему, которую десять лет назад социологи еще не изучали, и, соответственно, не включали ее в перечень актуальных социальных проблем. Речь идет об обеспечении безопасности личных данных в Интернете. Среди молодежи каждый четвертый чувствительно воспринимает данную социальную угрозу, однако с возрастом градус сензитивности в восприятии данного опасения снижается. Так, среди молодежи выбрали эту позицию 24%, среди средневозрастной группы – таких респондентов уже 10%, и среди старшей группы – только 8%<sup>12</sup>. Такие различия возникают из-за того, что как показывает

<sup>12</sup> Данные получены Институтом социологии НАН Беларуси в ходе национального социологического опроса, проведенного в рамках задания «Социальная сфера и неэкономические ресурсы развития белорусского общества» в 2018 г. Выборка – 2129. Из них 546 человек респондентов в возрасте 16-29 лет, 744 человека – 30-49 лет, 839 человека – 50 лет и старше.

статистика, самыми активными Интернет-пользователями является именно молодежь, т.к. возрастная группа 16-24 года стоит на первом месте, на втором – 6-15 лет, на третьем – 25-54, на четвертом – 55-64, на пятом – 65-72 года. Так, в первой группе в 2018 г. так называемых «homo-user-ов» было 98,7% в первой, во второй – 90,8%, в третьей – 90,4%, в четвертой – 60%, в пятой – 33,4%. А пятью годами ранее, т.е. в 2013 г. – 96%, 76%, 67%, 26% и 9%.

Таким образом, цифровые технологии, безусловно, меняют нашу действительность. На примере трансформации социальной реальности фиксируется, что посредством цифровизации происходят изменения социальных институтов (и появление новых) и их социальной организации, изменяется социальная структура, вырабатываются новые социальные нормы и модели поведения, происходит виртуализация сфер жизнедеятельности общества и индивида.

## **Список использованной литературы**

Декрет Президента Республики Беларусь от 21.12.2017 N 8 "О развитии цифровой экономики" / Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.economy.gov.by/uploads/files/sanacija-i-bankrotstvo/Dekret-Prezidenta-Respubliki-Belarus-ot-21-12-2017-N-8-O-r.pdf> - Дата доступа: 15.04.2020.

Электронный ресурс. Режим доступа:

<http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=C21600235> - Дата доступа: 20.04.2020.

Информационное общество в Республике Беларусь / Статистический сборник.

Электронный ресурс. – Режим доступа:

[https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public\\_compilation/index\\_14277/](https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public_compilation/index_14277/) – Дата доступа: 20.03.2020 г.

# **O‘zbekistonda raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishning istiqbollari va raqamli iqtisodiyotning investitsion muhitga ta’siri**

**Nosir Maxmudov<sup>1</sup>, Nuriddin Avazov<sup>2</sup>**

*1. i.f.d., prof. TDIU “Makroiqtisodiyot” kafedrasи professori*

*2. TDIU “Iqtisodiyot” fakulteti talabasi*

**Annotatsiya:** Hozirgi kunda O‘zbekistonda raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish hamda qulay investitsion muhitni shakllantirish asosida mamlakat iqtisodiyotida xorijiy investitsiyalar hajmi oshirish eng dolzarb masaladir. Shundan kelib chiqqan holda, mazkur maqolada O‘zbekistonda raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish yo‘nalishari va raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish asosida qulay investitsion muhitni shakllantirish istiqbollari tahlil qilingan. Bundan tashqari, O‘zbekistonda xorijiy investitsiyalarning iqtisodiyotga kirib kelish hajmi tahlil qilingan holda raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish asosida qulay investitsion muhitni shakllantirishga qaratilgan takliflar ishlab chiqilgan.

**Kalit so‘zлari:** raqamli iqtisodiyot, xorijiy investitsiyalar, investitsion muhit, elektron hukumat, raqamli texnologiyalar, moliyaviy texnologiyalar, elektron savdo.

**Keywords:** digital economy, foreign investment, investment climate, e-government, digital technologies, financial technologies, e-commerce.

Raqamli iqtisodiyot bugungi kunda dunyoning ko‘plab mamlakatlari iqtisodiyotiga jadal kirib bormoqda. Raqamli texnologiyalarning tez sur’atlar bilan rivojlanishi, iqtisodiyotning globallashuv jarayonlarini tezlashtirishini yuzaga keltirdi. Iqtisodiyotning barcha jahbalarida ularidan samarali tarzda foydalanish bugungi kun talabiga aylanmoqda. Raqamli transformatsiya tez sur’atda o‘zgaryotgan bugungi kun dunyosi uchun asosiy vositadir. Bundan tashqari raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish asosida mamlakat iqtisodiyotida jadal rivojlantirishga erishish mumkin. Raqamli iqtisodiyotning rivojlanishi ham davlatga, ham aholiga va eng muhimi tadbirkorlarga qo‘sishimcha imkoniyat va qulayliklar yaratadi. Natijada mamlakatda qulay ishbilarmonlik hamda qulay investitsion muhit yaratiladi. Qulay investitsion muhitning

yaratilishi esa mamlakat iqtisodiyotiga xorijiy investitsiyalarning kirib kelishi hajmining oshishidan dalolat beradi.

Raqamli iqtisodiyot – bu iqtisodiyat bo‘lib, u insonlar uchun qulayliklarni ta’minlagan holda mahsulot va xizmatlarni yaratuvchi virtual muhit hisoblanib, raqamli texnologiyalardan foydalaniladi va har kuni onlayn tarzda odamlar, bizneslar, qurilmalar, ma’lumotlar va jarayonlar orasidagi millionlab bog‘lanishlarni amalga oshiruvchi tizimdir. Iqtisodiy foaliyatlarning keng xilma- xilligi raqamlashtirilgan ma’lumotlar va bilimdan asosiy omil sifatida foydalaniladi. Internet, bulutli hisoblash (cloud computing), katta ma’lumotlar (big data), moliyaviy texnologiya (financial technology) va boshqa raqamli texnologiyalar ma’lumotlarni raqamli shaklda to‘plash, saqlash va tarqatish uchun foydalaniladi, bundan tashqari ular ijtimoiy o‘zaro ta’sirni butunlay o‘zgartiradi.

Raqamli iqtisodiyotning afzalliklari quyidagilarda namoyon bo‘ladi:

- raqamli iqtisodiyot sharoitida mahsulotlarni izlash harajatlari keskin kamayadi, chunki istalgan ma’lumotni online qabul qilish offline qabul qilishdan osonroqdir;
- raqamli iqtisodiyotdagи tovarlarning bir iste’molchi tomonidan iste’mol qilinishi boshqa mahsulotlarga bo‘lgan talab va ularning sifatini pasaytirmaydi;
- raqamli iqtisodiyotda mahsulotlarni tashish va ular to‘g‘risidagi ma’lumotlarni tarqatish harajatlari nolga teng;
- raqamli texnologiyalar yordamida iste’molchining xarakterini osonlik bilan o‘rganish mumkin. Bu esa o‘z o‘rnida birga-bir (one to one) bozorlarni yaratadi;
- raqamli texnologiyalar mahsulot brendi va nufuzini yaratishni ham osonlashtiradi;
- raqamli iqtisodiyotda savdo-sotiqlar elektron shaklda chegaralarni oson kesib o‘tadi.

Raqamli iqtisodiyotni rivojlanishi mamlakatlararo biznes faoliyatlariga ham o‘z ta’sirini ko‘rsatishi mumkin. Axborot kommunikatsiya texnologiyalari sohasida katta rivojlanishlar bo‘lmoqda va bular kompaniyalar faoliyatining turli sohalarida o‘z ifodasini topishi mumkin. Internet orqali butun dunyo bo‘ylab o‘z mahsulotlarini sotuvga qo‘yib online savdoni yo‘lga qo‘yishlariga imkoniyat yaratadi. Kichik investitsiyaga ega bo‘lgan kompaniyalar paydo bo‘lib, tez fursatda o‘sib rivojlanishi mumkin. Iqtisodiyotning ko‘plab tarmoqlarida mehnat unumdarligi va samaradorligini oshirish, harajatlarni kamaytirishda bugungi kundagi zamonaviy axborot

texnologiyalarining raqamli iqtisodiyotdagi o'rni kattadir. Raqamli iqtisodiyotga aloqador o'zgarishlar ishlab chiqaruvchilar va xaridorlar uchun yangi bozor qoidalarini vujudga keltirishiga zamin yaratadi. Buning natijasida kompaniyalar yangi raqobat strategiyalarini qidirishi va raqobat samaradorligini oshirishlarini talab qiladi.

So'nggi ikki yil davomida O'zbekistonda raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish bo'yicha izchil chora-tadbirlar amalga oshirilib, davlat organlari va boshqa tashkilotlarda elektron hujjat almashinuvi hamda jismoniy va yuridik shaxslarga xizmat ko'rsatish uchun elektron tijorat tizimlari bosqichma-bosqich joriy etilmoqda.

Iqtisodiyotning barcha sohalarini raqamli texnologiyalar asosida yangilashni nazarda tutadigan Raqamli iqtisodiyot milliy konsepsiyasini ishlab chiqilishi hamda "Raqamli O'zbekiston-2030" dasturi hayotga tatbiq etilishi O'zbekistonda raqamli iqtisodiyotning jadal rivojlanayotganligidan dalolat beradi. "Raqamli iqtisodiyot yalpi ichki mahsulotni kamida 30 foizga o'sishiga, korrupsiyani keskin kamayishiga imkon beradi. Nufuzli xalqaro tashkilotlar o'tkazgan tahlillar ham buni tasdiqlamoqda. Shuning uchun iqtisodiyot sohalarida raqamli transformatsiyani amalga oshirish, milliy axborot texnologiyalarini rivojlantirish va bu yo'nalishda investitsiyalar jalb etish zarur"<sup>13</sup>.

Quyidagilar O'zbekistonda raqamli iqtisodiyot rivojlantirishning ustuvor yo'nalishlari hisoblaniladi:

- davlat va xo'jalik organlari, mahalliy davlat organlarining joylarda zarur axborot tizimlari va resurslarini, dasturiy ta'minot va elektron xizmatlarning joriy qilinishini muvofiqlashtirishlarini belgilab olish;
- mamlakatda raqamli iqtisodiyot, axborot texnologiyalari bozorini, jumladan davlat xususiy sherikchiligi asosida texnopark va kovorking-markazlar faoliyatini tashkil qilish orqali xorijiy sarmoyalarni jalb qilish uchun qulay sharoit yaratish;
- zamonaviy telekommunikatsiya infratuzilmasi, aloqa texnologiya va tarmoqlarini rivojalntirish, zamonaviy telekommunikatsiya xizmatlarini rivojlantirishni joriy qilishni muvofiqlashtirish;
- davlat boshqaruvida va iqtisodiyot sohalarida elektron xizmatlarni joriy qilish, elektron tijorat va dasturiy ta'minot bozorini rivojlantirish orqali raqamli iqtisodiyotni yuksaltirish;

---

<sup>13</sup> O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning 2019 yil uchun mo'ljallangan eng muhim ustuvor vazifalar haqidagi Oliy Majlisga Murojaatnomasi. Xalq so'zi, [www.xs.uz](http://www.xs.uz) 2018-yil 28-dekabr.

- internetning milliy segmentini, raqamli media-kontentni tashkiliy, moddiy-texnik va iqtisodiy qo'llab-quvvatlash orqali rivojlantirish bo'yicha takliflar ishlab chiqish;
- shahar va hududiy infratuzilmani boshqarishda foydalanish, xususan turar-joy va kommunal xizmat ko'rsatish, transport logistikasi, xavfsiz va «aqlli shahar» uchun «aqlli tizim»larni ishlab chiqish;
- malakali kadrlar tayyorlash tizimini takomillashtirish.

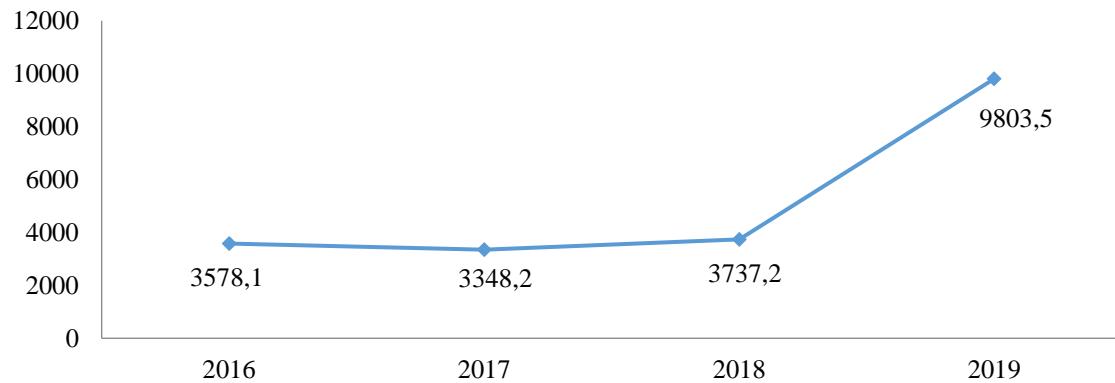
Raqamlashtirish nafaqat iqtisodiyotda balki davlat boshqaruvi tizimida ham samarali foydalanilmoqda. O'zbekiston Respublikasini rivojlantirish bo'yicha Harakatlar strategiyasida ham raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishning ustuvor yo'nalishlari belgilab berilgan. Mamlakatni ijtimoiy-siyosiy va ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish bo'yicha vazifalarni amalga oshirishda o'zaro manfaatli hamkorlikning samarasini oshirishga qaratilgan davlat-xususiy sheriklikning zamonaviy mexanizmlarini joriy etilishi hamda "Elektron hukumat" tizimini takomillashtirish, davlat xizmatlari ko'rsatishning samarasi, sifatini yuksaltirish va bu xizmatdan aholi hamda tadbirkorlik subyektlari tomonidan foydalanish imkoniyatlari oshirilishi<sup>14</sup> kabi yo'nalishlar shular jumlasidandir.

Raqamli iqtisodiyotni jadal rivojlantirish uchun shart-sharoitlar yaratish, davlat boshqaruvi tizimini yanada takomillashtirish, undan foydalanish imkoniyatlarini kengaytirish va zamonaviy infratuzilmani qo'llash kabi islohatlarning amalga oshirilishi natijasida O'zbekistonda qulay ishbilarmonlik hamda qulay investitsion muhitning shakllanishiga zamin yaratmoqda. Natijada O'zbekiston iqtisodiyotiga xorijiy investitsiyalarning kirib kelish hajmi oshib bormoqda (1-rasm).

---

<sup>14</sup> "O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha harakatlar strategiyasi to'g'risida" to'g'risidagi O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Farmoni. PF-4947. 2017-yil 7-fevral. <https://lex.uz/docs/-3107036>

**Xorijiy investitsiyalar va kreditlarni o‘zlashtirish**  
 (mln. AQSh doll.)  
**2016-2019 yillar**



1-rasm. 2016-2019 yillarda xorijiy investitsiyalar va kreditlarni o‘zlashtirish<sup>15</sup>

2016-yilda xorijiy investitsiyalar va kreditlar 3578,1 mln. AQSh doll. ni tashkil qilgan bo‘lsa, 2017-yilda bu ko‘rsatkich 3348,2 mln. AQSh doll. ni, 2018-yilda 3737,2 mln. AQSh doll. ni va 2019-yilda 9803,5 mln. AQSh doll. ni tashkil qilgan. Yuqoridagi ma’lumotlar asosida 2017-yilda iqtisodiyotga xorijiy investitsiyalar kirib kelish hajmi 2016-yilga nisbatan kam ko‘rsatkichni tashkil qilganligini kuzatish mumkin. Lekin keyingi yillarda mamlakatda qulay investitsion muhitni shakllantirishga qaratilgan bir qator islohatlar natijasida xorijiy investitsiyalarning kirib kelish hajmi oshib bormoqda. Ayniqsa 2019-yilda xorijiy investitsiyalar va kreditlar 9803,5 mln. AQSh doll. ni 2018-yilga nisbatan 3,6 marta ko‘payganligini kuzatish mumkin.

Statistik ma’lumotlar asosida O‘zbekiston iqtisodiyotiga kirib kelayotgan xorijiy investitsiyalar hajmi oshib borayotganligini kuzatish mumkin. Lekin O‘zbekiston iqtisodiyoti rivojlanishi uchun bundan ham ko‘p xorijiy investitsiyalarni talab etadi va O‘zbekistonning bu sohada potensiali yetarli darajada. Iqtisodiyotga kirib kelayotgan xorijiy investitsiyalarning hajmi oshishiga birinnchi o‘rindan mamlakatda shakllangan investitsion muhit o‘z ta’sirini ko‘rsatadi. Bugungi kunda qulay investitsion muhitning shakllanishiga esa mamlakatdagi raqamli iqtisodiyot darajasi o‘z ta’sirini o‘tkazadi. O‘zbekistonda raqamli iqtisodiyotning rivojlanishi darajasi o‘z potensiali darajasi hozirgi darajasidan yuqoriqoqdir. Shunday ekan, mamlakatda raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish hamda buning asosida qulay investitsion muhitni shakllantirish eng muhim dolzARB masala hisoblanadi.

<sup>15</sup> [www.stat.uz](http://www.stat.uz) O‘zbekiston Respublikasi davlat statistika qo‘mitasi rasmiy sayti ma’lumotlari asosida muallif ishlanmasi.

O‘zbekistonda raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish hamda buning asosida qulay investitsion muhitni shakllantirishga qaratilgan quyidagi takliflarni amaliyotga joriy qilish maqsadga muvofiqdir:

- mamlakatda raqamli iqtisodiyot, axborot texnologiyalari bozorini, jumladan davlat xususiy sherikchiligi asosida texnopark va kovorking-markazlar faoliyatini tashkil qilish orqali xorijiy sarmoyalarni jalb qilish uchun qulay sharoit yaratish tizimini takomillashtirish;
- energiya tejamkor va atrof muhitga kam zarar yetkazadigan yuqori texnologik, zamonaviy uskunalarini o‘rnatish; mahalliy sharoitlarga mos keladigan ilg‘or xorijiy texnologiyalarni tatbiq etish, o‘zimizda yaratilayotgan ixtirolarni rag‘batlantirish va bilimlar iqtisodiyotiga mablag‘lar yo‘naltirish;
- raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish uchun axborot texnologiyalar sohasida yangi, zamonaviy yo‘nalishlar (raqamli texnologiyalar bo‘yicha, masofaviy ta’lim bo‘yicha, moliyaviy texnologiyalar bo‘yicha, bulutli texnologiyalar bo‘yicha va h.k.) da kardlar tayyorlash tizimini yo‘lga qo‘yish.

Xulosa qilganda, mamlakatimizda innovatsion iqtisodiyotning omili bo‘lgan raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish uchun eng avvalo respublikamizda internet tezlikini oshirish va narxini optimallashtirish tizimini takomillashtirishni talab etadi. Bundan tashqari, aholining kompyuter va kompyuter dasturlari bilan ishslash bilim va ko‘nikmasini oshirish, raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishdagi muhim omillardan biri hisoblanadi. Bularni amalga oshirish uchun bir qancha amaliy vazifalarni yo‘lga qo‘yish lozim. Jumladan, tekin kompyuter kurslarini tashkil etish, elektron savdo maydonchalarini rivojlantirish, elektron hujjat almashish tizimini takomillashtirish, aholiga innovatsion raqamli texnologiyalar (krepto valyutalar, davlat xizmatlarining innovatsion turlari ya’ni “Elektron hukumat”) haqida ko‘proq va kengroq ma’lumot berish, oliy ta’lim muassalarining iqtisodiyot sohasida ta’lim olayotgan kelajak kadrlarini “raqamli iqtisodiyot” yo‘nalishlariga jalb qilish kabi ishlarni amaliyotga tadbiq etish maqsadga muvofiq hisoblanadi.

Yuqoridagilarni amalga joriy etish, mamlakatimizda raqamli iqtisodiyotning o‘rnini oshirishda, axborot almashinuv tizimini tezlashtirishda muhim ro‘l o‘ynaydi. Shuningdek, uy xo‘jaliklarining internet tarmoqlaridan keng foydalanishi tarmoq va sohalarning samaradorligi oshishida, ortiqcha xarajatlarni kamaytirish va vaqt sarfining qisqarib, iqtisodiyotda innovatsion texnologiyalarning ulushi oshishida muhim ahamiyat kasb etadi. Bunday islohotlar asosida raqamli iqtisodiyotining

rivojlanishi, mamlakatimizning dunyoning iqtisodiyoti rivojlangan mamlakatlari reytingidan o‘rin egallashiga zamin yaratadi. Pirovard natijada, raqamli iqtisodiyotning rivojlanishi mamlakatda qulay investitsion muhitning shakllanishga imkoniyat yaratadi. Qulay investitsion muhitning shakllanishi esa mamlakat iqtisodiyotida xorijiy investitsiyalarning hajmi oshishidan dalolat beradi. Natijada mamlakat iqtisodiyotining jadal rivojlanishiga erishish mumkin.

## **Foydalanilgan adabiyotlar**

“O‘zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo‘yicha harakatlar strategiyasi to‘g‘risida” to‘g‘risidagi O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Farmoni. PF-4947. 2017-yil 7-fevral. <https://lex.uz/docs/-3107036>

O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning 2019 yil uchun mo‘ljallangan eng muhim ustuvor vazifalar haqidagi Oliy Majlisga Murojaatnomasi. Xalq so‘zi, [www.xs.uz](http://www.xs.uz) 2018-yil 28-dekabr.

[www.stat.uz](http://www.stat.uz) O‘zbekiston Respublikasi davlat statisika qo‘mitasi rasmiy sayti ma’lumotlari

Hui-Ching Hsieh, Sofia Boarelli, Thi Huyen Chi Vu. “The effects of economic policy uncertainty on outward foreign direct investment”. International Review of Economics and Finance 64 (2019) 377–392.

N.G‘.Karimov, R.X.Xojimatov. Investitsiya. O‘quv qo‘llanma. –T.:Innovatsion rivojlanish nashriyot-matbaa uyi, 2019.

N.M.Maxmudov, N.R.Avazov, “O‘zbekiston iqtisodiyotini rivojlantirishda investitsiyalardan samarali foydalanish yo‘llari”. Ilmiy-ommabop risola.—T.:TDIU, 2019.

Abdullayev O. Raqamli iqtisodiyot. O‘quv qo‘llanma. .–T.: “Moliya”, 2020-y. 686 b. [www.tsue.uz](http://www.tsue.uz) Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti rasmiy sayti ma’lumotlari.

# **Малый бизнес и среднее предпринимательство Республики Узбекистан в условиях цифровой экономики**

**Алла Макушина**

*Национальный Университет Узбекистана им.Мирзо Улугбека,  
старший преподаватель кафедры "Экономическая теория"*

**Аннотация.** В представленном материале показана возрастающая роль и место малого предпринимательства в рыночных реформах в условиях цифровой экономики в Республике Узбекистан, рассматривается механизм государственного стимулирования деятельности предприятий малого бизнеса в Республике Узбекистан, нормативно-правовые акты, регулирующие активность субъектов предпринимательства в Узбекистане, а также приведена статистика по малому бизнесу и среднему предпринимательству, показаны возможности дальнейшего совершенствования существующих систем государственного регулирования и поддержки малого предпринимательства в Республике Узбекистан в условиях цифровой экономики.

**Ключевые слова:** малое и среднее предпринимательство, государственная система поддержки предпринимательства, инновации, цифровая экономика.

**Keywords:** small and medium enterprises, state system of entrepreneurship support, innovation, digital economy.

В Республике Узбекистан в настоящее время уделяется огромное значение малому бизнесу и среднему предпринимательству, так как именно этот сектор экономики является значимым средством для решения комплекса экономических, социальных и политических задач, стоящих перед государством. Неслучайно внедрение инноваций и цифровых технологий в малый бизнес и предпринимательство Республики Узбекистан является приоритетным направлением решения самых разнообразных проблем в стране. «В целях устойчивого развития мы должны глубоко освоить цифровые знания и

информационные технологии, это даст нам возможность идти по самому короткому пути к достижению всестороннего прогресса. В современном мире цифровые технологии играют решающую роль во всех сферах. Несмотря на то, что в 2019 году в Международном индексе по развитию информационно-коммуникационных технологий наша страна поднялась на 8 позиций, мы все равно очень отстаем в этой области».<sup>16</sup>

В Республике Узбекистан поставлены конкретные задачи по развитию креативной экономики, основанной на повсеместном внедрении инноваций и цифровых технологий, стимулированию активной предпринимательской деятельности в сфере малого бизнеса и среднего предпринимательства, которые были определены в Стратегии действий развития Узбекистана на 2017-2021 годы.<sup>17</sup>

Реализация данных задач невозможна без достаточной правовой базы. Так, например, 5 мая 2017 г. принят Указ Президента Республики Узбекистан № УП-5037 «Об учреждении института Уполномоченного при Президенте Республики Узбекистан по защите прав и законных интересов субъектов предпринимательства». В Постановлении Президента Узбекистана от 7.06.2018 года предусмотрена программа «Каждая семья – предприниматель», в рамках которой предусмотрены льготные кредиты и практическая помощь для населения, желающего заниматься предпринимательской деятельностью.<sup>18</sup> Также, указом президента Республики Узбекистан от 27.07.2018 г. № УП-5490 «О мерах по дальнейшему совершенствованию системы защиты прав и законных интересов субъектов предпринимательства», отменяется ряд проверок, а также лицензирование некоторых видов деятельности.<sup>19</sup>

Постановление Президента Республики Узбекистан «О дополнительных мерах по широкому привлечению населения к предпринимательству и развитию семейного предпринимательства в регионах» №ПП-4231 от 07.03.2019 предусматривает ряд мер по привлечению жителей к предпринимательству,

---

<sup>16</sup> Послание Президента Республики Узбекистан Шавката Мирзиёева Олий Мажлису от 24.01.2020. Режим доступа: <http://www.pres.uz>

<sup>17</sup> Указ Президента Республики Узбекистан «О Стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан» №УП-4947 от 7 февраля 2017 г.

<sup>18</sup> Постановление Президента Республики Узбекистан «О реализации программы «Каждая семья-предприниматель» - от 7 июня 2018 г., «Народное слово», 8 июня 2018 г.

<sup>19</sup> [www.norma.uz](http://www.norma.uz) – Информационно-правовой портал Узбекистана.

оказанию всесторонней поддержки в реализации бизнес-идей молодежи.<sup>20</sup> В рамках данного Постановления повсеместно в Узбекистане будут созданы «Центры по поддержке семейного предпринимательства», в рамках программы «Каждая семья - предприниматель» будет осуществлено финансирование предусмотренных проектов и мероприятий благодаря кредитным линиям Фонда реконструкции и развития Узбекистана и международных финансовых институтов, а также будут предоставляться льготные кредиты населению и субъектам предпринимательства, выразившим желание заниматься семейным предпринимательством, по ставке 8 процентов годовых сроком не более 3 лет с 3 - 6 месячным льготным периодом. 24.10.2019 года было принято Постановление Президента Республики Узбекистан №ПП-4498 «О дополнительных мерах по совершенствованию порядка кредитования проектов, реализуемых в рамках государственных программ развития семейного предпринимательства», где была поставлена задача, в соответствии с которой, начиная с начала 2020 года будут выделяться кредиты на занятие предпринимательской деятельностью по учетной ставке ЦБ Узбекистана, преимущественно через «Халк банк», «Микрокредитбанк» и «Агробанк».<sup>21</sup>

Поскольку 2018 г. в Узбекистане был объявлен «Годом поддержки активного предпринимательства, инновационных идей и технологий», а 2020 год – «Годом развития науки, просвещения и цифровой экономики» большое внимание было уделено сфере развития цифровой экономики и поддержке активного предпринимательства, в частности, было предусмотрено решение следующих задач: внедрение инновационных идей и цифровых технологий; дальнейшее совершенствование законодательно-правовой базы стимулирования малого предпринимательства; сокращение налогов; проведение реформ в аграрном секторе; устранение диспропорций в развитии регионов.

Для решения поставленных задач по инициативе Главы государства было сформировано Министерство инновационного развития Республики Узбекистан, которое является органом государственного управления и проводит

---

<sup>20</sup> Постановление Президента Республики Узбекистан «О дополнительных мерах по широкому привлечению населения к предпринимательству и развитию семейного предпринимательства в регионах» №ПП-4231 от 07.03.2019 г.

<sup>21</sup> [www.lex.uz](http://www.lex.uz) – Национальная база данных законодательства Республики Узбекистан.

политику, направленную на стимулирование инновационного развития Узбекистана.<sup>22</sup>

В системе Министерства инновационного развития Республики Узбекистан организованы Центр научно-технической информации; научно-исследовательские, информационно-аналитические учреждения; Фонд поддержки инновационного развития и новаторских идей. Деятельность созданных структур направлена прежде всего на решение важнейшей цели, определенной в Стратегии действий, - повышению интеллектуального и технологического потенциала страны.

В Республике созданы необходимые условия развития экосистемы, поощряющей новаторство, готовность реализовать инновационные идеи на практике. Современная экономическая политика Узбекистана направлена на всемерную поддержку активного предпринимательства, что способствует активизации участия жителей страны в разработке стартапов (startup), т.е. новых бизнес-проектов и моделей, что будет содействовать сотрудничеству научных учреждений и предприятий в промышленной сфере.

Следует отметить, что стартапы в почете в Узбекистане, особенно среди молодежи. Например, весной 2019 года приступила к реализации «Программа поддержки молодежных стартап-инициатив». В Программе участвовали студенты из всех вузов Республики Узбекистан (более тысячи человек) по различным направлениям проектов в сферах образования, технологии коммуникации и навигации, электронной коммерции, транспорта и дорожной инфраструктуры, биотехнологии и многих других.

В Республике созданы многочисленные специализированные инновационные технопарки для малого бизнеса, бизнес-школы, бизнес-сообщества, бизнес-инкубаторы. Ими осуществляется активность в целях осуществления исследований и организации новейших производств в сфере малого бизнеса в различных сферах экономики.<sup>23</sup>

В целях формирования благоприятных условий для активизации предпринимательства, наращивания производства всех видов готовой продукции, в созданных во многих регионах Узбекистана свободных экономических зонах и малых промышленных зонах активно привлекаются к

---

<sup>22</sup>Стратегия инновационного развития Узбекистана на 2019-2021 гг. 21.09.2018 г.  
<http://www.gazeta.uz/ru/2018/09/21/strategy>.

<sup>23</sup> [www.egovovernment.uz](http://www.egovovernment.uz) – Центр развития системы «Электронное правительство».

реализации инновационных проектов субъекты малого бизнеса и среднего предпринимательства.

Проводимая в Узбекистане политика поддержки предпринимательства, создание всех необходимых условий по улучшению деловой среды, организационных и правовых предпосылок привели к росту числа предпринимательских организаций и активизации их деятельности. Так, в результате реформ 2019 году в Республике Узбекистан было организовано 92,9 тыс. субъектов малого предпринимательства, что почти в 2 раза больше по сравнению с периодом 2018 года. (Таб.1 и рис.1).

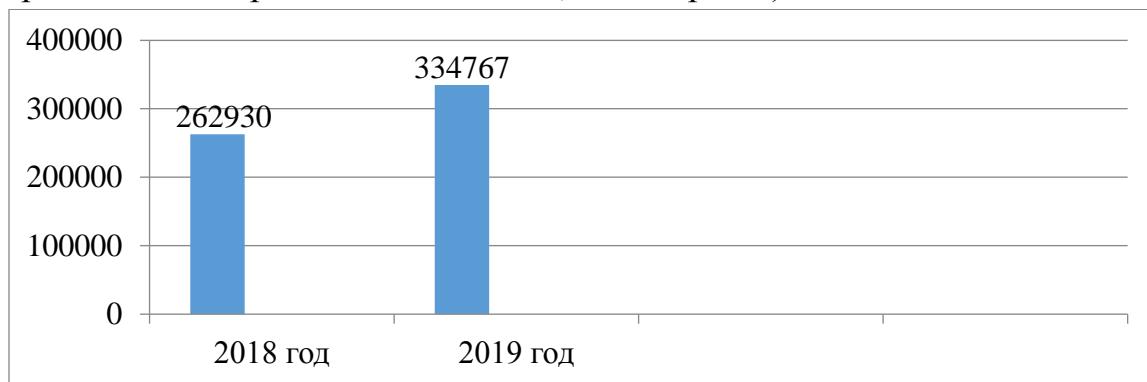


Рис.1. Количество действующих предприятий и микрофирм в Узбекистане в 2018 и 2019 годах<sup>24</sup>

**Таблица 1. Показатели малого предпринимательства в Узбекистане (за 2019г) <sup>25</sup>**

	Ед.изм.	2018 г.	2019 г.	(+)
Количество действующих малых предприятий и микрофирм	ед.	262930	334767	71837
Вновь созданные малые предприятия и микрофирмы	ед.	48922	92874	43952
Удельный вес малого предпринимательства в:				
ВВП	%	60,4	56,5	-3,9
промышленности	%	37,4	34,9	-2,5

<sup>24</sup> [www.stat.uz](http://www.stat.uz) - Государственный комитет Республики Узбекистан по статистике.

<sup>25</sup> [www.stat.uz](http://www.stat.uz) - Государственный комитет Республики Узбекистан по статистике.

сельском, лесном и рыбном хозяйстве	%	98,3	98,3	-
инвестициях	%	38,0	47,0	9,0
строительстве	%	73,2	75,4	2,2
торговле	%	86,3	84,3	-2,0
услугах	%	56,0	52,1	-3,9
перевозке грузов	%	55,5	54,6	-0,9
грузообороте	%	79,6	77,4	-2,2
перевозке пассажиров	%	89,6	90,7	1,1
пассажирообороте	%	94,8	94,9	0,1
экспорте	%	27,2	28,7	1,5
импорте	%	56,2	54,2	-2,0

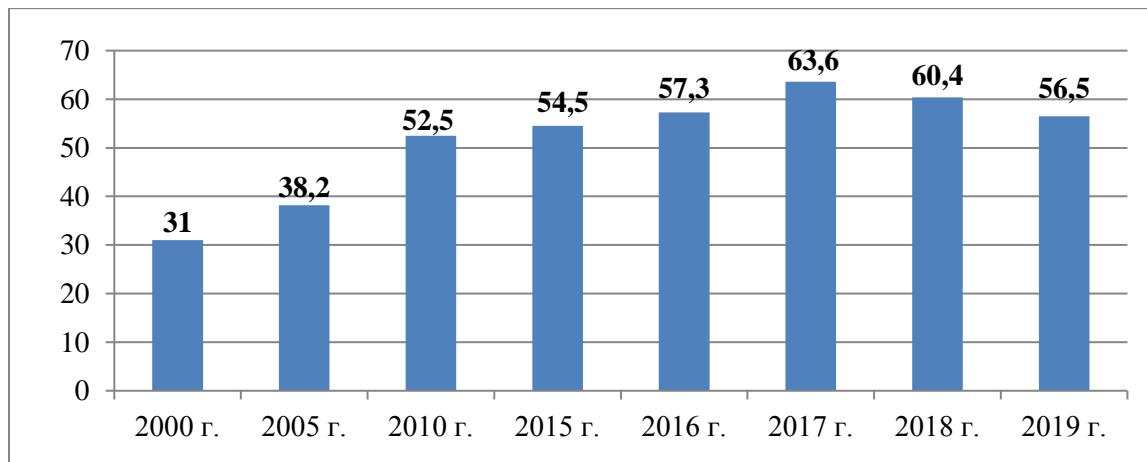


Рис.2. Доля малого предпринимательства в валовом внутреннем продукте Республики Узбекистан за 2000-2019 гг, %<sup>26</sup>

По данным таблицы 2 и рис.2 видно, что если в 2000 году доля малого предпринимательства в валовом внутреннем продукте страны составляла 31%, то в 2019 году она составила 56,5 %. В частности, доля малого предпринимательства в промышленности составила 34,9 % (12,9 % – в 2000 году), в строительстве – 75,4% (38,4 %), в занятости – до 78,6% (49,7%), в экспорте – до 28,7% (10,2%), в импорте – до 54,2% (27,4 %).

<sup>26</sup> [www.stat.uz](http://www.stat.uz) - Государственный комитет Республики Узбекистан по статистике.

**Таблица 2. Доля малого предпринимательства в структуре экономики Республики Узбекистан (2000-2019 гг) (в % к общему объему)<sup>27</sup>**

Годы	ВВП	Промышленность	Строительство	Занятость	Экспорт	Импорт
2000	31,0	12,9	38,4	49,7	10,2	27,4
2001	33,8	12,5	40,4	51,8	9,3	26,9
2002	34,6	15,4	42,0	53,5	7,5	24,9
2003	35,0	10,8	39,9	56,7	7,3	33,7
2004	35,6	11,0	49,6	60,3	7,3	32,7
2005	38,2	10,0	50,9	64,8	6,0	33,7
2006	42,1	10,9	52,1	69,1	10,7	34,0
2007	45,7	13,2	55,4	72,1	14,8	32,0
2008	48,2	14,6	58,4	73,1	12,4	35,7
2009	50,1	17,9	42,4	73,9	14,6	42,5
2010	52,5	26,6	52,5	74,3	13,7	35,8
2011	54,0	28,6	67,6	75,1	18,8	34,3
2012	54,6	29,7	70,0	75,6	14,0	38,6
2013	55,8	33,0	70,6	76,7	26,2	42,4
2014	56,1	36,8	69,5	77,6	19,8	45,4
2015	54,5	40,6	66,7	77,9	27,0	44,5
2016	57,3	45,3	66,9	78,2	26,0	46,8
2017	63,6	41,2	64,8	78,0	27,2	50,2
2018	60,4	37,4	73,2	78,4	27,2	56,2
2019	56,5	34,9	75,4	78,6	28,7	54,2

<sup>27</sup> [www.stat.uz](http://www.stat.uz) - Государственный комитет Республики Узбекистан по статистике.

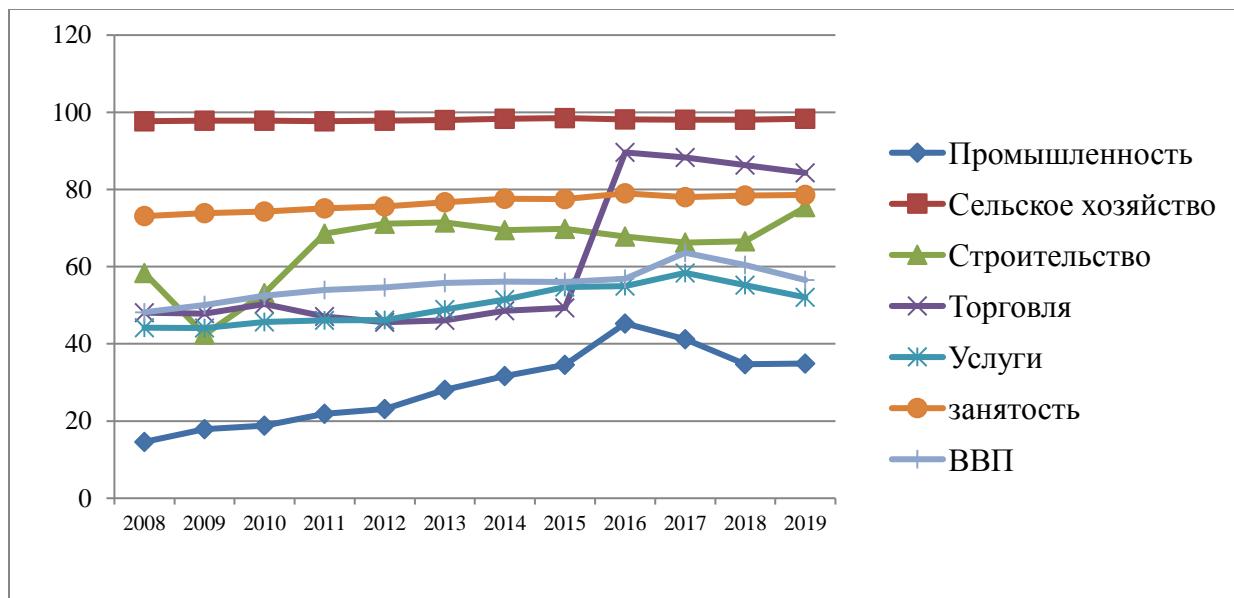


Рис.3. Доля малого предпринимательства (бизнеса) в экономике Республики Узбекистан и ее некоторых отраслях, %<sup>28</sup>

Если в 2017 году количество действующих субъектов малого предпринимательства (на 1000 человек населения, ед., включая фермерские и дехканские хозяйства) составляло 12,2 ед., то в 2018 году этот показатель достиг 13,2 ед., в 2019 году этот показатель составил 13,3, что на 1,1 ед. выше показателя 2018 года.

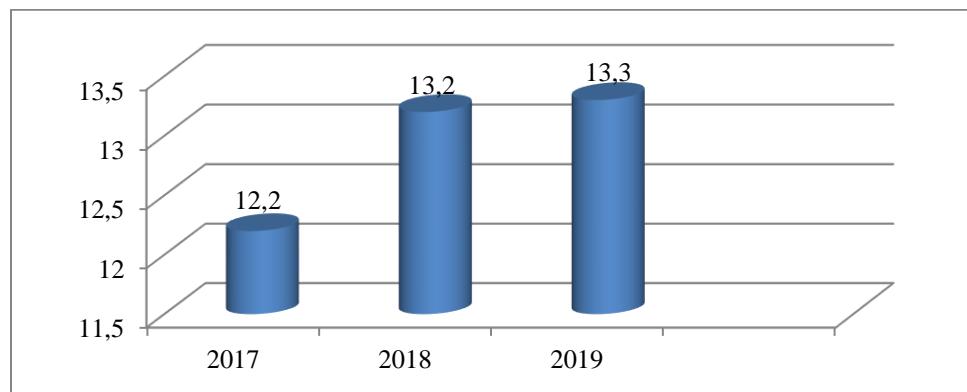


Рис.4. Количество действующих субъектов малого предпринимательства (на 1000 человек населения, единиц, включая фермерские и дехканские хозяйства) за 2017- 2019 гг.<sup>29</sup>

<sup>28</sup> www.stat.uz - Государственный комитет Республики Узбекистан по статистике.

<sup>29</sup> www.stat.uz - Государственный комитет Республики Узбекистан по статистике.

Таким образом, совершенствование системы государственной поддержки малого бизнеса и среднего предпринимательства в Республике Узбекистан в условиях цифровой экономики позволит обеспечить финансовую защиту и гарантии субъектов малого бизнеса и среднего предпринимательства, внедрение новых инновационных идей и технологий в деятельности предпринимательства, что будет способствовать повышению жизненного уровня населения страны.

## **Список использованной литературы**

Указ Президента Республики Узбекистан «О Стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан» №УП-4947 от 7 февраля 2017 г.

Указ Президента Республики Узбекистан «О Государственной программе по реализации Стратегии действий по пяти приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан в 2017–2021 гг. в «Год поддержки активного предпринимательства, инновационных идей и технологий» от 22 января 2018 г.

Постановление Президента Республики Узбекистан «О реализации программы «Каждая семья-предприниматель» - от 7 июня 2018 г., «Народное слово», 8 июня 2018 г.

Постановление Президента Республики Узбекистан «О дополнительных мерах по широкому привлечению населения к предпринимательству и развитию семейного предпринимательства в регионах» №ПП-4231 от 07.03.2019 г.

Стратегия инновационного развития Узбекистана на 2019-2021 гг. 21.09.2018 г.  
<http://www.gazeta.uz/ru/2018/09/21/strategy>.

Послание Президента Республики Узбекистан Шавката Мирзиёева Олий Мажлису от 24.01.2020. Режим доступа: <http://www.pres.uz>

[www.stat.uz](http://www.stat.uz) - Государственный комитет Республики Узбекистан по статистике.

[www.egovovernment.uz](http://www.egovovernment.uz) – Центр развития системы «Электронное правительство».

[www.lex.uz](http://www.lex.uz) – Национальная база данных законодательства Республики Узбекистан.

[www.norma.uz](http://www.norma.uz) – Информационно-правовой портал Узбекистана.

# Технология блокчейна, её создание и использование

**Улугбек Якубов**

*Ташкентский финансовый институт, кандидат экономический наук, доцент кафедры "Электронная коммерция и цифровая экономика"*

**Аннотация.** В этой статье рассматривается Технология блокчейна, ее создание и использование, основные принципы блокчейна и его применение в различных областях.

**Ключевые слова:** блокчейн, цифровая экономика, криптотехнология.

**Key words:** blockchain, digital economy, cryptotechnology.

Хотя блокчейн появился в последнее десятилетие, многие люди до сих пор не понимают его значения и поэтому даже не могут представить его масштаб. По этой же причине рассматриваются основные принципы блокчейна и его применения в различных областях. Блокчейн также часто называют многоцелевым проектом. Потому что независимо от того, с кем или в какой области вы работаете, вы можете использовать блокчейн. Например, может быть интересной и перспективной средой для разработчиков программного обеспечения. Для предпринимателя механизм блокчейна может быть очень удобным инструментом для анализа и разработки бизнес-операций и внешних связей. Предприниматели могут начать новый проект с небольшим количеством клиентов, не опасаясь потратить много денег на блокчейн.

Блокчейн не является ни простым объектом, ни продуктом, ни трендом, ни возможностью. Он может состоять из нескольких частей, некоторые из которых работают вместе, в то время как другие работают независимо друг от друга. По той же причине, благодаря своей модульности, технология блокчейна может использоваться во многих областях. В целом, развитие технологии блокчейна имеет огромный потенциал для инноваций. Подобно интернет-экономике, технология блокчейна создает новый вид экономики, и по этой же причине мы не должны упускать из виду возможности воспользоваться этой возможностью.

Цифровая экономика криптотехнологий будет экономикой, основанной на децентрализованном доверии, как в политическом, так и в цифровом отношении.

Блокчейн дает всем одинаковые возможности, в некотором смысле уравнивает возможности участников. Таким образом, блокчейн является перспективной инновационной технологией. Например, в октябре 2015 года, когда The Economist опубликовал статью под названием «Блокчейн, механизм доверия», Интернет и социальные сети быстро распространили эту информацию как новаторские новости по всему миру. Потому что до этого никто ничего не знал о блокчейне. Разумеется, реклама на главной странице крупного экономического журнала, восхваляющая блокчейн, вызвала настоящий ажиотаж. Согласно The Economist, блокчейн - это технология, которая позволяет строить доверие, и этот механизм доверия, основанный на биткоинах, радикально изменит механизм функционирования современной экономики. С того же октября 2015 года объем информации, предоставленной СМИ по теме блокчейна, не уменьшился, а увеличился, и появилось большое количество проектов, основанных на технологии блокчейна. Таким образом, благодаря статье, опубликованной в одном престижном журнале, начались бурные дискуссии о блокчейне, биткоинах, криптовалюте и распределенном консенсусе, и во всем мире начался революционный процесс новых технологий. Также важно понимать, что блокчейн - это цифровая инновационная технология, которая полностью преобразовала общество и экономику, радикально изменила ряд бизнес-моделей и, как следствие, вернула жизнь в качестве научно-технической инновации. Из-за доверия давление на средства массовой информации будет значительно снижено, большинство предприятий и организаций будут обеспечены технологиями блокчейна, и число проектов, использующих блокчейн, увеличится. В результате мы также начинаем смотреть на мир с точки зрения доверия благодаря технологии блокчейна, а технология блокчейна дает нам свободу и уверенность. Чтобы понять значение этого термина, ниже приведены его определения с разных точек зрения и подходов, которые позволят нам понять его более полно:

Блокчейн - это большая книга или журнал (grossbux) на компьютерах по всему миру, в которые каждый может добавлять заметки и читать в любое время.

Блокчейн - это программный продукт, который обеспечивает безопасное и прозрачное хранение и модификацию данных в Интернете без централизованного управления.

Блокчейн - это цепочка блоков (цифровой конвейер), которая хранит различную информацию о транзакциях, договорах, документах на недвижимость, произведениях искусства и т. д.

Блокчейн - это технология, использующая новое поколение транзакционного программного обеспечения для обеспечения доверия, подотчетности и прозрачности среди всех участников посредством коллективных переговоров и распределенной бухгалтерской книги или алгоритма ведения журнала.

Блокчейн - это технология баз данных, которая опирается на Интернет и в полной мере использует все его преимущества, включая открытый протокол, шифрование и вычислительные возможности. Эту распределенную базу данных можно сравнить с электронной бухгалтерской книгой, в которой каждая транзакция записывается без изменения или потери предыдущей. Эта электронная книга является активной, написанной в хронологическом порядке, распространяемой, проверяемой и защищенной от фальсификации на основе консенсуса между участниками системы (узлами).

Блокчейн - это распределенная база данных транзакций, которую можно сравнить с очень большой и децентрализованной бухгалтерской книгой. В ней, благодаря возможностям Интернета, данные защищены и хранятся автономно. Исходя из вышеизложенного, мы можем заключить, что технология блокчейн позволяет нам автоматизировать транзакции без участия третьей стороны.

Блокчейн - это система, основанная на доверии и согласии.

Блокчейн - это инфраструктура, которая обеспечивает аутентификацию и нотариальное заверение.

Таким образом, нет никакого противоречия между Интернетом и блокчейном, единственная разница заключается в развитии технологий. Реестр для создания и использования блокчейна (серии блоков, таких как биткойны) и шифрования с ключами для защиты, алгоритма на основе консенсуса и одноцветной P2P (одноранговой) сети. Теперь добавление участников в эту систему является важным элементом системы блокчейна.

## **Список использованной литературы**

Гулямов С.С. ва бошқалар. Рақамли иқтисодиётда блокчейн технологиялари. Т.: “Иқтисод Молия” нашриёти, 2019. 386 бет.

Гаврилов Л. П. Электронная коммерция: учебник и практикум для вузов / 3-э изд., доп. Москва : Издательство Юрайт, 2019. -477 с.

Ilxamova Yo.,Jumaniyazova M., Azizova M.,Djamalova G.\_E-COMMERCE - IN THE ECONOMY OF THE WORLD AND UZBEKISTAN. International Journal of Advanced Science and Technology Vol. 28, No. 14, (2019),pp. 49-54.[ЭЛЕКТРОННЫЙ РЕСУРС]/

<https://iceiee.org/index.php/testmagazine/article/view/213>

Ганиева И.А., Бобров Н.Е. Цифровые платформы в сельском хозяйстве России: правовой аспект внедрения. [ЭЛЕКТРОННЫЙ РЕСУРС]/ DOI:10.24411/0235-2451-2019-10918- Дата доступа: 21.02.2020.

Постановление Президента РУ ПП-3832 «О мерах по развитию цифровой экономики в Республики Узбекистан», 2 июля 2018 года. [ЭЛЕКТРОННЫЙ РЕСУРС] / [www.lex.uz](http://www.lex.uz)

Ilxamova Yo.,Jumaniyozova M.,Azizova M.,Djamalova G. E-commerce-in the Economy of the world and Uzbekistan. TEST Engineering & Management. 2019/12/9,pp 1510-1514. [ЭЛЕКТРОННЫЙ РЕСУРС]/  
<https://iceiee.org/index.php/testmagazine/article/view/213>

# **Digitalization of Microfinance for Better Reach Out and Financial Inclusion**

**Nargiza Alimukhamedova**

*PhD, Westminster International University, University of Economics in Prague, CERGE-EI, Charles University*

What is microfinance? Microfinance is defined as a provision of small loans for low-income households and individual entrepreneurs. Microfinance movement was first emerged in 1970s with the primary mission to provide alternative source of finance to low income households, eliminate poverty and provide financial access for low-income households. Nowadays, microfinance is a global phenomenon widespread in almost all countries of the world. The new vision toward microfinance goes beyond serving only low income households, but considered as an important alternative source of finance (Armendariz & Morduch, 2010). According to Microfinance International eXchange (MIX), which represents global platform of all microfinance institutions worldwide, there are 762 microfinance service providers worldwide registered with MIX. As of 2017-2018, the total number of active borrowers from microfinance organizations grew to 120 million, and the gross loan portfolio of microfinance loans reached USD 112 billion (Microfinance Information eXchange, 2019).

Importance of microfinance for Uzbekistan: Microfinance movement has been very important for Uzbekistan as well. The first microfinance programs were launched in nineteen-ninety eight (1998) pioneered by United Nations Development Programmes (UNDP) lead projects and during two decades, it became self-sustained sector serving vast majority of population. Nowadays, microfinance is considered as an important means of provision of microloans and microcredits to individual entrepreneurs, start-ups, that traditional commercial banks do not typically serve. Microfinance is considered as very important for growth of small and medium-size enterprises (SMEs) which is a blood of domestic economies in terms of job creation and contribution to gross domestic products (GDP). According to Asian Development Bank (ADB) experts, as of January 1, 2018, over 229,600 small business entities are registered in Uzbekistan, which constitutes 90% of all registered and functioning legal entities (Tadjibaeva, 2019). Within SME sector, micro-enterprises constitute around

92% of all registered businesses, and small firms around 8%. Micro-enterprises employ on average eight people and represent an important share of the working population. In Uzbekistan, SME development is predominately driven by micro-enterprises. According to the World Bank Doing Business 2020 report, among key obstacles for promoting SME growth is lack of access to microcredit for business start-up and further expansion. In this regard, microfinance is considered as a vital source of providing finance for SMEs.

Microfinance development is also vital for promoting financial literacy of households. In particular, according to Alimukhamedova et al. (2017), microfinance borrowers change their behavior by reducing consumption of unnecessary items and reinvest toward human capital and development. Financial literacy has been also important for socio-economic development (Ahunov, 2019).

Digitalization of microfinance in Uzbekistan: the microfinance program has been widely accepted by the government of Uzbekistan and is perceived for further growth and expansion in forthcoming years. For further expansion and successful growth of microfinance organizations, the following digitalization aspects are important to consider:

1. To digitalize microfinance loan application. While application to microfinance loans, all corresponding application documents should be linked with relevant public registration entities.
2. Credit Scoring: existing and new microcredit loan applicants should have entered into unified credit bureau so that to avoid cross-lending. On top, credit scoring should also help for experienced applicants to face more simplified borrowing procedures.
3. Digitization of loan enforcement and monitoring: microfinance clients could use mobile applications for loan repayment and therefore digitalization could minimize monitoring and travelling costs.
4. Mobile banking: another important feature of digitalization of microfinance is provision of mobile banking to clients. This would ensure greater penetration, flexibility and reduction of operational costs.

## References

Ahunov, M. & Van Hove, L. (2019). National Culture and Financial Literacy: International Evidence (November 28, 2019). *Applied Economics*, Forthcoming.

- Alimukhamedova, N., Filer, R., Hanousek, J. (2017). The Importance of Geographic Access for the Impact of Microfinance. *Development Policy Review*, 2017 (Vol. 1), pp. 1–13.
- Armendariz, B. & Morduch, J. (2010). *The Economics of Microfinance*. Cambridge, Mass.: MIT Press, second edition.
- Microfinance Information eXchange (2019). Measuring funding flows for digital financial inclusion. Methodology and early insights. September 2019.
- Tadjibaeva, D. (2019). Small and Medium-Sized Enterprise Finance in Uzbekistan: Challenges and Opportunities. ADBI Working Paper Series, No. 997, September 2019

# **Актуальность развития цифрового маркетинга в Кыргызстане**

**Наргиза Исмаилова<sup>1</sup>, Жасур Азимов<sup>2</sup>, Ания Фоменко<sup>3</sup>**

*1. кандидат экономических наук, доцент,*

*Кыргызский Национальный Университет, Бишкек*

*2. кандидат экономических наук, доцент,*

*Кыргызско-узбекский университет, Ош*

*3. магистрант, Кыргызский Национальный Университет, Бишкек*

**Аннотация:** В статье освещены вопросы становления и развития цифрового маркетинга в Кыргызской республике на сегодняшний день. Рассмотрены основные направления развития, методы и инструменты цифрового маркетинга, раскрыты вопросы поддержки маркетинговых решений на различных уровнях управления с помощью информационно-коммуникационных технологий и систем.

**Ключевые слова:** цифровой маркетинг (ЦМ), интернет-маркетинг, маркетинг в социальных медиа

**Keywords:** digital marketing, internet marketing, social media marketing

На современном товарном рынке, при условии высокого уровня конкуренции и насыщения рынка различными товарами и услугами, превышения предложения над спросом, каждая компания (продавец и производитель) вынуждена вести очень жесткую борьбу за каждого клиента и за предпочтения потребителя (Исмаилова, с.93).

На сегодняшний день в современном обществе появляются все больше моментов, которые требуют более современного и актуального взгляда на управление маркетингом. Общество не стоит на месте, оно стремительно развивается. Происходит глобализация экономики, которая ведет к необходимости внедрения и актуализации цифрового маркетинга. В связи с этим можно с полной уверенностью принимать во внимание развитие цифрового маркетинга в Кыргызстане. Цифровой маркетинг (англ. digital marketing) –вид

маркетинговой деятельности, который дает возможность взаимного плодотворного сотрудничества компании с покупателями и деловыми партнерами по бизнесу путем применения цифровых технологий информационной коммуникации и электронных устройств. Если рассматривать более широкий подход, то под цифровым маркетингом подразумевается осуществление маркетинговой деятельности с использованием цифровых информационно-коммуникационных технологий. Самой важной частью ЦМ можно признать интернет-маркетинг, который также активно развивается. Так, в последнее время сильно развивается система актуальных методов современной коммуникации с применением различных цифровых и электронных устройств, и ЦМ, в свою очередь, также неустанно совершенствуется и увеличивает возможности своего применения. С каждым днем все более увеличивается количество и разнообразие электронных носителей, а сюда включаются новые виды персональных компьютеров, мобильных телефонов и андроид-смартфонов, различных планшетов, электронных досок и креативных экранов, приставок различных игр, домашних кинотеатров и музыкальных центров, систем навигации и прочее. Кроме того, не перестают развиваться технологии цифровых коммуникаций, которые включают в себя: социальные сети, форумы и чаты в интернете, блогерство, фото - и видео-хостинги, различные приставки виртуальных игр и миров, объединения по выпуску совместного контента, совместные проекты, геосоциальные сервисы, сообщества коммуникаций по событиям, сайты знакомств, социальные агрегаторы.

Все вышеперечисленное предоставляет возможность использовать ЦМ со всеми его инструментами (Китова, с.28).

Терминология «цифровой маркетинг» начала применяться в 1990-х годах. Очень быстрорастущее развитие цифровых медиа дало новые перспективы развития для маркетинга и рекламы. Повсеместное применение сотовой связи и сотовых телефонов (при наличии доступа к цифровым каналам) привело к мгновенному росту цифровой рекламы. Основой развития цифрового маркетинга можно считать постоянно растущие и быстро изменяющиеся технологии. Именно этих особенных нюансов можно ожидать от разработок стратегий цифрового маркетинга.

ЦМ содержит в себе огромный перечень тактик маркетинга по продвижению товаров, услуг и брендов.

К основным направлениям ЦМ относится:

- поисковая оптимизация (SEO) и поисковый маркетинг (SEM);
- контент-маркетинг, маркетинг влияния (influencer marketing), автоматизация создания контента;
- маркетинг в электронной коммерции;
- маркетинг социальных медиа (SMM);
- прямые рассылки, контекстная реклама, реклама в электронных книгах, программах, играх и других формах продуктов ЦМ. (Данько, Завьялова, Китова, Сагинова, Скоробогатых и др., с.118)

### Актуальность цифрового маркетинга

В данное время, в условиях увеличения количества пользователей Сети Интернет по всей стране, ЦМ продолжает очень активное развитие в Кыргызстане. Согласно выступлению Главы государственного комитета информационных технологий и связи Кыргызской Республики Достана Догоева, численность населения Кыргызской Республики сегодня - 6,2 млн. человек, тогда как зарегистрировано 9,38 млн. абонентов сотовой связи. Всего услуги Сети Интернет используют 2500000 человек, а активно ежедневно в социальных сетях сидят около 2000000 человек (таблица 1). Среднестатистический пользователь проводит в интернете 6 часов 43 минуты каждый день. Люди тратят 89% своего мобильного времени на приложения, а 11% времени приходится на изучение различных сайтов и веб-страничек. Данную картину можно применять как огромную возможность применения мобильных технологий. Ежегодно количество пользователей Сети Интернет в Кыргызстане возрастает на 38% (т.е. каждый год прирост пользователей Сети Интернет составляет 500 тыс. человек). Кроме того, в Кыргызской Республике банковский счет имеют 40% людей всего Кыргызстана, услугой Интернет-банкинг пользуются 15%, а онлайн продажи и покупки совершают 5% населения. Подводя итог, можно с уверенностью утверждать, что люди Кыргызстана используют в большей части своей активной жизни Сеть Интернет (таблица 2).

#### Таблица 1. Количество интернет-пользователей в Кыргызстане

Население Кыргызстана	6200000 человек
Число зарегистрированных абонентов	9380000 человек

Пользователи интернета

2500000 человек

Активные пользователи интернета

2000000 человек

*Источник: Государственный комитет информационных технологий и связи КР*

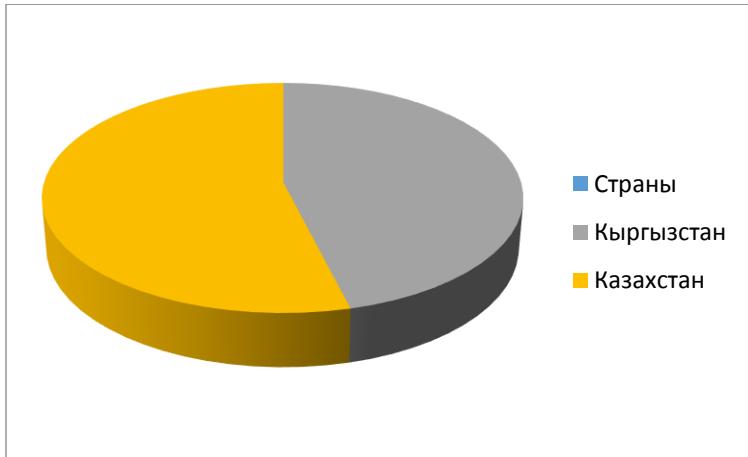


Рисунок 1: Количество интернет-пользователей в Кыргызстане.

## Таблица 2. Ведущие социальные медиа в Кыргызстане

Название социальной платформы	Число пользователей в процентах
Вконтакте	83%
Инстаграмм	89%
Одноклассники	83%
Facebook	38%
Телеграмм	55%

*Источник: theopenasia.net*

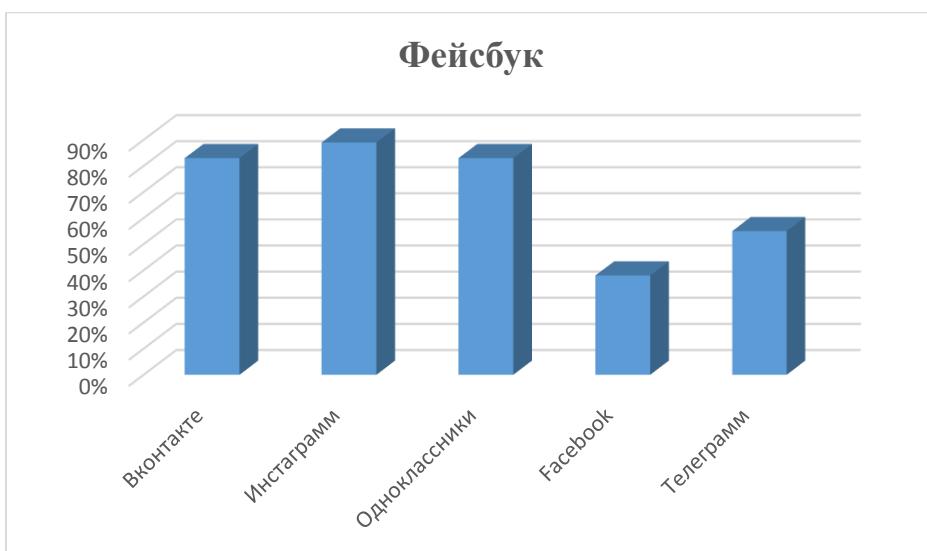


Рисунок 2: Число пользователей в %

**Таблица 3. Пользователи Фейсбука и Инстаграмма в Центральной Азии**

Страны	Фейсбук/ Женщины	Фейсбук/ Мужчины	Инстаграмм/ Женщины	Инстаграмм/ Мужчины
Кыргызстан	47%	53%	48%	52%
Казахстан	55%	45%	57%	43%
Таджикистан	24%	76%	23%	77%
Туркменистан	39%	61%	42%	58%
Узбекистан	32%	68%	31%	69%

Источник: [theopenasia.net](http://theopenasia.net)

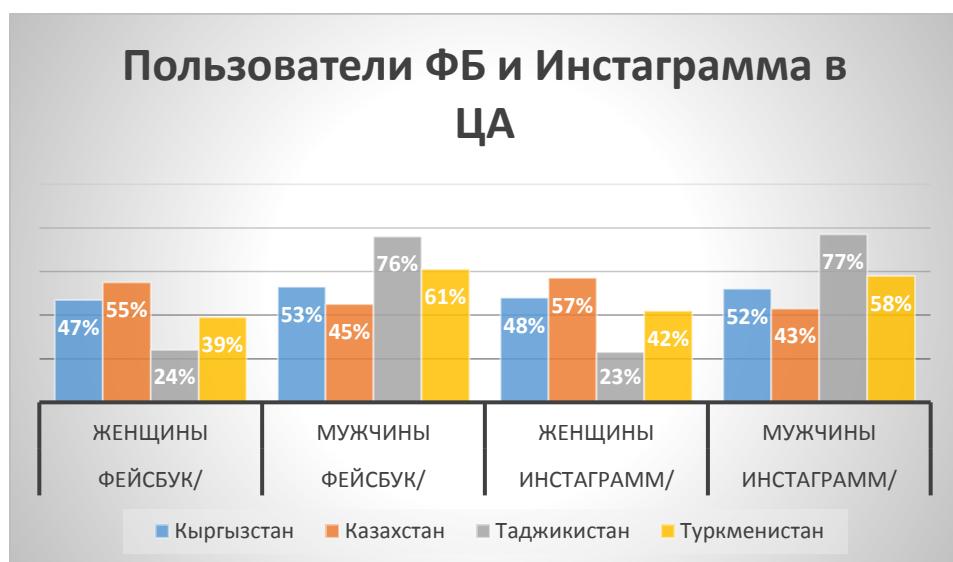


Рисунок 3: Пользователи Фейсбука и Инстаграмма в Центральной Азии

Если провести анализ последних статистических данных, то Сетью Интернет во всем мире пользуются 4.5 млрд человек, а это в среднем 58.8% населения всей Земли. Естественно будет утверждение, что более половины всего человечества следит за каждодневным изменением в технологиях, используя при этом гаджеты. (таблица 3). Сеть Интернет обладает наибольшими возможностями среди всех мировых ресурсов. Интернет-площадка является огромной, а это дает возможность для постоянного зарождения инновационных направлений и тенденций. ЦМ как раз является одним из таких направлений. Именно поэтому, в настоящее время, ЦМ получил всеобщее мировое признание, благодаря оптимальному и высокому уровню эффективности в усвоении информации, удобству и огромным возможностям в целях укрепления связей между продавцом и покупателем. Но здесь стоит акцентировать внимание и немного углубиться в изучение вопроса, а так ли это актуально у нас в стране (в

Кыргызстане). В случае, если мы посмотрим статистику, Кыргызстан занимает 106 место в мире по числу пользователей Сети Интернет. В цифрах это 2760000 чел., что составляет 34,4% населения всего государства. Эта цифра очень высока, в связи с чем можно сделать вывод о том, что граждане Кыргызстана являются активными пользователями интернета. А это, в свою очередь, означает актуальность и своевременность излагаемой нами темы. На сегодняшний день уровень ЦМ в Кыргызской Республике естественно намного ниже мирового, однако, важно то, что уже сегодня в стране начинается изучение digital среды, так как растет молодое поколение, использующее Сеть Интернет как один из самых основных источников получения информации. Бизнес-среде Кыргызской Республики также нужно приспосабливаться и адаптироваться к этим преобразованиям. Предприниматели должны акцентировать свое внимание на ЦМ, так как, во-первых, данное направление современно, востребовано и с каждым годом будет становиться более актуальным, а, во-вторых, именно сфера digital является основной и самой выгодной во время любого кризиса при условии правильного подхода в использовании ее возможностей.

Digital-маркетингу присуще большое количество достоинств. Он дает рекламодателю максимально возможную эффективную отдачу, дает возможность проанализировать аудиторию и ее статистику, дает возможность выбора из большого разнообразия форматов для создания уникальной рекламы, а также возможность ее редактирования. Однако все это возможно только в случае правильного и грамотного владения инструментами Digital-маркетинга или при сотрудничестве с профессионалами данного направления деятельности. А это, как раз-таки, является основной проблемой ЦМ в Кыргызстане. На сегодняшний день острая нехватка специалистов в этой области (веб-аналитики, стратеги, интернет-маркетологи) - это одна из основных проблем на digital рынке. В связи с этим, будущее за теми рекламными агентствами, которые способны масштабировать необходимую экспертизу быстрее и эффективнее, чем их конкуренты. Бизнес не стоит на месте, и сейчас каждая уважающая себя компания имеет свой сайт или, как минимум, свою страничку в социальных сетях. Применение ЦМ на сегодняшний день дает возможность брендам и ритейлу не только продвигать свои товары и услуги, а также открывает онлайн-поддержку клиентов применяя круглосуточные сервисы, возможность моментальной реакции на комментарии и запросы клиентов, а также быстрое и

своевременное выполнение заказа и т.д. Связь с клиентами и построение с ними отношений в социальных сетях дает возможность брендам получать позитивные и негативные отзывы, а также выявлять, использование каких медиа-платформ для компаний является эффективным и оптимальным, а также позволяет увеличить аудиторию, осуществляя действия по привлечению новых клиентов. Таким образом, ЦМ стал более значительным преимуществом для брендов и предприятий (Данько, Завьялова, Китова, Сагинова, Скоробогатых и др., с.238).

Сегодня практически все потребители ежедневно выкладывают свои отзывы о товаре, услуге или компании в целом, в социальных сетях Интернета, сотрудничают с известными блогерами или ведут блоги, рассказывая о своем опыте работы с продуктом или брендом. Вся реклама, которая высказана не от лица компании, а напрямую от таких же простых людей-пользователей, лидеров мнений, очень часто оказывают намного большее влияние на клиентов. **81% интернет-потребителей доверяют информации, найденной в блогах** (Исмаилова, с.66).

Так в США, 61% онлайн-потребителей совершили покупку, основываясь на рекомендациях блога. Это довольно-таки своеобразный новый способ поддержания связи и общения с потребителями (как реальными, так и потенциальными) товаров и услуг при помощи блогерства. Кроме того, обычные люди, которые также пользуются социальными сетями, могут в своем блоге делится опытом, при этом выделяя особым предпочтением тот или иной товар, услугу или компанию. Это очень хорошо просматривается в Instagram, где можно увидеть, что подростки-пользователи Instagram выкладывают у себя на страничке фото мероприятий, с изображенной на них едой, указывая при этом свою геолокацию, тем самым делая рекламу данного заведения (кафе, ресторана или ТРЦ), а также бренда – бесплатно. 90% специалистов маркетинга, применяющих стратегию влияния в социальных сетях, считают ее успешной (Мешков и Мусатова, с.206).

Сегодня компаниям становится всё более выгоднее применение платформы социальных сетей для создания групп, диалогов, дискуссий со своими потребителями (заказчиками, клиентами). Потенциальный охват социальных сетей подтверждается тем фактом, что в 2014 году каждый месяц в приложении Facebook было более 126 миллионов, а на YouTube - более 97 миллионов уникальных пользователей. Граждане Кыргызской Республики также отдают предпочтение социальным сетям таким как vk.com, Instagram

(1,6 миллион юзеров) и [Odnoklassniki.ru](http://Odnoklassniki.ru) (1,5 миллиона юзеров). Не уступают по популярности Telegram и Facebook. Кыргызстан, как и любая страна, которая очень активно развивается в области ИТ, на сегодняшний день имеет все возможности и перспективы для развития ЦМ. Хорошие специалисты из нашей страны способны работать и в других странах, и мы считаем, что с хорошими специалистами в области маркетинга будет происходить то же самое.

## **Список использованной литературы**

Маркетинг взаимодействия: учебник для ВУЗов / Г.Л. Багиев. — СПб.: Астерион, 2011. — 768 с

Китова О.В. Управление эффективностью маркетинга: методология и проектное моделирование. — М.: ИНФРА-М, 2009. — 328 с.

Мешков А.А. Мусатова Ж.Б. Интернет-маркетинг: Учебное пособие. — М.: Изд-во РЭА им. Г. В. Плеханова, 2006. — 84 с.

Электронный маркетинг: учеб. пособие / Т.П. Данько, Н.Б. Завьялова, О.В. Китова, О.В. Сагинова, И.И. Скоробогатых и др. — М.: ИНФРА-М, 2003 — 360 с.

Исмаилова Н.Р. «Роль маркетинга в повышении конкурентоспособности предприятия» Известия вузов, 2013г., № 5, с.93

Исмаилова Н.Р. «Развитие маркетинга на предприятиях Кыргызстана» Известия вузов, 2016 г., № 4, с.67

Исмаилова Н.Р. «Технология международных маркетинговых исследований» Известия вузов, 2016г., № 3, с.66

# **Суғурта соҳасида рақамли технологияларни қўллашнинг баъзи масалалари**

**Хўжаёр Шеннаев**

*Тошкент молия институти доценти, и.ф.н.*

Жаҳон иқтисодиёти ва халқаро молия бозорларида кузатилаётган иттеграция жараёнлари Ўзбекистон иқтисодиётига, бинобарин, унинг ажралмас қисми бўлган суғурта хизматлари бозори таракқиётига жиддий таъсир кўрсатмоқда. Бу ўз навбатида, иқтисодчи олим Ш.Жонодилов қайд этганидек, “Бугунги глобаллашув жараёнида суғурта хизматлари бозорида юқори рақобат шароитида суғурта компаниялари асосий дикқат эътиборини суғурта маҳсулотларини сотишда янги технологиялардан фойдаланишга қартиши лозим бўлади. Бунда эса суғурта компаниялари олдига Интернет технологияларига асосланган янги инновацион лойиҳаларни амалга ошириш талаби қўйилади”<sup>30</sup>.

Дарҳақиқат, суғурта хизматлари бозори юксак ривожланган хорижий давлатлар тажрибасига назар соладиган бўлсак, суғурта компаниялари фаолиятида рақамли технологияларга асосланган хизматлар аллақачон йўлга қўйилганлигининг гувоҳи бўламиз. Масалан, дунёнинг йирик суғурта компанияларидан бири Allianz AG компанияси (Германия) 2017 йилда ўзининг бизнес жараёнларини рақамлаштиришга 800,0 млн.АҚШ доллари ажратишини маълум қилган<sup>31</sup>. Шу ўринда таъкидлаш жоизки, 2018 йилда жаҳон миқёсида суғурта соҳасига рақамли технологиялар (digital technology) ни жорий этиш ва ривожлантиришга 2,6 млрд.АҚШ доллари миқдоридаги маблағларнинг йўналтирилганлиги бугунги кунда суғурта хизматларини рақамлаштиришга нечоғли аҳамият берилаётганлигидан далолатdir<sup>32</sup>. Экспертларнинг фикрига кўра, бундан кейин суғурта хизматларини кўрсатишдаги инновацион йўналишлар, айнан, суғурта компаниялари фаолиятида блокчейн, булутли

<sup>30</sup> Жонодилов Ш.Ў. Миллий суғурта компаниялари фаолиятини инновацион технологиялар асосида ривожлантириш истиқболлари.// Халқаро молия ва ҳисоб” илмий электрон журнали. № 1, февраль, 2018 йил.

<sup>31</sup><http://perspectives.eiu.com/financial-services/future-financial-services-transforming-industry/article/mbracing-pattern-change-model-innovation-across-banking-insurance-and-asset-management>

<sup>32</sup> <https://www.postonline.co.uk/technology/3881261/insurtech-funding-in-2018-close-to-all-time-record>.

технологиялар, телематика, сунъий интеллект каби замонавий технологияларни қўллаш билан изоҳланади.

Демак, суғурта хизматларини кўрсатишда рақамли технологиялар билан боғлиқ инновацияларни қўллаш, бир томондан, суғурта компанияси томонидан ушбу йўналишда катта миқдорда инвестициялар сарфлашни, иккинчи томондан, компанияда ахборот технологиялари, дастурий инженеринг ва интернет соҳасини чуқур биладиган мутахассислар ишлашини тақозо этади. Шунингдек, соҳага инновацияларни жорий этиш, нафақат, суғурта компанияларида бошқарув ва операцион харажатларни қисқартириш, балки суғурта хизматлари истеъмолчилари учун катта қўлайлик яратади. Яъни, суғурта соҳасига инновацияларни жорий этиш, суғурта полисини расмийлаштириш ва сотиб олиш, суғурта мукофотини ҳисоблаш ва тўлаш жараёнларини тўлиқ интернет технологиялари, хусусан, online шаклда амалга ошириш имкониятини беради.

Маълумки, барча соҳаларда бўлгани каби суғурта тармоғида ҳам рақамли технологияларни қўллаш глобал интернет тармоғида рақамли платформалар яратиш орқали амалга оширилади. Рақамли платформа дастурий иловаларни қисқа муддатда ишлаб чиқиши назарда тутувчи бошқарув ва сервис воситаларнинг техник архитектурасини ўзида мужассамлаштиради. Унинг асосини суғурта компаниялари, мижозлар ва бошқа манфаатдор томонлар ўртасида тезкор ахборот алмашинувини таъминлайдиган очик стандартлар ташкил этади.

Сўнги йилларда халқаро амалиётда фуқаролар, ташкилотлар ва маҳсулотларнинг комплексини рақамли платформада бирлаштирган рақамли экотизимлар вужудга келмоқда. Масалан, дунёнинг етакчи суғурта компанияларидан бири “Ping An” (Хитой) шундай рақамли экотизим платформасига эга бўлиб, ҳозирги кунда 350,0 млн.дан ортиқ онлайн мижозларига тиббий маслаҳатлар, автомобиль сотиши, банк ва кўчмас мулкларни олди-сотдиси билан боғлиқ хизматларни кўрсатмоқда. Ушбу компания таркибидаги “Zhong An” рақамли суғурта компанияси онлайн тарзда 150,0 млн.мижозга 630,0 миллион дона суғурта полисларини расмийлаштирган<sup>33</sup>.

Ривожланган мамлакатларнинг тажрибасидан келиб чиқсан ҳолда Ўзбекистон Республикаси суғурта бозорида фаолият кўрсатаётган суғурта компаниялари ўз бизнес жараёнларини рақамли технологияларнинг энг содда

---

<sup>33</sup> [www.mckinsey.com](http://www.mckinsey.com)

шаклларини кўллаш асосида ташкил этишга харакат қилмоқда. Аксарият сұғурта компаниялари айрим сұғурта хизматларини расмий веб-сайтларига жойлаштирилган ва Android платформасида ишлайдиган мобиъл иловалари орқали онлайн тарзда сотишни йўлган қўйган. Масалан, республика сұғурта бозорининг хусусий секторида фаолият кўрсатаётган “Gross insurance” сұғурта компанияси ўзининг [www.gross.uz](http://www.gross.uz) сайти орқали мижозларга транспорт воситалари эгаларининг фуқаролик жавобгарлигини мажбурий сұғурталаш, қўчмас мулк сұғуртаси, автосұғурта (каско), тиббий сұғурта ва саёҳат сұғуртаси каби сұғурта хизматларини онлайн сотиш тизимини жорий этган<sup>34</sup>. Тизимнинг мижоз учун қўлайлик томони шундаки, биринчидан у сұғурта полисини ўзига қўлай шартларда ва саноқли дақиқаларда расмийлаштиради, иккинчидан сұғурта компаниясига хизмат ҳақи сифатида тўланадиган сұғурта мукофотини амалдаги тўлов тизимлари, масалан, Raume тизими орқали уйидан ёки иш хонасидан туриб амалга ошириши мумкин. Мазкур жараёнда инсон омили айтарлик иштирок этмайди. Рақамли технологияларни ижтимоий-иктисодий ҳаётнинг барча жабхаларига жорий этишдан қўзланган асосий мақсад ҳам шундан иборат.

Шу билан бирга, Ўзбекистон Республикаси сұғурта соҳасига рақамли технологияларни қўллашда бир қатор муаммолар кўзга ташланади. Жумладан, ҳозирги кунда сұғурта компанияларида мавжуд компьютерлар ва дастурлар ҳамда катта ҳажмдаги маълумотларни қабул қилиш, саклаш ва қайта ишлаш қобилиятига эга бўлган серверлар талабга жавоб бермайди. Иккинчидан, сұғурта компанияларида қўлланилаётган онлайн сұғурта хизматлари рақамли платформаларга асосланмаган.

Сұғурта соҳасида замонавий технологияларни жорий этиш, ўз навбатида, ҳар бир сұғурта компаниясидан зарур дастурий маҳсулотларни ишлаб чиқиши ёки харид қилиш, рақамли платформалар яратиш ишларига катта миқдорда инвестиция маблағларини жалб этишни талаб қиласди. Фикримизча, яқин йилларда Ўзбекистон миллий сұғурта бозорини халқаро сұғурта бозорларига интеграциясини таъминлаш, қолаверса, республика ҳукумати томонидан иқтисодиётнинг барча тармоқларини рақамлаштириш бўйича қабул қиласди.

---

<sup>34</sup> [www.gross.uz](http://www.gross.uz)

# Товарооборот Кыргызской Республики со странами ЕАЭС

**Айгуль Саманчиева**

*КНУ им. Ж.Баласагына, кафедра «МКиЛ», ст. преподаватель*

**Аннотация:** Данная статья предназначена для студентов экономического направления. ЕАЭС создан с целью предоставления помощи странам-участникам, реализовывать свой внутренний и интеграционный экономический потенциал, формировать единый рынок товаров, услуг, капитала, труда. Основная цель ЕАЭС это поэтапная унификация и отмена нетарифных барьеров (НТБ) в торговле товарами и услугами, ликвидация оставшихся изъятий из единого рынка, устранение погрешностей в законодательстве. За 2015-2018 гг. ЕАЭС показал устойчивое развитие рынка. Существенные преобразования произошли в законодательной базе Кыргызстана, в торговле, в сфере технического регулирования, а также модернизация в таможенной сфере. Все еще остаются определенные нерешенные вопросы и проблемы, требующие особого внимания.

Кроме вышеотмеченных проблем в развитии интеграционных процессов возникает комплекс методологических проблем стратегического характера, согласованности различных интересов государств-участников интеграционного объединения, достижения согласованности работы, участвующих в этом процессе, своевременное исполнение, принятых на международном уровне обязательств.

**Ключевые слова:** взаимная торговля, динамика внешней торговли, евразийский экономический союз (ЕАЭС), индикатор, интеграция, интеграционные процессы, конкурентоспособность, межотраслевая экономика, продовольственная безопасность, прогнозирование, перспективы, страны ЕАЭС, сотрудничество, экономическое сотрудничество

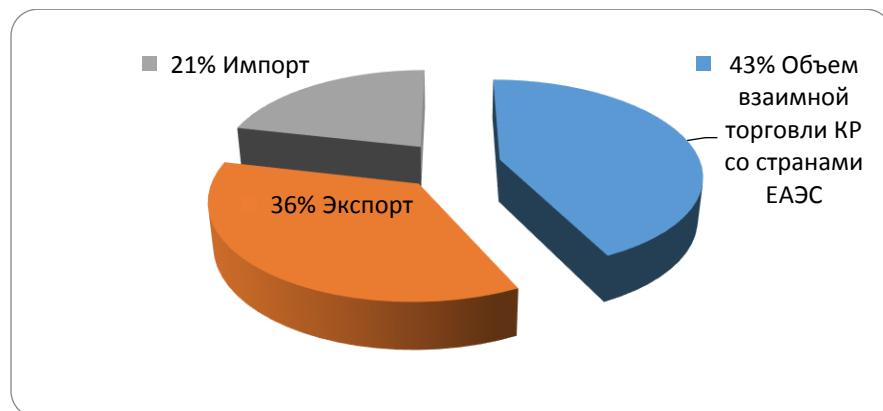
**Keywords:** mutual trade, foreign trade dynamics, Eurasian Economic Union (EEU), indicator, integration, integration processes, competitiveness, intersectoral economy, food security, forecasting, prospects, EEU countries, cooperation, economic cooperation

Основными результатами эффективного развития являются: создание конкурентоспособной продукции, расширение рынка сбыта продукции, рост взаимной торговли, рост экспортных доходов от реализации товаров и услуг на мировых рынках, а также увеличение доли интегрирующих стран в мировой торговле, создание новых рабочих мест, снижение безработицы.

Евразийский экономический союз создан с целью предоставления помощи странам-участникам реализовывать свой внутренний и интеграционный экономический потенциал, формировать единый рынок товаров, услуг, капитала, труда. Основная функция ЕАЭС – это поэтапная унификация и отмена нетарифных барьеров (НТБ) в торговле товарами и услугами, ликвидация из единого рынка, устранение противоречий в законодательстве. За короткий период существования ЕАЭС показал устойчивое развитие рынка. Такие изменения происходят и в Кыргызской Республике, существенные преобразования произошли в законодательной базе, в торговле, в сфере технического регулирования, а также модернизация в таможенной сфере. В Кыргызстане все еще остаются определенные нерешенные вопросы и проблемы, требующие особого внимания.

В связи с этим выбрана цель исследования, а также проведения всестороннего анализа взаимной торговли КР со странами ЕАЭС и выявление ключевых проблем, и основных факторов, влияющих на ее развитие.

За непродолжительный период участия Кыргызстана в ЕАЭС дать оценку динамичного эффекта очень сложно. Динамика взаимной торговли Кыргызстана со странами ЕАЭС за период с 2015 по 2018 годы показаны (смотри диаграмму1).



## Диаграмма 1. -Динамика объемов взаимной торговли Кыргызской Республики со странами ЕАЭС за 2015-2018гг.

По официальной статистике, объем взаимной торговли КР со странами ЕАЭС в 2016 году составил 2017,2 млн. дол. США, по сравнению с предыдущим 2015 годом, снизился на 16,2%. 2017 год был отмечен как наилучший показатель взаимной торговли республики со странами ЕАЭС, где объем увеличился на 16,0% и составил 2405,2 млн. дол. США из-за увеличения экспорта на 21,1%. По данным статкома [35] КР за 2018 год, объем торговли в КР вновь снизился на 2,5% и составил 2345,1 млн. дол. США, в результате снижения поставок, как по экспорту, так и по импорту.

В 2018 году первое место во взаимной торговле КР со странами ЕАЭС занимает Россия - 66,26%, за ней идет Казахстан - 31,95%, Беларусь - 1,75% и Армения-0,03%.

Российская Федерация превалирует в импорте, что составляет 69,78%, вторую строчку занимает Казахстан (28,26%), третью строчку занимает Беларусь (1,92%), и завершает список Армения (0,03%). Такая тенденция наблюдается за период с 2015 по 2018 годы (смотри таблицу 1).

**Таблица 1. Динамика экспорта и импорта по странам ЕАЭС (млн.дол. США)<sup>36</sup>**

	Россия	Казахстан	Беларусь	Армения
2015 год				
экспорт	166,8	210,7	5,6	0,2
импорт	1460,2	553,2	51,4	0,3
2016 год				
экспорт	178,4	265,5	3,3	0,0066
импорт	1143,2	437,2	44,7	0,9
2017 год				
экспорт	265,7	268,6	7,1	0,1
импорт	1232,7	520,5	108,6	0,6
2018 год				
экспорт	314,1	247,2	7,0	0,1
импорт	1239,9	502,0	34,1	0,6

<sup>35</sup> <http://stat.kg>

<sup>36</sup> Данные взяты из статкома КР

В товарной структуре КР в страны ЕАЭС превалируют следующие товары: текстиль, обувь; минеральные (химические) продукты; сельскохозяйственное сырье; металлы и изделия из них; оборудование и транспортные средства; продовольственные товары. В 2018 году экспортные поставки в Республику Казахстан уменьшились на 8,0%, хотя за 2017 год их продажа была увеличена на 1,2% по сравнению с 2016 годом, за счет роста поставок руд, драгоценных металлов, овощей и фруктов, а также предметов одежды (смотри таблицу 2).

**Таблица 2. Экспорт Кыргызстана в Казахстан и импорт из Кыргызстана в Казахстан (млн. долл. США)<sup>37</sup>**

	Экспорт Кыргызстан а в Казахстан	Импорт Кыргызстана в Казахстан	из расхождения стат.данных, в % 115,8	Импорт Кыргызстана в Казахстан	из расхождения стат.данных, в % 110,9
2015	210,7	182,0	115,8	189,99	110,9
2016	265,5	231,4	114,7	231,4	114,7
2017	268,6	248,5	108,1	248,5	108,1
2018	247,2	230,4	107,3	230,4	107,3

Такая ситуация произошла в связи с тем, что в республику вырос приток объемов топливно-сырьевых товаров, потребительских и инвестиционных товаров (оборудование, средства производства). Хотелось бы отметить, что при низкой конкурентоспособности обрабатывающей промышленности в КР предопределилось участие в международном разделении труда, где страна представлена как поставщик сырья и импорта готовых изделий.

Взаимной проблемой торговли стран ЕАЭС являются и существующие различия в отраслевой структуре экономики. К примеру, Армения и Кыргызстан относятся к числу аграрных стран, а Россия, Беларусь, Казахстан - индустриальных. Основными преобладающими отраслями экономики Кыргызстана и Армении являются: сельское хозяйство, электроэнергетика, горнодобывающая промышленность и металлургическая промышленность.

Похожая ситуация наблюдается в Республике Беларусь, где экспортные поставки в 2018 году были снижены на 1,4%, хотя в 2017 году возросли в 2,1

<sup>37</sup> Данные взяты из статкома КР

раза. Выше проведенный анализ показал, что взаимная торговля КР со странами ЕАЭС имела тенденцию более динамичного роста импорта, чем экспорта, как и во всей внешней торговле КР (смотрите таблицу 3).

**Таблица 3. Импорт Кыргызстана из Республики Беларусь и экспорт Беларуси в Кыргызстан (млн. долл. США)<sup>38</sup>**

	Экспорт Кыргызстан а из Республики Беларусь	Импорт Беларуси в Кыргызстан	из в стат.данных, в %	Расхождения	Экспорт Республики Беларусь в Кыргызстан	из стат.данных, в %	Расхождения
2015	51,4	55,4	92,8	55,4	55,4	92,8	92,8
2016	44,7	48,7	91,8	48,7	48,7	91,8	91,8
2017	108,6	123,5	87,9	123,5	123,5	87,9	87,9
2018	34,1	120,3	28,3	120,3	120,3	28,3	28,3

Основным препятствием для развития торговли являются меры нетарифного характера, несмотря на принятые договором положения ЕАЭС по их устранению. Основные проблемы Кыргызстана в развитии экспорта связаны, прежде всего, с доступом к финансированию экспортных операций, инфраструктурой, транспортно - логистической инфраструктурой, а также высококлассным кадровым обеспечением.

Решение вышеуказанных проблем позволит улучшить конкурентоспособность продукции, а также увеличит экспортные возможности республики. Основным важнейшим инструментом для продвижения отечественных товаров на внешний рынок является техническое регулирование.

Основные перемены в сфере технического регулирования КР связаны с началом реализации положений. Соглашения по техническим барьерам в торговле ВТО, а именно переход на добровольную стандартизацию, разработку и установление требований безопасности в технических регламентах, установление форм оценки соответствия, отвечающих требованиям рынка, а также сокращение административных барьеров.

<sup>38</sup> Данные взяты из статкома КР

Требования законодательства ВТО в Кыргызстане и ЕАЭС недостаточно эффективны. Значимое влияние на операции взаимной торговли оказывают налоговая политика и валютное сопровождение внешнеэкономических сделок. Значительное количество барьеров во взаимной торговле, сложности при транзите товаров, доступен на внутренние рынки, «негласный запрет» на ввоз отдельных товаров. Кроме вышеотмеченных проблем в развитии интеграционных процессов возникает комплекс методологических проблем стратегического характера, согласованности различных интересов государств-участников интеграционного объединения, достижения согласованности работы, участвующих в этом процессе, своевременное исполнение, принятых на международном уровне.

В декабре 2018 года<sup>39</sup> была принята решением коллегии ЕКЭ «методология ведения статистики взаимной торговли товарами государств-членов Евразийского экономического союза», согласно которой установлены единые методологические подходы к ведению статистики, соответствующие международному стандарту статистики международной торговли товарами. Согласно методологии, предусмотрены разные причины расхождения статистических данных государств-членов о взаимной торговле товарами, в том числе:

- Стоимостные оценки импорта и экспорта;
- Учет импорта и экспорта товаров;
- Квалификация товаров;
- Статистический порог учета товаров;
- Учет отдельных категорий товаров;
- Неточность сведений, содержащих в источниках информации;
- Конфиденциальность информации.

К примеру, расхождения имеют место по учету нефти и нефтепродуктов при импорте из России. Это связано с особенностью временного периодического декларирования нефти и нефтепродуктов в РФ (смотри таблицу 4).

---

<sup>39</sup> Решение Коллегии Евразийской экономической комиссии от 25 декабря 2018 года № 210 «Об утверждении Методологии ведения статистики взаимной торговли товарами государств - членов Евразийского экономического союза и Методологии ведения таможенной статистики внешней торговли товарами государств - членов Евразийского экономического союза» (г. Москва) (с изменениями от 31.07.2019 г.)

**Таблица 4. Импорт Кыргызстана из России и экспорт России в Кыргызстан (млн. долл. США)<sup>40</sup>**

	Импорт Кыргызстана из России	Экспорт России Кыргызстан	Расхождения в стат.данных, в %	Экспорт России Кыргызстан	Расхождения в стат.данных, в %
2015	1460,2	1303,8	112,0	1300,4	112,3
2016	1143,2	1035,3	110,4	1032,6	110,7
2017	1232,7	1396,3	88,3	1399,4	88,1
2018	1239,9	1635,4	75,8	1635,4	75,8

Применение временного периодического декларирования при экспорте российской нефти и нефтепродуктов в КР позволяет произвести поставки частями в течение определенного периода времени, и их учет в Российской таможенной статистике осуществляется по завершению всех поставок. Разрешение вопросов по проблеме расхождения данных статистических во взаимной и внешней торговле стран союза входит в полномочия Межправительственного совета ЕАЭС, который принимает решения по предположению совета ЕЭК.

Данная проблема была уже отмечена премьер-министром Казахстана в феврале 2019 года<sup>41</sup> на заседании Межправительственного совета ЕАЭС в Алматы, Казахстан. В целях обеспечения достоверности данных статистики взаимной торговли товарами уполномоченными органами проводятся встречи экспортов, и для выявления причин и решений. Приоритетным направлениям требующего первичного влияния является следующее:

- Поддержка отечественных экспортно-ориентированных и импортозамещающих предприятий;
- Повышение уровня гармонизации документов по техническому регулированию в рамках ЭАЭС;
- Формирование и совершенствование электронных систем по идентификации участников ВЭО, налоговых органов, прослеживаемости товаров;

<sup>40</sup> Данные взяты из статкома КР

<sup>41</sup> 01 февраля 2019 года в Алматы состоялась первое заседание Евразийского межправительственного совета. Об этом 01 февраля 2019 года сообщила пресс-служба Премьер-Министра Республики Казахстан.

- Повышение качества и обеспечение зеркальности статистических данных взаимной торговли уполномоченными статистическими органами стран ЕАЭС;
- Активизировать работы по гармонизации и унификации методологии и договорно-правовых документов по статистике стран союза департаменту статистики с ЕЭК.

### **Список использованной литературы**

- Боброва В.В. Новый таможенный кодекс ЕАЭС как эффективный инструмент государственного регулирования внешней торговли // Региональная экономика и управление. – 2017. — № 1 (49).
- Багдасарян К.М. Позиции стран Евразийского экономического союза в мировой экономике на современном этапе // Вестник ГУУ. – 2016. – №9.
- Сивенкова А. И., Шуклина З. Н. Особенности таможенного оформления в условиях функционирования Евразийского Экономического Союза // Молодой ученый. – 2017. – №6. – С. 297-300.
- Белоусова Р.Н. Повышение эффективности таможенно-тарифного и нетарифного регулирования в рамках Евразийского Экономического Союза // Современные проблемы теории и практики таможенного дела глазами молодых исследователей. – 2015. – С. 23-25.

# **Актуальные вопросы развития электронной коммерции в Узбекистане**

**Шахида Маннанова**

*Ташкентский финансовый институт, старший преподаватель  
кафедры "Электронная коммерция и цифровая экономика"*

**Аннотация.** В данной статье обсуждены актуальные вопросы подготовки высококвалифицированных кадров для развития электронной коммерции в Республике Узбекистан. Рассмотрены вопросы вовлечения в этот процесс высшие учебные заведения республики и основные направления обучения.

**Ключевые слова:** электронная коммерция, большие данные, искусственный интеллект, интернет вещей, цифровые электронные платформы, облачные технологии, виртуальная реальность, дополнительная реальность, блокчейн, криптовалюта.

**Keywords:** e-commerce, big data, artificial intelligence, Internet of things, digital electronic platforms, cloud technology, virtual reality, additional reality, blockchain, cryptocurrencies.

В наш век стремительного развития наше правительство и президент придают большое значение развитию информационно-коммуникационного сектора и особенно цифровой экономики, включая электронную коммерцию.

Наши специалисты по электронной коммерции хорошо знают, что ключевыми технологиями современного экономического развития являются- BIGDATA, искусственный интеллект-Artificial Intellect, Нейро технологии, Квантовые технологии, Интернет вещей – Internet of Things, цифровые электронные платформы, облачные технологии – Cloud Technologies, технологии виртуальной и дополнительной реальности – Virtual Reality and Augmented Reality (VR, AR), технологии блокчейна, криптовалюты, ICO (Initial Coin Offering) технологии и 3D-технологии. Однако одной из важнейших предпосылок эффективного развития электронной коммерции в нашей стране является создание подходящей институциональной среды.

Поэтому мы считаем, что для ускорения развития электронной коммерции в Республике Узбекистан необходимо определить несколько ключевых областей, связанных с человеческими ресурсами и образованием. К ним относятся, например, подготовка квалифицированных кадров в ключевых технологических областях электронной коммерции, подготовка высококвалифицированных специалистов, необходимых для электронной коммерции в средних и высших учебных заведениях, а также создание современной научно-практической литературы на узбекском языке, необходимой для всестороннего изучения электронной коммерции, разработка механизмов создания рынка труда, отвечающего современным требованиям электронной коммерции, подготовка квалифицированных программистов и инженеров, изучение зарубежного опыта электронной коммерции и внедрение его в национальную экономику, создание национальных экосистем электронной коммерции в различных секторах экономики с использованием технологий электронных платформ.

Несомненно, внедрение цифровой электронной технологии в электронную коммерцию ускорит все экономические процессы, но, то что произойдет в стране в результате этих процессов - экономический рост или спад, - безусловно, будет зависеть от вектора развития человеческого капитала.

В условиях цифровой трансформации (*digital transformation*) экономики и быстрого роста информационной ценности общество претерпевает радикальные изменения. Стоит отметить, что основным активом страны в области электронной коммерции является человеческий капитал и его качество, то есть основная сила экспертов, обладающих глубокими знаниями новых технологий, способных внедрять их и совершенствовать старые.

Необходимо внести корректизы во все формы образования и обучения на протяжении всей жизни человека, чтобы полностью раскрыть потенциал технологий электронной коммерции и развить навыки, необходимые на рынке труда среди населения, включая цифровую грамотность, которая является важным фактором развития электронной коммерции.

В настоящее время перед университетами и другими высшими учебными заведениями стоит задача успешного решения проблем перехода к цифровой электронной коммерции и электронному бизнесу, включая подготовку квалифицированных кадров. Одной из самых актуальных задач является подготовка бакалавров и магистров по ранее заявленным направлениям и

специальностям, расширение необходимого программного пакета и создание необходимых условий для приобретения студентами навыков и знаний, необходимых для электронной коммерции. Разумеется, эти функции можно отнести только к определенной группе университетов. Эти университеты, помимо научных исследований, станут современными цифровыми университетами, которые помогут создавать новые стартапы для своих выпускников, создадут благоприятную среду для дистанционного обучения, электронного маркетинга, социальных сайтов и мобильной электронной коммерции.

## **Список использованной литературы**

Постановление Президента РУз от 3 июля 2017 года ПП-3832 «О мерах по развитию цифровой экономики в РУз».

Постановление Кабинета Министров «О дополнительных мерах по дальнейшему развитию и внедрению цифровой экономики в Республике Узбекистан от 31 августа 2018 года.

Гулямов С.С. и другие. Блокчейн технологии в цифровой экономике. Т.: “Иктисадиет молия” издательство, 2019. 386 стр.

Аюпов Р.Х., Балтабаева Г.Р.Рынок цифровой валюты: инновации и перспективы развития. –Т: “Фан ва технология”, 2018, 172 стр.

# **The Role of State and Society in the Digital Economy Development**

**Azizjon Akromov**

*Management Development Institute of Singapore in Tashkent, Year 3  
28Student, Banking and Finance*

**Keywords:** Digital, society, education, workplace, pandemic, information, digital economy, e-business, business transformation.

Twenty-first (21<sup>st</sup>) century is the age of information technology. Innovations can raise capital much faster than ordinary companies like IKEA and Alibaba. The world is changing - new business opportunities are emerging. Routine work becomes more automated as artificial intelligence replaced the work which is a way to development. All areas have changed dramatically, from accounting to politics and mass media. Getting information about a company has become much easier. Investments became available, social support more prudent and correctly distributed, though not in the whole world, which gives hope to undeveloped countries with a ready-made model in the development of economy. Also, in the education and infrastructure sphere, a certain minimum in development can be achieved. With support from various world organizations, the conditions for a changing world are being created including Uzbekistan. Being a developing country, it has its own history with the right path to development. Geographically located at the center of Central Asia and double landlocked country, the country is changing for better future. To improve and change work practices, right people with correct qualifications and skills should be employed. In short, education is the basis in the development efforts for a country that in every dollar invested in education is equivalent seventeen (17) dollars of return (based on World Bank statistics).

As change is constantly experienced by all countries around the globe, essential development has to be done forcefully, as in the case of pandemic. Small businesses hardly keep-up with on-line orders and delivery. Reduction of bureaucracy has to be observed in the financial sector, government bodies, development of cashless payments and other business related processes. Uzbekistan for instance has to quickly adjust with

the situation and still be able to keep the development phase moving. The country has to understand the particular importance of Internet and will its role in the development efforts.

Automation and reduction of paper work - naturally reduce jobs. But to some extent, many new jobs will emerge and the demand for freelancers will increase. For the state, it will be necessary to develop its own freelance platform for further control and taxation. Increasing control over intellectual property will create the opportunity for businesses to open new jobs as required by the country. IKEA has been developing its chain of stores for seventy (70) years, while Alibaba became a giant in its field in ten (10) years. Thus, being prepared for change in routine works while providing training for personnel is important.

## References

- Courses.edx.org. 2020. *Course / Wdr1901x / Edx*. [online] Available at: <<https://courses.edx.org/courses/course-v1:WBGx+WDR1901x+3T2019/course/#block-v1:WBGx+WDR1901x+3T2019+type@chapter+block@6a412fed634a4240ae3e0851bb1d972a>> [Accessed 16 April 2020].
- Openknowledge.worldbank.org. 2020. [online] Available at: <<https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/32333/9781464814709.pdf>> [Accessed 16 April 2020].
- Openknowledge.worldbank.org. 2020. [online] Available at: <<https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/32437/9781464814570.pdf>> [Accessed 16 April 2020].
- ИКЕА, Б., 2020. *ИКЕА В Цифрах И Фактах — 2018*. [online] Ikea.com. Available at: <<https://www.ikea.com/ru/ru/this-is-ikea/about-us/ikea-v-cifrakh-i-faktakh-2018-pubfd3597c1>> [Accessed 16 April 2020].

# **Обеспечение конкурентоспособности в бизнесе**

**Умар Асраев**

*Ташкентский финансовый институт, старший преподаватель кафедры "Электронная коммерция и цифровая экономика"*

**Аннотация:** В этой статье рассматривается стратегическое и системное управление инновационной деятельностью в системах управления промышленностью развитых стран, в результате чего возникает взаимосвязь между качеством производства в отдельных отраслях, централизацией управления и усилением инновационной деятельности. То есть, развитие частной собственности требует повышения эффективности инновационной деятельности на промышленных предприятиях.

**Ключевые слова:** модернизация экономики, инновационная система, экономические проекты

Дальнейшее укрепление реформ и модернизация экономики, которые в настоящее время осуществляются в Узбекистане, требуют инвестиционных вливаний и их эффективного использования. Переход к рыночной экономике привел к созданию диверсифицированных производств, то есть развитию промышленных объединений в экономике, к появлению собственников, созданию акционерных обществ, дочерних компаний, обществ с ограниченной ответственностью, а также к формированию собственных инвестиций для интеграции этих видов деятельности в международное сообщество.

Стратегическое и системное управление инновационной деятельностью в системах управления промышленностью развитых стран имеет большое значение, в результате чего возникает взаимосвязь между качеством производства в отдельных отраслях, централизацией управления и усилением инновационной деятельности. То есть развитие частной собственности требует повышения эффективности инновационной деятельности на промышленных предприятиях.

Стоит отметить, что сегодня в научной литературе существуют два разных подхода к определению инноваций: первый - это то, что инновация является

результатом творческого процесса в виде новых продуктов, методов, технологий и т.д; второй - внедрение новых элементов, подходов, принципов вместо существующих.

В мировой экономической литературе «инновация» определяется как превращение научно-технического прогресса в реальный процесс, воплощенный в новых продуктах и технологиях. На наш взгляд, стоит упомянуть, что инновация является одним из видов деятельности, который является результатом исследований и разработок. Поэтому целесообразно обобщать результаты различных исследований - проводить хорошо спланированные инновации во всех научно-исследовательских, организационных, технологических, финансовых и коммерческих усилиях по достижению намеченной цели инновационной деятельности. В то же время выполнение задач, запланированных для реализации инновационной деятельности, является инновационным процессом.

Формирование национальной инновационной системы как неотъемлемой части политики страны в области науки и техники является важной политической задачей. Роль денежного рынка в реализации инноваций также важна. Именно на денежном рынке экономические проекты сравниваются и финансируются, и возникает «система будущих ценностей». Банки, ведущие секторы экономики, могут финансировать экспансию или инновации. По словам Шумпетера, они играют стратегическую роль в повышении конкурентоспособности национальных фирм или, наоборот, безмолвно реагируют на ситуацию и «ценят будущее».

Важно отметить, что инновационные разработки охватывают все сферы человеческой деятельности.

Состояние современной инновационной среды по ряду объективных причин не влияет на высокий уровень инноваций местного бизнеса в краткосрочной перспективе, поэтому его развитие требует устранения ряда проблем во многих сферах деятельности государства. Эти проблемы могут включать в себя:

- недостаточный доступ к научно-технической информации для предприятий, осуществляющих инновационную деятельность, и высокие транзакционные издержки на существующую информацию;
- стоимость новых технологий и уровень рыночных рисков для малого бизнеса и бизнеса;

- неэффективность системы управления в частном секторе даже на многих предприятиях;

Из вышеперечисленных проблем видно, что развитие инновационной среды в различных областях институциональных и экономических реформ зависит от развития. Это, в свою очередь, должно обеспечить последовательность и гармонию в обоих направлениях.

Стоит отметить, что процесс управления предприятием будет иметь проблемы с финансированием, даже если оно обладает необходимой информацией и интеллектуальными ресурсами и знает, какие инновации следует разрабатывать или внедрять. Эту проблему можно разделить на три составляющие: нехватка собственных средств на предприятии, затруднение доступа банков к кредитным ресурсам и недостаточные механизмы поддержки инновационных процессов.

Целесообразно использовать налоговые льготы с целью продвижения инноваций, широко используемых в мировой практике.

Таким образом, инновационный процесс происходит не только в производстве, но и в общественно-политической и правовой сферах. Инновации в социально-политической и правовой областях приведут к социальной стратификации и изменениям в социальном классе и группах.

## **Список использованной литературы**

Шадманов Е.Ш. Основные направления сбалансированного и сбалансированного экономического развития в процессе модернизации страны. - Ташкент, «Экономика-Финансы». 2010. -228 б.

Шадманов Е., Шодмонов Ш., Гафуров У., Хамроев О. Теоретико-методологические основы обеспечения экономики и равновесия в экономике. Адиб Издательская Компания. 2010. -256 б.

[www.mfer.uz](http://www.mfer.uz) - Официальный сайт Министерства внешнеэкономических связей, инвестиций и торговли Республики Узбекистан.

# **Развитие казахстанского интернета как части гражданских общественных инициатив**

**Асель Казиева**

*Алматинский филиал Санкт-Петербургского гуманитарного университета профсоюзов, доцент кафедры экономики, информатики и математики, кандидат экономических наук*

**Аннотация:** В статье рассматриваются новые формы плодотворного диалога между обществом и государственными органами в управленческом процессе с помощью современных технологий и интернета. Автор анализирует современные информационно-коммуникационные технологии, которые помогают развивать потенциал социальных коммуникаций, преодолеть личностную изоляцию граждан, повлиять на формирование новой идентичности, социального капитала и чувства солидарности.

**Ключевые слова:** краудсорсинг, краудфандинг, социальные сети, дискуссионные площадки.

**Keywords:** crowdsourcing, crowdfunding, social networks, discussion platforms.

Современный мир стремительно меняется и предоставляет новые формы для самореализации граждан, политической и гражданской активности. Речь идет о современных технологиях, интернете, которые дают возможность гражданам быть информированными, дают арену для разработки консолидированной совместной политической позиции власти и общества. Среди новых форм гражданского участия, которые приобретают силу в связи с развитием современных информационно-коммуникационных технологий, можно выделить краудсорсинг - сбор идей и контента от сообщества пользователей, которые выступают в качестве участников управленческого процесса, а также проблемно-ориентированные (netroots) и онлайн дискуссионные площадки. Популяризация слова "краудсорсинг" началась в 2006 году, когда журналист Джейф Хауи использовал термин в статье The Rise of Crowdsourcing для журнала Wired.

Как пример успешного взаимодействия власти и горожан на основе краудсорсинга можно указать мэрию Парижа. Горожанам предложили благоустроить город. Жители регистрируются на сайте Budget Participatif и посылают свои предложения. На подобный проект выделено 5% городского бюджета. Так, в январе 2018 года было внесено более 2 000 предложений. За 4 года существования программы реализовано более 100 из них, в разработке более 700. В Казахстане идея о развитии краудсорсинга также начинает развиваться. По инициативе местных властей ряда регионов начато взаимодействие с горожанами по вопросам улучшения качества жизни и благоустройства территорий. В качестве примера взяли Алматы, где уровень гражданской активности выше, чем в других регионах страны. После запуска портала, направленного на развитие краудсорсинга акиматом города, менеджеры проекта отметили, что на сайте больше преобладали претензии, нежели идеи и предложения. Основной аудиторией являлась молодежь. С чем это может быть связано? Вероятнее всего, речь идет о существующих проблемах в выстраивании конструктивного диалога между властью и горожанами. При этом речь идет о трудностях восприятия горожан как равноправных партнеров в вопросах управления городом, так и со стороны власти. Также играет большую роль слабая информированность о такого рода возможностях. Тем не менее о результатах любого процесса можно судить в динамике. Возможно, со временем и с развитием интернета в Казахстане, придет понимание возможностей, которые он предоставляет. И в рамках краудсорсинга выстроится эффективное взаимодействие между властью и гражданами.

Вместе с тем значимое распространение в Казахстане начинает получать отдельный вид краудсорсинга – краудфандинг. Когда для решения задачи и реализации конечного результата привлекаются добровольцы, готовые финансировать проект. В мире этот феномен набирает обороты. За год в различные проекты инвестируют более 10 млрд долларов, в Азии - около 4 млрд. Лидируют США, где финансирование получили более 30 тысяч проектов (более 1000 платформ), в России - более 100 платформ. Успешные примеры использования краудфандинга есть и в Казахстане. Крупнейшая отечественная платформа starttime.kz на апрель 2020 года собрала с вкладчиков **59,9 млн тенге** в пользу **198 благотворительных, социальных и коммерческих проектов**. За год работы Starttime.kz помогла десяткам авторов проектов -

театральной труппе, художникам, изобретателям, людям с ограниченными возможностями, ремесленникам, фермерам, ИТ-специалистам.

Достаточно хорошее развитие в казахстанском обществе получают так называемые онлайн дискуссионные площадки, которые отражаются на росте гражданского самосознания и политической культуре граждан. В этом ключе в первую очередь хотелось бы выделить социальную сеть Facebook, где сосредоточилась наиболее активная казахстанская аудитория. Наблюдения показывают ряд позитивных прецедентов, когда чиновники реагируют на вопросы и предложения граждан, активистов, обсуждения в Facebook.

Таким образом, интернет, социальные сети оказывают позитивное влияние на участие населения в Казахстане. Однако большая часть граждан страны использует интернет для общения с близким кругом людей и развлечений. Соцсети в стране сейчас больше распространены среди городских жителей, в первую очередь в Алматы, Караганде и Астане.

Политика и в целом политические деятели не вызывают у граждан Казахстана особого интереса. Доказывает это и аудитория популярных казахстанских вайнеров. В Instagram, к примеру, более трех миллионов подписчиков, а сама социальная сеть на сегодняшний день является одной из самых распространенных в Казахстане, при этом в своих публикациях они стараются не затрагивать вопросы религии и политики. Тогда как аудитория 10 наиболее популярных политиков, депутатов и чиновников РК меньше в два с половиной раза.

Подтверждают эти факты и данные доклада *Digital in 2018 Essentials insights into Internet, Social Media, Mobile and E-commerce use around the world* за 2018 год. Где сказано, что самые популярные интернет-ресурсы в Центральной Азии - развлекательные или информационные. Лидируют в списке самых популярных сайтов Google и YouTube, но не Facebook. Эта сеть вошла из всех стран региона в топ-двадцатку посещаемых сайтов только в Таджикистане, да и там заняла только 19-е место.

Таким образом, развитие гражданского общества в Казахстане происходит медленно, но верно. И значимую помочь в этом направлении оказывают социальные сети, новые формы самоорганизации гражданского общества.

## **Список использованной литературы**

- Howe Jeff (June 2006). The Rise of Crowdsourcing. Wired. [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <http://www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html>. (дата обращения 18.04.2020)
- Бюджет участия 2018: все результаты. [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL.: <https://www.paris.fr/pages/budget-participatif-2016-tous-les-resultats-4116>. (дата обращения 18.04.2020)
- В Казахстане запустили портал по общению госорганов с жителями. [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL.: <https://strategy2050.kz/ru/news/50569/>. (дата обращения 19.04.2020)
- О нас в цифрах. [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL.: <https://start-time.kz/project/category/> (дата обращения 20.04.2020)
- Цифровой в 2018 году: интернет-пользователи в мире преодолели отметку в 4 миллиарда. [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL.: <https://wearsocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>. (дата обращения 20.04.2020)

# Интернет-технологии. Развитие Интернета вещей

Малика Ашимова<sup>1</sup>, Диана Асылхан<sup>2</sup>

ЖГУ им. И.Жансугурова

1. магистр пед.наук, старший преподаватель
2. студент 3 курса, специальность "Журналистика"

**Annotation.** This article suggests a privacy-preserving raw data collection scheme for IoT, in which a participant's data is collected and obfuscated with the data of other participants in a group to mask a person's privacy. In particular, individual data is stored in raw format to increase its value to the data consumer, while other users, other than the user, do not know the source of the collected data.

**Keywords:** Internet, Internet of things, IT technologies, digital technologies.

Термин «Интернет вещей» впервые появился в публикации 2006 года, описывая парадигму концепции эволюции, вызванную присутствием интернет-технологий. В рамках этого исследования был проведен углубленный анализ материала исследования, основанного на 26 420 работах, в котором основное внимание уделялось опубликованному исследованию Интернета вещей, начиная с 2006 до 2019 года.

Поэтому изучение и исследование проблем безопасности в интернете вещей имеет чрезвычайно важное значение. Основная цель безопасности Интернета вещей – сохранить конфиденциальность, обеспечить безопасность пользователей, инфраструктур, данных и устройств, а также гарантировать доступность услуг, предлагаемых экосистемой Интернета вещей. Таким образом, исследования в области безопасности Интернета вещей в последнее время набирают обороты с помощью доступных инструментов моделирования, разработчиков моделей, а также вычислительных и аналитических платформ. В данной статье представлен анализ последних исследований в области безопасности Интернета вещей с 2016 по 2018 год, его тенденций и открытых вопросов. Основным вкладом этой статьи является предоставление обзора текущего состояния исследований в области безопасности Интернета вещей,

соответствующих инструментов, разработчиков моделей Интернета вещей и симуляторов.

В последние годы область исследований Интернета вещей переживала междисциплинарный рост и развитие. Различные статьи написаны очень масштабно и охватывают различные концепции и области знаний, начиная от технологии, прикладной инженерии, экономики, бизнеса, стратегии, промышленности, менеджмента и т.д. Это приводит к путанице в понимании направления развития знаний.

Тема исследования Интернета вещей затрагивает различные отрасли, которые считаются разрушительными и представляют угрозу для различных секторов из-за наличия интернет-технологий, которые подтверждают изменения в моделях бизнеса, людях на работе, в коммуникации, на транспорте, на заводах и т. д., которые заменяют человеческие функции, или значительно меняют ценности корпоративной цепочки путем определения различных новых бизнес-моделей. Влияние соответствует развитию знаний, которое характеризуется нерегулярным развитием.

Сектор электронной промышленности, на который сильно повлияло присутствие Интернета вещей, включает в себя электромобили, роботов, электронику, микроконтроллеры и переносные устройства. На самом деле, они являются технологиями, которые давно существуют, но благодаря Интернету вещей теперь разработаны со множеством новых возможностей, таких как возможность иметь датчики в окружающей среде, а затем подключаться и обмениваться информацией друг с другом через Интернет.

Сектор энергетической промышленности, в том числе химический, на который большое влияние оказывает наличие Интернета вещей, использует электричество, батареи, газ, сенсорный газ и солнечную энергию. С течением времени исследования начали сильно меняться и рассказывать об индустрии больниц и здравоохранение, даже с 2015 года тема здравоохранения является новой темой. Из-за применения IoT существует высокий риск, так как он связан с жизнью людей, требует высокий уровень развития технологии, ответственность во избежание высокого уровня риска применения. Будущее исследований рассматривает энергетическую и химическую промышленность как важную перспективу в последующих научных исследованиях.

В настоящее время киберпространство состоит из растущего числа устройств интернета вещей, таких как сетевые принтеры, веб-камеры и

маршрутизаторы. Освещение природы онлайн-устройств даст представление об обнаружении потенциально уязвимых устройств в Интернете.

В этой статье мы предлагаем эффективный подход к созданию отпечатков устройств интернета вещей. Мы увидим, что производители устройств имеют различные реализации сетевых систем на своих продуктах. Мы изучим функциональные пространства устройств интернета вещей на трех сетевых уровнях, включая сетевой уровень, транспортный уровень и прикладной уровень.

Используя функцию сетевых протоколов, мы генерируем отпечатки устройств интернета вещей на основе алгоритма нейронной сети. Кроме того, мы планируем внедрить прототип системы и проводим реальные эксперименты для проверки производительности отпечатков устройства. Результаты показывают, что наша классификация может генерировать метки классов устройств с точностью до 94% и отзывом 95%. Мы используем эти отпечатки устройств, чтобы обнаружить 15,3 миллиона подключенных к сети устройств и проанализировать их характеристики распространения в киберпространстве.

В связи с быстрым развитием технологий большой объем данных в режиме реального времени собирается и передается, что оказывает важное влияние на многие приложения, такие как деловая реклама и помощь в принятии решений. Однако большинство пользователей не хотят делиться своими личными данными напрямую с какой-либо третьей стороной для академических исследований или коммерческого анализа, поскольку личные данные содержат личную или конфиденциальную информацию, такие как экономический статус или жизненные привычки. Балансировка полезности больших данных и конфиденциальности пользователей является жизненно важной проблемой в научных кругах и промышленности.

В этой статье предлагается схема сбора необработанных данных с сохранением конфиденциальности для интернета вещей, в которой данные участника собираются и смешиваются с данными других участников в группе, чтобы замаскировать конфиденциальность человека. В частности, отдельные данные хранятся в необработанном формате, чтобы повысить их ценность для потребителя данных, в то время как другие люди, за исключением самого пользователя, не знают источник собранных данных. Кроме того, в нашей предложенной схеме не требуются доверенные полномочия, которые больше подходят для реальных приложений. Анализ эффективности выполняется путем

моделирования, и результат показывает, что предложенная нами схема является практической для систем Интернета вещей.

## **Список использованной литературы**

Щербинина М.Ю., Стефанова Н.А. Концепция интернет вещей // Креативная экономика. — 2016. — Т. 10. — № 11. — С. 1323–1336.

Ларичева Е.А. Некоторые аспекты становления креативной экономики // Проблемы современного антропосоциального познания. -Брянск: Брянский государственный технический университет, 2015. -211 с. -С. 163-166.

<https://rb.ru/list/iot-7/>

# **Цифровая трансформация агропромышленного бизнеса Узбекистана**

**Мукаддас Джуманиязова**

*Ташкентский финансовый институт, соискатель*

В настоящее время наблюдается бурный рост использования цифровой экономики в глобальном масштабе почти во всех отраслях деятельности человека. Цифровая экономика, основывающаяся на современной инновационной технологии, внедряется во всех сферах экономической и социальной деятельности любого государства и является основным рычагом их развития. В нашей стране в последние годы большое внимание уделяется именно развитию цифровой экономики, о чём свидетельствуют ряд постановлений и Указов Президента РУ (Аюпов и Джуманиязова, с.87).

В Указе Президента Республики Узбекистан "О Государственной программе по реализации Стратегии действий по пяти приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан в 2017-2021 годах" в секторе агропромышленности основным направлением определено формирование инновационной модели развития экономики Узбекистана. А в постановлении Президента от 3 июля 2018 года № ПП- 3832 «О мерах по развитию цифровой экономики в Республике Узбекистан» основной акцент делается на формирование всесторонней стратегии развития современных информационных технологий в стране на ближайшее десятилетие. Представлен проект Концепции цифрового развития «Цифровой Узбекистан 2030». В концепции отмечается, что стратегия будет разработана и реализована для ускоренного цифрового развития страны, формирования цифровой экономики. Ожидаемые результаты реализации стратегии к 2030 году — качественный, безопасный, недорогой и умный доступ к высокоскоростному интернету и мобильной связи, устойчивый и конкурентоспособный рынок связи и телекоммуникаций, снижение цифрового неравенства между городами и сельскими местностями, главенство электронной записи над традиционным бумажным или электронным документом, усиление борьбы с коррупцией и другие.

Использование и внедрение цифровой экономики в сельскохозяйственной отрасли нашей республики имеет актуальное значение, так как она является одним из основных стратегических направлений экономики Узбекистана. Именно применение современных интеллектуальных цифровых решений, и цифровая трансформация должны помочь сельскохозяйственной отрасли справиться с проблемами повышения производительности труда и устойчивого развития.

На наш взгляд, основными первоочередными задачами цифровой трансформации сельского хозяйства являются сбор информации о сельхозпроизводителях и потребителях сельхозпродуктов в единую интегрированную платформу цифрового сельского хозяйства для обмена между всеми заинтересованными субъектами сельскохозяйственной отрасли, в том числе соответствующими государственными органами, курирующими данную отрасль. Применение цифровой трансформации, во-первых, обеспечивает разработку стратегии развития отрасли на долгосрочные периоды и составление текущих планов для реализации стратегии. Во-вторых, обеспечивает оперативной и достоверной информацией участников рынка сельхозпродукции с использованием интеллектуального анализа данных.

Анализ показал, что применение цифровой трансформации сельского хозяйства надо начать, по-нашему мнению, разработкой и внедрением цифровой платформы, которая должна работать как приложение компьютерной техники и мобильных устройств. Это облегчает доступ данной платформы и увеличивает количество пользователей. Цифровая трансформация - это адаптивная информационная система, в которой в режиме онлайн можно рационально использовать имеющиеся в её распоряжении ресурсы для максимально полного удовлетворения потребностей всех членов и участников данной системы.

Цифровая трансформация агропромышленности Узбекистана приведет к:

- повышению производительности труда;
- интеграции информационных ресурсов министерства и регионов для формирования стратегий и планирования действий в агропромышленных комплексах;
- интеграции цифровой платформы с государственными органами, банками, электронно-платёжными системами, организациями логистики и перевозки;

- обеспечению достоверной оперативной информацией всех заинтересованных лиц, в частности покупателей сельхозпродукции;
- снижению рисков по купле-продаже сельхозпродукции;
- снижению транзакционных издержек на куплю-продажу и упрощению цепочки поставок продукции от поля до потребителя;
- своевременному планированию всех полевых работ, снижению затрат на производство продукции на основе эффективного использования ресурсов и научно-обоснованных подходов;
- сокращению дефицита в квалифицированной рабочей силе;
- своевременному обеспечению критической информацией сельских товаропроизводителей.

Основные элементы цифровой трансформации агропромышленности Республики Узбекистан можно разделить на четыре части (рис 1.).

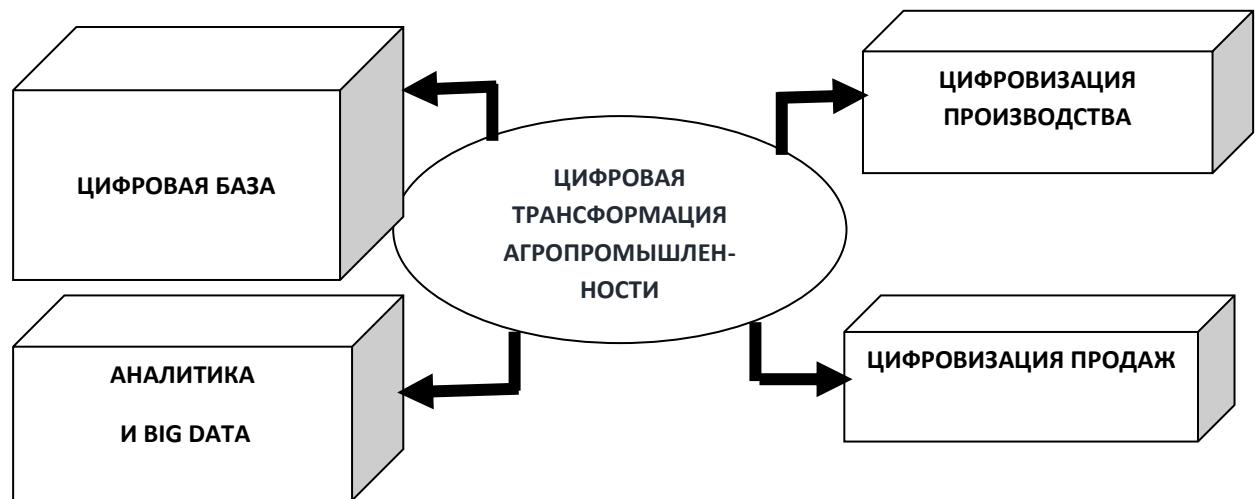


Рис.1. Схема цифровой трансформации агропромышленности Узбекистана<sup>42\*</sup>

Из рисунка видно, чтобы создать эти четыре элемента схемы нужно использовать новейшие технологии цифровой экономики, такие как облачные и сквозные технологии, BigData, интеллектуальные системы, (IoT)-Индустрю 4.0 и т.д. В нашем исследовании мы будем рассматривать цифровую трансформацию производства и продаж, применяя цифровые платформы агропромышленного комплекса (Джуманиязова, с.84). В этом случае цифровая трансформация

<sup>42</sup> Схема составлена автором на основе теоретических исследований.

агропромышленности позволит снизить транзакционные издержки на куплю-продажу и упростит цепочку поставок продукции от поля до потребителя.

В развитии цифровых платформ в агропромышленности Республики Узбекистан мы будем рассматривать критерии снижения транзакционных издержек на куплю-продажу и упрощения цепочки поставок продукции от поля до потребителя. Здесь нужно учитывать изменения в системе управления фермерских и дехканских хозяйств. Принимая к сведению, что в соответствии с Постановлением Президента Республики Узбекистан от 14 марта 2019 года № ПП-4239 «О мерах по развитию сельскохозяйственной кооперации в плодоовощной отрасли» мы можем разрабатывать методологию создания цифровой платформы сельского хозяйства для реализации овощеводства и виноградарства.

С улучшением уровня жизни населения требования к безопасности и свежести сельскохозяйственной продукции «мелкого производства и крупномасштабного обращения» существуют в цепочке поставок свежих сельскохозяйственных продуктов на практике. При этом производство сельскохозяйственной продукции является мелкомасштабным и разбросанным. Следует принять во внимание, что город является основным местом потребления, что приводит к разделению и противоречивости между производством и потреблением. Кроме того, каналы циркуляции цепочки поставок сельскохозяйственной продукции усложняются и возникают некоторые проблемы, такие как непродовольственные товары, волатильность цен и серьёзные проблемы с качеством. В Узбекистане существует ряд торговых площадок, как agromart.uz, <http://www.agrosale.uz>, <https://eximagro.uz>, но учитывая цифровую трансформацию агропромышленности, мы должны отметить, что нет единой интегрированной цифровой платформы для «фермерских кооперативов». В связи с этим предлагаем инфологическую модель цифровой платформы для реализации продукции овощеводства и виноградарства.



Рис.2. Принципиальная схема цепочки поставок сельскохозяйственной продукции

Решением цифровых платформ для фермеров являются мобильные платформы. Создание интегрированных цифровых платформ для реализации сельхозпродуктов даёт возможность развитию электронной коммерции (Ilxamova, Jumaniyazova, Azizova, Gjamalova, с.63). В данной цепочке поставок сельскохозяйственной продукции используются модели B2B (business-to-business) и C2C (Consumer-to-consumer), где секторами рынка являются фермерские кооперативы, супермаркеты и потребители. Цифровая платформа будет работать в интеграции с другими торговыми площадками для реализации сельхозпродуктов и может разместить огромное количество сельхозпродуктов плодоовощеводства и виноградства от фермерских кооперативов. Проблемы с

хранением и логистикой в онлайн-торговле можно решить, определив для себя подходящую модель дропшиппинга.

Таким образом, предлагаемая платформа является одним из первых платформ, используемых в Республики Узбекистан именно в агропромышленном бизнесе, её мощная аналитика дает колоссальные преимущества для бизнеса в этом секторе. В платформе будут контактная информация, полученная при оформлении первой покупки, интеграция cookies и другие хитрые техники позволяет поддерживать связь с покупателями, распространять на них свое влияние и возвращать в магазин снова. Но самое прекрасное в этом процессе - автоматизация. Контролировать покупателей в Сети дешево и просто. Но для эффективного использования этой платформы существует ряд проблем, которых нужно решить:

- Обеспечение соответствия скорости интернета международным стандартам;
- Разработка правовой базы, которая обеспечивает механизм для рынка цифровой экономики;
- Разработка унифицированных стандартов, отвечающих общим международным требованиям;
- Повышение грамотности аграрного рынка по эффективному использованию информационно-коммуникационных технологий.

## **Список использованной литературы**

Р.Х.Аюпов, М.Ю.Джуманиязова. Цифровая трансформация в сельском хозяйстве Республики Узбекистан. [ЭЛЕКТРОННЫЙ РЕСУРС]/ CYBERLENINKA // Режим доступа: <http://www.tsifrovaya-transformatsiya-v-selskom-hozyaystve-respubliki-uzbekistan> – Дата доступа: 21.02.2020.

Джуманиязова М.Ю. Перспективы развития электронной коммерции в Узбекистане. Экономика и бизнес теория и практика. 2018, № 6, стр.63-66. [ЭЛЕКТРОННЫЙ РЕСУРС]/ <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-razvitiya-elektronnoy-kommertsii-v-uzbekistane>

Ilxamova Yo., Jumaniyazova M., Azizova M., Gjamalova G.

E-COMMERCE - IN THE ECONOMY OF THE WORLD AND UZBEKISTAN. International Journal of Advanced Science and Technology

Vol. 28, No. 14, (2019), pp. 49-54. [ЭЛЕКТРОННЫЙ РЕСУРС]/  
<https://iceiee.org/index.php/testmagzine/article/view/213>

Ганиева И.А., Бобров Н.Е. Цифровые платформы в сельском хозяйстве России: правовой аспект внедрения. [ЭЛЕКТРОННЫЙ РЕСУРС]/  
DOI:10.24411/0235-2451-2019-10918- Дата доступа: 21.02.2020.

Постановление Президента РУ ПП-3832 «О мерах по развитию цифровой экономики в Республики Узбекистан», 2 июля 2018 года.  
[ЭЛЕКТРОННЫЙ РЕСУРС] / [www.lex.uz](http://www.lex.uz)

Ilxamova Yo.,Jumaniyozova M.,Azizova M.,Djamalova G. E-commerce-in the Economy of the world and Uzbekistan. TEST Engineering & Management. 2019/12/9.pp 1510-1514. [ЭЛЕКТРОННЫЙ РЕСУРС]/  
<https://iceiee.org/index.php/testmagzine/article/view/213>

Азизова М.И. Развитие глобальной логистики в Узбекистане. Экономика и бизнес. Теория и практика. 2019. №5. [ЭЛЕКТРОННЫЙ РЕСУРС]  
[/https://cyberleninka.ru/article/n/razvitiye-globalnoy-logistiki-v-uzbekistane](https://cyberleninka.ru/article/n/razvitiye-globalnoy-logistiki-v-uzbekistane)

# Online Shopping in Uzbekistan: Theoretical Discussion of Factors that Limit and Foster Growth

**Zamira Ataniyazova<sup>1</sup>, Dilmurod Khodiev<sup>2</sup>**

*Westminster International University in Tashkent*

- 1. Head of subject area, Marketing Department*
- 2. Associate Lecturer, Marketing Department*

**Keywords:** Online shopping, online consumer behavior, GRAVITY framework, Uzbekistan.

**Purpose.** Majority of businesses in developing countries try to follow examples in developed countries where e-commerce is booming, without considering similarities and differences of the off-line options, search frictions, and other factors which significantly influence online shopping behavior of consumers. Even though no one can influence much of the physical worlds around us, any business can analyze the factors that could lead to success or failure of an e-business. Consequently, this paper aims to provide in-depth analysis and critical discussion of factors which are believed to have a significant influence on the potential to exist of a business that sells or intends to sell online.

**Design/methodology/approach.** GRAVITY framework developed by D. R. Bell (2016) was used to investigate online shopping behavior which is believed to have a direct link with offline options that consumers are exposed to. Descriptive and exploratory analyses were done using a number of international and local examples in a holistic way.

**Findings.** Implications of the GRAVITY framework developed by D.R. Bell and discussed in the context of developed countries seem to be similar in the developing countries – Uzbekistan as well.

**Geography** - “birds of feather flock together”. Knowing geographic location (where people live) can tell a lot about the personality and preferences of the population. Different regions will attract different kinds of people. Moreover, it was re-confirmed that locally built and produced brands tend to have higher chances of gaining larger market share.

Resistance – frictions that limit online buying. The length and amount of effort it takes to search, evaluate options, and make purchase directly impacts on both offline and online purchasing. Minimizing these obstacles is important for any e-commerce to foster growth.

Adjacency - individual interaction and neighbourhood effects. Word of Mouth (WOM), emulation, and exchange of opinions of similar kinds of people can foster growth, as these people tend to have similar searching, shopping habits. Therefore, understanding adjacency impact can help businesses build more effective e-sales strategies.

Vicinity - the state of being near in space or in close proximity: People with similar interests or other communalities can and should be grouped together from a segmentation perspective in a virtual world. This segment does not have geographical boundaries thus opens new markets for new e-products and e-services.

Isolation - Not having easy access to commercial opportunities (a person lives far from shops) and that is what we call Geographic isolation. More importantly there is what is known as Preference minorities: People that are different in terms of their preference from those who live nearby and therefore the offline world around them has not well catered for their needs. Thus, creates an opportunity for e-commerce to sell niche products online.

Topography - The local “topography” (landscape) is different in each place. Continuous improvements in the information and product delivery are vital. Thus, companies can either take strategies on improving on provision of information, list WarbyParker.com or improving product delivery terms and speed like Amazon.com. Research limitations/implications. Theoretical discussions in the paper have direct practical implications that might help current and future e-commerce owners/managers/digital marketers to avoid potential mistakes, predict online consumer behaviour, as well as improve its marketing strategies.

Originality/Value. No scholars have used the GRAVITY framework yet to investigate any business cases both in developed and developing countries.

## References

- Balasudarsun, N. L., Sathish, M., Jambulingam, M., & Yamalee, E. (2018). Impact of Social Context on Online Shopping Behavior in Selected Asian Countries: India, Malaysia, Singapore, Uzbekistan, and Thailand. *Journal of Management Research*, 18(3), 188-200.
- Bell, D. R. (2014). *Location is (still) everything: The surprising influence of the real world on how we search, shop, and sell in the virtual one*. Houghton Mifflin Harcourt.
- Jahongir, A., & Shin, H. K. (2014). Factors influencing e-commerce adoption in Uzbekistan SMEs. *Management Review: An International Journal*, 9(2), 67.
- Radjabov, O. S., Sayfiev, J. N., & Aliqulov, Q. Q. (2017). Concept e-shop and its features in Uzbekistan. In *International Scientific and Practical Conference World science* (Vol. 3, No. 4, pp. 16-18). ROST.
- Shadibekova, D. (2019). Challenges on digital economy in sample of various income economies as an development instrument in Uzbekistan.

# **Digital technologies and reality: 3 main components of "Digital Economy"**

**Mariya Mitkina**

*Management Development Institute of Singapore in Tashkent, Year 3  
Student, Industrial Management*

Digital economy has main words, which are: transformation, readiness and acceptability. The main word which is closely connected with digital economy is transformation. Today, humanity is ready for replacement and accepted the digitalization. Moreover, it will happen in the nearest future. Another association is readiness, how everyone is ready to accept and use it on a daily basis.

In today's competitive world the term, digital technology is becoming more and more popular. People are unaware that they play enormous role in the digitalization process. The article will try to look for an answer to how do digital technologies improve our life? In addition, the article will mention one of the two (2) most important spheres of people's life which is digital economy.

Digital technologies is a branch of scientific or engineering knowledge that deals with the creation and practical use of digital or computerized devices, methods, systems (<https://www.dictionary.com/browse/digital-technology>).

## **Digital Economy**

Nowadays, digital economy can be described as an integral part in humanity's life. People do not feel and unaware how they become "digitalized" and all find it as an integral part of daily life. Moreover, it expands board and helps to make a business around the world without any restrictions .It gives great opportunity to people to express their ideas easier, the number of start-ups rose significantly. Countries around the world have broad economic horizons.

In spite of digital era influence, it changes the landscape of international competitiveness in the market. Such country like Africa has opportunity to promote an educational infrastructure. Taiwan, Indonesia and Thailand will have a great opportunity to be emerging economies because they have already experienced stable

growth during the two (2) past decades. Financial resources allow them to use digital technologies in order to achieve its aim.

To sum up all information, humanity is ready to be transformed and accept the challenges digital economy brings. With more advantages, countries will be favorably developed in the future while business processes are easier and flexible. People will get more opportunity and possibilities to make money. Lastly, digital economy era will be a great opportunity for humanity such that first step has to be initiated by humans and not be afraid of what it brings.

## References

Deloitte Malta. (2017). *What is digital economy? / Deloitte Malta / Technology.*

[online] Available at:

<https://www2.deloitte.com/mt/en/pages/technology/articles/mt-what-is-digital-economy.html>.

VALUE CREATION AND CAPTURE: IMPLICATIONS FOR DEVELOPING COUNTRIES. (n.d.). [online] Available at:

[https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/der2019\\_overview\\_en.pdf](https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/der2019_overview_en.pdf)

GED Blog. (2019). Digital Economy: How is digitalization changing global competitiveness and economic prosperity? - GED Blog. [online] Available at: <https://ged-project.de/blogposten/digital-economy-how-is-digitalization-changing-global-competitiveness-and-economic-prosperity/>.

# **Качество в образовании**

**Малика Ашимова<sup>1</sup>, Гулим Салгараева<sup>2</sup>**

*ЖГУ им. И.Жансугурова*

- 1. магистр пед.наук, старший преподаватель*
- 2. студент 3 курса, специальность "Журналистика"*

**Abstract:** the paper deals with the problems of quality of education, as well as examples of solutions to problems.

**Keywords:** education, problems, students, research, university, quality.

«Образование является одной из основных потребностей человеческого развития и избавления от бедности», оно необходимо для национального развития и процветающего общества.

Образование – это ответственность правительства, и оно должно управляться за счет национальных ресурсов. Более того, высшее образование важно для социальных и экономических последствий в обществе. Таким образом, правительство и общество заинтересованы в обеспечении постоянного притока студентов в высшие учебные заведения.

Каждый год большое количество студентов из разных развивающихся стран выезжает за границу для получения «качественного» высшего образования. В результате тратится значительное количество денег за пределами страны, что ведёт к упущенными экономическим возможностям.

Мы предлагаем сохранить местных студентов и привлечь иностранных путем выявления, подтвержденного «качественного» высшего образования в местных университетах, что позволяет улучшить экономическую деятельность в этом секторе. Тем не менее, высшие учебные заведения и мы, как их представители, должны понимать важность создания привлекательного образа качественного образования.

Частные университеты должны получить свою специализацию только в прибыльных областях. Например, в таких странах, как Бангладеш, университеты работают таким же образом. Обеспечить высокое качество высшего образования жизненно необходимо в интересах общества.

Чтобы обеспечить качество высшего образования, необходима гарантия качества. В этой статье качество определяется как «соответствие цели», а обеспечение качества определяется как системы, процедуры, процессы и действия, направленные на достижение, поддержание, мониторинг и повышение качества. Обеспечение качества для систем высшего образования стало важной проблемой во всем мире, стимулируя сотрудничество между агентствами по обеспечению качества на международном и региональном уровнях. Действительно, Ассоциация государств Юго-Восточной Азии (АСЕАН) предприняла шаги для обеспечения качества высшего образования в странах Юго-Восточной Азии через сеть университетов АСЕАН (AUN). Четыре основных направления деятельности АУН: обмен преподавателями и студентами, совместная исследовательская деятельность, обмен информацией и содействие исследованиям АСЕАН. Согласно этому исследованию, движущие силы мероприятий по обеспечению качества AUN проводят политику по сокращению экономического разрыва внутри региона, разработку политики более развитых стран по интернационализации высших учебных заведений, обмену персоналом и переводам кредитов.

Кроме того, высшие учебные заведения должны обеспечить стандартное качество обслуживания для поддержания их работы на рынке. Эти учреждения в настоящее время рассматриваются как центры услуг, как и другие коммерческие и некоммерческие организации, которые могут сегментировать и целевые рынки, основанные на измерениях качества высшего образования. Недавние исследования определили измерения качества высшего образования как качество студентов, преподавателей, академические особенности и административная поддержка. Используя сегментацию, общий студенческий рынок можно разделить на подгруппы, и затем администрация университета может проанализировать привлекательность каждой группы, чтобы принять решение, на каком сегменте(ах) они должны сосредоточить рекламу. Эрман заявил, что современные университеты находятся на «рынке покупателей» и что студенты покупают высшее образование в университетах по учебным программам, факультетам, библиотекам, предлагаемым ресурсам и т. д. Автор исследовал потребности каждого сегмента в связи с этими ценностными предложениями. Поэтому выбор соответствующего сегмента является критической проблемой для университетов, потому что эти студенты в конечном

итоге будут целевым рынком и представляют собой лояльный студенческий корпус.

Хотя предыдущие исследования показали, что качество образования может быть определено несколькими измерениями, которые помогают высшим учебным заведениям разрабатывать соответствующие ценностные предложения. Некоторые авторы фокусируются на оценке студентами отдельных классов или оценке отдельных учителей студентами для измерения качества образования.

Другие фокусируются на восприятии студентами учебной среды и как это восприятие связано с изучением и результатами обучения. Кроме того, изучение Akareem и Хоссейн определили, что характеристики студентов, такие как текущее состояние и социально-экономические предпосылки, влияют на восприятие качества высшего образования. Очень малочислены исследования, которые, однако, измерили степень, в которой характеристики студентов влияют восприятие качественного высшего образования. Таким образом, это исследование позволит определить и измерять степень, в которой характеристики учащихся влияют на восприятие качества высшего образования. Поскольку трудно изменить существующие ценностные предложения на разнообразную группу студентов, университетам легче и эффективнее выбрать конкретный сегмент(ы) рынка, который может быть удовлетворен текущей силой университетов. Таким образом, эти результаты помогут университетским властям и политикам сегментировать студенческие группы на основе их характеристик и целевой группы студентов для разных институтов.

### Качество высшего образования

Качество высшего образования можно определить несколькими способами. Longanecker и Blanco определяют его тем, кого и как учат студентов, а не тем, что учат студенты. Их определение подчеркивает перспективы академического персонала и администраторов. Позже, Koslowski определил обе эти перспективы отдельно. Согласно его исследованиям, преподаватели скорее будут определять качество высшего образования по ресурсам, а не по условиям производительности, таким как индивидуальная репутация, количество публикаций и количество преподаваемых курсов. С другой стороны, администраторы определяют это как проблемы координации, которая требуется в многочисленных институциональных целях и обязательствах.

Koslowski классифицировал качество высшего образования как

- «превосходное качество» как результат репутации и опыта преподавателей;
- «качество производства», когда услуга соответствует спецификациям и пригодна для использования;
- «качество, основанное на продуктах», повышение уровня обучения учащихся, осуществляемое учебным планом и преподавателями;
- «качество, основанное на ценностях», приемлемая производительность при приемлемом уровне цены;
- «качество на основе пользователя» в зависимости от потребностей, желаний и предпочтений учащихся.

Тем не менее, в этих исследованиях была предпринята попытка осмыслить качество высшего образования как с точки зрения сотрудников, так и с точки зрения администраторов, которые не учитывают перспективы студентов и внешний контроль качества агентства. Митчелл определил это с четырех точек зрения: восприятие заинтересованных сторон, количественные элементы, элементы дизайна курса и внешние стандарты. Она рекомендовала определение качества высшего образования согласовывать с необходимым признанием со стороны агентства. Тем не менее, данное исследование не учитывало точку зрения студентов. Кроме того, недавнее исследование определило, что качество высшего образования субъективно, что определяется статусом групп сверстников (обычно там, где находится элита), а не статусом, определяемым качеством. Это исследование утверждает, что предыдущие исследования не смогли создать целостное представление о качестве высшего образования, и подчеркивает конкурентное представление о высшем образовании с целью лучшей сегментации и целевого маркетинга.

Следуя конкурентному взгляду, измерение качества высшего образования выражается в качестве студентов, квалификации преподавателей, академических особенностях и административной поддержке. Во-первых, квалификация студентов, согласно Akareem и Hossain, вносит значительный вклад в определение качества образования. Индивидуальные характеристики, такие как возраст, научные интересы, также влияют на данный показатель.

Такие факторы, как социальные, экономические и культурные влияния также могут играть жизненно важную роль. Рахман и Уддин заявили, что

образование родителей, их доход, отношение и существующая система экзаменов влияет на воспитание детей. В Бангладеш частные университеты взимают высокую плату за обучение, которая выше, чем плата за государственные университеты. Несмотря на большое количество стипендий, предоставленных университетами, лучшие студенты являются основными получателями. Исследование Сарпака показало, что студенты уделяют больше внимания таким факторам, как потенциал занятости и индивидуальная удовлетворенность, и меньше подвержены влиянию маркетинговых факторов, таких как медиа.

## **Список использованной литературы**

- Башмаков А.И., Башмаков И.А. Интеллектуальные информационные технологии: Учеб. пособие. - М.: Изд-во МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2005. - 304 с : илл. — (Информатика в техническом университете).
- Ясницкий JL Н. Введение в искусственный интеллект: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений /Л. Н. Ясницкий. — 2-е изд., испр. — М.: Издательский центр «Академия», 2008. — 176 с.
- Mitra, S. Data mining : multimedia, soft computing, and bioinformatics / Mitra, S. Acharya, T. - John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey, 2002. - p. 401.
- Agresti, A. (2002). Categorical Data Analysis. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey. Pp. 132-153, 576-594.

# **Приоритетное направление развития образовательного учреждения, его кадровая политика**

**Эльвира Саматова<sup>1</sup>, Малика Досматова<sup>2</sup>, Азат Торобеков<sup>2</sup>,  
Айжаркын Бекатова<sup>2</sup>**

*Ошский государственный университет*

*1. научный руководитель, кандидат экономических наук, доцент  
2. магистрант факультета "Бизнес и менеджмент"*

**Аннотация:** В статье поставлена цель рассмотреть кадровую политику, как приоритетное направление развития образовательного учреждения. В работе также рассматриваются современные кадры, которые должны обладать определенными знаниями, умениями и навыками, иначе говоря, компетенциями. Для обеспечения дистанционного образования для студентов профессорско-преподавательский состав изыскивает любые средства для контакта со своими студентами. Преподаватели помогают студентам получить знания и приобрести новые умения и навыки, привить себе определенные компетенции в соответствии с государственным образовательным стандартом. Таким образом, разработка кадровой политики вуза сегодня является требованием времени, так как она направлена на перспективу (на будущее). Сделана попытка изучить вопрос кадровой политики, как приоритетного направления в кадровой работе образовательного учреждения. Выявлено, что управление кадрами образовательного учреждения – это основное направление его деятельности и критерий эффективности и успешности образовательной организации. Определено, что важнейшей составляющей успешного функционирования образовательной организации является развитая система управления кадрами, то есть кадровая политика, которая включает в себя подбор персонала, его оценку, расстановку, мотивацию, обучение. Определено, что в настоящее время все образовательные учреждения от детского сада до вуза претерпевают значительные преобразования, которые связаны с изменениями во внешней среде. В работе предположено, что приоритетным направлением развития образовательного учреждения является его кадровая политика. Но она должна быть составлена, принята и внедрена не формально, а фактически. Чтобы

преподаватель чувствовал, что кадровая политика вуза защищает его и вклад работников вуза в его развитие огромен и актуален, особенно сегодня в условиях карантина. Современный вуз разрабатывает и принимает Концепцию (стратегию) развития образовательного учреждения. Реализация кадровой политики в современных условиях направлена на формирование такой системы работы с кадрами, которая ориентирована не только на получение требуемого эффекта, но и на получение социального и экономического эффекта. Определено, что кадровая политика направлена на реализацию норм и требований действующего законодательства в сфере образования и выполнения нормативных и иных требований, определенных Уставом (или Положением), коллективным договором, трудовым договором или другими нормативными документами образовательного учреждения. Принятые и реализуемые кадровые политики образовательных учреждений в большей степени направлены на выполнение норм и требований, но они должны быть направлены непосредственно на развитие самого сотрудника образовательного учреждения. Каждый работник вуза должен понимать, что у него должен быть достаточный интерес для личного развития и роста в своей профессиональной деятельности, которая в конечном итоге направлена на реализацию миссии образовательного учреждения. Концепция развития вуза должна поменять требования к преподавательскому составу, потому что важен переход от ведения учебных занятий традиционным методом к современным методам преподавания, например, презентации результатов проектов и исследований, от ведения практических и лабораторных занятий - к фасilitаторству (к самостоятельной работе учащихся), а также к дистанционному обучению студентов и магистрантов. В работе представлено, что кадровые политики в настоящее время сосредоточены только на исполнении небольшого перечня функций, что кадровая политика образовательного учреждения оформляется просто документально. Со стороны руководства вуза осуществляется контроль за достижениями преподавателя. Осуществляется это через такие показатели, как повышение квалификации педагога, его достижения за год, за последние 5 лет и т.д. В работе сделано сравнение отечественной кадровой политики и зарубежной, а также выявлены их различия. При исследовании были определены сильные и слабые стороны кадровой политики образовательного учреждения, которые влияют на деятельность системы управления персоналом и должны быть устранены. В работе сделаны предложения для активизации

педагогической деятельности педагога, которые в большей степени направлены на мотивацию их труда. Сделано предложение использования дифференцированной заработной платы в исследуемом образовательном учреждении, но отмечено, что отечественные образовательные учреждения чаще используют адаптивную модель развития. Для решения обозначенных проблем автором предложено реализовать конкретные мероприятия, способствующие развитию не только педагога, но и вуза в целом. А сделать это эффективнее через кадровую политику, которая должна рассматриваться как деятельность, имеющая характер стратегический для образовательного учреждения, тесно связанную с миссией, стратегией и организационными изменениями в нем. В работе сделан вывод о том, что на решение объявленных проблем большее влияние оказывают кадры, обладающие новыми знаниями, компетенциями.

**Ключевые слова:** кадры, кадровая политика, образовательное учреждение, управление кадрами образовательного учреждения, стратегия развития вуза

**Keywords:** personnel, personnel policy, educational institution, personnel management of an educational institution, university development strategy

В современных условиях (в условиях карантина) основным фактором эффективности деятельности образовательного учреждения (вуза) и его конкурентоспособности является обеспечение высокого качества кадрового потенциала. Сложившаяся ситуация сегодня в мире, в том числе и у нас в республике показывает и доказала, что подготовленные современные кадры вуза должны быть готовы к любой ситуации, которая может возникнуть. Не зная и не понимая, к чему приведет карантин, работники образовательного учреждения в сложных условиях, в условиях, когда под рукой нет современной техники, нет смартфонов и другого оборудования, продолжали выполнять свои функциональные обязанности. Для того, чтобы обеспечить дистанционное образование для студентов, они не сложили руки, не упали духом, а изыскивают любые средства для контакта со своими студентами и помогают им получить знания и приобрести новые умения и навыки. Значит, руководство вуза должно понимать, что разработка кадровой политики, как отдельного документа сегодня является требованием времени. Значит, кадровая политика образовательного учреждения направлена на перспективу (на будущее). Сутью же кадровой политики является работа с персоналом, соответствующая Концепции развития

образовательного учреждения. Кадровая политика – это составная часть стратегически ориентированной политики вуза.

Целевая задача кадровой политики может быть решена по-разному, и вариантов решения данной задачи достаточно, например:

- Увольнять или сохранять ППС вуза;
- Подготавливать работников самим или искать и подбирать таких, которые уже имеют опыт работы и соответствующую подготовку;
- Привлекать новых сотрудников со стороны и др.

Управление кадрами образовательного учреждения – это основное направление его деятельности и критерий эффективности и успешности образовательной организации. Если в вузе созданы все условия для внедрения образовательных программ, а также имеются необходимые информационные технологии, но штат, который трудится в образовательном учреждении, качественно не укомплектован и имеет низкую квалификацию, в этом случае деятельность вуза будет малоэффективна. Сегодня, сложные условия, в которых работают преподаватели доказала это. Значит, важнейшей составляющей успешного функционирования образовательной организации является развитая система управления кадрами, то есть кадровая политика, которая включает в себя подбор персонала, его оценку, расстановку, мотивацию, обучение. Любое бюджетное предприятие всегда стремится к тому, чтобы управление трудовыми ресурсами было эффективно, и персонал организации стремился вкладывать свой опыт и знание в улучшение деятельности бюджетного учреждения и его эффективности.

В настоящее время все образовательные учреждения от детского сада до вуза претерпевает значительные преобразования, которые связаны с изменениями во внешней среде. Внешняя среда (родители, предприятия, стейкхолдеры и др.) требует от современного образования качественно подготовленных специалистов, ориентирующихся в нормативной и законодательной основе образования, бизнеса, выполняющие требования современного образования качественно и эффективно, обладающие профессиональными компетенциями и т.д. В условиях карантина мы столкнулись с тем, что никто не был готов приступить к дистанционному образованию, хотя его элементами пользуются все преподаватели, студенты и магистранты. Сложившаяся ситуация показала всем, что будущее за

подготовленными кадрами. Значит, приоритетным направлением развития образовательного учреждения является его кадровая политика. Но она должна быть составлена, принята и внедрена не формально (не на бумаге), а в действительности. Чтобы преподаватель чувствовал, что кадровая политика вуза защищает его, и вклад работников вуза в его развитие огромен и актуален, особенно сегодня в условиях карантина.

Действующие структуры современных образовательных учреждений соответствуют типу и виду структуры государственного образовательного учреждения и обеспечивают реализацию Концепции (стратегии) образовательной деятельности.

Таким образом, кадровая политика в современных условиях направлена на формирование такой системы работы с кадрами, которая ориентирована не только на получение требуемого эффекта, но и на получение социального и экономического эффекта. Кадровая политика направлена на реализацию норм и требований действующего законодательства в сфере образования и выполнения нормативных и иных требований, определенных Уставом (или Положением), коллективным договором, трудовым договором или другими нормативными документами образовательного учреждения.

Принятые и реализуемые кадровые политики образовательных учреждений (школы, средне-специального учебного заведения, высшего учебного заведения) в большей степени направлены на выполнение вышеуказанных норм и требований (внутренних и внешних), но необходимо, чтобы они были направлены непосредственно на развитие самого сотрудника образовательного учреждения. Каждый работник вуза должен понимать, что у него должен быть достаточный интерес для личного развития и роста в своей профессиональной деятельности, которая в конечном итоге направлена на реализацию миссии образовательного учреждения.

В нашей теме исследования сделана попытка проанализировать кадровую политику образовательного учреждения и стратегию управления персоналом. Концепция развития вуза меняет требования к преподавательскому составу, потому что важен переход от ведения учебных занятий традиционным методом к презентации результатов проектов и исследований, от ведения практических и лабораторных занятий - к фасилитаторству (к самостоятельной работе учащихся), а также к дистанционному обучению студентов и магистрантов. Современные требования в образовании теоретически формируют новые вызовы

для педагогов образовательного учреждения, которые требуют скорейшего использования и внедрения. Руководство образовательного учреждения понимает необходимость грамотного менеджмента в кадровой работе, однако кадровые политики в настоящее время сосредоточены только на исполнении небольшого перечня функций. Чаще кадровая политика образовательного учреждения оформляется документально. При этом усиливается контроль над достижением результирующих показателей (например, повышение квалификации и достижения педагога за год, за последние 5 лет и т.д.), так как эти требования перед вузом ставят аккредитационные агентства (национальные и международные).

При сравнении отечественной кадровой политики и зарубежной можно выделить, что:

- отечественная кадровая политика в образовательном учреждении составлена традиционно и унифицировано, а
- кадровая политика в зарубежных вузах составлена более конкретно, детально, в ней присутствует разнообразие и дифференциация, а также иные приоритеты и цели.

При исследовании были определены сильные и слабые стороны кадровой политики образовательного учреждения, которые влияют на деятельность системы управления персоналом и должны быть устраниены, например:

- проблемы с наймом педагогов в образовательное учреждение;
- формирование новой культуры управления персоналом;
- сочетание централизации и децентрализации при формировании кадровой политики в образовательном учреждении;
- слабая вовлеченность педагогов в процессы, выходящие за границы просто преподавания;
- невысокая технологическая оснащенность процессов управления персоналом.

В процессе исследования были показаны приоритетные способы устранения проблем управления персоналом в рамках кадровой политики в зависимости от места их возникновения в образовательном учреждении. Было выявлено, что наибольшее влияние на кадровую политику в настоящее время оказывают вводимые новые показатели для оценки эффективности и

результативности образовательного учреждения и педагога. В настоящее время коренным образом изменились требования государственного образовательного стандарта, а вопрос кадровой политики в нем становится достаточно актуальным. Было выявлено, что педагоги в большей степени используют традиционные подходы, а новые подходы используются лишь частично, время от времени по мере необходимости и важности. А в условиях карантина мы столкнулись с тем, что использование дистанционного обучения также является важной составляющей при приобретении навыков и выработке соответствующих компетенций.

Кадровая политика образовательного учреждения носит характер администрирования и снижает его возможность для роста и развития. Образовательное учреждение в большей степени направляет свои усилия в кадровой политики на:

- развитие систем стимулирования и вознаграждения;
- мониторинг качества педагогов;
- развитие программ привлечения и сохранения молодых специалистов;
- стимулирование новых видов деятельности для преподавателя.

Однако это не дает видимого успеха и приоритетного развития педагогов образовательного учреждения. Для того, чтобы работники образовательного учреждения показали эффективность своей педагогической работы, необходимо им ставить жесткие требования и нормы в направлении выполнения своих прямых обязанностей.

В теме исследования мы попытались конкретизировать управленческие задачи, направленные на реализацию кадровой политики образовательного учреждения в современных условиях. Определенные задачи могут способствовать решению слабых сторон кадровой политики и развитию ее новых направлений, что поддержит изменения. Ориентиром кадровой политики отечественных образовательных учреждений должен стать целевой подход, различные программы профессионального развития педагогов, развивать командный и междисциплинарный подходы, осуществлять новые подходы к аудиту программ. Образовательное учреждение, если применит предлагаемые решения, то они должны иметь дифференцированный характер (например, использование дифференцированной заработной платы в конкретном образовательном учреждении).

Однако, отечественные образовательные учреждения чаще используют адаптивную модель развития. Организующие и контролирующие органы ставят им требования и нормы, а они выполняют эти нормы и не проявляют в своем развитии и совершенствовании инициативы и активности.

Чтобы получить понимание и признание руководства образовательного учреждения необходимо разрабатывать новую кадровую политику, которая будет признана сотрудниками образовательного учреждения и принята к ее дальнейшей реализации. Необходимо активно вовлекать педагогов в развитие системы коммуникаций и оценивать степень вовлеченности сотрудников в процессы проведения реформ.

Кадровая политика в образовательных учреждениях реализуется формально (количественно), не используются требования, выставляемые различными рейтингами. Но время решит все и заставит образовательные учреждения обратить внимание на кадры, потому что именно от компетентности кадрового состава образовательного учреждения зависит эффективность его деятельности. Существующая система повышения квалификации недостаточно эффективна. Да, педагоги проходят курсы повышения квалификации, но они больше проходят их потому, что срок подошел (каждые 5 лет необходимо повышать квалификацию – это требование).

Для решения выделенных проблем предлагаем реализовать следующие мероприятия:

1. Разработать план действий специалиста по кадровой работе при найме сотрудников в образовательное учреждение (четко прописать данную процедуру и довести до каждого работника образовательного учреждения под подпись);
2. Реализация плана по работе с молодыми педагогами;
3. Повышение правовой культуры сотрудников образовательного учреждения в рамках деятельности нормативно - правового поля;
4. Улучшение условий труда (не просто приобретение необходимого материально – технического современного оборудования, а его полная комплектация и поддержание рабочего состояния);
5. Разработка плана стратегического развития образовательного учреждения, чтобы прослеживалась преемственность, последовательность и логичность;

6. Использование нематериальных стимулов труда, поощрение труда сотрудников образовательного учреждения;
7. Освещение опыта деятельности сотрудников в средствах массовой информации (вуза, города, области, республики).

Таким образом, кадровая политика должна рассматриваться как деятельность, имеющая характер стратегический для образовательного учреждения, тесно связанная с миссией, стратегией и организационными изменениями в нем.

На решение выявленных проблем большее влияние оказывают кадры. Кадры 21 века должны обладать новыми знаниями, компетенциями.

### **Список использованной литературы**

Трудовой Кодекс Кыргызской Республики от 04 августа 2004 года № 106 (в редакции Законов КР от 28 июля 2017 года № 162)

Закон Кыргызской Республики «Об образовании». В редакции Законов КР от 23 мая 2017 года № 84, статья 40, с. 25-27

Саматова Э.Э. и др., Современные кадры решают все, Журнал Economics, 2017, № 11 (32). С. 36-39.

[www.allbest.ru](http://www.allbest.ru)

[www.ru.wikipedia.org](http://www.ru.wikipedia.org)

# Цифровая экономика: новый уровень подготовки кадров

**Санжар Таиров**

*Ташкентский филиал Российского экономического университета  
им. Г.В. Плеханова*

**Аннотация:** Сегодня мы живем и работаем в мире перемен. Поэтому, чтобы позволить образованию конкурировать с 21-м веком, образовательные учреждения должны использовать новейшие технологические разработки и инструменты электронного обучения. Кроме того, использование информационных и коммуникационных технологий окажет большое влияние на все образовательные мероприятия, в результате использования цифровых технологий облегчаются доступ и хранение информации более простым и дешевым способом.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, образование, квалификация, реформы, эксперты, цифровизация, качество.

**Keywords:** competitiveness, education, qualifications, reforms, experts, digitalization, quality.

В стремительном XXI веке небывалые темпы меняющихся реалий в мировой экономике ставят перед высшим образованием следующие задачи: постоянно усовершенствовать систему непрерывного образования, разрабатывать новые программы, более оперативно реагировать на нужды промышленности.<sup>43</sup>

Конкурентоспособность отечественной экономики на мировых рынках зависит от трех факторов: капиталовложений, совершенствования технологии, повышения квалификации и мастерства рабочей силы. Для реализации этих направлений необходимо глубокое изучение проблем, связанных с подготовкой, повышением квалификации и использованием людских ресурсов. На сегодняшний день перед Узбекистаном стоят приоритетные задачи, среди которых дальнейшее совершенствование системы образования как важнейшего

---

<sup>43</sup>Абдурахманов К.Х. Цифровая экономика: новый уровень подготовки кадров. Т.: Ж.«Частная собственность», 12 апреля, 2018. [www.biznes.dailu.uz](http://www.biznes.dailu.uz)

фактора устойчивого роста экономики, обеспечения занятости населения и процветания страны. По мере того как Узбекистан будет продвигаться от общества, базирующегося на природных ресурсах, к обществу, развивающемуся на основе людских ресурсов, значение обучения и образования в нашей стране для всего общественного строя будет стремительно возрастать.

Новым толчком к кардинальному совершенствованию сферы, ключевому пересмотру содержания подготовки кадров на уровне международных стандартов стало постановление Президента Республики Узбекистан «О мерах по дальнейшему развитию системы высшего образования» от 20 апреля 2017 года. Вместе с тем утверждена Программа комплексного развития системы высшего образования на период 2017-2021 годов, включающая меры по укреплению и модернизации материально-технической базы вузов, оснащению их современными учебно-научными лабораториями и средствами современных информационно-коммуникационных технологий.

На современном этапе в Республике Узбекистан сфера высшего образования готовит квалифицированных специалистов для различных областей как общественной жизни, так и отраслей экономики – научной, экономической, технической и многих других. Знания и полученные навыки систематизируются учебным процессом, направляя студентов на решение не только теоретических, но и практических задач векторе избранной профессии с креативным использованием результатов современной научной мысли и технологий.<sup>44</sup>

В январе-июне 2017 года команда международных экспертов, приглашенных при содействии ЮНЕСКО и консалтинговой компании DGP Research&Consulting, осуществила комплексное исследование системы образования Узбекистана. По итогам исследований разработаны предложения о необходимости дальнейшего обеспечения единства теории и практики, модернизации механизма контроля качества образования, развития плодотворного сотрудничества с иностранными вузами.

Для проведения изменений в сфере высшего образования Узбекистан сотрудничает со многими международными организациями, такими как Erasmus+ (программа Европейского Союза), KOICA (Корейское агентство международного сотрудничества) и JICA (Японское агентство международного

---

<sup>44</sup>Абдурахманов К.Х. Цифровая экономика: новый уровень подготовки кадров. Т.: Ж. «Частная собственность», 12 апреля, 2018. [www.biznes.dailu.uz](http://www.biznes.dailu.uz)

сотрудничества). В результате внедряемых совместных программ многие преподаватели и студенты республики имеют возможность изучить передовой международный опыт в системе образования, получить новые знания и навыки, продолжить свое образование в ведущих вузах мира.

Необходимость создания новой системы в обусловлено было созданием и внедрением информационной системы учета и контроля успеваемости, обучающихся в вузе структурными преобразованиями в управленческом составе вуза. На сегодняшний день изменена система подачи документов в вуз, которая является первыми шагами в интеграции цифровой экономики в образование. Для обеспечения эффективного управления образовательным процессом необходимо было для начала создание информационной системы, включающую учет и мониторинг успеваемости обучающихся на основе модульно-кредитной системы образования. В свою очередь, необходимо учесть тот факт, что информатизация, интеллектуализация, цифровизация имеет свое влияние на все аспекты жизни: как люди живут, общаются, учатся и работают. Неизбежен тот факт, что внедрение ИКТ в управление образовательным процессом изменит сформированные ранее формы и стили управления и представления информации. Адаптация к новым условиям на основе использования ИКТ в различных сферах длится от 6 месяцев до 1 года.

Повышение качества образования - одна из первостепенных задач деятельности отечественных вузов. Качество подготовки квалифицированных специалистов обеспечивается высочайшим профессионализмом педагогического состава, объединением науки и образовательного процесса, тесным сотрудничеством с предприятиями – потребителями кадров, применением в образовательном процессе новых педагогических технологий. Помимо традиционных методов, гарантирующих должное качество образовательного процесса, также используются новейшие технологии.

Международный опыт показывает, что развитие информационных технологий влияет на конкурентную способность национальной экономики. Цифровая перестройка организационных и экономических принципов управления становится одним из важнейших факторов развития страны. Начало научно-технической революции, развитие прогрессивных технологий в информационно-компьютерных областях, процесс глобализации мировой экономики, усиление конкуренции на мировых рынках, а также запущенный механизм импортозамещения – привели к развитию и становлению цифровой

экономики. Цифровая экономика как объективный процесс развития экономических отношений в условиях научного и технического прогресса представляет собой институциональные категории в экономике, сформированные на базе информационно-коммуникационных технологий, направленные на повышение благосостояния, и уровня жизни населения, способствующие экономической безопасности страны. Именно цифровая экономика способствует социально-экономическому развитию страны, повышению качества жизни населения. На сегодняшний день данная сфера превратилась в один из наиболее динамичных и емких секторов мирового хозяйства.<sup>45</sup>

Вопросы внедрения цифрового образования в республике, в частности, подготовка квалифицированных кадров в сфере разработки и использования технологии «блокчейн», обладающих практической квалификацией работы с использованием новейших информационно-коммуникационных технологий.<sup>46</sup>

В цифровой экономике именно уровень применения информационно-коммуникационных технологий определяет экономическое развитие, производительность, эффективность бизнеса и занятость. В условиях информационной глобализации под воздействием информационно-коммуникационных технологий, создающих единое информационное пространство, факторы конкурентоспособности индустриальной экономики преобразовываются и пополняются новыми.

Узбекистан на данной стадии развития имеет огромный потенциал для практической демонстрации оптимизации производительности и других экономических показателей в зависимости от уровня технологического развития и качественного планирования проектов внедрения ИКТ в деловую практику.

В связи с этим подготовка специалистов в данной области приобретает особую важность. Такого рода специалист должен обладать теоретическими знаниями и практическими навыками по использованию новейших информационно-коммуникационных технологий во всех отраслях и сферах национальной экономики, включающих технические и программные продукты обработки информации, средства телекоммуникаций, а также знаниями в

<sup>45</sup>Абдурахманов К.Х. Цифровая экономика: новый уровень подготовки кадров. Т.: Ж .«Частная собственность», 12 апреля, 2018. [www.biznes.dailu.uz](http://www.biznes.dailu.uz)

<sup>46</sup>Шермухамедов А.Т. Снижение рисков цифровизации. XXXII Плехановские Международные чтения. М., РЭУим. Г.В. Плеханова.- 2019, С.113

области алгоритмизации вычислительных процессов для решения экономических задач, и разработка программ на языке программирования.

Цифровая экономика, функционирующая на информационно-технологических платформах, развивается с интенсивной скоростью, что обуславливает необходимость создания новых моделей таких платформ.

Предстоит развить «индустрию e-learning», по созданию виртуальных университетов, необходимо трансформировать существующие университеты на электронные, виртуальные и сетевые и смарт-университеты.

Остро стоит проблема реорганизации системы подготовки кадров для цифровой экономики. Например, Россия намерена ежегодно переобучать около 100 млн. человек по цифровой экономике.

Исследователи Boston Consulting Group сделали вывод, что, более 80 % трудоспособного населения России не имеют навыков и компонентов для работы на современных рынках.<sup>47</sup>

Высококвалифицированным трудом, относящимся к категории «индустрии e- learning» в России заняты только 17 %, это в 1,5 раза меньше чем в Германии в 2,0 раза ниже показателя Сингапура в 2,0 раза ниже показателя Великобритании.

Что касается Узбекистана, отмечается тенденция увеличения численности поступающих в ВУЗы. Согласно Центру исследований и статистики науки, в 1990 г. численность студентов составляла 190 человек на 10 000 населения, то в 2019 г. эта цифра составила 4245 человек на 10 000 населения.

Развитые страны мира с наибольшими лидерскими качествами уже начали работу в направлении цифровизации образования. Можно прийти к выводу, что систему образования нашей страны также необходимо совершенствовать на базе цифровых и интернет - технологий.

## **Список использованной литературы**

- Абдурахманов К.Х. Цифровая экономика: новый уровень подготовки кадров. Т.: Ж .«Частная собственность», 12 апреля, 2018. [www.biznes.dailu.uz](http://www.biznes.dailu.uz)
- Шермухамедов А.Т. Снижение рисков цифровизации. XXXII Плехановские Международные чтения. М., РЭУ им. Г.В. Плеханова.- 2019, С.113

---

<sup>47</sup>Markoviteh S., Willmott P. Accelerating the digitization of business processes / McKinsey, 2014. [Электронный ресурс]: <http://www.mckinsey.com/business-functions/digital-mckinsey/our-insights/accelerating-the-digitization-of-business-processes> (дата обращения 19.09.2017).

# **Применение регионального маркетинга персонала в решении проблем трудовой миграции**

**Раушана Ибрагимова**

*Кыргызский национальный университет им. Ж.Баласагына, магистр,  
ст.преподаватель кафедры "Маркетинг, коммерция и логистика"*

**Аннотация.** В статье рассмотрены проблемы трудовой миграции. В связи с глобализацией экономики возникло такое явление как трудовая миграция, которое несет для экономики не только преимущества в виде направляемых денежных потоков в страну, но и другие негативные социально-экономические последствия. Для решения возникших проблем в обществе: в связи с потерей трудоспособного экономически активного работника; снижением количества обучающихся в образовательных учреждениях; нежеланием молодежи оставаться в своей стране; нехваткой высококвалифицированных кадров и других проблем назрела необходимость системного решения данного вопроса. Автором проведен анализ последствий трудовой миграции для страны, рассмотрены влияние внутренней и внешней миграции в масштабе Кыргызстана. Также предложены некоторые мероприятия по решению возникших проблем и возможностью маркетингового подхода к происходящим явлениям с использованием маркетинговых рыночных инструментов.

**Ключевые слова:** трудовая миграция, региональный маркетинг персонала, маркетинговый подход, рыночные инструменты.

**Key words:** labor migration, regional marketing of personnel, marketing approach, market tools.

Как соотносятся такие понятия как «трудовая миграция» и «маркетинг»? Для начала необходимо сделать первоначальное пояснение. На современном этапе предприятия и организаций Кыргызстана взаимодействуют в условиях рыночных отношений, что предполагает активную маркетинговую деятельность. Субъектом рыночных отношений является экономически активный индивид. В маркетинге существует понятие «маркетинг персонала»

Маркетинг персонала – это вид управленческой деятельности, направленный на удовлетворение потребностей работодателя в рабочей силе с помощью формирования на рынке труда человеческих ресурсов, определенного качества и соответствующей ему стоимости .

Маркетинг персонала делится на две группы: на внутренний и внешний. Внешний маркетинг персонала – исследование рынка труда; нахождение лучших работников; создание положительного образа компании для притока подходящих сотрудников.

Внутренний маркетинг персонала – создание единой команды; корпоративного духа компании; воспитание лояльных кадров, путем создания мотивации труда и корпоративной культуры.

У многих современных компаний, нацеленных на успешное будущее, уже существуют определенные методы и инструменты маркетинговой деятельности. Для других же компаний все это находится в зачаточном состоянии и шаги в бизнес осуществляются практически наощупь. Рыночные преобразования коснулись всех. Такие передовые страны как США и европейские государства шагают в будущее семимильными шагами в силу того, что эти страны первыми внедрили маркетинг персонала и являются предметом мечтаний многих работоспособных людей, не нашедших применения в своей стране. Происходит так называемая межстрановая конкуренция рабочей силы.

По последним данным Всемирного банка за 2018 год, Кыргызская Республика вышла на второе место в мире по объему денежных переводов трудовых мигрантов к ВВП. Приток денежных средств превысил 2,5 миллиарда долларов. Девяносто процентов денежных переводов переведены из России. Третья часть ВВП Кыргызстана составляют денежные переводы трудовых мигрантов-кыргызстанцев. Эти цифры вовсе не радуют! Получается в самом Кыргызстане государство не способно обеспечить рабочими местами население. Конечно, денежный приток трудовых мигрантов позволяет стране развиваться, но Кыргызстан больше теряет от такого явления, так как из страны уезжают экономически активные, высококвалифицированные кадры. Ведь в большинстве эти мигранты получили образование и опыт именно в Кыргызстане, и страна лишается своего долгосрочного развития.

Наиболее предпочтительными для миграции странами для кыргызской молодежи являются: США – 25%; страны Европы – 24% и Россия – 18%.

В мировом масштабе больше всего мигрантов (50млн. мигрантов) находится в США, около 15% в Саудовской Аравии; 11% в Германии; 11% в России; 8% в ОАЭ и др. [2]

Но не только межстрановая конкуренция рабочей силы, но и конкуренция внутри самой страны и ее регионах становится все более явственной.

Для регулирования внутренней миграции в Кыргызстане создан координационный совет по вопросам миграции, где рассматриваются вопросы и по внутренней миграции для решения вопросов переселенцев. Государственная служба миграции занимается вопросами интеграции этнических мигрантов - кайрылманов. Государственная регистрационная служба ведет вопросы регистрации и учета мигрантов. Такими же вопросами занимаются органы местного самоуправления и омбудсмен.

Самый высокий уровень внутренней миграции связан с Чуйской областью и столицей Бишкеком. Высокий уровень миграции отмечается в Ошской и Нарынской областях. В Иссык-Кульской области отмечается средний уровень миграции. Самый низкий уровень внутренней миграции характерен для Баткенской и Таласской областей.

Кроме того, существует градация внутреннего оттока населения внутри страны. Чуйская область и Бишкек характеризуются межобластными перемещениями, и являются наиболее привлекательными районами для внутренних мигрантов. Наиболее высокий уровень оттока населения относится к Чуйской и Ошской областям. Талас характеризуется наименьшим уровнем оттока населения.

Отток населения внутри страны:

- 26% - из Ошской области в Бишкек.
- 23% - из Джалал-Абада в Бишкек.
- 10% - из Нарына в Бишкек.
- 39% - из Чуйской области в столицу.
- 1% - из Таласа в Бишкек.

Главная причина переезда внутренних мигрантов в Бишкек является наличие работы. Так ответили 62% мужчин и 55% женщин. То, что в столице лучше заработки, считают 40% мужчин и 33% женщин.

Как результат, все более возрастающая внутренняя миграция увеличивает неравномерность распределения трудовых ресурсов. Многие села остаются

практически без молодежи. В селах не остается практически экономически активного населения. Трудоспособное население проживает и трудится в более развитых регионах и за пределами страны.

Назрела необходимость в разработке так называемого регионального маркетинга персонала. Для этого необходимо усилить деятельность по удержанию, привлечению и развитию трудоспособного населения региона, которая будет необходима потребностям в развитии экономики данного региона. Государство периодически предпринимает попытки для развития регионов, но частая сменяемость руководства и отсутствие контроля на местах тормозят эти действия. Необходима и государственная финансовая поддержка, что тоже бывает затруднительным в связи с дефицитом бюджетных средств.

Не менее важна идеологическая и воспитательная работа, направленная на предотвращение оттока молодежи: создание необходимой инфраструктуры, рабочих мест, экологической безопасности.

Внешний региональный маркетинг персонала должен быть направлен на привлечение высококвалифицированных специалистов для работы из других регионов и стран, создание положительного имиджа региона, а также развитие его инфраструктуры. Эти проблемы необходимо решать в тесном взаимодействии с государством. К сожалению, население страны все больше оказывает недоверие к властям.

По данным, проведенным Национальным институтом стратегических исследований Кыргызской Республики (НИСИ КР) в рамках проекта "М-Репорт", реализуемого совместно с ЮНИСЕФ выяснилось, что доверие к государственным органам власти снизилось, что по степени недоверия у мигрантов стоят: судьи (28% опрошенных), депутаты (23%), губернаторы областей (21%), акимы районов (20%), сотрудники милиции (20%), депутаты местных кенешей-советов (19%). 27% респондентов обращались с различными жалобами в органы власти.

Для решения проблем необходимо использовать инструменты регионального маркетинга персонала, так как наибольшую миграционную активность проявляет молодежь. При опросе выяснилось, около 70% молодежи хотели бы съездить в путешествие за рубеж, получить образование, посмотреть мир и вернуться обратно, тогда, как около 25% молодежи хотели бы выехать за границу для постоянного проживания.

Большая конкуренция среди образовательных учреждений способствует большому выбору для молодежи. В борьбу за обучение в конкретном образовательном учреждении вступили не только регионы страны, но и страны ближнего и дальнего зарубежья. Учитывая большое количество трудовых мигрантов (по некоторым данным более 1 млн. человек), находящихся, например, в России – обучение в российских образовательных учреждениях представляется для молодежи наиболее привлекательным. Поэтому на рынке труда все больше назревает нехватка высококвалифицированных кадров.

Назрела необходимость разработки маркетинговой стратегии конкретно по каждому региону и выполнения некоторых мероприятий:

- Регулирование процессов внутренней миграции;
- Повышение имиджа региона;
- Разработка программы профориентации в выборе будущей профессии и места работы;
- Анализ потребностей рынка труда регионов в молодых специалистах;
- Усиление связи образовательных учреждений с работодателями;
- Разработка мероприятий по заинтересованности между образовательными учреждениями и работодателями;
- Модернизация образовательных учреждений, нацеленных на интересы внутреннего рынка труда.

Таким образом, системность всех мероприятий, использование маркетинговых инструментов, внедрение регионального маркетинга персонала поможет продуктивно использовать человеческие ресурсы. Анализ текущей ситуации, повышение качества образования, создание рабочих мест, достойная оплата поможет усилить конкурентные преимущества предприятий, региона и страны в целом.

## **Список использованной литературы**

<https://old.ht-lab.ru/> Лаборатория «гуманитарных технологий».

Данные: Development Prospects Group, World Bank; UN Population Division 2017. Исмаилова Н.Р. Проблемы и перспективы развития экономики Кыргызстана. Журнал «Наука, новые технологии и инновации Кыргызстана» №4, 2016.

# **Инвестиции в знания как фактор экономического роста**

**Нилуфар Файзуллаева**

*ТГЭУ, кандидат пед.наук, доцент, кафедра "Профессиональное образование (экономика)"*

**Аннотация:** в статье раскрываются основные ключевые факторы конкурентоспособности в эпоху развития цифровой экономики. В современный период знание становится ключевым ресурсом развития. Оно превращается в товар, приносит доход не только в отраслях, связанных с высокими технологиями, но и обогащает всех участников экономических процессов.

**Ключевые слова:** образование, знания, информация, инновационная деятельность, экономический рост, человеческий потенциал, компетенции, интеллектуальный капитал.

**Key words:** education, knowledge, information, innovative activity, economic growth, human potential, competencies, intellectual capital.

Переход мировой экономики в новое качественное состояние связан с повышением роли теоретического знания, развитием высокотехнологичных отраслей, процессом увеличения доли сферы услуг, влиянием информационных сетевых технологий (Интернет). Все указанные тенденции требуют особого исследования в свете появления новых теорий современной экономики.

Наука и образование – ключевые факторы конкурентоспособности. Само понятие образование трансформируется и расширяется. Всё в большей степени образование перестаёт отождествляться с традиционными видами образования. Происходит переход от концепции функциональной подготовки к концепции развития личности. В Узбекистане ежегодные затраты на развитие и реформирование образования составляют 10–12% от ВВП, а их доля в расходах Государственного бюджета превышает 35%, что само по себе является подтверждением огромного внимания, уделяемого данной сфере.

В настоящее время перед государством стоит задача превратить Узбекистан в динамично развивающуюся страну, обладающую стабильной рыночной экономикой с высокой долей инновационного и интеллектуального

вклада в производство, современной и конкурентной на глобальном рынке промышленностью, а также благоприятным инвестиционным и деловым климатом. Достижение поставленных целей невозможно без перехода Узбекистана к инновационному развитию, что обуславливает необходимость создания в стране эффективной системы государственной поддержки инновационной деятельности и стимулирования внедрения инновационных идей, разработок и технологий в государственное управление, приоритетные отрасли экономики и социальную сферу.

В цифровой экономике под термином «знания» понимается не только объем знаний или высокая квалификация, которыми обладает отдельный индивид, но и часть продукта или услуги. Полученные знания воплощаются в достижениях науки и техники – в создании новой продукции и услуг или усовершенствовании старых технологий и применении новых. Все это ведет к снижению затрат, росту производительности труда, повышает эффективность производства, и как результат, приводит к конкурентоспособности предприятий на внутреннем и внешнем рынках и модернизации экономики. Знание становится ключевым ресурсом развития. Оно превращается в товар и приносит доход не только в отраслях, связанных с высокими технологиями, но и обогащает все отрасли и секторы экономической деятельности, всех участников экономических процессов.

Что же касается вопросов, связанных с ролью образования и науки, с новым качеством экономического роста в долгосрочной перспективе, то они являются ядром нового общества в теории экономики знаний, а в других теориях, например, глобальной сетевой экономики, рассматриваются лишь поверхностно.

В наибольшей степени экономика знаний характерна развитым странам США, Германии, Великобритании, Франции, странам Восточной Азии – Республике Корея и Японии, где производство наукоемкой высокотехнологичной продукции является главным источником роста их экономик.

Можно выделить следующие основные направления мирового экономического развития. Во-первых, в производстве проявляется ведущая тенденция современной экономики, связанная с информацией и знанием – создание нового знания и использование имеющегося знания, и эта часть производства становится доминирующей и определяющей. Наблюдается интеллектуализация труда и производства.

Появилось такое понятие как научоемкость предприятия, применяющееся для оценки эффективности современных предприятий или конкурентоспособности выпускаемых ими товаров и услуг. Экономика знаний основана на человеческом потенциале, на знаниях, способностях и компетенциях человека, его квалификации. Следовательно, главным фактором формирования и развития «умной» экономики является человеческий капитал.

В связи с этим меняются объекты инвестиций. Общество осознало важность человека в процессе создания знаний и начало осуществлять инвестиции в человеческий капитал, в его образование, здоровье, менталитет, мобильность, мотивацию и пр. Предприятия стремятся инвестировать в развитие их интеллектуального капитала.

В экономике знаний смещается фокус управления с материальных потоков и запасов на нематериальные, то есть на управление информацией, знаниями, ментальными моделями сотрудников, на создание культуры обмена знаниями, обучения и атмосферы доверия. Другими словами, в практической деятельности предприятий появляются новые функции управления, одной из основных задач которых является аккумулирование интеллектуального капитала, трансляция и тиражирование опыта и знаний между всеми сотрудниками предприятий. Идет ускоренное развитие и использование нематериальных активов и нематериальной среды хозяйственной деятельности.

Что касается свойств знаний, первое, что стоит отметить, знание превратилось в конкурентный ресурс, и оно является не только результатом интеллектуальной деятельности, но и ресурсом, с помощью которого создается новое знание. Знание по своей природе является информационным продуктом, но в отличие от обычного материального продукта, после использования знания не исчезают, а продолжают жить, приводят к появлению новых знаний, и увеличению их объема. Другими словами, знания множат знания и наращивают потенциал их обладателей.

Таким образом, можно выделить следующие отличительные черты экономики знаний.

- Рост затрат на научные исследования.
- Развитие и модернизация системы профессионального образования. Реализация концепции непрерывного образования – «Обучение в

течение всей жизни». Увеличение доли населения, обучающейся в возрасте от 28 до 60 лет.

- Возрастает удельный вес занятых интеллектуальным трудом.
- Интеллектуальные и творческие способности человека становятся основой богатства как для индивидов, так и для предприятий и стран.
- Формирование национальной инновационной системы с соответствующей инфраструктурой и институциональными отношениями, то есть такой системы, которая поддерживает фундаментальную науку, содействует трансферу ее результатов в технологии и продукты.
- Бурный прогресс в области информационно-коммуникационных технологий.
- Развитие сетей, сетевых взаимоотношений.
- Высокая доля сферы услуг в структуре экономики.

Развитие экономики знаний является, таким образом, непрерывным, постоянно обновляющимся процессом, характеризующимся тем, что если раньше основную добавленную стоимость создавали промышленные производства конвейерного типа, то теперь все большую долю валового продукта обеспечивают различные виды услуг (в первую очередь наукоемких). Исходя из этого, можно заключить, что знания и инвестиции в них оказывают непосредственное влияние на экономический рост и развитие современной рыночной экономики, а главную роль в создании добавленной стоимости в экономике знаний решают высокотехнологичные, наукоемкие производства.

## **Список использованной литературы**

- Бекмухamedова Б.У. Реализации инновационной стратегии на промышленных предприятиях Узбекистана // Молодой ученый. - 2017. - №25. - С. 136-138.
- Гулямов С.С., Абдуллаев А.М. и др. Инновационный потенциал и его влияние на конкурентное развитие экономики страны (теоретико - методологические аспекты). - Т.: Фан ва технология, 2016 – 884 с. 2.
- Абдуллаев А.М. и др. Устойчивое экономическое развитие Узбекистана в условиях глобализации. - Т.: Фан ва технологии, 2016 – 280 с.
- Файзуллаева Н.С. Экономика знаний // Учебное пособие. – ТГЭУ, 2019 180 с.

# Тенденции эффективности инновационной деятельности в бизнесе

Лобар Мирзаева

*Ташкентский финансовый институт, старший преподаватель кафедры “Электронная коммерция и цифровая экономика”*

**Аннотация.** В данной статье рассматриваются тенденции эффективности инновационной деятельности в бизнесе, тенденция децентрализации центральных органов власти в экономике первоначально были широко распространены в небольших подразделениях, рабочих группах и общественных организациях.

**Ключевые слова:** инновационная деятельность в бизнесе, мегаструктура, софт-мега-структуры

**Keywords:** business innovation, megastructure, soft mega-structures

Инновации и глобальное понимание экономики, создание компаний и корпораций коренным образом изменили принципы 20-го века. Тенденция децентрализации центральных органов власти в экономике первоначально была широко распространена в небольших подразделениях, рабочих группах и общественных организациях. Координация работников в производственном и непроизводственном секторах имела первостепенное значение в то время, и наиболее важной задачей было улучшение экономических процессов - от обучения персонала до исследователей и создания высокотехнологичных отраслей. создание вертикальных компаний. Впервые появились организационные формы инноваций в форме самоуправляемых производственных объединений. Именно здесь возможность использовать высокий уровень творческого потенциала была ускорена технологическим и социальным развитием.

Эти новые взаимосвязанные формы включают взаимосвязанные бизнес-ассоциации и производственные альянсы с крупными финансовыми и промышленными группами, начиная от краткосрочных соглашений. В странах с

сильной рыночной экономикой ассоциации играют важную роль в определении ключевых долгосрочных тенденций экономического развития. Причина их успеха заключается в том, что объединения работают в гармонии с профсоюзами и государством.

Научные центры в рамках таких объединений, появление новой технологической системы, будут решать принципиально новые проблемы. Сетевые ассоциации особенно важны для внедрения, развития и распространения отраслевых инноваций. Такие ассоциации распространены в Японии при Министерстве внешней торговли и промышленности. Российские отраслевые ассоциации также играют значительную роль в высокотехнологичном производстве, в машиностроении и других отраслях. Если Ассоциация национальных промышленных компаний (например, в Соединенных Штатах) определяет, как компании могут развивать научно-технический прогресс в стране, основной задачей отраслевой ассоциации во многих регионах является внедрение научных технологий и содействие улучшению экономических показателей за счет технологических инноваций. Некоторые из ассоциаций активно участвуют в процессе стандартизации и сертификации и занимаются новыми областями научно-технического прогресса и переподготовки. Одной из важнейших целей бизнес-ассоциаций является предотвращение банкротства их предприятий, оказание им помощи и модернизация их производства. Задача нескольких ассоциаций в Японии заключается в том, чтобы контролировать чрезмерную концентрацию (накопление) производства, которая не позволяет модернизировать "структурно неудачные" сети.

В эпоху инноваций важную роль в активизации научной фазы играют исследовательские ассоциации с группами фундаментальных исследований, внедрения и аналитики. Научно-исследовательские ассоциации обеспечивают связи между академическими учреждениями и отраслями.

Анализ опыта японских исследовательских ассоциаций показывает важные особенности инноваций при его применении:

- совместная реализация принципов плановой организации научных исследований с коопeraçãoей;
- координация сложных многофункциональных инновационных процессов;
- внедрение новых продуктов в условиях жесткой конкуренции.

Исследовательские ассоциации выборочно отбирают инновации у ряда независимых отделов с большим инновационным и творческим потенциалом. Таким образом, исследовательские ассоциации заложили основу для разработки «концепции групп заинтересованных сторон».

В 1990-х годах они заложили основы «концепции группы заинтересованных сторон», основанной на конкурентной борьбе и сотрудничестве.

Ассоциации получили обширный опыт в том, как слияния и взаимосвязь противоречивы на ранних этапах развития экономики. Достигая долгосрочных целей (технологические обновления и технологические обновления), компания сможет координировать действия членов ассоциации с высокой прибылью, не теряя при этом конкурентного преимущества на рынке. Хотя деятельность таких организаций очень гибкая и непоследовательная, иерархия методов, которая мотивирует товаропроизводителей разрабатывать новые продукты и повышать производительность, может рассматриваться как порочная и острыя. Например, в центре ассоциации находится крупный промышленный комплекс «сюдан» с системой поставщиков, подрядчиков и субподрядчиков. Во время первоначального внедрения новинки в производство «сюдана», с которой подрядчик заключил субподряд, должен будет добавить дополнительные подтверждающие данные. Без этого он не только «выпадет» из партнерства внутри ассоциации, но и не сможет противостоять рыночной конкуренции.

В последние десятилетия корпорация и конкуренция были тесно связаны между собой, сотрудничество между предприятиями, стратегические альянсы и коалиции.

Бизнес-ассоциации, стратегические альянсы и коалиции являются привлекательной «мягкой мегаструктурой» в экономике. Важно, чтобы мягкие мегаструктуры были разработаны таким образом, чтобы усовершенствовать основные принципы производства. Конкуренты в «мягкой» группе будут всесторонне оценивать данные, помогая партнерам сосредоточиться на ресурсах и собирать ресурсы.

Софт-мега-структуры, такие как создание инновационного процесса, могут значительно повысить эффективность инновационных изменений в этих рамках. Такие структуры включают в себя:

- инновационные риски, которые снижаются в несколько раз на этапе производства;

- использование эффектов специализации;
- развитие своей области знаний каждым предприятием;
- получение участниками реальной возможности для достижения своих личных целей;
- реальную возможность снижения затрат на всех этапах инновационного цикла;
- процесс распространения и распространения новостей существенно изменился;
- снижение риска продажи данных на рынок;
- активную конкуренцию на заключительном этапе инновационного процесса, которая повышает эффективность инновационной деятельности и активизирует стратегию обновления.

Привлекательность «мягкой формы» зависит не только от эффективности внутренних договорных отношений, но и от мотивации производителей интегрировать одни и те же продукты и продвигать на рынке. Эффект интеграции на основе мегаструктуры зависит от расширения инновационного пространства на рынке инноваций, а также от увеличения научно-технического и инновационного потенциала для повышения эффективности разделения труда. Традиционные организационные модели инновационных процессов в крупных промышленных компаниях и в форме научно-технических и инновационных проектов опираются на закрытую научно-техническую среду («инкубаторы отделов») и «поднимают их от небольших групп к коммерческим уровням». Хотя инновационные подразделения узкоспециализированы, судьба инновационных проектов зависит от финансового успеха и немедленной прибыльности. Таким образом, период работы не должен превышать 5 лет. Инновационная инфраструктура является основой инноваций. Он включает организационные, материальные, медийные, финансовые и кредитные ресурсы, необходимые для эффективного сбора средств и инновационного развития.

Состояние инновационной инфраструктуры зависит от модели экономического роста и уровня технологического развития национальной экономики. Инновационная модель экономического роста характерна для экономик развитых стран и характеризуется ростом нематериальных, инновационных и информационных факторов, а также развитием высокотехнологичных услуг. В этих странах развитие инновационных структур

основано на консультационных, инженерных, информационных и телекоммуникационных услугах и так далее.

В инфраструктуре инноваций, помимо научных, государственных и социальных институтов, инвестиционные институты играют важную роль в накоплении финансовых, инвестиционных ресурсов и снижении рисков. К инвестиционным компаниям относятся страховые компании, негосударственные пенсионные фонды, инвестиционные банки, инвестиционные и венчурные фонды, финансовые и инвестиционные компании.

## **Выводы**

1. Привлечение иностранных инвестиций в производство помогает решить важные социальные и экономические проблемы, т.е. добиться эффективного использования имеющихся производственных мощностей, производства импортозамещающей и ориентированной на экспорт продукции из местного сырья и занятости населения.
2. Системный подход к управлению должен быть запущен для внедрения системы менеджмента качества на предприятии. Суть этого подхода заключается в том, что все проблемы решаются в одной системе.
3. Повышение внутренней эффективности, повышение ответственности сотрудников за существующие бизнес-процессы непосредственно улучшат качество продуктов и услуг.
4. Такие факторы, как повышение качества продукции, повышение производительности, снижение затрат и расширение экспортного потенциала, могут увеличить долю компании на рынке.
5. Внутренние причины связаны с повышением эффективности и производительности предприятия. К ним относятся: повышение качества продуктов и услуг; ускорение внутренних процессов; снижение затрат; такие факторы как улучшение отношений с работниками.
6. Внешние причины связаны с бизнес-средой (клиенты, поставщики, государственные органы). В то же время этим средством воздействия является официально задокументированный сертификат, такой как сертификат для SMT.

## **Список использованной литературы**

- Абдувалиев А.А., Латипов В.Б., Умаров А.С., Алимов М.Н., Хакимов О.Ш., Хван В.И. “Стандартизация. Метрология. Сертификация. Качество”.- Т.: НИИСМС, 2007 г.
- Абдувалиев А.А., Алимов М.Н., Бойко С.Р., Мирагзамов М.М., Сабиров М.З. “Основы стандартизации, сертификации и управления качеством”. – Т., “Фан ва технология”, 2005 г.
- Баровский Л.Э., Баровская Э.Н. “Экономическая оценка инвестиции: Учебное пособие/ НИТС инфра-М, 2014 г.
- Бенделл Т. “Наставники по качеству” Сборник кратких очерков о самых знаменитых зарубежных даятелях в области качества: Пер с анг. М.:2000г.
- Борисов Ю.И., А.С. Сигов, В.И. Нефедов и др. Метрология, стандартизация и сертификация: учебник. 2-э изд.- М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2012г.
- <http://www.iso.org>
- <http://www.standart.uz>

# Convergence of Approaches to Electronic Contracts in English Law and European Union law

**Akbar Ismanjanov**

*Westminster International University in Tashkent, Lecturer*

**Keywords:** e-contracting, offer and acceptance, instantaneous means of communication

Electronic contacting presents central importance in the digital economy in general and electronic commerce in particular. Primary question of contacting is the moment when a contract is made that determines the scope of obligations and actions to take by the parties of the contract. The hallmark of contracts under English law is the acceptance at the moment when it is sent, covenanted in *Adams v Lindsell*,<sup>48</sup> that remains the central tenet of English contract law for two centuries. The effect of postal rule is in acceptance without knowledge of the person sending it.<sup>49</sup>

Traditionally, advertisement is not an invitation to treat emphasized in landmark *Boots Cash Chemist* case.<sup>50</sup> This position rationalized with impossibility to provide any goods displayed, and in goods potentially turning out of stock. Herewith, the majority of offers made, including online considered as invitation to treat, where acceptance does not entail formation of the valid contract. This situation predominantly favors online traders who accept the offer of customers at their convenience, upon finding suitable goods in stock and when dispatching them.

However, realities of electronic mode of communication may not correspond to the traditional tenets of contract law. The dissonance addressed in the doctrine of “instantaneous means of communication”, established in *Brinkibon v Stahag*<sup>51</sup> and *Entores v Miles*.<sup>52</sup> Under these cases the standard of acceptance at the moment when it received is emerged, relied on the fact that communication of acceptance to be immediately evident in electronic means communication. This standard applies to the

---

<sup>48</sup> *Adams v Lindsell* (1818) 106 ER 250

<sup>49</sup> Ian Lloys, *Information Technology Law* (6th edn, OUP 2011) 453

<sup>50</sup> *Pharmaceutical Society of Great Britain v Boots Cash Chemists (Southern) Ltd* [1953] EWCA Civ 6

<sup>51</sup> *Brinkibon Ltd v Stahag Stahl* [1983] 2 AC 34

<sup>52</sup> *Entores Ltd v Miles Far East Corporation* [1955] 2 QB 327

contracts made online on the websites. Although, there are some outliers, as *Thornton v Shoelane Parking*,<sup>53</sup> where standing offer with non-human agent, allowed acceptance at the moment of payment, reasoned by impossibility of post payment withdrawal of the offer.

Electronic contract in European Union law evolved in similar fashion via statutory vein in eCommerce Regulation endeavored to give impetus to e-commerce through the setting clear standards of electronic contracting. Under article 11 of the eCommerce regulation, the time of acceptance is at the moment when it received and accessible in information system of offeror.<sup>54</sup> Although, eCommerce Directive operates with ambiguous language of “order” that in position of Murray is little different from the offer when it comes to the criteria of thereof.<sup>55</sup> Excluding necessity to prove that message is accessed, is associated with difficulties to prove that fact on the other counterpart. Although, there is a lack of evidence that English law requires that proof as well. Overall, there is some remarkable convergence of EU law with English law that shares the similar ground on the moment of acceptance. There’s also little reliance on contracts made by email follow the rule of instantaneous means of communication that resembles traditional post in many respects, signified by eCommerce Directive that excludes this type of contacts from the scope of regulation.<sup>56</sup>

## Bibliography

- Adams v Lindsell (1818) 106 ER 250  
Ian Lloys, Information Technology Law (6th edn, OUP 2011) 453  
Pharmaceutical Society of Great Britain v Boots Cash Chemists (Southern) Ltd  
[1953] EWCA Civ 6  
Brinkibon Ltd v Stahag Stahl [1983] 2 AC 34  
Entores Ltd v Miles Far East Corporation [1955] 2 QB 327  
Thornton v Shoe Lane Parking [1971] 2 QB 163  
The Electronic Commerce (EC Directive) Regulations 2002 O.J. L145, 13.6.77, p.1.  
Directive as last amended by Directive 2002/38/EC; O.J. L128, 15.5.2002, p.41.  
Murray A. Information Technology Law (2nd edn, Oxford University Press 2013) 93  
The Electronic Commerce (EC Directive) Regulations 2002 O.J. L145, 13.6.77, p.1.

<sup>53</sup> *Thornton v Shoe Lane Parking* [1971] 2 QB 163

<sup>54</sup> The Electronic Commerce (EC Directive) Regulations 2002 O.J. L145, 13.6.77, p.1. Directive as last amended by Directive 2002/38/EC; O.J. L128, 15.5.2002, p.41.

<sup>55</sup> Murray A. *Information Technology Law* (2nd edn, Oxford University Press 2013) 93

<sup>56</sup> The Electronic Commerce (EC Directive) Regulations 2002 O.J. L145, 13.6.77, p.1.

# **Развитие и проблемы облачных технологий**

**Абдумалик Рузиев**

*Ташкентский финансовый институт, кандидат экономических наук,  
доцент кафедры "Электронная коммерция и цифровая экономика"*

**Аннотация.** В данной статье рассматривается развитие и проблемы облачных технологий, развитие технологий облачных вычислений в Узбекистане. Облачные вычисления обычно предоставляют пользователю компьютерные ресурсы и возможности в качестве онлайн-сервиса. Таким образом, пользователю предоставляются «чистые» вычислительные ресурсы, и пользователь может не иметь возможности найти ответы на свои вопросы о том, как компьютер работает, какой тип операционной системы (ОС) администрируется, и фактически нет необходимости искать эти ответы.

**Ключевые слова.** Private Cloud, Public Cloud, гибридное облако.

**Keywords.** Private Cloud, Public Cloud, Hybrid Cloud.

В последний короткий период глобализации создаются новые технологии, отвечающие современным требованиям в области информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), одного из основных движущих механизмов. Хотя эти технологии сильно отличаются от классических компьютерных сетей, они иногда работают по тем же принципам. Хотя идея облачных вычислений начала появляться в 60-х годах прошлого века, благодаря быстрому развитию каналов связи и постоянному росту спроса со стороны пользователей, она приобрела популярность в 2007 году и вступила в фазу разработки.

Обнаружив сходства в бизнес-процессах, облачные технологии можно сравнить с мэйнфреймами. Но между облаком и Mainefrem есть принципиально иное отличие, в частности, в том, что «облачные» вычислительные мощности теоретически не ограничены.

Сегодня большие облачные вычисления состоят из тысяч серверов, расположенных в центрах обработки данных (МВМ). Они обеспечивают миллионы пользователей одновременно тысячами приложений. Облачные

технологии - это удобный инструмент для предприятий, чья высокая стоимость обслуживания различных серверов требует покупки и настройки их собственных систем ERP, CRM или дополнительных устройств. Многочисленные облачные сервисы, такие как Документы и Календарь, предоставляемые Google для их удобства среди частных пользователей, становятся все более популярными.

Несмотря на простоту использования, он также имеет ряд недостатков. В частности, полное подключение пользователя к поставщику услуг. Действительно, принцип создания облачной службы зависит от того, как работают поставщик услуг и поставщик интернет-услуг.

Современные облачные технологии стремительно выходят на рынок встраиваемых облаков не только готовых к использованию сетевых и серверных устройств, но и встроенных систем. Идея подключения и управления различными районными устройствами к глобальной сети называется Интернетом вещей (Internet of Things - IoT). По словам Кевина Далласа, генерального директора Microsoft Windows, идея Интернета вещей существует уже много лет, но причина, по которой такая сеть не была реализована, была в том, что облачные технологии не создавались.

В моделях распределения технологии облачных вычислений подразделяются на частные, публичные и гибридные технологии.

Private Cloud - это облачная инфраструктура и сервис для всего предприятия. Такое облако находится внутри корпоративной сети. Организация может самостоятельно управлять частным облаком или делегировать дело внешнему подрядчику. Инфраструктура может быть расположена либо в здании заказчика, либо снаружи у оператора, либо частично у клиента и частично в помещении оператора.

Public Cloud - сервисы облачных вычислений в такой инфраструктуре могут широко использоваться поставщиками и размещаться вне корпоративной сети. Такие облачные пользователи не смогут управлять или поддерживать данные в облаке, и вся ответственность возлагается на владельца облака. Клиент оплачивает используемые ресурсы.

Гибридное облако представляет собой комбинацию всех моделей распределения инфраструктуры (частной, публичной). Как правило, на предприятии создается гибридное облако, и ответственность за управление им распределяется между предприятием и поставщиком общедоступного облака.

Гибридное облако предоставляет услуги, которые являются частью общего облака и частью частного облака.

## **Развитие технологий облачных вычислений в Узбекистане**

В августе 2016 года национальный оператор связи «Узбектелеком» запустил новый data-центр UZCLOUD. По мнению экспертов, data-центр имеет большое значение для местных компаний, чья деятельность связана с непрерывной и эффективной обработкой больших потоков данных. Текущая конфигурация центра обработки данных состоит из 160 blade-серверов с одной конфигурацией 1 петабайт и может увеличить количество серверов до 10 петабайт.

Основными преимуществами созданного data-центра являются высокая устойчивость к различным ошибкам и производительность труда. Разработан исключительно для условий Узбекистана.

В ноябре 2016 года состоялась международная конференция «Саммит облачных вычислений Узбекистана 2016», организованная Huawei Tech Investment Tashkent.

21 сентября 2016 года между Министерством информационных технологий и связи и Microsoft был подписан Меморандум о сотрудничестве, в котором говорится о перспективном сотрудничестве в области ИКТ.

Облачные технологии IaaS были впервые использованы в Узбекистане, не позволяя корпоративной и сетевой ИТ-инфраструктуре и инфраструктуре обработки данных требовать ресурсы. Используя аутсорсинг инфраструктуры IaaS, потребитель услуг избегает накладных расходов.

Облачные технологии PaaS используются для реализации проектов небольшого числа разработчиков с достаточными материальными ресурсами в Узбекистане.

Облачные технологии SaaS только сейчас внедряются в Узбекистане. На наш взгляд, это в первую очередь связано с низким качеством доступа в интернет, особенно в регионах. Однако в ближайшие годы услуги SaaS станут наиболее востребованными услугами, поскольку мировой рынок облачных решений в последние годы быстро растет, а темпы роста во всем мире находятся в тренде SaaS.

По мнению экспертов, мировой опыт показывает, что наиболее устойчивый спрос на услуги SaaS в государственном секторе заключается в том,

что для больших объемов информации в государственных учреждениях требуются самые передовые подходы.

## **Список использованной литературы**

Miller R. Who Has the Most Web Servers? 2012. URL:

<http://www.datacenterknowledge.com/archi-ves/2009/05/14/whos-got-the-most-web-servers/>

Медведев А. Облачные технологии: тенденции развития, примеры исполнения // Современные технологии автоматизации. 2013. № 2. С. 6-9.

Dallas K. The Internet of Things is Here. 2012. URL:

<http://blogs.msdn.com/b/windows-embedded/archive/2013/09/06/the-internet-of-things-is-here.aspx>

Елена Домашева, аналитик ООО «NIHOL-KOMTEX». «Об облачных решениях для внедрения ERP-систем в Узбекистане». <http://nihol.uz/expert/e-domasheva-analitik-nihol-komtex/>

Рузиев А.О. Использование информационных технологий и систем для эффективного управления корпоративными бизнес-процессами. Научный журнал "Международные финансы и учет". № 3, июнь 2017

# **Интернет-технологии в профессиональном образовании будущих специалистов для цифровой экономики**

**Елена Артықбаева<sup>1</sup>, Жанара Тусубаева<sup>2</sup>, Айнур Арыстанова<sup>3</sup>**

- 1. д.п.н., доцент, Научный центр информатизации, Алматы*
- 2. Университет иностранных языков и деловой карьеры, Алматы*
- 3. к.п.н., Научный центр информатизации, Алматы*

**Аннотация.** Цифровая экономика диктует новые требования для профессионального образования. Перед вузами ставятся задачи подготовки будущих специалистов, принципом которых должно стать «обучение через всю жизнь», которые должны обладать готовностью к непрерывному самообразованию, к самостоятельному поиску новой информации и саморазвитию на протяжении всей профессиональной деятельности в условиях информационного общества. Решение поставленных задач требует от высшего образования самого широкого применения интернет-технологий. Актуальность образовательных интернет-технологий приобрела особое звучание в связи с охватившей весь мир пандемией, заставивших перейти вузы на дистанционное обучение.

**Ключевые слова:** интернет-технологии, профессиональное образование, будущий специалист.

Высокое качество профессионального образования является условием поступательного социально-экономического развития страны, упрочения её конкурентных позиций в мире, обеспечения научно-технического прогресса и формирования инновационного потенциала. Перед вузами ставятся задачи подготовки будущих специалистов, принципом которых должно стать «обучение через всю жизнь», которые должны обладать готовность к непрерывному самообразованию, к самостоятельному поиску новой информации и саморазвитию на протяжении всей профессиональной деятельности в условиях цифровой экономики и Интернета вещей. Научить будущих специалистов учиться — это один из ключевых навыков, установленных Европейской комиссией (2005 и 2006 гг.), которые должны быть сформированы в системе высшего образования.

За последнее десятилетие Интернет вырос с огромной скоростью как по размеру, так и по сложности. Интернет является важным информационным ресурсом для студентов, позволяющим получать огромное количество информации. Использование Интернет-технологий в профессиональной подготовке служит важной предпосылкой для модернизации системы образования и методов активного обучения. Благодаря их применению происходит формирование таких универсальных навыков будущих специалистов, как поиск, отбор, анализ, организация и представление информации, использование полученной информации для решения конкретных жизненных и профессиональных задач, способов инфокоммуникационного взаимодействия и т.д., являющихся составной частью информационной культуры личности, отвечающей реальным требованиям современного рынка труда, где на первый план выходит умелое владение цифровыми технологиями.

Обучение в сети Интернет уже не является чем-то из ряда вон выходящим для современных студентов, они уже неотделимы от Интернета из-за использования различных мобильных устройств. Цифровые технологии в современном мире — это не только инструмент, но и среда обитания, открывающая возможности обучения в любое удобное время, независимо от места, где студенты находятся. В ведущих зарубежных странах доступ к Интернету — дома, в школах, колледжах, университетах и на рабочих местах — в настоящее время воспринимается как должное. Эта реальность предлагает нам задуматься о методах использования технологий для более активного вовлечения студентов в процесс обучения. Веб-технологии также могут решить проблемы инклюзивного образования и социализации людей с особыми образовательными потребностями.

В Казахстане вопросы применения Интернет-технологий в высшем образовании рассматривались научной школой Г. К. Нургалиевой (Нургалиева Г.К., 2015, Джусубалиева Д.М., 1997, Тусубаева Ж.М., 2004 и др.), в рамках которой инфокоммуникационная парадигма обучения рассматривается как основа подготовки будущих специалистов к жизни и деятельности в информационном обществе, где каждому важно научиться работать в условиях дистанционного взаимодействия и мобильной коммуникации.

Исследования результатов обучения на основе Интернета показывают, что при обучении в веб-среде студенты в большей степени иллюстрируют навыки

«видения по-новому», таким образом, сетевое обучение может способствовать более высокоуровневым концепциям управления обучением (Lin и Tsai, 2011).

Любое обучение представляет собой взаимодействие участников образовательного процесса: в первую очередь — преподавателей и студентов, а также студентов между собой. Исследователи утверждают, что эффективными цифровыми инструментами для обучения являются вебинары, как средство синхронного аудиовизуального общения между преподавателями и студентами, находящимися на расстоянии друг от друга. Вебинар — это особый случай веб-конференций, который выполняет образовательную функцию. Студенты отмечают, что вебинары позволяют углубить содержание, подготовиться к предстоящим экзаменам и провести с пользой виртуальные часы консультаций с тьютором. Обязательным требованием при этом является оптимальное подключение к Интернету в режиме широкополосной связи (Gegenfurtner и др., 2020).

Выявлено также, что посредством Интернет-технологий возможно добиться групповой сплоченности, возникающей в небольшой группе, работающей совместно в режиме онлайн над одной и той же учебной проблемой в разное время и в разных местах. Участвуя в совместном проекте, студенты самостоятельно принимают решение о степени и способах участия в конкретном аспекте этого проекта (Altebarmakian и Alterman, 2019). Важно также, если работы студентов проверяются с помощью Интернет-технологий не только преподавателями, но и другими студентами, — такое участие в двойном слепом взаиморецензировании работ приносит в обучение более глубокое понимание и осознание учебного материала (Nagel и Kotzé, 2009).

Другой современной Интернет-технологией являются подкасты, которые могут быть использованы для стимулирования критического мышления студентов. Подкасты (Podcasts) — это звуковые файлы (аудиолекции), которые рассылаются через Интернет и которые можно скачивать на свои стационарные и мобильные устройства или слушать лекции в режиме онлайн. Студенческим группам можно поручить создать информативные эпизоды подкастов по теоретическому материалу, изученному на занятиях. Важно отметить, что такое задание является отличным способом усвоить стратегию непрерывного обучения и сделать теорию более доступной. К концу создания подкаста студенты смогут не только воспроизвести теоретический материал в соответствии с содержанием курса и проанализировать изучаемые концепции,

получить навыки совместной командной работы, а также определить и применить необходимые навыки для убедительной презентации (Taylor и Blevins, 2019).

Социальные сети — это новый подход, который используется для улучшения и модернизации образования. По мнению исследователей, Facebook и YouTube являются наиболее управляемыми сетями, которым удается доставлять информацию (Pimmer, Linxen и Grohbiel, 2012; Al Ahmad и Obeidallah, 2019). Результаты исследований показали, что ежедневное использование сайтов социальных сетей, используемых студентами, создает дружественную и тесную образовательную среду, а также повышает успеваемость учащихся.

Важной современной педагогической моделью обучения, использующей Интернет-технологии, является «Перевернутый класс» (Flipped Classroom). Это метод, который меняет традиционную организацию занятий и требует переосмысления подходов к обучению с дидактической точки зрения. При использовании этого метода преподаватель предоставляет материал для самостоятельного изучения дома, а на очном занятии происходит практическое закрепление материала. Для самостоятельной работы используются все электронные инструменты, предоставляемые Интернет. Важным компонентом этой модели обучения является Web 2.0, позволяющая лучше поддерживать и реализовывать содержание образования и мотивировать студентов. Полученные данные свидетельствуют о том, что перевернутый класс может способствовать развитию творческого потенциала студентов, особенно с точки зрения его беглости, гибкости и новизны (Al-Zahrani, 2015).

С минимальными затратами на программное обеспечение для обучения могут быть реализованы различные открытые онлайн-платформы систем управления обучением (Learning Management System — LMS), которые легко доступны в Интернете. Надежная LMS является необходимым условием для достижения целей обучения, способствует вовлечению студентов в самостоятельное и совместное обучение, расширению взаимодействия студентов и преподавателей и развитию технологических навыков студентов. Наиболее распространенной LMS в вузах мира и Казахстана специалисты называют Moodle (Bogdanovic и др., 2014; Aikina и др., 2015; Marco и Almenara, 2016, Тажигулова и др., 2020); популярность ее достигается благодаря богатому набору функций, гибкости и соответствуию возможностей информационно-

коммуникационных технологий педагогическим стандартам и потребностям пользователей.

Развитие Интернет-технологий зарубежные исследователи связывают также с применением и разработкой массовых открытых онлайн-курсов (МООК) (Андреев, 2014, McAuley, 2010). От других Интернет-ресурсов МООК отличают отсутствие ограничений на количество слушателей; возможность свободного (бесплатного) доступа к курсу жителей любой страны; активное использование Интернета; целостность курса, включающего описание ожидаемых образовательных результатов, материалы и инструменты для учебной работы, инструменты и процедуры итогового оценивания слушателей, а также сертификацию для всех, кто его успешно закончил (Уваров, 2015). В Казахстане лидером среди казахстанских университетов по созданию МООК является КазНУ им. аль-Фараби (<http://open.kaznu.kz>). С 2016 г. в республике действует Консорциум по сетевой форме реализации образовательных программ с использованием онлайн курсов, согласно которому разработана Национальная платформа открытого образования (НПОО) – <http://moocs.kz/>, предлагающая онлайн-курсы по базовым дисциплинам бакалавриата. В настоящее время партнерами НПОО являются 25 вузов РК.

Сами студенты оценивают влияние использования интернет-технологий на их учебу и будущую работу в целом положительно. Большинство студентов считает, что использование Интернета в университете делает обучение более интересным и эффективным, а владение интернет-навыками поможет им в будущем найти работу. Исследования показывают, что чем больше лет опыта работы с цифровыми технологиями и чем выше частота использования Интернета, тем более позитивным было мнение студентов о влиянии Интернета на их учебу и будущую профессиональную деятельность (Gialamasa и др., 2013). В успехе или неудаче применения Интернет-технологий в обучении, по мнению исследователей, ключевую роль играет готовность преподавателей вузов. Их опыт, компетенции и владение технологическими инструментами LMS влияют на качество обучения и удовлетворенность студентов (Gay, 2016). Современному преподавателю необходимо знать сущность и основные принципы применения Интернет-технологий в высшем образовании, знать и уметь использовать современные LMS; уметь создавать собственные онлайн-курсы и другие цифровые образовательные ресурсы, использовать форумы, блоги, порталы и другие сервисы для онлайн- и офлайн-консультаций студентов и

профессионального взаимодействия с коллегами. К сожалению, в Казахстане наблюдается недостаточная подготовленность преподавателей к реализации учебного процесса с применением Интернет-технологий (Тажигулова и др. 2020). Преподаватели нуждаются в повышении квалификации и разработке методологии использования Интернет-технологий в процессе обучения.

### **Список использованной литературы**

- Aikina, T. Y., Sumtsova O. V., Pavlov D. I. (2015). Implementing electronic courses based on Moodle for foreign language teaching at Russian Technical Universities. International Journal Of Emerging Technologies In Learning, 10 (3), 58-61. DOI: 10.3991/ijet.v10i3.4501
- Altebarmakian, M. & Alterman, R. (2019). Cohesion in online environments. International Journal of Computer-Supported Collaborative Learning. 14. DOI: 10.1007/s11412-019-09309-y.
- Al-Zahrani, A. M. (2015). From passive to active: The impact of the flipped classroom through social learning platforms on higher education students' creative thinking. British Journal of Educational Technology. 46 (6), 1133-1148. DOI: 10.1111/bjet.12353
- Ayat Al Ahmad and Randa Obeidallah (2019). The Impact of Social Networks on Students' Academic Achievement in Practical Programming Labs. International Journal of Advanced Computer Science and Applications. 10 (11), 56-61. DOI:10.14569/IJACSA.2019.0101108.
- Bogdanovic, Z., Barac, D., Jovanic, B., Popovic, S., Radenkovic B. (2014). Evaluation of mobile assessment in a learning management system British Journal of Educational Technology. 45(2): 231-244.. DOI: 10.1111/bjet.12015.
- Gay G. H. E. (2016). An assessment of online instructor e-learning readiness before, during, and after course delivery. Journal of Computing In Higher Education, 28 (2), 199-220. DOI: 10.1007/s12528-016-9115-z.
- Gegenfurtner, A., Zitt, A. & Ebner, C. (2020). Evaluating webinar-based training: A mixed methods study of trainee reactions toward digital web conferencing. International Journal of Training and Development. 24. 5-21. DOI:10.1111/ijtd.12167.
- Gialamasa V., Nikolopoulou K., Koutromanob G. (2013). Student teachers' perceptions about the impact of internet usage on their learning and jobs. Computers & Education 62. 1-7. DOI: 10.1016/j.compedu.2012.10.012.

- Taylor J. L. & Blevins M.(2019). COMMcast: Producing podcasts for communication theory, Communication Teacher, DOI: 10.1080/17404622.2019.1706756
- Lin, H.-M. & Tsai, Ch.-Ch. (2011). College students' conceptions of learning management: The difference between traditional (face-to-face) instruction and Web-based learning environments. *Learning Media and Technology*. 36(4):1-16. DOI: 10.1080/17439884.2011.606223
- Marco, C.J.G, Almenara, J.C. (2016). The development and current situation of e-learning in Spanish Vocational Training. *Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 19(2), 167-191. DOI: <http://dx.doi.org/10.5944/ried.19.2.15800>.
- McAuley, A., Stewart B., Siemens G., Cormier D. (2010). The MOOC Model for Digital Practice.  
[http://davecormier.com/edblog/wpcontent/uploads/MOOC\\_Final.pdf](http://davecormier.com/edblog/wpcontent/uploads/MOOC_Final.pdf)
- Nagel , L., Kotzé, T. G. (2009). Supersizing e-learning: What a CoI survey reveals about teaching presence in a large online class. *Internet And Higher Education*, 13 (1-2), 45-51. DOI: 10.1016/j.iheduc.2009.12.001.
- Pimmer, C ., Linxen, S., Grohbiel, U. (2012). Facebook as a learning tool? A case study on the appropriation of social network sites from mobile phones in developing countries. *British Journal of Educational Technology*. 43( 5), 726-738. DOI: 10.1111/j.1467-8535.2012.01351.x
- Андреев А. А. MOOC в России // Высшее образование в России. – 2014. – № 6. – С. 150–155.
- Джусубалиева Д.М. Теоретические основы формирования информационной культуры студентов в условиях дистанционного обучения: дисс. ... д.пед.н. — Алматы, 1997.
- Нургалиева Г.К. Преемственность в развитии научной школы. – Алматы: НЦИ, 2015.
- Тажигулова А.И., Артықбаева Е.В., Арыстанова А.Ж. Проблемы применения дистанционных образовательных технологий в высшем образовании Казахстана // Вестник КазНУ. Серия «Педагогические науки». № №1 (62). – 2020. – с. 116-127
- Тусубаева Ж.М. Методика организации дистанционной формы обучения в системе высшего профессионального образования: автореф. ... к.п.н.: – Алматы, 2004.
- Уваров А. Ю. Зачем нам эти Муки // Информатика и образование. – № 9 (268). – 2015. – С. 3-18.

# **Правовая основа развития логистики в Узбекистане**

**Гульноза Джамалова**

*Ташкентский финансовый институт, старший преподаватель кафедры "Электронная коммерция и цифровая экономика"*

**Аннотация.** Анализ показывает, что сегодня наблюдается тенденция к росту и улучшению рынка логистических услуг в стране, развитию транспортной инфраструктуры, росту региональной торговли и транзита. Национальные транспортно-логистические компании имеют все возможности для развития своего бизнеса и доведения уровня логистических услуг до международных стандартов.

**Ключевые слова:** логистика, интермодальная логистика, мультимодальная логистика

Следует отметить, что в стране существует правовая база для автомобильных перевозок. Реализация отраслевого законодательства на местах, в частности, «О дорожном транспорте», «Об автомобильных дорогах», «О дорожной безопасности», «Свободное регулирование городского пассажирского транспорта», «Городской пассажирский транспорт», законы и ряд нормативных актов об обязательном страховании гражданской ответственности перевозчика являются основой для осуществления реформ в сфере автомобильного транспорта. Автомобильный транспорт является одним из важнейших компонентов производственной инфраструктуры в Узбекистане, его стабильная и эффективная работа является предпосылкой для высоких темпов экономического роста, улучшения качества жизни и интеграции Узбекистана в мировую экономику.

Сегодня эффективное использование транспортной системы республики, развитие мультимодальных и интермодальных перевозок требует создания новых объектов инфраструктуры, то есть формирования транспортных терминалов, соответствующих современным требованиям. На международном уровне эти мультимодальные транспортные терминалы стали логистическими центрами в результате расширения терминалов, а также охвата международных

транспортных и логистических процессов. В частности, в соответствии с Указом Президента Республики Узбекистан «О мерах по созданию международного интермодального логистического центра на базе городского аэропорта Навои» в Навоийской области 31 декабря 2008 года был создан Навоийский международный интермодальный логистический центр. 17 августа 2009 года был создан Ангренский логистический центр.

Еще одним важным фактором, способствующим успешному развитию отрасли, является развитие автомобильной промышленности в нашей стране. В этой обширной сети успешно работают автобусы марки Chevrolet, автобусы Isuzu, а также средние и грузовые автомобили большой грузоподъемности MAN. Одновременно разрабатывается новый Хорезмский автомобильный завод GM Uzbekistan по производству автомобилей Damas и Orlando. GM Uzbekistan также начал производство небольших грузовиков Chevrolet Labo.

Мы считаем, что в развитии логистики в нашей стране должны быть реализованы следующие важные задачи:

Во-первых, наиболее важной задачей должно быть приведение уровня развития логистики в стране как можно ближе к международным нормативным стандартам. В то же время особое внимание следует уделить целостной стратегической системе кластеризации, в том числе развитию логистики на основе информационных технологий и управлению ее изменениями. Основные положительные эффекты от внедрения интегрированных логистических систем в нашей стране отражаются в комплексном развитии региональных соглашений, интеграции производственных кластеров и свободных экономических зон, создании современных промышленных комплексов, свободных экономических зон.

Во-вторых, необходимо разработать инновационную модель международной логистической платформы Узбекистана. Это означает, что долгосрочная прибыль в виде добавленной стоимости, торговли и инвестиций может быть достигнута только путем сильной интеграции бизнес-процессов. Формирование инновационных моделей логистических платформ поможет предотвратить транспортные ошибки и обеспечить экономический рост для предприятий, регионов и страны в целом.

В-третьих, мы считаем, что необходимо увеличить пропускную способность логистической системы, повысить эффективность информатизации,

кластеризации логистических систем и интеграции внутренних логистических платформ (терминалов, складов).

## **Заключение**

Логистика - относительно молодая и быстро развивающаяся отрасль. Стратегия действий по пяти приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан на 2017-2021 годы посвящена приоритетным направлениям экономического развития и либерализации, созданию малых промышленных зон, повышению эффективности существующих зон, радикальное изменение структуры услуг, прежде всего за счет современных высокотехнологичных услуг. Дальнейшее развитие дорожной инфраструктуры, внедрение информационных и коммуникационных технологий в экономике, социальной сфере, системе управления, дальнейшее расширение инфраструктуры для хранения, транспортировки и продажи сельскохозяйственной продукции, финансовых и других рыночных услуг. Исходя из этого, успешная реализация всех планов по модернизации и обновлению страны, формирование качественно новой и современной структуры экономики Узбекистана, всестороннее развитие регионов неразрывно связаны с высокими темпами развития дорожно-транспортной и коммуникационной инфраструктуры.

Нужно изучать и анализировать деятельность логистических компаний, обеспечивать их необходимыми изменениями и инновациями, новыми инновационными идеями. В результате правильного и полного использования всех предоставленных возможностей откроет новые возможности не только для нас, но и для будущих поколений, и укрепит положение нашей страны в мире.

## **Список использованной литературы**

Указ Президента Республики Узбекистан от 7 февраля 2017 года РФ-4947 «О Стратегии действий по пяти приоритетам развития Республики Узбекистан на 2017–2021 годы». Сборник законов Республики Узбекистан, 2017, № 6, статья 70;

Указ Президента Республики Узбекистан от 4 марта 2015 года № ПФ-4707 «Программа мероприятий по обеспечению реструктуризации, модернизации и диверсификации производства на 2015–2019 годы».

www.lex.uz Указ Президента Республики Узбекистан от 13 апреля 2012 года № ПФ-4436 «О создании специальной промышленной зоны Ангрен». Ю.К.Карриева. Эффективность международной транспортно-логистической системы в процессе глобализации. Monografiya.-Т. : Экономика, 2013.-174 с.

Сергеев В.Н. Логистика и бизнес. Учебник. ИНФРА-М..2001

Албеков А.Ю., Митько О.А. Коммерческая логистика. Ростов-на-Дону. Феникс, 2002

# Проблемы управления цифровыми технологиями на предприятиях Узбекистана

Манзура Азизова

*Ташкентский финансовый институт, старший преподаватель кафедры "Электронная коммерция и цифровая экономика"*

**Аннотация.** В данной статье рассматриваются проблемы управления цифровыми технологиями на предприятиях Узбекистана, цифровые технологии (ЦТ), которые являются более весомым инструментом в конкурентной борьбе предприятий, что до недавнего времени вызывало неоднозначную реакцию у управленицев, заключающуюся в обобщенном мнении, что это «в целом важно и эффективно, но долго, дорого и сложно».

**Ключевые слова:** Цифровая трансформация, ITSM-IT Service Management, ITIL - IT Infrastructure Library.

**Keywords:** Digital Transformation, ITSM-IT Service Management, ITIL - IT Infrastructure Library.

Для эффективного управления ЦТ необходимо преодолеть и такие трудности, как отсутствие количественных и качественных показателей, полно и понятно характеризующих эффект от применения ЦТ в бизнесе, а также отсутствие контроля за их использованием. Эти и выше перечисленные проблемы, стоящие на пути более широкого внедрения ЦТ в практику современных предприятий, в первую очередь, свидетельствуют о невыполнении управленцами основных функций менеджмента – планирования, организации, мотивации, контроля.

Реализация ключевых управленческих функций заложена в международные стандарты управления ИТ – CobiT, ITIL, ITSM, имеющие как общие черты, так и отличия. Отличительные особенности этих моделей управления ЦТ в основном заключаются в способах использования и уровнях развития.

Принципиальным отличием стандартов ITIL и ITSM от CobiT выступает то, что за счет смещения акцентов в сторону услуги как объекта управления,

уточняется и цель управления – решение поставленной предприятием бизнес-задачи, а не наличие технических сервисов. ITIL расшифровывается как IT Infrastructure Library и означает проект систематизации передовой практики управления цифровыми технологиями, а ITSM – как IT Service Management - модель сервисов и процессов службы информационных систем. Модель ITSM всю деятельность ИТ-подразделения предприятия позволяет объединить в четыре блока: 1) взаимоотношения с другими подразделениями; 2) перечень предоставляемых ИТ-подразделением сервисов; 3) разработка и внедрение сервисов; 4) поддержка сервисов.

Производственно-коммерческой деятельностью предприятия и параметрами ЦТ с применением стандартов и унификации метода сбора данных. Дополнительно архитектура предприятия предполагает моделирование схемы, отображающей состояние информационных технологий в разные периоды времени. Эта информация позволит управленцам быстро среагировать на изменения в окружающей среде предприятия, минимизировать затраты времени на осуществление тех или иных действий, переосмыслить потребности и др.

Таким образом, цифровые технологии рассматриваются как управленческая категория, с помощью которой можно достичнуть более высокой результативности работы предприятия. В то же время цифровые технологии могут выступать как объект управления, к которому могут быть применены специальные методы и инструменты. Управление цифровыми технологиями рассматривается как процесс, предусматривающий реализацию основных управленческих функций – планирование, организация, мотивация, контроль, реализуемых на предприятии в ходе применения международных стандартов CobiT, ITIL/ITSM, позволяющих создавать ЦТ- подразделения и оценивать при помощи аудита его деятельность. Важным аспектом управления ЦТ предприятия выступает архитектурный подход, подразумевающий диагностику состояния ЦТ, выраженную через конкретную модель.

## **Список использованной литературы**

Введение в «Цифровую» экономику. / А.В. Кешелава, В.Г. Буданов, В.Ю.

Румянцев и др.; под общей редакцией Кешелава А.В., Москва: 2017. URL:  
<http://qps.ru/HzJbE> (дата обращения: 10.10.2018)

Бауэр В.П. Проблемы на пути создания унифицированной цифровой платформы цифровой экономики. М.: РАЕН. 2017, 39 с. URL:  
[http://raen.info/upload/000/files/project/47\\_68-2/25.pdf](http://raen.info/upload/000/files/project/47_68-2/25.pdf) (дата обращения: 10.10.2018)

Бабкин А.В., Буркальцева Д.Д., Костень Д.Г., Воробьев Ю.Н. Формирование цифровой экономики в России: сущность, особенности, техническая нормализация, проблемы развития // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. 2017. Т. 10, № 3. С. 9-25. DOI: 10.18721/JE.10301

Цифровая трансформация экономики и промышленности: проблемы и перспективы. Монография/ Под ред. д-ра экон. наук, проф. Бабкина А.В. – СПб.:Изд-во Политехнического ун-та, 2017. 807с.  
<https://elibrary.ru/item.asp?id=29936527> (дата обращения: 16.04.2019)

Королев О.Л., Апатова Н.В., Круликовский А.П. «Большие данные» как фактор изменения процессов принятия решений в экономике // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. 2017. Т. 10, № 4. С. 31-38. URL: [https://elibrary.ru/html\\_article.asp](https://elibrary.ru/html_article.asp) (дата обращения: 17.04.2019)

Федосеева К.Н., Бойченко О.В. Место и роль интернет-технологий в современной экономике // В сборнике: Актуальные проблемы социально-экономического развития общества Сборник трудов по материалам II научно-практической конференции. Филиал ФГБОУ ВО «КГМТУ» в г. Феодосия. 2017. С. 195-199.  
URL:[https://elibrary.ru/html\\_article.asp?id=30050685](https://elibrary.ru/html_article.asp?id=30050685) (дата обращения: 17.04.2019)

Большой Энциклопедический словарь. URL:  
<https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc3p/46706> (дата обращения: 17.04.2019)

# Ўзбекистон иқтисодиётини ривожланишида - рақамлаштириш жараёнлари

Наргиза Иминова<sup>1</sup>, Акбар Иминов<sup>2</sup>

1. *Муҳаммад ал-Хоразмий номидаги Тошкент ахборот технологиялари университети, ахборот-коммуникация технологиялари соҳасида иқтисодиёт кафедраси мудири, и.ф.н.*
2. *Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси тингловчиси*

**Аннотация.** Ўзбекистон Республикаси томонидан олиб борилаётган илмий-техник сиёsat ҳозирги қунда мамлакат иқтисодиётини самарали ривожланишининг ажралмас қисми ҳисобланади. Ўзбекистонда янги иқтисодий ҳолат юзага келган ва бозор муносабатлари мустаҳкам базага эга бўлса-да, иқтисодий ислоҳотлар дастурлари макродаражадан реал ишлаб чиқариш даражасига ўтишида жиддий ўзгаришларни талаб қилмоқда. Хўжалик юритишини такомиллаштириш, бошқариш билан бир қаторда инновацияларни ўзлаштириш ва жорий этишнинг янги имкониятлари ҳамда механизмларини излаб топиш катта аҳамиятга молик масала сифатида қаралмоқда. Иқтисодиётни модернизациялаш шароитида мамлакатимиз устувор йўналишларидан бири иқтисодиёт тармоқларида инновацион ислоҳотлар, туб янгиланишларни модернизация қилиш ҳисобланиб, у макроиқтисодий барқарорликни таъминлаш, корхоналарни янги технология ва жиҳозлар билан жиҳозлаш, иқтисодиётда нодавлат сектор улушкини оширишга асосланади. Ушбу жараён, шубҳасиз мамлакатнинг инновацион, иқтисодий салоҳиятини ошириш билан бир пайтда, ундан унумли фойдаланишини назарда тутади. Бугунги қунда дунёда ахборот-коммуникация технологияларини ривожлантириш ва оммалаштириш масалалари тобора долзарб бўлиб бормоқда. АҚТнинг инқилобий таъсири давлат идоралари ва фуқаролик жамияти институтларида, иқтисодий ва ижтимоий соҳаларда, фан ва таълимда, маданиятда ва одамларнинг қундалик турмуш тарзида акс этади. Чунки, умуман олганда, замонавий ахборот-коммуникация хизматлари аҳолига ўз потенциалини ривожлантириш учун

кўпроқ имкониятлар яратади, шунингдек барқарор иқтисодий ўсиш, фаровонликни ошириш ва демократияни, тинчлик ва барқарорликни мустаҳкамлашга кўмаклашади.

**Калит сўзлар.** Ахборот-коммуникация технологиялари, рақамлаштириш, диджитализация, HR, инсон капитали, замонавий менежмент, рақамли иқтисодиёт, “Хавфсиз шаҳар” ягона аппарат комплекси, “Рақамли Ўзбекистон 2030”.

**Keywords.** Information and communication technologies, digitalization, digitalization, HR, human capital, modern management, digital economy, hardware and software complex “Safe City”, “Digital Uzbekistan 2030”.

## Кириш

Бугунги кунда бутун дунёда ахборот-коммуникация технологияларини ривожлантириш ва оммалаштириш билан боғлиқ бўлган масалалар тобора долзарблашиб бормоқда. АКТнинг инқилобий таъсири давлат тузилмалари ва фуқаролик жамияти институтлари, иқтисодий ва ижтимоий соҳа, илм-фан ва таълим, маданият ва одамларнинг турмуш тарзида ўз аксини топмоқда. Негаки умумий қилиб таъкидлаганда, алоқа хизматлари ва воситалари инсониятга ўз салоҳиятидан янада тўлиқ фойдаланиш имкониятини беради, барқарор иқтисодий ўсиш, фаровонлик даражасини ошириш, демократия, тинчлик ва барқарорликни мустаҳкамлаш мақсадларига эришишга катта ёрдам беради.

Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М. Мирзиёевнинг “Ахборот технологиялари ва коммуникациялари соҳасини янада тақомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 2018 йил 19 февралдаги Фармонининг биринчи қисмидаёқ, телекоммуникация инфратузилмаси етарлича ривожланмаганлиги, мамлакатнинг олис аҳоли пунктлари телекоммуникация тармоқлари билан таъминланмасдан қолаётгани, мобиль алоқа ва Интернет тармоғининг сифати аҳоли эҳтиёжларини қондирмаётгани<sup>57</sup> таъкидлаб ўтилган.

Бундан ташқари, ахборот технологиялари ва коммуникацияларини ривожлантириш ва қўллаш соҳасида ягона давлат сиёсатини ишлаб чиқиш ва амалга ошириш ҳамда муносабатларни тартибга солиш, электрон ҳукуматни жорий этиш, ахборот жамияти ва рақамли иқтисодиётни шакллантириш

<sup>57</sup> Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ахборот технологиялари ва коммуникациялари соҳасини янада тақомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида” 2018 йил 19 февралдаги ПФ-5349-сон Фармони, манба: <http://lex.uz/docs/3564970>

фаолиятини янада ривожлантириш масалалари ҳам мазкур Фармон билан белгилаб ўтилган.

## **Таҳлил ва натижалар**

Бугунги кунда, рақамли дунё бизнинг вақтимизни қандай сарфлашимиздан, пулни қандай бошқаришимиздан тортиб ҳаётимизнинг ҳар бир соҳасига киритилган. “Дижитализация”, яъни маълумотларни компьютер тилига ўғириш амалиётининг роли инсон ҳаётида тобора долзарблашиб бормоқда. Биз сариқ саҳифалар каталогларида эмас, балки қидирув тизимларида маҳсулот ва хизматларни қидирадиган рақамли истеъмолчиларга айланмоқдамиз.

Энди барча маълумотлар телевизор, газета ва журналларни алмаштирган миллионлаб веб-сайтларда мавжуд. Электрон почта, ижтимоий тармоқлар ва блоглардан кўпгина водамлар билан алоқа қилиш ва муҳим маълумотларни бўлишиш учун фойдаланамиз. Ҳозирда даврнинг энг муҳим ўзгариши содир бўлмоқда – оғлайн режимдан онлайн режимга трансформация ёки рақамлаштириш жараёни.

Оддий сўзлар билан таъкидлагандан, рақамлаштириш жараёни катта ҳажмдаги маълумотларни (матн, товуш ва видео) бирлик ва нолларга, яъни компьютер тушунадиган тилга таржима қилишни ўз ичига олади.

Ҳозирги замонда “диджитализация” тушунчаси деярли ҳар бир соҳага чуқур кириб келишга улгурди, булар сирасига:

- давлат хизматларини қўрсатиш;
- бизнес (тадбиркорлик);
- таълим;
- касбга йўналтирилган мутахассисликлар;
- бозор ва савдо;
- банк;
- жамият;
- ишлаб чиқариш;
- молия бозори;
- иқтисодиёт ва бошқа стратегик йўналишлар киради.

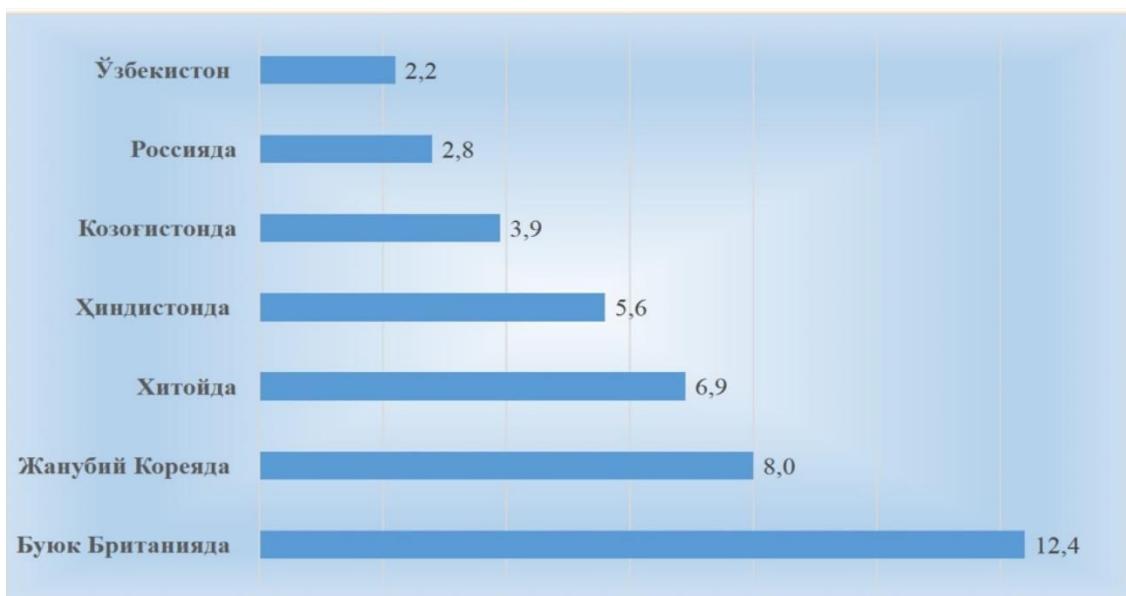
Масалан, касбга йўналтирилган мутахассисликлар, замонавий терминда “HR” тизимида “рақамлаштириш жараёни анъанавий касб эгаларига қарши”

деган гипотеза ҳам мавжуд. Бу ҳолат кадрлар, яъни касбга йўналтирилган мутахассисликларга тегишли. Ушбу соҳани рақамлилаштириш амалиётчиларни ёллаш ва ўқитиш юкини камайтиради. Замонавий АҚТ воситалари ёрдамида мутахассислар номзодлар билан мобиль иловалар, ижтимоий тармоқлар ва булатли технологиялар (cloud technologies) орқали алоқа қилишлари мумкин. Масалан, сухбатдан олдин номзод қоғозда ҳамма учун таниш бўлган анкетани тўлдирмайди, балки электрон шаклда уни рўйхатдан ўтказади. Шундай қилиб, иш берувчи тез муддат ичида маълумотларни олади ва ишлов беради. Мазкур ҳолат, нафақат давлат бошқаруви кадрларини саралаш балки ҳар қандай соҳада ҳам керакли мутахассисларни тез, қулай ва шаффоф равишда танлаб олиш учун кенг имкониятлар яратади. Бироқ, замонавий АҚТ воситаларидан фаол фойдаланмайдиган мутахассислар учун ушбу талаблар бироз қийинчилик туғдиради.

Бошқа сўзлар билан таъкидлаганда, кадрларни ишга қабул қилиш, малакасини ошириш ва қайта тайёрлашда рақамлаштириш жараёни инновацион автоматлаштирилган тизимлар асосида йўлга қўйилади, бунда:

- гуруҳда ишлаш методини ўрнига видео-тақдимотлар;
- сухбат жараёнининг ўрнига, психологик ва мутахассисликка йўналтирилган квестлар ва кейслар;
- маҳсус порталлар орқали ўқитиш каби тизимлар жорий этилади.

Бу каби кичик ислоҳотлар албатта ўз натижасини мамлакат иқтисодиётида ҳам акс этади, шу сабаб ҳам Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга мурожаатномасида рақамли иқтисодиётга фаол ўтиш – келгуси 5 йилдаги энг устувор вазифалардан бири эканлигини таъкидлаб ўтди. Ҳатто, 2020 йилга “Илм, маърифат ва рақамли иқтисодиётни ривожлантириш йили”, деб ном берилигани ҳам, Ўзбекистонда барча тармоқларда рақамлаштириш жараёнини янада жадаллаштиришни кўзда тутади.



1-расм. Рақамли иқтисодиётнинг ЯИМдаги улуши % да (2019 йил ҳолатига)<sup>58</sup>

Юқорида келтирилган расмда мамлакатимизда рақамли иқтисодиётнинг ЯИМдаги улуши 2,2% ни ташкил этаётганлиги келтирилган. Ўртача мақбул кўрсаткич 7-8% ҳисобланади. Буюк Британияда бу 12,4%, Жанубий Кореяда - 8%, Хитойда - 6,9%, Ҳиндистонда - 5,6%, Россияда - 2,8%, Қозоғистонда - 3,9% ташкил этмоқда. Ўзбекистон Республикасининг «Электрон ҳукумат» тизимини ривожлантириш концепцияси лойиҳасига мувофиқ 2025 йилга келиб ЯИМда ахборот коммуникация технологиялари улушкини 5,0% га, 2030 йилга келиб эса 10% гача ошириш режалаштирилмоқда.

2019 йилнинг октябрь ойида Ўзбекистон Республикаси норматив-ҳукуқий ҳужжатлар лойиҳалари муҳокамаси платформасига кенг оммага тақдим этилган “Ўзбекистон Республикасини 2030 йилга қадар ижтимоий-иқтисодий комплекс ривожлантириш концепцияси” ҳам замонавий АКТ воситалари ёрдамида мамлакатни бугунги глобализация жараёнида замон билан ҳамнафас равишда ривожланишига доир қатор лойиҳа ва вазифаларни кўзда тутади.

Масалан, Ўзбекистонда “Хавфсиз шаҳар” ягона аппарат комплексини жорий этиш масаласи 2017 йилдан буён фаол амалга оширилиб келинаётган бўлса, юқоридаги концепция доирасида мазкур лойиҳа инновацион тартибда “Ақлли шаҳар” платформасига трансформация қилиниши кутилмоқда.

<sup>58</sup> <http://review.uz/ru/post/staty/trendi/uzbekistan-otsifrovivyaetsya>

Санаб ўтилган ислоҳотларни амалга оширишда “Рақамли иқтисодиётга” ўтиш масаласи долзарб аҳамият касб этиб турар экан, ушбу йўналишнинг ўзига хос хусусиятларини кўриб чиқиши мақсадга мувофиқ ҳисобланади. Рақамли иқтисодиётни 2та асосий тамойиллар асосида тасаввур этиш мумкин, яъни – самарадорликни ошириш ва “рақамли корхоналарни” яратиш.

## **Самарадорликни ошириш**

Бизнесда ёхуд тадбиркорликда маълумотларни рақамлаштириш харажатларни камайтиради, фойдани оширади ва иқтисодий ривожланиш суръатларини кўтарилишига олиб келади. Компаниялар фаолияти рақамлаштирилгандан сўнг улар ўз технологияларини иқтисодиётнинг турли соҳаларида илгари суришга қодир эканликларини англайдилар. Бу ўз навбатида, камроқ харакат талаб қиласи, чунки “диджитализация” тўсиқларни енгиб ўтишга ва иқтисодиётнинг янги сегментига киришга ёрдам беради.

Маълумотларнинг рақамлаштирилиши билан бозор иқтисодиёти ҳам сезиларли ўзгаришларга учрайди. Ҳозирги кунда кўплаб кичик компаниялар энг кам харажат билан етакчилар қаторига кириш имконига эга.

## **“Рақамли корхоналар”**

Бундай ташкилотлар булатли технологиялар ёрдамида ишлаб чиқилган ва масофавий фаолият олиб борувчи ишчи гуруҳлардан ташкил топган. Бугунда тадбиркорлар “рақамли бизнес”да фаолият юрита олмас экан бундай иқтисодиётда самарали натижаларга эришиш жуда қийин бўлади. Шунинг учун ривожланган ва ривожланаётган мамлакатларда етакчи компаниялар тобора булатли хизматларга мурожаат қилмоқдалар. Булатли хизматларни кўрсатувчи компаниялар жойлашган мамлакатларнинг иқтисодиёти ҳам ривожланиб бормоқда.

Юқоридагиларни инобатга олган ҳолда, Ўзбекистон Республикасини 2030 йилга қадар ижтимоий-иқтисодий комплекс ривожлантириш концепцияси билан жаҳон иқтисодиёти ривожланиши тенденциялари ҳисобга олинган ҳолда миллий иқтисодиётни ривожлантириш варианtlаридан бири сифатида айни бир вақтда иқтисодиётни рақамлаштириш ва инсон капитали сифатини ошириш йўли билан бошқарув самарадорлигини ва умуман иқтисодиётни ўстириш вазифаси қўйилади.

## Хулоса

Бугунги кунда АКТ сектори ва воситалари тобора жадал суръатлар билан ривожланиб бораётган экан, уларни инкор этиш ёки айланиб ўтиш ҳудди бир қадам олдинга, сўнгра икки қадам ортга ҳаракатланиш билан тенгдир. Негаки, АКТ соҳасидаги глобал чақириқларга тайёр бўлиш – давлат хизматлари ва иқтисодиётнинг деярли барча тармоқларини рақамлаштириш йўли билан шаффоф тизим яратилишини тақозо этади. Шунинг учун рақамлаштириш жараёнини авваламбор инсонлар ўзларидан бошлаши мақсадга мувофик ҳисобланади. Масалан, АКТ воситаларидан фаол фойдаланадиган кичик тадбиркор, ўз ресурсларини тежаб, самарадорликка эришиш билан бир вақтнинг ўзида унинг фаолиятига доир веб-платформаларни қандай ривожлантириш мумкинлиги ҳақида тасаввурга эга бўлади ҳамда жамоатчилик иштирокида “Рақамли Ўзбекистон 2030” лойиҳасининг компонентларини ишлаб чиқиш, ҳаётга татбиқ этишга кенг имкониятлар яратиб беради. Бунда, нафакат тадбиркорлар, балки ахолининг ҳар қандай қатламидаги шахслар фаол иштирок этиши мумкин, бироқ “рақамлаштириш” жараёни фақатгина давлат сектори томонидан татбиқ этилиб, унда жамоатчилик вакиллари, хусусий сектордаги АТ-мутахассислари иштирок этмаса, мазкур йўналишда амалга ошириладиган ислоҳотлар катта самара бермаслиги мумкин.

## Фойдаланилган адабиётлар ва манбалар рўйхати

Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга

Мурожаатномаси, Ўзбекистон Миллий ахборот агентлиги, 25.01.2020 й.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикасини 2030

йилга қадар ижтимоий-иқтисодий комплекс ривожлантириш концепцияси тўғрисида”ги қарори лойиҳаси, ID-9413-сон, Ўзбекистон Республикаси норматив-хуқуқий хужжатлар лойиҳалари муҳокамаси, 24.02.2020 й.

Белокрылова О.С., Алехин В.В., Ипатова А.В., Кирьяков А.Г., Миргородская

Е.О., Своеволин В.Ю. Теория инновационной экономики (учебник).

Международный журнал экспериментального образования, 2010 год, № 3.

Исмаилова Н. Рақамли иқтисодиёт таърифи, концепцияси ва унинг кўламини

ўлчаш // BIZNES-ЭКСПЕРТ №11 (143)-2019

<http://uza.uz/oz/politics/zbekiston-respublikasi-prezidenti-shavkat-mirziyeevning-oliy-25-01-2020>

<https://regulation.gov.uz/uz/document/9413>

# The Future of e-Business and e-Commerce

**Mukhammadali Yuldashev**

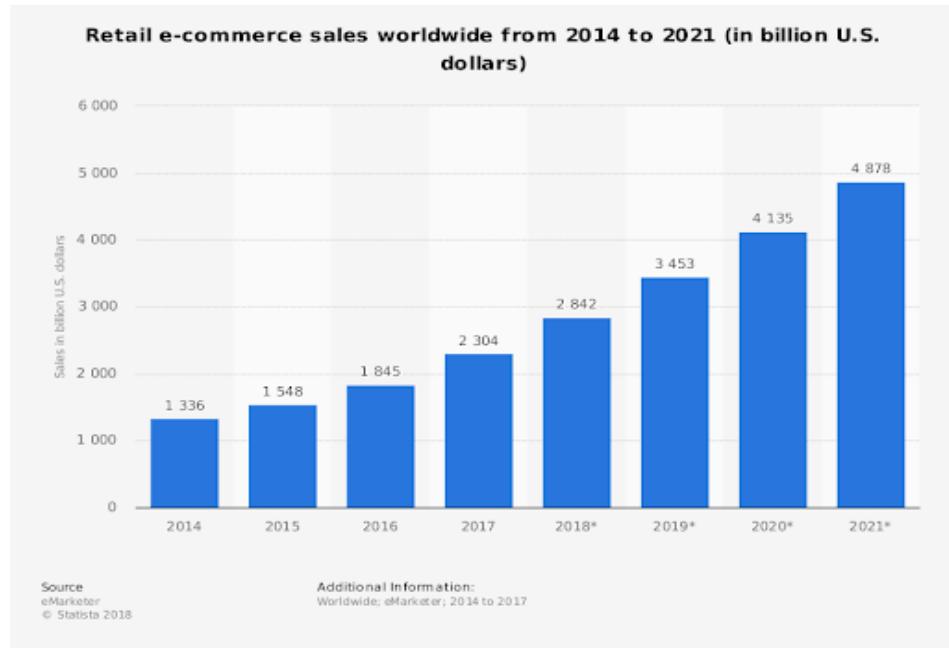
*Management Development Institute of Singapore in Tashkent, Year 2*

*Student, Industrial Management*

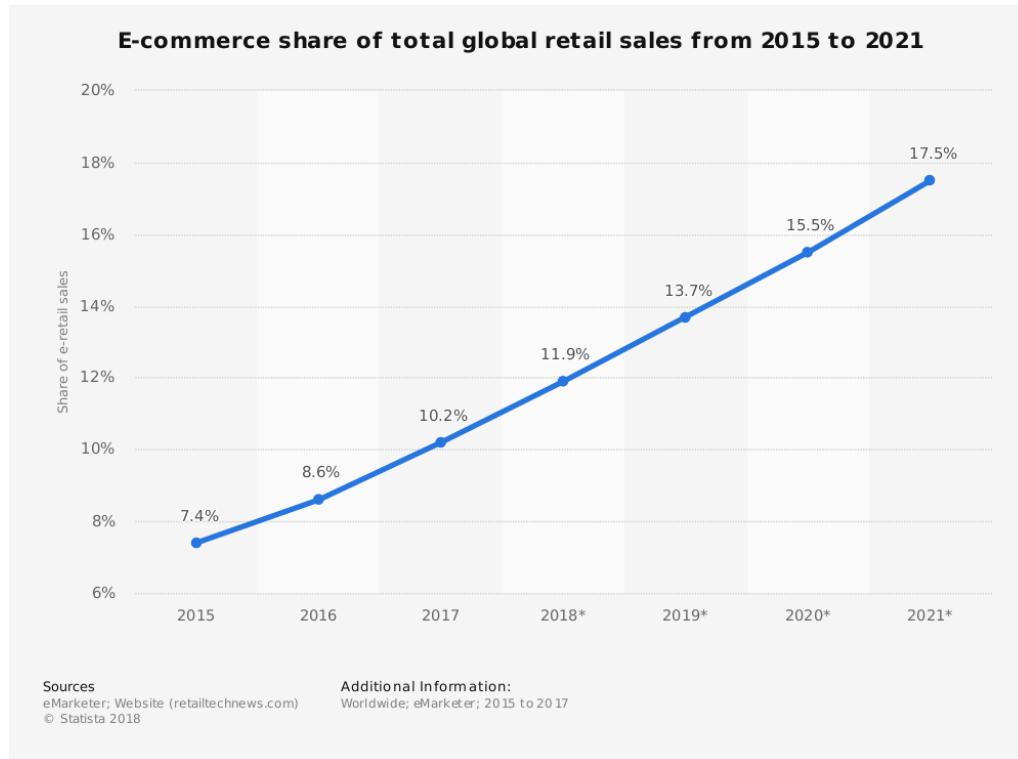
**Keywords:** Retail, market, global, trend, bot

Constantly changing picture of e-commerce is thrilling and frightening. Each year there is a change which can aid people to expand their business and a challenge that people might not maintain. E-commerce market is continuing to expand larger and better than ever before despite some challenges. In the world there are some expansion trends to generate original ideas, conquer obstacles, become competitive, and continue a viable e-commerce business for the following years (Adrian, 2020). International e-commerce retail revenues to reach lower than \$5 trillion prior to 2021.

Some reports predicted that global retail e-commerce revenues will peak until 2021. E-commerce business can forecast an increase rate of some 265%, with climbing from almost \$1.4 trillion in 2014 to nearly \$5 trillion in 2021. It illustrates a moderate increase in the future.



However, global e-commerce revenues are gradually reducing the global retail market. Actually, until 2021 e-commerce is set to comprise almost 18% of whole global retail revenues.



This percentage might be a slight portion of global retail revenues, meaning much more chances to grow in the upcoming years. To take advantage of e-commerce trend, physical shops are capable of embracing infrastructure to make their business online at the same time internet businesses need to obtain innovative methods to promote their brand on the internet (Adrian, 2020).

## Digital Assistant and Shopping Bots

E-commerce shopper might anticipate much more communications with informal digital assistant and shopping bot. E-commerce businesses now have technology to start their artificial intelligence bot. Key is to utilize technology to eliminate conflict point for a customer whether merchants utilize bot technology to assist their customer to select the appropriate products or choose image recognition assistants like Amazon Echo Looks. Digital assistant is increasingly turning out to be a favorite and consistent medium utilized by extremely busy consumers. Last year's studies from Capgemini Research Institute discovered that more than 75% of

organizations understood numerous advantages from using voice or chat bot in their service. The more aware and flawless the shopping processes are, the more enhanced businesses' opportunities of attaining important brand ambassador and repeating a customer to business (Downie, 2020).

### **More custom retail experience**

Whereas plenty of large shops are indeed becoming insolvent, retail ones are only trying to adapt to a new reality instead of going away. Although chatbot, customization, and interactive product technologies are capable of working to create in-person product feeling on the internet, in fact any technologies cannot be a replacement for each element of in-store experiences. Keeping this in mind, businesses create immersive in-store experience to boost revenues, employ much more sales agents, and build up long-lasting customer relationship. For example, in the US “4-Star” shops are being launched by Amazon. Customers are capable of interacting with Amazon’s best goods and gadgets physically at those shops. Another brand is turning a profit from brick and click shops which unite a combined e-commerce and retail experiences. This brand opens retail shops with much less workers and square footage, however more interactive and customized in-store visits (Enfroy, 2020).

To conclude, e-commerce future gives a wide range of chances, with the ability to expand organizations' internet business. The way of consumer interaction with internet business is showing a fast change, and this maintains evolving and taking shape as new innovative technology emerges. The earlier businesses are informed about e-commerce landscape change, the faster they are capable of using it to their benefit (Downie, 2020).

### **References**

- Adrian 2020. Future Of Ecommerce: 10 International Growth Trends (Updated 2020) - Beeketing Blog. [online] Available at: <<https://beeketing.com/blog/future-ecommerce-2019/>> [Accessed 3 May 2020].
- Downie, L., 2020. The Future Of E-Commerce: 10 Industry Transformation Trends In 2020 And Beyond - OKMG. [online] OKMG. Available at: <<https://okmg.com/blog/future-ecommerce-industry-trends-2020>> [Accessed 3 May 2020].

Enfroy, A., 2020. 5 Future Ecommerce Trends Of 2020 - Ecommerce Platforms. [online] Ecommerce Platforms. Available at: <<https://ecommerce-platforms.com/articles/5-future-ecommerce-trends-of-2019>> [Accessed 3 May 2020].

# **Financing and Beyond: The Role of Crowdfunding in Fostering Youth Entrepreneurship**

**Yuliya Paramonova**

*Management Development Institute of Singapore in Tashkent,  
Senior Lecturer*

It has been a few years that the government of Uzbekistan had started reforms and embarked on market liberalization all aimed at fostering innovation and entrepreneurial development. In particular, many new undertakings are targeting development of small businesses and private entrepreneurship for these are known to be the basis for forming a solid middle class stratum (Tadjibaeva, D., 2019) Added to that, innovative or technological start ups have been major drivers of economic growth and development in emerging economies (source). It is important to note that in times when a country's economy is contracting or entering recession, similar to what many countries including Uzbekistan are currently experiencing, entrepreneurship could stimulate economic growth by developing novel products and services, creating jobs and thus reducing unemployment (Kritikos, A. 2014) as well as generate taxes, both individual/employee and business taxes.

Youth entrepreneurship is a separate under-researched phenomenon with very limited number of articles focusing on elements of young entrepreneurial ecosystem (Jena, R. 2020, Cieslik, J. 2016, Geldhof, J. et al, 2014). Nonetheless, youth entrepreneurs are known to be more creative, have a wider knowledge of information technology as they were born in the Internet age and have ability in multicultural networking. Moreover, young entrepreneurs usually lack family commitments therefore it is easier for them to indulge in riskier behavior which entrepreneurial activities often imply (EC Report, 2016). Startups created by young entrepreneurs are known to create new markets and new demands, tackle existing problems related to new technologies and create innovative solutions.

As a global example, we can take the founder of WordPress Matt Mullenweg, who created his first company at 19 y.o. and within two years launched a successful platform WordPress – a software tool that allows pretty much anyone to easily build

their own website. Another good example to cite would be Richard Ludlow, who managed to make an internet a learning place by creating [Academicearth.org](http://Academicearth.org) – the non-profit website aimed at bringing quality education among students free of cost (Clifford E., 2016). Examples from Indian youth entrepreneurial scene are also very abundant: Ritesh Agarwal has virtually revolutionized the tech-backed budget stay places in the country when at the age of 19 he opened OYO Rooms online hotel booking website. Starting with only 11 hotel rooms in cheap segment OYO now accounts for nearly 65,000 rooms in almost 5500 hotels across India (Innfinity.in, 2020). Another notable representative of youth entrepreneurship from India is Deepanjali Dalmia, who left job at EY at 26 to launch her first venture Heyday care, which produces sanitary pads made out of bamboo fiber and corn providing an option to many women who cannot afford regular sanitary pads (Surabhi K., 2019).

Having identified all the benefits that youth entrepreneurship in particular plays in fostering economic development and generating economic turnover numerous studies have identified that access to finance has been and still remains one of the most persistent challenges for startupers in launching their companies (Clauss T. et al., 2018; Zhang and Chen, 2018, Bageri, A. et al. 2019).

Evidence from emerging economies suggests that access to finance and ability to raise funds are still perceived by the entrepreneurs themselves as the most hindering factors on the path of launching and developing new business. For example, notwithstanding a substantial growth in new start up ventures 61% of Iranian entrepreneurs identified availability of finance as the most critical factor determining success of their startup undertakings (Saryazdi et al., 2018). Young entrepreneurs from 43 countries who took part in online and offline dialogues as part of the Road to Lima 2015 activities have identified access to funding, education and trainings, better infrastructure, and networking opportunities as the main challenges on the path to start their own business (Viguria L, 2015).

Crowdfunding has been known as an alternative to traditional forms of financing such as bank loans and venture capital investments. As an integral part of digital economy these technology-enabled platforms connect founders and investors as well as other members of the community and help build informal ties to produce invaluable high-density resources (Parker, G. et al., 2016, Caridà, A. et al., 2017). A model of crowdfunding implies relatively small amounts of investments from different individuals to allow for independence from large institutional investors (Ordanini et al., 2011). These individual investors are motivated rather by non-financial factors such

as intrinsic altruism, core values and ideas of an entrepreneurial project (Lehner, 2013) rather than focusing on purely financial objectives of the business plan as is typical for large investors (Belleflamme et al., 2014).

In many regions around the world crowdfunding platforms have been recognized as an important element to finance diverse entrepreneurial activities. For example, crowdfunding has been formalized in South Korea back in 2015 (Allison et al., 2015), while in Russia crowdfunding regulation has come into effect starting Jan 1, 2020.. Crowdfunding is not a new phenomenon in India, however it is still in its very nascent stage and faces loads of issues with no adequate regulation. In 2014 Securities and Exchange Board of India (SEBI) proposed guidelines aimed which helped to facilitate getting access to funds for start-ups and small-to-medium enterprises via crowdfunding (<https://www.investindia.gov.in/team-india-blogs/crowdfunding-india-0>)

In our country getting finance through formal banking and financial institutions has been confined primarily to incumbent industry firms who can show performance records. The process of getting credit is lengthy, bulky and quite expensive with loads of bureaucratic procedures on the way. Venture capital financing is virtually non-existent in Uzbekistan as many out of the very few existing private equity investors in the market prefer proven business models which sell existing products or services so that levels of potential risks and uncertainty could be reduced substantially. Crowdfunding mechanism thus offers entrepreneurs a relatively easy way to raising funds from a wide range of population, including institutional and individual investors (Clauss et al., 2018). In the recessional and crisis periods the world is facing now, when governments around the globe are busy dealing with the most urgent economic tasks at hand and available monetary reserves are being diverted to sustain the existing companies and other economic processes, crowdfunding platforms may serve as the only retreat for many entrepreneurial ventures to help secure financing. Not only that, crowdfunding websites operate as open networks effectively fostering continuous collaboration and ties among peer members, entrepreneurs and the crowd (Ketonen-Oksi, Jussila, & Kärkkäinen, 2016). As a spill-over effect of these ties internal social capital that accrues through this collaboration reinforces the value-generating processes both on internal and external levels (Colombo, Franzoni, and Rossi-Lamastra, 2015). Aside from raising funds, launching projects through crowdfunding avenues allows entrepreneurs to connect with potential target audience, test product concepts and create a buzz to raise product awareness in the market. (Gleasure, 2015). Attracting potential customers in the earliest stages of product development and

activating informal ties with the audience is critical to assuring that the product of the crowdfunding initiative has a market fit (Fehrer J., Nenonen S., 2019). For example, Anderson (2014) has suggested that crowdfunding avenues allow for the development of the so-called collective intelligence, whereby entrepreneurs gather invaluable feedback and expert opinion, or even gain access to creative customer insights generated from the crowd to further fine tune the product offering or the business model itself. If the crowd, be it professional investors or peer individuals vote for the entrepreneur's product/idea with their money, it obviously means that they see a value proposition in the product offering and that it would have a market fit.

The obvious benefits of crowdfunding platforms as vehicles of entrepreneurship can be manifested in substantial figures of startup financing both in developed and emerging economies. Kickstarter the leading crowdfunding platform since its founding in 2009 has raised more than 2.9 billion USD for 130,000 projects from 13 million investors! In the US capital raised through CR ~59% over 2018 to reach ~\$137M in 2019 for a total of 736 CR projects (<https://crowdwise.org/funding-portals/2019-equity-crowdfunding-stats-data/>) The rapid growth in equity or loan investments by individuals via crowdfunding in Russia has leveled off in 2019 totaling c. \$26.7M, a slight increase from 2018. Average investment per 3,900 projects in that same year is estimated at \$25 (<https://www.themoscowtimes.com/2019/11/18/russian-crowdfunding-market-stumbles-2019-a68213>). In India, Transaction Value of crowdfunding platforms has amounted to c. \$2M with the average funding per campaign \$ 112 in 2019. When compared to global figures, the average finding per campaign is \$ 794, while the highest transaction value has been recorded in China (\$ 5,572 M in 2019). The most preferred financing vehicles for entrepreneurs are donation, lending and reward-based crowdfunding as these do not imply relinquishing control and company equity, which many entrepreneurs are obviously not willing to give up.

That said, the question now remains whether this same tool will be successful in fostering youth entrepreneurship in Uzbekistan to allow leveraging all the same benefits and opportunities as evidenced in prior studies. My research is thus aimed at identifying how local youth entrepreneurs represented by our extensive student community is perceiving crowdfunding and the associated value-generation processes. I have created a multiple-choice survey which was shared among students of MDIS and a few other universities in Tashkent with the main focus to identify the entrepreneurial tendencies among the youth, whether they are contemplating of starting

their own business at all (or, may be already running one), and then on how willingly they would be using crowdfunding platforms both for launching and pitching their own projects and for donating or lending to someone else's projects presented via the platform. Open-ended questions at the end of the survey have allowed me to decipher respondents' unguided perception on what they deem to be the most critical hindering factors on the path to launching their own company. Up to date we have around 100 respondents (planning to collect more and to include universities outside of Tashkent city as well), majority of those representing MDIS students and alumni (85%), with the remaining 15% respondents equally representing WIUT and Webster universities and a handful of few other educational institutions in Tashkent. **The main findings are as follows:**

Out of 100 respondents staggering 64% have indicated that they are planning to start their own business in the future, with 18% saying that they have already tried and failed while 6% are currently running their own business. Absolute majority (61%) of respondents have identified lack of financing as the main hindering factor to launch their own company while 'lack of partners with knowledge and experience' as well as 'lack of respondents' own managerial experience' cited as other two major challenges (21% and 20% respectively).

When asked about their awareness of global crowdfunding platforms respondents were quite unanimous in showing they have some knowledge of the large global crowdfunding platforms such as gofundme.com (46%) and indiegogo.com (23%). However, in relation to their willingness to use a similar local platform to raise funds for their own business respondents showed some hesitation with 25% answering they find it a great option and 41% willing to use the platform only very cautiously. The remaining 31% answered that they don't find it a good option for them. With regards their willingness to use the platform to 'donate' money for an interesting startup project 32 respondents chose an option 'yes, willingly', while other 32% were ready to donate money only if they personally new the entrepreneur/team behind the project. 9% of the respondents were not ready to donate and answered 'no way', while the remaining 24% of respondents who opted for 'no' as an answer where ready to reconsider the option in the future.

Referring to the amount the respondents were ready to part with in their donation endeavors, 33% chose a bracket of \$500 and above with 17% opting for \$100-\$200 range. Overall, based on the total responses received the average donation amount per individual was estimated at \$237. However, the global average donation amount per

campaign is \$88, while that in developing countries being considerably lower (\$25 per campaign in Russia), therefore it is probable that numbers have been manipulated due to a response bias. When setting these numbers against the average project cost of \$25,000 required by the respondents to start their own business it would take c. 1000 individual investors to fund it. For a project with a cost of \$5,000-\$10,000 it would take on average 300-400 individual investors to raise the required amount.

The above findings are indicative of the market readiness for the crowdfunding mechanisms, which are able to sustain and foster youth entrepreneurial activity. This is especially important in the economy facing strong recessional trends amid Covid-19 pandemic and mounting pressures to build a more innovative and knowledge-driven economy, where youth entrepreneurship can lead the way in the development of novel and more efficient business models.

## References

- Allison, T.H., Davis, B.C., Short, J.C., Webb, J.W., 2015. Crowdfunding in a prosocial microlending environment: examining the role of intrinsic versus extrinsic cues
- Bageri, A. et al., 2019 Crowdfunding motivations: A focus on donors' perspectives
- Belleflamme, P. et al., 2015. The economics of crowdfunding platforms.
- Clauss T. et al, 2018 Entrepreneurial University: A stakeholder-based conceptualisation of the current state and an agenda for future research
- Carida, A., et al, 2018 Business model design and value co-creation: looking for a new pattern
- Clifford, E., 2016 16 Young and successful entrepreneurs who prove that age is nothing but a number <https://www.lifehack.org/588440/16-young-and-successful-entrepreneurs-who-prove-that-age-is-nothing-but-a-number>
- Fehrer JA, Neronen S., 2019 Crowdfunding networks: Structure, dynamics and critical capabilities
- Tadjibaeva D., 2019 Small and medium-sized enterprise finance in Uzbekistan: challenges and opportunities, ADB working paper, 2019
- Kritikos A., 2014 Entrepreneurs and their impact on jobs and economic growth
- Cieslik J., 2016 Entrepreneurship in emerging economies
- EC Report, 2016 Young and Innovative: how to help young entrepreneurs to be more Innovative

- ([https://ec.europa.eu/easme/sites/easme-site/files/713810\\_younginnovative-design\\_option\\_paper.pdf](https://ec.europa.eu/easme/sites/easme-site/files/713810_younginnovative-design_option_paper.pdf)).
- Geldhof J. et al, 2014 Entrepreneurship in young adults: Initial finding from the young entrepreneurs study
- Jena R., 2020 Measuring the impact of business management Student's attitude towards entrepreneurship education on entrepreneurial intention: A case study
- Lehner, O.M., 2013 Crowdfunding social ventures: a model and research agenda. *Venture Capital: An International Journal of Entrepreneurial Finance* 15 (4), 289–311.
- 14 most influential young entrepreneurs in India who are making it big in 2020  
<https://www.innfinity.in/limitless/young-entrepreneurs-in-india/>
- Ordanini, A., et al. 2011. Crowd-funding: transforming customers into investors through innovative service platform
- Parker G. et al., 2016 Platform revolution: how networked markets are transforming the economy – and how to make them work for you
- Saryadzi et al., 2018 Providing a business model for crowdfunding in Iran
- Surabhi K., 2019 Top 10 Young Entrepreneurs of India  
(<https://www.marketingmind.in/top-10-young-entrepreneurs-of-india/>)
- Viguria L., 2015 Why Young entrepreneurs are so important  
(<https://www.weforum.org/agenda/2015/10/why-young-entrepreneurs-are-so-important/>)
- Zhang, H., Chen, W., 2018b. Crowdfunding technological innovations: interaction between consumer benefits and rewards. *Technovation*

# **Issues of Human Capital Development in Uzbekistan**

**Sherzod Aktamov**

*Head of Business and Management School in Management Development Institute of Singapore in Tashkent; Associate Professor in Banking and Finance Academy of the Republic of Uzbekistan*

The knowledge economy is the highest stage in the development of an innovative economy and is characterized by the active development of the information society and the improvement of the quality of human capital.

Human capital as a main factor in innovative development needs to be paid a thorough attention. The transition to innovative development means that innovation should cover not only the creation of new technologies, their introduction into production, but also the promotion of products in the market, and an adequate communication infrastructure. If we want fully implement and develop the innovation in the society, we have to start with intellectual capital, which indeed determines the competitiveness of the economic system.

Currently, in most countries of the world, investments in knowledge (education, research and development) already are growing faster than investments in fixed assets. Knowledge becomes a determining factor in the development of innovative potential of the economy, contributing to the development of high-tech industries based on intellectual labor. Investments in human capital are considered as investments with a high degree of return for the national economy, ensuring an increase in its competitiveness. All this indicates that Uzbekistan has to make the successful transition from natural resources using economy to an economy, which is based on knowledge. The course on the development of the knowledge economy is a state priority in most countries. It has been successfully implemented in the USA, some EU countries and in Japan. In China, the knowledge economy is officially recognized as a state strategy, and investments in science and education are constantly increasing.

Lack of education hinders innovative development in Uzbekistan: investment in education is 10 times lower than in developed countries. There are several issues worth to pay attention in Uzbekistan, which can impact on human capital development: first, there is a need to employ 20.7 million people in 2035; second, there is a lack of human

resources from the fields such as engineering and management for innovative development of the economy; the informal unemployment rate (35%) is several times higher than the official one (9%, 2019); almost 30% of the country's working-age population works abroad; in the economy, there is a weak link between applied sciences and specialized higher education institutions.

All these issues become more complex with the low salaries of teachers (30 times lower than in developed countries), weak study materials and poor technical base and lack of computer classrooms. Beside of it more than 60 percent of teachers do not have academic qualifications. In general, there is a low level of specialists holding the higher education certificates in the economy, for example in 2017 only less than 10% of applicants actually entered into the universities. This could be due to another problem – the lack of higher education institutions (66 universities in 2016), however in this regard there is a positive trend with +18 HEIs in 2020, totaling more than 100 HEIs. According to the statistics, we have the old educational infrastructure with a high level of depreciation of fixed assets: 3644 schools (38%) need major repairs, only 37% of schools have modern computer equipment, and only 7% have the access to the Internet.

There is a lack of integrated strategy between ministries responsible for education, because the goals of each ministry are set separately and there is no single vector of development included in the overall strategy. Beside of it the current model focuses a lot on building the learning process, but does not pay enough attention to the outcomes of educational institutions, thus there are still risks associated with the outcomes brought from the poor quality of education.

In addition, we have to consider the infrastructural problems such as the lack of water and electricity in most regions of the Republic of Uzbekistan. In some schools of Uzbekistan, the number of students in the classroom exceed 45 students per class, which negatively impacts on absorption of high quality knowledge. The system of motivation does not provide the necessary level of interest in the teaching profession among young people. The scientific and research potential of higher education institutions is around 35%, which is still low compared to foreign countries where the potential for accreditation must be at least at the 50% level.

The technological gap between developed and developing countries is widening, although the generation of technical knowledge can be carried out not only through national technological innovations, but also through the import of technologies that stimulate economic growth. For some developing countries, this path is also quite

complicated, as it requires additional financial costs and creates the need for training highly qualified personnel who are able to work with new technologies.

One of the indicators of performance in the development of the human capital could be the Human Development Index (HDI), which is used for a general comparison of the living standards of different countries and regions. It is a summary measure of average achievement in key dimensions of human development: a long and healthy life, being knowledgeable and have a decent standard of living. According to the HDI ranking, for example, Norway maintains the position of the most prosperous country in the world. The five most prosperous countries with a very high level of human development also included Australia, the USA, the Netherlands and Germany. Uzbekistan in 2020 takes the 108<sup>th</sup> position out of 189 countries and territories with recent significant growth performance (+19%).

In developed countries, the full cash-to-cash cycle of investments in education (long-term investments to a citizen's education from 3 year old until 22 year old) brings 15-17 fold amount of pay offs, while in Uzbekistan this coefficient multiplied only to 4.

In Uzbekistan, to order to improve the quality of human capital, the state is becoming the driving force for the development, accumulation and use of knowledge. Thus, it is necessary to modernize state policy and make an innovative breakthrough. Positive trends show that reforms in the education sector over the past two years have led to an increase in funding from the state budget. Financing of educational institutions increased by 83.7%. Several adopted programs in Uzbekistan on economic development already include the areas of human capital development and implementation of those plans picture a prosperous future for the human capital in this country. It became clear that the high level of national wealth in advanced countries is primarily due to the adequate development of human capital. The Strategy of Actions on the five priority areas of development of the Republic of Uzbekistan in 2017-2021 set ambitious tasks for increasing the output of innovative products and accelerating the development of human capital. Analysis of scientific, technical and socio-economic development shows that the level and quality of human capital determine the upper limit in the development of science and economics. Without raising the quality of human capital to the level required by the knowledge economy, innovative development of all sectors of the economy is impossible.



**MDIS Tashkent**

28, Bunyodkor Ave., Chilanzar district, Tashkent 100185, Uzbekistan  
Tel: +(998 71) 271 77 00 Fax: +(998 71) 276 90 94  
[info@mdis.uz](mailto:info@mdis.uz)  
[conference@mdis.uz](mailto:conference@mdis.uz)