



TASHKENT STATE
UNIVERSITY OF ECONOMICS

FORUM. SELEC
WILL BE PUBLI
CONFERENCE
PROCEEDINGS

ФОРУМ СОСТОИТ ИЗ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИХ КОНФЕРЕНЦИЙ, МАСТЕР-КЛАССОВ И ЛИТЕРАТУРНЫХ ВЫСТАВОК И ПРЕДСТАВЛЯЕТ КРУПНУЮ ПЛОЩАДКУ ДЛЯ ОБМЕНА НАУЧНЫМ И ПРАКТИЧЕСКИМ ОПЫТОМ В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СФЕРЕ МЕЖДУ НАЦИОНАЛЬНЫМИ И ОТЕЧЕСТВЕННЫМИ СПЕЦИАЛИСТАМИ

II КОНФЕРЕНЦИЯ, ТРАНСФОРМАЦИОННОЕ
ЖАРАЁНИДА МОЛИА ТИЗМИ ВА
БУГАЛТЕРИЯ ХИСОБИ
АРХИТЕКТУРАСИНИ ТАКОМИЛЛАШ
МАСАЛАЛАРИ

1ST TSUE DEVELOPMENT
STRATEGY FORUM

RAQAMLI IQTISODIYOT VA AXBOROT TEKNOLOGIYALARI

2022

ELEKTRON ILMIY JURNALI / MAXSUS SON

ORGANIZING THE 1ST TSUE DEVELOPMENT STRATEGY FORUM TO ANALYZE NATIONAL ECONOMIC TRENDS. THE AIM OF THE FORUM IS TO CREATE A PLATFORM FOR THE EXCHANGE OF IDEAS AND EXPERTISE ON VARIOUS ISSUES RELATED TO THE CURRENT TRENDS IN THE ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE COUNTRY.

20-21

ОКТАБРЬ I ФОРУМ СТРАТЕГИИ
РАЗВИТИЯ



РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ВА АХБОРОТ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИ
DIGITAL ECONOMY AND INFORMATION TECHNOLOGY

Илмий электрон журнал | Scientific electronic journal

МУАССИС | FOUNDER

Тошкент давлат иқтисодиёт университети
Tashkent State University of Economics

ТАҲРИР КЕНГАШИ РАИСИ | CHAIRMAN OF THE EDITORIAL BOARD

Шарипов Конгратбой Аvezимбетович – т.ф.д., профессор
Sharipov Kongratboy Avezimbetovich – doctor of technical sciences, professor

БОШ МУҲАРРИР | EDITOR-IN-CHIEF

Абдуллаев Мунис Курбонович – и.ф.ф.д. (PhD), доцент
Abdullayev Munis Kurbonovich – PhD, docent

БОШ МУҲАРРИР ЎРИНБОСАРИ | DEPUTY CHIEF EDITOR

Вафоев Бобуржон Расулович – и.ф.н., доцент
Vafoev Boburjon Rasulovich – PhD, docent

МАСЪУЛ КОТИБ | EXECUTIVE SECRETARY

Л.А. Аблазов | Ablazov L.A.

БЕБ-АДМИНИСТРАТОР | WEBMASTERS:

Н.Я. Нурсайдов, А.Ш. Махмудов | Nursaidov N.Ya., Makhmudov A.Sh.

ТАҲРИРИЯТ АЪЗОЛАРИ | EDITORIAL BOARD

С.С. Гулямов – и.ф.д., академик.
Б.А. Бегалов – и.ф.д., профессор.
М.П. Эшов – и.ф.д., профессор.
О.Қ. Абдурахмонов – и.ф.д., доцент.
К.Б. Ахмеджанов – и.ф.д., профессор.
И.М. Алимардонов – и.ф.д., доцент.
Р.Салиходжаев – и.ф.ф.д. (PhD).
Проф. Холназар Амонов (Чехия).
Проф. Ҳамид Эргашев (Англия).
Проф. Карина Татек Банетти (Чехия).
Проф. Одиложон Абдураззаков
(Германия).
Проф. Эко Шри Маргианти (Индонезия).
Проф. Дмитрий Назаров (Россия).
Проф. Н.М. Сурнина (Россия).
Проф. Марк Розенбаум (АҚШ).

PhD. Абдул-Рашид (Афғонистон).
PhD. Аҳмед Мохамед Азиз Исмоил (Миср)
PhD. Бекзод Саидов – (АҚШ).
А.А. Исмаилов – и.ф.д., профессор.
И.Е. Жуковская – и.ф.д. (DSc), профессор.
Т.С.Кучкоров – и.ф.д. (DSc), профессор.
Р.А. Дадабаева – и.ф.н., доцент.
Ш.И. Хашимходжаев – и.ф.н., доцент.
А.А. Абидов – т.ф.н., доцент.
И.М. Абдуллаева – и.ф.н., доцент.
Н.Б. Абдусаломова – и.ф.д. (DSc),
профессор.
Р.Х. Насимов – т.ф.н., доцент.
А.Б. Бобожонов – и.ф.ф.д. (PhD).
С.О. Хомидов – и.ф.ф.д. (PhD).
Ш.С. Егамбердиев – и.ф.ф.д. (PhD).

MUNDARIJA:

Азларова Азиза Ахроровна ЎЗБЕКИСТОНДА ТРАНСФОРМАЦИЯ ЖАРАЁНИДА БАНК ТИЗИМИ АРХИТЕКТУРАСИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МАСАЛАЛАРИ	4
Абидов Абдужаббор Абдухамидович, Мирзаахмедов Дилмурод Мирадилович АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ УГРОЗ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ	8
Абдуллаев Мунис Курбанович, Зарипов Баҳодир Бобомурод ўғли ОЛИЙ ТАЪЛИМ МУАССАСАЛАРИДА РАҚАМЛИ ТЕХНОЛОГИЯЛАРНИ ҚЎЛЛАШНИНГ ИЛФОР ХОРИЖИЙ ТАЖРИБАЛАРИ	13
Мансуров Мансур Алишерович ДАВЛАТ БЮДЖЕТИ ҒАЗНА ИЖРОСИНИ АВТОМАТЛАШТИРИШНИНГ УСТУВОР ЙЎНАЛИШЛАРИ	19
Яхшиева Мавлуда Турсуновна ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ И КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАНИЯ	25
То‘рабеков Farhod Sanaqulovich, Shofiddinova Zulfizar Ixtiyor qizi TA'LIMDA RAQAMLI (DIGITAL) TECHNOLOGIYALARDAN FOYDALANISHNING DIDAKTIK IMKONIYATLARI	30
Абдурашидова Марина Сагатовна РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТНИ ШАКЛЛАНТИРИШ ДАВРИДА ОЛИЙ МАЪЛУМОТ	34
Nabiyeva Feruza Odilovna, Abdullayev Munis Qurbonovich ELEKTRON TIJORATNING RIVOJLANISHIGA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR: O'ZBEKISTON MISOLIDA	41
Homidov Hamdam Hasan o'g'li, Ablazov Lazizbek Abdiquosimovich QISHLOQ XO'JALIGI SAMARADORLIGINI STATISTIK TAHLIL QILISHDA SUN'IY INTELLEKT TECHNOLOGIYALARINI JORIY ETISHDAGI HARAKATLAR	50
Karimova Shirin Zoxidovna JAHON IQTISODIYOTIDA ELEKTRON TIJORATNING AHAMIYATI	55
Мирзакаримова Мухаббатхон Махмуд қизи СУНЪИЙ ИНТЕЛЛЕКТ ОРҚАЛИ МАСАФОВИЙ ТАЪЛИМНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ	60

Boboqulov Abror Abdug'ani o'g'li PROSPECTS OF IMPLEMENTATION OF "ARTIFICIAL INTELLECT" IN UZBEKISTAN	66
Абдуллаев Ҳабибулло Асадулла ўғли РАҚАМЛИ ТЕХНОЛОГИЯЛАР ВА САНОАТЛАШТИРИШ - МИНТАҚА САНОАТ ИШЛАБ ЧИҚАРИШНИ РИВОЖЛАНТИРИШ МЕХАНИЗМИ СИФАТИДА	71
Rajabov Doniyor Dilshod o'g'li BOSHQARUV HISOBIDA BIZNES JARAYONLARINI AVTOMATLASHTIRISHNI TAKOMILLASHTIRISH	75
Файзиева Муяссарзода Ханчаровна ТИЖОРАТ БАНКЛАРИДА РАҚАМЛИ ТЕХНОЛОГИЯЛАРНИ ЖОРИЙ ЭТИЛИШИГА ЎЗБЕКИСТОН Э-ҲУКУМАТИ РИВОЖЛАНИШИНИНГ ТАЪСИРИ	81
Hamidov Sardor Rahmonovich TRANSFORMATION OF THE BANKING SECTOR IN THE CONDITIONS DIGITALIZATION OF THE WORLD ECONOMY	89
Boltayeva Dilafza Jumaqulovna IS-LM-BP MODELINING MOHIYATI, ASOSIY XUSUSIYATLARI VA MEZONLARI	94



Value: Competition and Competitions Inside and Outside Markets' project, supported by the Leverhulme Trust and led by David Stark.

19. Официальный сайт Государственного комитета Республики Узбекистан по статистике. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://stat.uz/ru/press-tsentr/novosti-goskomstata/17331-kakovo-kolichestvo-inostrannykh-studentov-obuchayushchikhsya-v-vysshiikh-uchebnykh-organizatsiyakh-nashej-respubliki> (Дата обращения: 20.08.2022.)

20. Ибрагимова Н.М., Вахабова Д.Х. Факторы и условия формирования образовательного хаба по реализации международных образовательных программ в Узбекистане // Высшее образование в России. 2022. Т. 31. № 3. С. 152–168. DOI: 10.31992/0869-3617-2022-31-3-152-168

21. Национальная база данных законодательства РУз «Указ Президента республики Узбекистан.

22. Об утверждении концепции развития системы высшего образования республики Узбекистан до 2030 года.

23. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://lex.uz/ru/docs/4545887> (Дата обращения: 20.08.2022.

24. Скляр М.А., Кудрявцева К.В. Цифровизация: основные направления, преимущества и риски. // Экономическое возрождение России. 2019. № 3 (61), с. 103–114.

ELEKTRON TIJORATNING RIVOJLANISHIGA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR: O'ZBEKISTON MISOLIDA

Nabiyeva Feruza Odilovna,

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti Raqamli iqtisodiyot va axborot texnologiyalari kafedrasida assistenti

Abdullayev Munis Qurbonovich,

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti Raqamli iqtisodiyot va axborot texnologiyalari kafedrasida mudiri, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent

Annotatsiya

Dunyoda e-tijoratning jadal o'sishi savdo samaradorligini oshirish, kamroq xarajat tuzilmasi, ko'proq moslashuvchanlik, xizmatlarning yanada keng ko'lami, oshkorlik, aniqlik va tezkor o'tkazmalar kabi afzalliklarini aks ettiradi. Ushbu maqolada elektron tijoratni rivojlantirishga ta'sir ko'rsatuvchi omillar o'rganiladi. Rivojlanayotgan mamlakatlarda IT va aloqa, to'g'rirog'i, elektron tijorat sezilarli darajada o'smoqda. Elektron tijorat muvaffaqiyatida texnologiya samaradorligi muhim ahamiyatga ega. Biroq geografik, iqtisodiy va boshqa tashkiliy masalalarni ham hisobga olish kerak. Ushbu tadqiqotda biz boshqa davlatlardagi omillarni o'rganib chiqdik va shu asosda O'zbekistonda elektron tijoratga ta'sir etuvchi omillarni aniqladik. Tadqiqot natijasida topilgan, elektron tijoratga ijobiy ta'sir ko'rsatuvchi omillarni yanada kuchaytirib, unga salbiy ta'sir ko'rsatuvchi omillarni bartaraf qilish orqali rivojlanish jarayonini mamlakatimizda jadallashtirish imkoniyati yuzaga keladi.

Kalit so'zlar

AKT, e-tijorat, e-savdo, infratuzilma, kiberxavfsizlik, logistika, ta'lim.

Kirish. Bugungi kunda eng rivojlangan davlatlar axborot jamiyatiga o'tish bosqichida bo'lib, uning shakllanishida axborotlashtirish muhim rol o'ynaydi. Axborotlashtirish xalqaro iqtisodiy tashkilotlarning fikricha, iqtisodiy

o'sishning eng muhim omili bo'lgan axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining (AKT) tarqalishi bilan ta'minlanadi. AKT jamiyat infratuzilmasining muhim qismiga aylandi. Nafaqat texnologik, balki ijtimoiy taraqqiyot, mamlakatning

iqtisodiy raqobatbardoshligi, jahon iqtisodiyotidagi o'рни, xalqaro mehnat taqsimotidagi o'рни, demokratik institutlarni rivojlantirish imkoniyati, yangi ish o'rinlari sonining o'sishi ham shunga bog'liq. Eng rivojlangan mamlakatlarda AKTdan foydalanish iqtisodiyotning barcha tarmoqlarida keng tarqalgani va joriy etish tezligi bilan tavsiflanadi. Savdo-sotiq sohasida AKTning joriy qilinishi natijasida elektron tijorat yuzaga keldi va ayniqsa Covid-19 pandemiyasi davrida jadal sur'atlarda rivojlana boshladi. Ko'p yillardan beri kompyuterlar, maishiy texnika, samolyot chiptalari va boshqa ko'plab narsalarni mahalliy banklar tomonidan chiqarilgan kartalar yordamida internetda sotib olish mumkin.

Rivojlangan mamlakatlar elektron tijoratni qo'llagan va qabul qilgan bo'lsa-da, rivojlanayotgan mamlakatlar hali uni qabul qilishga to'liq moslashmagan. Shu jihatdan axborotlashtirish va raqamlashtirish asosida elektron tijoratning rivojlanishi iqtisodiyotning xususiy yo'nalishi sifatida bir qator omillarga borib taqaladi. Ushbu tadqiqotning maqsadi elektron tijoratni qabul qilish va rivojlantirishda rol o'ynaydigan omillarni o'rganish va shuning uchun konsepsiyani belgilaydigan strategiyalarni ishlab chiqishdir.

O'rganilgan adabiyotlar. Biznesda internet yutuqlarining joriy qilinishi boshlangandan beri amaliyotchilar ham akademiklar ham e-tijorat faoliyatiga ta'sir ko'rsatuvchi omillarni aniqlashga hamda qay yo'sinda uning rivojlanishiga va keng tarqalishiga ta'sirini tushunishga qiziqib keladilar [9]. Bugungi kunda ham elektron tijorat fenomenasini o'rganish dolzarbdir, chunki u doimiy ravishda rivojlanib bormoqda. Bu borada o'zbek olimlaridan Samarqand davlat universiteti professor-o'qituvchilari Sh.Q. Yuldashev, D.Q. Usmanova, L.N. Xalikova chet el olimlaridan M.V. German tadqiqotlarini o'rganish asosida "Elektron tijorat asoslari" [2] nomli o'quv qo'llanma yaratishgan. Toshkent Moliya instituti professor-o'qituvchilari U.Q. Yakubov, M.I. Azizova, M.Y. Jumaniyozova "Elektron tijorat" fanidan o'quv-uslubiy majmua [3] tayyorlashgan. Undan tashqari, bir qator o'zbek olimlari [10] va davlat xodimlari [6] elektron tijoratning O'zbekistondagi holati, ishlab chiqilayotgan qarorlar [1] va qonunlarni o'rganib, o'z fikrlarini e'lon qilishgan. Yuqoridagi ishlarda keltirilgan e-tijoratga ta'sir etuvchi omillar to'g'risidagi ma'lumotlar nisbatan cheklangan.

Xorijlik olimlar ham elektron tijoratga ta'sir etuvchi omillarni o'rganib chiqishgan. Ulardan R.R. Salixova [4], G.A. Rijkova [5], Christian Mbayo Kabango, Asa Romeo Asa [7], Oludare Gabriel, Awe, K. Sushil, and Jeff Zhang [8], Rodriguez-Ardura Inma, Antoni Meseguer-Artola, Jordi Vilaseca-

Requena [9], A. Waseem, Y. Rashid, M.A. Warraich, I. Sadiq, Z. Shaukat [11] kabi tadqiqotchilarning ishlarini o'rganib chiqdik. Ularning aksariyati [4, 5, 7, 8, 10] muayyan davlat miqyosidagi omillarning ta'sirini o'rgangan bo'lsa, [9] va [11] da dunyo mamlakatlari uchun umumlashtirgan omillar o'rganib chiqilgan.

"E-tijorat" atamasining ta'rif. Elektron tijorat yoki elektron savdo (e-commerce) – bu elektron aloqa vositalaridan foydalangan holda mahsulotlar, xizmatlar va ma'lumotlarni sotib olish, sotish, o'tkazish yoki almashtirish jarayoni [2]. Elektron tijoratning boshqa ta'riflari mavjud, masalan, bu foyda olish maqsadida tijorat faoliyati va kompyuter tarmoqlaridan foydalanish orqali tijorat siklini kompleks avtomatlashtirishga asoslangan. Iqtisodchilar elektron tijoratni "kompyuter tarmoqlari yordamida amalga oshiriladigan operatsiyalar, moliyaviy va savdo operatsiyalari bilan bog'liq barcha biznes jarayonlarni qamrab oladigan milliy iqtisodiyot sohasi" deb ta'riflaydilar. "Elektron tijorat to'g'risida"gi qonunning 3-moddasiga (385-O'RQ, 22-may 2015-yil) muvofiq "Axborot tizimlaridan foydalangan holda amalga oshirilgan, tovarlarni sotish, ishlarni bajarish va xizmatlarni ko'rsatishga doir tadbirkorlik faoliyati elektron tijoratdir".

Yuqorida keltirilgan va turli adabiyotlardagi ta'riflardan shuni anglash mumkinki, internetning paydo bo'lishi va rivojlanishi natijasida har bir sohaning "elektron" ko'rinishi paydo bo'lib takomillasha boshladi, jumladan, tijoratning ham "elektron" ko'rinishi yuzaga keldi. O'z navbatida, elektron tijorat bir qator afzalliklarini namoyon qilishga ulgurdi va an'anaviy savdo bilan shug'ullanuvchi subyektlar ham o'zlarining global tarmoqda o'rnashishga harakat qilmoqda. Bugungi kunda O'zbekistonda tijorat bilan shug'ullanuvchi subyektlarni internet bilan faoliyati bog'langanlik darajasiga ko'ra 3 guruhga bo'lishimiz mumkin (1-rasm):

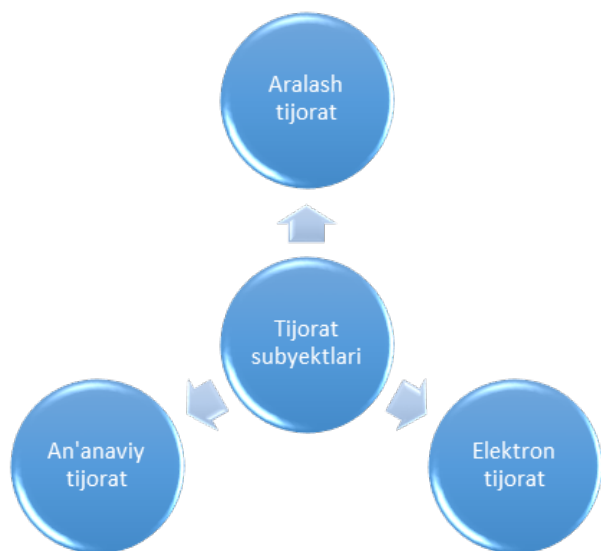
An'anaviy savdo bilan shug'ullanuvchi subyekt – o'zining tijoriy faoliyatini yuritish uchun jismoniy manzilga ega.

Ham an'anaviy, ham internetda faoliyat yurituvchi subyekt – o'zining jismoniy va internetda manziliga ega.

Faqat elektron tijorat bilan shug'ullanuvchi subyekt – o'zining internetda manziliga ega.

Bugungi kunda faqatgina an'anaviy usulda tijorat bilan shug'ullanadigan subyektlar zamon talablariga javob berish maqsadida o'zlarining internetdagi faoliyatini yo'lga qo'yish va auditoriya yig'ishga harakat qilmoqdalar. Internetda tijorat bilan shug'ullanuvchi subyektlar asosan o'z websaytlarini ishga tushirish, shuningdek, ijtimoiy tarmoqlarda o'z sahifalarini doimiy ravishda yuritish va ommalashtirishga harakat qiladilar.

1-rasm. O'zbekistonda tijorat bilan shug'ullanuvchi subyektlar faoliyatining internet bilan bog'langanlik darajasiga ko'ra bo'linishi

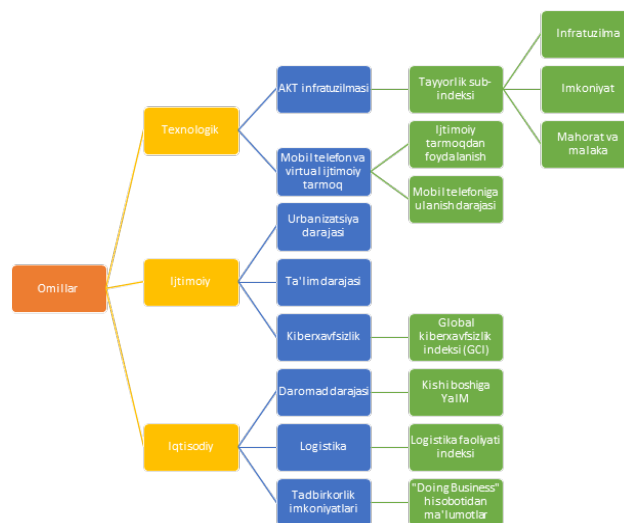


Elektron tijorat bilan shug'ullanuvchi chet el subyektlari O'zbekistondagi mavjud qonun va qonunosti hujjatlari asosida o'z faoliyatlarini yo'lga qo'yishadi. Jumladan, "Amazon", "Aliexpress", "ebay" singari katta kompaniyalardan biror mahsulot xarid qilish uchun o'rtada vositachilik qiluvchi tijoratchilar mavjud. Bunga jarayondagi ba'zi oxirigacha hal qilinishi kerak bo'lgan muammolar mavjud. Jumladan, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Elektron tijoratni jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi qaroriga muvofiq "O'zbekiston Respublikasi Tashqi savdo vazirligi Markaziy bank bilan birgalikda bir oy muddatda yetakchi xorijiy savdo maydonchalari ("ebay", "Amazon" va boshqalar), to'lov tizimlari (Paypal) bilan muzokaralar o'tkazishni tashkil etsin va o'tkazilgan muzokaralar yakuni bo'yicha mahalliy tadbirkorlik subyektlariga ushbu savdo maydonchalari va to'lov tizimlari orqali tovarlar (xizmatlar)ni realizatsiya qilish va hisob-kitoblarni amalga oshirish imkonini yaratish bo'yicha aniq takliflarni O'zbekiston Respublikasi Prezidenti devoniga kiritsin" deb vazifa qo'yilganiga qaramasdan, hozirgacha uning amaliy natijasini ko'rib bo'lmaydi. Holbuki, 1998-yil may oyida Jahon Savdo Tashkiloti konferensiyasi "Global elektron tijorat deklaratsiyasi"ni qabul qildi va internet orqali xarid qilinadigan va yetkazib beriladigan ma'lumotlar va dasturiy mahsulotlarni bojxona to'lovlaridan ozod qilishga qaror qildi [13].

¹ Adabiyotlardan foydalangan holda muallif tomonidan tayyorlandi.

Bir nechta davlatlar misolida elektron tijoratning rivojlanishini o'rganib chiqishimiz davomida shuni aniqladikki, jarayonda bir qator omillar mavjud. Bizning olimlarimiz [2] dastlab elektron tijoratning paydo bo'lishi uchun iqtisodiy va texnik shart-sharoitlar mavjud bo'lganini ta'kidlashgan. Vaqt o'tishi bilan esa, elektron tijorat tushunchasi ham, uning faoliyati, amaldagi ko'lami va imkoniyatlari ham rivojlanib, murakkablashib bordi, mos ravishda, unga ta'sir ko'rsatuvchi omillar ham yuzaga keldi. Olimlar, dastlab nazariy jihatdan tadqiqot qilib, PEST tahlil asosida, siyosiy, iqtisodiy, ijtimoiy va texnologik omillarni aniqlashgan [12]. Biroq Ansar Waseem va boshqalar [11] o'tkazgan tadqiqot mamlakatda elektron tijoratning o'sishiga ta'sir qilishi mumkin bo'lgan o'ziga xos omillarni aniqlashga qaratilganligi bois, boshqa empirik tadqiqotlardan farq qilib, firma va mijozning o'ziga xos omillarini aniqlashga emas, balki onlayn biznes faolligini oshirishi mumkin bo'lgan milliy omillarni o'rganishgan va ularni uch guruhga bo'lishgan: texnologik, ijtimoiy va iqtisodiy (2-rasm). Ular regression tahlil asosida kishi boshiga YaIM, tayyorlik sub-indeksi, urbanizatsiya darajasi, ijtimoiy tarmoqlar katta ta'sir ko'rsatishini, qolgan omillar esa juda kam yoki umuman ahamiyatsiz ekanini aniqlashdi.

2-rasm. Elektron tijoratning rivojlanishiga ta'sir ko'rsatuvchi omillar¹



O'zbek olimlaridan U.Q. Yakubov va boshqalar [3] ham elektron tijoratga ta'sir etuvchi omillarni nazariy jihatdan chuqur o'rganib, bir qator omillarni sanab o'tishgan (1-jadval).

1-jadval. Elektron tijorat texnologiyasining rivojlanishiga ta'sir ko'rsatuvchi omillar²

Umumiqtisodiy omillar	Umumjahon iqtisodining rivojlanishiga ta'sir ko'rsatuvchi omillar	Iqtisodiy tizimdagi boshlang'ich shartlarga ta'sir ko'rsatuvchi omillar
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Iqtisodiy holatning mo'tadilligi; ✓ Iqtisodiy sektorning salmog'i; ✓ Milliy iqtisodiy kompleks o'lchami; ✓ Milliy ishlab chiqarish va xaridning dinamik ko'rsatkichlari; ✓ Iqtisodning monopollashuv darajasi; ✓ Soliq muhiti; ✓ Sarmoya muhiti; ✓ Iqtisodni modernizatsiyalash darajasi; ✓ Bir turdagi mahsulot bahosining differensiallik darajasi; ✓ Elektron to'lovlarni amalga oshirish vositalarining rivojlanish darajasi; ✓ xaridorga mahsulotlarni qulay va arzon usulda yetkazib berishning mavjudligi. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ yagona axborot maydonini hosil qilish jarayonini jadallashtirish; ✓ jahon bozorida barcha insonlarning amaldagi o'zaro axborot almashinuvi mexanizmi yaratish; ✓ markazlashmagan mahsulotlar, o'zaro bog'liq bo'lmagan alohida turdagi bozorlarni rivojlantirish; ✓ elektron to'lov tizimidan foydalanish orqali pul vositalari aylanuvini amalga oshirish; ✓ olib-sotarlik hajmi kamayadi, ishlab chiqarish sohasiga sarmoyalarning kiritilishini kengaytirish; ✓ yangi turdagi servis xizmatlarini yaratish; ✓ mahsulot va xizmat bozorida ochiq raqobat uchun sharoit yaratish; ✓ elektron tijorat bozorlarida yangi turdagi mahsulot va xizmat harakatlarini jonlantirish, xaridor uchun qulay shakldagi xizmat amalga oshirishdan iborat. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ raqobatlik darajasi va bozorlarni fragmentlashgani; ✓ moliya oqimining jadalligi va eksport-importga moslashish; ✓ yetkazib berilgan mahsulotga pul vositasi bilan hisobning miqdori; ✓ ta'minlash va sotish faoliyatida tashkillashtirish tizimi; ✓ mahsulotlarni umumiyashtirish darajasi; ✓ axborot infratizimidagi tijorat jarayonlarining avtomatlashtirilganlik darajasi; ✓ infratizim tarmog'ining rivojlanish darajasi; ✓ axborot texnologiyalarini xodim bilan ta'minlanganlik darajasi; ✓ internet imkoniyatidan foydalanish darajasi; ✓ axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini rivojlantirishga sarmoyalash darajasi.

Srimbetova J.S o'zining maqolasida Qozog'iston misolida elektron tijoratning rivojlanishiga salbiy ta'sir ko'rsatuvchi omillarni o'rganib chiqqan. U sanagan omillar asosan markazdan uzoq bo'lgan hududlarda ko'p uchraydi:

- Axborotlashtirish darajasining pastligi;
- Internet foydalanuvchilari sonining kamligi;
- Milliy internet saytlari saviyasining chet elnikiga nisbatan quyi darajada ekanligi;
- Telekommunikatsiya sohasida ichki bozorda real raqobatning yetishmasligi;
- Aholining aksariyatida ziyolilik darajasining pastligi;
- Xarid qobiliyatining pastligi;
- To'lov tizimlarining rivojlanmagani;
- Shaxsiy ma'lumotlarni himoya qilish bilan bog'liq muammolarning mavjudligi;

Qozog'istonda elektron tijoratni tartibga soluvchi qonunchilikning keng qamrovli emasligi.

Bizning fikrimizcha, yuqorida keltirilgan omillarning aksariyati bugungi kunda yaxshi tomonga o'zgartirilgan va bartaraf etilgan.

“Экономика и жизнь” jurnalida e'lon qilingan maqolada [15] esa barcha mamlakatlarda elektron tijorat dinamikasining muhim omillari deyarli bir xil – bozorga kirish, xaridorlarning veb-do'konlarga kirishning texnik qobiliyati, yuqori darajadagi professionallik va texnik innovatsiyalar bo'lib, farqionlaynchakanasavdoaylanmasivo'sish sur'atlari ulushida deyiladi. Shuningdek, maqolada elektron tijoratning o'sishi drayverlari keltiriladi (3-rasm).

² Adabiyotlar asosida muallif tomonidan tayyorlandi.

3-rasm. Elektron tijorat o'sishi drayverlari

INNOVATSIYALAR

- Mobil shopping
- Konsultant onlayn xizmati
- Ilova tizimi
- "App Store" da xaridlar
- Web-shop funksional

BOZORGA KIRISH

- Internetdan foydalanish imkoniyati
- Mijozlarni qamrab olish
- Onlayn do'konga ega bo'lish
- Xaridorlar turi (yangi yoki tajribali)
- Hududiy bo'linish



PROFESSIONALIZM

- Mahsulot haqida ma'lumot
- Mahsulot haqida tasavvur
- Ma'lumotlar xavfsizligi
- Yetkazib berishning ishonchligi

Elektron tijoratning o'sishga undovchi drayverlarini mualliflar 3 guruhga bo'lishadi: bozorga kirish, innovatsiyalar va professionalizm (3-rasm). Elektron tijorat bozorga kirishi uchun, avvalo, elektron bozor – internetning mavjud bo'lishi va unga aholi – potensial mijozlarning foydalana olishi asosiy o'rin egallaydi. Shundan keyingina, do'kon elektron tijoratini yo'lga qo'yib, foyda olishiga ko'zi yetrsa, onlayn do'kon ochish uchun pul sarflaydi va onlayn savdoni boshlaydi. Xaridorlar ham, o'z navbatida, yangi turdagi tijoratning ishtirokchisi sifatida e-tijoratning tezda yoki bosqichma-bosqich rivojlanishiga ta'sir ko'rsatadilar.

Bozorga kirish bosqichidan keyin ham, e-tijorat yetuklikka erishish uchun tinimsiz innovatsiyalarni amaliyotga joriy qilishi maqsadga muvofiqdir. Masalan, onlayn do'kon websaytini ishga tushirgandan so'ng uning mobil versiyasini yaratish, mijozlar uchun 24/7 onlayn konsultant xizmatini ishga tushirish, ilova tizimini yaxshilash, kamchiliklarini bartaraf etib borish va boshqa innovatsiyalarni qo'llashdan iborat.

Professionalizm bosqichida esa internet do'kon mahsulot haqida berayotgan ma'lumotlari

va mijozda uyg'otayotgan tasavvurdagi mahsulot bilan mos tushishi va ishonchli tarzda yetkazib berishini nazarda tutamiz.

Yuqorida adabiyotlarni o'rganib chiqish davomida elektron tijoratga ta'sir etuvchi omillar zamon va makonga qarab ta'sir ko'lamini turlicha ekanini aniqladik. Turli adabiyotlarda turlicha tasniflangan omillarni umumiyLashtirish ehtiyojini aniqladik va barcha zamonlar hamda makonlar uchun nazariy jihatdan umumiy bo'lgan omillarni kategoriyalarga bo'lib chiqdik (4-rasm).

Siyosiy omillar. Har bir mamlakatning siyosati uning har sohada rivojlanish yo'l xaritasini ko'rsatib beradi. Aynan mana shu omil siyosiy jihatdan ichki va tashqi e-tijorat subyektlarini qo'llab-quvvatlash, imkoniyat yaratish, davlat tomonidan zaruriy choratadbirlar, sarmoya singari masalalarni hal qilib beradi. Ayniqsa, rivojlanayotgan mamlakatlarda hukumat siyosatining roli juda muhim, chunki aynan hukumat mustahkam xavfsiz onlayn to'lov tizimlarini ta'minlash, barqaror AKT infratuzilmani shakllantirish, ta'lim dasturlarini amalga oshirish hamda media va ta'lim institutlari

singari vositalarni ishga solish orqali aholini xabardor qiladi [12].

Huquqiy omillar. Normativ-huquqiy asoslarning nomukamalligi, albatta, elektron tijoratning rivojlanishiga to'sqinlik qiladi. Ushbu omilning mavjudligi elektron tijorat subyektlari tomonidan sezilarli ishonchsizlikni keltirib chiqaradi (firibgarlik, soliq to'lashdan bo'yin tovlashning rivojlanishi uchun imkoniyatlar mavjud). Bu, birinchi navbatda, B, C, G tarmoqlarining barchasiga tegishli [4].

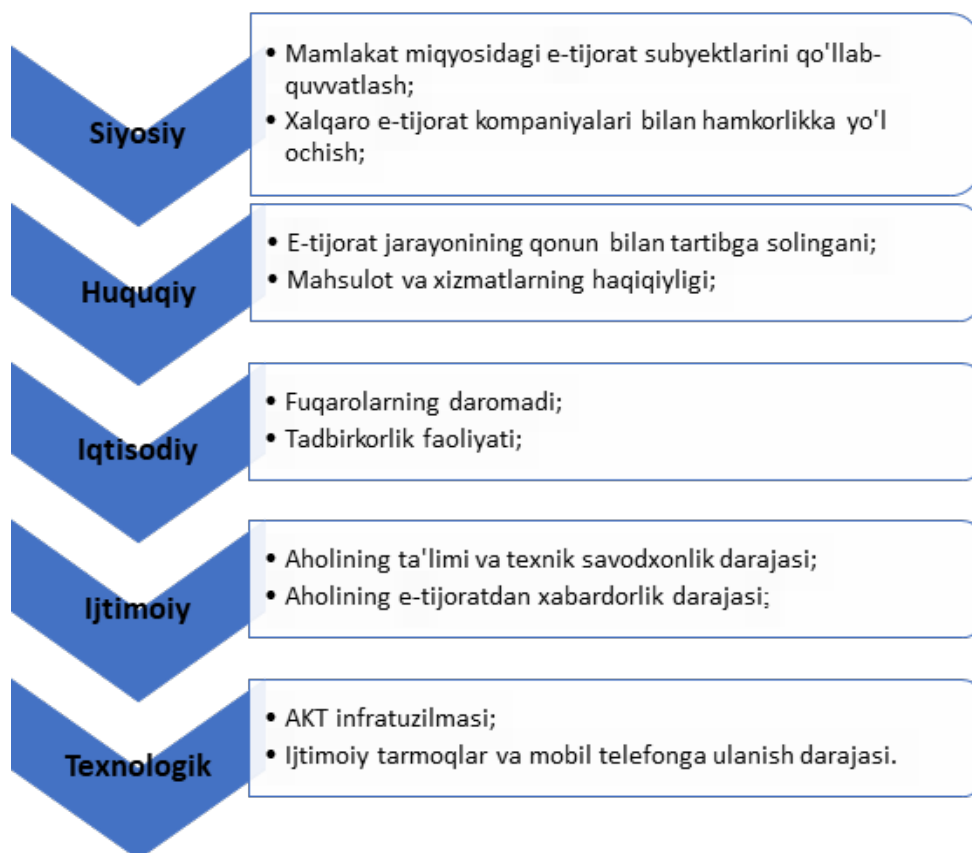
Bugungi kunda internet tarmog'idagi faoliyatni tartibga solish uchun qonunlar, eng avvalo, elektron tijoratni standartlashtirish, uni birlashtirish to'g'risidagi me'yoriy hujjatlar zarurligiga hech kim shubha qilmaydi. Soliq solish va soliqlarni to'liq to'lash masalalari qonunchilik darajasida tartibga solinadi; elektron imzo va bitimlarni uchinchi shaxslar aralashuvidan himoya qilish; iste'molchilar huquqlarini himoya qilish; firibgarlikdan himoya qilish va boshqalar shular jumlasidandir [5].

Biroq elektron tijoratning normativ-huqu-

qiy bazasi takomillashtirilganiga qaramay, aholining elektron tranzaksiyalarga ishonchsizlik ulushi ancha yuqoriligicha qolmoqda. Visa's Everywhere Initiative ma'lumotlariga ko'ra, elektron tranzaksiyalarni amalga oshiruvchi iste'molchilarning 53 foizi to'lov xavfsizligidan xavotirda [17].

Iqtisodiy omillar. Bozorda mavjud iqtisodiy sharoitlar elektron tijorat natijalariga ta'sir qiluvchi kuchlarni tushuntirishga yordam beradi. Iqtisodiy kuchlar inflyatsiya, foiz stavkalari, mehnat va davlat pul-kredit siyosati kabi ishlab chiqarish, tovarlar va xizmatlarga talab darajasiga ta'sir qiluvchi omillardir. Ushbu omillar ishlab chiqarish resurslarining mavjudligi va arzonligini, shuningdek, iste'molchilarning yakuniy mahsulotingizni olish qobiliyatini belgilaydi. Elektron tijorat biznesni avtomatlashtirilgan axborot texnologiyalari ilovalaridan foydalanish orqali amalga oshirishni o'z ichiga oladi. Elektron tijorat faoliyati natijalariga iqtisodiy kuchlar bevosita ta'sir qiladi, bu global pandemiya davrida o'z isbotini topdi [16].

4-rasm. Elektron tijoratga ta'sir etuvchi omillarning tasnifi³



Ijtimoiy omillar. Ijtimoiy-demografik omillarga aholining bilim darajasi va kasbiy tayyor-

garligi; axborot savodxonligi; xodimlarning kasbiy malakasi darajasi; Internetdagi tranzaksiyalarga

³ Ma'lumotlar asosida muallif tomonidan tayyorlandi.

aholining ishonch darajasi; aholining axborotdan foydalanish imkoniyatini oshirish singari ko'rsatkichlar kiradi. Ularning ijobiy ta'siri natijasida yangi axborot-kommunikatsiya texnologiyalari tufayli aholining turli xarakterdagi va maqsadli ma'lumotlarga, shu jumladan, reklama va spamlarga kirish imkoniyati oshadi [18].

Texnologik omillar. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari infratuzilmasi, mobil telefonlariga ulanish, ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish kabilar texnologik omilga kiradi. Olimlar AKTni "yaratish, tarqatish, saqlash, qo'shimcha qiymat yaratish va axborotni boshqarish uchun turli xil texnologik vositalar va resurslar to'plami" – deya ta'rif beradilar. Bugungi kunda elektron tijoratning rivojlanishini AKT sohasidagi inqilob bilan bog'lash mumkin, chunki elektron tijorat AKT taraqqiyotning an'anaviy institutsional asos bilan uyg'unlashuvdir.

Mobil telefonlarining keng tarqalishi va takomillashuvi natijasida elektron tijoratning yana bir ko'rinishi – mobil tijorat (M-tijorat) ommalashib bormoqda. Mos ravishda onlayn do'konlar ham o'zlarining mobil ilovalarini ishga tushirib ommaga taqdim etishmoqda.

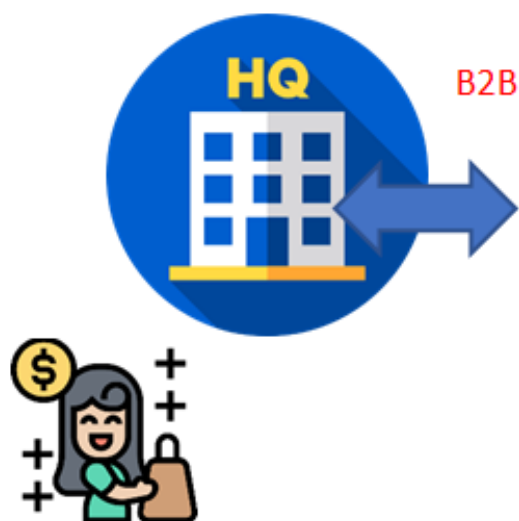
Bugungi kunda ijtimoiy tarmoqlar ham eng ommalashayotgan onlayn platforma hisoblanadi. O'zbekistondagi aksariyat kichik va o'rta onlayn do'konlar ijtimoiy tarmoqlar orqali o'z faoliyatini yuritib kelmoqda. Chunki ijtimoiy tarmoqlar orqali keng auditoriyaga minimal xarajatlar bilan erishish mumkin. Bu esa xususiy veb sayt yoki mobil ilovaga nisbatan qulay va arzonidir.

Geografik omillar. Turli mamlakatlar va ularda elektron tijorat rivojlanishiga ta'sir etuvchi omillarni o'rganar ekanmiz, biz tadqiqotchilar ba'zi mamlakatlarda (sohilbo'yi va yaqin portlar) suv transporti orqali xalqaro tovarlar va savdogarlarning o'tishlari tufayli elektron tijorat rivojlangani o'rtasida ijobiy bog'liqlik borligini aniqlashga erishdik. Masalan, Janubiy Afrika Respublikasining elektron tijoratiga asosan geografik omillar ta'sir ko'rsatadi. Hozirgi kunda bu mamlakat moliyaviy texnologiyalar, elektron to'lov tizimlari va elektron tijorat bo'yicha ko'plab yuqori darajalarni qo'lga kiritdi. Bunda O'zbekiston farqli ravishda ikki karra dengiz yoki suv transporti yo'llariga ega bo'lmagan davlat sifatida, geografik omillar yurtimizda e-tijoratning rivojlanishiga nol yoki salbiy ta'sir ko'rsatishini aytib o'tish joiz.

Tahlil va natijalar. Makroiqtisodiy darajada elektron tijoratning kelib chiqishi tashqi yoki ichki omillar asosida sodir bo'ladi. Masalan, AQShda ichki omillar – ilmiy-texnologik innovatsiyalar elektron tijoratning vujudga kelishiga va dunyoga tarqalishiga olib keldi. O'zbekistonda esa AQShdan farqli ravishda, tashqi omillar – xalqaro savdo aloqalari O'zbekistonda elektron tijoratning kirib kelishini boshlab berdi. Shu ma'noda biz globallashuv va elektron tijoratning rivojlanishi bir-birini to'ldirishga moyilligini ko'ramiz. Ya'ni, elektron tijorat jismoniy do'konlarga ega bo'lmagan holda dunyo bilan xalqaro savdo yo'llarini ochadi, bunga javoban jismoniy do'konlar yoki savdoda odamlarning o'zaro aloqasi bo'lgan mamlakatlar savdoning yangi usulini qo'llashlari kerak. Dunyoga mashhur kompaniyalar o'z mahsulotlarini rivojlanayotgan mamlakatlarda sotish bilan birga yangi texnologiyalarni joriy qilmoqdalar. Geografik omil tranzit mamlakatlarda, bandargohlari bo'lgan mamlakatlarda amaliyotga qo'llash jarayonini tezlashtiradi, lekin O'zbekistonda bu mantiqsiz ta'sir ko'rsatuvchi omil hisoblanadi. O'zbekiston hech qanday suv, daryo yoki okean bilan o'ralgan emas, chunki u ikki marta qulflangan davlatdir. Shuning uchun biz bu omilni 4-rasmga kiritmadik. Chunki u O'zbekistonda elektron tijorat rivojlanishiga ta'sir etuvchi omillarni ko'rsatadi.

O'zbekistonda elektron tijoratning paydo bo'lishi mamlakatimiz boshqa davlatlar bilan savdo sohasida yetakchi bo'lgan davrda tashqi iqtisodiy-siyosiy omillar bilan boshlandi. Keyin ushbu hujjatlarni qonuniylashtirish zarurati paydo bo'ldi, natijada hukumat tomonidan elektron tijorat va naqd pulsiz pul to'g'risidagi qonunlar qabul qilindi. Shunga qaramay, texnologik infratuzilma, mutaxassislarining yetishmasligi va ijtimoiy munosabat dastlab elektron tijoratni joriy qilishni qo'llab-quvvatlamadi – bu elektron tijoratni amalga oshirishni noto'g'ri boshqarish natijasi edi. O'sha paytda xalqaro riteylerlar avvalgidek o'z bizneslarini davom ettirdilar: ular o'z filiallarini ochdilar. Bosh ofis va mahalliy filial o'rtasidagi hamkorlik elektron tijorat edi, ammo mahalliy bo'lim mijozlar bilan an'anaviy hamkorlik qildi. Natijada O'zbekistonda elektron tijoratni rivojlantirishning o'ziga xos modeli vujudga keldi (5-rasm).

Xalqaro korxon



O'zbekistondagi
shahobcha



5-rasm. O'zbekistonda e-tijorat rivojlanishining o'ziga xos modeli

Biroq COVID-19 pandemiyasi O'zbekistondagi chakana biznesni butunlay o'zgartirib yubordi, bu esa an'anaviy chakana savdoning elektron tijoratga tez sur'atlarda o'tishiga olib keldi. O'zbekistondagi chakana sotuvchilar ijtimoiy tarmoqlar, xususan, telegram va instagramda faol ravishda o'z sahifalarini yaratib, mijozlarni jalb qilishga kirishdilar.

Bugungi kunda pandemiyadan keyingi yillarda ko'plab chakana sotuvchilar o'zlarining elektron tijorat bizneslarini qilmoqdalar, ammo ular buni qonuniy asosda qilmayptilar. Yuqori soliqlar, ierarxiya, byurokratiya va ro'yxatga olishning murakkab jarayonlari kabi elektron tijorat rivojlanishiga salbiy ta'sir ko'rsatuvchi omillar tufayli elektron tijorat operatsiyalari B2C emas, balki C2C sifatida amalga oshirib kelinmoqda. Bu esa mamlakatimizda e-tijorat rivojlanishi darajasini baholashda kamchiliklar yo'l qo'yilishiga ham olib keladi.

Xulosa. Ushbu maqolaning maqsadi elektron tijoratning rivojlanishiga ta'sir ko'rsatuvchi omillarni aniqlashdan iborat edi. Tadqiqotimiz davomida rivojlangan va rivojlanayotgan davlatlar misolida empirik tahlillarni va nazariy qarashlarni o'rganib chiqdik. Bu borada izlangan olimlarning ishlarini umumiyashtirib, elektron tijoratning rivojlanishiga turli xil siyosiy, huquqiy, iqtisodiy, ijtimoiy va texnik omillar ta'sir ko'rsatishini tasnifladik. Bu omillar zamon va makon kesimida ahamiyatlilik darajasi turlicha bo'lishini o'rganib chiqqan tadqiqotlarimiz natijalari ko'rsatmoqda.

O'rganilgan omillar asosida aynan O'zbekiston sharoitida e-tijoratning rivojlanishiga ijobiy hamda salbiy ta'sir etgan omillarni ajratib ko'rsatildi. Ma'lumotlar asosida O'zbekistonda e-tijoratning modeli yaratildi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Yuldashev Sh.Q., Usmanova D.Q., Xalikova L.N., German M.V. Elektron tijorat asosalari. O'quv qo'llanma. Samarqand: SamDU nashri, 2021. <http://new.samdu.uz/public/images/ELEKTRON%20TIJORAT%20VA%20BIZNES%20ASOSLAR.pdf>
2. Yakubov U.Q., Azizova M.I., Jumaniyozova M.Yu. "Elektron tijorat" fanidan o'quv-uslubiy majmua. TMI, 2019. <https://tfi.uz/storage/doc-pages/70/original/cbb0552b51750df771d8daf3745c1ae6993d12bf.pdf>
3. Wigand, Rolf. (1997). Electronic Commerce: Definition, Theory, and Context. Inf. Soc. 13. 1-16. 10.1080/019722497129241.
4. Салихова Р.Р. Сущность, факторы и проблемы развития электронной торговли в России. Вестник экономики, права и социологии, 2020, № 2. – Стр. 34–38. <https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-factory-i-problemy-razvitiya-elektronnoy-torgovli-v-rossii/viewer>
5. Рыжкова Г.А. Предпосылки и факторы развития электронной коммерции в Украине. ISSN 2074-5370. Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. 2012. № 1 (5). Том 2 –

Стр. 325–329. <https://econforum.duan.edu.ua/images/PDF/2012/2/46.pdf>

6. Artikov B. Elektron tijoratni rivojlantirishning dolzarb masalalari. Infocom.uz, 2016-yil, <http://uz.infocom.uz/2016/05/26/elektron-tijoratni-rivojlantirishning-dolzarb-masalalari/>

7. Christian Mbayo Kabango, Asa Romeo Asa. “Factors influencing e-commerce development: implications for the developing countries” ISSN 1849-7551 (online) <http://researchleap.com/category/international-journal-of-innovation-and-economic-development-issn-1849-7020-print-issn-1849-7551-online/>

8. Folorunso, Olusegun, Oludare Gabriel, Awe, K. Sushil, and Jeff Zhang. «Factors affecting the adoption of e-commerce: a study in Nigeria». Journal of applied sciences 6.10 (2006): 2224-2230. <https://scialert.net/fulltext/?doi=jas.2006.2224.2230>

9. Rodriguez-Ardura Inma, Antoni Meseguer-Artola, Jordi Vilaseca-Requena. “Factors Influencing the Evolution of Electronic Commerce: An Empirical Analysis in a Developed Market Economy”. J. Theor. appl. electron. commer. res. [online]. 2008, vol.3, n.2, pp.18-29. ISSN 0718-1876. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-18762008000100003>.

10. Karimov F.P. “Factors Influencing E-Commerce Growth: A Comparative Study of Central Asian Transition Economies”, International Journal of E-adoption (IJEa) 3(4) – 2011. DOI: 10.4018/jea.2011100103.

11. Waseem A., Rashid Y., Warraich M.A., Sadiq I., Shaukat Z. “Factors affecting e-commerce potential of any country using multiple regression analysis”. Journal of Internet Banking and Commerce. ISSN: 1204-5357. <https://www.icommercecentral.com/open-access/factors-affecting-ecommerce-potential-of-any-country-using-multiple-regression-analysis.php?aid=87651#1>

12. [http://www.simplynotes.in/e-notes/mbabba/electronic-commerce/factors-affecting-e-commerce-key-drivers-of-e-commerce-forces-fueling-ecommerce/#:~:text=Some%20common%20factors%20are%20political,\(known%20as%20PEST%20analysis\).&text=It%20includes%20the%20role%20of,can%20affect%20e%2Dcommerce%20business.](http://www.simplynotes.in/e-notes/mbabba/electronic-commerce/factors-affecting-e-commerce-key-drivers-of-e-commerce-forces-fueling-ecommerce/#:~:text=Some%20common%20factors%20are%20political,(known%20as%20PEST%20analysis).&text=It%20includes%20the%20role%20of,can%20affect%20e%2Dcommerce%20business.)

13. https://www.wto.org/english/tratop_e/ecom_e/mindec1_e.htm

14. Срымбетова Ж.С. “Факторы, определяющие развитие электронной коммерции”. Журнал: Посткризисные ориентиры социально-экономического и инновационного развития Казахстана – 2010.

15. <https://www.eg-online.ru/article/307775/>

16. <https://smallbusiness.chron.com/economic-forces-affect-ecommerce-organizations-76681.html>

17. Official site of Association of the Russian Banks. – URL: www.arb.ru (дата обращения: 26.07.2016).

18. Кожевина О.В., Трифонов П.В. Анализ факторов, влияющих на стратегию развития сегмента b2b в электронном бизнесе России // Фундаментальные исследования. – 2014. – № 11-12. – С. 2686–2691; URL: <https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=36047> (дата обращения: 27.04.2022).

19. Юрасов А. В., “Основы электронной коммерции”, Горячая линия-Телеком, Москва, 2007 г.

20. Электронная коммерция: краткий курс лекций для студентов II курса специальности (направления подготовки) 38.03.06 Торговое дело / Сост.: Е.Ю. Дужникова, Е.Н. Киселева// ФГБОУ ВО «Саратовский ГАУ». – Саратов, 2016. – 55 с.

21. Маннанова Ш. Г., Ишанходжаева Д. Э. Проблемы развития электронной коммерции в Узбекистане // Экономика и бизнес: теория и практика. 2020. №2-2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-razvitiya-elektronnoy-kommertsii-v-uzbekistane> (дата обращения: 14.06.2022).

22. Ismoilova G., Nabieva F, Umarova, G., Rahmatullaev M.; “Macroeconomic development and factors affecting on it”; International Journal of Scientific and Technology Research, 2020, 9(3), p. 3542–3545.

23. Nabieva F. O., “The Future of Economic Growth – New Economies and the Social Media”, Collection of XXXIV international scientific-technical conference on “Modern Facilities of Communications”, Minsk, Belarus, 2019.

24. Philip Kotler. Gary Armstrong. (15th edition) "Principles of marketing" Pearson, 2014 y. 719p.
25. Ismoilova, Gulnora, et al. «Creating a Robust ICT Base for the Digital Economy.» 2019 International Conference on Information Science and Communications Technologies (ICISCT). IEEE, 2019.
26. Ganievich Karimov N., Abdulkarimovna Khamidova, F., Sherzodovich Saydullaev, S., & Abdurasulovna Parpieva, R. (2021). Digital transformation of the economy as a new challenge to economic security. Paper presented at the ACM International Conference Proceeding Series, 348-355. doi:10.1145/3508072.3508129 Retrieved from www.scopus.com
27. Karimov, N., & Khujanazarova, N. (2021). Digital Economy In Tourism Industry. Paper presented at the ACM International Conference Proceeding Series, 816-819. doi:10.1145/3508072.3508228 Retrieved from www.scopus.com
28. Ismoilova G., Mirkhadja D., Nabieva F.; "The Role of Processing Information in Digital Marketing" 2021 International Conference on Information Science and Communications Technologies: Applications, Trends and Opportunities, ICISCT 2021, 2021.

QISHLOQ XO'JALIGI SAMARADORLIGINI STATISTIK TAHLIL QILISHDA SUN'IY INTELLEKT TEXNOLOGIYALARINI JORIY ETISHDAGI HARAKATLAR

Homidov Hamdam Hasan o'g'li,

O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi huzuridagi Kadrlar malakasini oshirish va statistik tadqiqotlar institutida tayanch doktranti

Ablazov Lazizbek Abdiquosimovich,

O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi huzuridagi Kadrlar malakasini oshirish va statistik tadqiqotlar institutida tayanch doktranti

Annotatsiya

Mamlakatimizda so'nggi yillarda qishloq xo'jaligini isloh qilish, tadbirkorlik subyektlariga ilmiy asoslangan axborot, zamonaviy xizmatlarni ko'rsatish, ilm-fan yutuqlari, resurstejamkor va innovasion texnologiyalarni keng tatbiq etish, qishloq xo'jaligiga mo'ljallangan yerlardan, suv resurslaridan samarali foydalanish va ekinlar holatini nazorat qilishda raqamli axborot tizimlarini joriy etish hamda qishloq xo'jaligi mahsulotlari ishlab chiqaruvchilarni zamonaviy raqamli texnologiyalar bilan ta'minlash borasida muayyan ishlar amalga oshirilmoqda.

O'zbekistonda qishloq xo'jaligi sohasi avvalgidek emasligi, endilikda u ilm-fanga asoslangan, zamonaviy yo'nalishlardan biriga aylanib borayotgani haqida ko'p gapiryapmiz. Chindan ham bugungi qishloq xo'jaligi tizimi bir necha yil avvalgisidan tubdan farq qiladi. Ammo bunga birgina ilg'or texnikalar emas, balki sohani tubdan takomillashtirish, ishlarni tashkil etishda resurstejamkor va eng so'nggi innovasion texnologiyalarni qo'llash evaziga erishilmoqda.

Shuningdek, har bir xalqaro tajriba va innovatsion g'oyalarga asoslanib qishloq xo'jaligida dronlarni qo'llashda innovatsion yoondashuvlarni oshirish yuzasidan xulosa va takliflar o'rin olgan.

Kalit so'zlar

Raqamli qurilmalar, dronlar, yalpi ichki mahsulot dronlari, infraqizil kameralar, "DJI Phantom".

Kirish. Joriy yilda O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Qishloq xo'jaligida bilim va innovatsiyalar tizimi hamda zamonaviy xizmatlar ko'rsatishni yanada rivojlantirish to'g'risida"-gi 2021-yil 3-fevraldagi PF-6159-sonli farmoni hamda O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining "O'zbekiston Respublikasi agrosanoat

majmui va qishloq xo'jaligida raqamlashtirish tizimini rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"-gi 2020-yil 17-dekabrda 794-sonli qarori ushbu sohadagi masalalarni hal etish uchun dasturilamal bo'lib xizmat qilmoqda.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "O'zbekiston Respublikasi qishloq xo'jaligini



РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ВА АХБОРОТ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИ
DIGITAL ECONOMY AND INFORMATION TECHNOLOGY
Илмий электрон журнал | Scientific electronic journal

Мuharrir:
Yaxshiyev H.T.
Musahhah:
Matxo'jayev A.O.
Tehnik muharrir:
Kamilova D.D.


Litsenziya AI: № 2537 08.02.2022 y. Bosishga ruxsat etildi: 18.10.2022.
Qog'oz bichimi: 60x84 1/8. Shartli bosma tabog'i: 12,75.
Adadi: 50 nusxa. № 19/10-2022-sonli buyurtma.


“IMZO PRINT MEDIA GROUP” XK matbaa bo'limida chop etildi.
100050, Toshkent sh., Mirzo Ulug'bek tumani, Mirxosilboy ko'chasi, 55-uy.

TASHKENT STATE UNIVERSITY OF ECONOMICS



+998 71 239-28-94  <http://dgeconomy.tsue.uz/>

 dgeconomy_tdiu@mail.ru, dgeconomy@tsue.uz

 100066, Toshkent shahri, Islom Karimov ko'chasi, 49-uy.