

**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY TA'LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI
NAMANGAN MUHANDISLIK-QURILISH INSTITUTI**

“IQTISODIYOT” KAFEDRASI

SH.IBROGIMOV

RAQAMLI IQTISODIYOT

**FANI BO'YICHA
O'QUV-USLUBIY MAJMUA**

Ma'ruza mashg'uloti uchun



UDK: 1458 (1245/14)

Sh.Ibrogimov **“Raqamli iqtisodiyot”** fani bo'yicha o'quv-uslubiy majmua.
Ma'ruza mashg'uloti uchun. –Namangan: Iqtisodiyot, 2024 yil, 235 bet.



Taqrizchilar:

M.Isakov – NamMQI “Iqtisodiyot” kafedrası dotsenti, i.f.n., dotsent

D.Baymirzayev – NamDU “Menejment” kafedrası mudiri dotsenti, i.f.f.d. PhD.

“Iqtisodiyot” kafedrasining 2024 yil 26 avgustdagi 1-sonli majlisida muhokama qilingan.

O'quv-uslubiy majmua Namangan muhandislik-qurilish instituti o'quv uslubiy Kengashining 2024 yil “___” _____dagi _____-sonli qaroriga muvofiq o'quv jarayoniga tatbiq etish uchun tavsiya etilgan.

Namangan - 2024 yil

O'QUV-USLUBIY MAJMUANING TARKIBIY TUZILISHI

(ma'ruza mashg'uloti uchun)

№	Majmuaning tarkibiy qismlari	betlar
	Majmuaning qisqacha annotatsiyasi.....	4
I.	Fanning me'yoriy-uslubiy ta'minoti.....	6
1.	Fan dasturi.....	6
2.	Fanning prospekti.....	17
3.	Ma'ruza mashg'ulotlari rejasi.....	32
II.	Fanning mazmuni va axborot-resurs ta'minoti.....	44
1.	Mavzular bo'yicha matn annotatsiyasi va oxirgi yangiliklar(<i>Mavzuga oid adabiyotlar, jurnallar va internet tarmog'idan olingan tarqatma materiallar, maqolalar</i>).....	44
III	Fanni o'qitishning interaktiv texnologiyalari.....	201
1.	Qo'llaniladigan pedagogik texnologiyalar sharhi.....	201
2.	Mustaqil ta'limga oid topshiriqlar.....	215
3.	Glossariylar.....	218
4.	Tavsiya etiladigan elektron jurnallar va internet saytlar.....	221



MAJMUANING QISQACHA ANNOTATSIYASI

O'quv-uslubiy majmua – Toshkent davlat iqtisodiyot universitetida bakalavriat ta'lim bosqichlarining o'quv rejalarida aks etgan fanlar bo'yicha professor-o'qituvchining dars jarayoniga o'quv-uslubiy tayyorligini tasdiqlovchi eng muhim mezon, me'yoriy-uslubiy hujjatdir.

Majmuaning asosiy maqsadi – avvalambor fanning o'qituvchisi, xuddi shuningdek talaba uchun, fanni har tomonlama sermazmun, chuqur nazariy, uslubiy va amaliy tarzda etkazish (talaba uchun – o'zlashtirish) uchun yagona o'quv-uslubiy va axborot-resurs manbaini yaratish hisoblanadi.

O'quv-uslubiy majmua Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti bakalavriat ta'lim yo'nalishlari uchun mo'ljallangan bo'lib, u jumladan quyidagi tarkibiy tuzilishga ega:

- *fanning me'yoriy-uslubiy ta'minoti,*
- *fanning mazmuni va axborot-resurs ta'minoti,*
- *fanni o'qitishning interaktiv texnologiyalari,*
- *talabalarning bilimni baholash uslubiyoti,*
- *qo'shimcha elektron ta'lim resurslarini o'z ichiga olgan.*

Ilg'or xorijiy tajriba bilan uzviylik.

Hozirgi davrda raqamli iqtisodiyot va u bilan bog'liq bo'lgan bir qancha samarador texnologiyalar hayotimizga shiddat bilan kirib kelmoqda. Huddi shuning uchun ham davlat va jamiyat taraqqiyotini yanada jadallashtirish maqsadida respublikamiz rahbariyati bir qancha muhim qarorlarni qabul qildi. Masalan, O'zbekiston Respublikasi Prezidenti 2018-yil 28 dekabrda 2019 yil uchun eng muhim ustivor vazifalar haqidagi Oliy Majlisga Murojaatnomasida ham mamlakatimizda raqamli iqtisodning rivojlanishi bo'yicha quyidagilarni aytib o'tdi:

“Iqtisodiyotning barcha sohalarini raqamli texnologiyalar asosida yangilanishini ko'zda tutadigan “Raqamli iqtisodiyot milliy kontseptsitasi”ni ishlab chiqishimiz kerak. SHu asosda “Raqamli O'zbekiston-2030” dasturini hayotga tadbiq etishimiz zarur. Raqamli iqtisodiyot yalpi ichki mahsulotni kamida 30 foizga o'stirish, korrupsiyani keskin kamaytirish imkonini beradi. Nufuzli halqaro tashkilotlar o'tkazgan tahlillar ham buni tasdiqlamoqda. SHuning uchun Hukumatga ikki oy muddatda raqamli iqtisodiyotga o'tish bo'yicha “yo'l haritasi”ni ishlab chiqish topshiriladi. Bu borada axborot xavfsizligini ta'minlashga alohida e'tibor qaratish zarur”¹.

Bundan tashqari, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 19 fevraldagi PF-5349 sonli “Axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalari sohasini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida”gi Farmonini² ijro etish borasida, shuningdek, respublikamizda raqamli iqtisodiyotni davlat boshqaruv tizimida zamonaviy axborot texnologiyalarni jadal rivojlantirish bo'yicha sharoitlar yaratish, shuningdek, axborot xavfsizligini ta'minlash maqsadida Vazirlar Mahkamasi 2018-yil 31 avgustda raqamli iqtisodiyotning maqsad va vazifalarini belgilab beradigan “O'zbekiston Respublikasida raqamli iqtisodiyotni joriy qilish

¹ O'zbekiston Respublikasi Prezidenti 2018 yil 28 dekabrda 2019 yil uchun eng muhim ustivor vazifalar haqidagi Oliy Majlisga Murojaatnomasi

² O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 19 fevraldagi PF-5349 sonli “Axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalari sohasini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida”gi Farmoni

va yanada rivojlantirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida" qaror qabul qildi, hamda O'zbekiston Respublikasi Prezidentining PQ-3832 2018-yil 3-iyuldagi "O'zbekiston Respublikasida raqamli iqtisodni rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi qarorlarini ham shu tadbirlar jumlasiga kiritish mumkin. Ushbu qaror bo'yicha quyidagilar raqamli iqtisodiyotni yanada rivojlantirish bo'yicha eng muhim vazifalar deb ko'rsatilgan:

- Investitsiya va tadbirkorlikni diversifikatsiya qilish uchun kriptoaktivlar aylanmasi sohasidagi faoliyatni, jumladan, mayining, smartkontrakt, konsalting, emissiya, ayriboshlash, saqlash, taqsimlash, boshqarish, sug'urtalash, kraud-funding (jamoaviy moliyalashtirish), shuningdek, blokcheyn texnologiyalarni joriy etish va rivojlantirish.

- Blokcheyn texnologiyalarni ishlab chiqarish va ulardan foydalanish sohasida amaliy ish ko'nikmalariga ega bo'lgan malakali kadrlarni tayyorlash.

- Raqamli iqtisodiyotni yanada rivojlantirish uchun innovatsion g'oyalar, texnologiyalar va ishlanmalarni joriy etish sohasida davlat organlari va tadbirkorlik subyektlarining yaqin hamkorligini ta'minlash.

Majmuani takomillashtirish masalalari.

Elektron o'quv-uslubiy majmua o'quv yili mobaynida xalqaro va milliy iqtisodiyot tizimidagi o'zgarishlar va tendentsiyalar, yangi qabul qilingan qonunlar, farmonlar va qarorlarni, xorijda va respublikada chop etilgan yangi o'quv va ilmiy adabiyotlarni, fan-texnika va texnologiya borasida erishilgan yangi yutuqlarni hisobga olgan holda muntazam takomillashtirilib boriladi.

"Raqamli iqtisodiyot" fani o'z ichiga quyidagi vazifalarni oladi:

- **birinchidan**, raqamli iqtisodiyot to'g'risida zarur tushunchalarni hosil qilish va mamlakatimizda raqamli iqtisodiyot faoliyati va uni rivojlantirishning o'ziga xos xususiyatlarini o'rganish;

- **ikkinchidan**, elektron hujjat aylanishi va elektron muhit to'g'risida umumiy tushuncha hosil qilish va yirik ishlab chiqaruvchi korxonalarga investitsiyalarni jalb qilish yo'llari va usullarini bilish;

- **uchinchidan**, elektron hukumat va raqamlashtirish faoliyat samaradorligini aniqlash va istiqboldagi vaziyatni baholashni amalga oshirish;

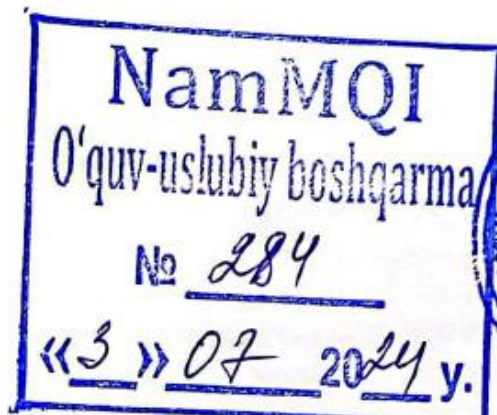
- **to'rtinchidan**, investorlar va ishlab chiqaruvchilar o'rtasida vujudga kelishi mumkin bo'lgan turli vaziyatlarni mantiqiy evristik va iqtisodiy matematik modellar orqali tahlil qilish va istiqbollashni amalga oshirishni;

Shuningdek, "Raqamli iqtisodiyot" fani fundamental fanlardan biri bo'lib, boshqa iqtisodiy fanlarni chuqur o'rganishda asos bo'lib xizmat qiladi.

FAN DASTURI

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIIY TA'LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI

NAMANGAN MUHANDISLIK-QURILISH INSTITUTI



“Tasdiqlayman”

Namangan muhandislik-
qurilish instituti rektori

Sh.T.Ergashev

2024 yil «3» «07»

RAQAMLI IQTISODIYOT
FANINING O'QUV DASTURI

Bilim sohalari: 300 000 - Ijtimoiy fanlar, jurnalistika va axborot

Ta'lim sohalari: 310 000 - Ijtimoiy va xulq atvorga mansub fanlar

Ta'lim yo'nalishlari: 60310100 - Iqtisodiyot
(tarmoqlar va sohalar bo'yicha)

Namangan-2024

Fan/modul' kodi DIGECO6		O'quv yili 2024-2025	Semestr 4	Kreditlar 6	
Fan/modul' turi Majburiy fanlar		Ta'lim turi O'zbek		Haftadagi dars soatlari 6	
1.	Fanning nomi		Auditoriya mashg'ulotlari (soat)	Mustaqil Ta'lim (soat)	Jami yuklama (soat)
	Raqamli iqtisodiyot		90 (44 m / 46 a)	90	180
2.	I. Fanning mazmuni Fanning maqsadi – talabalarga raqamli iqtisodiyotning biznes va ijtimoiy sohadagi o'rni va ahamiyatini o'rgatish, biznes jarayonlarini raqamlashtirish, biznes modellari, elektron tijorat, blokcheyn texnologiyalarni qo'llash bo'yicha yo'nalish profiliga mos bilim, ko'nikma va malakalarni shakllantirishdir. Fanning vazifasi - talabalarga makro hamda tarmoqlar darajasida turli iqtisodiy vaziyatlarni tahlil qilishning asosiy yondashuvlari, raqamli iqtisodiyotning texnologik, holatliy, tashkiliy-huquqiy hamda institutsional xususiyatlarini inobatga olgan holda vaziyatlarni to'g'ri modellashtirish, raqamli iqtisodiyot infratuzilmasini tashkil etish, blokcheyn texnologiyalarning mohiyatini anglab etish, global axborot resurs bazalaridan samarali foydalanish, davlat-xususiy sheriklik shartlarida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish, axborot xavfsizligi muammolarini aniqlash, elektron biznes jarayonlarini samarali tashkil etish, elektron tijorat modellaridan samarali foydalanish yuzasidan samarali qarorlar qabul qilishni o'rgatishdan iboratdir. Fanning asosiy vazifalari quyidagilarni o'z ichiga oladi: ➤ Raqamli iqtisodiyotning texnologik, holatliy, tashkiliy-huquqiy hamda institutsional xususiyatlarini inobatga olgan holda vaziyatlarni to'g'ri modellashtirish; ➤ Raqamli iqtisodiyot infratuzilmasini tashkil etish; ➤ Davlat-xususiy sheriklik shartlarida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish; ➤ Elektron tijorat modellaridan samarali foydalanish yuzasidan samarali qarorlar qabul qilishni o'rgatish; ➤ Blokcheyn texnologiyalarning mohiyatini anglab etish;				

II. Asosiy nazariy qism (ma'ruza mashg'ulotlari)

II.I. Fanning tarkibiga quyidagi mavzular kiradi:

1-mavzu. "Raqamli iqtisodiyot" faniga kirish

Axborotlashtirish jamiyatining rivojlanish asoslari. Axborot texnologiyalarini rivojlantirishning iqtisodiy qonunlari. Raqamli iqtisodiyotning xususiyatlari. Raqamli iqtisodiyot tushunchasi. Innovatsion g'oyalar, yuqori texnologiyalarni ishlab chiqarishga, jamiyat hayotiga izchil tatbiq etish. Raqamli iqtisodiyot va iqtisodiy o'sish.

2-mavzu. Raqamli iqtisodiyot: elektron biznesni boshqarish asoslari

Elektron biznesning mohiyati va rivojlanish xususiyatlari. Tarmoqli (setevaya) iqtisodiyot. Innovatsion texnologiyalarning raqamli iqtisodiyotni shakllantirishdagi o'rni. Raqamli iqtisodiyot belgilari. Mamlakatlar bo'yicha Yalpi ichki mahsulot (YaIM) tarkibi. Internet tarmog'ida biznesning yaratilish xususiyatlari. M2M texnologiyasi - Internet ashyolari asosi sifatida. Internet ashyolarining muammolari va rivojlantirish istiqbollari. Raqamli iqtisodiyotning ekotizimi. Raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish istiqbollari. Jamiyatni raqamlashtirish muammolari. O'zbekistonda raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish xususiyatlari, huquqiy asoslari.

3-mavzu. Elektron savdo (internet savdo) ning rivojlanish xususiyatlari

Elektron tijorat (e-commerce) va elektron savdo (e-trade) xususiy belgilar va farqlar. Mobil tijorat (m-commerce). Raqamli iqtisodiyotning biznesga ta'siri: imkoniyatlar va xavf-xatarlar. Elektron biznes modellari. Bozor tizimi. Axborotlashgan bozor ishtirokchilariga raqamli iqtisodiyotning ta'siri. Virtual olam, "nozik mizoj", bulutli texnologiyalar xususiyatlari. Elektron biznes va elektron tijorat bozoridagi eng qimmatbaho bitimlar hamda startaplar.

4-mavzu. Iqtisodiyotni raqamlashtirish ko'rsatkichlari

Raqamli iqtisodiyot indikatorlari, ularning xususiyatlari. Digital Economy and Society Index (DESI), Networked Readiness Index (NRI), Digital Evolution Index (DEI), IMD World Digital Competitiveness (MDC), raqamli rivojlantirish bo'yicha boshqa ko'rsatkichlar.

5-mavzu. Raqamli iqtisodiyotda biznesni boshqarishning xususiyatlari

Raqamli iqtisodiyot texnika va texnologiyalarining xususiyatlari. Kelajak texnologiyalari, Raqamlashtirish oqibatlari. Katta ma'lumotlar (Big data) va analitika, ma'lumotlar bazasini tashkil qilish mexanizmi. Big data – qo'llanish sohalari. Bulutli texnologiyalar: imkoniyatlar va kamchiliklar. Biznesning ochiqqligi va hamkorlik xususiyatlari. Raqamli kompaniya strategiyalari.

6-mavzu. Mobil texnologiyalar

Raqamli iqtisodiyotda mobil texnologiyalar. Mobil qurilmalar bozori tahlili. O'zbekiston bozoriga mobil qurilmalarning kirib kelish va rivojlanish bosqichlari. Smartfon va mobil telefonlar bozorining rivojlanish dinamikasi. Korporativ tarmoqqa mobil texnologiyalarning kirib kelish xususiyatlari. Mobil texnologiyalarni joriy qilish modellari. Mobil texnologiyalar va biznesning raqamli transformatsiyasi.

7-mavzu. Neyrotexnologiyalar va sun'iy intellekt

Sun'iy intellektning rivojlanish tarixi. Sun'iy intellekt bilan smart-media vositalari o'rtasidagi bog'liqlik. Intellektual tizimning strukturasi. Neyrotarmoqning xususiyatlari. Sun'iy neyron tarmog'ining ishi. Neyrotarmoq - meditsina, psixologiya, neyrofiziologiya, injeneriya bilan bog'liqligi. Intellektual axborot tizimlarining sinflanishi. Kommunikativ qobiliyatni rivojlantirish – intellektual interfeys, murakkab, qiyin formallashuvchi masalalarni echish – ekspert tizimlari, rivojlanish va mustaqil o'rganish qobiliyati – mustaqil o'rganuvchi tizimlar. Sun'iy intellekt bozori o'zgarishlari. Cun'iy intellekt - iqtisodiyotni innovatsion rivojlantirish omili sifatida. Mamlakatning rivojlanishida intellektual kapitalning o'rni. Intellektual resurslardan samarali foydalanish mexanizmlari. Sun'iy intellektning rivojlanishi: ijobiy va salbiy jihatlari.

8-mavzu. Biznesda fikrlash dizayni

Biznes jarayonlarini boshqarishda fikrlash - dizaynning xususiyatlari. Fikrlash dizayni - foydalanuvchiga yo'naltirilgan mahsulot, servis va xizmatlar ishlab chiqishdir. Fikrlash dizayni - doimo birinchi o'ringa foydalanuvchi so'rovlarini qo'yadi va faqat shundan keyingina texnik amalga oshirish imkoniyatlari va iqtisodiy imkoniyatlarga e'tibor qaratiladi. Fikrlash dizayni bosqichlari. Empatiya - insonga yo'naltirilgan dizayn-jarayoni markazi. Biznes jarayonida fokuslashtirish. G'oyalar ishlab chiqish. G'oyani tanlash. Prototiplash – to'g'ri echim topish uchun yordam beradigan iteratsion maketlar yaratish. Test o'tkazish – yaratilgan prototiplar haqida teskari aloqa olish.

9-mavzu. Virtual va to'ldirilgan reallik texnologiyalari

Virtual va to'ldirilgan reallik texnologiyalarining mohiyati. To'ldirilgan reallik-AR (*augmented reality, AR*) texnologiyalar o'bekt to'g'risidagi ma'lumotlarni to'ldirish, qabul qilishga yordam beruvchi sensor qurilmalar sifatida. VR (*virtual reality, VR, sun'iy reallik*) virtual reallik – texnik vositalar yordamida ob'ekt to'g'risidagi ma'lumotlarni yaratish, insonlarga ularning tasavvurlari orqali etkazish usuli. AR/VR texnologiyalarni rivojlantirish muammolari. AR/VR texnologiyalari jahon bozori xususiyatlari.

10-mavzu. Innovatsion biznesda robot texnikalaridan samarali foydalanish

Biznesda robot texnikalaridan samarali foydalanishning tarixi. Robototexnika turlari. Ilm-fan va texnika yutuqlari asosida yaratilayotgan zamonaviy robotlar. Xalqaro Robototexnika Federatsiyasi (IFR) va uning vazifalari. Mamlakatlar sanoatidagi robotlashganlik darajasining tahlili. Jahon robototexnika bozori tahlili. Robototexnikaning asosiy trendlari.

11-mavzu. Elektron biznes modellari

Tovarlar va xizmatlar bozorining globallashuvi. Avlodlar nazariyasi. Birgalikda iste'mol (*Sharing economy*). Kelajak avlodlari (Kelajak avlodlari (*Generation NEXT*)) xususiyatlari va amalga oshirish imkoniyatlari. Axborot texnologiyalari rivojlanishi natijasida an'anaviy biznes modellarining o'zgarishi. Elektron biznes va elektron tijoratni boshqarishning tashkiliy strukturasi. Elektron tijoratda buy-side hamda sell-side tizimi. CRM - texnologiyalarning qo'llanilishi va xususiyatlari. Elektron tranzaktsiyalarni amalga oshirishda etkazib berish zanjirlarini boshqarish. Tashkilotni boshqarishda funksional-madqsadli model. Internet tarmog'ida biznes bilan shug'ullanuvchi kompaniyalar klassifikatsiyasi. Elektron biznesda narx strategiyalari. Kraudfanding (*crowdfunding*) - kompaniyani kapitallashtirish texnologiyasi sifatida. Elektron biznes samaradorligining asosiy ko'rsatkichlari.

12-mavzu. Biznesda kraudsorsing va kraudfanding yangi imkoniyatlari

Biznesda kraudsorsing va kraudfanding nazariy-uslubiy asoslari. Zamonaviy kompaniyalar biznes modelida kraudsorsing va kraudfanding texnologiyalarining xususiyati. Tijorat va ijtimoiy kraudsorsing xususiyatlari. Innovatsiyalar kraudsorsingi. Kraudsorsing asosida Internet xarajatlarini kamaytirish imkoniyatlari. Kouz nazariyasi. Kraudsorsing asosida innovatsion marketing elementlaridan samarali foydalanish. Kraudsorsing tovar/xizmatiga

qo'shimcha talabni shakllantirish. Kraud-loyihalarni amalga oshirishda vujudga keladigan risk va to'siqlar.

13-mavzu. Zamonaviy elektron tijorat bozori xususiyatlari

Elektron tijoratning rivojlanish tarixi, texnologiyalarning elektron tijorat rivojiga ta'siri. Mamlakatlar YaIMda elektron tijoratning ulushi. Yangi bozorlarning shakllanishida elektron tijorat texnologiyalarining ta'siri. Xalqaro elektron tijorat ishtirokchilari. Elektron xizmatlar va raqamli mahsulotlar bozorining xususiyatlari. Xerfindal – Xirshman indeksi. Internet-magazin, elektron to'lovlar, internet banking i kriptovalyuta. Elektron reklamaning samaradorligini baholash. O'zbekistonda elektron tijoratning rivojlanish xususiyatlari.

14-mavzu. Elektron tijorat modellari

Biznes modellashtirishga bo'lgan turli yondashuvlar mohiyati. Biznes-modelni tuzish va ularning klassifikatsiyasi. E-tijorat modelini tuzish xususiyatlari (V2V, V2S, V2G, S2S va boshqalar). Elektron-magazinlarni tashkil etish biznes modeli. Elektron tijoratni rivojlantirish omillari. Elektron tijoratda risklar. Ijtimoiy tarmoqlarda biznes modellar. O'zbekistonda elektron tijorat modellarini rivojlanish yo'nalishlari.

15-mavzu. Elektron hukumat va xizmatlar sohasini raqamlashtirish xususiyatlari

Elektron hukumat to'g'risidagi qonun mazmun mohiyati. O'zbekiston 2030 yilgacha BMTning Elektron hukumatni rivojlantirish indeksi va Butunjahon bankining Tadbirkorlikni yuritish indeksida 30ta eng rivojlangan mamlakatlar safiga kirishi borasida amalga oshirilayotgan chora-tadbirlar. Elektron hukumatning asosiy vazifalari va uning dolzarbligi. O'zbekiston Respublikasining yagona axborot maydonini yaratish. Davlat axborot resurslarini shakllantirish, axborot tizimlarini yaratish va rivojlantirish, ularning muvofiqligi va o'zaro hamkorligini ta'minlash. Davlat organlari faoliyati samaradorligi, tezkorligi va shaffofligini ta'minlashda elektron hukumatning o'rni. Aholi va tadbirkorlik sub'ektlari bilan o'zaro munosabatlarni amalga oshirishda elektron hujjat aylanishi. Davlat organlarining o'zaro hamkorligi va ularning ma'lumotlar bazalari o'rtasida axborot almashinuvi mexanizmlarini shakllantirish hisobiga davlat boshqaruv tizimida «bir darcha» tamoyilini joriy etish. Yagona interaktiv davlat xizmatlari portali (YaIDXP). BMTning AKTdan foydalanish samaradorligini baholaydigan indeksi (E-Participation Index). O'zbekistonda ochiq ma'lumotlar portali.

16-mavzu. Elektron ta'lim platformalarini rivojlantirish

Elektron ta'lim bozorining rivojlanishi va ta'lim platformalarining turlari. O'zbekistonda elektron ta'limni rivojlantirish yo'nalishlari. Raqamli ta'lim muassasasi kontsepsiyasi. Ta'lim xizmatlari eksportini tashkil etish. Vebinar va video konferentsiyalar tashkil etish. Masofaviy ta'limni rivojlantirish yo'llari. Ta'lim sohasini raqamlashtirishning muammolari va ularni hal qilish yo'llari.

17-mavzu. Sanoatda raqamli texnologiyalardan samarali foydalanish.

“Sanoat-4,0” kontsepsiyasi

“Sanoat-4,0” kontsepsiyasining mohiyati va rivojlanishi. Sanoatda raqamli texnologiyalarni qo'llash xususiyatlari. Sharing economy – hamkorlikda iste'molning yangi modeli. Blokcheyn texnologiyalar. Ishlab chiqarish jarayonini rejalashtirish. Korxona xodimlarini boshqarishni raqamlashtirish. Xarajatlarni boshqarishni raqamlashtirish. Sotishni va mijozlar bilan aloqalarni boshqarishni raqamlashtirish. Korxonada loyihalarni boshqarishni raqamlashtirish. Korxonaning debitorlik qarzlarni boshqarish tizimini raqamlashtirish. Tovarining hayot davrini boshqarish jarayonini raqamlashtirish. Sanoat sohasini raqamlashtirishning muammolari va ularni hal qilish yo'llari.

18-mavzu. Raqamli marketing

Raqamli marketing asoslari va 4R kontsepsiyasi. Raqamli marketingning an'anaviy marketingdan ustunlik tomonlari. Iste'molchi va biznes sektorlari o'rtasidagi hamkorlik munosabatlari. Marketing media vositalari. Samarali veb-tarmoqlarni yaratishdan va ulardan samarali foydalanish. Raqamli marketingda bozorni segmentlash. Elektron reklama transformatsiyasi. Reklamaga qilinadigan xarajatlar va daromadlar. Elektron reklamani joylashtirishning narx modellari. Raqamli marketing samaradorligini baholash ko'rsatkichlari. Internet tarmog'ida marketing tadqiqotlari. Internet tarmog'ida iste'molchilar xulq-atvorini o'rganish. Mijozlar bilan o'zaro munosabatlarni boshqarish tizimi (SRM texnologiyalar). Raqamli marketing strategiyalari. O'zbekistonda raqamli marketingni rivojlantirish imkoniyatlari va muammolari.

19-mavzu. E-brending

Brending - mohiyati va asosiy xususiyatlari. E-brendingning asosiy xususiyatlari. Branding texnologiyasi doimiy mijozlarning tovar yoki xizmatga bo'lgan qiziqishlarini yanada oshirishga qaratilgan. Qidiruv tizimlari, kontent reklamalar, internet – PR, onlayn–video, e-mail-marketing, audio reklama va boshqalar. E-brending strategiyalari. Kommunikatsiya texnologiyalarini

qo'llash hisobiga raqiblardan ustunlikka erishish strategiyasi. Iste'molchi bilan bevosita muloqotga kirishadigan virtual tizimlar yaratish va xizmat ko'rsatish sifatini yaxshilash strategiyasi. Brendni internetda reklama qilish strategiyasi. Internet-branding – kompaniya bozorda o'z hissasini online savdo hisobiga oshirishi strategiyasi. Bolalar brandingi xususiyatlari. Brendni mustahkamlash, qayta pozitsiyalash, mavjud brendni qimmatlashtirish strategiyalari.

20-mavzu. Iqtisodiyotning ayrim tarmoq va sohalarida elektron biznesni amalga oshirish

Ishlab chiqarish sohasini raqamlashtirishning asosiy ustunliklari. Xalq iste'moli tovarlari ishlab chiqarishda raqamli biznesni amalga oshirish imkoniyatlari. Agrar sohani raqamlashtirishning xususiyatlari. Xizmatlar ko'rsatishni raqamlashtirish. E-bank tizimini rivojlantirish. Raqamli moliya tizimi, moliyaviy aktivlar. E-logistikaning xususiyatlari. Turizm xizmatlari sohasini raqamlashtirishning dolzarb masalalari. O'zbekistonda "Aqlli shahar kontsepsiyasi"ning rivojlanishi.

21-mavzu. Elektron biznes va elektron tijoratni boshqarish muammolari

Axborot xavfsizligini ta'minlashning muammolari. Raqamli xavfsizlik masalalari va uni ta'minlash yo'llari. Internet tarmog'idagi firibgarlik turlari va ularni aniqlash yo'llari. Elektron pochta orqali firibgarlik. Spamlar. Axborotlarni o'g'irlash, kiber-hujumlar. G'irrom raqobat. Raqobat razvedkasi xususiyatlari. Sanoat josusligi. Shaxsiy ma'lumotlarni himoya qilish. Intellektual mulk ob'ektlarini himoya qilish tizimi. Internet tarmog'idagi firibgarlik muammolarini hal qilish yo'llari.

22-mavzu. Elektron xizmatlar sifatini boshqarish

Elektron biznes bozorining rivojlanish trendlari. Rivojlangan mamlakatlarda elektron biznesning holati tahlili. Raqamli xizmatlar xususiyati. Korxona va tashkilotlarda elektron xizmatlar ko'rsatishning afzalligi va kamchiliklari. Elektron xizmatlar va ularning sifati o'rtasidagi korrelyatsion bog'liqlik. Elektron xizmatlar klassifikatsiyasi. Elektron xizmatlarning sifat darajasini ta'minlash muammolari. Elektron xizmatlar sifatini o'lchash va baholash usullari. Raqamli xizmatlar sifatini boshqarishda tizimli tahlildan foydalanish. Raqamli xizmatlar sifatini ta'minlashda xalqaro standart talablari (E-SQI). O'zbekistonda elektron xizmatlar sifatini ta'minlashning asosiy yo'nalishlari.

23-mavzu. Shaxsiy elektron biznesni yaratish

Shaxsiy elektron biznesni yaratish bosqichlari. Shaxsiy biznesni boshlash yo'lidagi faoliyat ketma-ketligi. Yangi mahsulot yoki xizmatlar uchun g'oyalarni izlash va ularni tanlash imkoniyatlari. Startap loyihalari. Bozorni pozitsiyalash asoslari. Investitsiya va moliyalashtirish manbalarini tanlash. Venchur investitsiyalarning xususiyatlari. Shaxsiy elektron biznesni rivojlantirish strategiyalari. Risklarni boshqarish.

III. Amaliy mashg'ulotlari bo'yicha ko'rsatma va tavsiyalar

Amaliy mashg'ulotlar uchun quydagi mavzular tavsiya etiladi:

1. "Raqamli iqtisodiyot" faniga kirish
2. Raqamli iqtisodiyot: elektron biznesni boshqarish asoslari
3. Elektron savdo (Internet savdo) ning rivojlanish xususiyatlari
4. Iqtisodiyotni raqamlashtirish ko'rsatkichlari
5. Raqamli iqtisodiyotda biznesni boshqarishning xususiyatlari
6. Mobil texnologiyalar
7. Neyrotexnologiyalar va sun'iy intellekt
8. Biznesda fikrlash dizayni
9. Virtual va to'ldirilgan reallik texnologiyalari
10. Innovatsion biznesda robot texnikalaridan samarali foydalanish
11. Elektron biznes modellari
12. Biznesda kraudsorsing va kraudfanding yangi imkoniyatlari
13. Zamonaviy elektron tijorat bozori xususiyatlari
14. Elektron tijorat modellari
15. Elektron hukumat va xizmatlar sohasini raqamlashtirish xususiyatlari
16. Elektron ta'lim plotformalarini rivojlantirish
17. Sanoatda raqamli texnologiyalardan samarali foydalanish. "Sanoat-4,0" kontseptsiyasi
18. Raqamli marketing
19. E-brending
20. Iqtisodiyotning ayrim tarmoq va sohalarida elektron biznesni amalga oshirish xususiyatlari
21. Elektron biznes va elektron tijoratni boshqarish muammolari
22. Elektron xizmatlar sifatini boshqarish
23. Shaxsiy elektron biznesni yaratish

Amaliy mashg'ulotlar mul'timedia qurilmalari bilan jihozlangan auditoriyada bir akademik guruhga bir professor-o'qituvchi tomonidan

	o'tkazilishi zarur. Mashg'ulotlar faol va interfaktiv usullar yordamida o'tilishi, mos ravishda munosib pedagogic va axborot texnologiyalardan qo'llanilishi maqsadga muvofiq. IV. Mustaqil ta'lim va mustaqil ishlar Mustaqil ta'lim uchun tavsiya etilgan mavzular: 1. Innovatsion biznesda robot texnikalaridan samarali foydalanish. Zamonaviy elektron tijorat bozori xususiyatlari 2. Sanoatda raqamli texnologiyalardan samarali foydalanish. "Sanoat-4,0" kontseptsiyasi 3. Iqtisodiyotning ayrim tarmoq va sohalarida elektron biznesni amalga oshirish Mustaqil o'zlashtiriladigan mavzular bo'yicha talabalar tomonidan loyha ishi, esse, tezis yoki ilmiy maqola yozish, referatlar tayyorlash va uni taqdimot qilish tavsiya etiladi.
3.	V. Ta'lim natijalari / Kasbiy kompetensiyalari Fanni o'zlashtirish natijasida talaba: • zamonaviy bozor iqtisodiyotining ishlashi va rivojlanishining nazariy asoslarini; talab va taklif modeli asosida taqchil resurslarning taqsimlanish mexanizmini; raqobatlashgan va raqobatlashmagan bozorlarning asosiy xususiyatlari va firmalarning ushbu bozordagi harakat qilish qoidalari haqida <i>tasavvur va bilimga ega bo'lishi</i>; • talaba bozordagi talab va taklif to'g'risidagi statistik ma'lumotlar asosida bozorni tahlil qilish va xulosalar chiqarish; statistik ma'lumotlar asosida talab va taklif funksiyalarini tuzish va ular asosida bozordagi holatni tahlil va prognoz qilish bo'yicha <i>ko'nikmalariga ega bo'lishi</i>; • talaba bozor iqtisodiyotini ishlash va rivojlanish mexanizmi to'g'risida; taqchil resurslarni taqsimlanish tamoyillari to'g'risida; talab va taklif asoslari to'g'risida; raqobatlashgan va raqobatlashmagan bozorlar to'g'risida aniq <i>malakalariga ega bo'lishi kerak</i>.
4.	VI. Ta'lim texnologiyalari va metodlari: • ma'ruzalar; • real vaziyatga asoslangan amaliy ishlarni bajarish; • esse, tezis va maqola yozish; • vaziyatli topshiriqlarni (keys-stadi) echish; • jarayonli – yo'naltirilgan ta'lim; • muhokamalarda ishtirok etish;

	• kichik guruhlarda ishlash; • loyiha ishi bajarish; • mustaqil ishlarni bajarish; • taqdimot tayyorlash; • turli darajadagi testlarni echish; • so‘rov o‘tkazish.
5.	VII. Kreditlarni olish uchun talablar: Fanga oid nazariy va uslubiy tushunchalarni to‘la o‘zlashtirish, tahlil natijalarini to‘g‘ri aks ettira olish, o‘rganilayotgan jarayonlar haqida mustaqil mushohada yuritish va nazorat uchun berilgan vazifa va topshiriqlarni bajarish, yakuniy nazorat bo‘yicha test sinovini topshirish.
6.	Asosiy adabiyotlar 1. Ayupov R.X., Asraev U.M. Kraudsorsing va kraudfundingning raqamli iqtisodiyot uchun yaratadigan imkoniyatlari. Iqtisodiyotning tarmoqlarini innovatsion rivojlanishida AKT ning ahamiyati, Respublika ilmiy-texnik anjumanining ma’ruzalar to’plami, 3-qism, 2019 yil. 14-15 mart, 398-399 betlar. 2. Ayupov R.X., Qurbonov Z.M. Raqamli iqtisodiyotning davlat boshqaruvida yuzaga keladigan ijobiy va salbiy tomonlari. “Davlat boshqaruvida raqamlashtirish: muammo va yechimlar” mavzuidagi respublika ilmiy-amaliy konferentsiyasi materiallari to’plami. 2019 yil 12 aprel, 43-44 betlar. 3. Ayupov R.X. O‘zbekistonda raqamli iqtisodiyot rivojlanishining asosiy yo‘nalishlari. “Молия” илмий журналі, Т.: ТМІ, №4-сентябрь, 2019, 25-35 бетлар. 4. Roger Wattenhofer. The Science of the Blockchain. 2016, 124 pages. 5. Jeremy Clark. Bitcoin, blockchain, cryptocurrency, cryptology (A detailed and technical study of Bitcoin, blockchain, cryptocurrency, and cryptology); 499 стр. 2016 Qo‘shimcha adabiyotlar 6. Mirziyoev Sh.M. Erkin va farovon, demokratik O‘zbekiston davlatini birgalikda barpo etamiz. – T.: O‘zbekiston, 2016. - 56 b. 7. Mirziyoev Sh.M. Qonun ustuvorligi va inson manfaatlarini ta’minlash – yurt taraqqiyoti va xalq farovonligining garovi. – T.: O‘zbekiston, 2017. - 48 b 8. Mirziyoev Sh.M. Buyuk kelajagimizni mard va olijanob xalqimiz bilan birga quramiz. – T.: O‘zbekiston, 2017. – 488 b.

	9. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 7 fevraldagi PF-4947-sonli "O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha harakatlar strategiyasi to'g'risida"gi Farmoni. www.lex.uz. 10. Jumaev T. Ekologiya iqtisodiyoti: nazariya va amaliyot. Monografiya. – T., 2014.-240 bet. 11. Jumayev T., Juraev T.I., Yadgarov A.A., Ismailova G.T. Ekologiya. O'quv qo'llanma.–T.: Iqtisodiyot, 2018-y.-218 bet. 12. G.A.Alimova, A.A.Yadgarov, L.Sh.Egamberdieva, A.A.Kazakov. Ekologiya. Darslik.– T.: 2020-y. -250 bet. 13. Jumaev T. Ekologiya iqtisodiyoti: darslik. – Toshkent, 2004. – 280 b. 14. T.Jumayev, T.I.Jurayev, A.A.Yadgarov, G.T.Ismailova. "Ekologiya" fanidan O'quv qo'llanma. – Toshkent: Iqtisodiyot, 2018 yil, 183 bet. Internet saytlari 15. www.stat.uz (O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi) 16. www.ima.uz (O'zbekiston Respublikasi Intellektual mulk agentligi) 17. www.academy.uz (Fanlar akademiyasi) 18. http://www.semi.rssi.ru-Rossiya Federatsiyasi Markaziy-iqtisodiy matematika instituti sayti. 19. http://www.nber.com - AQSh iqtisodiy tadqiqotlar milliy byurosi sayti. 20. http://www.webofscience.com- Xalqaro ilmiy maqolalar platformasi. 21. http://www.scopus.com - Xalqaro ilmiy maqolalar platformasi. 22. http://www.elibrary.ru - Rossiya ilmiy maqolalar indeksi.
7.	Namangan muhandislik – qurilish instituti tomonidan ishlab chiqilgan va tasdiqlangan.
8.	Fan/modul' uchun ma'sullar: SH.Ibrogimov – NamMQI "Iqtisodiyot" kafedrası katta o'qituvchisi, PhD.
9.	Taqrizchilar: M.Isakov – NamMQI "Iqtisodiyot" kafedrası dotsenti, i.f.n., dotsent D.Baymirzayev – NamDU "Menejment" kafedrası mudiri dotsenti, i.f.f.d. PhD.

FANNING PROSPEKTI

O‘QUV KURSINING PROSPEKTI

(2024/2025 o‘quv yili)

O'quv kursining to'liq nomi:	RAQAMLI IQTISODIYOT		
Kursning qisqacha nomi:	RI	RI	
Kafedra:	Iqtisodiyot		
O'qituvchi haqida ma'lumot:	SH.X.Ibrogimov		ibrogimovsherzodbek@gmail.com
Semestr va o'quv kursining davomiyligi	4 semestr, 15 hafta		
O'quv soatlari xajmi:	jami:	180	
	shuningdek:		
	ma'ruza	44	
	seminar		
	amaliy	46	
	mustaqil ta'lim	90	
Yo'nalish nomi va shifri	60310100	Iqtisodiyot (tarmoqlar va sohalar bo'yicha)	
O'quv kursining statusi	Asosiy o'quv kursi		
Dastlabki tayyorgarlik:	“Axborot texnologiyalari”, “Mikroiqtisodiyot”, “Iqtisodiyot nazariyasi”, “Iqtisodchilar uchun matematika, “Statistika”		
Kursning predmeti va mazmuni: Fanni o'qitishdan maqsad – talabalarga raqamli iqtisodiyotning biznes va ijtimoiy sohadagi o'rni va ahamiyatini o'rgatish, biznes jarayonlarini raqamlashtirish, biznes modellari, elektron tijorat, blokcheyn texnologiyalarni qo'llash bo'yicha yo'nalish profiliga mos bilim, ko'nikma va malakalarni shakllantirishdir.			
"Raqamli iqtisodiyot" fani iqtisodiyotni modernizatsiyalash sharoitida sodir bo'layotgan ijtimoiy-iqtisodiy jarayonlarini nazariy va amaliy masalalarini o'rganish va uni mo'tadil rivojlantirishning echimlarini topishda hamda magistratura ta'limi “real sektor” yo'nalishi mutaxassislarini shakllanishida katta ahamiyatga ega va bu iqtisodiyot yo'nalishidagi talabalar, ushbu soha bo'yicha bilim va ko'nikmalarining yuksak darajada shakllangan bo'lishini taqozo etadi.			

Kursni o'qitishning maqsadi va vazifalari: “Raqamli iqtisodiyot” fanini o'qitishdan maqsad - talabalarga raqamli iqtisodiyotning biznes va ijtimoiy sohadagi o'rni va ahamiyatini o'rgatish, biznes jarayonlarini raqamlashtirish, biznes modellari, elektron tijorat, blokcheyn texnologiyalarni qo'llash bo'yicha yo'nalish profiliga mos bilim, ko'nikma va malakalarni shakllantirishdir. Fanning vazifasi - talabalarga makro hamda tarmoqlar darajasida turli iqtisodiy vaziyatlarni tahlil qilishning asosiy yondashuvlari, raqamli iqtisodiyotning texnologik, holatliy, tashkiliy-huquqiy hamda institutsional xususiyatlarini inobatga olgan holda vaziyatlarni to'g'ri modellashtirish, raqamli iqtisodiyot infratuzilmasini tashkil etish, blokcheyn texnologiyalarning mohiyatini anglab yetish, global axborot resurs bazalaridan samarali foydalanish, davlat-xususiy sheriklik shartlarida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish, axborot xavfsizligi muammolarini aniqlash, elektron biznes jarayonlarini samarali tashkil etish, elektron tijorat modellaridan samarali foydalanish yuzasidan samarali qarorlar qabul qilishni o'rgatishdan iboratdir.

Fan bo'yicha talabalarning bilim, ko'nikma va malakalariga qo'yidagi talablar qo'yiladi. Talaba:

- makro hamda tarmoqlar darajasida turli iqtisodiy vaziyatlarni tahlil qilishning asosiy yondashuvlari; raqamli iqtisodiyotning texnologik, holatliy, tashkiliy-huquqiy hamda institutsional xususiyatlarini inobatga olgan holda vaziyatlarni to'g'ri modellashtirish, raqamli iqtisodiyot infratuzilmasini tashkil etish; blokcheyn texnologiyalarning mohiyatini anglab yetish; global axborot resurs bazalaridan samarali foydalanish usul va yo'llarini bilishi va ulardan foydalana olishi;

- raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish, “blokcheyn” texnologiyalarini joriy etish; davlat-xususiy sheriklik shartlarida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish, kripto-birjalar faoliyatini tashkil etish, eng istiqbolli va strategik muhim loyihalarni amalga oshirish; raqamli iqtisodiyotni rivojlantrish uchun platformalar tashkil etish; startaplarni ishlab chiqish va amalga oshirish ko'nikmalariga ega bo'lishi;

- raqamli transformatsiyaning ijobiy hamda salbiy oqibatlari, ularga ta'sir etuvchi omillarni aniqlash; raqamli iqtisodiyotning makro hamda mikro darajadagi ko'rsatkichlarga ta'sirini baholash; raqamli transformatsiya samaradorligini baholash; axborot xavfsizligi muammolarini aniqlash; davlat xususiy sherikchilik asosida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish; biznes jarayonlarini samarali tashkil etishga to'siqinlik qiluvchi omillarni aniqlash va ularni baholash, elektron tijorat modellaridan samarali foydalanish malakalariga ega bo'lishi kerak.

Kursning tematik tarkibi va mazmuni
3-semestr

№	Mavzular	Ma'ruza	Amaliy (seminar)	Mustaqil ish
1	“Raqamli iqtisodiyot” faniga kirish	2	2	4
2	Raqamli iqtisodiyot: elektron biznesni boshqarish asoslari	2	2	4
3	Elektron savdo (internet savdo) ning rivojlanish xususiyatlari	2	2	4
4	Iqtisodiyotni raqamlashtirish ko'rsatkichlari	2	2	4
5	Raqamli iqtisodiyotda biznesni boshqarishning xususiyatlari	2	2	4
6	Mobil texnologiyalar	2	2	6
7	Neyrotexnologiyalar va sun'iy intellekt	2	2	4
8	Biznesda fikrlash dizayni	2	2	4
9	Virtual va to'ldirilgan reallik texnologiyalari	2	2	4
10	Innovatsion biznesda robot texnikalaridan samarali foydalanish	2	2	4
11	Elektron biznes modellari	2	2	6
12	Biznesda kraudsorsing va kraudfanding yangi imkoniyatlari	2	2	6
13	Zamonaviy elektron tijorat bozori xususiyatlari	2	2	6
14	Elektron tijorat modellari	2	2	6
15	Elektron hukumat va xizmatlar sohasini raqamlashtirish xususiyatlari	2	2	6
16	Elektron ta'lim platformalarini rivojlantirish	2	2	6
17	Sanoatda raqamli texnologiyalardan samarali foydalanish. “Sanoat-4.0” konsepsiyasi	2	2	6
18	Raqamli marketing	2	2	6

19	E-brending	2	2	6
20	Iqtisodiyotning ayrim tarmoq va sohalarida elektron biznesni amalga oshirish	2	2	6
21	Elektron biznes va elektron tijoratni boshqarish muammolari	2	2	6
22	Elektron xizmatlar sifatini boshqarish	2	2	6
23	SHaxsiy elektron biznesni yaratish	4	2	6
Jami		44	46	90

1-Modul. Raqamli iqtisodiyot transformatsiyasining umumiy asoslari

1-mavzu. “Raqamli iqtisodiyot” faniga kirish

Axborotlashtirish jamiyatining rivojlanish asoslari. Axborot texnologiyalarini rivojlantirishning iqtisodiy qonunlari. Raqamli iqtisodiyotning xususiyatlari. Raqamli iqtisodiyot tushunchasi. Innovatsion g‘oyalar, yuqori texnologiyalarni ishlab chiqarishga, jamiyat hayotiga izchil tatbiq etish. Raqamli iqtisodiyot va iqtisodiy o‘sinh.

2-mavzu. Raqamli iqtisodiyot: elektron biznesni boshqarish asoslari

Elektron biznesning mohiyati va rivojlanish xususiyatlari. Tarmoqli (setevaya) iqtisodiyot. Innovatsion texnologiyalarning raqamli iqtisodiyotni shakllantirishdagi o‘rni. Raqamli iqtisodiyot belgilari. Mamlakatlar bo‘yicha YAlpi ichki mahsulot (YAIM) tarkibi. Internet tarmog‘ida biznesning yaratilish xususiyatlari. M2M texnologiyasi - Internet ashyolari asosi sifatida. Internet ashyolarining muammolari va rivojlantirish istiqbollari. Raqamli iqtisodiyotning ekotizimi. Raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish istiqbollari. Jamiyatni raqamlashtirish muammolari. O‘zbekistonda raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish xususiyatlari, huquqiy asoslari.

3-mavzu. Elektron savdo (internet savdo) ning rivojlanish xususiyatlari

Elektron tijorat (e-commerce) va elektron savdo (e-tade) xususiy belgilar va farqlar. Mobil tijorat (m-commerce). Raqamli iqtisodiyotning biznesga ta’siri: imkoniyatlar va xavf-xatarlar. Elektron biznes modellari. Bozor tizimi. Axborotlashgan bozor ishtirokchilariga raqamli iqtisodiyotning ta’siri. Virtual olam, “nozik mizoj”, bulutli texnologiyalar xususiyatlari. Elektron biznes va elektron tijorat bozoridagi eng qimmatbaho bitimlar hamda startaplar.

4-mavzu. Iqtisodiyotni raqamlashtirish ko‘rsatkichlari

Raqamli iqtisodiyot indikatorlari, ularning xususiyatlari. Digital Economy and Society Index (DESI), Networked Readiness Index (NRI), Digital Evolution Index (DEI), IMD World Digital Competitiveness (MDC), raqamli rivojlantirish bo'yicha boshqa ko'rsatkichlar.

2-Modul. Biznesni boshqarishda innovatsiyalar

5-mavzu. Raqamli iqtisodiyotda biznesni boshqarishning xususiyatlari

Raqamli iqtisodiyot texnika va texnologiyalarining xususiyatlari. Kelajak texnologiyalari, Raqamlashtirish oqibatlari. Katta ma'lumotlar (Big data) va analitika, ma'lumotlar bazasini tashkil qilish mexanizmi. Big data – qo'llanish sohalari. Bulutli texnologiyalar: imkoniyatlar va kamchiliklar. Biznesning ochiqligi va hamkorlik xususiyatlari. Raqamli kompaniya strategiyalari.

6-mavzu. Mobil texnologiyalar

Raqamli iqtisodiyotda mobil texnologiyalar. Mobil qurilmalar bozori tahlili. O'zbekiston bozoriga mobil qurilmalarning kirib kelish va rivojlanish bosqichlari. Smartfon va mobil telefonlar bozorining rivojlanish dinamikasi. Korporativ tarmoqqa mobil texnologiyalarning kirib kelish xususiyatlari. Mobil texnologiyalarni joriy qilish modellari. Mobil texnologiyalar va biznesning raqamli transformatsiyasi.

7-mavzu. Neyrotexnologiyalar va sun'iy intellekt

Sun'iy intellektning rivojlanish tarixi. Sun'iy intellekt bilan smart-media vositalari o'rtasidagi bog'liqlik. Intellektual tizimning strukturasi. Neyrotarmoqning xususiyatlari. Sun'iy neyron tarmog'ining ishi. Neyrotarmoq - meditsina, psixologiya, neyrofiziologiya, injeneriya bilan bog'liqligi. Intellektual axborot tizimlarining sinflanishi. Kommunikativ qobiliyatni rivojlantirish – intellektual interfeys, murakkab, qiyin formallashuvchi masalalarni echish – ekspert tizimlari, rivojlanish va mustaqil o'rganish qobiliyati – mustaqil o'rganuvchi tizimlar. Sun'iy intellekt bozori o'zgarishlari. Cun'iy intellekt - iqtisodiyotni innovatsion rivojlantirish omili sifatida. Mamlakatning rivojlanishida intellektual kapitalning o'рни. Intellektual resurslardan samarali foydalanish mexanizmlari. Sun'iy intellektning rivojlanishi: ijobiy va salbiy jihatlari.

8-mavzu. Biznesda fikrlash dizayni

Biznes jarayonlarini boshqarishda fikrlash - dizaynning xususiyatlari. Fikrlash dizayni - foydalanuvchiga yo'naltirilgan mahsulot, servis va xizmatlar ishlab chiqishdir. Fikrlash dizayni - doimo birinchi o'ringa foydalanuvchi so'rovlarini qo'yadi va faqat shundan keyingina texnik amalga oshirish imkoniyatlari va iqtisodiy imkoniyatlarga e'tibor qaratiladi. Fikrlash dizayni

bosqichlari. Empatiya - insonga yo'naltirilgan dizayn-jarayoni markazi. Biznes jarayonida fokuslashtirish. G'oyalar ishlab chiqish. G'oyani tanlash. Prototiplash – to'g'ri echim topish uchun yordam beradigan iteratsion maketlar yaratish. Test o'tkazish – yaratilgan prototiplar haqida teskari aloqa olish.

9-mavzu. Virtual va to'ldirilgan reallik texnologiyalari

Virtual va to'ldirilgan reallik texnologiyalarining mohiyati. To'ldirilgan reallik-AR (*augmented reality*, AR) texnologiyalar o'bekt to'g'risidagi ma'lumotlarni to'ldirish, qabul qilishga yordam beruvchi sensor qurilmalar sifatida. VR (*virtual reality*, VR, *sun'iy reallik*) virtual reallik – texnik vositalar yordamida ob'ekt to'g'risidagi ma'lumotlarni yaratish, insonlarga ularning tasavvurlari orqali etkazish usuli. AR/VR texnologiyalarni rivojlantirish muammolari. AR/VR texnologiyalari jahon bozori xususiyatlari.

10-mavzu. Innovatsion biznesda robot texnikalaridan samarali foydalanish

Biznesda robot texnikalaridan samarali foydalanishning tarixi. Robototexnika turlari. Ilm-fan va texnika yutuqlari asosida yaratilayotgan zamonaviy robotlar. Xalqaro Robototexnika Federatsiyasi (IFR) va uning vazifalari. Mamlakatlar sanoatidagi robotlashganlik darajasining tahlili. Jahon robototexnika bozori tahlili. Robototexnikaning asosiy trendlari.

3-Modul. Elektron biznes modellarini tashkil etish va boshqarish

11-mavzu. Elektron biznes modellari

Tovarlar va xizmatlar bozorining globallashuvi. Avlodlar nazariyasi. Birgalikda iste'mol (Sharing economy). Kelajak avlodlari (Kelajak avlodlari (Generation NEXT) xususiyatlari va amalga oshirish imkoniyatlari. Axborot texnologiyalari rivojlanishi natijasida an'anaviy biznes modellarining o'zgarishi. Elektron biznes va elektron tijoratni boshqarishning tashkiliy strukturasi. Elektron tijoratda buy-side hamda sell-side tizimi. CRM - texnologiyalarning qo'llanilishi va xususiyatlari. Elektron tranzaksiyalarni amalga oshirishda etkazib berish zanjirlarini boshqarish. Tashkilotni boshqarishda funksional-madqsadli model. Internet tarmog'ida biznes bilan shug'ullanuvchi kompaniyalar klassifikatsiyasi. Elektron biznesda narx strategiyalari. Kraudfanding (crowdfunding) - kompaniyani kapitallashtirish texnologiyasi sifatida. Elektron biznes samaradorligining asosiy ko'rsatkichlari.

12-mavzu. Biznesda kraudsorsing va kraudfanding yangi imkoniyatlari

Biznesda kraudsorsing va kraudfanding nazariy-uslubiy asoslari. Zamonaviy kompaniyalar biznes modelida kraudsorsing va kraudfanding texnologiyalarining xususiyati. Tijorat va ijtimoiy kraudsorsing xususiyatlari. Innovatsiyalar kraudsorsingi. Kraudsorsing asosida Internet xarajatlarini kamaytirish

imkoniyatlari. Kouz nazariyasi. Kraudsorsing asosida innovatsion marketing elementlaridan samarali foydalanish. Kraudsorsing tovar/xizmatiga qo'shimcha talabni shakllantirish. Kraud-loyihalarni amalga oshirishda vujudga keladigan risk va to'siqlar.

13-mavzu. Zamonaviy elektron tijorat bozori xususiyatlari

Elektron tijoratning rivojlanish tarixi, texnologiyalarning elektron tijorat rivojiga ta'siri. Mamlakatlar YAIMda elektron tijoratning ulushi. Yangi bozorlarning shakllanishida elektron tijorat texnologiyalarining ta'siri. Xalqaro elektron tijorat ishtirokchilari. Elektron xizmatlar va raqamli mahsulotlar bozorining xususiyatlari. Xerfindal – Xirshman indeksi. Internet-magazin, elektron to'lovlar, internet banking i kriptovalyuta. Elektron reklamanning samaradorligini baholash. O'zbekistonda elektron tijoratning rivojlanish xususiyatlari.

14-mavzu. Elektron tijorat modellari

Biznes modellashtirishga bo'lgan turli yondashuvlar mohiyati. Biznes-modelni tuzish va ularning klassifikatsiyasi. E-tijorat modelini tuzish xususiyatlari (V2V, V2S, V2G, S2S va boshqalar). Elektron-magazinlarni tashkil etish biznes modeli. Elektron tijoratni rivojlantirish omillari. Elektron tijoratda risklar. Ijtimoiy tarmoqlarda biznes modellar. O'zbekistonda elektron tijorat modellarini rivojlantirish yo'nalishlari.

4-Modul. Tarmoqlar va sohalarda raqamli iqtisodiyotni tashkil etish, boshqarish

15-mavzu. Elektron hukumat va xizmatlar sohasini raqamlashtirish xususiyatlari

Elektron hukumat to'g'risidagi qonun mazmun mohiyati. O'zbekiston 2030 yilgacha BMTning Elektron hukumatni rivojlantirish indeksi va Butunjahon bankining Tadbirkorlikni yuritish indeksida 30ta eng rivojlangan mamlakatlar safiga kirishi borasida amalga oshirilayotgan chora-tadbirlar. Elektron hukumatning asosiy vazifalari va uning dolzarbligi. O'zbekiston Respublikasining yagona axborot maydonini yaratish. Davlat axborot resurslarini shakllantirish, axborot tizimlarini yaratish va rivojlantirish, ularning muvofiqligi va o'zaro hamkorligini ta'minlash. Davlat organlari faoliyati samaradorligi, tezkorligi va shaffofligini ta'minlashda elektron hukumatning o'rnini. Aholi va tadbirkorlik subyektlari bilan o'zaro munosabatlarni amalga oshirishda elektron hujjat aylanishi. Davlat organlarining o'zaro hamkorligi va ularning ma'lumotlar bazalari o'rtasida axborot almashinuvi mexanizmlarini shakllantirish hisobiga davlat boshqaruv tizimida «bir darcha» tamoyilini joriy etish. Yagona interaktiv davlat xizmatlari portali (YAIDXP). BMTning AKTdan foydalanish samaradorligini baholaydigan indeksi (E-Participation Index). O'zbekistonda ochiq ma'lumotlar portali.

16-mavzu. Elektron ta'lim plotformalarini rivojlantirish

Elektron ta'lim bozorining rivojlanishi va ta'lim plotformalarining turlari. O'zbekistonda elektron ta'limni rivojlantirish yo'nalishlari. Raqamli ta'lim muassasasi konsepsiyasi. Ta'lim xizmatlari eksportini tashkil etish. Vebinar va video konferensiyalar tashkil etish. Masofaviy ta'limni rivojlantirish yo'llari. Ta'lim sohasini raqamlashtirishning muammolari va ularni hal qilish yo'llari.

17-mavzu. Sanoatda raqamli texnologiyalardan samarali foydalanish. “Sanoat-4.0” konsepsiyasi

“Sanoat-4.0” konsepsiyasining mohiyati va rivojlanishi. Sanoatda raqamli texnologiyalarni qo'llash xususiyatlari. Sharing economy – hamkorlikda iste'molning yangi modeli. Blokcheyn texnologiyalar. Ishlab chiqarish jarayonini rejalashtirish. Korxona xodimlarini boshqarishni raqamlashtirish. Xarajatlarni boshqarishni raqamlashtirish. Sotishni va mijozlar bilan aloqalarni boshqarishni raqamlashtirish. Korxonada loyihalarni boshqarishni raqamlashtirish. Korxonaning debitorlik qarzlarni boshqarish tizimini raqamlashtirish. Tovarning hayot davrini boshqarish jarayonini raqamlashtirish. Sanoat sohasini raqamlashtirishning muammolari va ularni hal qilish yo'llari.

18-mavzu. Raqamli marketing

Raqamli marketing asoslari va 4R konsepsiyasi. Raqamli marketingning an'anaviy marketingdan ustunlik tomonlari. Iste'molchi va biznes sektorlari o'rtasidagi hamkorlik munosabatlari. Marketing media vositalari. Samarali veb-tarmoqlarni yaratishdan va ulardan samarali foydalanish. Raqamli marketingda bozorni segmentlash. Elektron reklama transformatsiyasi. Reklamaga qilinadigan xarajatlar va daromadlar. Elektron reklamani joylashtirishning narx modellari. Raqamli marketing samaradorligini baholash ko'rsatkichlari. Internet tarmog'ida marketing tadqiqotlari. Internet tarmog'ida iste'molchilar xulq-atvorini o'rganish. Mijozlar bilan o'zaro munosabatlarni boshqarish tizimi (SRM texnologiyalar). Raqamli marketing strategiyalari. O'zbekistonda raqamli marketingni rivojlantirish imkoniyatlari va muammolari.

19-mavzu. E-brending

Brending - mohiyati va asosiy xususiyatlari. E-brendingning asosiy xususiyatlari. Branding texnologiyasi doimiy mijozlarning tovar yoki xizmatga bo'lgan qiziqishlarini yanada oshirishga qaratilgan. Qidiruv tizimlari, kontent reklamalar, internet – PR, onlayn-video, e-mail-marketing, audio reklama va boshqalar. E-brending strategiyalari. Kommunikatsiya texnologiyalarini qo'llash hisobiga raqiblardan ustunlikka erishish strategiyasi. Iste'molchi bilan bevosita muloqotga kirishadigan virtual tizimlar yaratish va xizmat ko'rsatish sifatini yaxshilash strategiyasi. Brendni internetda reklama qilish strategiyasi. Internet-

branding – kompaniya bozorda o‘z hissasini online savdo hisobiga oshirishi strategiyasi. Bolalar brandingi xususiyatlari. Brendni mustahkamlash, qayta pozitsiyalash, mavjud brendni qimmatlashtirish strategiyalari.

20-mavzu. Iqtisodiyotning ayrim tarmoq va sohalarida elektron biznesni amalga oshirish

Ishlab chiqarish sohasini raqamlashtirishning asosiy ustunliklari. Xalq iste’moli tovarlari ishlab chiqarishda raqamli biznesni amalga oshirish imkoniyatlari. Agrar sohani raqamlashtirishning xususiyatlari. Xizmatlar ko‘rsatishni raqamlashtirish. E-bank tizimini rivojlantirish. Raqamli moliya tizimi, moliyaviy aktivlar. E-logistikaning xususiyatlari. Turizm xizmatlari sohasini raqamlashtirishning dolzarb masalalari. O‘zbekistonda “Aqlli shahar konsepsiyasi”ning rivojlanishi.

21-mavzu. Elektron biznes va elektron tijoratni boshqarish muammolari

Axborot xavfsizligini ta’minlashning muammolari. Raqamli xavfsizlik masalalari va uni ta’minlash yo‘llari. Internet tarmog‘idagi firibgarlik turlari va ularni aniqlash yo‘llari. Elektron pochta orqali firibgarlik. Spamlar. Axborotlarni o‘g‘irlash, kiber-hujumlar. G‘irrom raqobat. Raqobat razvedkasi xususiyatlari. Sanoat josusligi. SHaxsiy ma’lumotlarni himoya qilish. Intellektual mulk ob’ektlarini himoya qilish tizimi. Internet tarmog‘idagi firibgarlik muammolarini hal qilish yo‘llari.

22-mavzu. Elektron xizmatlar sifatini boshqarish

Elektron biznes bozorining rivojlanish trendlari. Rivojlangan mamlakatlarda elektron biznesning holati tahlili. Raqamli xizmatlar xususiyati. Korxona va tashkilotlarda elektron xizmatlar ko‘rsatishning afzalligi va kamchiliklari. Elektron xizmatlar va ularning sifati o‘rtasidagi korrelyasion bog‘liqlik. Elektron xizmatlar klassifikatsiyasi. Elektron xizmatlarning sifat darajasini ta’minlash muammolari. Elektron xizmatlar sifatini o‘lchash va baholash usullari. Raqamli xizmatlar sifatini boshqarishda tizimli tahlildan foydalanish. Raqamli xizmatlar sifatini ta’minlashda xalqaro standart talablari (E-SQI). O‘zbekistonda elektron xizmatlar sifatini ta’minlashning asosiy yo‘nalishlari.

23-mavzu. SHaxsiy elektron biznesni yaratish

SHaxsiy elektron biznesni yaratish bosqichlari. SHaxsiy biznesni boshlash yo‘lidagi faoliyat ketma-ketligi. YAngi mahsulot yoki xizmatlar uchun g‘oyalarni izlash va ularni tanlash imkoniyatlari. Startap loyihalari. Bozorni pozitsiyalash asoslari. Investitsiya va moliyalashtirish manbalarini tanlash. Venchur investitsiyalarning xususiyatlari. SHaxsiy elektron biznesni rivojlantirish strategiyalari. Risklarni boshqarish.

Ta'lim berish va o'qitish uslubi:	Ma'ruza, amaliy mashg'ulotlar, mustaqil ishlar (dumaloq stol, keys stadi, master-klasslar)		
Mustaqil ishlar:	O'quv loyihalar, guruxli taqdimot, referatlar, keyslar, dokladlar, krossvordlar, poster, prospekt, esse va x.z		
Maslahatlar va topshiriqlarni topshirish vaqti	Seshanba	09.00-10.20	Aud. 4/109
	Payshanba	13.30-14.50	Aud. 4/109
Bilimlarni baholash usullari, mezonlari va tartibi: Talabalarning bilim, ko'nikma va malakalarini nazorat qilishning reyting tizimi asosida har bir fan bo'yicha o'zlashtirish darajasi ballar orqali ifodalanadi. Har bir fan bo'yicha talabaniy semestr davomidagi o'zlashtirish ko'rsatkichi 100 ballik tizim asosida butun sonlar bilan baholanadi. Ushbu 100 ball nazorat turlari quyidagicha taqsimlanadi: Oraliq nazoratlarga – 50 ball, yakuniy nazoratga – 50 ball. Talabaniy fan bo'yicha o'zlashtirish ko'rsatkichini nazorat qilishda quyidagi namunaviy mezonlar tavsiya etiladi: a) 90-100 ball = 5 baxo uchun talabaniy bilim darajasi quyidagilarga javob berishi lozim: – xulosa va qaror qabul qilish; – ijodiy fikrlay olish; – mustaqil mushohada yurita olish; – olgan bilimlarini amalda qo'llay olish; – mohiyatini tushunish; – bilish, aytib berish; – tasavvurga ega bo'lish. b) 70-89 ball = 4 baxo uchun talabaniy bilim darajasi quyidagilarga javob berishi lozim: – mustaqil mushohada yurita olish; – olgan bilimlarini amalda qo'llay olish; – mohiyatini tushunish; – bilish, aytib berish; – tasavvurga ega bo'lish. v) 60-69 ball uchun talabaniy bilim darajasi quyidagilarga javob berishi lozim: – mohiyatini tushunish; – bilish, aytib berish; – tasavvurga ega bo'lish.			

g) quyidagi hollarda talabaning bilim darajasi 0-54 ball bilan baholanishi mumkin:

- aniq tasavvurga ega bo‘lmaslik;
- bilmaslik.

Joriy nazoratda talabalar seminar, laboratoriya va amaliy mashg‘ulotlarda og‘zaki, test, suhbat, yozma ish, kollokvium hamda ***mustaqil ta’lim topshiriqlarini*** bajarib boradilar. Talabalar davomati va olgan ballari professor-o‘qituvchi tomonidan mashg‘ulot tugagandan so‘ng shu kunning o‘zida to‘liq rasmiylashtirilishi kerak. Mashg‘ulotni qayta o‘zlashtirish keyingi bir hafta davomida amalga oshiriladi. Talabalar tomonidan belgilangan muddatda o‘zlashtirilmagan mashg‘ulotlar dekanat tomonidan qayta o‘zlashtirishga ruhsat beriladi.

Fanga oid nazariy va uslubiy tushunchalarni to‘la o‘zlashtirish, tahlil natijalarini to‘g‘ri aks ettira olish, o‘rganilayotgan jarayonlar haqida mustaqil mushohada yuritish va nazorat uchun berilgan vazifa va topshiriqlarni bajarish, yakuniy nazorat bo‘yicha test sinovini topshirish.

Axborot resurs baza:	
Asosiy adabiyotlar:	1. Digital economy: impacts, influences, and challenges / Harbhajan Kehal, editor, Varinder P. Singh, editor. Includes bibliographical references and index. ISBN 1-59140-363-4 (hardcover) -- ISBN 1-59140-364-2 (pbk.) -- ISBN 1-59140-365-0 (ebook). 2. Лapidус Л.В.Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лapidус. — М.: ИНФРА-М, 2019. 3. Маркова В.Д.Цифровая экономика:Учебник/ В.Д, Маркова. — М.: ИНФРА-М. 2019. 4. Хасаншин И. А., КудряшовА.А., и др.Цифровая экономика. Учебник для вузов - М.: Горячая линия. Телеком, 2019 5. GulyamovS.S., AyupovR.H. va boshqalar. Raqamli iqtisodiyotda blokcheyn texnologiyalar. T.: TMI, “Iqtisod-Moliya” nashriyoti, 2019
Qo’shimcha adabiyotlar:	1. Mirziyoev Sh.M. Tanqidiy tahlil, qat’iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik – har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo’lishi kerak. // Xalq so’zi gazetasi. 2017 yil 16 yanvar’. 2. Mirziyoev Sh.M. Erkin va farovon, demokratik o’zbekiston davlatini birgalikda barpo etamiz. – Toshkent : O’zbekiston, 2016. - 56 b. 3. Mirziyoev Sh.M. Qonun ustuvorligi va inson manfaatlarini ta’minlash – yurt taraqqiyoti va xalq farovonligining garovi. – Toshkent: “O’zbekiston”, 2017. – 48 b 4. Mirziyoev Sh.M. Buyuk kelajagimizni mard va olijanob xalqimiz bilan birga quramiz. – Toshkent: : “O’zbekiston”, 2017. – 488 b. 5. Mirziyoev Sh.M. 2017 yil 19 sentyabr Birlashgan Millatlar Tashkiloti Bosh Assambleyasining 72-sessiyasidagi nutqi.// Xalq so’zi, 2017 yil 20 sentyabr’. 6. O’zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.Mirziyoevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi. // Xalq so’zi, 2017 yil 23 dekabr’. 7. O’zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoevning O’zbekiston Respublikasi Oliy Majlisga Murojaatnomasini keng jamoatchilik

	o'rtasida targ'ib etishga bag'ishlangan ilmiy-ommabop qo'llanma./Nashr uchun mas'ul R.S. Qosimov. – T: “Ma'naviyat”, 2018. - 320 bet. 8. Baltabaeva G.R. Globalizatsiya jarayonida raqamli iqtisodiyotning milliy iqtisod tarmoqlarida ishlatilishining asosiy yo'nalishlari. “Xalqaro moliya va hisob” ilmiy elektron jurnali. № 6, dekabr, 2018 yil.
Normativ-huquqiy hujjatlar:	1. O'zbekiston Respublikasining 2015 yil 22 maydagi “Elektron tijorat to'g'risida”gi O'RQ-385-son Qonuni. 2. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti SHavkat Mirziyoevning 2018 yil 28 dekabrda Oliy Majlisga Murojaatnomasi. 3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 18 maydagi “Raqamli iqtisodiyot va «Elektron hukumat» tizimi infratuzilmalarini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida”gi PQ-4321-son qarori. 4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 13 dekabrda “O'zbekiston Respublikasi davlat boshqaruviga raqamli iqtisodiyot, elektron hukumat hamda axborot tizimlarini joriy etish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida”gi PF-5598-son qarori. 5. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 21 noyabrda “Raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish maqsadida raqamli infratuzilmani yanada modernizatsiya qilish chora-tadbirlari to'g'risida”gi PQ-4022-son qarori. 6. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 2 sentyabrda “«Raqamli ishonch» raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishni qo'llab-quvvatlash jamg'armasini tashkil etish to'g'risida”gi PQ-3927-son qarori. 7. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 3 iyulda “O'zbekiston Respublikasida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida”gi PQ-3832-son qarori.
Ilmiy jurnallar:	“Iqtisodiyot va ta'lim”, “Bozor, Pul” , “Вопросы экономики”
Davriy nashrlar:	“Xalq so'zi”, “Карьера”

Statistik nashrlar:	1. Статистический ежегодник регионов Узбекистана. 2017. –Т.: Госкомстат Узбекистана. 2017. - 130 стр. 2. Статистическое обозрение Узбекистана. 2014-2017. 3. Узбекистан в цифрах. 2018. – Т.:, Госкомстат Узбекистана 2019. – 188 стр.
Internet resurslar:	1. www.mineconomy.uz (O‘zbekiston Respublikasi Iqtisodiyot vazirligi) 2. www.mehnat.uz (O‘zbekiston Respublikasi Mehnat va aholini ijtimoiy muhofaza qilish vazirligi) 3. www.mf.uz (O‘zbekiston Respublikasi Moliya vazirligi) 4. www.stat.uz (O‘zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo‘mitasi) 5. www.mineconomy.uz – Iqtisodiyot va sanoat vazirligi rasmiy veb-sahifasi. 6. www.mininnovation.uz – Innovatsion rivojlanish vazirligi rasmiy veb-saxifasi. 7. www.ima.uz (O‘zbekiston Respublikasi Intellektual mulk agentligi) 8. www.academy.uz (Fanlar akademiyasi) 9. http://www.semi.rssi.ru – Rossiya Federatsiyasi Markaziy-iqtisodiy matematika instituti sayti. 10. http://www.nber.com– AQSH iqtisodiy tadqiqotlar milliy byurosi sayti. 11. http://www.webofscience.com- Xalqaro ilmiy maqolalar platformasi. 12. http://www.scopus.com – Xalqaro ilmiy maqolalar platformasi. 13. http://www.elibrary.ru – Rossiya ilmiy maqolalar indeksi.

MA'RUZA MASHG'ULOTLARI REJASI

MA'RUZA MASHG'ULOTLARI REJASI

1-MODUL. RAQAMLI IQTISODIYOT TRANSFORMATSIYASINING UMUMIY ASOSLARI

1-mavzu. “Raqamli iqtisodiyot” faniga kirish

1. Axborot texnologiyalarini rivojlantirishning iqtisodiy qonunlari
2. Raqamli iqtisodiyot tushunchasi va uning xususiyatlari
3. Innovatsion g'oyalar, yuqori texnologiyalarni ishlab chiqarishga, jamiyat hayotiga izchil tatbiq etish
4. Raqamli iqtisodiyot va iqtisodiy o'sish

Qo'llaniladigan pedagogik texnologiyalar: jamoada ishlash, klasterlar, BBB.

1-mavzu bo'yicha tavsiya etilgan adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasining 2015 yil 22 maydagi “Elektron tijorat to'g'risida”gi O'RQ-385-son Qonuni.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti SHavkat Mirziyoevning 2018 yil 28 dekabrda Oliy Majlisga Murojaatnomasi.
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 18 maydagi “Raqamli iqtisodiyot va «Elektron hukumat» tizimi infratuzilmalarini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida”gi PQ-4321-son qarori.
4. Лapidус Л.В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лapidус. — М.: ИНФРА-М, 2019.
5. Маркова В.Д. Цифровая экономика: Учебник/ В.Д, Маркова. — М.: ИНФРА-М. 2019.
6. Хасаншин И. А., Кудряшов А.А., и др. Цифровая экономика. Учебник для вузов - М.: Горячая линия. Телеком, 2019
7. Gulyamov S.S., Ayupov R.H. va boshqalar. Raqamli iqtisodiyotda blokcheyn texnologiyalar. T.: TMI, “Iqtisod-Moliya” nashriyoti, 2019

2-mavzu. Raqamli iqtisodiyot: elektron biznesni boshqarish asoslari

1. Elektron biznesning mohiyati va rivojlanish xususiyatlari.
2. Innovatsion texnologiyalarning raqamli iqtisodiyotni shakllantirishdagi o'rni.
3. Internet tarmog'ida biznesning yaratilish xususiyatlari.
4. O'zbekistonda raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish xususiyatlari, huquqiy asoslari.

Qo'llaniladigan pedagogik texnologiyalar: insert texnikasi, nilufar guli, guruhlarda ishlash, T jadvali.

2-mavzu bo'yicha tavsiya etilgan adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 13 dekabrda "O'zbekiston Respublikasi davlat boshqaruviga raqamli iqtisodiyot, elektron hukumat hamda axborot tizimlarini joriy etish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi PF-5598-son qarori.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 21 noyabrda "Raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish maqsadida raqamli infratuzilmani yanada modernizatsiya qilish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-4022-son qarori.
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 2 sentyabrda "«Raqamli ishonch» raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishni qo'llab-quvvatlash jamg'armasini tashkil etish to'g'risida"gi PQ-3927-son qarori.
4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 3 iyulda "O'zbekiston Respublikasida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-3832-son qarori.
5. Лapidус Л.В.Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лapidус. — М.: ИНФРА-М, 2019.
6. Маркова В.Д.Цифровая экономика:Учебник/ В.Д, Маркова. — М.: ИНФРА-М. 2019.
7. Хасаншин И. А., КудряшовА.А., и др.Цифровая экономика. Учебник для вузов - М.: Горячая линия. Телеком, 2019

3-mavzu. Elektron savdo (internet savdo) ning rivojlanish xususiyatlari

1. Elektron biznes modellari.
2. Elektron tijorat (e-commerce) va elektron savdo (e-tade) xususiy belgilar va farqlar.
3. Mobil tijorat (m-commerce) va uning biznesga ta'siri.
4. Axborotlashgan bozor ishtirokchilariga raqamli iqtisodiyotning ta'siri.

Qo'llaniladigan pedagogik texnologiyalar: jamoada ishlash, baliq skeleti, keys stadi, pinbord.

3-mavzu bo'yicha tavsiya etilgan adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasining 2015 yil 22 mayda "Elektron tijorat to'g'risida"gi O'RQ-385-son Qonuni.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti SHavkat Mirziyoevning 2018 yil 28 dekabrda Oliy Majlisga Murojaatnomasi.
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 18 mayda "Raqamli iqtisodiyot va «Elektron hukumat» tizimi infratuzilmalarini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-4321-son qarori.
4. Лapidус Л.В.Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лapidус. — М.: ИНФРА-М, 2019.

5. Маркова В.Д. Цифровая экономика: Учебник / В.Д. Маркова. — М.: ИНФРА-М. 2019.

6. Хасаншин И. А., Кудряшов А.А., и др. Цифровая экономика. Учебник для вузов - М.: Горячая линия. Телеком, 2019

7. Gulyamov S.S., Ayupov R.H. va boshqalar. Raqamli iqtisodiyotda blokcheyn texnologiyalar. T.: TMI, "Iqtisod-Moliya" nashriyoti, 2019

8. Baltabaeva G.R. Globalizatsiya jarayonida raqamli iqtisodiyotning milliy iqtisod tarmoqlarida ishlatilishining asosiy yo'nalishlari. "Xalqaro moliya va hisob" ilmiy elektron jurnali. № 6, dekabr, 2018 yil.

4-mavzu. Iqtisodiyotni raqamlashtirish ko'rsatkichlari

1. Raqamli iqtisodiyot indikatori, ularning xususiyatlari.
2. Raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish ko'rsatkichlari.
3. Digital Economy and Society Index (DESI) va World Digital Competitiveness (MDC) ko'rsatkichlari.
4. Networked Readiness Index (NRI) va Digital Evolution Index (DEI) ko'rsatkichlari xususiyatlari.

Qo'llaniladigan pedagogik texnologiyalar: insert texnikasi, nilufar guli, guruhlarda ishlash, T jadvali.

4-mavzu bo'yicha tavsiya etilgan adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 13 dekabrda "O'zbekiston Respublikasi davlat boshqaruviga raqamli iqtisodiyot, elektron hukumat hamda axborot tizimlarini joriy etish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi PF-5598-son qarori.

2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 21 noyabrda "Raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish maqsadida raqamli infratuzilmani yanada modernizatsiya qilish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-4022-son qarori.

3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 2 sentyabrda "«Raqamli ishonch» raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishni qo'llab-quvvatlash jamg'armasini tashkil etish to'g'risida"gi PQ-3927-son qarori.

4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 3 iyulda "O'zbekiston Respublikasida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-3832-son qarori.

5. Лapidус Л.В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лapidус. — М.: ИНФРА-М, 2019.

6. Маркова В.Д. Цифровая экономика: Учебник / В.Д. Маркова. — М.: ИНФРА-М. 2019.

7. Хасаншин И. А., Кудряшов А.А., и др. Цифровая экономика. Учебник для вузов - М.: Горячая линия. Телеком, 2019

5-mavzu. Raqamli iqtisodiyotda biznesni boshqarishning xususiyatlari

1. Raqamli iqtisodiyot texnika va texnologiyalarining xususiyatlari.
2. Kelajak texnologiyalari. Raqamlashtirish oqibatlar.
3. Katta ma'lumotlar (Big data) va analitika, ma'lumotlar bazasini tashkil qilish mexanizmi.
4. Raqamli kompaniya strategiyalari.

Qo'llaniladigan pedagogik texnologiyalar: jamoada ishlash, baliq skeleti, keys stadi, pinbord.

5-mavzu bo'yicha tavsiya etilgan adabiyotlar

9. O'zbekiston Respublikasining 2015 yil 22 maydagi "Elektron tijorat to'g'risida"gi O'RQ-385-son Qonuni.
10. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti SHavkat Mirziyoevning 2018 yil 28 dekabrda Oliy Majlisga Murojaatnomasi.
11. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 18 maydagi "Raqamli iqtisodiyot va «Elektron hukumat» tizimi infratuzilmalarini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-4321-son qarori.
12. Лapidус Л.В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лapidус. — М.: ИНФРА-М, 2019.
13. Маркова В.Д. Цифровая экономика: Учебник/ В.Д, Маркова. — М.: ИНФРА-М. 2019.
14. Хасаншин И. А., Кудряшов А.А., и др. Цифровая экономика. Учебник для вузов - М.: Горячая линия. Телеком, 2019
15. Gulyamov S.S., Ayupov R.H. va boshqalar. Raqamli iqtisodiyotda blokcheyn texnologiyalar. T.: TMI, "Iqtisod-Moliya" nashriyoti, 2019
16. Baltabaeva G.R. Globalizatsiya jarayonida raqamli iqtisodiyotning milliy iqtisod tarmoqlarida ishlatilishining asosiy yo'nalishlari. "Xalqaro moliya va hisob" ilmiy elektron jurnali. № 6, dekabr, 2018 yil.

6-mavzu. Mobil texnologiyalar

1. Raqamli iqtisodiyotda mobil texnologiyalarning o'rniva rivojlanish tarixi.
2. Mobil qurilmalar bozori tahlili. O'zbekiston bozoriga mobil qurilmalarning kirib kelish va rivojlanish bosqichlari.
3. Korporativ tarmoqqa mobil texnologiyalarning kirib kelish xususiyatlari.
4. Mobil texnologiyalarni joriy qilish modellari. Mobil texnologiyalar va biznesning raqamli transformatsiyasi.

Qo'llaniladigan pedagogik texnologiyalar: insert texnikasi, nilufar guli, guruhlarda ishlash, T jadvali.

6-mavzu bo'yicha tavsiya etilgan adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 13 dekabrda "O'zbekiston Respublikasi davlat boshqaruviga raqamli iqtisodiyot, elektron hukumat hamda axborot tizimlarini joriy etish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi PF-5598-son qarori.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 21 noyabrda "Raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish maqsadida raqamli infratuzilmani yanada modernizatsiya qilish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-4022-son qarori.
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 2 sentyabrda "«Raqamli ishonch» raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishni qo'llab-quvvatlash jamg'armasini tashkil etish to'g'risida"gi PQ-3927-son qarori.
4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 3 iyulda "O'zbekiston Respublikasida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-3832-son qarori.
5. Лapidус Л.В.Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лapidус. — М.: ИНФРА-М, 2019.
6. Маркова В.Д.Цифровая экономика:Учебник/ В.Д, Маркова. — М.: ИНФРА-М. 2019.
7. Хасаншин И. А., Кудряшова А.А., и др.Цифровая экономика. Учебник для вузов - М.: Горячая линия. Телеком, 2019

7-mavzu. Neyrotexnologiyalar va sun'iy intellekt

1. Sun'iy intellektning rivojlanish tarixi. Sun'iy intellekt bilan smart-media vositalari o'rtasidagi bog'liqlik.
2. Intellektual tizimning strukturasi. Neyrotarmoqning xususiyatlari.
3. Sun'iy intellekt - iqtisodiyotni innovatsion rivojlantirish omili sifatida.
4. Intellektual resurslardan samarali foydalanish mexanizmlari.

Qo'llaniladigan pedagogik texnologiyalar: jamoada ishlash, klasterlar, BBB.

7-mavzu bo'yicha tavsiya etilgan adabiyotlar

17. O'zbekiston Respublikasining 2015 yil 22 mayda "Elektron tijorat to'g'risida"gi O'RQ-385-son Qonuni.
18. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti SHavkat Mirziyoevning 2018 yil 28 dekabrda Oliy Majlisga Murojaatnomasi.

19. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 18 maydagi “Raqamli iqtisodiyot va «Elektron hukumat» tizimi infratuzilmalarini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PQ-4321-son qarori.

20. Лapidус Л.В.Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лapidус. — М.: ИНФРА-М, 2019.

21. Маркова В.Д.Цифровая экономика:Учебник/ В.Д, Маркова. — М.: ИНФРА-М. 2019.

22. Хасаншин И. А., Кудряшова А.А., и др.Цифровая экономика. Учебник для вузов - М.: Горячая линия. Телеком, 2019

23. Gulyamov S.S., Ayupov R.H. va boshqalar. Raqamli iqtisodiyotda blokcheyn texnologiyalar. T.: TMI, “Iqtisod-Moliya” nashriyoti, 2019

24. Baltabaeva G.R. Globalizatsiya jarayonida raqamli iqtisodiyotning milliy iqtisod tarmoqlarida ishlatilishining asosiy yo‘nalishlari. “Xalqaro moliya va hisob” ilmiy elektron jurnali. № 6, dekabr, 2018 yil.

8-mavzu. Biznesda fikrlash dizayni

1. Biznes jarayonlarini boshqarishda fikrlash - dizaynining xususiyatlari.
2. Fikrlashdizayni - foydalanuvchigayo‘naltirilganmahsulot, servisvaxizmatlar.
3. Fikrlashdizaynibosqichlari. Empatiya - insongayo‘naltirilgandizayn-jarayonimarkazisifatida.
4. Biznes jarayonida fokuslashtirish. G‘oyalar ishlab chiqish. Prototiplash. Test o‘tkazish.

Qo‘llaniladigan pedagogik texnologiyalar: jamoada ishlash, baliq skeleti, keys stadi, pinbord.

8-mavzu bo‘yicha tavsiya etilgan adabiyotlar

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 13 dekabrda “O‘zbekiston Respublikasi davlat boshqaruviga raqamli iqtisodiyot, elektron hukumat hamda axborot tizimlarini joriy etish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi PF-5598-son qarori.

2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 21 noyabrda “Raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish maqsadida raqamli infratuzilmani yanada modernizatsiya qilish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PQ-4022-son qarori.

3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 2 sentyabrda “«Raqamli ishonch» raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishni qo‘llab-quvvatlash jamg‘armasini tashkil etish to‘g‘risida”gi PQ-3927-son qarori.

4. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 3 iyulda “O‘zbekiston Respublikasida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PQ-3832-son qarori.

5. Лapidус Л.В.Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лapidус. — М.: ИНФРА-М, 2019.

6. Маркова В.Д. Цифровая экономика: Учебник / В.Д. Маркова. — М.: ИНФРА-М. 2019.

7. Хасаншин И. А., Кудряшов А.А., и др. Цифровая экономика. Учебник для вузов - М.: Горячая линия. Телеком, 2019

9-mavzu. Virtual va to'ldirilgan reallik texnologiyalari

1. Virtual va to'ldirilgan reallik texnologiyalarining mohiyati.
2. To'ldirilgan reallik - AR (augmented reality, AR) texnologiyalar ob'ekt to'g'risidagi ma'lumotlarni to'ldirish, qabul qilishga yordam beruvchi sensor qurilmalar sifatida.
3. VR (virtual reality, VR, sun'iy reallik) virtual reallik – texnik vositalar yordamida ob'ekt to'g'risidagi ma'lumotlarni yaratish,
4. Insonlarga ularning tasavvurlari orqali etkazish usuli. AR/VR texnologiyalarni rivojlantirish muammolari va jahon bozori xususiyatlari.

Qo'llaniladigan pedagogik texnologiyalar: jamoada ishlash, klasterlar, BBB.

9-mavzu bo'yicha tavsiya etilgan adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasining 2015 yil 22 maydagi "Elektron tijorat to'g'risida"gi O'RQ-385-son Qonuni.

2. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti SHavkat Mirziyoevning 2018 yil 28 dekabrda Oliy Majlisga Murojaatnomasi.

3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 18 maydagi "Raqamli iqtisodiyot va «Elektron hukumat» tizimi infratuzilmalarini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-4321-son qarori.

4. Лapidус Л.В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лapidус. — М.: ИНФРА-М, 2019.

5. Маркова В.Д. Цифровая экономика: Учебник / В.Д. Маркова. — М.: ИНФРА-М. 2019.

6. Хасаншин И. А., Кудряшов А.А., и др. Цифровая экономика. Учебник для вузов - М.: Горячая линия. Телеком, 2019

7. Gulyamov S.S., Ayupov R.H. va boshqalar. Raqamli iqtisodiyotda blokcheyn texnologiyalar. T.: TMI, "Iqtisod-Moliya" nashriyoti, 2019

8. Baltabaeva G.R. Globalizatsiya jarayonida raqamli iqtisodiyotning milliy iqtisod tarmoqlarida ishlatilishining asosiy yo'nalishlari. "Xalqaro moliya va hisob" ilmiy elektron jurnali. № 6, dekabr, 2018 yil.

10-mavzu. Innovatsion biznesda robot texnikalaridan samarali foydalanish

1. Biznesda robot texnikalaridan samarali foydalanishning tarixi.
2. Robototexnika turlari. Ilm-fan va texnika yutuqlari asosida yaratilayotgan zamonaviy robotlar

3. Xalqaro Robototexnika Federatsiyasi (IFR) va uning vazifalari.
4. Mamlakatlar sanoatidagi robotlashganlik darajasining tahlili. Robototexnikaning asosiy trendlari.

Qo'llaniladigan pedagogik texnologiyalar: insert texnikasi, nilufar guli, guruhlarda ishlash, T jadvali.

10-mavzu bo'yicha tavsiya etilgan adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 13 dekabrda "O'zbekiston Respublikasi davlat boshqaruviga raqamli iqtisodiyot, elektron hukumat hamda axborot tizimlarini joriy etish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi PF-5598-son qarori.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 21 noyabrda "Raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish maqsadida raqamli infratuzilmani yanada modernizatsiya qilish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-4022-son qarori.
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 2 sentyabrda "«Raqamli ishonch» raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishni qo'llab-quvvatlash jamg'armasini tashkil etish to'g'risida"gi PQ-3927-son qarori.
4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 3 iyulda "O'zbekiston Respublikasida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-3832-son qarori.
5. Лapidус Л.В.Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лapidус. — М.: ИНФРА-М, 2019.
6. Маркова В.Д.Цифровая экономика:Учебник/ В.Д, Маркова. — М.: ИНФРА-М. 2019.
7. Хасаншин И. А., КудряшовА.А., и др.Цифровая экономика. Учебник для вузов - М.: Горячая линия. Телеком, 2019

11-mavzu. Elektron biznes modellari

1. Tovarlar va xizmatlar bozorining globallasuvi. Avlodlar nazariyasi.
2. Birgalikda iste'mol (Sharing economy). Kelajak avlodlari (Kelajak avlodlari (Generation NEXT) xususiyatlari va amalga oshirish imkoniyatlari.
3. Elektron biznes va elektron tijoratni boshqarishning tashkiliy strukturasi.
4. Internet tarmog'ida biznes bilan shug'ullanuvchi kompaniyalar klassifikatsiyasi.

Qo'llaniladigan pedagogik texnologiyalar: jamoada ishlash, klasterlar, BBB.

11-mavzu bo'yicha tavsiya etilgan adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasining 2015 yil 22 maydagi "Elektron tijorat to'g'risida"gi O'RQ-385-son Qonuni.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti SHavkat Mirziyoevning 2018 yil 28 dekabrda Oliy Majlisga Murojaatnomasi.
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 18 maydagi "Raqamli iqtisodiyot va «Elektron hukumat» tizimi infratuzilmalarini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-4321-son qarori.
4. Лapidус Л.В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лapidус. — М.: ИНФРА-М, 2019.
5. Маркова В.Д. Цифровая экономика: Учебник/ В.Д, Маркова. — М.: ИНФРА-М. 2019.
6. Хасаншин И. А., Кудряшов А.А., и др. Цифровая экономика. Учебник для вузов - М.: Горячая линия. Телеком, 2019
7. Gulyamov S.S., Ayupov R.H. va boshqalar. Raqamli iqtisodiyotda blokcheyn texnologiyalar. T.: TMI, "Iqtisod-Moliya" nashriyoti, 2019
8. Baltabaeva G.R. Globalizatsiya jarayonida raqamli iqtisodiyotning milliy iqtisod tarmoqlarida ishlatilishining asosiy yo'nalishlari. "Xalqaro moliya va hisob" ilmiy elektron jurnali. № 6, dekabr, 2018 yil.

12-mavzu. Biznesda kraudsorsing va kraudfanding yangi imkoniyatlari

1. Biznesda kraudsorsing va kraudfanding nazariy-uslubiy asoslari.
2. Zamonaviy kompaniyalar biznes modelida kraudsorsing va kraudfanding texnologiyalarining xususiyati.
3. Kraudsorsing asosida Internet xarajatlarini kamaytirish imkoniyatlari. Kouz nazariyasi. Kraudsorsing asosida innovatsion marketing elementlaridan samarali foydalanish.
4. Kraudsorsing tovar/xizmatiga qo'shimcha talabni shakllantirish.

Qo'llaniladigan pedagogik texnologiyalar: insert texnikasi, nilufar guli, guruhlarda ishlash, T jadvali.

12-mavzu bo'yicha tavsiya etilgan adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 13 dekabrda "O'zbekiston Respublikasi davlat boshqaruviga raqamli iqtisodiyot, elektron hukumat hamda axborot tizimlarini joriy etish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi PF-5598-son qarori.

2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 21 noyabrda "Raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish maqsadida raqamli infratuzilmani yanada modernizatsiya qilish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-4022-son qarori.

3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 2 sentyabrda "«Raqamli ishonch» raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishni qo'llab-quvvatlash jamg'armasini tashkil etish to'g'risida"gi PQ-3927-son qarori.

4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 3 iyulda "O'zbekiston Respublikasida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-3832-son qarori.

5. Лapidус Л.В.Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лapidус. — М.: ИНФРА-М, 2019.

6. Маркова В.Д.Цифровая экономика:Учебник/ В.Д, Маркова. — М.: ИНФРА-М. 2019.

7. Хасаншин И. А., КудряшовА.А., и др.Цифровая экономика. Учебник для вузов - М.: Горячая линия. Телеком, 2019

13-mavzu. Zamonaviy elektron tijorat bozori xususiyatlari

1.Elektron tijoratning rivojlanish tarixi, texnologiyalarning elektron tijorat rivojiga ta'siri.

2.Mamlakatlar YAIMda elektron tijoratning ulushi. Yangi bozorlarning shakllanishida elektron tijorat texnologiyalarining ta'siri.

3.Xalqaro elektron tijorat ishtirokchilari. Elektron xizmatlar va raqamli mahsulotlar bozorining xususiyatlari.

4.Elektron reklamaning samaradorligini baholash. O'zbekistonda elektron tijoratning rivojlanish xususiyatlari.

Qo'llaniladigan pedagogik texnologiyalar: jamoada ishlash, klasterlar, BBB.

13-mavzu bo'yicha tavsiya etilgan adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasining 2015 yil 22 mayda "Elektron tijorat to'g'risida"gi O'RQ-385-son Qonuni.

2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti SHavkat Mirziyoevning 2018 yil 28 dekabrda Oliy Majlisga Murojaatnomasi.

3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 18 maydagi “Raqamli iqtisodiyot va «Elektron hukumat» tizimi infratuzilmalarini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PQ-4321-son qarori.

4. Лapidус Л.В.Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лapidус. — М.: ИНФРА-М, 2019.

5. Маркова В.Д.Цифровая экономика:Учебник/ В.Д, Маркова. — М.: ИНФРА-М. 2019.

6. Хасаншин И. А., КудряшовА.А., и др.Цифровая экономика. Учебник для вузов - М.: Горячая линия. Телеком, 2019

7. GulyamovS.S., AyupovR.H. va boshqalar. Raqamli iqtisodiyotda blokcheyn texnologiyalar. T.: TMI, “Iqtisod-Moliya” nashriyoti, 2019

8. Baltabaeva G.R. Globalizatsiya jarayonida raqamli iqtisodiyotning milliy iqtisod tarmoqlarida ishlatilishining asosiy yo‘nalishlari. “Xalqaro moliya va hisob” ilmiy elektron jurnali. № 6, dekabr, 2018 yil.

14-mavzu. Elektron tijorat modellari

1. Biznes modellashtirishga bo‘lgan turli yondashuvlar mohiyati.
2. Biznes-modelni tuzish va ularning klassifikatsiyasi.
3. E-tijorat modelini tuzish xususiyatlari. Elektron tijoratni rivojlantrish omillari
4. Elektron tijoratda risklar. Ijtimoiy tarmoqlarda biznes modellar. O‘zbekistonda elektron tijorat modellarini rivojlanish yo‘nalishlari.

Qo‘llaniladigan pedagogik texnologiyalar: insert texnikasi, nilufar guli, guruhlarda ishlash, T jadvali.

14-mavzu bo‘yicha tavsiya etilgan adabiyotlar

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 13 dekabrda “O‘zbekiston Respublikasi davlat boshqaruviga raqamli iqtisodiyot, elektron hukumat hamda axborot tizimlarini joriy etish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi PF-5598-son qarori.

2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 21 noyabrda “Raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish maqsadida raqamli infratuzilmani yanada modernizatsiya qilish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PQ-4022-son qarori.

3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 2 sentyabrda “«Raqamli ishonch» raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishni qo‘llab-quvvatlash jamg‘armasini tashkil etish to‘g‘risida”gi PQ-3927-son qarori.

4. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 3 iyulda “O‘zbekiston Respublikasida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PQ-3832-son qarori.

5. Лapidус Л.В.Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лapidус. — М.: ИНФРА-М, 2019.

6. Маркова В.Д.Цифровая экономика:Учебник/ В.Д, Маркова. — М.: ИНФРА-М. 2019.

7. Хасаншин И. А., Кудряшова А.А., и др.Цифровая экономика. Учебник для вузов - М.: Горячая линия. Телеком, 2019

4-MODUL. TARMOQLAR VA SOHALARDA RAQAMLI IQTISODIYOTNI TASHKIL ETISH, BOSHQARISH

15-mavzu. Elektron hukumat va xizmatlar sohasini raqamlashtirish xususiyatlari

1. Elektron hukumatning asosiy vazifalari va uning dolzarbligi.
2. Davlat organlari faoliyati samaradorligi, tezkorligi va shaffofligini ta'minlashda elektron hukumatning o'rni.
3. Aholi va tadbirkorlik subyektlari bilan o'zaro munosabatlarni amalga oshirishda elektron hujjat aylanishi.
4. Davlat organlarining o'zaro hamkorligi va ularning ma'lumotlar bazalari o'rtasida axborot almashinuvi mexanizmlarini shakllantirish. YA gona interaktiv davlat xizmatlari portali (YAIDXP).

Qo'llaniladigan pedagogik texnologiyalar: jamoada ishlash, klasterlar, BBB.

15-mavzu bo'yicha tavsiya etilgan adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasining 2015 yil 22 maydagi "Elektron tijorat to'g'risida"gi O'RQ-385-son Qonuni.

2. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti SHavkat Mirziyoevning 2018 yil 28 dekabrda Oliy Majlisga Murojaatnomasi.

3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 18 maydagi "Raqamli iqtisodiyot va «Elektron hukumat» tizimi infratuzilmalarini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-4321-son qarori.

4. Лapidус Л.В.Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лapidус. — М.: ИНФРА-М, 2019.

5. Маркова В.Д.Цифровая экономика:Учебник/ В.Д, Маркова. — М.: ИНФРА-М. 2019.

6. Хасаншин И. А., Кудряшова А.А., и др.Цифровая экономика. Учебник для вузов - М.: Горячая линия. Телеком, 2019

7. Gulyamov S.S., Ayupov R.H. va boshqalar. Raqamli iqtisodiyotda blokcheyn texnologiyalar. T.: TMI, "Iqtisod-Moliya" nashriyoti, 2019

8. Baltabaeva G.R. Globalizatsiya jarayonida raqamli iqtisodiyotning milliy iqtisod tarmoqlarida ishlatilishining asosiy yo'nalishlari. "Xalqaro moliya va hisob" ilmiy elektron jurnali. № 6, dekabr, 2018 yil.

16-mavzu. Elektron ta'lim plotformalarini rivojlantirish

1. Elektron ta'lim bozorining rivojlanishi va ta'lim plotformalarining turlari.
2. O'zbekistonda elektron ta'limni rivojlantirish yo'nalishlari.
3. Raqamli ta'lim muassasasi konsepsiyasi. Ta'lim xizmatlari eksportini tashkil etish.
4. Vebinar va video konferensiyalar tashkil etish. Masofaviy ta'limni rivojlantirish yo'llari.

Qo'llaniladigan pedagogik texnologiyalar: insert texnikasi, nilufar guli, guruhlarda ishlash, T jadvali.

16-mavzu bo'yicha tavsiya etilgan adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 13 dekabrda "O'zbekiston Respublikasi davlat boshqaruviga raqamli iqtisodiyot, elektron hukumat hamda axborot tizimlarini joriy etish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi PF-5598-son qarori.

2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 21 noyabrda "Raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish maqsadida raqamli infratuzilmani yanada modernizatsiya qilish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-4022-son qarori.

3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 2 sentyabrda "«Raqamli ishonch» raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishni qo'llab-quvvatlash jamg'armasini tashkil etish to'g'risida"gi PQ-3927-son qarori.

4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 3 iyulda "O'zbekiston Respublikasida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-3832-son qarori.

5. Лapidус Л.В.Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лapidус. — М.: ИНФРА-М, 2019.

6. Маркова В.Д.Цифровая экономика:Учебник/ В.Д, Маркова. — М.: ИНФРА-М. 2019.

7. Хасаншин И. А., Кудряшова А.А., и др.Цифровая экономика. Учебник для вузов - М.: Горячая линия. Телеком, 2019

17-mavzu. Sanoatda raqamli texnologiyalardan samarali foydalanish.

"Sanoat-4.0" konsepsiyasi

1. "Sanoat-4.0" konsepsiyasining mohiyati va rivojlanishi.
2. Sanoatda raqamli texnologiyalarni qo'llash xususiyatlari.
3. Blokcheyn texnologiyalar. Ishlab chiqarish jarayonini rejalashtirish.
4. Korxona xodimlarini boshqarishni raqamlashtirish. Xarajatlarni boshqarishni raqamlashtirish.

Qo'llaniladigan pedagogik texnologiyalar: jamoada ishlash, klasterlar, BBB.

17-mavzu bo'yicha tavsiya etilgan adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasining 2015 yil 22 maydagi "Elektron tijorat to'g'risida"gi O'RQ-385-son Qonuni.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti SHavkat Mirziyoevning 2018 yil 28 dekabrda Oliy Majlisga Murojaatnomasi.
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 18 maydagi "Raqamli iqtisodiyot va «Elektron hukumat» tizimi infratuzilmalarini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-4321-son qarori.
4. Лapidус Л.В.Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лapidус. — М.: ИНФРА-М, 2019.
5. Маркова В.Д.Цифровая экономика:Учебник/ В.Д, Маркова. — М.: ИНФРА-М. 2019.
6. Хасаншин И. А., КудряшовА.А., и др.Цифровая экономика. Учебник для вузов - М.: Горячая линия. Телеком, 2019
7. GulyamovS.S., AyupovR.H. va boshqalar. Raqamli iqtisodiyotda blokcheyn texnologiyalar. T.: TMI, "Iqtisod-Moliya" nashriyoti, 2019
8. Baltabaeva G.R. Globalizatsiya jarayonida raqamli iqtisodiyotning milliy iqtisod tarmoqlarida ishlatilishining asosiy yo'nalishlari. "Xalqaro moliya va hisob" ilmiy elektron jurnali. № 6, dekabr, 2018 yil.

18-mavzu. Raqamli marketing

1. Raqamli marketing asoslari va 4R konsepsiyasi.
2. Raqamli marketingning an'anaviy marketingdan ustunlik tomonlari. Iste'molchi va biznes sektorlari o'rtasidagi hamkorlik munosabatlari.
3. Marketing media vositalari. Samarali veb-tarmoqlarni yaratishdan va ulardan samarali foydalanish.
4. Elektron reklama transformatsiyasi. Reklamaga qilinadigan xarajatlar va daromadlar. Raqamli marketing samaradorligini baholash ko'rsatkichlari.

Qo'llaniladigan pedagogik texnologiyalar: insert texnikasi, nilufar guli, guruhlarda ishlash, T jadvali.

18-mavzu bo'yicha tavsiya etilgan adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 13 dekabrda "O'zbekiston Respublikasi davlat boshqaruviga raqamli iqtisodiyot, elektron hukumat hamda axborot tizimlarini joriy etish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi PF-5598-son qarori.

2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 21 noyabrda "Raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish maqsadida raqamli infratuzilmani yanada modernizatsiya qilish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-4022-son qarori.

3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 2 sentyabrda "«Raqamli ishonch» raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishni qo'llab-quvvatlash jamg'armasini tashkil etish to'g'risida"gi PQ-3927-son qarori.

4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 3 iyulda "O'zbekiston Respublikasida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-3832-son qarori.

5. Лapidус Л.В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лapidус. — М.: ИНФРА-М, 2019.

6. Маркова В.Д. Цифровая экономика: Учебник / В.Д. Маркова. — М.: ИНФРА-М. 2019.

7. Хасаншин И. А., Кудряшов А. А., и др. Цифровая экономика. Учебник для вузов - М.: Горячая линия. Телеком, 2019

19-mavzu. E-brending

1. Brending - mohiyati va asosiy xususiyatlari. E-brendingning asosiy xususiyatlari.

2. Brending texnologiyasi doimiy mijozlarning tovar yoki xizmatga bo'lgan qiziqishlarini yanada oshirishga qaratilgan.

3. Qidiruv tizimlari, kontent reklamalar, internet – PR, onlayn–video, e-mail-marketing, audio reklama va boshqalar.

4. E-brending strategiyalari. Brendni mustahkamlash, qayta pozitsiyalash, mavjud brendni qimmatlashtirish strategiyalari.

Qo'llaniladigan pedagogik texnologiyalar: jamoada ishlash, klasterlar, BBB.

19-mavzu bo'yicha tavsiya etilgan adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasining 2015 yil 22 mayda "Elektron tijorat to'g'risida"gi O'RQ-385-son Qonuni.

2. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti SHavkat Mirziyoevning 2018 yil 28 dekabrda Oliy Majlisga Murojaatnomasi.

3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 18 maydagi “Raqamli iqtisodiyot va «Elektron hukumat» tizimi infratuzilmalarini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PQ-4321-son qarori.

4. Лapidус Л.В.Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лapidус. — М.: ИНФРА-М, 2019.

5. Маркова В.Д.Цифровая экономика:Учебник/ В.Д, Маркова. — М.: ИНФРА-М. 2019.

6. Хасаншин И. А., КудряшовА.А., и др.Цифровая экономика. Учебник для вузов - М.: Горячая линия. Телеком, 2019

7. GulyamovS.S., AyupovR.H. va boshqalar. Raqamli iqtisodiyotda blokcheyn texnologiyalar. T.: TMI, “Iqtisod-Moliya” nashriyoti, 2019

8. Baltabaeva G.R. Globalizatsiya jarayonida raqamli iqtisodiyotning milliy iqtisod tarmoqlarida ishlatilishining asosiy yo'nalishlari. “Xalqaro moliya va hisob” ilmiy elektron jurnali. № 6, dekabr, 2018 yil.

20-mavzu. Iqtisodiyotning ayrim tarmoq va sohalarida elektron biznesni amalga oshirish

1. Ishlab chiqarish sohasini raqamlashtirishning asosiy ustunliklari.
2. Xalq iste'moli tovarlari ishlab chiqarishda raqamli biznesni amalga oshirish imkoniyatlari. Agrar sohani raqamlashtirishning xususiyatlari.
3. Xizmatlar ko‘rsatishni raqamlashtirish. E-bank tizimini rivojlantirish. Raqamli moliya tizimi, moliyaviy aktivlar.
4. E-logistikaning xususiyatlari. Turizm xizmatlari sohasini raqamlashtirishning dolzarb masalalari.
5. O‘zbekistonda “Aqlli shahar konsepsiyasi”ning rivojlanishi.

Qo‘llaniladigan pedagogik texnologiyalar: insert texnikasi, nilufar guli, guruhlarda ishlash, T jadvali.

20-mavzu bo‘yicha tavsiya etilgan adabiyotlar

1. O‘zbekiston Respublikasining 2015 yil 22 maydagi “Elektron tijorat to‘g‘risida”gi O‘RQ-385-son Qonuni.
2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti SHavkat Mirziyoevning 2018 yil 28 dekabrda Oliy Majlisga Murojaatnomasi.
3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 18 maydagi “Raqamli iqtisodiyot va «Elektron hukumat» tizimi infratuzilmalarini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PQ-4321-son qarori.
4. Лapidус Л.В.Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лapidус. — М.: ИНФРА-М, 2019.

5. Маркова В.Д. Цифровая экономика: Учебник / В.Д. Маркова. — М.: ИНФРА-М. 2019.

6. Хасаншин И. А., Кудряшов А.А., и др. Цифровая экономика. Учебник для вузов - М.: Горячая линия. Телеком, 2019

7. Gulyamov S.S., Ayupov R.H. va boshqalar. Raqamli iqtisodiyotda blokcheyn texnologiyalar. T.: TMI, "Iqtisod-Moliya" nashriyoti, 2019

8. Baltabaeva G.R. Globalizatsiya jarayonida raqamli iqtisodiyotning milliy iqtisod tarmoqlarida ishlatilishining asosiy yo'nalishlari. "Xalqaro moliya va hisob" ilmiy elektron jurnali. № 6, dekabr, 2018 yil.

21-mavzu. Elektron biznes va elektron tijoratni boshqarish muammolari

1. Axborot xavfsizligini ta'minlashning muammolari. Raqamli xavfsizlik masalalari va uni ta'minlash yo'llari.

2. Internet tarmog'idagi firibgarlik turlari va ularni aniqlash yo'llari. Elektron pochta orqali firibgarlik. Spamlar. Axborotlarni o'g'irlash, kiber-hujumlar. G'irrom raqobat.

3. Raqobat razvedkasi xususiyatlari. Sanoat josusligi. SHaxsiy ma'lumotlarni himoya qilish.

4. Intellektual mulk ob'ektlarini himoya qilish tizimi. Internet tarmog'idagi firibgarlik muammolarini hal qilish yo'llari.

Qo'llaniladigan pedagogik texnologiyalar: jamoada ishlash, klasterlar, BBB.

21-mavzu bo'yicha tavsiya etilgan adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasining 2015 yil 22 maydagi "Elektron tijorat to'g'risida"gi O'RQ-385-son Qonuni.

2. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti SHavkat Mirziyoevning 2018 yil 28 dekabrda Oliy Majlisga Murojaatnomasi.

3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 18 maydagi "Raqamli iqtisodiyot va «Elektron hukumat» tizimi infratuzilmalarini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-4321-son qarori.

4. Лapidус Л.В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лapidус. — М.: ИНФРА-М, 2019.

5. Маркова В.Д. Цифровая экономика: Учебник / В.Д. Маркова. — М.: ИНФРА-М. 2019.

6. Хасаншин И. А., Кудряшов А.А., и др. Цифровая экономика. Учебник для вузов - М.: Горячая линия. Телеком, 2019

7. Gulyamov S.S., Ayupov R.H. va boshqalar. Raqamli iqtisodiyotda blokcheyn texnologiyalar. T.: TMI, "Iqtisod-Moliya" nashriyoti, 2019

8. Baltabaeva G.R. Globalizatsiya jarayonida raqamli iqtisodiyotning milliy iqtisod tarmoqlarida ishlatilishining asosiy yo'nalishlari. "Xalqaro moliya va hisob" ilmiy elektron jurnali. № 6, dekabr, 2018 yil.

22-mavzu. Elektron xizmatlar sifatini boshqarish

1. Elektron biznes bozorining rivojlanish trendlari. Rivojlangan mamlakatlarda elektron biznesning holati tahlili. Raqamli xizmatlar xususiyati.
2. Elektron xizmatlar va ularning sifati o'rtasidagi korrelyasion bog'liqlik. Elektron xizmatlar klassifikatsiyasi.
3. Elektron xizmatlarning sifat darajasini ta'minlash muammolari. Elektron xizmatlar sifatini o'lchash va baholash usullari. Raqamli xizmatlar sifatini boshqarishda tizimli tahlildan foydalanish.
4. Raqamli xizmatlar sifatini ta'minlashda xalqaro standart talablari (E-SQI). O'zbekistonda elektron xizmatlar sifatini ta'minlashning asosiy yo'nalishlari.

Qo'llaniladigan pedagogik texnologiyalar: insert texnikasi, nilufar guli, guruhlarda ishlash, T jadvali.

22-mavzu bo'yicha tavsiya etilgan adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasining 2015 yil 22 maydagi "Elektron tijorat to'g'risida"gi O'RQ-385-son Qonuni.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti SHavkat Mirziyoevning 2018 yil 28 dekabrda Oliy Majlisga Murojaatnomasi.
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 18 maydagi "Raqamli iqtisodiyot va «Elektron hukumat» tizimi infratuzilmalarini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-4321-son qarori.
4. Лapidус Л.В.Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лapidус. — М.: ИНФРА-М, 2019.
5. Маркова В.Д.Цифровая экономика:Учебник/ В.Д, Маркова. — М.: ИНФРА-М. 2019.
6. Хасаншин И. А., Кудряшова А.А., и др.Цифровая экономика. Учебник для вузов - М.: Горячая линия. Телеком, 2019
7. Gulyamov S.S., Ayupov R.H. va boshqalar. Raqamli iqtisodiyotda blokcheyn texnologiyalar. T.: TMI, "Iqtisod-Moliya" nashriyoti, 2019
8. Baltabaeva G.R. Globalizatsiya jarayonida raqamli iqtisodiyotning milliy iqtisod tarmoqlarida ishlatilishining asosiy yo'nalishlari. "Xalqaro moliya va hisob" ilmiy elektron jurnali. № 6, dekabr, 2018 yil.

23-mavzu. SHaxsiy elektron biznesni yaratish

1. SHaxsiy elektron biznesni yaratish bosqichlari. SHaxsiy biznesni boshlash yo'lidagi faoliyat ketma-ketligi.
2. YAngi mahsulot yoki xizmatlar uchun g'oyalarni izlash va ularni tanlash imkoniyatlari. Startup loyihalari.

3. SHaxsiy elektron biznesni rivojlantirish strategiyalari. Bozorni pozitsiyalash asoslari. Risklarni boshqarish.

4. Investitsiya va moliyalashtirish manbalarini tanlash. Venchur investitsiyalarning xususiyatlari.

Qo'llaniladigan pedagogik texnologiyalar: “Nima uchun?”, jamoada ishlash, baliq skeleti.

23-mavzu bo'yicha tavsiya etilgan adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasining 2015 yil 22 maydagi “Elektron tijorat to'g'risida”gi O'RQ-385-son Qonuni.

2. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti SHavkat Mirziyoevning 2018 yil 28 dekabrda Oliy Majlisga Murojaatnomasi.

3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 18 maydagi “Raqamli iqtisodiyot va «Elektron hukumat» tizimi infratuzilmalarini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida”gi PQ-4321-son qarori.

4. Лapidус Л.В.Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лapidус. — М.: ИНФРА-М, 2019.

5. Маркова В.Д.Цифровая экономика:Учебник/ В.Д, Маркова. — М.: ИНФРА-М. 2019.

6. Хасаншин И. А., КудряшовА.А., и др.Цифровая экономика. Учебник для вузов - М.: Горячая линия. Телеком, 2019

7. GulyamovS.S., AyupovR.H. va boshqalar. Raqamli iqtisodiyotda blokcheyn texnologiyalar. T.: TMI, “Iqtisod-Moliya” nashriyoti, 2019

8. Baltabaeva G.R. Globalizatsiya jarayonida raqamli iqtisodiyotning milliy iqtisod tarmoqlarida ishlatilishining asosiy yo'nalishlari. “Xalqaro moliya va hisob” ilmiy elektron jurnali. № 6, dekabr, 2018 yil.

MAVZULAR BO‘YICHA MATN ANNOTASIYASI VA OXIRGI YANGILIKLAR

1-Modul. Raqamli iqtisodiyot transformatsiyasining umumiy asoslari

1-mavzu. “Raqamli iqtisodiyot” faniga kirish

1. Axborot texnologiyalarini rivojlantirishning iqtisodiy qonunlari
2. Raqamli iqtisodiyot tushunchasi va uning xususiyatlari
3. Innovatsion g'oyalar, yuqori texnologiyalarni ishlab chiqarishga, jamiyat hayotiga izchil tatbiq etish
4. Raqamli iqtisodiyot va iqtisodiy o'sish

Raqamli texnologiyalarning hayotimizga kirib borishni davom ettirishi - kelajak dunyosiga xos bo'lgan xususiyatlardan biridir. Bu mikroelektronika, axborot texnologiyalari va telekommunikatsiyalar sohalaridagi taraqqiyot bilan izohlanadi. Shunday qilib, raqamlashtirish - obyektiv, muqarrar jarayon bo'lib, uni to'xtatishning iloji yo'qdir. Raqamlashtirishga yo'ldosh bo'ladigan eng jiddiy xavf-xatarlardan biri, o'rta va past malakali ixtisosliklar orasida ommaviy ishsizlik yuzaga kelishi hisoblanadi. O'rta sinf vakillari keskin kamayib ketishi mumkin, chunki birinchi navbatda aynan shu ish o'rinlari avtomatlashtiriladi va ular intellektual robotlar bilan almashtiriladi. Faol, ma'lumotli, mehnatga layoqatli aholining yetarli darajada yuqori turmush tarziga o'rganib qolgan sezilarli qismi g'arb turmush tarsi tufayli yo'l chetiga chiqib qoladi. Biroq raqamli dunyo shu qadar tezkorlik bilan shakllanadiki, yuqori malakaga ega bo'lgan kadrlar tayyorlash jarayonini tezlashtirish ular taqchilligining oldini olishi mumkin bo'ladi. Shu sabablihozircha kim o'zgarishlarga tayyor bo'lsa, buning uchun unda hali yetarlicha vaqt bor.

Uzoq istiqbolda «raqamli» (elektron) iqtisodiyot og'ir jismoniy mehnatga mahkum odamlarning erkinlik haqidagi ko'p asrlik orzularini ro'yobga chiqirishga qodir bo'lgan vositaga aylanishi mumkin. Ko'pchilik insonlarga ijod, fan (ham fundamental, ham amaliy) vasan'at uchun keng imkoniyatlar ochiladi. Raqamli inqilob qaysidir tarmoqlar va mamlakatlarga ilgariroq va kuchliroq, boshqalarga esa kechroq va kamroq kirib keladi. Servis hizmatlari, media va ko'nilocharliklar birinchi bo'lib, ulardan keyin esa telekommunikatsiya kompaniyalari va banklar raqamlashtirishga

mubtalo bo'ladi. Lekin tahlilchilarning umumiy fikrlari va kompaniyalar menejerlari orasida o'tkazilgan so'rov natijalariga asosan, raqamlashtirish u yoki bu darajada hammamizga hamdaxl qiladi. Bugungi kunda bizhar bir mohiyatni u yoki bu olamga mansub sanagan holda identifikatsiya qilishimiz mumkin, lekin ma'lum vaqt o'tgandan so'ng, ko'pchilik obyektlar uchun bunday taqsimlashni amalga oshira olmaymiz³.

Raqamli iqtisodiyot- bu jamiyat ne'matlarini ishlab chiqarish, taqsimlash va iste'mol qilish jarayonlarida elektron hamda axborot- kommunikatsion texnologiyalarini keng joriy etishni ko'zda tutadigan insonning xo'jalik faoliyatini tadqiq etuvchi fandır. Raqamli iqtisodiyot atamasi ikki xil turli tushunchalarni ifodalash uchun ishlatiladi. Birinchidan, raqamli iqtisodiyot - bu rivojlanishning zamonaviy bosqichi hisoblanib, u ijodiy mehnat va axborot ne'matlarining ustuvor o'rnini bilan tavsiflanadi. Ikkinchidan, raqamli iqtisodiyot - bu o'ziga hos nazariya bo'lib, uning o'rganish obyekti, axborotlashgan jamiyat hisoblanadi. Raqamli iqtisodiyot nazariyasi o'z rivojlanishining boshlang'ich davridadir, chunki tsivilizatsiyaning raqamli axborot bosqichiga o'tishi bir necha o'n yilavvalgina boshlangan "*Raqamli iqtisodiyot*" atamasi ilmiy amaliyotga ispaniyalik va amerikalik sotsiolog, axborotlashgan jamiyatning yetakchi tadqiqotchisi Manuel Kastels tomonidan kiritilgan. Bu borada u o'zining "*Axborot davri: iqtisod, jamiyat va madaniyat*" nomli uch jildli monografiyasini chop etgan. Hozirgi vaqtga kelib, raqamli iqtisodiyot nazariyasi to'raligicha hali shakllanmagan va ko'pchilik iqtisodchilar tomonidan keng miqyosda o'rganilmoqda. Ilmiy adabiyotlarda hozirgi zamon "*Yangi raqamli iqtisodiyoti*" turli xil atamalar bilan nomlanadi. Masalan, "*postindustrial iqtisodiyot*" (D.Bell), "*axborotlashgan iqtisodiyot*" (O.Toffler), "*megaiqtisodiyot*" (V.Kuvaldin), "*axborot va aloqaga asoslangan iqtisodiyot*" (I.Niniluto), "*texnoiqtisodiyot yoki raqamli iqtisodiyot*" (B.Geyts), "*bilimlarga asoslangan iqtisodiyot*" (D.Tapskott). Ushbu tushunchalarni bog'lab turadigan omil - bu iqtisodiy jarayonlarning globallashtirish jarayonida axborot texnologiyalarining birlamchi o'rinni egallashi bo'lib hisoblanadi.

³ O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yilning 3 iyulida «O'zbekiston Respublikasida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish bo'yicha chora-tadbirlar to'g'risida»gi PQ-3832 son qarori

Aytish mumkinki, raqamli iqtisodiyotning rivojlanishi uchta asosiy segmentda ko'rib chiqiladi:

- real tovarlar va xizmatlar ta'minotchilari va xaridorlari sektori;
- dasturiy ta'minot va texnologiyalar ishlab chiquvchilar sektori;
- qonunchilik bazasi, kadrlar tayyorlash tizimi, barcha turdagi ma'lumotlar uzatish va saqlash kanallari ko'rinishidagi infratuzilma.

Raqamli iqtisodiyot quyidagi yo'nalishlarni o'z ichiga qamrab oladi:

- Big data;
- sun'iy intellekt;
- blokcheyn;
- kvant texnologiyalari;
- ishlab chiqarish texnologiyalari;
- sanoat interneti;
- robototexnika;
- simsiz aloqa;
- virtual reallik.

Virtual dunyo bilan o'zaro aloqalar sifatida raqamli iqtisodiyotdan raqamli modellashtirish o'tish va buyumlar internetini tushunishimiz mumkin. Albatta, milliy iqtisodiyotdagi moliyaviy munosabatlarni milliy kriptovalyuta ko'rinishidagi raqamli valyutasiz amalga oshirib bo'lmaydi.

Ko'plab axborot tizimlari operatsiyalarni insondan ko'ra yaxshiroq, tezroq va arzonroq bajaradi, bu esa xatolar sonini minimallashtirishi tufayli misli ko'rilmagan darajada tezkor harakat qilishga erishish imkonini beradi. Hozirgi paytda talabalarga yordam berish uchun robot-yordamchilar, robot-jurnalistlar va hatto vazifalarni odamlardan ko'ra samaraliroq taqsimlaydigan robot-rahbarlarga misollar mavjud. U yoki bu jarayon davomida bir-biri bilan o'zaro aloqa qiladigan axborot servislari to'plami servis biznes-jarayonlarini raqamli o'zgartirishning natijasi hisoblanadi. Ko'plab banklar hozirda qarz oluvchini baholash jarayonlarini inson ishtiroisiz amalga oshirmoqda. Yangi shaklgi kompaniyalarda taksi chaqirishdamijoz va haydovchi

o'rtasidagi barcha o'zaro aloqalaraxborot tizimi yordamida amalga oshirilib, odam ishtiroki hatto ko'zda ham tutilmayapti. Lekin biznes-jarayonlardan odamlar ishtirokini doim ham to'liq istisno qilish mumkin emas. Bunda raqamli o'zgartirish tezkor rejimda ma'lumotlar to'plashga imkon beradi va robototexnika texnologiyalari yordamida raqamli aloqa kanallari bo'yicha masofadan turib boshqarishni ta'minlaydi. Bunday o'zgarishlarga misollarni xizmatlar sohasida, neft qazib chiqarish, elektrenergetikasi va ishlab chiqarishda kuzatishimiz mumkin. Shak-shubhasizki, zamonaviy biznesda «raqamli o'zgartirish» so'z birikmasi tobora ko'proq yodga olinib boshladi. Aftidan, jahon miqyosida faol rivojlanayotgan yangi texnologiyalar tez orada bizning raqamli texnologiyalar va sun'iy intellekt haqidagi tasavvurlarimizni tubdan o'zgartirib yuboradi.

Iqtisodiyotda dinamika va diversifikatsiya darajasi qanchalik yuqori bo'lsa, mamlakat ichkarisida va tashqarisida shunchalik katta hajmdagi noyob ma'lumotlar aylanadi, mos ravishda, milliy iqtisodiyot doirasida ham kattaroq axborot trafigi vujudga keladi. Shu sababli, raqamli iqtisodiyot information texnologiya xizmatlarining kirib borish darajasi yuqori va qatnashchilar soni ko'p bo'lgan bozorlarda eng samarali faoliyat ko'rsatadi. Birinchi navbatda, bu e- segmentning ulushi YIM 10%ini tashkil qiladigan, bandlik 4%dan yuqori bo'lgan va bu ko'rsatkichlar yaqqol o'sish tendensiyasiga ega bo'lgan internetga qaram tarmoqlar (transport, savdo, logistika va h.k.) bilan bog'liq. Texnologik jihatdan raqamli iqtisodiyotni to'rtta trend belgilab beradi: mobil texnologiyalar, biznes- model, bulutli texnologiya va ijtimoiy media vositalari. Bu esa shuni anglatadiki, milliy segmentni shakllantirishda ularning imkoniyatlaridan to'liq foydalanish muhim ahamiyat kasb etadi. Shu bilan bir vaqtda milliy raqamli iqtisodiyotga ichki va tashqi investitsiyalarni samarali jalb etish va undan dividendlar olish uchun qulay ishbilarmonlik muhitini yaratish, salmoqli inson kapitalini tayyorlash, boshqaruv jarayonini ham rivojlantirish zarur. Bularning barchasi iqtisodiy o'sishning poydevori hisoblanadi va xuddi shu sababli, ularni rivojlantirish chora- tadbirlari majmuini aniqlash lozim.

2-mavzu. Raqamli iqtisodiyot: elektron biznesni boshqarish asoslari

1. Elektron biznesning mohiyati va rivojlanish xususiyatlari.
2. Innovatsion texnologiyalarning raqamli iqtisodiyotni shakllantirishdagi o'рни.
3. Internet tarmog'ida biznesning yaratilish xususiyatlari.
4. O'zbekistonda raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish xususiyatlari, huquqiy asoslari.

Hozirgi kunda hizmat ko'rsatish biznesida barqarorlikka erishish ilgarigidan ko'ra misli ko'rilmagan darajada juda qiyin bo'lib ketgan. Mustahkam raqobatli ustunlikka erishish, eng yuqori cho'qqiga chiqash hamda bu maqomni saqlab qolish oson ish emas. Xususan, amerika statistika ma'lumotlariga ko'ra, 2000 yil **Fortune 500** dan o'rin olgan kompaniyalarning 52%dan ko'prog'i hozirgi kunga kelib mavjud emas. Yana bir muhim ko'rsatkich: **Standard & Poor's 500**ga kiradigan kompaniyalarning o'rtacha umr uzunligi 1960 yilda 60 yilni tashkil qilgan bo'lsa, 2020 yilga kelib 12 yilga qisqargan. Yetakchilik muddatining bunday besh karra qisqarishining sababi - butun biznesning, jumladan, servis biznesining raqamli asoslarga o'tishi sanalib, biz ozirgi kunda bu hodisaning guvohi va qatnashchisi bo'lib turibmiz. «Raqamli inqilob» (**Digital Disruption**) - fenomeni tahlilchilar orasida ham, kompaniyalar direktorlar kengashilarida ham dolzarb mavzulardan biri hisoblanadi.

Servis biznesi qaysi bir ma'noda «default» maqomidagi raqamli biznesga aylanmoqda. Bir tomondan, hech bir kompaniya ham foto biznesda bir paytlar plenkadan «raqam»ga sakrab o'tish vaqtini sezib-sezmay o'tkazib yuborgan **Kodak** qismatini takrorlashni istamaydi. Boshqa tomondan, **Amazon, Uber, Airbnb** va boshqalar raqamli inqilobdan qanday qilib foydalanish hamda biznes yuritishning tamomila yangicha sxemalari o'ylab topish va amalga oshirish mumkinligini ko'rsatadilar. Internet dastlab onlayn-vitrina kabi, keyinroq esa onlayn-magazin rovida oflayn-biznesga qo'shimcha sifatida ko'rib chiqilgan vaqtlar o'tib ketdi. Hayot sahnasiga yangi avlodlar - internet tarmog'ida «yashaydigan» yoshlar kiqib kelishi biznesni onlayn («raqamli») bo'lishga olib keldi. Insoniyat global o'zgarishlar davriga qadam qo'ydi. Yaqin vaqtlarda inson hayot faoliyatining asosiy sohalari - iqtisodiyot

va boshqaruv, fan va xavfsizlik bo'lgan bo'lsa, endi yangicha shakl va mazmunga ega bo'la boshladi.

Dunyoning eng yirik kompaniyalari allaqachondan buyon turli axborot texnologiyalaridan foydalanib kelishmoqda. Biroq qandaydir platforma joriy qilish hali biznesni raqamli qilib qo'ymaydi. Oddiy texnologik platformaning raqamli iqtisodiyot platformasidan farqi nimada? Birinchidan, raqamli iqtisodiyot platformalari tarmoq yoki sanoatning ko'plab qatnashchilari uchun maksimal darajada qulay o'zaro aloqalar yaratishi ko'zda tutgan. Hozirgi kunda to'laligicha qaror topgan ommaviy platformalarga misol keltirish qiyin, lekin kelajak aynan shunday yechimlar ortidadir. **Google, Facebook, Apple, Amazon** va **Alibaba Group** kompaniyalari ushbu g'oyani to'laligicha amalga oshirishga eng yaqin holatdalar, ko'plab yirik kompaniyalar bunday platformalarni yaqin vaqtlarda yaratishni rejalashtirishgan. Ikkinchidan, yanada muhimrog'i, raqamli iqtisodiyot platformalari to'laqonli (end-to-end) biznes-jarayonlarni avtomatlashtirishi lozim. Raqamli iqtisodiyot to'liq platformasi uch qismdan iborat bo'lishi kerak: bular iste'molchi ekotizimlari, ishlab chiqaruvchi ekotizimlari va kommunikativ o'zak. Iste'molchi ekotizimi funksiyasi - platformadan foydalanuvchining barcha ehtiyojlarini va muhtojliklarini qondirish, uning qulayligini va funktsionalligini ta'minlashdir. Ishlab chiqaruvchining ekotizim funksiyasi - biznes yuritishni yengillashtirgan va unga kirish bo'sag'asini pasaytirgan holda yordamchi funksiyalar bajarishini ta'minlashi lozim. Platforma o'zagi iste'molchilar va ishlab chiqaruvchilarning o'zaro aloqalari bo'yicha funktsionalni ham amalga oshirib, zaruriy texnologik bazis va infratuzilma ehtiyojlarini ta'minlaydi. Uchala tarkibiy qismlaridan mustaqil ravishda mavjud bo'lishi mumkin va bunga muvaffaqiyatli misollarni keltirib o'tish mumkin: iste'molchi ekotizimi sifatida ijtimoiy tarmoqlar, **Alibaba Group** - birinchi navbatda, ishlab chiqaruvchi ekotizimi hisoblanadi (qolgan ikkita tarkibiy qism unchalik rivojlanmagan), **Uber** - ekotizimlarsiz platforma o'zagining kommunikativ o'zagiga yorqin misoldir. Biroq uchala tarkibiy qismni bitta model doirasida birlashtirish sezilarli darajada sinergetik samara olishga imkon beradi.

Raqamli iqtisodiyot tayanadigan asosiy texnologiyalardan yana biri bu - buyumlar

internetidir. Ya'ni, ko'plab maishiy uskunalar elektr tarmog'iga ulanganligi odatiy, lekin bular ikkinchi darajali hisoblanadi. Moddiy dunyoning tobora ko'plab obyektlari internetga ulanmoqda, bu esa axborot to'plash va hatto bu obyektlarni masofadan turib boshqarishni ham ta'minlamoqda. Amalda internetda tashqi dunyo va obyektning turli ko'rsatkichlaridan iborat bo'lgan moddiy obyektning virtual nusxasi paydo bo'lib, ushbu obyektни internet orqali boshqarishga mikon bermoqda. Buyumlar internetiga misol qilib, masalan, texnik yordam hizmatida aniqlangan buzilishlar va rejadan tashqari ta'mirlash doirasida almashtirish lozim bo'lgan ehtiyot qismlar ro'yxatini yuboradigan virtual ma'lumotlar uzatish tizimini keltirib o'tish mumkin. Buyumlar interneti sohasi rivojlanishining keyingi bosqichida buyumlarning nafaqat odam bilan, balki o'zaro aloqa qilishi mumkinligi ham hisoblanadi, bu konveyerli liniyalarda, texnik ta'mirlash tizimlarida, logistika va boshqa ko'plab biznes sohalarida avtomatlashtirilgan o'zaro aloqalarga erishish imkonini beradi. Lekin hali yechimini kutib turgan masalalar ham bor, chunonchi: elektr energiyasini minimal tarzda iste'mol qiladigan elektronika, shuningdek, buyumlarning o'zaro aloqa qilishi uchun yangi aloqa standartlarini yaratish.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 19 fevraldagi PF-5349 sonli *“Axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalari sohasini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida”*gi Farmonini⁴ ijro etish borasida, shuningdek, respublikamizda raqamli iqtisodiyotni davlat boshqaruv tizimida zamonaviy axborot texnologiyalarni jadal rivojlantirish bo'yicha sharoitlar yaratish, shuningdek, axborot havfsizligini ta'minlash maqsadida Vazirlar Mahkamasi 2018 yil 31 avgustda raqamli iqtisodiyotning maqsad va vazifalarini belgilab beradigan *“O'zbekiston Respublikasida raqamli iqtisodiyotni joriy qilish va yanada rivojlantirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida”* Qaror qabul qildi, hamda O'zbekiston Respublikasi Prezidentining PQ-3832 2018 yil 3 iyul dagi *“O'zbekiston Respublikasida raqamli iqtisodni rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida”*gi

⁴O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 19 fevraldagi PF-5349-sonli “Axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalari sohasini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida”gi Farmoni

qarorlarini ham shu tadbirlar jumlasiga kiritish mumkin. Ushbu qaror bo'yicha quyidagilar raqamli iqtisodiyotni yanada rivojlantirish bo'yicha eng muhim vazifalar deb ko'rsatilgan:

- Investitsiya va tadbirkorlikni diversifikatsiya qilish uchun kryptoaktivlar aylanmasi sohasidagi faoliyatni, jumladan, mayining, smart kontrakt, konsalting, emissiya, ayriboshlash, saqlash, taqsimlash, boshqarish, sug'urtalash, kraud-funding (jamoaviy moliyalashtirish), shuningdek, blokcheyn texnologiyalarni joriy etish va rivojlantirish.

- Blokcheyn texnologiyalarni ishlab chiqarish va ulardan foydalanish sohasida amaliy ish ko'nikmalariga ega bo'lgan malakali kadrlarni tayyorlash.

- Raqamli iqtisodiyotni yanada rivojlantirish uchun innovatsion g'oyalar, texnologiyalar va ishlanmalarni joriy etish sohasida davlat organlari va tadbirkorlik subyektlarining yaqin hamkorligini ta'minlash.

Raqamlashtirish asosida yaratilgan mahsulotni uning sifatini jiddiy yo'qotmasdan turib, texnik vositalarga o'tkazishning imkoni yo'q, shu sababli raqamlashtirish, raqamli ko'rinishga keltirishdan farqli ravishda, biznesga sezirarli darajada keskin rivojlanish va yangi raqobatli ustunliklar qo'lga kiritishga imkon beradi.

Amalda raqamli o'zgartirishning ikkita yo'nalishi mavjud. Birinchi yo'nalish bu - mavjud biznes-jarayonlarda odamlar ishtirokini minimallashtirish uchun ularni avtomatlashtirish va robotlashtirishdir. Ikkinchi yo'nalish - eksponensial tashkilot yaratish maqsadida olingan boshqaruv tizimini masshtablashtirishdir. Eksponensial tashkilot deganda, biz ularni masshtablashtirish tufayli ular xuddi shu sohada ishlaydigan boshqa tashkilotlar bilan taqqoslaganda kamida o'n baravar yuqori unumdorlikka ega bo'lishini tushunamiz. Sir emaski, kompaniyalarning mintaqaviy va xalqaro ekspansiyasiko'pincha boshqaruv tizimini jahon darajasida nusxalashtirish qiyinligi bilan to'xtatib turiladi. Tez o'sishning chegaralanishi muammolari ko'pincha nusxa ko'paytirishdagi qiyinchiliklar tufayli yuzaga keladi. Bunga misol qilib, mintaq

ko'lam, auditoriyalar hajmi va o'qituvchilar soni bilan chegaralangan biznes-maktabdan milliy yoki xalqaro miqyosdagi biznes yaratishga mikon beradigan ta'lim jarayonini o'zgartirish jarayonini keltirib o'tish mumkin. Ta'lim jarayonini raqamli ko'rinishga keltirish, harajatlarni minimallashtirish, o'quv kurslarini esa o'qituvchi gapiradigan tilni tushunadigan cheklanmagan auditoriya uchun ochiq qilishga imkon beradi (MOOC).

Eksponensial tashkilot yaratishning asosiy shartlaridan biri, hizmatlarni bir xillashtirish imkoniyati hisoblanadi, agar hizmat bir xillashtirilgan bo'lsa, ushbu hizmatlarni taqdim etishni boshqarish tizimi ham bir xillashtirilishi va kelgusida to'liq avtomatlashtirilishi mumkin. Kompaniyaning maqsadli bozorda virusli marketing va «sarafan» radiosi usullari orqali ilgari surish mumkin bo'lib, bu narx bo'yicha demping va hizmatlar buyurtma qilish uchun raqamli interfeys hisobiga minimal harajatlar bilan biznesning «portlab» o'sishini ta'minlaydi.

Biznes-jarayonni raqamli o'zgartirishni BPMS (Business Process Management Suite) sinfidagi tizimlar yordamida amalga oshirish mumkin bo'lgan. Raqamli o'zgartirishning ikkinchi bosqichi alohida operatsiyalarni bajarishni avtomatlashtirish hisoblanadi. Masalan, mijozning ishonchliligini baholash, xuddi o'quv kursi tinglovchilari orasida test sinovi o'tkazish kabi, avtomatik ravishda amalga oshiriladi. Operatsiyalarni avtomatlashtirish uchun ko'pincha matematik algoritmlar yoki hatto sun'iy intellekt asosida mustaqil ravishda qaror qabul qiladigan «raqamli robotlar» foydalaniladi.

3-mavzu. Elektron savdo (internet savdo) ning rivojlanish xususiyatlari

1. Elektron biznes modellari.
2. Elektron tijorat (e-commerce) va elektron savdo (e-trade) xususiy belgilar va farqlar.
3. Mobil tijorat (m-commerce) va uning biznesga ta'siri.
4. Axborotlashgan bozor ishtirokchilariga raqamli iqtisodiyotning ta'siri.

Hozirgi kunda dunyoda raqamli iqtisodiyot hodisasini umumiy bir tushunish mavjud emas, shunday bo'lsada, uning ko'plab ta'riflari mavjud. Raqamli iqtisodiyot— jarayonlarni tahlil qilish natijalaridan foydalanish va katta hajmdagi ma'lumotlarni qayta ishlash asosida turli xildagi ishlab chiqarishlar, texnologiyalar, asbob-uskunalar, tovarlar va hizmatlarni saqlash, sotish va yetkazib berish samaradorligini jiddiy ravishda oshirishga imkon beradigan va raqamli ko'rinishdagi ma'lumotlar asosiy ishlab chiqarish omili deb sanalgan xo'jalik faoliyatidir. Bizning fikrimizcha, ushbu ta'rif juda to'g'ri, lekin foydalanish uchun biroz noqulay. Bir tomondan, raqamli iqtisodiyotga uzil-kesil ta'rifning yo'qligi ko'plab xususiy va tor ixtisosli savollarni muhokama qilish uchun to'siq hisoblanmaydi. Lekin, boshqa tomondan, ushbu o'quv qo'llanmadan maqsad - raqamli iqtisodiyot fenomenini integral ko'rishni shakllantirish ekanligi sababli biz o'z ta'riflarimizni taklif qilishga jazm etdik. Yuqorida aytganimizdek, raqamli iqtisodiyot bu - gibril dunyo sharoitlarida mavjud bo'ladigan iqtisodiyotdir. Ushbu ta'rif ham to'g'ri bo'lib, mohiyatni aks ettiradi, lekin kutilayotgan o'zgarishlarni tushuntirmaydi va mos ravishda, amaliyotda undan foydalanish birmuncha murakkabdir. Aynan shu sababli biz quyidagi funksional ta'rifni ifodaladik: Raqamli (elektron) iqtisodiyot bu - axborot, jumladan, shaxsiy axborotdan foydalanish hisobiga barcha qatnashchilarning ehtiyojlarini maksimal darajada qondirish uning o'ziga xos xususiyati bo'lgan iqtisodiyotdir. Bu axborot- kommunikatsiya va moliya texnologiyalarining rivojlanganligi, shuningdek, birgalikda gibril dunyoda barcha iqtisodiy faoliyat subyektlari - tovarlar vahizmatlar yaratish, taqsimlash, ayirboshlash va iste'mol qilish jarayoni obyektlari va subyektlarining to'laqonli o'zaro aloqa qilish imkoniyatini ta'minlaydigan infratuzilma ochiqligi tufayli mavjud bo'lishi mumkin.

To'laqonli o'zaro aloqa qilish uchun barcha iqtisodiyot obyektlari va subyektlari sezilarli raqamli tarkibiy qismlarga ega bo'lishi lozim. Masalan, hozirgi paytda avtomobilning iste'mol xususiyatlari va xavfsizlik ko'rsatkichlari uning hisobiga sezilarli darajada yaxshilanadigan raqamlitarkibiy qismlari (dasturiy ta'minot va datchiklar) avtomobil qiymatining yarmidan ko'pini tashkil qiladi. Vaqt o'tishi bilan ko'plab tovarlar va hizmatlar qiymatining sezilari qismi uning raqamli tarkibiy qismi

bilan belgilanadi. Bunday tovarlar “aqlli” buyumlar deb ataladi. Raqamlashtirishda yoki ularning asosiy xususiyatlari jiddiy yaxshilanishi (masalan, avtomobil xavfsizligi oʻsadi va uning ekspluatatsiya qiymati pasayadi), yoki yangi xususiyatlar (ovoz bilan boshqarish, internet yoki mobil telefonlan turib masofadan boshqarish va boshqalar) paydo boʻlishi lozim.

Kognitiv texnologiyalari yordamida intellektuallashtirilgan internetda axborot izlab topish mashinalari bir soʻrovga javob tariqasida minglab javoblar beradi. Bu maʼlumotlar inson idrok qilishi uchun ochiq, ishonchli va toʻliq boʻlishga musobaqalashib, toʻplangan maʼlumotlarni oʻzlari qayta ishlay boshlaydi va natijada bu dunyoni biz uchun “shaffof” qiladi. Bunday dunyoda aldab boʻlmaydi, chunki yolgʻon darhol fosh boʻladi, obroʻ-eʼtibor esa eng muhim kapital hisoblanadi. Isteʼmolchi ishlab chiqaruvchini mustaqil ravishda topadi, avtomatik hujjatylanmani hisobga olgan holda esa u toʻgridan-toʻgʻri barcha kontragentlari bilan oʻzaro aloqa qilishi mumkin boʻladi. Shu tariqa **M2C (manufacturer to customer, ishlab chiqaruvchi - isteʼmolchiga)** biznes modeli va bunda ushbu isteʼmolchi uchun zarur (yoki koʻngildagi) original xususiyatlarga ega boʻlgan tovar ishlab chiqarish koʻzda tutiladigan shaxsiylashtirilgan ishlab chiqarish mumkin boʻlgan **C2M (customer to manufacturer)** modeli paydo boʻladi.

Bulutli hisoblash platformalari (**Cloud Computing**) - yangi axborot texnologiya konsepsiyasi boʻlib, u eng kam ekspluatatsion harajatlarni talab qiladi yoki u orqali provayderga murojaatlar tezkor taqdim etiladi va kerak boʻlgan hisoblash resurslari talablarga binoan hamma joyda va qulay tarmoq ulanishi bilan taʼminlanishni koʻzda tutadi. Maʼlumot uzatish tarmoqlari, serverlar, maʼlumot saqlash qurilmalari, servis dasturlari - birgalikda ham, alohida ham bulutli texnologiyalarning tarmoq resurslariga misol boʻlishi mumkin. Boshqacha qilib aytganda, bulutli texnologiyalar (Cloud technologies) - bu kompyuter resurslarini Internetdan foydalanuvchiga soʻrov boʻyicha (**on demand**) onlayn-servis sifatida taqdim etiladigan maʼlumotlarni qayta ishlash texnologiyalaridir. Shuni ham aytish zarurki, bulutli texnologiyalar vujudga kelayotgan raqamli iqtisodiyot poydevoriga ulkan hissa qoʻshgan va qoʻshayapti. Bu

hissa faqatgina texnologik tarkibiy qismlar bilan chegaralanmaydi, balki iqtisodiy va g'oyaviy tarkibiy qismlarni ham o'z ichiga qamrab oladi. Bulutli texnologiyalar rivojlanishi, masalan, talab bo'yicha ishlab chiqarish (***production on-demand***), hizmat sifatidagi dasturiy ta'minot (***software as a service***) kabi kelajak biznes- modellarining aksariyati uchun asosiy g'oyaga va ko'plab iqtisodiy o'zaro aloqalar uchun tamoyilga aylanadigan tushunchalar paydo bo'lishiga olib keldi.

Buyumlar Interneti esa - ko'plab texnologiyalarni birlashtiradigan, datchiklar bilan jihozlanganlik va internetga barcha uskunalarning ulanishini ko'zda tutadigankontsepsiya bo'lib, masofadan turib real vaqt rejimida (jumladan, avtomatik rejimda) jarayonlarni monitorig va nazort qilish va buning asosida ularniboshqarishga imkon beradi. Bugungi kunda ikkita yirik yo'nalish shakllangan: buyumlar Interneti (***IoT - Internet of Things***) va buyumlar sanoat Interneti (***IIoT - Industrial Internet of Things***). Instrumental jihatdan ushbu texnologiyalar bir-biriga juda o'xshashib ketadi, asosiy farq esa bajarilishi lozim bo'lgan vazifada: agar buyumlar internetining asosiy vazifasi bu - xilma-xil (modellar va bashoratlar tuzishda ustuvor foydalaniladigan) ma'lumotlar to'plash bo'lsa, buyumlar sanoat Internetining bajarishi lozim bo'lgan vazifasi ishlab chiqarishni avtomatlashtirishdan iborat (*datchiklar ko'rsatkichlari bo'yicha resurslar va quvvatlarni masofadan turib boshqarish*). **OVUM, Mashine Research** va **Nokia** kompaniyalari tahlilchilarining bashoratlariga ko'ra, 2020 yilga kelib, tarmoqqa ulangan sanoat qurilmalarining soni 530 mln birlikdan ortadi, 2025 yilga kelib esa ularning soni 20 dan 200 mlrd birlikkacha bo'lishi kutilmoqda.

Ko'plab mamlakatlarda ishlab chiqarish resurlarini boshqarish texnologiyalarini rivojlantirish, jumladan, ulardan virtual foydalanish manfaatlarida, raqamli iqtisodiyot infratuzilmalarini yaratish va o'zgartirish davlat daturlariga binoan bajariladi: Germaniyada ***Industrie4.0***, AQSHda ***Advanced Manufacturing Technology***, Xitoyda esa asosiy e'tibor ilg'or texnologiyalar joriy qilish, sifat va innovatsiyalarga qaratiladigan ishlab chiqarishni rivojlantirish strategik konsepsiyasi, Buyuk Britaniyada ***Innovate UK***, Avstraliyada ***National Digital Economy***. ***IoT***-platformalar yaratish va joriy qilish bo'yicha loyihalar, amaliy dastur servislari ishlab chiqish

Rossiyada ham amalgi oshirilmoqda. Internettashabbuslarni rivojlantirish jamg'armasiinternetni rivojlantirish yo'l xaritasini ishlab chiqdi hamda buyumlar internetiAssotsiatsiyasini ta'sis etdi. Rosstandart doirasida faoliyat ko'rsatadigan «Kiberfizicheskiesistemi» standartlashtirish bo'yicha yangi texnik qo'mita faoliyati doirasida buyumlar interneti sohaida standartlar ishlab chiqish va qabul qilish rejalashtirilgan.

Katta ma'lumotlar (**Big Data**) - inson idrok qiladigan natijalar olish maqsadidastrukturalangan va strukturalanmagan (jumladan, mustaqil manbalardan olingan) ma'lumotlarni qayta ishlash uchun mo'ljallangan usullar, vositalar va yondashuvlar yig'indisidir. Katta ma'lumotlar katta hajm bilan, xizma-xillik va yangilanish tezligi bilan tariflanadi, bu esa axborot bilan ishlash standart usullari va vositalarini yetarli darajada samarasiz qilib qo'yadi.

Tahlil algoritmidagi eng so'nggi zamonaviy trendlarni biladigan va kelgusi hisob-kitoblar tezligini baholay oladiganlar emas, balki ushbu texnologiyalarni qo'llash asosida uzoq muddatli va asoslangan moliyaviy modellar yarata oladiganlar bugungi kunda katta ma'lumotlar sohasida ekspertlar hisoblanadi. Hozirgi kunga kelib, katta ma'lumotlarni qayta ishlashga imkon beradigan ko'p sonli usullar va kompleks daturiy mahsulotlar mavjud, masalan, IBM, Oracle, Microsoft, Hewlett-Packard, EMC, Apache Software Foundation (HADOOP) va boshqalar.

Katta ma'lumotlar bilan ishlash uchun zarur bo'lgan axborot manbalari bo'lib quyidagilar hizmat qilishi mumkin:

- internetda fodylanuvchilar xulq-atvori loglari;
- avtomobillardan transport kompaniyaiga GPS-signallar;
- bankning barcha mijozlari tranzaksiyalari haqida axborotlar;
- yirik chakana tarmoqdagi barcha xaridlar haqida axborotlar;
- ko'p sonli shahar IP-videokameralaridan olingan axborotlar;
- sanoat interneti texnologiyalari bilan jihozlangan katta ishlab chiqarish datchiklaridan kelgan axborotlar va boshqalar.

Endi hozirgi zamonda borgan sari ommabop bo'lib borayotgan virtual valyutalar haqida mulohaza qilib ko'ramiz.

Virtual (raqamli/elektron) valyuta - moddiy timsolda mujassam topmagan, to'laonli pul belgisi sifatida foydalanish mumkin bo'lgan pul mablag'laridir.

Kriptovalyuta -kriptografik algoritmlarni maxsus ko'rinishlarda qo'llashga asoslangan emission valyuta turi.

Tranzaksiyalar bloklari zanjiri (Block Chain / Blokcheyn) - taqsimlangan ma'lumotlar to'plamlarini tuzish metodologiyasi bo'lib, bunda har bir ma'lumotni qayd qilish unga egalik qilish tarixi haqidagi axborotdan iborat bo'ladi, bu esa uni qalbakilashtirish imkoniyatini qattiq chegaralab qo'yadi. Blokcheyn virtual valyuta tizimlarida operatsiyalarni bajarish va ularning tarixini saqlash uchun qo'llanadi.

Bitkoin - mavjud virtualvalyutalar ichida birinchi va eng keng tarqalgan kriptovalyuta hisoblanadi va u bitkoin blokcheyni texnologiyasidan foydalanadi.

Virtual valyutalar kriptovalyutalarga mansub bo'lmasligi va Blokcheyn texnologiyasidan foydalanmasligi ham mumkin. Bunday virtual valyutalarga misol qilib Yandeks-pul, Veb-mani (WebMoney) va Kivi-hamyonni (Qivi) keltirishimiz mumkin. Ko'pchilik virtual valyutalar, kriptovalyutalar va blokcheyn atamalarini adashtirib yuboradi va ularni sinonim sifatida qo'llaydi, lekin bu faqat birinchi - bitkoin uchun to'g'ridir. Gap shundaki, blokcheyn texnologiyasi maxsus Bitkoin uchun ishlab chiqilgan va ma'lum vaqt davomida boshqa hech qaerda qo'llanilmagan, hozir esa holat bunday emas. Blokcheyn texnologiyasi asosida bitkoin kriptovalyutasi ixtiro qilingan va uni emissiya qilish boshlangan. Blokcheyndan pul nominali nuqtai-nazaridan emas, balki davlat reestrlari yuritish sohasida foydalanish umuman boshqa gap. Davlat sektorida blokli zanjirlar bilan amalga oshirilgan tajribalar butun dunyo bo'ylab tezlashib bormoqda. AQSHda sog'liqni saqlash tizimi va boshqa bir qator tarmoqlarda, Shvetsiyada mulk huquqini ro'yxatdan o'tkazishda, Buyuk Britaniyada pensiya ta'minoti sohasida ham aynan shu yo'lni, ya'ni blokcheyndan foydalanishni tanlagan. Bunday loyihalarda davlatning risklari kriptovalyutalar yaratish bilan taqqoslaganda, ancha pastroq darajada bo'ladi. Shu bilan birga, ulardan olinadigan ijtimoiy samara,

raqamli va oddiy iqtisodiyotga qo'shiladigan hissa yuqori bo'ladi. Masalan, hisob-kitoblarga ko'ra, faqat AQSHning o'zida mulk huqiqini ro'yxatdan o'tkazish sohasida blokcheyn joriy qilish yiliga 2-4 mlrd dollar tejashga imkon bergan bo'lardi. Bunda tejamkorlik operatsiyalar tezlashuvi bilan, demak, tijorat sektorinnig rivojlanishi bilan birga kuzatiladi. Blokcheyn texnologiyasi tobora ko'proq quyidagi sohalarda qo'llanilmoqda: mualliflik huquqi, saylovchilar ovozini hisoblash, tashabbus kraudfandingi, ijtimoiy obro'-e'tibor, sug'urta, reklama, stavkalar va boshqa bir qancha sohalar.

Blokcheyn texnologiyasining sanab o'tilgan xususiyatlari kriptovalyutalarning asosiy xususiyati - ishonchlilikni ta'minlab beradi, ya'ni:

1. qalbakilashtirish imkonsizligi;
2. o'g'irlash imkonsizligi.
3. umumiy emissiya markazi yo'qligi;
4. ochiq dasturiy kod mavjudligi;
5. tashqi tartibga solish yo'qligi (dasturiy kodga kiritilganidan tashqari);
6. transchegaraviylik mavjudligi.

Ishonchlilikdan tashqari, kriptovalyutalar foydalanuvchilarni foydalanish qulayligi va tranzaksiya harajatlari minimalligi bilan ham o'ziga jalb qiladi. Bitkoin (*yoki boshqa har qanday kriptovalyuta*) qiymati maxsus birjalarda (*kriptobirja yoki virtual valyutalar birjasida*) bozor talab va taklifi asosida belgilanadi. Boshqacha qilib aytganda, ko'plab virtual valyutalar moddiy ta'minotga ega emas, balki ijtimoiy shartnoma shakli hisoblanadi.

4-mavzu. Iqtisodiyotni raqamlashtirish ko'rsatkichlari

1. Raqamli iqtisodiyot indikatorlari, ularning xususiyatlari.
2. Raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish ko'rsatkichlari.
3. Digital Economy and Society Index (DESI) va World Digital Competitiveness (MDC) ko'rsatkichlari.
4. Networked Readiness Index (NRI) va Digital Evolution Index (DEI)

ko'rsatkichlari xususiyatlari.

Raqamli iqtisodiyot zamonaviy axborot texnologiyalari asosida va real iqtisodiy sharoitlarga muvofiq rivojlanadi. Agar ilgari ishlab chiqarish, savdo va moliya texnologiyalari izchillik bilan rivojlangan bo'lsa, hozirgi paytga kelib, asosan gorizontalar o'zaro aloqalarga (o'zini-o'zi tashkil qilish va singulyarlik), innovatsion tadbirkorlikka (o'zini-o'zi rivojlantirish), axborot injiniringiga (o'zini-o'zi takomillashtirish) va iqtisodiy jarayonlarni avtoformalizatsiyalashga (avtostrukturalash) asoslanadigan zamonaviy axborotlashgan iqtisodiyotning asosi bo'lgan NET paydo bo'lgan. NET ning moddiy asosini data-markazlar hamda axborotni tizimlashtirish va tahliliy qayta ishlash uchun mo'ljallangan zamonaviy IT-platformalari tashkil qiladi.

Biznes-tahlil va boshqaruv konsaltingi bo'yicha xizmatlar «provaydingi» rivojlanishi ham raqamli iqtisodiyotda dolzarb ahamiyatga ega. Yangi institutlar - axborot-konsalting xizmatlari va davlat rivojlanish agentliklari ishbilarmonlik muhitini takomillashtirishning tashkiliy asosi hisoblanadi. Raqamli iqtisodiyotning jamiyat taraqqiyotiga ta'sirini baholash nuqtai-nazaridan Iqtisodiy hamkorlik va taraqqiyot tashkiloti (IHTT) hisobotlari alohida qiziqish uyg'otadi. 2008 yil ushbu tashkilot doirasida Seul shahrida (Janubiy Koreya) internet iqtisodiyotining kelajagi haqidagi Deklaratsiya qabul qilingan. Ushbu deklaratsiya doirasida, quyidagi jadvalda ko'rsatilganidek, raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish uchun eng muhim bo'lgan yettita mavzu muhokama qilingan.

Internet iqtisodiyoti kelajagi haqidagi Deklaratsiyada muhokama sohasi

Mavzuning nomi	Mavzuning mazmuni
Internet iqtisodiyotning asosi sifatida yuqori tezlikdagi infratuzilmadan foydalangan holda internetga ulanish	Yuqori tezlikli tarmoqlar rivojlanishi, jumladan, mavjud tarmoqlarga ulanishni kengaytirish; raqobat uchun sharoitlarni rivojlantirish; konvergensiyaning ta'minlash; IPv6 protokolini moslashtirish; radiochastota spektridan foydalanish; baholash tizimini takomillashtirish

Raqamli kontent va «yashil» axborot va kommunikatsiya texnologiyalari (green information and communication technologies (ICTs)) (bundan keyin- yashil AKT)	Raqamli content unga mos keluvchi bozorni rivojlantirish nuqtai-nazaridan ko'rib chiqiladi, lokal kontent yaratish; jamoatchilik sektori haqida axborot, intellektual huquqlarni himoya qilish va b. Yashil AKT foydalaniladigan AKT resurs samaradorligini, sensorli tarmoq yaratishni, intellektual AKT ilovalar va tarmoqlarni ko'zda tutadi
Intellektual Internet ilovalarni rivojlantirish	Iqtisodiyotning turli sohalarida intellektual ilovalarni rivojlantirish, masalan, nomoddiy aktiv sifatida ma'lumotlarning yangi roli va intellektual devayslar tarqalishini hisobga olgan holda intellektualtransport, aqlli elektr ta'minoti tarmoqlari va boshqalar.
Kiberxavfsizlik va maxfiylik	Axborot tizimlari va tarmoqlari xavfsizligi, shaxsiy ma'lumotlarni himoya qilish va raqamli identifikatsiyani boshqarish masalalari ko'rib chiqiladi
Vakolatlar va iste'molchilarni himoya qilish	B2C elektron tijorat bozori, ayniqsa, onlayn va mobil to'lovlar masalalari, raqamli kontentni xarid qilish; ijtimoiy tarmoqlar orqali savdo va birgalikdagi xaridlar, shuningdek, nizolarni hal qilish va ziyonni qoplash ko'rib chiqiladi
Internet iqtisodiyotining ochiqiligini ta'minlash	Internet iqtisodiyotning o'sishi va innovatsiyalar hosil qilish uchun ochiqlikni ta'minlash, internet sohasidagi siyosat tamoyillarini ishlab chiqish
Internet iqtisodiyotida global o'zaro aloqalarni ta'minlash	Rivojlanayotgan mamlakatlar aholisining internetga va u bilan bog'liq AKTga ulanish imkoniyatlarini kengaytirish uchun sharoitlar yaratish, jumladan, bulutli texnologiyalarni rivojlantirish

IHTT tomonidan 2016 yil bu tashkilotga a'zo bo'lgan 32 mamlakat va yana 6 ta hamkor mamlakatda o'tkazilgan so'rov ma'lumotlariga ko'ra, ularda raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish strategiyasi, rejasi yoki dasturi mavjud. 2017 yilning sentyabridan boshlab, Avstraliya hukumati raqamli iqtisodiyot Strategiyasini ishlab chiqish boshlangani haqida e'lon qildi. AQSHda 2015 yil raqamli iqtisodiyot rejasini shakllantirish haqida ma'lum qilindi (digital economy agenda), 2016 yil esaxususiy biznes tomonidan amalga oshiriladigan internetni rivojlantirish, axborot xavfsizligi, innovatsiyalarni ilgari surish va boshqa funksiyalarni bajaradigan Savdo vazirligi qoshida raqamli iqtisodiyot bo'yicha maslahatchilar Kengashi tashkil qilindi. Quyidagi jadvalda mavjud strategiyalar va so'rovlarni tahlil qilish asosida IHTT tomonidan o'tkazilgan raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish maqsadlari aks ettirilgan.

IHTT mamlakatlarida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish maqsadlari ustuvorligi

Maqsad	Ustuvorlik		Strategiyaga jalb qilingan mamlakatlar miqdori
	2017, rang	2020-2022, rang kutilgan o'zgarishi	
1	2	3	4
Elektron hukumat xizmatlarini takomillashtirish	1	0	21
Telekommunikatsiya infratuzilmasini rivojlantirish	2	-3	22
AKT bilan bog'liq ko'nikmalar va vakolatlarni ilgari surish	3	0	16
Xavfsizlikni kuchaytirish	4	+2	18
Ma'lumotlarga ulanishni kengaytirish	5	+1	6
AKT ni biznes, jumladan, kichik va o'rta biznes bilan moslashuvini rag'batlantirish	6	-1	3
Sog'liqni saqlash va ta'lim kabi o'ziga xos tarmoqlarda AKT moslashuvini rag'batlantirish	7	+1	3
Shaxsiy ma'lumotlar himoyasini kuchaytirish	8	0	5
Raqamli identifikatsiyani kuchaytirish	9	0	2
AKT sektorini, jumladan, xalqaro bozorlarni rivojlantirish	10	0	2
Elektron tijoratni ilgari surish	11	-1	5
Global da'vatlarni hal qilish, jumladan, Internet hukumat, iqlimning o'zgarishi va boshqalar	12	+1	1
Iste'molchilar huquqlarining himoya qilinishini kuchaytirish	13	-1	0
Internet ochiqligini kengaytirish, jumladan, qariyalar va imkoniyati cheklangan shaxslar uchun	14	+1	4
Internet ochiqligini saqlash	15	0	4

Milliy strategiyalarning qo'shimcha maqsadlari			
Fan, innovatsiyalar va tadbirkorlikni rag'batlantirish			16
Internet, xizmatlar va axborotga ulanishni ta'minlash			12
Raqamli kontent va madaniyatni rivojlantirish			10
Raqamli texnologiyalardan foydalanishni kengaytirish			10
Raqamli muhitga normativ yondashuvni ishlab chiqish			3

Jadval ma'lumotlaridan ko'rinib turibdiki, jami raqamli iqtisodiyotning 20 maqsadi, jumladan, IHTT taklif qilgan 15 ta maqsad va alohida mamlakatlar raqamli iqtisodiyot milliy strategiyalariga kiritilgan yana 5 ta maqsad ko'rib chiqilgan. Hozirgi paytda eng muhim (IHTT tomonidan o'tkazilgan so'rov natijalari bo'yicha) maqsadlar «elektron hukumat xizmatlarini takomillashtirish» va «telekommunikatsiya infratuzilmasini rivojlantirish» hisoblanadi. Milliy strategiyalarda aynan shu ikki maqsad ko'proq uchraydi (mos ravishda 21 va 22 marta). Raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish maqsadlarining tahlil qilingan tarkibi so'rovda asosan rivojlangan va ma'lum miqdorda rivojlanayotgan mamlakatlar (Braziliya, Meksika, Rossiya va boshqalar) bo'yicha ma'lumotlar qayta ishlanganligi bilan bog'liq xususiyatga ega. Taqdim etilgan axborotda ko'plab rivojlanayotgan va sust rivojlangan mamlakatlar fikri yo'q. Bu maqsadlarda raqamlashtirishning salbiy oqibatlarini hal qilish bilan bog'liq masalalar, jumladan, ishsizlik, texnologik va iqtisodiy qoloqlik hamda kam sonli transmilliy (yirik) korporatsiyalarga bog'liqlikni kuchaytirish masalalari o'z aksini topmagan. IHTT mamlakatlari tomonidan raqamli iqtisodiyot rivojlanishi darajasini chamalash uchun quyidagi yo'nalishlarni tavsiflaydigan indikatorlar tizimi ishlab chiqilgan:

- iqtisodiyotning yuqori texnologiyali sektorini rivojlantirish, qayta ishlash sanoati mahsuloti va xizmatlardagi salmog'i;
- ilmiy ishlanmalarga, dasturiy ta'minot ishlab chiqishga investitsiyalar, ta'lim va

qo'shimcha qayta tayyorlash harajatlari;

- axborot-kommunikatsiya uskunalari ishlab chiqish va ishlab chiqarish, fan va yuqori texnologiyalar sohasida ish o'rinlari yaratish, korporatsiyalar, venchurli firmalar, universitetlar va ilmiy-tadqiqot tashkilotlari o'rtasida kooperatsiya ko'rsatkichlari;
- xalqaro bilimlar oqimlari, fan va innovatsiyalar sohasida xalqaro hamkorlik; olimlar, muhandislar, talabalar harakatchanligi;
- internetting tarqalish dinamikasi;
- xalqaro savdoda yuqori texnologiyali mahsulotlar ulushi.

Iqtisodiyot va jamiyat taraqqiyotiga o'sib borayotgan ma'lumotlar oqimlari ta'sirining universalligiular haqida zamonaviy jamiyatning iqtisodiy o'sishi yetakchi resursi sifatida gapirishga imkon beradi. Ekspertlar ushbu vaziyatni uni rivojlantirish muammolarini hal qilishga yangicha yondashuvlar izlash zaruratini ko'rsatib, iqtisodiy munosabatlardagi o'zgarishlar va raqamli iqtisodiyot shakllanishi bilan tavsiflaydi. Raqamli iqtisodiyotni tahlil qilishning turli tadqiqotchilar tomonidan u yoki bu darajada ko'rib chiqiladigan to'rtta mezonini ajratib ko'rsatish mumkin:

- bandlik sohasi bilan bog'liq mezon;
- makonga oid mezon;
- texnologik mezon; o iqtisodiy mezon.

Bunda, garchi tadqiqotchilar ko'pincha birinchi o'ringa ularning tasavvurlariga mos keladigan u yoki bu ta'rifni olib chiqishsada, bir-birini to'ldirib turabigan mezonlar bo'lishi mumkin. Biroq aksariyat ta'riflarning asosida ma'lumotlarni qayta ishlash sohasida miqdoriy o'zgarishlar sifat jihatidan yangi ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlar yuzaga kelishiga olib kelishiga ishonch yotadi.

Bandlik sohasi bilan bog'liq mezon: Ushbu yondashuv D.Bell, CH.Lidbiter va P. Drukerning kuzatilayotgan o'zgarishlar modellari va bandlik strukturasi ko'rib chiqiladigan asarlari bilan chambarchas bog'liq. Ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlarning o'zgarishishu sababli ro'y bermoqdaki, mehnat bilan band bo'lganlarning aksariyati

iqtisodiyotning raqamli sohasida ishlamoqda. Ishlab chiqarish sohasida band bo'lganlar ulushining pasayishi va xizmatlar sohasining o'sishijismoniy mehnatni axborotlashgan mehnat bilan almashtirish sifatida ko'rib chiqiladi. Ushbu holatda asosiy resurs bo'lib, ma'lumotlar ishtirok etishi sababli ularni qayta ishlash sohasida mehnatning ulushi jiddiy ortishi raqamli iqtisodiyotga o'tish sifatida ko'rib chiqilishi mumkin. Statistika kuzatuvlaridagi xizmatlar sohasida band bo'lganlar ulushining o'sib borayotganligini ko'rsatadi (G'arbiy Evropa, AQSH, Yaponiyada bu ulush 70% va undan ko'proqni tashkil qiladi), ularning katta qismi u yoki bu tarzda ma'lumotlarni qayta ishlash bo'yicha faoliyat bilan bog'liq bo'ladi va shu sababli ushbu asosdaraqamli iqtisodiyot mavjudligini isbotlash ishonarli bo'lib ko'rinadi. Ushbu yondashuvning asosiy muammosi ma'lumotlar bilan ishlash bilan bog'liq xodimlardir. Misol uchun, asosiy vazifasi ma'lumotlarni qayta ishlash bo'lgan kompyuter texnologiyalari bo'yicha mutaxassislar, telekommunikatsiya kompaniyalari xodimlari, tahlilchilar sonining o'sishi jarayonini raqamli iqtisodiyot shakllantirishning asosi deb hisoblash mumkin. Biroq, hozirgi paytda raqamli iqtisodiyot xodimlarini hisob-kitob qilish uslubiyati mavjud emas. Shu bilan bir paytda, savdo sohasi xodimlari, huquqshunoslar va raqamli iqtisodiyot bilan aloqasi kuchli bo'lmagan boshqalar sonining tez o'sishi kuzatiladi, lekin ularning hammasi bitta toifaga kiradi.

Makonga oid mezon: Raqamli iqtisodiyotning bir qator konsepsiyalari jug'rofiy tamoyilga asoslanadi. Asosiy e'tibor turli joylarni bog'laydigan, shu sababli, global iqtisodiy makon shakllanishiga ta'sir etishi mumkin bo'lgan ma'lumotlar uzatish tarmoqlariga qaratiladi. Ma'lumot uzatish tarmoqlari zamonaviy jamiyatning boshqalaridan ajratib turadigan jihati hisoblanadi. Bunda raqamli iqtisodiyotni tadqiq etishda ma'lumot uzatish tarmoqlari bilan bog'liq bo'lgan qaysi jihatni ko'rib chiqish lozimligi eng muhim fursat hisoblanadi. Bu texnologik jihat bo'ladimi (ya'ni ma'lum bir hududda ma'lumot uzatish tizimlari mavjudligi) yoki bu tarmoqlar bo'yicha uzatiladigan ma'lumotlar soni va sifati kabi boshqa jihatlarni ham tahlil qilish zarurmi, buning unchalik farqi yo'q. Hozirgi paytda bir qator umumiy savollar, masalan, nima haqiqatda tarmoq hisoblanishi, turli tarmoq darajalari o'rtasida qanday farq

mavjudligi, raqamli iqtisodiyotga o'tishni qanday ma'lumot hajmlari va ularni o'tkazish tezliklari belgilab berishi ham munozaralarga olib keladi.

Iqtisodiy mezon: Bunday yondashuv ma'lumot yaratish, uzatish, qayta ishlash va saqlash bo'yicha faoliyat sohasida iqtisodiy qiymatning o'sishini hisobga olinishini nazarda tutadi. Agar iqtisodiyot sohasida bunday turdagi faollikqishloq xo'jaligi va sanoat sohasidagi bunday faoliyatdan ustunlik qiladigan bo'lsa, demak, raqamli iqtisodiyotga o'tish haqida gapirish mumkin bo'ladi. Bundan tashqari, ma'lumotlarning o'zi bunday sharoitlardaiqtisodiy munosabatlar obyektiga aylanadi. Ixtisoslashgan kompaniyalar, ilmiy-tadqiqot tashkilotlari buyurtmachining maqsadlari uchun ma'lumotlar to'plash va tahlil qilish bo'yicha xizmatlar ko'rsatadi va mos ravishda, bunday ma'lumotlar ma'lum bir qiymatga ega bo'ladi. Bunday yondashuvning asosiy muammosi shundaki, iqtisodiy faoliyatda ma'lumotlar rolining o'sganligidan dalolat beradigan katta statistika materiallari ortida ularning kompaniyalar faoliyatiga haqiqiy ta'siri ancha yuzaki o'rganilgan, ma'lumotlarni qayta ishlash va talqin qilish bilan bog'liq xodimlar faoliyati samaradorligini baholash uslubiyatlari esa yetarli darajada ishlab chiqilmagan. Masalan, ishlab chiqarish korxonasining axborot-tahlil bo'limi axborot faoliyati bilan shug'ullanadi, lekin butun kompaniya ishlab chiqarishida uning ulushini statistika maqsadlari uchun qanday qilib ajratish masalasi ochiq qolmoqda.

Texnologik mezon: Keng doiradagi foydalanuvchilar uchun ochiq bo'lib qolgan axborot-kommunikatsiya texnologiyalari sohasidagi ko'plab texnologik innovatsiyalar texnologik konsepsiyaning negiziga aylandi. Yangi texnologiyalar iqtisodiy tizimlar o'zgarishining eng ko'zga ko'rinadigan belgisi hisoblanadi va ko'pincha ular iqtisodiyotni rivojlantirish drayveri deb ataladi. Bunday fikr- mulohazalarning asosiy g'oyasi shundaki, ma'lumotlarni qayta ishlash va uzatish sohasida texnologik innovatsiyalar hajmining ortishi ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlar o'zgarishiga olib keladi, chunki ularning ta'siri juda sezilarli. Texnologik innovatsiyalar ta'sirining muhim ekanligi shak-shubhasiz. Ular kompyuter texnologiyalarining telekommunikatsiyalar sohasini o'zgartirish va bu texnologiyalarni birlashtirish

imkoniyati bilan kuchaytirilgan bo'lib, buning natijasida elektron pochta, matnli ma'lumot uzatish, audio va video fayllar ko'rinishidagi ma'lumotlar uzatish, ijtimoiy tarmoqlar, messenjerlar va boshqa servislar rivojlandi. Raqamli texnologiyalar keng tarqalishi yangicha ijtimoiy- iqtisodiy munosabatlar hamda raqamli iqtisodiyotning u yoki bu mamlakatda shakllanishi tendentsiyalari haqida mulohaza yuritishga asos beradi.

5-mavzu. Raqamli iqtisodiyotda biznesni boshqarishning xususiyatlari

1. Raqamli iqtisodiyot texnika va texnologiyalarining xususiyatlari.
2. Kelajak texnologiyalari. Raqamlashtirish oqibatlari.
3. Katta ma'lumotlar (Big data) va analitika, ma'lumotlar bazasini tashkil qilish mexanizmi.
4. Raqamli kompaniya strategiyalari.

Raqamli biznes bu - jismoniy va raqamli dunyolarni birlashtiradigan yangi biznes-modellar paydo bo'lishidir. School of Management esa raqamli o'zgarishni «korxonalar qiymati va unumdorligini tubdan oshirish uchun zamonaviy texnologiyalardan foydalanish» sifatida ta'riflaydi. Ijtimoiy tarmoqlar, smartfonlar bozori, internetga keng polosali ulanish, mashinali o'qitish texnologiyalari vasun'iy intellektning «portlab» o'sishi kompaniyalar faoliyat yuritayotgan dunyoni o'zgartirib yuboradi. Ular yoki yangi bozordagi bo'sh joylarni egallashlari yoki mavjud bo'sh o'rinlarni o'zgartirgan holda o'zlarini o'zgarishlarga moslab olishi lozim bo'ladi. Shunday bo'lib chiqadiki, tashkilotlarning raqamli o'zgartirish bu - yangi axborot texnologiyalarining rivojlanishi va butun dunyo bo'ylab faol tarqalishiga javob hisoblanadi. Raqamli o'zgartirish turli darajalarga erishib, ular o'rtasidagi farq ikkita atama - «raqamli ko'rinishga keltirish» va «raqamlashtirish» o'rtasidagi farq bilan bir xil ma'noga ega bo'ladi. Raqamli ko'rinishga keltirish bu - axborotni jismoniy vositalardan raqamli vositalarga o'tkazishdir. Raqamli ko'rinishga keltirishga misollar - elektron kitoblar, videokurslar, suratning raqamli nusxasini yaratish va boshqalar.

Bunda axborot strukturasi o'zgarishi ro'y bermaydi: u faqat elektron shaklga ega bo'ladi, xolos. Raqamli ko'rinishga keltirishko'pincha mavjud biznes-modelni takomillashtirish va biznes-jarayonlarni optimallashtirish uchun foydalaniladi. Raqamlashtirish esa - raqamli shaklda bo'lgan butunlay yangi mahsulotlar yaratishdir. Masalan, multiplikatsiyali dinamik o'quv kursi yoki hujjatni sharhlashning interaktiv tizimi - bu raqamlashtirishdir. Raqamlashtirish asosida yaratilgan mahsulotni uning sifatini jiddiy yo'qotmasdan turib, texnik vositalarga o'tkazishning imkoni yo'q, shu sababli raqamlashtirish, raqamli ko'rinishga keltirishdan farqli ravishda, biznesga sezilarli darajada keskin rivojlanish va yangi raqobatli ustunliklar qo'lga kiritishga imkon beradi.

Milliy iqtisodiyotlarning yangi raqamli iqtisodiyotning tomon rivojlanishi bu sohada nazariy tadqiqotlar va bahs-munozalarning kengayishini talab qiladi. Milliy iqtisodiyot rivojlanishining texno-raqamli platformasini yaratishga qaratilgan oliy boshqaruv organlarining amaliy dasturiy harakatlari ham yangi iqtisodiyotga o'tish uchun katta hissa qo'shishi mumkin. Raqamli iqtisodiyotning mohiyatga oid tomoni, ya'ni, raqamli texnologiyalardagi inqilobiy o'zgarishlar, internetning aloqasining zamonaviylashtirish va uning jadal rivojlanishi hamda **Hard Ware** va **Soft Ware** sohalaridagi innovatsiyalar bilan chambarchas bog'liqdir. Raqamli iqtisodiyotning mazmunga oid tomoni esa birinchi navbatda, ta'lim tizimi islohoti va inson hayotining barcha tomonlarini «raqamlashtirish» danamoyon bo'ladi. Masalan, sanoat dizaynini kompyuterlashtirish va ishlab chiqarishda konstruktorlik tayyorgarligini modellashtirish kabi innovatsiyalar paydo bo'lishi murakkablik darajasi yuqori bo'lgan mahsulotlar, masalan, stanoklar, avtomobillar, poezdlar, samolyotlar, binolar va boshqalarni loyihasini yaratishni osonlashtiradi va ish siklini sezilarli darajada qisqartiradi. Mamlakatimizda yangi raqamli texnologiyalarning (ishlab chiqarish, moliyaviy, boshqaruv, ijtimoiy va boshqalar) paydo bo'lishi va hayotga joriy qilinishi milliy iqtisodiyot uchun juda ko'p sonli ijobiy samaralar va natijalarga olib kelishi mumkin:

- mehnat unumdorligining ortishi;

- kapitallashuvning ortishi;
- turmush sifatining yaxshilanishi;
- yangi bozorlar shakllantirilishi;
- resurslarni (aktivlar, kapital, vakolatlar) utilizatsiya qilish samaradorligining ortishi;
- raqobatbardoshlikning o'sishi;
- xavfsizlikning o'sishi;
- xalq farovonligining ortishi.

Hozirgi paytgacha, globallashuv jarayoni yakun topmagan ekan, barcha sanab o'tilgan samaralar shunga olib keladiki, birinchi bo'lib yangi texnologiyani o'zlashtirgan mamlakat xalqaro bozorlarda ustunlikni qo'lgan kiritadi va bu navbatdagi «bozor bo'lagini bo'lib olish»ga olib keladi. Alohida olingan mamlakat nuqtai-nazaridan bu darhaqiqat yangi texnologiya joriy qilinishi bilan asoslanadigan iqtisodiy o'sish sifatida talqin qilinishi mumkin. Lekin jahon iqtisodiyoti ko'lamida o'sish joriy qilingan texnologiyaning «qo'shimcha» kapitallashuvi bilan (siqib chiqarilgan texnologiya kapitallashuvini chiqarib tashlagan holda) chegaralangan. To'g'risini aytganda, tan olish kerakki, agarda ular sotuv salohiyatini yana bir bor o'stirishga tayyor bo'lishmasa, hech qanady texnologiyalar va raqamli iqtisodiyot ekstensiv rivojlanish modelini hayotga qaytara olmaydi. Shu munosabat bilantan olish kerakki, raqamli iqtisodiyot va texnologiyalar rivojlanishi na O'zbekiston uchun, va na butun dunyo uchun har qanday falokatdan qutqaradigan vosita bo'la olmaydi. Har bir alohida mamlakat uchun bu zaruriy chora bo'lib, raqobatbardosh darajada qolishga, jahon iqtisodiyotidagi ulushlar paritetini qayta ko'rib chiqishga va suverenitetni asrashga imkon beradi. Hozirgi paytda mamlakatizdagi va xorijdagi ko'plab mutaxassislar va iqtisodchilar yangi iqtisodiyotning, jumladan, uning namoyon bo'lish shakllaridan biri - raqamli iqtisodiyotning hozirgi rivojlanish holatiga uzil-kesil tavsif berishga va uni tushunib yetishga harakat qilmoqdalar. Ko'plab tadqiqotchilarsub'yektiv munosabat prizmasi orqalizamonaviy iqtisodiyotga xos bo'lgan umumiy - obyektiv va sub'yektiv

nuqtai-nazardan bu hodisani o'zicha tushunish va idrok qilishga harakat qilmoqda. Obyektiv jihatdan esa buko'proq zamonaviy iqtisodiyotdagi yangi jihatlar, tomonlar, belgilar, tendensiyalar va qonuniyatlar namoyon bo'lishi bilan bog'liq. Yangi iqtisodiy hodisalarni o'rganish va hisobga olish, xususan, raqamli iqtisodiyotni yangi iqtisodiyotning nisbatan mustaqil qismi sifatida ajratish katta qiziqish uyg'otadi, chunkiiqtisodiyotni boshqarish sifati va tezligini oshirish, biznes yuritish qoidalari va huquqiy maydoniga tuzatishlar kiritish, raqamli texnologiyalar - taassurotlar iqtisodiyoti, MICE-industriya, Smart-shahar va shunga o'xshashlar asosida innovatsion mahsulotlar, servislar va xizmatlar hosil qilishga imkon beradi.

Iqtisodiyotda yangi tendensiyalar va hodisalarni tahlil qilishga kuchli e'tibor qaratib, hamda Nicholas Negroponte, Chris Meyer, Mohanbir Sawhney, Daniel Spulber, Don Tapscott, Steve Jurvetson, Patricia Seybold kabi amerikalik tadqiqotchilarning asarlariga tayangan holda, mualliflarning «yangi iqtisodiyot» (New Economy), «iqtisodiyot 2000», «internet iqtisodiyoti» (Internet Economy), «Net iqtisodiyot», «Web iqtisodiyot», «raqamli iqtisodiyot», «elektron tijorat» (Eeconomy, E-business), «nomoddiy iqtisodiyot», «buyum ko'rinishida bo'lmagan iqtisodiyot» kabi atamalardan foydalangan holda zamonaviy iqtisodiyotning yangi jihatlarini tavsiflashga intilishini qayd etish mumkin. Ushbu atamalarko'pincha global elektron tarmoq (Network) shakllanishi, shaxsiy kompyuterlarning global tarqalishi, dasturiy ta'minotni (Software) yaratish va uzluksiz takomillashtirish, axborot texnologiyali va raqamli texnologiyalar rivojlanishi, IT-kompaniyalarning nomoddiy mahsulot va xizmatlarini ishlab chiqarish bilan asoslanadigan iqtisodiyotdagi yangi hodisalarni ko'rib chiqishda sinonim sifatida foydalaniladi.

Ushbu sohadagi mavjud tadqiqot natijalariga tayanib, raqamli iqtisodiyot predmetli sohasining quyidagi ta'rifini taklif qilish mumkin: «raqamli iqtisodiyot - mavjudlikning texnoraqamli shakli bo'lib, tovar va xizmatlarini ishlab chiqarish, taqsimlash, ayirboshlash va iste'mol qilish bo'yicha iqtisodiy munosabatlar tizimli yig'indisidir. Iqtisodiy munosabatlarning texnoraqamli tabiatiraraqamli iqtisodiyotni boshqalardan ajratib turadigan asosiy belgilar hisoblanadi. Shunday qilib, agar yangi

iqtisodiyot - postindustrial iqtisodiyot namoyon bo'lishining qonuniy shakli bo'lsa, raqamli iqtisodiyot - yangi iqtisodiyot namoyon bo'lishining evolyusion shakllaridan biri. Demak, «shaklning shakli» sifatida raqamli iqtisodiyot nafaqat yangi iqtisodiyot alomatlari to'plamiga, balki raqamli iqtisodiyotning sifat jihatidan aniqligini tavsiflaydigan bir qator ajratib turuvchi tomonlarga ega.

«Industrial» iqtisodiyotda o'ringa ega bo'lmagan yangi qonuniyatlar va tendensiyalar paydo bo'lishi bilan bir qatorda raqamli texnologiyalar bilan bog'liqlikda va uyg'unlikda o'zini yangicha namoyon etadigan an'anaviy iqtisodiy qoidalarining yangicha mazmuniga e'tibor qaratadi. Fan-texnika taraqqiyoti va iqtisodiy rivojlanish ta'siri ostidabozor iqtisodiyoti qoidalarida, biznes yuritish qoidalarida, an'anaviy iqtisodiy qoidalar va qonuniyatlarning yangicha namoyon bo'lishida jiddiy o'zgarishlar ro'y bermoqda. Masalan, elektron tarmoqlar, kompyuterlar va dasturiy mahsulotlar, raqamli texnologiyalar, elektron mahsulot va xizmatlar paydo bo'lishi va rivojlanishi yangi iqtisodiyotda quyidagi tushunchalar mazmuni, nisbati va ahamiyatini tubdan o'zgartiradi: moddiy (buyum holdagi) va nomoddiy (buyum holda bo'lmagan), jug'rofiy masofa, zamon va makon, iste'mol qiymati (foydalilik) vaqiymat, sifat va son, raqobat va iste'molchilarning afzal ko'rishi (afzallik), vositachilik va logistika, inson kapital va biznes axloqi, bitimlar va samaradorlikni baholash, xaridorlar va sotuvchilar xulq-atvori, iste'molchilar va ishlab chiqaruvchilarning yangi munosabatlari, marketing texnologiyalari va sotuv.

Ko'rinib turibdiki, rivojlangan mamlakatlarda, ayniqsa, AQSHda internet-kompaniyalarva internet-firmalar jadal rivojlanishi bilaniqtisodiyotning barcha sohalariga kirib boradigan va butun iqtisodiyot ko'rinishini o'zgartiradigan internet-hizmatlar, mahsulotlar, servislar, provayderlar xizmatlari va boshqalarning yangi bozori shakllanadi. Shu sababli bizningcha, internet-iqtisodiy va raqamli iqtisodiyotni tor ma'noda - internet-kompaniyalar va firmalarning raqamli texnologiyalari, mahsulot va xizmatlari yaratish va ulardan foydalanish bo'yicha munosabatlar yig'indisi sifatida hamda keng ma'noda - asosan uchinchi, to'rtinchi texnologik ukkladga mos keladigan «industrial» iqtisodiyot bilan taqqoslaganda bir qator ajralib turadigan belgilarga ega

bo'lgan va texnologiyalar raqamli formatidan foydalaniladigan global elektron tarmoq sharoitlarida faoliyat yuritadigan har qanday tarmoqlar korxonalari iqtisodiyoti sifatida yangi iqtisodiyotni farqlay olish maqsadga muvofiqdir.

Yangi iqtisodiyot o'zining raqamli mazmunida butun dunyo kompaniyalari va shaxslar Network tufayli xilma-xil shakllarda o'zaro bog'lanishi mumkin bo'lgan va raqamli texnologiyalardan foydalangan holda bir zumda, vositachilar, masofa yoki bozorlar, jumladan, innovatsion raqamli texnologiyalar, mahsulotlar, xizmatlar va servis bozorlarining geografik joylashuvidan qat'i-nazar biznes-munosabatlarga kirishadigan beshinchi va oltinchi texnologik ukladlar yutuqlari asosida jamiyat iqtisodiy rivojlanishining chuqurroq bosqichini tavsiflaydi. Shunday qilib, raqamli iqtisodiyotning rivojlanishi birinchi navbatda, nafaqat inqilobiy texnologik o'zgarishlar bilan, balki yangi iqtisodiyotning evolyusiya qonuniyatlari bilan ham belgilanadi, zamonaviy menejmentni yangicha boshqaruv tamoyillari va biznesni yuritish qoidalarini hisobga olishga yo'naltiradi, mahsulot sifati va mehnat unumdorligining o'sishiga xizmat qiladi, iqtisodiy sikldagi salbiy tomonlarni bartaraf qiladi, inflyasiya va ishsizlikni pasaytiradi, globallashtirish sharoitlarida iqtisodiyotning barqaror o'sishini ta'minlaydi. Iqtisodiy jarayonlar globallashtirishdagi elektron tarmog'ining shakllanishi bilan bog'liq iqtisodiyotning turli sohalari integratsiyasi kuchayishi tufayli zamonaviy iqtisodiyotning rivojlanishi asosiy tendensiya va tamoyillariga aylanadi. Yangi iqtisodiyotning ushbu qonuniyatibir tomondan, global biznes uchun keng imkoniyatlar ta'minlaydi, boshqa tomondan esa - firmalar va kompaniyalarning iste'molchilar oldidagi javobgarligini tubdan oshiradi. Iste'molchilar qandaydir kompaniya mahsulotidan qoniqmaganligi zudlik bilan va keng ommaga ma'lum bo'lib qoladi va ijtimoiy javobgarlik hissini paydo qiladi.

Iqtisodiyotning globallashtirish, raqamli iqtisodiyotda esa zamon va makonning «yo'q bo'lishi» ko'plab ishlab chiqarish omillari va, birinchi navbatda, vaqt omili qiymatining o'zgarishiga olib keladi. Vaqt, ijtimoiy ishlab chiqarish toifasi sifatida, doimo ishlab chiqarishning qiymat bahosini belgilab bergan. Biroq hozirgi sharoitlardavaqt «narxi» qiyoslab bo'lmaydigan darajada o'sadi. Ishlab chiqaruvchilar

va iste'molchilar o'rtasida «bir lahzalik» aloqalar dunyosida vaqt (uni tejash va bitimlar tezligi) katta, aytish mumkinki, strategik ustunlik ta'minlab bera olmaydi. Firmaning bozordagi vaziyatni o'rganish, bitimlar uchun shartlarni baholash, onlayn rejimida qaror qabul qilish va bitimlarni amalga oshirish qobiliyati uning biznes olamidagi muvaffaqiyatlari yoki muvaffaqiyatsizliklarini belgilab beradi. Muvaffaqiyatga erishgan kompaniyalar qatoriga bu sharoitlarda mahsulot ishlab chiqarishda, birinchi navbatda, raqamli biznes texnologiyalari va mahsulotni iste'molchi tomon ilgari surish hisobiga mahsulot ishlab chiqarishda yaxshilanishga doimiy va uzluksiz o'zgarishlarni siyosatga kiritadigan kompaniyalarni kiritish lozim. Bunday siyosat fan-texnika taraqqiyotini «raqamlashtirish»ni tezlatish vatashqaridan qaraganda muvaffaqiyatli bo'lgan an'anaviy kompaniyalar ustidan startegik ustunlikni ta'minlashga imkon beradi. Raqamli va yangi iqtisodiyotning yetakchi tendensiyalaridan biri sifatida ishlab chiqarish va mahsulotlarning moddiy tarkibiy qismlari «yo'qolishi», buyum holida bo'lmagan tarkibiy qismlar bilan almashtirilishini hisoblash qabul qilingan. Bu yerda, eng avvalo, ishlab chiqarish harajatlarida axborot-raqamli tarkibiy qismlar roli va ahamiyatining o'sish tendensiyasi ko'zda tutiladi. Axborot olish, raqamli qayta ishlash va uzatish mahsulotlarni va hatto ba'zida an'anaviy pullarni jismoniy, analogli harakatlantirishdan ko'ra tobora muhimroq bo'lib bormoqda.

Bundan tashqari, kompaniyalar va firmalar qimmati, ularning raqobatbardoshligi tobora ko'proq moddiy mulk bilan emas, balki nomoddiy mulk: firmaning raqobatchilardan strategik ustunligini ta'minlaydigan odamlarning bilimlari, inson kapitali, g'oyalar, sun'iy intellekt va asosiy intellektual mulkning strategik yig'indisi (g'oyalar, innovatsion raqamli texnologiyalarga ega bo'lish) bilan belgilanmoqda. Umumiy inson kapitali (ishchi kuchi) raqamli iqtisodiyotdaharakatchan va moslashuvchan bo'lib bormoqda, bu esa ish beruvchilarga uyushgan ishchi kuchi (jamoat tashkilotlari va kasaba uyushmalari ko'rinishidagi) qimmatbaho bozorlarini aylanib o'tish va har bir xodim bilan to'g'ridan-to'g'ri (Big Data va ishchi kuchi sifatida shaxsiy ma'lumotlar asosida) ishlashga imkon bermoqda. Bu esa ishchi kuchining harakat tezligini oshiradivaa inson kapitaliga pul

to'lash bo'yicha umumiy harajatlarni pasaytiradi.

Mehnat unumdorligining o'sishi bilan taqqoslaganda, ish haqining o'sishi nisbatan to'xtab turishi ishchi kuchi bozorining moslashuvchanligi va globalligi hisobiga bandlikni kafolatlash darajasining pasayishi bilan ta'minlanadi. Xodimlar, o'z tomonidan, raqamli iqtisodiyot sharoitlarida ish haqining o'sishi bo'yicha faollikdan ko'ra barqaror bandlikni tanlashni afzal ko'rishmoqda. Boshqa barcha shartlar bir xil bo'lganda, ish beruvchilar va xodimlar xulq-atvorida ma'lum bir murosaga erishiladi. Iqtisodiy o'sishni tezlatish tamoyilini raqamli iqtisodiyotning boshqa bir o'ziga xos xususiyatideb hisoblash lozim.

6-mavzu. Mobil texnologiyalar

1. Raqamli iqtisodiyotda mobil texnologiyalarning o'rniva rivojlanish tarixi.
2. Mobil qurilmalar bozori tahlili. O'zbekiston bozoriga mobil qurilmalarning kirib kelish va rivojlanish bosqichlari.
3. Korporativ tarmoqqa mobil texnologiyalarning kirib kelish xususiyatlari.
4. Mobil texnologiyalarni joriy qilish modellari. Mobil texnologiyalar va biznesning raqamli transformatsiyasi.

Iqtisodiyotda dinamika va diversifikatsiya darajasi qanchalik yuqori bo'lsa, mamlakat ichkarisida va tashqarisida shunchalik katta hajmdagi noyob ma'lumotlar aylanadi, mos ravishda, milliy iqtisodiyot doirasida ham kattaroq axborot trafigi vujudga keladi. Shu sababli, raqamli iqtisodiyot information texnologiya xizmatlarining kirib borish darajasi yuqori va qatnashchilar soni ko'p bo'lgan bozorlarda eng samarali faoliyat ko'rsatadi. Birinchi navbatda, bu e- segmentning ulushi YIM 10%ini tashkil qiladigan, bandlik 4%dan yuqori bo'lgan va bu ko'rsatkichlar yaqqol o'sish tendensiyasiga ega bo'lgan internetga qaram tarmoqlar (transport, savdo, logistika va h.k.) bilan bog'liq. Texnologik jihatdan raqamli iqtisodiyotni to'rtta trend belgilab beradi: mobil texnologiyalar, biznes- model, bulutli texnologiya va ijtimoiy media vositalari. Bu esa shuni anglatadiki, milliy segmentni shakllantirishda ularning imkoniyatlaridan to'liq foydalanish muhim ahamiyat kasb etadi. Shu bilan bir vaqtda milliy raqamli iqtisodiyotga ichki va tashqi investitsiyalarni samarali jalb etish va undan dividendlar olish uchun qulay ishbilarmonlik muhitini yaratish, salmoqli inson kapitalini tayyorlash, boshqaruv jarayonini ham rivojlantirish zarur. Bularning barchasi iqtisodiy o'sishning poydevori hisoblanadi va xuddi shu sababli, ularni rivojlantirish chora- tadbirlari majmuini aniqlash lozim. Raqamli iqtisodiyot sohasiga oid yuqorida aytib o'tilgan fikrlarni keng halq ommasiga va ayniqsa, talaba-magistrantlarga yetkazish maqsadida yozilgan ushbu o'quv qo'llanma xuddi shu va shunga o'xshash masala va muammolari ommabop ravishda taqdim etishga va imkoniyat darajasida yoritishga bag'ishlangan.

Hozirgi kunda jahon moliya-bank tizimida birinchi navbatda, raqamli iqtisodiyotning elektron to'lov tizimlari, kriptovalyutalar va vositachilarsiz kreditlash kabi elementlar bozoridagi ulushning shiddatli o'sishi bilan bog'liq bo'lgan inqilobiy o'zgarishlar ro'y bermoqda. Birinchi navbatda, mobil to'lovlar (2010 yildan 2016 yilgacha har yili qariyb ikki baravar o'sgan) va bir-birini (peer- to-peer - P2P) kreditlash (oxirgi 3 yil ichida AQSHda 15 baravar o'sgan va 2015 yil aylanmasi \$78 mlrd dollarga etgan) hajmining tez o'sishi kuzatiladi. Ma'lumki, an'anaviy faoliyat sohalaridan farqli ravishda, internet-kompaniyalarning bozor bahosi hech qanady moddiy asosga ega emas va kompaniya qanchalik ko'p foydali ma'lumotlar to'plagan bo'lsa, mahsulot (yoki hizmat) ishlab chiqarish shunchalik arzonlashadi. Hozirgi kunda o'zining ofislari va bankomatlariga ega bo'lmagan raqamli banklar va moliyaviy muassasalar sonining jadal sur'atlar bilan o'sishi kuzatilmoqda. Raqamli banklarning (digital banking) asosiy konsepsiyalari qatoriga mijozlarga yo'naltirilganlik, Kosnotsium konsepsidanraqamli banking kontseptsiyasiga o'tish, CRM (Castomer Relationship Management) ning rivojlanishi, mijojlarga bo'lgan ishonchning o'sishi, takliflarni shaxsiylashtirish va harakatchanlik hususiyati kiradi. Raqamli banklar hizmatlari zamonaviy insonlarning hayot faoliyatining barcha sohalariga, birinchi navbatda, mobil qurilmalar, ijtimoiy tarmoqlar, axborot servislari, elektron tijorat, internet-savdo va boshqalarga kirib borishda kuzatiladi. Raqamli bank o'z mijozlarigaraqamli kanallardan foydalangan holda turli xildagi raqamli ko'rinishdagi mahsulot va hizmatlarni taklif qiladi. Bunday bank infratuzilmasi raqamli kommunikatsiyalar uchun optimallashtirilgan bo'lib, hozircha raqamli texnologiyalarning tez almashinuviga unchalik tayyor emas. Bunday banklarning asosiy vazifalari qatoriga mijozning hisobraqamlari holati va amalga oshirigan operatsiyalar haqida uni tezkorlik bilan habardor qilish, uning uchun eng yaqin bo'lgan bank bo'linmasi, bankomat, almashinuv punkti yoki avtokiosk izlab topish kiradi. Bundan tashqari, raqamli bank o'z mijozlariga shunday onlayn-servis taqdim etishi lozimki, ubarcha platformalarda ishlay olsin va o'z faoliyatini asosanmobil qurilmalarga yo'naltirilsin. Banking raqamli modelini takomillashtirishning yettita

asosiy yoʻnalishini koʻrsatishimiz mumkin:

- omnikanallik va foydalanuvchilar servislarini soddalashtirish;
- axborotni boshqarishning yangi usullari va vositalarini ishlab chiqish;
- ochiq API tizimidan foydalanish;
- moliyaviy-texnik kompaniyalari bilan hamkorlik va raqobat;
- mobil toʻlovlarining rivojlanishi;
- banking sohasidagi innovatsiyalarni boshqarish strategiyasini ishlab chiqish va amaliyotga joriy qilish;
- faoliyatni innovatsion tartibga solishni amalga oshirish.

Raqamli hizmat koʻrsatishga toʻla-toʻkis oʻtish nafaqat banklarga, balki xilma-xil bank hizmatlaridan tezkor va qulay tarzda foydalana oladigan isteʼmolchilarga ham foyda keltiradi (masalan, harajatlarning pasayishi, muloqot doirasini qamrab olish imkoniyati, moslashuvchanlik, mijozni yaxshiroq bilish). Respublika bank tizimida zamonaviy AKT dasturiy-texnik vositalariga asoslangan innovatsion texnologiyalar faol joriy qilinmoqda. Oʻzbekiston Respublikasi Markabiy bank Boshqarmasining bank tizimi faoliyati yakunlari boʻyicha kengaytirilgan majlisida qayd etilishicha, moliya hizmatlari strukturasida bank hizmatlarining ulushi 88%ni tashkil qilgan va oldingi yillar bilan taqqoslaganda 1,2 baravarga oʻsgan. Bundan tashqari, 2019 yil uchun bank tizimi hizmatlari sonini kengaytirish va sifatini yaxshilash, bu sohaga zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini jadal joriy qilish boʻyicha muayyan vazifalar belgilab berilgan. Respublikada masofadan turib koʻrsatiladigan bank hizmatlaridan muntazam foydalanadigan mijozlar ulushi koʻplab qulay omillar tufayli ogʻishmay oʻsmoqda. Aholining moliyaviy savodxonlik darajasi pastligi va naqdsiz hisob-kitoblarga ishonmaslik bank hizmatlari koʻrsatishning raqamli kanallari tez tarqalishiga toʻsqinlik qilaypati.

Mobil marketingi bugungi kunda kompaniyalar uchun keng imkoniyatlarni taklif etadi. Xususan, axborot va kommunikatsiya xizmatlari sohasidagi kompaniyalar marketing amaliyotida keng qoʻllash imkoniyatlari mavjud boʻlib, ularning yaqin maydon aloqasi (Near Field Communication – NFC), Bluetooth asosidagi marketing,

mobil optimallashtirilgan veb-saytlar, mobil hamyon, mobil tijorat, mobil ilova, mobil ijtimoiy media, mobil optimallashtirilgan elektron pochta, mobil qidiruv, geotargeting, QR-kodlar kabilardan foydalanish samarali hisoblanadi.

O'zbekistonda raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish borasida amalga oshirilayotgan maqsadli chora-tadbirlar doirasida axborot-kommunikatsiya xizmatlari sohasidagi kompaniyalarning marketing faoliyatlarida innovatsion texnologiyalarni tatbiq etilishi va zamonaviy talablar asosida amalga oshirilishini taqozo etmoqda. Innovatsion marketing sohasidagi mavjud nazariy konsepsiyalar va metodologik ishlanmalar tahlili asosida raqamli marketing strategiyalarining asosiy turlari va dastaklari ilmiy-nazariy jihatdan tasniflanishi va tizimlashtirilishi mazkur tadbirlarning samarali tashkil etilishiga xizmat qiladi.

Jahonda veb-texnologiyalarining jadal rivojlanishi ta'sirida shakllanayotgan innovatsion marketing strategiyalari tahlili va tizimlashtirilishi asosida ijtimoiy media marketingi, virtual haqiqat, vositalar bilan bog'lovchi internet hamda sun'iy intellektga asoslangan marketing texnologiyalaridan samarali foydalanish axborot-kommunikatsiya xizmatlari bozorini takomillashtirishning istiqboldagi muhim yo'nalishlari sifatida belgilab berildi.

Axborot va kommunikatsiya xizmatlari sohasida innovatsion marketing strategiyalaridan foydalanishning kontent marketing, ijtimoiy media marketingi, kraudsorsing, mobil marketing usullari tatbiq etilishi orqali mahalliy kompaniyalarning marketing faoliyati samaradorligini oshirish va, istiqbolda iste'molchilar bilan samarali kommunikatsiya tizimini shakllantirishga erishiladi, natijada milliy innovatsion rivojlanish tizimiga asos solinadi.

Mahalliy kompaniyalarning ijtimoiy media marketingi faoliyati doirasida kontent marketing samaradorligini oshirish maqsadida kompaniyalarning veb-saytlarida bloglar hamda elektron xabarnomalariga obunachilar sonini oshirish kompaniyaning marketing salohiyati takomillashishiga imkon yaratadi. O'zbekiston aholisi orasida elektron pochtalardan foydalanish darajasi mobil messenjerlardan foydalanish darajasiga ko'ra, ancha past ekanligini hisobga olgan holda elektron xabarnomalarga

obunachilik mobil messenjerlar (xususan, telegramm) orqali kanal, guruh va botlar yaratish asosida tashkil etilishi natijasida iste'molchilar bilan kompaniya o'rtasida muqobil munosabatlar samarali o'rnatilishi hamda iste'molchilarning kompaniya xizmatlaridan qoniqish darajasini oshirishga erishiladi.

O'zbekistonda axborot va kommunikatsiya xizmatlarini taklif etuvchi elektron tijorat platformalari imkoniyatlaridan foydalanishni kengaytirish maqsadida naqd pulsiz hisob-kitoblarni amalga oshirishni ommalashtirishga yo'naltirilgan yaqin maydon aloqasi (NFC), mobil hamyon, Bluetooth asosidagi marketing, mobil optimallashtirish sayti, mobil ilova, mobil tijorat va QR-kod innovatsion marketing texnologiyalaridan foydalanish orqali milliy kompaniyalar raqobatbardoshligini oshirish, iste'molchilarga qulaylik yaratishni ta'minlash imkoniyati mavjud.

Marketing tadqiqotlari asosida O'zbekiston axborot va kommunikatsiya xizmatlari bozorida ijtimoiy media platformalari tizimidan foydalanish ommalashtirish shakliga ega ekanligi aniqlandi. Mahalliy kompaniyalar strategik marketing faoliyatini takomillashtirishda asosiy e'tibor raqamli platformalardan foydalanuvchilarning tavsifiga (demografik, geografik va hayot tarzi) hamda ushbu platformalardan foydalanish qurilmasi afzalliklari (mobil, planshet yoki kompyuter)ga ko'ra segmentlashni hisobga olishi lozim.

Mahalliy kompaniyalar innovatsion marketing faoliyatlari monitoringining asosiy yo'nalishlari sifatida uch bosqichli (tanishtirish, jalb etish va tinglash) tizimdan foydalanish, kompaniyalar ijtimoiy media marketingi tadbirlarining strategik maqsad va vazifalarini tarmoq faoliyati va kompaniya miqyosiga ko'ra tasniflash korxonalarining raqamli marketing strategiyalarini ishlab chiqishni rag'batlantirishdagi asosiy yo'nalish sifatida o'rganish lozim.

Tadqiqot jarayonida taklif etilgan axborot va kommunikatsiya xizmatlari sohasidagi kompaniyalarning ijtimoiy media marketingi faoliyatini rejalashtirish va monitoringini olib borish samaradorligini oshirish bo'yicha konseptual model doirasida kompaniyalarning ijtimoiy media marketingi faoliyatini baholash mezonlari amaliyotga joriy etilishi axborot va kommunikatsiya xizmatlari sohasidagi

kompaniyalarining faoliyati samaradorligini oshirish imkonini beradi.

Elektron tijorat platformalari xizmatlarini taklif etishda iste'molchilarning qoniqish darajasiga ta'sir etuvchi bir qator omillar SEM dasturining PLS modeli asosida tahlil qilindi. Ushbu model natijalariga ko'ra, O'zbekistonda elektron tijorat bozorini rivojlantirishda iste'molchilarning elektron tijorat platformalaridan foydalanish darajasini kengaytirishda nafaqat elektron tijorat veb-saytlari qulayligini yuksaltirish, balki ularning ijtimoiy media platformalari bilan integratsiyasini oshirish muhim ahamiyat kasb etishi, shuningdek, kompaniyalarning marketing faoliyatida kontent marketing va mobil marketing texnologiyalaridan foydalanish mamlakat elektron tijorat bozori savdo faoliyati hajmini oshirishni ta'minlovchi asosiy yo'nalish ekanligi aniqlandi.

7-mavzu. Neyrotexnologiyalar va sun'iy intellekt

1. Sun'iy intellektning rivojlanish tarixi. Sun'iy intellekt bilan smart-media vositalari o'rtasidagi bog'liqlik.
2. Intellektual tizimning strukturasi. Neyrotarmoqning xususiyatlari.
3. Sun'iy intellekt - iqtisodiyotni innovatsion rivojlantirish omili sifatida.
4. Intellektual resurslardan samarali foydalanish mexanizmlari.

Kelajakda biror bir inson planshet sotib olib va unda sun'iy intellektli dasturini joylashtirib olgandan so'ng, o'zining o'qituvchisi bilan muloqot qilmasdan ham bilim olishi mumkin bo'ladi. 10-15 yillardan so'ng, sun'iy intellect vositasida oliy ta'lim olish xuddi yozish va o'qishga o'xshab oddiy xol bo'lib qoladi. 2017 yilning noyabrida **Mikrosoft** kompaniyasi xitoy tilini o'rganish uchun mo'ljallangan mahsus dastur ishlab chiqdi. Unda o'quvchi chatda o'qituvchi-botning qisqacha so'zlardan iborat (*audio va matnli ko'rinishdagi*) ma'lumotlariga javob bergan xolda ta'lim oladi. Ammo Mikrosoftning ushbu raqamli o'qituvchisi navbatdagi oddiy chat-bot emas, balki undagi sun'iy intellect algoritmi foydalanuvchining javoblarini tahlil qilgan xolda uni o'qitish uchun

kerakli bo'lgan imkoniyatlarni tanlaydi va shuning asosida ta'limni amalga oshiradi. Real hamsuhbatni imitatsiya qilish uchun raqamli o'qituvchiga dastur interfeysi ham yordam beradi. U Osiyoda ommabop bo'lgan **WeChat** messenjeriga o'xshab ketadi. Shunday qilib, raqamli texnologiyalarning rivojlanishi ta'limni asta-sekinlik bilan o'zgartirib, bilim olish jarayonini soddalashtiradi. AQSH da turli xildagi servislar maktab o'quvchilariga uy vazivalarini tezroq bajarish imkonini yaratadilar. Bu tendentsiyalar tufayli oddiy darsliklar, o'quv qo'llanmalar va referatlarning aktualligi sekin-asta yo'qolib bormoqda. Chunki har bir o'quvchi kerakli ma'lumotlarni topish uchun googldan, vikipediya dan yoki elektron kutubxonalardan foydalanish imkoniyatiga ega. Hozirgi paytda informatsiya yetarli bo'libgina qolmay, balki keragidan ham ko'proqdir. Faqatgina talaba va o'quvchilar kerakli ma'lumotlarni qaerlardan olish mumkinligini bilsalar bas. Talabalarga ta'lim beruvchi o'qituvchilar, repetitorlar va masofaviy ta'lim pedagoglari yoshlarga bilim berish uchun elektron yordamchilardan keng miqyosda foydalanmoqdalar. Masalan, *Djordjiya* universiteti o'qituvchisi *Ashok Goel* alohida o'quv kanalida talaba chat-boti uchun raqamli yordamchini ishga tushurgan. U *Djil Uotson* chat-botiga talabalar uchun to'g'ri va insonga hos javob tanlash uchun forumlardan 40 mingta ma'lumotni joylashtirdi. Bu algoritm talabalarga nafaqat uy vazifalarini bajarishga ko'mak beradi, balki smartfon yordamida darsdan tashqari mashg'ulotlar o'tkazishga ham imkon beradi. Xozirda Yotsonnikiga o'xshash botlar dunyodagi barcha yetakchi universitetlarga tadbiq qilinmoqda. Ulardan biri Oslodagi **BI Norwegian Business School** dir. *Massachusetts* texnologiya institutida media laboratoriyasida ishlab chiqilgan **Tega** ismli robot o'quvchiga individual yondoshuv asosida ta'lim beradi. Ushbu ta'lim muassasasida talabalar ispan tilini **Tega** roboti bilan birgalikda planshet komp'yuterda o'yinlar vositasida o'rganishadi. Ta'lim jarayoni o'qituvchi sifatida emas, balki sinfdosh yoki kursdosh bilan birgalikda ta'lim olish ko'rinishida tashkil qilingan. Masofaviy ta'limning zamonaviy servislari ham yangi raqamli texnologiyalar vujudga kelishi bilan o'zgarib ketmoqda. Masalan, **Duolingo** servisi chet tillarni o'qitishda o'z botini ishlatmoqda. O'quvchi chat- botga savol beradi va javobini tezlik bilan oladi. Ammo

sun'iy intellektning tezlik bilan rivojlanishi chat-bot bilan va repetitor bilan bo'ladigan mashg'ulotlarni o'tmishda qoldirishi mumkin. Chet tillarni o'rganish uchun mo'ljallangan **Parla** dasturi ham sun'iy intellektga asoslangan raqamli o'qituvchi yaratishga bo'lgan katta bir qadam deyish mumkin. Undagi ta'lim texnologiyasi o'quvchining bilim darajasini tahlil qilgan xolda uning uchun individual ta'lim dasturini yaratadi va uni talabaga moslashtiradi. Bu tizimni ishlab chiqqanlarning fikricha, to'g'ri va xato savollarni, misol va masalalarning yechish tezligini, talabaning qiziqishini hisobga olgan xolda sun'iy intellekt dasturi uning uchun o'qitishning individual yondoshuvini topa oladi. **Parla** va **Mikrosoft** kabi ta'lim dasturlari yaqin 5-10 yillar ichida mobil o'qituvchilar paydo bo'lishini anglatadi. Bu boradagi muammolarni o'rganish jarayonida bir savol tug'ladi: *“Nega komp'yuterlar vosidasida o'qitish jarayoni insonlarnikiga qaraganda yaxshi deb hisoblash mumkin?”*. Chunku, birinchidan, zamonaviy information jamiyatda aqlli mashinalardan cho'chish hissi borgan sari kamayib bormoqda. Ikkinchidan, ko'pchilik mamlakatlarda malakali o'qituvchilar yetishmaydi va bu yetishmovchilikning o'rnini iloji boricha tezlik bilan raqamli texnologiyalar vositasida to'ldirish zarur. **PISA 2009** o'tkazgan izlanishlardan ham ma'lum bo'ldiki, Braziliyada 35% va Meksikada 70% o'qituvchilar sifatli ta'lim berish uchun yetarli bo'lgan malakaga ega emas ekanlar. Xindiston, Xitoy va Yaponiyada ham yuqori malakali o'qituvchilar soni unchalik ko'p emas. **Bot.Me: A Revolutionary Partnership** deb nomlangan ilmiy izlanishda so'rov o'tkazilgan insonlarning 63% qismi sun'iy intellekt bilan jihozlangan mashinalar insoniyatning ko'pgina muammolarini hal qilib berishiga ishonishlarini bildirganlar. An'anaviy ta'limdagi yana bir muammo - har bir talabaning har xil tezlik bilan bilim olishidir. Kimlardir bir marta o'qiganda barcha materialni tushunib olishsa, boshqa talabalarning berilgan o'quv materialini o'zlashtirib olishlari uchun ancha vaqt kerak bo'ladi. O'qituvchining esa talabalarni guruxlarga bo'lib, ularning o'zlashtirish darajalariga mos ravishda o'qitishni tashkil qilish uchun imkoniyati yo'q.

Raqamli iqtisodiyot uchunshuningdek, vositachilik institutining o'zgarishi ham xosdir. Vositachilar faoliyati hozirda shaklan o'zgargan, chunkixaridorlarning

xabardorligi va axborot bilan ta'minlanganligi bozor qatnashchilarining to'g'ridan-to'g'ri o'zaro bog'liqligi bilan almashmoqa. Bir tomondan, rivojlangan mamlakatlarda an'anaviy distribyutorlar va agentlarhozirgi paytda xaridorlar va sotuvchilar bilan to'g'ridan-to'g'ri bog'lanib, internet tarmog'i rivojlanganligi tufayli o'z bitimlarida vositachilarga murojaat qilmayotganliklari sababli o'z ishida jiddiy qiinchiliklarga duch kelishmoqda.

Boshqa tomondan, axborot miqdori to'xtovsiz va shiddatli o'sib, foydalanuvchilar (xaridorlar) keraksiz axborotlarni chiqarib tashlaydigan o'ziga xos «filtr»larga ehtiyoj sezishmoqda. Bunday sharoitlardayangi turdagi vositachilik - axborot vositachiligi paydo bo'lishi uchun sharoitlar yuzaga kelmoqda. Barcha jihatlarida bitimlarni amalga oshirishda kuchli va texnologik ta'minlangan yordam ko'rsatishga qaratilgan iste'molchilarga intellektual xizmatlar ko'rsatish yoki agregatsiyalangan xizmatlar taklif qiladigan axborot-internet-kompaniyalari soni ko'paymoqda. Bu kompaniyalar iste'molchilarga qulaylik yaratish va, tabiiyki, o'z biznesi manfaatlarida kommunikativ-uyushgan muhit shakllantiradi. Axborot vositachilarisotuvchi va xaridorlarni ma'lum tarzda bir-biri bilan bog'lagan holda, raqamli texnologiyalar asosida va elektron tarmoqlar orqali ularning manfaatlarini hisobga olgan holda uyushtiradi. Shunisi qiziqki, barcha bozor qatnashchilari bilan shaxsiy aloqalarga va mos keluvchi axborot texnologiyalariga, shuningdek, bu qatnashchilar haqida shakllantirilgan ma'lumotlar to'plamlaridan potensial foydali axborotga ega bo'lgan har qanday kompaniyalar axborot vositachilari bo'lishi mumkin. Global elektron tarmoq paydo bo'lishi bilan xaridorlar o'z ehtiyojlarini qondirish uchunyangi, misli ko'rilmagan imkoniyatlarga ega bo'ldilar, sotuvchilar esa, o'z navbatida, o'sish uchun iqtisodiy kuch (salohiyat) yangni manbasini qo'lga kiritdilar. Raqamli iqtisodiyot sharoitlarida bozorlarda sotuv sharoitlari va narxlarni «jismoniy» o'rganish, turli magazinlarda va firmalarda narxlarni analogli taqqoslash uchun zarurat yo'q. Muqobil variant tadqiqotlar bilan bir vaqtda tez aniqlanadi, raqobatchi esa kompyuter «sichqoni» bitta harakati bilan bartaraf qilinishi mumkin. Internet-iqtisodiyot va raqamli iqtisodiyotning muhim jihati, xususan, biznes yuritishning o'ziga xos

texnologiyasi hisoblanadi. O'ziga xos xususiyat shundaki, bitim «birga bir» tamoyili bo'yicha va an'anaviy vositachilarsiz yoki axborot vositachilarini hisobga olgan holda amalga oshiriladi. Shu sabablilovlar va hizmatlar qiymatining axborot tarkibiy qismi tobora ortadi. Bunda sotuvchilar ushbu jarayonni tovar qiymati an'anaviy tarkibiy qismlari harajatlarini amalga oshirishdan ko'ra rentabelliroq deb hisoblaydilar.

Iste'molchilar, o'z navbatida, ularning xohish-istaklariga muvofiq, mahsulotga talablarini individuallashtirishga intiladilar. Ta'minotchilar va iste'molchilar, sotuvchilar va xaridorlar o'rtasida axborot almashinish borasida misli ko'rilmagan sharoitlar yuzaga keladi. Ular uchun ham, bular uchun ham axborot iqtisodiy hayotning asosiy jihatiga aylanadi. Raqamli texnologik platforma (yangi iqtisodiyotning texnoraqamli bazisi) ijtimoiy-iqtisodiy subyektlarning selektiv- adresli metodologiyasini amalga oshirish uchun ajoyib imkoniyatlar yaratadi. Ma'lumotlar to'plamlari, katta jadval yoki katta ma'lumotlar massivlari (Big Data) shakllantirish superkompyuterlarda axborot bilan ishlashning yangi raqamli texnologiyalari paydo bo'lishi bilan munosabatlar subyektlari nimalarni afzal ko'rishini aniqlash hamda har bir shaxsga adresli ta'sir va takliflar ishlab chiqishga imkon beradi. Global munosabatlar sharoitlarida har bir iste'molchi yoki munosabatlar (jumladan, ijtimoiy-siyosiy) qatnashchisiga individual yondashuv real voqelikka va samarali boshqaruv vositasiga aylanadi.

Zaxiralar, ishchi kuchi harajatlari va logistika ustidan nazoratni raqamlashtirish tayyor mahsulot harajatlarini minimallashtirishga va yakuniy hisobda, narxlarning o'sishini nazorat qilishga imkon beradi (masalan: «kanban» - «aniq muddatida» ta'minot tizimi, axborotni skanerlash va shtrix-kodlash, transportda GPS-nazorati, xizmatlarni vertikal bog'lash, ishchi kuchi zaxirasini kamaytirish). Maykl Mendel kabi boshqa tadqiqotchilarning hisoblashicha, raqamli iqtisodiyotda iqtisodiy tsiklyuqori texnologiyalar rivojlanishiga qaramay, iqtisodiyot beqarorligiga va undan keyin inqirozga olib keladigan texnologik siklgabog'liq. Raqamli iqtisodiyot rivojlanishining asosiy qonuniyatlarini hisobga olib, uning faoliyat ko'rsatishidagi asosiy tamoyillarni ajratib ko'rsatish mumkin. Raqamli iqtisodiyotni boshqarishni takomillashtirishda

ularni hisobga olish mumkin. Bu tamoyillar qatoriga quyidagilar kiradi:

- Raqamli iqtisodiyotning globallashuv sharoitlarida masofaning ahamiyati pasayishi va makonning «siqilish» tamoyili- zamonaviy iqtisodiyotning eng muhim tamoyilidir. Raqamli iqtisodiyot globalligiishlab chiqaruvchilar, iste'molchilar va raqobatchilarni ularning geografik joylashuvidan qat'i-nazar birlashtiradi. Hamma hamma bilan bog'langan, o'z biznesining raqobatbardoshligi va javobgarlik borasida bir-biridan «himoyalanmagan». Raqamli iqtisodiyotda geografik holat raqobatda - «raqamlashtirishdan oldingi» iqtisodiyotdagi kabi muhim ahamiyatga ega emas.

- Vaqtni «siqish» tamoyilibarcha iqtisodiy munosabatlar, o'zgarishlar va, ayniqsa muhimi, boshqaruv qarorlari qabul qilish tezligi ortishini anglatadi. Ijtimoiy ishlab chiqarishda tezkor aloqalar sharoitlarida vaqt katta ustunlikka va shu bilan bir vaqtda mas'uliyatga aylanmoqda. Raqamli kompaniyalaran'anaviy kompaniyalar bilan taqqoslaganda ish vaqtining ko'proq tejalishini ta'minlaydi. Raqamli kompaniyalar strategiyasibutun ishlab chiqarish sikli bo'yicha doimiy o'zgarishlarga yo'naltiriladi, yaxshilash bo'yicha o'zgarishlarning tezlashuvi esa ularga raqobatli ustunliklarni ta'minlaydi.

- Tashkil qilish va boshqarishning «smart» tamoyili ham raqamli iqtisodiyotda muhim ahamiyat kasb etadi. Inson kapitali, odamlar, bilimlar, g'oyalar, sun'iy intellekt - bu raqamli iqtisodiyotning asosiy boyligidir. U texnologik sohadagi o'zgarishlar mazmuni va tezligini, biznes va boshqaruvda dadil g'oyalar va innovatsiyalar paydo bo'lishini ta'minlaydi. Inson kapitalirraqamli iqtisodiyotda «bebaho» bo'ladi, personalni boshqarish esa kompaniyaning «g'olib» texnologiyalari va qarorlari yaratish qobiliyatiga yo'naltiriladi.

- Raqamli iqtisodiyot sharoitlarida «tarmoq» o'sishi va rivojlanish tamoyili kommunikatsiyalarning o'ziga xos, «virusli» xarakteribilan, birinchi navbatda, elektron tarmoq (Network) bilan bog'liq bo'ladi. Kommunikatsiyalar osonligi va ularning zanjirsimon xarakteribarcha biznes qatnashchilari uchun xabardorlikning tez tarqalishiga hizmat qiladi. Internet orqali ishlaydigan kompaniyalar tarmoq

marketingini to'g'ri yo'lga qo'yish, birinchi qadam tufayli portlashsimon o'sishga erishishi mumkin. Internetdan foydalanuvchilar olamida raqamli texnologiyalardan foydalanish, iteratsion rejalashtirish va boshqarish boshqa barcha shartlar bir xil bo'lganida iqtisodiy o'sishning tezlashuviga hizmat qilishi mumkin.

- Texnologik platformalar (jumladan, raqamli shakllar) va standartlar qiymatliligi tamoyili keyinchalik keng ko'lamli ishlab chiqarishning negiziga aylanadigan, qoidaga ko'ra, katta bozor ulushlarini egallab olishni ta'minlaydigan muvaffaqiyatli yolg'iz holdagi yechimlarning tez tarqalishi bilan asoslanadi. Keyinchalik ushbu platforma bilan yo'ldosh mahsulot va hizmatlar turlari bog'lanadi. Raqamli iqtisodiyotda iste'molchi xulq-atvorida yetakchi standartlar va qadriyatlarga aylanadigan, odamlar turmush tarzi va uslubini shakllantiradigan, ma'lum bir hodisa bilan belgilab beriladigan mahsulot va hizmatlar event komplekslari tobora ko'proq paydo bo'lmoqda. Ishlab chiqaruvchilar va sotuvchilarbu holatlarni sezmasligi mumkin emas va biznesni tashkil qilishda ularni hisobga oladilar.

- Axborot bilan ishlash «samaradorlik» tamoyili raqamli iqtisodiyot qatnashchilarini (subyektlarini) katta miqdordagi axborotni tartibga solishga yo'naltiradi. Barcha qatnashchilarhar bir muayyan holatda eng muhim va foydali ma'lumotlarni ajratib olish maqsadida axborotni «filtrlash»ga ehtiyoj sezadilar. Shu sabablimijozlarga «smart» hizmat ko'rsatishga va agregatsiyalangan hizmatlarga ehtiyoj paydo bo'ladi. Raqamli kompaniyalarning bir qismi shunga ixtisoslashadiva samarali axborot vositachilariga aylanadi.

- Bozorning «virtuallik» tamoyilibozorda ishtirok etish yoki jismoniy paydo bo'lish keraksizligiga olib keladi. Mahsulot narxi va raqobatli ustunliklarini savdo markazlariga kirmasdan ham taqqoslash mumkin, maxsus dasturlar esasifat va narx nisbati optimal bo'lgan mahsulot izlab topishni ta'minlashi mumkin. Raqobatda jismoniy to'siqlar yo'qoladi, biznes eng yaxshi sifat va arzon narx taklif qilishga intiladi, xaridor esazudlik bilan javob qaytaradi: mahsulot izlab topish va xarid qilish amalda bir vaqtda, savdo nuqtalariga tashrif buyurmasdan amalga oshiriladi.

- Raqamli iqtisodiyotda harajatlar strukturasi o'zgarish tamoyili muhim ahamiyat kasb etadi. Tovar qiymatidagi axborot tarkibiy qismi tobora kattalashmoqda, moddiy-buyum jihati esa - kichraymoqda. Yuqori texnologiyali mahsulotlar ekspluatatsiyasi yoki iste'moli iste'molchiga (foydali samara birligiga) arzon tushmoqda, ko'proq qoniqish va tahsinga sazovor bo'lmoqda. Innovatsionlik darajasi yuqori bo'lgan kompaniyalar transaksiya harajatlari pasayishi va ishlab chiqarish tannarxining strukturasi o'zgarishi hisobiga ustunliklarga ega bo'lmoqdalar.

- «Impulsli» motivatsiya tamoyili shuni anglatadiki, tovar tanlash va xarid qilish internet tufayli ko'pincha impulsiv ravishda, bir martalik va shun onda ro'y beradigan jarayon sifatida amalga oshadi. Xohish paydo bo'lishi va xarid boshqa tovarni izlayotgan paytda ham paydo bo'ladi. Qidirish, xohish-istak va xarid o'rtasida amalda hech qanday uzilish bo'lmaydi. Tanlovni o'zgartirishga «yumshoq» majburlash raqamli kompaniyalar foydalanadigan vositalardan biri hisoblanadi.

- Raqamli iqtisodiyotni «baynalminallashtirish» tamoyili bir tomondan, xalqaro mehnat taqsimotining namoyon bo'lishi sifatida, boshqa tomondan esa - jahon iqtisodiy munosabatlari rivojlanishi (globallasuvi) sifatida talqin qilish mumkin. Iqtisodiyotning globallasuvi raqamli texnologiyalar tufayli mahsulot ishlab chiqarish va iste'mol qilish bo'yicha to'siqlar va cheklovlarni olib tashlamoqda. Logistika va savdoraqamlashtirish tufayli tovarlarni yanada ochiqroq va qulayroq qilmoqda. Mahsulot hayotiylik davrining barcha bosqichlarida hamrohlik qilish har xil tillarda ta'minlanadi, maxsus dasturlar mavjudligi esa axborotni bir tildan boshqa tilga bir lahzada va tarjimonlarsiz tarjima qilishga imkon beradi. Inson kapitali harakatlanishi va xalqaro standartlashtirish ham raqamli iqtisodiyot baynalmilallashtirishiga xizmat qiladi.

Raqamli iqtisodiyotda xalq farovonligini strategik rejalashtirishda asosiy yo'nalishlar quyidagilar hisoblanadi:

- xalqning turmush darajasini oshirish maqsadli tavsiflarini shakllantirish;
- xalq farovonligi maqsadlarini amalga oshirishga ajratiladigan resurslarni tadqiq

etish;

- iste'mol fondi hajmi va strukturasi istiqboldagi dinamikasini tadqiq etish;
- aholi daromadlari strukturasi va hajmi ko'rsatkichlarini shakllantirish;
- iste'mol ijtimoiy fondlari shakllantirish jarayonlarini tadqiq etish;
- noishlab chiqarish sohasining rivojlanish ko'rsatkichlarini ishlab chiqish;
- noishlab chiqarish kapital qo'yilmalarini amalga oshirish jarayonlarini

modellashtirish;

- noishlab chiqarish fondlari hajmi va strukturasi dinamikasini
- modellashtirish;
- xalqning turmush darajasini o'stirish bo'yicha yangi chora-tadbirlar ishlab chiqish va ularni amalga oshirish uchun zarur bo'lgan resurslarni baholash;
- xalqning turmush darajasi rivojlanishini umumiy strategik rejalashtirish va uni xalq xo'jaligi strategik rejasining boshqa bo'limlari bilan muvofiqlashtirish;
- xalqning turmush darajasini oshirish rejalarini bajarish jarayonlarini baholash va ularning bajarilishini rag'batlantiradigan chora-tadbirlar ishlab chiqish;
- strategik reja sifatini sistematik baholash va uning bajarilishini nazorat qilish.

Muayyan vazifalarni hal qilish aholining turmush darajasini oshirishga va ijtimoiy rivojlanish global, mahalliy va maqsadli ko'rsatkichlariga o'zgartirilgan strategik maqsadlar asosida erishiladi. Global ko'rsatkichlar eng avvalo, turmush darajasi konsepsiyalarini ishlab chiqish, noishlab chiqarish sohasi va ijtimoiy rivojlanishning asosiy sohalarini rivojlantirish, shuningdek, xalq farovonligi o'sishini tavsiflaydigan muhim jamlanma ko'rsatkichlar dinamikasini bashorat qilishda hisobga olinadi. Lokal maqsadlar moddiy ne'matlar va hizmatlar alohida ko'rsatkichlarini, noishlab chiqarish sohasini rivojlantirishning turli tarmoq tavsiflarini, xalq farovonligi o'sishidagi tafovutlarni tavsiflaydigan alohida ko'rsatkichlarni hisob-kitob qilishda hisobga olinadi.

Shunday qilib, jahon iqtisodiyoti rivojlanishining zamonaviy tendensiyalari ko'p jihatdan global elektron tarmoqning kelgusi rivojlanishi, axborot-intellektual va

raqamli texnologiyalar, sun'iy intellekt va inson kapitali salohiyatini to'laroq amalga oshirish bilan belgilanadi va asoslanadi. Shu sabablirraqamli iqtisodiyot muammolarini o'rganish iqtisodiyot fani nuqtai-nazaridan ham, turli darajadagi: elektron hukumatdan tortibturli obyektlarni (shahar, transport harakati, uy, kvartira, avtomobil va boshqalar) smart-boshqarish raqamli modellarigacha menejment tizimlari amaliy o'zgarishi nuqtai-nazaridan ham dolzarb hisoblanadi. Shuni ham ta'kidlash zarurki, ijtimoiy hayotni raqamlashtirishning ushbu bob doirasidan chetda qolgan eng muhim jihati iqtisodiy va kompyuter havfsizligi muammolari bo'lib, raqamli iqtisodiyotning shakllanishi va rivojlanishi bilan butun dunyoda tobora dolzarb ahamiyat kasb etib bormoqda.

8-mavzu. Biznesda fikrlash dizayni

1. Biznes jarayonlarini boshqarishda fikrlash - dizaynining xususiyatlari.
2. Fikrlashdizayni - foydalanuvchigayo‘naltirilganmahsulot, servisvaxizmatlar.
3. Fikrlashdizaynibosqichlari. Empatiya – insonga yo‘naltirilgan dizayn-jarayoni markazi sifatida.
4. Biznes jarayonida fokuslashtirish. G‘oyalar ishlab chiqish. Prototiplash. Test o‘tkazish.

Dizayn fikrlashning asosiy prinsiplaridan biri empatiya, ya’ni dunyoga boshqa odamlar nigohi bilan nazar tashlash, ularning ehtiyojlarini his etish, istak va vazifalarini idrok etishni bilish sanaladi. Metodologik nuqtai nazardan dizayn-fikrlash yondashuvlari noaniqlik sharoitidagi muammolarni echish evristik usullar bilan amalga oshiriladi. Bunda qo‘yiladigan vazifalar ijodiy masalalar bo‘lmay, favqulodda yuzaga chiqadi. Talabalar dizayn-fikrlash kursiga diplom olgunga qadar qatnashadi.

Boshqa aspekt – bu mahsulotlar, jarayonlar va xizmat ko‘rsatishni modellashtirish. An’anaga ko‘ra, kompaniya ishlab chiqarayotgan mahsulotiga iste’molchilarning munosabatini fokus-guruh yordamida aniqlaydi. Ammo modellashtirish yaratilishi loyihalangan mahsulotni iste’molchi ko‘magida sinab ko‘radi, so‘ngra olingan ma’lumotga qarab, zudlik bilan unga o‘zgartirish kiritadi.

Korporatsiyalar uchun dizayn konsepsiyasini ishlab chiqish ham eng muhim ishlardan biri sanaladi. Amaliy mashg‘ulot mebel, interer buyumlari va aksessuarlar uslublarini yaratishdan iborat bo‘ladi. Hozirgi bozor yangilik va o‘zgarishlarni ko‘p talab qilishi tufayli, kompyuter texnologiyalaridan foydalanish zarurati yuzaga keladi. SHu bois talabalar zudlik bilan ixtisoslashtirilgan dasturlarni o‘zlashtirishga kirishadi hamda malakali mutaxassis bo‘lib etishishga intiladi.

Talabalar amaliy dizayn ko‘nikmasi, tajribasiga ega bo‘lishi kerak. Bu degani o‘qituvchilarning asosiy diqqat e’tibori loyihalash bilan bog‘liq mashg‘ulotlarga qaratiladi, talabalarni nafaqat rasm chizish, balki parma, tokorlik dastgohi, gaz yordamida payvandlash uskunalari, kompyuterlarni boshqarish kabi ishlarga ham

o'rgatiladi. Undan tashqari erkin ravishda tajriba va eksperiment o'tkazishlari uchun ma'lum miqdorda ajratilgan ashyolar bilan sharoitlar yaratib beriladi. Ularning diqqat e'tibori ishlab chiqarish va yangi buyumlar yaratishga safarbar qilinadi.

Germaniyada dizaynerlarning kasbiy tayyorgarligi uchun ko'pincha butun bir o'quv smestri ajratiladi, talabalar korxona va firmalarga tajriba oshirish uchun yuboriladi. Natijada bunday mutaxassis-bakalavrlarga mehnat bozorida talab katta bo'ladi.

Dizaynerlarni kasbiy tayyorlashning vazifasi, maqsadi, mohiyati, nazariya va metodlari Bauxauz pedagogik tizimi asosiga quriladi. Eng avval sanoat mahsuloti ishlab chiqarishda turli ashyolar bilan ishlash va ularni o'rganish, yangi texnologiyalarni qo'llash, o'quv jarayonlaridagi faol ijodkorlik, yangi konstruktorlik echimlarini izlash, narsalarning funksiyasidan kelib chiqqan holda shakl yaratish ana shular jumlasidandir.

Zamonaviy iqtisodiyotda talab katta bo'lgan ko'nikmalar turlari

<i>Kognitiv</i>	<i>Ijtimoiyva xulq-atvor</i>	<i>Texnik</i>
Savodxonlik va matematik ko'nikmalar, shuningdek, yuqori darajadagi kognitiv ko'nikmalar (masalan, mantiqiy va kreativ fikrlash)	Ijtimoiy-emotsional ko'nikmalar va shaxsiy xislatlar	Qo'l mehnati ko'nikmalari va usullarni bilish, materiallar, mexanizmlar va vositalar bilan ishlash qobiliyati
Muammolarni hal qila olish qobiliyati, muammoni hal qilish uchun zarur bo'lgan bilim	Yangi tajriba olishga tayyorlik, halollik, ekstraversiya, taktvaemotsional barqarorlik	O'rta maktab tugalgandan keyingi kasbiy tayyorgarlik yoki o'qish jaryonida, yoxud mehnat faoliyati jarayonida olingan texnik ko'nikmalar
Verbal savodxonlik, hisoblay olish qobiliyati, muammolarni hal qilish, xotira va fikrlash tezligi	O'zini-o'zi tartibga solish, murosalariga tayyorlik, aqlning yo'nalishi, qaror qabul qilish va shaxslararo muloqot ko'nikmalari	Muayyan kasb bo'yicha ishlash uchun zarur bo'lgan ko'nikmalar (masalan, muhandis, iqtisodchi yoki IT bo'yicha mutaxassis)

Manba: “Raqamli dividendlar”. Jahon rivojlanishi haqidagi ma'ruza sharhi. 2016. Jahon banki, 2016. 33 bet.

Yaxshi kommunikativ ko'nikmalar bunday fanlararo jamoalarda uzluksiz ishlash

va hamkorlik qilishni ta'minlash uchun zarur. Konvergent texnologiyalarga asoslangan biznes-faoliyat va tarmoqlarning rivojlanishi, shuningdek, ehtimol, ilmiy hajmdor xizmatlar va ko'nikmalarga, jumladan, intellektual mulk va boshqa masalalar bo'yicha yuridik xizmatlar, marketing va strategik boshqaruv konsaltingiga talab yaratadi. Ko'rsatilishicha, konvergent texnologiyalar ko'nikmalari va fanlararo ko'nikmalarga o'qitish, xususan, biotexnologiya, axborot-kommunikatsiya texnologiyalari, nanotexnologiyalar va kognitiv fanni uyg'unlashtirishni ko'zda tutadi. Agar raqamli iqtisodiyot kadrlarini tayyorlashda sinergetik ta'sir va fanlararolik tamoyillar haqida gapiradigan bo'lsak, uning universal chuqur bilimga egalik sifatida ijtimoiy javobgarlik tamoyiliga muvofiqligi kabi jihatni aylanib o'tish mumkin emas. Ushbu konseptning falsafiy mazmuni atrof-muhitdagi tizimli o'zgarishlarni va raqamli texnologiyalarning rivojlanish oqibatlarini bashorat qilish bilan bog'liq. To'liqlikka da'vogarlik qilmasdan, raqamli texnologiyalarning quyidagilar bilan bog'liq rivojlanish risklarini sanab o'tamiz:

- ularsiz axborotlashgan iqtisodiyot mavjud bo'lishi mumkin bo'lmagan ma'lumotlar to'plash va saqlash risklari (fuqarolar va ular amalga oshiradigan harakatlar haqida ulkan axborot to'plamlari yaratgan holda, ularning kerakliligi reytinglarini tuzish imkoniyati bilan; nafaqat aholi, balki davlatlar ustidan nazorat imkoniyatlari bilan; axborot chiqib ketishi va mamlakat raqamli suverenitetini yo'qotishning salbiy oqibatlari bilan bog'liq risklar);

- oldingi o'zgarishlardan ko'ra keng ko'lamliroq va ancha tezkor bo'lib chiqishi mumkin bo'lgan texnik taraqqiyoining rivojlanishini oldindan aytib berish imkoniyatligi bilan bog'liq risklar (texnologiyalar va ta'lim o'rtasidagi musobaqa; har bir kishiga zarur ko'nikmalarga ega bo'lish va mehnat bozori tuzoqlariga tushmaslikka imkon beradigan mehnat ko'nikmalarini moslashtirish; raqamli uzilish va marginallashtirishning oldini olish kabi risklar);

- havfsizlik, jumladan, kiberhavfsizlikni ta'minlash masalalarining (zamonaviy axborot texnologiyalari yordamida iqtisodiy firibsharlikning oldini olish), shuningdek,

elektron savdoni tartibga solish, Internetdan foydalanish, biomuhandislik texnologiyalari, sun'iy intellekt, kriptovalyutalar, uchuvchisiz qurilmalar masalalarining dolzarblashuvi;

- raqamli iqtisodiyotda iste'molchilarni himoya qilish va raqobat haqidagi qonunlarning yo'qligi yoki ularga rioya qilinmasligi risklari.

Ko'rinib turibdiki, ta'lim darajalarining har biri aytib o'tilgan universal kompetensiyalarni o'z darajasida shakllantiradi. Ijtimoiy javobgarlik tamoyiliga muvofiqlik nuqtai-nazaridan tayyorgarlik birinchi navbatda, raqamli iqtisodiyotning rivojlanishi, shuningdek, ma'lumotlarni saqlash usullari va tashkilotlarning kiberhimoya vositalari rivojlanish sharoitlarida ekologik va texnosfera havfsizligi vazifalarini hal qilishda ijtimoiy javobgarlik ko'nikmalarini rivojlantirish bilan bog'liq bo'ladi.

Raqamli iqtisodiyotga o'tishimiz jarayonida bilimlarni innovatsiyalarga aylantirib, samarali ishlatib, muvaffaqiyatli bo'lishga ham sifatli o'rgatish mexanizmlarini hozircha ishlab chiqqanimiz yo'q. Bunda quyidagilarni qayd qilishimiz lozim: birinchidan, O'zbekistonni innovatsion yo'nalishda rivojlantirish uchun ijtimoiy sohaga (inson kapitalini rivojlantirish) bo'lgan investitsiyalar real sektorga nisbatan yuqori bo'lishi kerak, ya'ni, yangicha o'ylash, yangicha fikrlash va yangicha hayot tarzini shakllantirish uchun yangicha terminlarni kiritish kerak bo'ladi, ya'ni: aqlli oila, aqlli mahalla, aqlli tibbiyot, aqlli ta'lim, aqlli din, aqlli talaba, aqlli tadbirkor... Bularning barchasi aqlni, qobiliyatni takomillashtirish va samarali ishlatishning o'z yo'l haritalarini ishlab chiqish zarur.

9-mavzu. Virtual va to'ldirilgan reallik texnologiyalari

1. Virtual va to'ldirilgan reallik texnologiyalarining mohiyati.
2. To'ldirilgan reallik - AR (augmented reality, AR) texnologiyalar ob'ekt to'g'risidagi ma'lumotlarni to'ldirish, qabul qilishga yordam beruvchi sensor qurilmalar sifatida.
3. VR (virtual reality, VR, sun'iy reallik) virtual reallik – texnik vositalar yordamida ob'ekt to'g'risidagi ma'lumotlarni yaratish,
4. Insonlarga ularning tasavvurlari orqali etkazish usuli. AR/VR texnologiyalarni rivojlantirish muammolari va jahon bozori xususiyatlari.

Raqamli iqtisodiyot bu - real voqelikni to'ldirib turadigan virtual muhitdir. G'arb mamlakatlari ekspertlari raqamli texnologiyalar iqtisodiyot subyektlari va boshqaruv o'rtasidagi munosabatlar sozlanmagan bo'lsa, ish bermasligi borasida yakdil fikr bildiradilar. Faol axborotlashtirish jarayoni iste'molchilarning xulq-atvorini o'zgartirib yuboradi. Marketing ham asta-sekinlik bilan to'xtovsiz ravishda iqtisodiy o'zaro aloqalarning mohiyatiga, har bir kishini iqtisodiy o'zaro aloqalarga kirishishga majbur qiladigan asosiy harakatlantiruvchi kuch - ehtiyojlarga yaqinlashmoqda. Raqamli iqtisodiyotda boshqaruv jarayoni (professional kadrlar orqali) - o'zaro aloqalarni boshqarishning komp'yuterli tizimi bo'lib, insoniyatning o'sib borayotgan ehtiyojlarini qondirish borasida elektron ma'lumotlardan faol foydalanish bo'yicha keng ko'lamli ishlarni olib boradi. Masalan, unda tizim faoliyatini bashorat qilish, rejalashtirish, tashkil qilish, ijro etish, nazorat qilish va muvofiqlashtirish ko'zda tutilgan. Ya'ni, mamlakatni rivojlantirish yo'llarini ishlab chiqish va hayotga tadbqiq qilish uchun ma'lumotlarni to'plash va tahlil qilish asosida xalq xo'jaligi majmuini boshqarishning umumiy integrallashgan tizimi bo'lishi lozim.

Uzoq istiqbolda «raqamli» (elektron) iqtisodiyot og'ir jismoniy mehnatga mahkum odamlarning erkinlik haqidagi ko'p asrlik orzularini ro'yobga chiqirishga qodir bo'lgan vositaga aylanishi mumkin. Ko'pchilik insonlarga ijod, fan (ham fundamental, ham amaliy) vasan'at uchun keng imkoniyatlar ochiladi. Raqamli inqilob

qaysidir tarmoqlar va mamlakatlarga ilgariroq va kuchliroq, boshqalarga esa kechroq va kamroq kirib keladi. Servis hizmatlari, media va ko'nilocharliklar birinchi bo'lib, ulardan keyin esa telekommunikatsiya kompaniyalari va banklar raqamlashtirishga muhtalo bo'ladi. Lekin tahlilchilarning umumiy fikrlari va kompaniyalar menejerlari orasida o'tkazilgan so'rov natijalariga asosan, raqamlashtirish u yoki bu darajada hammamizga ham daxl qiladi. Bugungi kunda bizhar bir mohiyatni u yoki bu olamga mansub sanagan holda identifikatsiya qilishimiz mumkin, lekin ma'lum vaqt o'tgandan so'ng, ko'pchilik obyektlar uchun bunday taqsimlashni amalga oshira olmaymiz. Bunday misollar bugunning o'zidayoq mavjud: **IP**-kamera yoki tarmoqqa ulangan boshqa har qanday uzatgich - u qaysi olamning bir qismi hisoblanadi? Shubhasizki, ular ikkala olam hodisalirining mohiyati sanaladi. Mobil telefon bugungi kunda ko'plab ma'lumotlarni: telefon raqamlarini, tug'ilgan kun haqidagi ma'lumotlarni, fotosuratlarni, parollarni va boshqa ma'lumotlarni saqlaydi. Biz hatto telefon bilan jismonan bog'lanmagan bo'lsakda, funksional jihatdan o'zimizni u bilanbir butun deb his qilamiz. Real va virtual dunyolarning birlashib ketish jarayoni boshlan va uni to'xtatishning imkoni yo'q deb aytish uchun alohida bir jasurlik shart emas.

Real va virtual dunyolarning birlashuvi natijasida yangi gibril dunyo hosil qilinib, unda biz uchun hozirgi kunda odatiy bo'lgan qonunva qoidalardan farq qiladigan boshqacha qonun-qoidalar amal qiladi. Shu nuqtai-nazardan aytish joizki, qolgan iqtisodiyotdan alohida ravishda bo'ladigan «raqamli» iqtisodiyot mavjud emas: «Raquamli» (elektron) iqtisodiyot bu- gibril dunyo sharoitlarida mavjud bo'lgan iqtisodiyotdir. Gibril dunyo bu - real dunyoda virtual dunyo orqali barcha «hayotiy ahamiyatga ega» harakatlarni amalga oshirish imkoniyati bilan ajralib turadigan real va virtual dunyolar birlashuvi natijasidir. Bu jarayon uchun axborot-kommunikatsiya texnologiyalari (AKT) qiymatining pastligi, yuqori samaradorligi va raquamli infratuzilma ochiqiligi zarur shartlar hisoblanadi.

Raquamli biznes bu - jismoniy va raquamli dunyolarni birlashtiradigan yangi biznes-modellar paydo bo'lishidir. School of Management esa raquamli o'zgarishni «korxonalar qiymati va unumdorligini tubdan oshirish uchun zamonaviy

texnologiyalardan foydalanish» sifatida ta'riflaydi. Ijtimoiy tarmoqlar, smartfonlar bozori, internetga keng polosali ulanish, mashinali o'qitish texnologiyalari vasun'iy intellektning «portlab» o'sishi kompaniyalar faoliyat yuritayotgan dunyoni o'zgartirib yuboradi. Ular yoki yangi bozordagi bo'sh joylarni egallashlari yoki mavjud bo'sh o'rinlarni o'zgartirgan holda o'zlarini o'zgarishlarga moslab olishi lozim bo'ladi. Shunday bo'lib chiqadiki, tashkilotlarning raqamli o'zgartirish bu - yangi axborot texnologiyalarining rivojlanishi va butun dunyo bo'ylab faol tarqalishiga javob hisoblanadi. Raqamli o'zgartirish turli darajalarga erishib, ular o'rtasidagi farq ikkita atama - «raqamli ko'rinishga keltirish» va «raqamlashtirish» o'rtasidagi farq bilan bir xil ma'noga ega bo'ladi. Raqamli ko'rinishga keltirish bu - axborotni jismoniy vositalardan raqamli vositalarga o'tkazishdir. Raqamli ko'rinishga keltirishga misollar - elektron kitoblar, videokurslar, suratning raqamli nusxasini yaratish va boshqalar. Bunda axborot strukturasi o'zgarishi ro'y bermaydi: u faqat elektron shaklga ega bo'ladi, xolos. Raqamli ko'rinishga keltirishko'pincha mavjud biznes-modelni takomillashtirish va biznes-jarayonlarni optimallashtirish uchun foydalaniladi.

Virtual dunyo bilan o'zaro aloqalar sifatida raqamli iqtisodiyotdan raqamli modellashtirish o'tish va buyumlar internetini tushunishimiz mumkin. Albatta, milliy iqtisodiyotdagi moliyaviy munosabatlarni milliy kriptovalyuta ko'rinishidagi raqamli valyutasiz amalga oshirib bo'lmaydi.

Ko'plab axborot tizimlari operatsiyalarni insondan ko'ra yaxshiroq, tezroq va arzonroq bajaradi, bu esa xatolar sonini minimallashtirishi tufayli misli ko'rilmagan darajada tezkor harakat qilishga erishish imkonini beradi. Hozirgi paytda talabalarga yordam berish uchun robot-yordamchilar, robot-jurnalistlar va hatto vazifalarni odamlardan ko'ra samaraliroq taqsimlaydigan robot-rahbarlarga misollar mavjud. U yoki bu jarayon davomida bir-biri bilan o'zaro aloqa qiladigan axborot servislari to'plami servis biznes-jarayonlarini raqamli o'zgartirishning natijasi hisoblanadi. Ko'plab banklar hozirda qarz oluvchini baholash jarayonlarini inson ishtiroisiz amalga oshirmoqda. Yangi shaklgi kompaniyalarda taksi chaqirishdamijoz va haydovchi o'rtasidagi barcha o'zaro aloqalaraxborot tizimi yordamida amalga oshirilib, odam

ishtiroki hatto ko‘zda ham tutilmayapti. Lekin biznes-jarayonlardan odamlar ishtirokini doim ham to‘liq istisno qilish mumkin emas. Bunda raqamli o‘zgartirish tezkor rejimda ma'lumotlar to‘plashga imkon beradi va robototexnika texnologiyalari yordamida raqamli aloqa kanallari bo‘yicha masofadan turib boshqarishni ta'minlaydi. Bunday o‘zgarishlarga misollarni xizmatlar sohasida, neft qazib chiqarish, elektrenergetikasi va ishlab chiqarishda kuzatishimiz mumkin. Shak-shubhasizki, zamonaviy biznesda «raqamli o‘zgartirish» so‘z birikmasi tobora ko‘proq yodga olinib boshladi. Aftidan, jahon miqyosida faol rivojlanayotgan yangi texnologiyalar tez orada bizning raqamli texnologiyalar va sun'iy intellekt haqidagi tasavvurlarimizni tubdan o‘zgartirib yuboradi.

Raqamli iqtisodiyot tayanadigan asosiy texnologiyalardan yana biri bu - buyumlar internetidir. Ya'ni, ko‘plab maishiy uskunalar elektr tarmog‘iga ulanganligi odatiy, lekin bular ikkinchi darajali hisoblanadi. Moddiy dunyoning tobora ko‘plab obyektlari internetga ulanmoqda, bu esa axborot to‘plash va hatto bu obyektlarni masofadan turib boshqarishni ham ta'minlamoqda. Amalda internetda tashqi dunyo va obyektning turli ko‘rsatkichlaridan iborat bo‘lgan moddiy obyektning virtual nusxasi paydo bo‘lib, ushbu obyektning internet orqali boshqarishga imkon bermoqda. Buyumlar internetiga misol qilib, masalan, texnik yordam xizmatida aniqlangan buzilishlar va rejadan tashqari ta'mirlash doirasida almashtirish lozim bo‘lgan ehtiyot qismlar ro‘yxatini yuboradigan virtual ma'lumotlar uzatish tizimini keltirib o‘tish mumkin. Buyumlar interneti sohasi rivojlanishining keyingi bosqichida buyumlarning nafaqat odam bilan, balki o‘zaro aloqa qilishi mumkinligi ham hisoblanadi, bu konveyerli liniyalarda, texnik ta'mirlash tizimlarida, logistika va boshqa ko‘plab biznes sohalarida avtomatlashtirilgan o‘zaro aloqalarga erishish imkonini beradi. Lekin hali yechimini kutib turgan masalalar ham bor, chunonchi: elektr energiyasini minimal tarzda iste'mol qiladigan elektronika, shuningdek, buyumlarning o‘zaro aloqa qilishi uchun yangi aloqa standartlarini yaratish.

Raqamlashtirish bilan bog‘liq yana bir innovatsion yo‘nalish bu - to‘ldirilgan reallikdir (***Augmented Reality, AR***). Real dunyoga virtual dunyo obyektlarini

qo'shishga imkon beradigan to'ldirilgan reallik texnologiyasi eng istiqbolli texnologiyalardan biri hisoblanadi. Tasavvur qiling, ko'chada ketayotib, yoningizda bo'lgan odamlar va obyektlar haqida qo'shimcha axborot ko'rasiz. To'ldirilgan reallikka misollar mavjud bo'lib, ular hayotda faol qo'llanmoqda. Masalan, Moskvadagi ayrim parklarda moddiy dunyo obyektining virtual dunyo obyektiga bog'langanini ko'rsatadigan belgilarni uchratish mumkin. To'ldirilgan reallik elementlari bo'lgan o'yinlar faol tarqalmoqda, magazinlarda virtual ko'zgular va kiyimlar kiyib ko'rish xonalari mavjud, to'ldirilgan reallik avtomobillarda ham sinab ko'rilmoqda. Biznesda virtual reallik texnologiyalari u qadar faol qo'llanmaydi, u yerda hozir **3D**-modellashtirish texnologiyalariga talab kuchliroqdir. Real dunyoning raqamli **3D**-modellarini tuzishga misollar servis sohasi korxonalari, qurilish kompaniyalari, murakkab texnologik mahsulotlar ishlab chiqaruvchilar, neft qazib chiqarish va boshqa tarmoqlar hisoblanadi. **3D**- modellashtirish doirasidanafaqat obyektlar modellarini tuzish haqida, balki ularni ma'lumotlar bilan to'ldirish haqida ham gapirish mumkin bo'lib, bu o'z navbatida,boshqaruv qarorlari qabul qilish jarayonini optimallashtirishga va oqibatda mahsulotlarni loyihalashtirish vositalarini ularni ishlab chiqarish vositalari bilan bog'lashga imkon beradi. Shu bilan bir paytda virtual reallik texnologiyalarini ommaviy joriy qilish yo'lida insonning virtual reallikdagi yanada haqqoniyroq ishtirokini ta'minlaydigan uskunalarningyangi avlodlarida virtual dunyoni aks ettirishning realligini yanada oshirishni ta'minlash kerak bo'ladi. Shubhasizki, raqamli iqtisodiyot robototexnika bilan ham chambarchas bog'liq. Robotlarning insonlar hayotidagi ishtiroki fantastlar tomonidan ko'p marta muhokama qilingan, lekin hozirda robotlar bizning real hayotimizga ham tezkorlik bilan va bevosita kirib kelmoqda. Odamlar ishlab chiqarishda bajaradigan oddiy funksiyalarni robotlar bajarishi xatolar sonini ancha kamaytirish hamda ishlarning bajarish tezligini oshirishga imkon beradi. Sir emaski, ko'plab sanoat kompaniyalari yig'uv liniyalari va logistikada robototexnikani faol qo'llaydi, bu inson omilining ahamiyatini pasaytirish va minimal sondagi odamlarni jalb qilishga imkon beradi. Sanoat robotlari qiymatini (bahosini) pasaytirish ularni qo'llashdan iqtisodiy

samaradorlikka erishish imkonini yaratadi va odamlarga amalda qanday qilib mexanizmlar avtomatik rejimda inson ishtirokisiz mahsulot ishlab chiqarishini kuzatib turishiga to'g'ri keladi, xolos. Germaniyada hattoki **4.0.Industriya** atamasi ham paydo bo'lgan bo'lib, u avtomatlar ishlab chiqarish jarayoni doirasida o'zaro aloqa qiladigan to'liq avtomatlashtirilgan ishlab chiqarish va logistika tarmoqlari tuzishni ko'zda tutadi. Robototexnika, buyumlar Interneti, sun'iy intellekt va **3D**-bosmaning uyg'unlashuvi hozirgi paytda krossovkadan tortib avtomobillargacha bo'lgan mahsulotlarni ishlab chiqarish bo'yicha to'liq mexanizatsiyalashgan fabrikalar qurishga imkon bermoqda. **3D**-bosma qurilishib a'zisi bir tarmoqlarni va mashinasozlikni tubdan o'zgartirib yuborishi mumkin bo'lgan texnologiyadir. Polimerlar, beton, metall va hatto oltindan ham mahsulot bosib chiqarishi mumkin bo'lgan **3D**-printerlarning juda ko'p miqdorda yaratilishi ishlab chiqarish tsikli tushunishning o'zini ham o'zgartiradi, chunki ko'plab mahsulot turlarini uydan chiqmasdan, faqat uch o'lchamli model va **3D**-printeriga ega bo'lgan holda olish mumkin bo'ladi. **3D**-bosmanio'zlashtirish gamashinasozlik ham faol qo'shilgan bo'lib, bu yerda detallarni «klassik» usulda olishdan ko'ra, bosib chiqarish arzonga tushadi. Kiyim-kechak va oyoq kiyimi dizaynerlari ham o'zlarining yangi mahsulotlarini bosib chiqarmoqdalar. Quruvchilar, zargarlar, tibbiyot xodimlari ham o'z biznes jarayonlarida **3D**-bosmadan faol foydalanmoqdalar. O'zini-o'zi bosib chiqarishi mumkin bo'lgan printer ham yaratilgan. Xitoy kompaniyalari esa istalgan shaxs uy sharoitlarida o'zi uchun **3D**-printer yig'ib olishi mumkin bo'lgan konstruktorlar ishlab chiqara boshlagan. Garchi texnologiya yo'lida hali murakkab mahsulotlar bosib chiqarish bilan bog'liq savollar turgan bo'lsada, oyoq kafti xususiyatlarini hisobga oladigan xolda yangi krossovka bosib chiqarish mumkin bo'ladigan murakkab tarkibiy qismli mahsulotlar bosib chiqarish imkoniyati paydo bo'lishining ehtimoli juda yuqori. Asosiysi, bu ishni uydan chiqmasdan ham bajarsa bo'ladi.

Endi texnologiyalar sinergiyasi haqida gapirib o'tamiz. Innovatsion raqamli texnologiyalarni boshqa vositalar bilan birgalikda qo'llash na faqat u yoki bu biznes-jarayonni o'zgartirishga, balki bungacha hali mavjud bo'lmagan mahsulot ishlab

chiqargan holda tarmoqni to'liq qayta tashkil qilishga ham imkon beradi. Raqamli o'zgartirishda eng qiziqarlisi ro'y berayotgan o'zgarishlar va ushbu barcha texnologiyalarni birgalikda qo'llash mumkinligidadir. Sinergetika nazariyasi atamalarida aytish mumkinki, ijtimoiy tizimdoimiy o'zgarishda bo'ladi, institutsional shakllar tasodifiy o'zgarishlari (fluktuatsiya) - tizim mikrodarajasida tartibsizlik ko'rsatkichi va hamda uning rivojlanish imkoniyatidir. Ayrim fluktuatsiyalar shu qadar kuchli bo'lib chiqadiki, kelgusi rivojlanish traektoriyasini belgilab berib, sifat o'zgarishlarini yuzaga keltiradi.

To'ldirilgan va virtual reallik yangi dunyoni inson ko'ziga ko'rinadigan qilib qo'yadi. Robototexnika va 3D-bosma esa ko'plab muntazam bajariladigan operatsiyalarni to'liq avtomatlashtirishga imkon beradi. Aytish mumkinki, ko'plab ilg'or texnologiyalar paydo bo'lishi odamlar hayotini tubdan o'zgartirib yuboradi, bir qancha eski kasblarni yo'qotadi va yangi kasblar yuzaga keltiradi va shakl-shubhasiz, dunyoni raqamli dunyoga aylantiradi. Dunyoni bunday raqamlashtirish barcha tarmoqlarda katta o'zgarishlarga olib keladi va, asosiysi, ko'plab yangi kompaniyalar paydo bo'ladi, bundaraqamli o'zgartirish to'lqinida o'ziga o'rin topibgina qolmasdan, uni boshqaradigan kompaniyalar yetakchiga aylanadi. Agar hamma muammolarni hal qilishning uddasidan chiqilsa va raqamli o'zgartirish bo'yicha vakolatlar markazi yaratilgan bo'lsa, tarmoqda yangi texnologiyalar ularni qondirishga imkon beradigan imkoniyatlar va mijozlarning ehtiyojlarini tahlil qilishni boshlash zarur. So'ngra ichki biznes-jarayonlar va hizmatlarni standartlashtirish istiqbollari aniqlash va ularni raqamli shaklga o'tkazish rejasini shakllantirish lozim. Raqamli o'zgartirish tashabbuslari ko'pincha aksiyadorlari kompaniya biznesini yangi darajaga olib chiqish va yangi bozorlarni o'zlashtirish istagida bo'lgan o'rta hajmdagi kompaniyalar tomonidan bildiriladi. Raqamli o'zgartirish yo'lidan borayotgan o'zbek kompaniyalariga misollarni bank sektori, telekommunikatsiyalar, ta'lim, hizmatlar sohasi va axborot texnologiyalari sohasidan keltirish mumkin.

10-mavzu. Innovatsion biznesda robot texnikalaridan samarali foydalanish

1. Biznesda robot texnikalaridan samarali foydalanishning tarixi.
2. Robototexnika turlari. Ilm-fan va texnika yutuqlari asosida yaratilayotgan zamonaviy robotlar
3. Xalqaro Robototexnika Federatsiyasi (IFR) va uning vazifalari.
4. Mamlakatlar sanoatidagi robotlashganlik darajasining tahlili. Robototexnikaning asosiy trendlari.

Bugungi kunda biznes-modellardaminimal vaqt birligibilan ko'nikmalar to'plamining doimiy «sinishi» ro'y bermoqda, keyin esa yangi ko'nikmalarga yuqori talab vujudga keladi va bu yangi kasblarga talablarni belgilab beradi. Ya'ni barcha sanoatlarda, barcha sohalarda ko'nikmalar to'plamining «yaroqlilik muddati» keskin pasayadi.

Robototexnikaning rivojlanishi bilanko'plab zaruriy ko'nikmalar yo'q bo'lib ketadi. Boz ustiga, hattoki sezilarsiz texnologik o'zgarishlarga ega bo'lgan tarmoqlarda ham demografik vaziyat o'zgarishi yoki boshqa bozorlarga yo'naltirilganlik zarur ko'nikmalarni o'zgartiradi.

Bandilkning o'sishi asosiy ish o'rinlari uchun zarur bo'lgan u yoki bu tarmoqdagi ko'nikmalar zarur asosiy to'plam bilan ta'minlanmaydigan, odamlarning bir qismi esa og'ir ahvolga tushib qoladigan - ishchi kuchi ortiqchaligiga duch keladigan va bu hatto biznes va ish beruvchilarning malakani o'zgartirishga investitsiya kiritish stimullariga putur etkazishi mumkin bo'lgan vaziyat bilan birgalikda kutilishi ehtimoli ham istisno qilinmaydi. Zamonaviy sanoatlarga qaysi muayyan ko'nikmalar zarur degan fikrga qaytamiz. Bu yerda axborot texnologiyalarning turli tarmoqlarga tasirining vaqt bilan bog'liq jarayonini ko'rib chiqish muhim. Horijiy mutaxassislar biznes-modellarga va ishchi kuchi ko'nikmalarga talab mavjudligiga ta'sir etadigan quyidagi faktorlarni ajratib ko'rsatadilar:

- mobil internet va bulut texnologiyalari rivojlanganligi;
- katta ma'lumotlar bazalari;
- kraudsorsing, shering-ekonomy va pining tarmoqlari;

- o'zgaruvchan ish sharoitlari va moslashuvchan ish mexanizmlari;
- yashil iqtisodiyotga o'tish;
- yangi energiya manbalari va texnologiyalar;
- buyumlar interneti;
- ilg'or ishlab chiqarish texnologiyalari, 3D-bosma;
- ilg'or robototexnika va avtonom transport;
- sun'iy intellekt va uning mashina uskunalari;
- ilg'or materiallar, biotexnologiya va genomika.

Microsoft va *The Future Laboratory* kompaniyalari tahliliga muvofiq, hozirgi maktab o'quvchilari va talabalarning 65%i hozircha mavjud bo'lmagan lavozimlarni egallaydi. Mutaxassislarning bashoratlariga ko'ra, 2025 yillga kelib, virtual yashash muhiti dizaynerlari, robototexnika bo'yicha mutaxassislar, advokatlar, frilanserda ishlaydiganlar va bioxakerlarga talab eng yuqori bo'ladi. *TheFutureLaboratory* muharriri Stiv Tuzning qayd etishicha, kelajak mutaxassislari birdaniga bir nechta ko'nikmaga ega bo'lishlari muhim⁵.

Bandlik sohasidagi o'zgarishlarga jiddiy ta'sir hamda texnologiya, demografik va ijtimoiy-iqtisodiy muammolar, shuningdek, kadrlar tayyorlash zaruriy ta'lim tarmoqlarini yo'lga qo'yishda sektorlararo hamkorlikning roli qayd etiladi. Yaqin yillarda bu masalalarni oldinroq ko'ra bilmaslik va hal qilmaslik juda katta iqtisodiy va ijtimoiy harajatlarga olib kelishi mumkin. Bularning barchasi yangi ko'nikmalarga ega bo'lgan, zamonaviy rivojlanish strategiyalariga va zamonaviy texnologik inqilob trendlariga mos keladigan kadrlar tayyorlash kompleksli strategiyasi haqidagi masalani ko'ndalang qo'yadi. Agar barcha asosiy ta'lim pog'onalari tushunarli va odatiy bo'lsa, elementar tayyorgarlik talab qiladigan pog'ona izoh berishni talab qiladi. Taxmin qilinadiki, bu darajada asosiy tayyorgarlik toifasi aholining kam ta'minlangan qismi (pensionerlar va boshqa ijtimoiy himoyalangan qatlamlar) tashkil qiladi, shu sababli, uni milliy darajada tashkil qilinadigan ijtimoiy rivojlanish va raqamli maorif

⁵Российские специалисты назвали профессии будущего <http://tass.ru/plus-one/4572666>;

Markazlari negizida byudjet asosida tashkil qilish to'g'ri bo'lardi.

Axborot iqtisodiyoti - oddiygina axborot texnologiyalarining rivojlanishi emas, bu ularning samaradorligini vositachilar va optimallashtirish hisobiga oshirilishi mumkin bo'lgan tamomila yangi biznes- modellar paydo bo'lishidir. Bunday biznes dinamikasi ortadi va murakkablashadi, bugungi kunda axborot iqtisodiyotida o'z faoliyatini qanday tashkil qilish lozimligiga bog'liq umumiy bir to'g'ri javob yo'q. Yangi texnologiyalarni rivojlantiradigan va turli xildagi innovatsiyalardan foydalanadigan kompaniyalar biznes-qoidalarini o'zgartiradi va har qanday to'siqlarni vayron qiladi. «Raqamli texnologiyalar, chunonchi, buyumlar interneti (**IoT**), katta ma'lumotlar (**big data**), mobil qurilmava turli devayslardan foydalanish, ijtimoiy o'zaro aloqa usullari, iqtisodiy munosabatlar va institutlarni tubdan o'zgartirib yuboradi. Belgilangan vazifalarni birgalikda hal qilish uchun iqtisodiy agentlarni muvofiqlashtiradi va kooperatsiyaning yangi usullari paydo bo'ladi (**sharing economy**)». Sinergetika qonunlariga ko'ra, yangi texnologiyalar bilan jihozlangan zamonaviy biznesda barcha ortiqcha narsalar yo'qolib ketadi, bu esa raqobatbardoshlikni oshiradi va yoki bu mahsulot ishlab chiqarish harajatlari pasaytiradi, jumladan, vositachilarni avtomatik tarmoq servislariga almashtirish ro'y beradi. Biznesni bunday tashkil qilish xizmat qiymatini jiddiy ravishda pasaytirishdan tashqari, to'liqsiz bandlik va individual ishlab chiqarishning turli shakllari asosiy rol o'ynashi mumkin bo'lgan yangicha iqtisodiyot tuzilmasiga olib keladi. Bu turdagi mehnat bozori siljishlari inson mehnati qanday takomillashtirilishi, qaysi kadrlar resurslariga talab bo'lishi, qaysi ta'lim modellari raqamli iqtisodiyot uchun kerak bo'lishi va nihoyat, ijodiy salohiyatga, maxsus ijtimoiy va kommunikativ ko'nikmalarga ega emasligi hamda tez o'zgarishlar va noaniqlik sharoitlarida ishlay olmaydigan odamlar bilan nima qilish masalasi dolzarb ahamiyatga ega bo'ladi. Lekin shunga qaramay, jarayonlar davom etmoqda va tasavvur qilamizki, ishlab chiqarishni avtomatlashtirish muammosi mamlakatimizda bir qadar muvaffaqiyatli hal etilmoqda, ba'zi tarmoqlarda robototexnikani qo'llagan holda tamomila yangi ishlab chiqarishlar yaratilmoqda. Bunda ham ishchi, ham o'rta boshqaruv personalining sezilarli

qisqarishi ro'y bermoqda.

Belgilangan vaziyat o'ylab chiqarilgan emas, u mutlaqo real asoslarga ega. Ayrim tarmoqlarda vaziyat sekin o'zgaradi (oliy ta'lim, gaz, kimyo); boshqalarda tezroq (sog'liqni saqlash, transport, iste'mol tovarlari, davlat sektori/mashinasozlik, energetika), lekin ayrimlarida bu jarayon juda ham tez ro'y beradi (banking, sug'urta, yuqori texnologiyalar, telekom, media, riteyl, sport va ko'ngilochar sohalar, mudofaa). Shubhasizki, yuqorida keltirilgan tarmoq guruhlarida raqamli samaralar tarqalish tezligi bu jarayonga turli omillar ta'siridan kelib chiqib, u tomonga ham, bu tomonga ham o'zgarishi mumkin, lekin endi ortga yo'l yo'q. Yaqin yillarda mehnat bozorida tub o'zgarishlar ro'y beradi, xodimlardan yangi ko'nikmalar talab qiladigan kasblardagi o'zgarishlar kuzatiladi. Tarmoqlar kesimida avvalgidek, bandlik kafolatlari bo'lishi mumkin. Shu bilan bir paytda, ko'rinib turibdiki, tashkilotlar va hatto mamlakat raqobatbardoshligi, ularning innovatsion rivojlanish sur'atlari aynan kadrlar salohiyati mavjudligi bilan belgilanadi. Zamonaviy mehnat xarakterini tavsiflar ekan, K. Shvab kasbiy faoliyat «dunyoning istalgan nuqtasida joylashgan tayyor ijrochilar virtual bulutiga chiqariladigan muayyan loyihalar va aniq topshiriqlarga bo'linishi»ni yorqin tavsiflaydi va «bu internet tarmog'iga ulangan har bir kishiga yangi imkoniyatlar va mustaqillik hadya etadigan va professionallar taqchilligini bartaraf qilishga qodir bo'lgan yangi moslashuvchan mehnat inqilobining boshlanishi emasmi? Yoki bu tartibga solinmaydigan virtual mashaqqatli mehnat olami tubida berahm poyga paydo bo'lishiga olib keladimi? Agar inqilob natijasiga so'nggi variant - mehnat huquqlaridan, mehnat shartnomasi tuzish va kafolatlangan bandlik huquqlaridan mahrum bo'lgan holda buyurtmadan buyurtmagacha pul ishlab topadigan xodimlar ijtimoiy sinfi, siyosiy beqarorlik va ijtimoiy g'alyonlar manba'siga aylanadimi?»⁶.

3-MODUL. ELEKTRON BIZNES MODELLARINI TASHKIL ETISH VA BOSHQARISH

⁶Клаус Шваб. Четвертая промышленная революция. -М., Эксмо.2016. С.63

11-mavzu. Elektron biznes modellari

1. Tovarlar va xizmatlar bozorining globallashuvi. Avlodlar nazariyasi.
2. Birgalikda iste'mol (Sharing economy). Kelajak avlodlari (Kelajak avlodlari (Generation NEXT) xususiyatlari va amalga oshirish imkoniyatlari.
3. Elektron biznes va elektron tijoratni boshqarishning tashkiliy strukturasi.
4. Internet tarmog'ida biznes bilan shug'ullanuvchi kompaniyalar klassifikatsiyasi.

Axborot texnologiyalarining tez rivojlanishi iqtisodda ham o'z aksini topmasdan qolmaydi. Hozirgi kunda iqtisodda, ayniqsa tadbirkorlik sohasida erishilayotgan yutuqlar negizida aynan axborot texnologiyalari turli segmentlarining yuqori darajada rivojlanganligi va samarali qo'llanishi yotadi. O'zbekiston iqtisodiyoti ham bundan mustasno emas albatta. Yaqqol misol sifatida axborot texnologiyalarining bir qator segmentlari masalan, ma'lumotlar yetkazish tarmoqlari, axborot internet-resurslari va ular orasidagi elektron hujjat almashuv, biznes va tijoratning barqaror rivojlanayotganini keltirish mumkin. O'zbekiston uchun axborot texnologiyalarini rivojlantirish yangi iqtisodiy aloqalarni ta'minlashda muhim ahamiyat kasb etadi. Lekin bu jarayon, axborot texnologiyalari sohasida ta'lim standartlarining oshishi, milliy telekommunikatsiya tarmoqlarining modernizatsiyalashuvi, huquqiy bazaning shakllanishi oqibatida vujudga keladigan jamiyatning ma'lum darajadagi informatsion tayorligi mavjud bo'lgan holatdagina sodir bo'ladi.

O'zbekiston iqtisodiyotining ham bosqichma-bosqich rivojlanishi oqibatida biznes faoliyatini yuritishning yangi prinsiplari, ayniqsa elektron tijoratning ahamiyati juda oshdi. Bugungi kunga kelib, har bir internet foydalanuvchisi elektron tijorat so'zining ma'nosini tushunishga harakat qilib ko'rgan. Hali o'zining uzoq tarixini qurishga ham ulgurmagan bunday faoliyat bilan bog'liq AQSh bozorlarida yiliga o'rtacha 1,5-2 trln. AQSh dollari miqdorida mablag'lar aylanadi.

Bugungi kunga kelib, O'zbekistonda davlat organlari elektron tijoratni rivojlantirishda, dunyo tajribasida keng qo'llanilgan quyidagi prinsiplarga amal qilishmoqda.

- Elektron tijoratni rivojlantirishda korpoorativ sektor faol rol o'ynashi lozim;
- Elektron tijoratga nisbatan, davlat organlari tomonidan asoslanmagan turli cheklovlar qo'yilishiga yo'l qo'yilmaslik lozim;
- Davlat hokimiyati elektron tijorat jarayoniga, ushbu soha subyektlarini qo'llab-quvvatlash va huquq bazasini takomillashtirish maqsadida aralishishi mumkin;
- Elektron tijoratni boshqarish chora-tadbirlarini ishlab chiqishda davlat hokimiyati Internetning o'ziga xosliklarini inobatga olishi lozim;
- Elektron tijorat jarayoni ma'muriy-hududiy bo'linish va davlat chegaralariga bog'liq bo'lmagan ravishda, global masshtabda sodir bo'lishi lozim.

Iqtisodiy rivojlanish oqibatida O'zbekiston xalqaro iqtisodiyot tizimida tobora o'z mavqe'ini mustahkamlab bormoqda. Bu esa o'z navbatida elektron tijorat infratuzilmasini takomillashtirish, uning jahon bozorida kuchli raqobatchi sifatida paydo bo'lishini ta'minlash zaruriyatini keltirib chiqaradi. Yuqoridagi holatlar inobatga olingan holda elektron tijoratning asosini, ya'ni huquqiy bazasini takomillashtirish bo'yicha bir qancha sezilarli ishlar amalga oshirildi. 2004 yil 29 aprelda N613-II "Elektron tijorat" to'g'risida O'zbekiston Respublikasi qonuni, 2007 yil 30 noyabrda Vazirlar Mahkamasining №21 "Elektron tijoratni rivojlantirish" to'g'risidagi va 2007 yil 12 iyunda "Elektron tijorat tizimini amalda qo'llashda to'lov tizimini takomillashtirish" to'g'risidagi qarorlar qabul qilindi. Bundan tashqari Respublikada elektron tijoratni rivojlantirish maqsadida "Ekarmon" loyihasi ishlab chiqildi va u samarali tarzda amaliyotga joriy qilinmoqda.

Olib borilgan va bajarilgan ishlar asosida bir qancha ijobiy natijalarga erishildi. Masalan, axborot almahinuvi tezligini oshirish va unga sarflanadigan vaqtni kamaytirish maqsadida olib borilgan ishlarning natijasi Respublikada xalqaro axborot tarmoqlari tezligini oshishida ko'rinadi.

•

Elektron tijoratning rivojlanishi O'zbekiston mehnat bozori strukturasiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi.

Yuqorixborottexnologiyalarinisanoatlashtirishminglabyangiisho'rinlariniyaratadi.

- O'zbekistoniqtisodiyotiningbarqarorlashishi, tovarvaxizmatlarningraqobatbardoshligikuchayishivaelektrontijoratrivojlanishiningbi rpaytdasodirbo'lishieksportimkoniyatlarimizningoshishigaolibkeladi.

- Elektron tijorat aholi turmush darajasining yaxshilanishini, marketing, menejment kabi sohalarning rivojlanishini ta'minlaydi.

O'zbekistonda elektron tijoratni rivojlantirish imkoniyatlari yildan yilga o'sib borayotganligini alohida ta'kidlab o'tish lozim. Uning rivojlanishi milliy ishlab chiqaruvchilarimizga yangi bozorlar ochish, yangi mijozlar topish imkoniyatlarini yaratadi. Elektron tijoratni rivojlantirish bo'yicha tanlangan va amaldagi yo'ldan to'g'ri borish, kelajakda O'zbekiston iqtisodiyotini jahon bozorining yetakchi vakillaridan biriga aylantiradi. O'zbekistonda elektron tijorat bo'yicha mavjud muammolarni hal qilishning to'g'ri yo'li tanlanganligi xalq farovonligida, jamiyatimizning taraqqiy topishida, iqtisodiy rivojlanishimizda o'z aksini topadi.

O'zbekiston Internet tarmog'idan foydalanish orqali biznes faoliyati rivojlanishining dastlabki bosqichida turibdi. Shu bilan birga, ushbu jarayon boshlangan. Internetdan foydalanuvchilar soni sezilarli darajada o'sishi kuzatilmoqda. Hozirgi paytda Respublikamizda elektron biznesning predmetini asosan kitoblar, audio hamda videokassetalar va xizmatlarning ba'zi turlaritashkil qiladi.Qayd etilgan tovarlar tanlovi ularni xaridorga yetkazish nisbatan osonligi bilan izohlanadi. Bu esa respublikada yaxshi rivojlanmagan transport infratuzilmasi uchun ayniqsa muhimdir.

Ekspert ma'lumotlariga ko'ra, O'zbekistonda faoliyat ko'rsatayotgan elektron magazinlar soni 100 taga yaqin. Ularning 70 foizi Toshkentda joylashgan. Ushbu magazinlarda chop etilgan nashrlarning electron versiyalarini sotib olish, kitoblar, musiqa hamda videokompakt disklar, kompyuter o'yinlari, tibbiy maqsaddagi tovarlar va xizmatlar, video-mahsulot montaji uchun uskunalar hamda dasturiy ta'minotni, san'at asarlarini sotib olish mumkin. Maxsuslashtirilgan elektron

magazinlaridan tashqari, tovarlarni keng assortimentini taklif etadigan savdo uylari ham mavjud (avtomobil ehtiyot qismlari, kompyuterlar va maishiy texnika, xo‘jalik tovarlari, qurilish materiallari, ofis mebeli, antikvariat va h. k.). Internet yordamida, shuningdek, moliya, ishga yollash, turizm sohasida fond, riyolterlik, kompyuter va boshqa bozorlarida ishlaydigan firmalarning turli xil xizmatlaridan foydalanish mumkin. Misol tariqasida biz www.torg.uz oziq-ovqat mahsulotlari uchun mo‘ljallangan elektron magazin, www.artel.uz esa texnika mahsulotlarini sotib olish uchun mo‘ljallangan elektron magazinlarni aytib o‘tishimiz mumkin.

Tadbirkorlik faoliyatida elektron tijoratning rivojlanishiga ko‘pgina omillarta‘sir qiladi. Haqiqatdan ham elektron tijorat rivojlanishiga texnologik omillar ta‘sir qiladi, lekin texnologik omil ham to‘la ta‘sir qiluvchi omil bo‘la olmaydi. elektron tijoratning rivojlanishiga quyidagi omillar ta‘sir qiladi.

Texnologik omillar. Hozirgi kunda dunyoning deyarli 90 % i elektron infrastruktura bilan ta‘minlangan. Texnologik omilga quyidagilarni sanab o‘tish mumkin:

- Internet- auditoriyasi o‘shish sur‘atini oshishi;
- Axborot va kommunikatsiya texnologiyalarning (AKT) rivojlanishi;
- Kompyuter texnologiyalarning rivojlantirishda intellektual potentsialning oshishi;

Iqtisodiy omillar. Elektron tijorat asosiy foyda beradigan jihati u iqtisodiy samaradorlikni oshiradi. Iqtisodiy samaradorlikni oshirishda elektron tijoratning quyidagi jihatlari bilan yordam beradi:

- Kompaniyalarning kommunikatsiya xarajatlarini anchaga qisqartiradi;
- Kam xarajatli infrastruktura hisoblanadi;
- Xom-

ashyo etkazib beruvchilar bilan tezkor va ancha tejankori iqtisodiy bitimlar olib berish mumkin;

- Global axborot almashishning kam xarajatli usuli hisoblanadi;
- Ancha kam xarajatli reklama hisoblanadi;
- Iste'molchilarga kam xarajat bilan xizmat ko'rsatish mumkin.

Yuqoridagi sabablardan ko'rish mumkinki, elektron tijorat xarajatlarni asosan kamaytiradi va xarajatlarni pasayishiga ta'sir qiladi. Bozor iqtisodiyotida firmalar iqtisodiy samaradorlikni oshirishga harakat qiladilar. Bu narsa elektron tijoratga ehtiyojni yanada oshiradi. To'lov tizimlarning tabiatining o'zgarishiga hamda elektron tijoratning rivojlanishiga ancha ta'sir qildi. Iqtisodda pul massasining oshishi, pul harakatining tezlashi, pulning harakat geografiyasining kengayishi elektron to'lov sistemalariga ehtiyojni yaratdi. Hozirda AQSH da mavjud pullarning 90 % iga yaqini elektron ko'rinishga ega. Bundan ko'rinib turibdiki, elektron to'lov tizimlariga talab elektron tijoratning rivojlanishiga sezilarli ta'sir qildi.

Elektron tijorat an'anaviy iqtisodiy faoliyatga nisbatan bir qator ustunliklarga ega. Bu farqni bir qancha parametrlarni taqqoslash orqali sezish mumkin. An'anaviy usulda iqtisodiy faoliyat olib borish on-layn rejimda iqtisodiy faoliyat olib borishdan ko'ra ancha qimmatligi seziladi.

12-mavzu. Biznesda kraudsorsing va kraudfanding yangi imkoniyatlari

1. Biznesda kraudsorsing va kraudfanding nazariy-uslubiy asoslari.
2. Zamonaviy kompaniyalar biznes modelida kraudsorsing va kraudfanding texnologiyalarining xususiyati.
3. Kraudsorsing asosida Internet xarajatlarini kamaytirish imkoniyatlari. Kouz nazariyasi. Kraudsorsing asosida innovatsion marketing elementlaridan samarali foydalanish.
4. Kraudsorsing tovar/xizmatiga qo'shimcha talabni shakllantirish.

Iqtisodiyotning ko'plab sohalarida daromadlilik darajasini oshirish uchun vositachilarni avtomatik tarmoq servislari (yetarli darajada yaxshi ishlayotgan sayt yoki mobil ilova) bilan almashtirish mumkin. Biznesni bunday tashkil qilishhizmat

qiymatini sezilarli ravishda pasaytirishga imkon berishdan tashqari, to'liqsiz bandlik va yakka tartibda ishlab chiqarishning turli shakllari rolining ustunlik qiladigan yangi iqtisodiyot strukturasiga olib kelishi mumkin.

Kraud-fanding va kraudsorsing texnologiyalari ham raqamli iqtisodiyot texnologiyalari sifatida ko'rib chiqilishi mumkin. Vositachilarni bartaraf qilish, internetni rivojlantirish va «aqlli» avtomatlashtirilgan servislar yaratish- bu ham qo'shilgan qiymat olishga asoslanadigan iqtisodiyotdan hamkorlik va ne'matlar ayirboshlashga asoslangan iqtisodiyotga o'tishdir (shu jumladan «shering- economy»). Shu sababli, raqobat o'zaro manfa'atli kooperatsiya va o'zaro aloqalarga o'rin bo'shatib beradi vako'proq vertikal aloqalarga emas, teng o'zaro munosabatlarga, bir-birini to'ldirib turadigan xizmatlar taqdim etishga asoslanadi. Bu yerdan xizmatlar elektron savdosi va hajmining ortishi va servislar sonining o'sishi kelib chiqadi. Jahon banki mutaxassislarining aniqlashicha, yuqori tezlikdagi internetda foydalanuvchilar sonining 10% o'sishi YIM yillik o'sishini 0,4% dan 1,4% gacha oshirishi mumkin. Davlatlarning YIM dagi ulushi elektron iqtisodiyot vositasida yiliga qariyb 20% o'sishi bunday iqtisodiyotning ahamiyati tan olinishi hisoblanadi, rivojlangan mamlakatlarda bu ko'rsatkich o'rtacha yeti foizni tashkil qiladi. O'sish sur'ati saqlanib qolgan holda 10-15 yildan keyin bunday iqtisodiyotning jahon YIMdagi ulushi bashoratlarga ko'ra 30-40%ga yetishi mumkin ekan. Zamonaviy axborot platformalarini birlashtirish asosida o'zaro aloqalarni tashkil qilishning yangi ijtimoiy modellari iqtisodiy texnologiyalarning (NET) misolida mujassam etilishiga olib keladi. NET ning asosiy tamoyillari quyidagilardan iborat:

- tamomila yangi biznes-modellar ishlab chiqish;
- turli axborot texnologiyalari va ulardan iqtisodiyotning real sektorida tashkiliy-texnologik jaryonlarda foydalanishni optimal birlashtirish;
- transaksiya harajatlari va moddiy resurslar ishlab chiqishda qo'llanadigan moddiy resurslarni minimallashtirish.

Raqamli iqtisodiyot zamonaviy axborot texnologiyalari asosida va real iqtisodiy

sharoitlarga muvofiq rivojlanadi. Agar ilgari ishlab chiqarish, savdo va moliya texnologiyalari izchillik bilan rivojlangan bo'lsa, hozirgi paytga kelib, asosan gorizontol o'zaro aloqalarga (o'zini-o'zi tashkil qilish va singulyarlik), innovatsion tadbirkorlikka (o'zini-o'zi rivojlantirish), axborot injiniringiga (o'zini-o'zi takomillashtirish) vaiqtisodiy jarayonlarni avtoformalizatsiyalashga (avtostrukturalash) asoslanadigan zamonaviy axborotlashgan iqtisodiyotning asosi bo'lgan NET paydo bo'lgan. NET ning moddiy asosini data-markazlar hamda axborotni tizimlashtirish va tahliliy qayta ishlash uchun mo'ljallangan zamonaviy IT-platformalari tashkil qiladi.

Barchamizga ma'lum va mashhur bo'lgan kraudfandingplatformalari tufayli kichik biznes internet orqali kapitalga yo'l topdi. Horijiy mamlakatlarda qo'llaniladigan **Oculus Rift** va **Pebble Watch** platformalari - ushbu modelning birmchi qadamlari desak ham bo'ladi. Lekin avvlagidek, qatnashchilar kapitalni to'g'ridan-to'g'ri xarid qila omlaydilar. AQSHda startaplarga ko'maklashish haqida yangi qonun maydainvestorlarga bevosita kraudfanding kampaniyalari orqali mablag' kiritishga imkon beradi, lekin investorlar va tadbirkorlarga buning uchun avvalgidek **Kickstarter** yoki **Indiegogo** kabi vositachilar hamda an'naviy to'lov usuli, odatda bank kartalari **PayPal** zarur. Vositachi bu ishlarning hakami hisoblanadi, jumladan, kimga nima tegishli ekanligini u hal qiladi. Blokcheynda aksiyadorlashtirish (bu bir variant) ushbu konsepsiyani yanada rivojlantiradi. Endi kompaniyalar «blokcheynda» moliyalashtirish to'plashi, kompaniyaning moddiy qiymatlariga mos keladigan tokenlar yoki virtual qimmatli qog'ozlar chiqarishi mumkin. Ular aksiyalar, obligatsiyalar yoki boshqalar bilan bog'liq holatda bo'lgani kabi, ularning egalariga kompaniya qaysi bashorat bozorlarini ochishini hal qilish huquqini bergan holda platformada kotirovka qiladigan bozor qatnashchilari pozitsiyalarini aks ettirishi mumkin. **Ethereum** oldindan berilgan buyurtmalar bo'yicha o'z tokeni, *ether* sotish uchun tamomila yangi blokcheyn rivojlantirishni moliyalashtirib, yanada katta muvaffaqiyatga erishdi. Hozirda **Ethereum** -uzunligi bo'yicha ikkinchi va rivojlanish sur'ati bo'yicha birinchi o'rinda turadigan ommaviy blokcheyn hisoblanadi. **Augur**

kraudfandingida investitsiyalar o'rtacha summasi 750 dollarni tashkil qildi, lekin 1 dollar yoki hatto 10 sentlik minimal obunalarni tasavvur qilish qiyin emas. Dunyoda istalgan kishi - hatto aholining eng qashshoq qatlamlari va eng uzoq mintaqalar aholisi ham - fond bozorinig investoriga aylanishi mumkin. **Augur** rahbarlar jamoasining hisoblashicha, bashorat bozorlarining yagona amaliy chegarasi - tasavvurdir. Augurga istalgan shaxs yakuniy sanasi aniq bo'lgan ma'lum bir bashorat e'lon qilishi mumkin. Augur kelajakdagi hodisalar - sport musobaqalari, saylovlar, yangi mahsulotlar ishlab chiqarish, mashhur kishilarning farzandlari kelajagini aniq bashorat qilish uchun foydalanuvchilarni mukofotlaydigan bozorlarni bashorat qilish uchun nomarkazlashgan platforma yaratadi.

Augur «omma donishmandligi»ga - hodisaning natijasini ko'p sonli odamlar guruhi bitta yoki bir nechta ekspertdan ko'ra aniqroq aytib berishi mumkin deb hisoblaydigan ilmiy tamoyilga tayanadi. Boshqacha qilib aytganda, **Augur** bashoratlar aniqligini oshirish uchun bozor mexanizmidan foydalanadi.

Avvalroq **Hollywood Stock Exchange**, **Intrade** va **HedgeStreet** (endi Nadex) kabi markazlashtirilgan bashorat bozorlari harakatlari bo'lgan, lekin ularning katta qismi yopilib ketgan yoki yuridik va tartibga solish bilan bog'liq muammolar tufayli umuman ishga tushirilmagan. Blokcheyn texnologiyasidan foydalanish tizimni ishlab chiqishga nisbatan chidamli, aniqroq, xatlar, majburlashlar va likvidlik muammosiga nisbatan barqaror va **Augur** jamoasi «eskirgan yurisdiksiyalar tomonidan tartibga solish» deb ataydigan holatga olib keladi. **Augur** platformasida hakamlar «referi» deb ataladi, ularning qonuniyligi esa ularning nufuzi bilan belgilanadi. «To'g'ri xulq-atvor uchun» - ya'ni ro'y bergan voqea, saylov yoki o'yin natijasi uchun - ko'proq nufuz ochkosi yoziladi. Tizimda axloqiy me'yorlarga rioya qilish boshqa moddiy foydaga ham olib keladi: foydalanuvchida qanchalik ko'p nufuz ochkosi bo'lsa, u shunchalik ko'p bozorlar tashkil qilishi va ko'proq pul ishlab topishi mumkin. **Augur** ta'kidlashicha, «bizning bashorat bozorlarimiz boshqa tomon bilan, markazlashtirilgan serverlar bilan bog'liq risklarni bartaraf qiladi hamda kriptovalyutalar, jumladan, blokcheyn, ether va barqaror kriptovalyutalarni qo'llagan holda global bozorni shakllantiradi. Barcha

mablag'lar smart-shartnomalarda saqlanadi, pullarni o'g'irlab bo'lmaydi». *Augur* huquqbuzarliklarga nisbatan nolga teng bo'lgan sabr-toqatni joriy qilib, noaxloqiy shartnomalar muammosini ham hal qiladi.

Bashorat bozorlari yakuniy hodisalarga stavkalardan manfaatdor bo'lgan investorlar uchun foydali, masalan: «IBM daromadi bu chorak hech bo'lmasa 10 sentga o'sadimi?» Hozir korporativ foydaning dastlabki bahosi - bir nechta ekspert tahlilchilar bashoratlarning o'rtacha yoki mediana qiymati, xolos. «Omma donishmandligi»dan foydalanib, biz kelajak uchun realistik bashorat qilamiz, bu esa bozorlarni yanada samarali qiladi. Bashorat bozorlarianomal hodisalar va global noaniqlikka qarshi xedjirlash uchun xizmat qilishi ham mumkin. Bashorat bozorlari butun dunyo bo'ylab investorlarni ertaroq xabardor qilish tizimi sifatida xolisona ishlashi mumkin. Bashorat qilish bozorlari moliya tizimining ko'plab jihatlarini to'ldirishi va oxir-oqibat o'zgartirishi mumkin. Xaridlar, rahbariyatning almushinuvi haqida hisobotlar bo'yicha bashorat bozorlarini tasavvur qilib ko'ring. Bashorat bozorlari axborotlari asosida bozorni xedjirlash va qadriyatlarni sug'urtalash amalga oshirilishi mumkin va istiqbolda ular hatto opsiyonlar, foiz stavkasi svoplari va kredit defolti svoplari kabi mistik moliyaviy vositalarni siqib chiqaradi. Albatta, bashorat bozori hamma joyda ham kerak emas, albatta. U yetarli miqdorda odamlar qiziqib qolmagunga qadar e'tiborni jalb qilish uchun kerakli darajada likvidli bo'lmaydi. Lekin baribir uning salohiyati ulkan va hamma uchun ochiq hisoblanadi. Blokcheyn texnologiyalarimoliya xizmatlari bozorining chakana banking va kapital bozoridan tortib buxgalteriya hisobi va tartibga solishgacha bo'lgan barcha turlari va funksiyalariga ta'sir etadi. Shuningdek, ular banklar va moliyaviy institutlarning jamiyatdagi rolini qayta ko'rib chiqishga majbur qiladi.

Agar eski dunyo qattiq ierarxiyaga ega, sust, yopiq va shaffof emas bo'lsa, o'zgarishlarga qarshilik ko'rsatsa va kuchli vositachilar tomonidan nazorat qilinsa, yangi dunyo tekisroq, piring qarorlari taklif qiladigan, tez-tez ro'y beradigan va ishonchli, shaffof, bir- biriga kiritilgan va innovatsion bo'ladi. Albatta, o'zgarishlarnormal faoliyat ko'ratishning buzilishi va beqarorlikka olib keladi, lekin

tarmoq yetakchilari bugunning o'zidayoq bu borada qandaydir choralar ko'rish imkoniyatiga ega bo'ladilar. Moliyaviy xizmatlar sohasini yaqin yillarda qisqarish ham, o'sish ham kutib turibdi: kamroq sonli vositachilar ancha kichik harajatlarni bilan ko'p sonli kishilarga ko'proq mahsulot va xizmatlar taklif qilishlari mumkin. Bu juda yaxshi deb hisoblaymiz. Nomarkazlashgan dunyoda ochiq va yopiq blokcheynlar o'ziga joy topa oladimi, yo'qmi - bu tortishuvli masala. O'ylaymizki, blokcheyn texnologiyasining bartaraf qilib bo'lmaydigan kuchi hozirgi kunda zamonaviy moliyaning mustahkam o'rnashib olgan, tartibga solib tashlangan va rivojlanishdan to'xtagan infratuzilmasiga hujum qilmoqda. Ularning to'qnashuvi moliya tizimi landshaftini o'n yilliklarga o'zgartirib yuboradi. Umid qilamizki, u nihoyat industrial davrning pul mashinasidan platformasiga aylanadi. Potensial foyda olish taklifi bilan jalb qilingan bir nechta kompaniya blokcheynlar uchun qidiruv dasturlari ustida ishlamoqda.

Google dunyodagi barcha axborotlarni yig'ish va tashkil qilish missiyasini o'z zimmasiga olgan va bu masalani tadqiq etishga kompaniya juda ko'p mablag' inson resurslari sarflashiga ajablanmasa ham bo'ladi. Internetda qidirish va blokcheynda qidirish o'rtasida uchta asosiy farq bor. Birinchidan, bu foydalanuvchining shaxsiy ma'lumotlari daxlsizligi. Shu bilan bir vaqtda tranzaksiyalar shaffof, har biri o'zining shaxsiy ma'lumotlari egasi bo'lib, ular bilan qanday muomala qilishni o'zlari hal qiladilar. Jarayonda nomini ma'lum qilmagan holda yoki taxallus ostida (o'ylab topilgan nom ostida - anonim) yoki soxta-anonim (qisman anonim) ravishda ishtirok etishi mumkin. Ko'plab kompaniyalar personal yollash jarayonini qayta ko'rib chiqishi va qayta tashkil qilishiga to'g'ri keladi.

Firmalarda paydo bo'ladigan mojarolarga yana bir sabab, shartnoma harajatlari, narx muhokamasi, tovar yoki xizmatlar taqdim etish shartlarini tavsiflash va hajmini aniqlash, bu bitimlarning bajarilishini ta'minlash va tartibga solish hamda ularning ijro etilmagani uchun choralar ko'rish hisoblanadi. Shartnoma va bitimlar - nisbatan yangi hodisa bo'lib, biz mulkni emas, majburiyatlarni almashina boshlaganda paydo bo'lgan. Og'zaki bitimlar ishonchsiz bo'lib chiqdi: ularni buzib ko'rsatish, noto'g'ri eslab

qolish oson bo'lgan, guvohlarga esa doim ham umid qilib bo'lmagan. Shubha va ishonmaslik yangi odamlar bilan birgalikda ishlashga to'sqinlik qiladi. Shartnomalarni zudlik bilan ijro etish lozim, shartlarning bajarilishini ta'minlashga esa faqat kuch bilan tahdid solish hisobiga erishilgan - buning rasmiy mexanizmlari mavjud bo'lmagan. Yozma shakldagi shartnoma majburiyatlarni qayd qilish, ishonch asosida munosabatlar o'rnatish va bir-biridan kutadigan natijalarni tavsiflash usuliga aylangan. Yozma shartnomalar tomonlardan biri o'z majburiyatlarini bajarmagan yoki kutilmagan voqea yuz bergan hollarda nima qilish kerakligini ko'rsatar edi. Lekin ular bo'shliqda mavjud bo'la olmasdi-shartnomalarni tan oladigan va tomonlardan har birining huquqlariga rioya qilinishini ta'minlaydigan qonunchilik tuzilmasi talab qilinar edi. Blokcheyn, shartnoma harajatlarini pasaytirib, firmalarga ochilish va o'z sarhadidan tashqarida yangi munosabatlarni rivojlantirishga imkon beradi.

Consensys (kelishuv), masalan, uning hududida ham, hududidan tashqarida ham turli qatnashchilar guruhi bilan o'zaro munosabatlarni yuzaga keltirishi mumkin, chunki bu munosabatlari an'anaviy menejerlar emas, smart-shartnomalar boshqaradi. Qatnashchilarning o'zlari hammani qoniqtiradigan maqsadlarni belgilaydi va ularga erishganlik uchun mukofot oladi - bularning hammasi blokcheynda bajariladi.

13-mavzu. Zamonaviy elektron tijorat bozori xususiyatlari

1. Elektron tijoratning rivojlanish tarixi, texnologiyalarning elektron tijorat rivojiga ta'siri.
2. Mamlakatlar YAIMda elektron tijoratning ulushi. Yangi bozorlarning shakllanishida elektron tijorat texnologiyalarining ta'siri.
3. Xalqaro elektron tijorat ishtirokchilari. Elektron xizmatlar va raqamli mahsulotlar bozorining xususiyatlari.
4. Elektron reklamaning samaradorligini baholash. O'zbekistonda elektron tijoratning rivojlanish xususiyatlari.

O'zbekistonlik iste'molchilar, shuningdek, internet tarmog'i yoki telefoniya

hizmatlari uchun mobil ilovalar vositasida faol pul to'lashmoqda. Bu esa O'zbekiston aholisi elektron bitimlarni amalga oshirishga ishonishidan dalolat beradi, faqat hozirgi kungacha foydalanuvchilar katta harajatlar talab qilmaydigan kichik bitimlarni amalga oshirgan holda o'rtacha xarid hajmini oshirishga unchalik tayyor emaslar.

O'zbekistonda elektron bitimlar foydalanuvchisining o'rtacha hajmi 50 mingdan 200 ming so'mgachani tashkil qiladi. Jahon ko'rsatkichlari bilan bir qatorda o'zbek iste'molchisi elektron bitim amalga oshirishda uyali aloqa telefonidan foydalanadi, chunki u qulayroq bo'lib, bir qator qulay ilovalarga ega. Mahsulot tanlashga keladigan bo'lsak, ko'pchilik respondentlar Internet orqali kiyim-bosh, shuningdek, maishiy texnika va elektronika xarid qilishni afzal ko'rishgan. Avtomobil va ko'chmas mulk predmetlari Internet orqali eng kam xarid qilinadigan tovarlar bo'ldi. Buni shu bilan izohlash mumkin, ayni paytda foydalanuvchi «onlayn» rejimida yirik miqdordagi pullarni berishga hali tayyor emas.

Bundan tashqari, foydalanuvchilar UzCard, VISA, MasterCard kabi to'lov tizimlaridan faol foydalaniladilar. Ommaviylik darajasi eng past tizimlar Union Pay, WebMoney va kriptovalyutalar hisoblanadi. Mahsulotlarni onlayn xarid qilishdagi muammolarga keladigan bo'lsak, deyarli barcha respondentlar to'lov vaqtidagi qiyinchiliklar, tovar/hizmat sifatining pastligi, yetkazib berish vaqti uzoqligi, shuningdek, narx qimmatligini aytib o'tishgan. Shunday qilib, ijtimoiy so'rov natijasida olingan ma'lumotlardan kelib chiqib, O'zbekistonda elektron tijoratning rivojlanishini to'xtatib turgan bir qator muammolar va kamchiliklarni aytib o'tishimiz mumkin:

1. Aholining elektron bitimlar tuzishga ishonmasligini;
2. Yetkazib berish qiymatining yuqoriligini;
3. Tovar/hizmatlar sifatining pastligini;
4. Firibagrliklardan qo'rqishni;
5. Kompyuter savodxonligi darajasining pastligini.

Ammo, shu bilan bir vaqtda aholi o'rtasida o'tkazilgan ijtimoiy so'rovlar shuni ko'rsatadiki, O'zbekiston aholisi elektron bitimlar amalga oshirishga tayyor, biroq

ularni amalga oshirish vaqtida foydalanuvchi o'rtacha iste'molchini nari itaradigan va O'zbekistonda elektron tijoratning rivojlanishini sekinlashtiradigan qator muammolarga duch keladi. Axborot texnologiyalari asri iqtisodiyot rivojlanishin uchun yangi g'oyalar va qoidalarni belgilab berdi. Tor doiradagi nazariyachi-olimlar uchun qiziqarli bo'lgan raqamli iqtisodiyot mamlakatimizda ulkan salohiyatga ega bozor modeli hisoblanadi, chunki:

- axborot ustuvor tovar hisoblanadi, vaholanki bu resurs umuman chegaralanmagan;
- tarmoq bozori ulkan va demokratik, asosiysi unda tarmoqlar chegaralari oson «yuvilib» ketadi;
- loyiha yoki kompaniya muvaffaqiyatlari xodimlar soni va moliyaviy aktivlar hajmiga bog'liq emas;
- apparatli quvvatlarko'p martalik, universal, eskirmas va sifatini yo'qotmaydigan vositaga aylanadi;
- raqobat kurashi sharoitlari o'zgaradi, chunki raqamli muhitda tezkor intellektual yechimlar har qanday kuchli jismoniy bazadan ham ustun keladi.

Raqamli axborot bozori asosiy hususiyatlaridan biri - qaror qabul qilishdagi tezkorlik va osonlikdir. Salmoqli ishlab chiqarish bazasi bu yerda oxirgi o'rinda turadi. Abadiy bo'lib ko'ringan va tarmoq bozorlarida juda katta ulushlarga ega bo'lgan ulkan korporatsiyalarsanoqli yillar ichida umuman tarixga ega bo'lmagan kompaniyalarga o'rnini bo'shatib berdi. Shunday qilib, «raqam» modasi o'tib ketishini poylab o'tirish mumkin emas. Bu evolyusiyaning tabiiy va shafqatsiz bosqichi bo'lib, unda o'tgan asr qoidalari va ko'lamlari bilan yashayotganlar qolib ketadi. Bu yerda ularni dinozavrlarga o'xshatish juda o'rinli bo'lar edi.

Infonomika - nisbatan yangi bir fan bo'lib, axborot qiymatini iqtisodiy aktiv sifatida asoslab beradi. Ushbu uslubiyat mualliflari ma'lumotlarni alohida fayllar bilan emas, balki kompleks ravishda baholashni tavsiya qiladilar va axborot qiymatining asosiy mezonlaridan biri sifatida ochiqlikdan foydalanishga chaqiradi - axborot olish

qanchalik qiyin bo'lsa, u shunchalik qimmat bo'ladi. Bunda aloqa kanallarini baholash -axborot qiymati muayyan kommunikatsiya sektori doirasida foydasi, ta'sir darajasi, miqdori va manfaatdor tomonlar uchun ochiqligi bilan belgilanadi. Algoritmnlarni monetizatsiya qilish -ularning iqtisodiy salohiyati aniqlanadigan jarayon. Baholash algoritmi esa - muayyan, universal tovar bo'lib, turli bozorlar va tarmoqlarda qo'llanishi mumkin. Axborot tovar sifatida ushbu bosqichda jarayonlar, texnologiyalar va algoritmnlarni iqtisodiy asoslab berish uchun javobgar bo'lgan markazlashtirilgan organga ega emas. Shunday qilib, axborot aktivlarini baholashda aniq me'yorlar mavjud emas. Lekin aynan u uddaburon va tadbirkor kompaniyalar va shaxslar oldida ulkan foyda olamini ochib beradi. Kim birinchi bo'lsa - u istaganini oladi, undan keyingilar esa faqat qolgan narsalarin olishi mumkin bo'ladi (ya'ni, barcha narsa g'olibga).

Biznes yuritishning eski sxemalarini yuz foiz anaxronizm deb hisoblash uzoqni ko'ra bilmaslik bo'lar edi. Tarmoqlar o'rtasidagi chegaralar yo'q bo'lmoqda, yangi imkoniyatlar paydo bo'lmoqda, lekin har qanday tijorat munosabatlarining asosida doimo bitta oddiy istak - tovar yoki hizmat so'itsh yoki sotib olish istagi yotadi. Mavjud aktivlarni o'zgargan o'yin qoidalariga ong'li ravishda moslashtirish bunday vaziyatda yagona to'g'ri va, asosiysi, samarali yechim hisoblanadi.

Raqamli iqtisodiyot jarayoni quyida ko'rsatilganlarni o'zgartirishdir:

- biznes yuritish modellari va mavjud hizmatlar portfelini;
- mijozlar va hamkorlar bilan munosabatlarda xulq-atvor standartlarini;
- shaxsiy tarkibni o'qitish va motivatsiya qilishga alohida e'tibor qaratgan holdagi korporativ madaniyatni;
- virtuellashtirish, bulut texnologiyalari joriy qilgan holda IT-bo'limlar javobgarlik darajasi va reglamentni;
- yangi texnologiyalar, muhitning dasturiy-apparat talablari, mijozlar va hamkorlarnng manfaatlarini hisobga olgan holda kompaniya infratuzilmasini tashkil qilishni.

Yuqorida ko'rsatilganlaryana shunisi bilan diqqatga sazovorki, ko'rsatilgan

bandlardan istalgan birini yaxshilash maqsadidagi o'zgarishlar jarayonga passiv aktivlarni chetda qoldirgan holda kompaniya biznes-modellari u bilan ishlaydigan elementlarni jalb qilish mumkin. Faqat shu yerda va hozir ishlash uchun kerak bo'lgan sektorgina o'zgaradi. Shunday qilib, raqamli iqtisodiyot o'zgaruvchan jismoniy aktivlarga nisbatan mobil bo'ladi. Yangi texnologiyalarni deb mavjud fondlar va mexanizmlarni buzmaslik kerak. O'z vaqtida o'tkaziladigan audit va ro'y berayotgan narsalarni yaxshi tushunish - to'g'ri yo'nalishda harakat boshlash uchun yetarli stimullardir.

Elektron tijorat ham ma'lumotlarning konfidentsalligini ta'minlovchi, autentifikatsiya qiluvchi va kirishni boshqaruvchi vositalarni talab qiladi. Raqamli pullar, kriptovalyutalar, ICO lar hamda ularning tokenlari va raqamli valyuta almashtirish shahobchalari ham elektron himoyaning samarador vositalarini talab qiladi. Xuddi shunday texnik va dasturiy vositalar sifatida ham zamonaviy kriptografik himoya usullardan foydalaniladi.

14-mavzu. Elektron tijorat modellari

1. Biznes modellashtirishga bo'lgan turli yondashuvlar mohiyati.
2. Biznes-modelni tuzish va ularning klassifikatsiyasi.
3. E-tijorat modelini tuzish xususiyatlari. Elektron tijoratni rivojlantirish omillari
4. Elektron tijoratda risklar. Ijtimoiy tarmoqlarda biznes modellar. O'zbekistonda elektron tijorat modellarini rivojlanish yo'nalishlari.

Internet-texnologiyalardan foydalanuvchi kompaniyalar raqiblariga nisbatan afzallikka avvalo masalalarni operativ hal qilishlari evaziga erishdilar. B2C, B2B va P2P sxemalari hozirda elektron biznesni olib borishning asosiy modellari hisoblanadi.

B2C - "biznes istemolchi" sxemasi Internet orqali xususiy kishiga mollarni va xizmatlarni chakana sotishni ifodalaydi.

B2B - "biznes-biznes" sxemasi kompaniyalarning bir biri bilan mahsus axborot texnologiyalaridan va ma'lumotlarni elektron almashish standartlaridan foydalangan

holda o'zaro aloqasini ifodalaydi.

P2P – biznes munosabatning “teng-teng” sxemasi Internetda bir xil holatda bo'lgan sheriklar o'rtasidagi biznes munosabatni ifodalaydi.

B2B “biznes-istemolchi” modeli. Tijorat nuqtai nazaridan B2C “biznes istemolchi” modeli elektron tijoratning eng istiqbolli yo'nalishi hisoblanadi, chunki uning asosini elektron chakana savdo tashkil etadi. Internet orqali chakana savdo iqtisodiyotning tez rivojlanayotgan sohasi bo'lib, elektron tijorat bozorining katta ulushini tashkil etadi.

B2C tizimlariga quyidagilar taalluqli:

Savdo kompaniyalarining Web-dizayn vositalari yordamida rasmiylashtirilgan Web-vitrinalar;

Internet-magazinlar, ularda, odatda, vitrinadan tashqari internet orqali elektron savdo jarayonini boshqarish uchun kerakli biznes – infratuzilma – back office mavjud;

Back office lari kompaniyaning savdo biznes – jarayonlari bilan to'la integrasiyalangan Internet magazinlarga iborat savdo Internet tizimlar.

Uchchala holda ham Internet orqali savdo qilinsada, har bir variant savdo jarayonining turli avtomatlashtirilgan darajasiga ega. Xaridorlarga xizmat qilish murakkabligi nuqtai nazaridan turli saviyaga ega, savdo qilishga xarajat ham turlicha.

Ba'zida elektron biznes va elektron tijorat tushunchalarini aralashtirishadi, ammo ular orasida anchagina farq bor:

1. Elektron biznes –faoliyat samaradorligini ko'tarish maqsadida kompaniya asosiy biznes jarayonlarini Internet texnologiyalaridan foydalanib amalga oshirishdir. Boshqacha aytganda elektron biznes – kompaniyaning ichki va tashqi aloqalarini amalga oshirish uchun global axborot tarmoqlaridan foydalanuvchi xizmat faoliyatidir.

2. Elektron tijorat elektron biznesning muhim tarkibiy qismidir. Elektron tijorat biznes-faoliyatining turli shakllarni – chakana va ulgurji savdo, marketing, korxonalar orasidagi bitim, ilovalarni arendaga berdi, xizmatlarni taqdim etdi shu va hokozolar qamrab oladi. Bu barcha xizmat amallari elektron shaklda kompyuter tarmoqlari yordamida amalgam oshiriladi.

Yangi bozor zamonaviy axborot texnologiyalarining qo'llanishiga asoslangan va istemolchi bilan operativ aloqa qilinishiga mo'ljallangan. Yaqin orada elektron savdo amallari har qanday biznesning asosiy qismi bo'lib, qoladi.

Web-vitrinalar amalgam oshirilishida nisbatan arzon va yetarlicha oddiy saytlar hisoblanadi. Texnika nuqtai nazaridan Web-vitrina-katalog, navigasiya tizimi va buyurtmani rasmiylashtirish majmuidir. Boshqacha aytganda Web-vitrinalar yordamida buyurtma savdo tashkil etiladi. Bunday saytlarda ma'lum kompaniyaning Tovar ro'yxati onlayn katalog ko'rinishida qo'yiladi. Ta'kidlash lozimki, Web-vitrinaning rentabelligi oddiy savdo yuritish rentabelligidan unchalik farq qilmaydi. Elektron biznesni ko'pincha uchinchi ming yilning texnologiyasi deb atashadi. Internetda elektron biznesning rivoji 1995 – yildan, tarmoqni xususiy foydalanuvchilar tomonidan o'zlashtira boshlashlaridan boshlangan. Xuddi shu yili birinchilardan bo'lgan Amazon-Internet magazini ochilgan.

Internet magazinlar. Elektron internet magazinlarning axborot texnologiyalari Internetdan foydalana oluvchi xaridorga uyidan chiqmasdan turib turli firmalarning tavar va xizmat navlari bilan tanishishga, ularning sifati va narxi bo'yicha axborot olishga, internet orqali to'lovni amalga oshirishga va uyga yetkazib berish bilan xarid qilishga imkon beradi. Umumiy holda Internet-magazinning asosiy vazifalari xaridorga-axborot xizmatini ko'rsatish, buyurtmalarni ishlash, to'lovlarni amalgam oshirish hamda turli statistik axborotlarni yig'ish va tahlillash.

Elektron tijorat faoliyati O'zbekiston Respublikasining "Elektron tijorat to'g'risida"gi 2004 yil 29 apreldagi 613-II son Qonuni bilan belgilanadi va amalga oshiriladi.

Elektron tijorat Internet tarmog'idagi tijorat sohasiga oid faollikni, unda oldi-sotdini amalga oshirilishini ifodalash uchun qo'llaniladi. U kompyuter tarmog'idan foydalangan holda xarid qilish, sotish, servis xizmatini ko'rsatishni amalga oshirish, marketing tadbirlarini o'tkazish imkoniyatini ta'minlaydi.

Elektron tijoratning an'anaviy savdo turlaridan farqi. Elektron tijoratning an'anaviy savdo turidan quyidagi xarakterli xususiyatlari bilan farqlanadi:

- xaridor o'ziga qulay vaqt, joy va tezlikda mahsulotni tanlash va sotib olish imkoniyatiga ega;
- savdo-sotiq faoliyatini ish faoliyati bilan birga parallel ravishda, ya'ni ishlab chiqarishdan ajralmagan holda olib borish imkoniyati mavjud;
- ko'p sonli xaridorlarning bir vaqtning o'zida bir nechta firmalarga murojaat qila olishi. Bu ko'p sonli xaridorlarning aloqa vositalari yordamida sotuvchilar bilan muloqotda bo'lish imkoniyati;
- kerakli mahsulotlarni tezlikda izlab topish va shu mahsulotlari bor firmalarga murojaat qilishda texnika va transport vositalaridan samarali foydalanish, mahsulotlarni bir joyga yig'ish va ularni sotib olishda aniq manzillarga murojaat qilish. Ortiqcha vaqt va xarajatlarni kamaytiradi;
- xaridorning yashash joyi, sog'lig'i va moddiy ta'minlanish darajasidan qat'iy nazar hamma qatori teng huquqli mahsulot sotib olish imkoniyati;
- hozirgi kunda chiqqan jahon standartlariga javob beradigan mahsulotlarni tanlash va sotish imkoniyati;
- elektron tijorat sotuvchining mahsulotlarini (ish, xizmatlarini) sotish jarayonidagi imkoniyatini yanada kengaytiradi va yangilaydi. Endi sotuvchi mahsulotlarini sotish jarayonini tezlashtirishi, yangi va sifatli mahsulotlarni muntazam almashtirishi, mahsulotlarning aylanma xarakatini tezlashtirishi kerak bo'ladi.

Elektron tijoratda savdoni tashkil qilish firmalarning raqobatini kuchaytiradi, monopoliyadan chiqaradi va mahsulotlarning sifatini oshirish imkoniyatini beradi. Xaridorlar kundalik xayotida kerakli mahsulotlar ichida sifatlilarini tanlashi mumkin. Chet el firmalariga murojaat qiladi.

Jahon hamjamiyatining ko'zlangan rivojlanish va farovonlikka erishish uchun, axborot texnologiyalariga (AT) bo'lgan ehtiyoji katta sur'atlar bilan oshib borayapti. Iqtisodiy o'sishning faollashuvi, dunyo aholisi yashash darajasining yaxshilanishi axborot texnologiyalarining kundalik hayotimizga singib ketagani natijasidir. Dunyo tajribasi shuni ko'rsatadiki erkin axborot oqimining ta'minlanishi bozor iqtisodiyotiga

o'tishni tezlashtiradi va sotsial farovonlikni oshiradi.

4-MODUL. TARMOQLAR VA SOHALARDA RAQAMLI IQTISODIYOTNI TASHKIL ETISH, BOSHQARISH

15-mavzu. Elektron hukumat va xizmatlar sohasini raqamlashtirish xususiyatlari

1. Elektron hukumatning asosiy vazifalari va uning dolzarbligi.
2. Davlat organlari faoliyati samaradorligi, tezkorligi va shaffofligini ta'minlashda elektron hukumatning o'rni.
3. Aholi va tadbirkorlik subyektlari bilan o'zaro munosabatlarni amalga oshirishda elektron hujjat aylanishi.
4. Davlat organlarining o'zaro hamkorligi va ularning ma'lumotlar bazalari o'rtasida axborot almashinuvi mexanizmlarini shakllantirish. Yagona interaktiv davlat xizmatlari portali (YAIDXP).

Bugungi kunda "elektron hukumat" tushunchasiga turli ta'rif va tavsiflar berilgan. Ba'zi manbalarda, elektron hukumatga davlat xizmatlarini taqdim etish jarayonini avtomatlashtirish deb qaralsa, boshqalarida elektron hukumat, bu - fuqaro, biznes vakillari, davlat organlari va tashkilotlarga davlat xizmatlarini taqdim etishda axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalanish, deb ta'rif berilgan.

Umuman olganda, elektron hukumat, bu - raqamli texnologiyalar, Internet va zamonaviy ommaviy axborot vositalari asosida davlat xizmatlarini taqdim qilish jarayonini, fuqarolarni va boshqaruvni ichki va tashqi o'zaro munosabatlarda o'zgartirishlar vositasida ishtirokin doimiy optimallashtirishdir. Elektron hukumat aholiga, tadbirkorlarga va davlat organlariga ko'rsatilayotgan davlat xizmatlarini taqdim qilishni osonlashtiradi, fuqarolarning o'z-o'zini boshqarishlari uchun qo'shimcha imkoniyatlar yaratadi, ularning texnologik yangiliklardan xabardorligini oshiradi va davlat boshqaruvidagi ishtirokini osonlashtiradi.

Elektron hukumat quyidagi asosiy modullardan (tizimlardan) iborat:

- G2C (Government to Citizens) — Hukumat-fuqarolarga

- G2B(Government to Business) — Hukumat -biznesga
- G2G(Government to Government) — Hukumat –hukumatga

"Elektron hukumat"ning yakuniy maqsadi interaktiv xizmatlarini taqdim etishning imkoniyatlarini yanada yaxshilashga qodir bo'lgan mukammal elektron davlat boshqaruv apparatini yaratishdan iborat.

"Elektron hukumat" joriy etilgach, davlat organlari faoliyatining shaffofligi va ochiqligi ancha ortadi, davlat organlar xizmatlaridan foydalanish kengayadi va osonlashadi, ularni alohida fuqarolarga taqdim etish imkoniyati vujudga keladi, fuqarolarni siyosiy jarayonlarga va davlat boshqaruviga jalb etish imkoniyati yuzaga keladi, axborotlardan foydalanish va ularni almashish tezlashadi, davlat xizmatlarini aholi va biznes vakillariga taqdim etish optimallashtiriladi, fuqarolarni o'z-o'ziga xizmat qilish imkoniyati paydo bo'ladi, shu bilan birga, barcha foydalanuvchilarga davlat xizmatlarini taqdim etish bilan bog'liq boshqa afzalliklar va qulayliklarni taqdim etiladi.

O'zbekistonda ham dunyoning boshqa mamlakatlari kabi elektron hukumatni shakllantirish va joriy etishga katta e'tibor qaratilgan.

Milliy axborot-kommunikatsiya tizimini yanada rivojlantirishning Kompleks dasturini amalga oshirishni muvofiqlashtiruvchi Respublika komissiyasi tashkil qilindi. Bundan tashqari, davlat organlarining oldiga ularning funktsiya va vazifalarini operativ va sifatli bajarilishini ta'minlash maqsadida axborot tizimlarini yaratish va o'zaro integratsiya qilish, davlat organlari faoliyatini avtomatlashtirish kabi bir qator muhim masalalar qo'yildi.

"Elektron hukumat" tizimini rivojlantirish markaziy faoliyati mamlakatimizda davlatning aholi va tadbirkorlik subektlari bilan elektron hamkorlik tizimini takomillashtirish va yanada rivojlantirishning strategik yo'nalishlarini ishlab chiqishga qaratilgan. Davlat organlarida foydalaniladigan ma'lumotlar bazasi va axborot resurslarini loyihalashtirish, ishlab chiqish va birlashtirish mexanizmini nazarda tutadigan ushbu tizimni shakllantirishga yagona texnologik

yondashuvnita'minlaydigan mazkur markaz bu boradagi jahon tendensiyalaridamda xorijiy mamlakatlartajribasini tahlil va tadqiq etadi, elektron hukumat" tizimini rivojlantirishjarayonida tadbirkorlik subektlari va aholiga vaqt va mablag'ni tejagan holdasifatli davlat xizmatlari ko'rsatish, yangi-yangi xizmatlarni elektron ravishgao'tkazish kabi vaziflarni hal etadi.

Axborot xavfsizligini ta'minlash markazining asosiy maqsadi esa"elektronhukumat" tizimi ma'lumotlar bazasi, resurslari va axborot tizimlarikompleksining axborot xavfsizligini ta'minlash, davlat organlarining tegishli resursva tizimlarining axborot xavfsizligi siyosatini ishlab chiqish va amalga oshirishgako'maklashish, "elektron hukumat" tizimining axborot xavfsizliginita'minlash sohasidagi me'yoriy-huquqiy bazani rivojlantirish, shuningdek, milliyinternet segmentini takomillashtirish borasida ishlarni amalga oshirishdaniborat.

2013 yilning 1 iyulida respublikamizda "elektron hukumat"tizimning eng muhim vositalaridan biri bo'lgan Yagona interaktiv davlat xizmatlariportali ishga tushirildi (www.my.gov.uz). Yagonaportalning shiori "Xizmatlar yangiqiyofada" deb nomlanib, uning ma'nosi real vaqtrejimida foydalanuvchilar uchun interaktiv davlat xizmatlarini yagona nuqta orqalitaqdim etishni anglatadi.

Bugungi kunda Yagona portal orqali foydalanuvchilarga 220 dan ortiq xizmatlar taqdim etilmoqda.

Yagona portalda tadbirkorlik subyektlari va aholi uchun yilboshidan 30 ta yangi xizmat va servislar ishga tushirildi.

Hozirda foydalanuvchilar, asosan tadbirkorlik subyektlariYagona portal orqaliquyidagi xizmatlardan foydalanishlari mumkin:

- tekshirishlarreja-jadvalidan elektron ko'chirma olish;
- tashqisavdo operatsiyalari yagona elektron axbort tizimida tashqi savdo shartnomalari bo'yicha ma'lumotlarni ro'yxatdan o'tkazish;
- tadbirkorliksubyektlari uchun ularni gaz ta'minlash tarmoqlariga ulanishlari uchun texnikshartlarni taqdim etish uchun arizalarni elektron ravishda taqdim etish

- "sms-to'lov"to'lov tizimi orqali ba'zi turdagi xizmatlar uchun to'lovlarni amalga oshirish;
- tadbirkorlik subyektlari uchun to'lov terminallari bilan ta'minlash, mahalliy avtotransportvositalarini xarid etish uchun arizalarni elektron ravishda taqdim etish;
- faoliyatningba'zi turlari uchun litsenziyalar va ruxsatnomalarni olish uchun arizalarni taqdimetish va h.k.

2014 yilning 1 oktyabrida Yagona portalda tadbirkorlik subyektining kabineti ishga tushirildi. Ushbu kabinet orqali tadbirkorliksubyektlari turli soliq, statistikava boshqa turdagi hisobotlarnishakllantirishlari va yuborishlari, turli to'lovlarni amalga oshirishlari, turli ma'lumotlarni olishlari va boshqa turdagi interaktiv davlat xizmatlaridanfoydalanishlari mumkin. Respublikamizda "elektronhukumat"ni yanadarivojlantirish va takomillashtirish, interaktiv davlat xizmatlarini takomillashtirish maqsadida vazirlik va idoralar bilan hamkorlikda tadbirkorlik subyektlari uchun quyidagi xizmatlarni joriy etish uchun chora-tadbirlarni ishlab chiqish topshirilgan:

- mutassadi tashkilotlar bilan birgalikda yer uchastkalarini tanlash bo'yicha materiallarni kelishish uchun elektron arizani taqdim etish, shuningdek qurilish sohasida ruxsat beruvchi hujjatlarni rasmiylashtirish uchun ariza taqdim etish;
- ishlab chiqariluvchi va olib kirilayotgan mahsulotni Milliy sertifikatziya tizimidan sertifikatziyadan o'tkazish uchun elektron arizani taqdim etish;
- tovar va mahsulotlarni vaqtinchalik olib kirish (olib chiqish) uchun ruxsatnoma olish uchun elektron ariza taqdim etish;
- reeksport bojxona rejimida tovarlarni joylashtirish uchun ruxsatnomani olish uchun elektron ariza taqdim etish va h.k.

Elektron tijorat yordamida quyidagi masalalarni echish mumkin:

- Bo'lg'usi mijozlar, mol etkazib beruvchilar va buyurtmachilar bilan veb tizimi orqali aloqa o'rnatish;

- Savdo bitimlarini amalga oshirish uchun kerakli hujjatlarni elektron ko‘rinishda ayirboshlash;

- Tovar va xizmatlar sotilishi va etkazib berilishini nazorat qilish;
- Tovar reklamasi va xariddan keyingi qo‘llab -quvvatlash;
- Xarid uchun elektron to‘lovni amalga oshirish.

Bu imkoniyatlardan samarali foydalanish, ularni yanada takomillashtirish, har bir masalaga alohida e‘tibor bilan yondashish korxona faoliyatini yanada rivojlantirish va iqtisodiy samaraga erishish uchun muhim zamin yaratadi.

O‘z faoliyatini elektron tijorat bilan uzviy ravishda bog‘lab, olib borayotgan korxonalar quyidagi ustunlik va imkoniyatlarga ega bo‘ladilar:

- Biznes infratuzilmasini saqlash xarajatlarini kamaytirish;
- Reklama xarajatlarini kamaytirish natijasida tovar narxini pasaytirish;
- Buyurtmani qabul qilish va amalga oshirish vaqtini tejash;
- Barcha buyurtmalar ustidan nazoratni amalga oshirish;
- Bo‘lg‘usi mijozlarning ko‘payishi.

Elektron tijorat an‘anaviy savdo turidan quyidagi xarakterli xususiyatlari bilan farqlanadi:

- xaridor o‘ziga qulay vaqt, joy va tezlikda mahsulotni tanlash va sotib olish imkoniyatiga ega;

- savdo-sotiq faoliyatini ish faoliyati bilan birga parallel ravishda, ya’ni ishlab chiqarishdan ajralmagan holda olib borish imkoniyati mavjud;

- ko‘p sonli xaridorlarning bir vaqtning o‘zida bir nechta firmalarga murojaat qila olishi. Bu ko‘p sonli xaridorlarning aloqa vositalari yordamida sotuvchilar bilan muloqotda bo‘lish imkoniyati;

- kerakli mahsulotlarni tezlikda izlab topish va shu mahsulotlari bor firmalarga murojaat qilishda texnika va transport vositalaridan samarali foydalanish, mahsulotlarni bir joyga yig‘ish va ularni sotib olishda aniq manzillarga murojaat qilish. Ortiqcha vaqt va xarajatlarni kamaytiradi;

- xaridorning yashash joyi, sog‘lig‘i va moddiy ta‘minlanish darajasidan qat’iy nazar hamma qatori teng huquqli mahsulot sotib olish imkoniyati;
- hozirgi kunda chiqqan jahon standartlariga javob beradigan mahsulotlarni tanlash va sotish imkoniyati;
- elektron tijorat sotuvchining mahsulotlarini (ish, xizmatlarini) sotish jarayonidagi imkoniyatini yanada kengaytiradi va yangilaydi. Endi sotuvchi mahsulotlarini sotish jarayonini tezlashtirishi, yangi va sifatli mahsulotlarni muntazam almashtirishi, mahsulotlarning aylanma harakatini tezlashtirishi kerak bo‘ladi;

YUqorida keltirilgan ma‘lumotlardan shuni xulosa qilib aytish mumkinki, elektron tijorat asosida savdoni tashkil qilish firmalarning raqobatini kuchaytiradi, monopoliyadan chiqaradi va mahsulotlarning sifatini oshirish imkoniyatini beradi. Xaridorlar kundalik hayotida kerakli mahsulotlar ichida sifatliharini tanlashi mumkin.

«Elektron hukumat» tizimi loyihalarini amalga oshirishda interaktiv davlat xizmatlarini taqdim etish va foydalanish samarali tayanch ko‘rsatkichlari usullarini ishlab chiqish ham markazning muhim vazifalaridan hisoblanadi. Yana shuni ham ta’kidlash zarurki, O‘zbekistonda elektron hukumat tizimini joriy etish: interaktiv xizmatlar imkoniyatini taqdim etish; hokimiyat organlari hisobotlarining ochiq-oydinligi; xizmatlarga ulanishning qulayligi va individuallashtirilganligi; siyosiy jarayonlarda fuqarolar ishtirokining axborotlashganligi va natijaliligi; axborotlarning erkin almashinuvi; aholi va biznes sohasiga davlat xizmatlari ko‘rsatishni optimallashtirish; fuqarolar o‘z-o‘ziga xizmat imkoniyatlarini qo‘llab-quvvatlash va kengaytirish; mamlakat rahbariyatining barcha saylovlar hamda davlat boshqaruvi jarayonlarida ishtiroklari darajasini oshirish va boshqalarni yanada yaxshilashga qodir davlat boshqaruvining mukammal elektron apparatini yaratishdan iborat.

Elektron hukumat axborot tizimini rivojlantirish departamenti majburiyatlariga elektron hukumat arxitekturalarini va axborot tizimlari majmuasini rivojlantirish, shuningdek, axborot tizimlarida ekspertiza o‘tkazish vazifalari kiradi.

Markaz tarkibida Ixtisoslashgan tuzilmaviy bo'linmalar faoliyatlarini muvofiqlashtirish departamenti ham faoliyat yuritadi, uning majburiyatlariga davlat organlari va xo'jalik boshqaruv organlari, shuningdek, mahalliy hukumat organlari maxsus bo'linmalarining faoliyatlarini muvofiqlashtirish kiradi. Yuqorida sanab o'tilgan departamentlardan tashqari, Markaz tuzilmasiga moliyaviy, xalqaro, shuningdek, boshqa bo'lim ma'muriy xodimlari xizmatlari ham kiradi.

16-mavzu. Elektron ta'lim plotformalarini rivojlantirish

1. Elektron ta'lim bozorining rivojlanishi va ta'lim plotformalarining turlari.
2. O'zbekistonda elektron ta'limni rivojlantirish yo'nalishlari.
3. Raqamli ta'lim muassasasi konsepsiyasi. Ta'lim xizmatlari eksportini tashkil etish.
4. Vebinar va video konferensiyalar tashkil etish. Masofaviy ta'limni rivojlantirish yo'llari.

Iqtisodiyotda bugungi kunda ro'y berayotgan va yaqin kelajakda bashorat qilinayotgan o'zgarishlar butun ta'lim sohasiga daxl qilgan holda OTM muhitiga tobora katta bosim ko'rsatib, ularning diplomlari qimmatliligi masalasini ilgari surmoqda. Onlay-ta'lim sur'ati kuchaya boshlagan, biznes kadrlar tayyorlash va qayta tayyorlash korporativ tizimini shakllantirayotgan, kasbiy standartlar ishlab chiqayotgan va ularga muvofiqlik borasida o'z standartlarini taqdim etayotgan sharoitlarda an'anaviy oliy ta'lim muassasalari nimalarni taklif qilishi mumkin?

Hozirgi davrda universitetlar va boshqa OTM muassasalari oldida raqamli iqtisodiyotga o'tish davri vazifalari turadi: oldindan ma'lum qilingan yo'nalishlar va ixtisosliklar bo'yicha bakalavr va magistrlar tayyorlash bilan birga dasturlar to'plamini kengaytirish va talabalar raqamli iqtisodiyot talab qiladigan ko'nikmalarni o'zlashtirishi va bilimlar olishi mumkin bo'lgan zarur sharoitlar yaratish eng dolzarb vazifalardan hisoblanadi. Oldinroq qayd etganimizdek, raqamli samaralarning tarqalish tezligi turli tarmoqlarda turlicha bo'ladi, amaldagi analogli iqtisodiyot uchun

ham, raqamli iqtisodiyot uchun ham kadrlar tayyorlashni uyg'unlashtirish zarurati aynan shu bilan izohlanadi. Lekin shunga qaramay, o'tish davri davomida universitetlarning yangi modellari shakllanishi lozim va ekspertlar bu modellar asosida yaratish mumkin bo'lgan bir qator yangi funksiyalarni ajratib ko'rsatdilar:

- Atrofdagi olamni modellashtirish (setting university).
- Atrofdagi olamni modellashtirish funksiyasini maksimallashtirish, ya'ni modellashtirish funksiyasi, bunda universitet shartli qilib aytganda, atrofdagi olamni modellashtirish va yaratishga qodir bo'lgan kadrlar va pedagoglar tayyorlaydi.
- Tizimli darajasida yangi modellar yaratish uchun yetarli bo'lgan resurslarni maksimallashtirish.
- «Rocket unicorn university» modeli, ya'ni yakka insonlar yaratadigan universitet modeli - uning asosida shakllanadigan yangi startaplar yaratish funksiyasini maksimallashtirish.
- Bugungi kunda "singularity university" modelida dunyoda namoyon bo'lgan mafkurani maksimallashtirish.
- O'qishdan manfaatdor bo'lgan talabalar va bolalarning 80%i muammolari hal etiladigan motivatsiyani maksimallashtirish.
- Iqtidor namoyon bo'lishini maksimallashtirish, ya'ni har qanday yo'nalishda paydo bo'lgan har qanday iqtidorni rag'batlantirish.
- Milliy iqtisodiyotning raqobatli ustunliklarini maksimallashtirish, birinchi navbatda, raqamli iqtisodiyot sohasida, dasturlashda va global bozorda ishlaydigan kompaniyalar borasida.
- Universitet butun missiyasini dunyoni ag'dar-to'ntar qilib yuboradigan qandaydir bitta yangi mahsulot yaratishga bag'ishlaydigan da'vatni maksimallashtirish.
- To'plangan ilmiy kapitalni maksimallashtirish.
- Ekotizimni maksimallashtirish, ya'ni bugungi kunda tartibga soluvchi tomonidan belgilab berilgan me'yoriy doiralar bilan cheklangan o'qitishdagi vazifalarni hal qilish uchun mavjud kompetensiyalarga ega bo'lgan odamlarni maksimal darajada jalb qilish.

Albatta, sanab o'tilgan funksiyalar faqat ma'lum bir universitetlar guruhiga ta'alluqli bo'lishi mumkin bo'lib, ekspertlar ular qatoriga global tadqiqot universitetlarini ham kiritadi. Bu universitetlar tadqiqotlardan tashqari, loyiha universitetlari sifatida, startaplarni rivojlantiradigan, o'z bitiruvchilari uchun yangi bizneslar, yangi ijtimoiy tashabbuslar, klublar va boshqalar uchun qulay muhit yaratadigan zamonaviy universitetlar sifatida rivojlanadi.

Ta'lim muassasalarining yana bir muhim guruhga global fanda raqobat qila olmaydigan, lekin mintaqalarda intellektual markazlashuv markazlari sifatida ishtirok etishi zarur bo'lgan universitetlar kiritiladi. Ulardabirinchi o'ringa ijtimoiy funktsiya - mahalliy bizneslar va ijtimoiy loyihalarni ishlab chiqish hamda keng madaniy shlelf yaratish ham qo'yiladi. Bunda tayanch mintaqaviy OTMlarini ajratish, ularga ekspertlar mutlaq aniq tayanch sifatida belgilagan kengaytirilgan universitet funksiyalari taqdim etish muhim ahamiyat kasb etadi.

Universitetlarning uchinchi turionlayn (masofaviy) o'qitish jarayonlariga hizmat ko'rsatishga qaratiladi. Amalda buodamlarga ular o'tgan ko'p sonli qisqa kurslardan ma'lum bir daraja olishiga yordam beradigan universitetlar. Ushbu universitetlar funksiyasi - hozirgi kunda istalgan rivojlangan mamlakat aholisi uchun ijtimoiy imperativ sanalgan oliy ta'lim maksimal darajada keng qamrovini ta'minlashdan iborat.Korporatsiyalar va tarmoqlar uchun kadrlar tayyorlash va qayta tayyorlashni amalga oshiradigan korporativ universitetlar alohida guruhni tashkil qiladi.Universitetlarning yana bir turi - hozirgi kollejlardan yetishib chiqishi lozim bo'lgan universitetlar. Bu hozirda ko'pchilik mamlakatlarda amaliy bakalavriat deb ataladi, lekin bu amaliy bakalavriatdan ko'ra kengroqdir.

Bashoratlarga ko'ra, 2030 yillarga kelib, mehnat bozorida qo'li bilan ishlaydigan odamlar kasblari taqchil va yuqori nufuzli bo'lib qoladi. Suni ham hisobga olish kerakki, bir hilsohalarda faoliyat yuritayotgan universitetlarga ulkan raqobat sektori yuzaga keladi. Yangi sektorni yirik kompaniyalarning o'quv markazlari ham, ixtisoslashgan firmalar ham, bozorda yuzaga keladigan ta'lim startaplari ham tashkil

qiladilar. Universitetlartez o'zgaradigan, kuchli individuallashtirish uchun juda ham inert bo'lib, bu albatta, ushbu sektorni yangi tijoratlashtirish uchun katta imkoniyatlar taqdim etadi.

Hozirgi paytda ko'pchilik mamlakatlarning bir qator etakchi OTMlari, tashqi cheklovlar va ichki to'siqlarga qaramay, raqamli iqtisodiyot da'vatlariga mos ravishda javob bera oladigan ta'lim muhitini shakllantirishga kirishdilar. Raqamli iqtisodiyot sohasida ta'lim berish va kadrlar tayyorlash sohasida asosiy o'zgarishlardan biri - keng insonparvarlik tamoili hisoblanishi lozim ekanligi sababli, birgalikdagi ta'lim dasturlari ishlab chiqish uchun gumanitarva texnik OTM salohiyatini birlashtirish istiqbolli yo'nalishga aylanishi mumkin. Hozirgi kunda dunyoda ro'y berayotgan tub o'zgarishlar hayotning barcha jabhalariga daxl qilmoqda. Bu esa raqamlashtirish bo'yicha ta'lim olish usullarini tubdan o'zgartiradi, biroq taassufki, avvalgidek, ko'plab muammolar saqlanib turibdi: raqamli texnologiyalarga ulanishdagi tengsizlik, turli sabablarga ko'ra ta'lim sifatining pasayishi, uning merkantillashuvi.

Zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini ta'lim sifatini yaxshilash va samaradorligini oshirishda foydalanish mumkin bo'lishi, ta'lim imkoniyatlarining teng bo'lishiga xizmat qilishi mumkin bo'lishiga katta e'tibor qaratish lozim. Busizrespublika hamjamiyati o'z oldiga qo'ygan maqsadlarga erishib bo'lmaydi. Inson raqamli iqtisodiyotning asosiy elementiga aylangan sharoitlarda ta'lim nafaqat ijtimoiy ne'mat va insoning asosiy huquqi ma'nosiga ega bo'ladi, balki murakkab vazifa - tubdan tamaddun o'zgarishlari sharoitlarida «kelajakni ishga tushirish» mexanizmini hal etishi lozim bo'lgan srategik ustuvorlik mazmuniga ham ega bo'ladi. Hozirgi kunda dunyoda iqtisodiyot tuzilmasi tubdan o'zgarmoqda-tobora ko'plab odamlar tovar ishlab chiqarish bilan emas, balki axborot olish va qayta ishlash bilan shug'ullanmoqdalar. Hamma uchun odatiy bo'lgan an'anaviy iqtisodiyot o'rniga bir qator xususiyatlarga ega bo'lgan raqamli iqtisodiyot kelmoqda:

- axborot tugab bo'lmaydigan asosiy aylanishi;
- internetda savdo maydonlari cheklovlarga ega emasligi;

- kompaniya o'lchami uning raqobatbardoshligiga ta'sir etmaydi;
- bitta moddiy resursning o'zini turli hizmatlar taqdim etish uchun cheksiz marta foydalanilishi mumkinligi;
- operatsion faoliyat ko'lami asosan Internet tizimi imkoniyatlari bilan belgilanishi.

Axborot matematik nazariyasining miqdoriy o'lchovlariga tayanib, D.S.Robertson (AQSH), rivojlangan jarayonlarining bir-biri kuchaytirib berishidan kelib chiqib, «tamaddun bu - axborot» formulasini ilgari surdi, ishlab chiqariladigan axborot miqdori bo'yicha tamaddunning rivojlanish darajalarini quyidagi tarzda pog'nalarga ajratdi:

0-daraja - alohidaolingan bir odamning miyasi axborot sig'imi - 107 bit;

1-daraja - jamoa, qishloq yoki qabila ichida og'zaki muloqot -muomalada bo'ladigan axborot miqdori - 109 bit;

2-daraja - yozma madaniyat; jamiyatning axborotlashganlik o'lchami bo'lib 1011 bit axborot joylagan 532800 qog'oz o'ramiga ega bo'lgan Aleksandriya kutubxonasi hizmat qiladi;

3-daraja - kitob mabaniyati: yuzlab kutubxonalar mavjud bo'lib, ular o'n minglab kitoblar, gazeta va jurnallar saqlaydi, ularning umumiy sig'im bir nahca minglab terabaytlar deb baholanadi;

4-daraja - hajmi bir necha ming zetabaytlarva petabaytlar bo'lgan axborot elektron qayta ishlanadigan axborotlashgan jamiyat.

Iqtisodiy nuqtai-nazardan aytish mumkinki, axborot mehnat unumdorligining o'sishiga hizmat qilishi hamda ijtimoiy boylik ishlab chiqarishning moddiy tarkibiy qismida qo'shilgan qiymat yaratishi lozim va bu axborotlashgan jamiyat iqtisodiyotida uning birinchi iqtisodiy mazmuniga aylanadi. Axborot «xomashyo» sifatida inson, tabiat va turli texnik qurilmalar tomonidan yaratiladi. Ular tomonidan iste'mol ham qilinadi, qayta ishlash uchun axborotni uzatish, saqlash, qidirish va yetkazish masalalarini hal qilish talab qilinadi, buning uchun «transport» (magistral va lokal

tarmoqlar, aloqa tizimlari), «omborlar» (ma'lumotlar markazlari), «texnika» (kompyuterlar), «vositalar» (dasturiy ta'minot) yaratiladi. Ya'ni iqtisodiyotda jamiyatning axborot ehtiyojlarini qondirish uchun moddiy ishlab chiqarish va hizmatlar sohasining ma'lum bir segmentlarini shakllantiriladi.

Raqamli iqtisodiyot yoki boshqacha qilib aytganda web-iqtisodiyot zamonaviy raqamli texnologiyalardan foydalangan holda tashkil qilinadigan iqtisodiy, ijtimoiy va madaniy munosabatlar tizimini ifodalaydi. Raqamli iqtisodiyot zamonaviy jamiyatda kundalik voqelikka aylanadi, undan foydalanish tufayli barcha tarmoqlar samaradorligi ortadi. Zamonaviy kompyuter texnologiyalaridan foydalanish imkoniyatlari sifat va son jihatidan ortadi - kompyuter orqali deyarli barcha operatsiyalarni amalga oshirish: pul to'lash, chiptaga buyurtma berish, kerakli axborot qidirish mumkin. Raqamli iqtisodiyot davrida axborot eng muhim rol o'ynaydi va u ulkan qiymatga ega bo'lgan asosiy nomoddiy aktivga aylanadi. Hozirgi bosqichda axborot rivojlanishidagi bosh tendensiya sun'iy intellekt va kommunikatsiya vositalari sohasidagi yutuqlar bilan birgalikda kompyuter texnikasini takomillashtirishdan iborat. Hozirgi kunda axborot dunyoda jamiyatning asosiy ijtimoiy qadriyatlaridan biriga aylanmoqda. Axborot texnologiyalarini jamiyat tomonidan axborot resurslaridan foydalanish jarayonining muhim tarkibiy qismiga aylangan. Hozirgi kunda ular bir nechta evolyusiya bosqichlaridan o'tgan bo'lib, ularning almashinuvi asosan axborot izlash va qayta ishlash uchun yanada zamonaviy texnologik vositalar paydo bo'lishi bilan asoslanadi. Rivojlanishning hozirgi bosqichi axborot texnologiyalari segmenti yo'nalishining texnik bazasini rivojlantirishdan strategik ustunlik yaratish uchun ochiq vositalar qo'llash tomon o'zgarishi bilan tavsiflanadi. Vaqt bosqichlariga bo'lish ularga muvofiq amalga oshiriladigan ma'lumotlarni qayta ishlashning har xil turlaridan foydalangan holda axborot texnologiyalarini rivojlantirishga nisbatan bir nechta nuqtai-nazarlar mavjud.

2017 yil raqamli iqtisodiyot hal qiluvchi bosqichga kirdi - sayyoramiz aholisining yarmi internetga ulandi. McKinsey (MGI) global institutining baholariga ko'ra, yaqin 20 yil ichida dunyo ish operatsiyalarining 50%gacha bo'lgan qismi avtomatlashtiriladi,

bu jarayon ko'лами bo'yicha XVIII-XIX asrlarda ro'ybergan sanoat inqilobi bilan taqqoslanishi mumkin. Jamiyatni axborotlashtirish axborot texnologiyalarining bir necha marta o'sishi, axborot resurslari iste'mol sur'atining ortishi va ijtimoiy ishlab chiqarish sektorida mehnat unumdorligining sezilarli darajada oshirish zaruratiga javob reaksiyasi hisoblanadi. AQSH, Yaponiya va Evropa Ittifoqi mamlakatlari kabi iqtisodiyoti rivojlangan davlatlar amaliyoti shuni ko'rsatadiki, jamiyatni axborotlashtirish muammosining yechimi rivojlanishning global maqsadi hisoblanadi va sayyoramizning tamaddun rivojlanishi yangi darajasiga o'tishi bilan bog'lanadi. Yuqori tezlik raqamli iqtisodiyot alomatlaridan biri hisoblanadi. Tezlikning o'sishi hamma joyda, lekin ayniqsa, buyurtmalar bajarish, axborot yaratish, olish, qayta ishlash va jo'natishda ro'y bermoqda. Har qanday harakatdan zudlik bilan javob olish kutilmoqda. Raqamli iqtisodiyot zamonaviy jamiyat faoliyatining barcha sohalarida ham eskicha tartibni shiddat bilna siqib chiqarmoqda, kundalik takrorlanadigan zerikarli operatsiyalarni avtomatik ravishda bajarishga va optimal qarorlar qabul qilish uchun axborotni tez taqdim etishga imkon bermoqda. Raqamli iqtisodiyotda asosiy rolni axborot tizimlari egallaydi. Aloqa operatori uchun bunday tizimlar, birinchi navbatda, operatsiyalarni qo'llab-quvvatlash tizimlari (OSS-operations support systems) va biznesni qo'llab-quvvatlash tizimlari (BSS-business support systems) hisoblanadi. Ular ichki biznes-jarayonlarning amaliy ta'minot toifasini ifodalashi sababli, ularni o'zgartirish - biznes-jarayonlardagi o'zgarishlarga javobdir.

Axborot texnologiyalarining qo'llanishi bilan jamiyatning barcha qatlamlarida, shaxsiy hayotda ham katta o'zgarishlar ro'ybermoqda, odamlarning turmush tarzi tubdan o'zgarmoqda. Yangi kasblar va o'zaro aloqa vositalariga ehtiyoj yuzaga kelmoqda. Axborot, axborot infratuzilmasi, axborot to'plash, shakllantirish, tarqatish va foydalanishni amalga oshiradigan subyektlar yig'indisini ifodalaydigan elektron resurlar, shuningdek, bunda yuzaga keladigan munosabatlarni tartibga solish tizimining roli o'smoqda. Albatta, mutaxassislarni raqamli sektorga kiritish masalasi vujudga keladi. Masalan, raqamli iqtisodiyot sohasida **YandexTaxi** haydovchilari yoki aloqa obyektlari uchun binolarni loyihalashtiradigan muhandislar va iqtisodchilarni

shu guruhga qo'shishimiz kerak.

Har qanday mamlakatning axborot makoni ma'lum bir strategik va taktik funksiyalarni bajarishi ko'zda tutadi. Begona axborot kirib kelishidan himoya qilishga, ijtimoiy aynan o'xshashlik yaratishga yo'naltirilgan strategik funksiyalar badiiy va yangiliklarga oid kommunikatsiyalar vositasida amalga oshiriladi. Ijtimoiy boshqaruvning muayyan vazifalarini bajarishga, hukumat tashabbuslarini qo'llab-quvvatlashni tashkil qilishga, aholini qisqa muddatli hodisalar haqida xabardor qilishga xizmat qiladigan taktik funksiyalar asosan yangiliklarga oid kommunikatsiyalar bilan bajariladi.

17-mavzu. Sanoatda raqamli texnologiyalardan samarali foydalanish. “Sanoat-4.0” konsepsiyasi

1. “Sanoat-4.0” konsepsiyasining mohiyati va rivojlanishi.
2. Sanoatda raqamli texnologiyalarni qo'llash xususiyatlari.
3. Blokcheyn texnologiyalar. Ishlab chiqarish jarayonini rejalashtirish.
4. Korxona xodimlarini boshqarishni raqamlashtirish. Xarajatlarni boshqarishni raqamlashtirish.

Texnologiya hayotimizga tobora kirib kelgani sayin haqiqiy va raqamli (digital) dunyo orasidagi chegara yo'qolib bormoqda:

- ish faoliyatimizga tegishli vazifalarni internet orqali qabul qilib, uyda ham ishni davom ettiramiz;
- oziq-ovqat, kiyim-kechaklarni onlayn do'konlardan xarid qilyapmiz;
- dunyoning xohlagan shahridagi qarindoshimiz bilan masofadan turib aloqaga chiqishimiz, o'rtoqlar bilan video orqali muloqot qilish, hatto shaxmat o'ynash imkoniyati bor;
- dunyoning nufuzli universitetlarida bepul onlayn ta'lim imkoniyatlari kengayib boryapti, o'z shahridagi universitet ma'ruzalarini ham talabalar uydan turib onlayn kuzatib borishmoqda;

- bilimli xodimlarning davlatlararo faoliyat yuritishi, ularning global xodimga aylanishi oddiy holga aylanmoqda;
- vaqt va joydan qat'i nazar, internet orqali Cloud, Drive tizimlarida saqlangan ma'lumotlar ustida ishlashimiz, xohlagan tilni o'rganishimiz, film tomosha qilishimiz mumkin bo'lib qoldi.

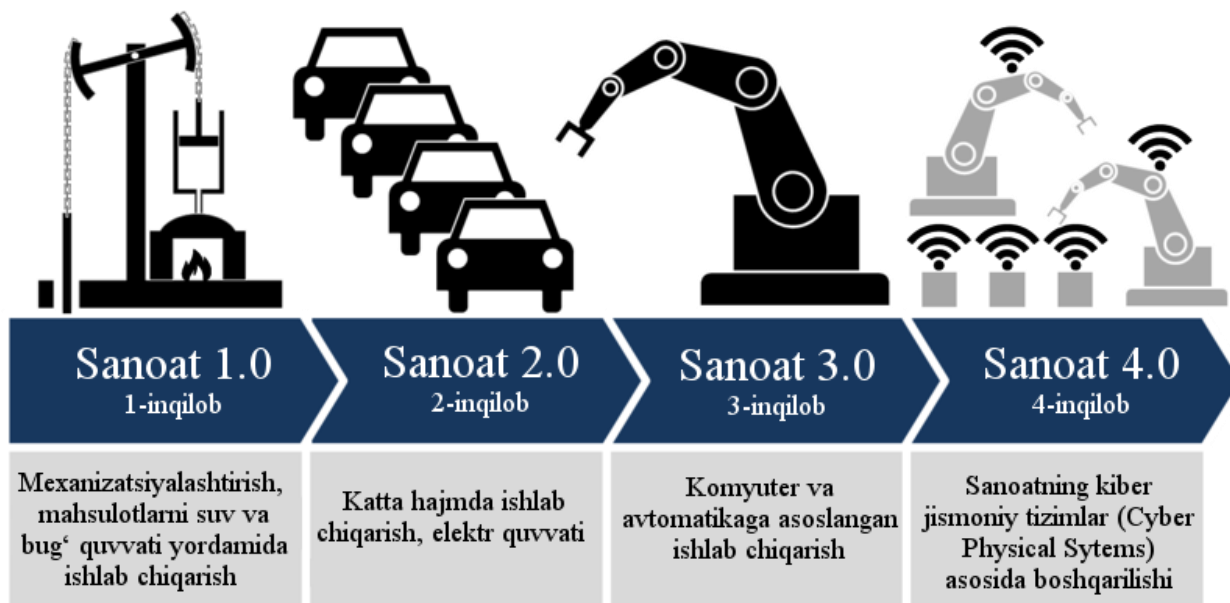
Kecha ilmiy fanktastik kitoblarda hayrat bilan o'qiganlarimiz bugun ko'z o'ngimizda haqiqatga aylanmoqda. Fantastikaning haqiqatga aylanishigacha ham bir qancha bosqichlarni bosib o'tgan. Quyida ushbu bosqichlarni sanab o'tamiz.

Sanoatning 1-inqilobi (Sanoat 1.0) 18-asr oxirlarida suv va bug' quvvati asosida harakatlanadigan qurilmalarning yaratilishi bilan boshlangan. Jumladan, ilk mexanik to'qish dastgohi 1784-yilda yaratildi.

20-asrning boshlarida kuzatilgan sanoatning 2-inqilobi (Sanoat 2.0) davrida elektr quvvatining kashf qilinishi bilan mahsulotlar katta hajmda ishlab chiqarila boshlandi.

Sanoatning 3-inqilobi (Sanoat 3.0) yuz bergan 20-asrning 70-yillarida ishlab chiqarishni kompyuter dasturlari va elektronika asosida avtomatlashtirish keng yoyildi.

Bugungi kunda esa ishlab chiqarishning internet orqali bir-biriga bog'liq qilib qo'yilganligi sanoatning 4-inqilobi (Sanoat 4.0) deb atalmoqda.



Bunda nima ko'zda tutiladi? Sanoat 4.0 da nimalarni kutish mumkin?

Sanoat 4.0 ning asosiy belgisi – ishlab chiqarishda robotlarning o'zaro va insolar

bilan aloqasining (Cyber Physical Systems-CPS) internet orqali amalga oshirilishini anglatadi. McKinsey tashkiloti tadqiqoti natijalariga ko'ra, 2025-yilgacha umumiy hisobda 11 trillion dollar – 3,7 trillion dollar ishlab chiqarish korxonalarida, 1,7 trillion dollar shaharsozlikda, 1,6 trillion dollar esa salomatlik sohasidagi xizmatlar va faoliyatlarni bir-biri bilan internet orqali aloqasini yo'lga qo'yish uchun ajratiladi.

“Industriya 4.0” bu – “Ashyolarning interneti” omillarini ishlab chiqarishga tatbiq etishdir. Buning sanoatdagi misolini ko'rish uchun shunday uskunani tasavvur qilingki, u ish jarayoni uchun kerak bo'lgan dasturlarni tarmoqdan o'zi oladi, o'zining eskirishini tahlil qiladi, ehtiyot qismlarni ombordan tezkor buyurtma qiladi va o'z ishini yaxshilash uchun mustaqil o'rganishi ham mumkin. Qishloq xo'jaligida esa, tuproqdagi uzatkichlar (datchiklar) yerni sug'orishni ob-havo ma'lumotiga ko'ra avtomatik ravishda nazorat qiladi. Bunday misollar ko'plab topiladi.

“Industriya 4.0”ning asosiy xususiyati – ishlab chiqarish jarayonining barcha tarkibiy qismlarining (korxona uskunolari va uning axborot tizimlari – ombor va logistika hisobi, buxgalteriya, boshqaruv va boshq.) ishida insonning aralashuvini borgan sari kamaytirgan holda, muayyan maqsadni amalga oshirish uchun boshqa tizim va odamlar bilan o'zaro faoliyat yuritishdan iboratdir.

Internet va simsiz aloqa texnologiyalarining rivojlanishi natijasida “istagan vaqtdagi kommunikatsiya”ga ega bo'ldik, smartfonlar va planshetlar esa “istagan joydagi kommunikatsiya” tamoyilini amalga oshirishga imkon berdi. Hozir esa, mashinalar boshqa mashinalarni yaratishni boshlaydigan, hayotimizni tubdan o'zgartiruvchi yangi inqilob ostonasidamiz.

Ishlab chiqarish sohasini batamom o'zgartirilishini inqilob deb atalishining sababi – o'zgarishlar yuzaki emas, balki radikal ravishda amalga oshib, industriya boshidan oxirigacha qayta quriladi. Biznes modellar o'zgaradi, yangi kompaniyalar paydo bo'ladi, yangi “inqilobchilar” safiga kirishga ulgurmagan, ko'p yillik tarixga ega jahonga mashhur brendlar kasodga uchrab, yo'q bo'lib ketadi.

Hozirda mijozlarning xatti-harakati o'zgarmoqda, ular individual yondoshuvni va noyob tovarlarni xohlamodalar, ommabop mollarga esa ehtiyoj kamaymoqda. Bir xil

narsalarni ishlab chiqarishga o'rgangan korxonalar o'z ishini qayta tashkil qilishga majbur bo'lmoqda.

“Industriya 4.0” tamoyillarini tatbiq etilishi, an'anaviy sanoat modellarida bo'lmagan bir qancha afzalliklarga ega bo'lishga yordam beradi. Masalan, kompaniyalar mijozlarning istaklariga qarab, buyurtmalarga individual yondoshishlari mumkin.

Eski zavod va fabrikalar endi “aqlli” korxonalarga aylanib, xos buyurtmalarga ko'ra donabay maxsulotlar ishlab chiqarishni boshlamoqda. Bunda, bir dona mahsulotni ishlab chiqarish uchun ketadigan xarajatlar kamayib, kompaniyalar ommabop standartlashtirilgan mahsulot narxida xoslangan noyob mahsulot ishlab chiqarish imkoniga ega bo'lmoqda.

Misol uchun, dunyoning istalgan nuqtasidan mobil jihozingizga Nike ilovasini yuklab olib yoki kompaniya saytiga kirib, krossovka modelini tanlashingiz, o'zingiz yoqtirgan futbol komandasi rangiga bo'yashingiz, pulini to'lab, bir necha kundan keyin uni qabul qilib olishingiz mumkin. Yetkazib berish xarajatini hisobga olmaganda, uning qiymati ushbu kompaniyaning oddiy ommabop krossovkasidan qimmat bo'lmaydi.

Individual buyurtmaga ko'ra dvigatellar, serverlar va boshqa istagan narsa ishlab chiqarilishi mumkin. Germaniyaning Augsburg shahridagi Fujitsu Siemens zavodida komputer tizimlari va serverlar muayyan buyurtmachi uchun aynan donabay ishlab chiqariladi.

Nihoyat darajada avtomatlashtirilgan korxonada individual buyurtma asosida ishlab chiqarilgan mahsulotga ketadigan xarajatlarning miqdori oshib ketmaydi – agar oldin ikki juft krassovka uchun uskunalar qo'lda qayta sozlangan bo'lsa, hozirda buni kompyuter tizimining o'zi bir necha daqiqada amalga oshiradi.

Elektromobillar ishlab chiqaruvchi Tesla kompaniyasining zavodlarini robotlashtirilishi – kompaniya o'z ishlab chiqarishini Xitoyda emas, balki Kaliforniyada tashkil etishga imkon berdi. Bu, xitoy ishchilarining mehnatidan foydalanib, keyin esa tayyor mashinalarni olib kelishga ketadigan yo'l xarajatlaridan

arzonga tushdi.

Bugungi kunda jarayonlarni internet orqali bog'lashning amaliyotdagi ayrim misollaridan:

- ko'cha chiroqlari tuni bilan yoniq turmasdan, 15 metr narida harakat qiluvchi qandaydir jism paydo bo'lgandagina yonishini dasturlash mumkin;
- sezgich (sensor)lar o'rnatilgan gilamchanning ustiga bolalar qadam qo'ygani bilan ota-onaga bolalar uyga kelganligi haqida xabar jo'natadi; yoki uyda yolg'iz yashovchi qariya gilamchaga yiqilib tushganda sezgichlar tez yordam chaqirish buyrug'ini amalga oshiradi (boshqa tomondan, bu gilamchada it yotib olsa, sezgichlar it bilan odamning farqiga bormasligi mumkin);
- kir yuvish mashinasi yuvishga qo'yilgan kiyimlarning kirlik darajasini aniqlab, qancha kukun solishni o'zi belgilaydi. Kukun tugab qolganda yoki qaysidir qismi buzilib qolayotgan bo'lsa, o'zi avtomatik ravishda yangisiga buyurtma beradi;
- dalalarga o'rnatilgan qurilma tuproqdagi o'g'itning darajasi, havo harorati, namlik, quyosh nuri darajasi haqidagi ma'lumotlarni dalaning o'zida aniqlab dehqonning telefoniga ma'lumot jo'natadi. Ushbu vazifalarni amalga oshiruvchi TracoVino dasturi bugun vino ishlab chiqaruvchilar orasida keng tarqalmoqda.

Germaniya Sanoat 4.0 borasida yetakchi o'rinlarda. Jumladan, Yalpi Ichki Mahsulotda sanoatning ulushi 23%ni tashkil qiladi. AQSHda esa bu ko'rsatkich 13% (3). Mashina ishlab chiqarish va qurilish sohasi, kimyo, dorishunoslik, elektr, kosmik sohalarida Germaniya dunyo bo'yicha yetakchi o'rinlarni egallaydi. Bugun nafaqat muhandislar, balki dasturlovchilar ham avtomobil sanoatida faoliyat yuritib, ma'lumot to'playdigan sezgichlar o'rnatilgan mahsulotlar ishlab chiqarish bilan shug'ullanishmoqda. 2014-yilgi yangiliklar yaratish bo'yicha yetakchilikni qo'lga kiritgan davlatlar ro'yxatida Germaniya 6-o'rinni, uning eng kuchli raqobatchilaridan biri AQSh 13-o'rinni, Janubiy Koreya 18-, Yaponiya 20-, Xitoy esa 24-o'rinlarni egalladi.

Yuqorida aytilganidek, davlat miqiyosida birinchi bor "Industriya 4.0" dasturi

Germaniya hukumati tomonidan 2011 yilda qabul qilingan bo‘lib, u mamlakatni iqtisodiy rivojlantirish strategik dasturi sifatida belgilangan.

Shuni aytish lozimki, hozirda, ishlab chiqarishni robotlashtirish bo‘yicha Xitoy yetakchi o‘ringa chiqib oldi. Xitoy rahbari Si Szipin 2014 yilda Xitoy fanlar akademiyasida so‘zlagan nutqida, bo‘lg‘usi robotlar inqilobi avval Xitoyni keyin esa butun dunyoni tubdan o‘zgartirishi haqida gapirib, jumladan, quyidagilarni aytgandi:

“Xitoy hukumati tomonidan xitoy kompaniyalarining zimmasiga “Ulkan ma’lumotlar” (Big Data), “bulut”li hisoblash (cloud computing), “Ashyolarning interneti” (Internet of Things) texnologiyalarini tatbiq etishni tezlashtirish va “aqlli fabrikalar”ni (intelligent manufacturing) tashkil etishga e’tiborni jamlash vazifasi topshiriladi”.

Oxirgi yillarda Xitoy kompaniyalari butun dunyoda yuqori texnologiyalar tadqiqotlariga investitsiyalar miqdorini keskin ko‘paytirib, buning natijasida 2013 yildan boshlab Xitoyning sanoat robotlari bozori dunyodagi eng yirik bozorga aylandi. 2020 yilga borib Xitoyda har 10 000 sanoat ishchi o‘rinlariga o‘rtacha 150 ta robot to‘g‘ri kelishi kutilmoqda. Bu esa, 2015 yilga qaraganda 3 barobar ko‘p deganidir.

Endi, AQSh va Germaniya singari rivojlangan davlatlar bu borada Xitoydan o‘zib o‘tishi oson bo‘lmaydi. AQShda 2014 yilda sanoat interneti konsorsiumi (Industrial Internet) tashkil etilib, uni General Electric, AT&T, IBM va Intel kabi sanoat yetakchilari boshqarmoqdalar.

Germaniyada esa shunday zavodlar borki, ular nafaqat «aqlli» sanoat komponentlarini, balki shunday zavodlarning tayyor modellarini ham taklif qilmoqdalar. Kayzerslautendagi Germaniya sun’iy intellekt ilmiy-tadqiqot markazini bunga misol qilib keltirish mumkin.

Rasmiy ma’lumotlarga ko‘ra, Germaniya sanoati internet infratuzilmasini rivojlantirishga 2020-yilga qadar yiliga 40 mlrd. Yevro miqdorida investitsiyalar kiritadi. Bu esa to‘rtinchi sanoat inqilobiga butun Yevropa bo‘yicha har yili kiritiladigan 140 mlrd. Yevro miqdoridagi investitsiyalarining salmoqli hissasini tashkil etadi.

Yaponiya ham bu borada ortda qolmayapti va ular o‘z industriyasini rivojlantirish uchun Connected Factories (zavodlarni tarmoqqa ulash) konsepsiyasini ishlab chiqmoqdalar. Rossiyada esa, 2017-yilda «Texnet» maxsus yo‘l xaritasi qabul qilinib, uning doirasida «Raqamli iqtisodiyot 2024» dasturi tayyorlanmoqda. Qo‘shni Qozog‘istonda esa, ishlab chiqarishni raqamli texnologiyalarga o‘tkazilishi va “Industriya 4.0” dasturi davlat strategiyasi darajasiga ko‘tarildi.

Shunday qilib, 10-15 yildan keyin dunyo umuman boshqacha bo‘lishi mumkin. Sodir bo‘layotgan o‘zgarishlarni sezmaslik, ularni pisand qilmaslik – taraqqiyotdan chetda qolib ketish bilan barobardir. Bunday yetakchilikka erishish uchun esa, bu o‘zgarishlarni o‘zimiz shakllantirishimiz lozim!

To‘rtinchi sanoat inqilobining dastlabki natijasi, bu – g‘olib davlatlar va mag‘lub davlatlar o‘rtasida daromadlar darajasidagi ulkan tafovutning yuzaga kelishidir.

Bundan kelib chiqib shuni aytish mumkinki, kelajakda har bir soha uchun alohida kompyuter texnologiyasini yaxshi tushunadigan dasturchi va muhandislarga talab ortadi. Qolaversa, tibbiyot, huquq, jurnalistika, tibbiyot, ta’lim, qishloq xo‘jaligi xodimlarining o‘z sohasiga qo‘shimcha ravishda kompyuter sohasida ham bilimi bo‘lishi ularning ustunlik jihatiga aylanadi.

Mazkur innovatsion musobaqada O‘zbekiston qanday o‘rinni egallamoqda? Dunyo sanoati “Industriya 4.0” ostonasida turgan bo‘lsa-da, lekin uning barcha texnologiyalarini faqatgina bundan oldingi “Industriya 3.0” sanoat inqilobining yutuqlarini o‘zlashtira olganlargina tatbiq qila oladilar.

O‘zbekiston iqtisodiyotiga kelsak, tan olish kerakki biz hozir “Industriya 2.0” darajasidan “Industriya 3.0” darajasiga o‘tish bosqichidamiz. Albatta, bu holat O‘zbekiston sanoatini to‘liq modernizatsiya qilish yo‘lidagi jiddiy to‘siqdir. Shubhasiz, bu muammoni tan olish va anglash – oldinga harakat qilish uchun qo‘yilgan qadamdir.

Prezident Shavkat Mirziyoyev tomonidan 2018-yil mamlakatimizda “Faol tadbirkorlik, innovatsion g‘oyalar va texnologiyalarni qo‘llab-quvvatlash yili” deb e‘lon qilindi. Bundan tashqari, Prezidentimiz tomonidan O‘zbekistonni dunyodagi

rivojlangan 20 ta davlat safiga kiritish strategik rejasi belgilab berildi. Bu ulkan va olamshumul maqsadga erishishda, O'zbekiston iqtisodiyoti va sanoatini tubdan o'zgartirib, "Industriya 4.0" tamoyillarini keng tatbiq qilinishi lozim bo'ladi.

Albatta, yangi terminlarni muomalaga kiritish va yangi tashabbuslarni e'lon qilish bilan oldimizda turgan muammolarni hal etib bo'lmaydi. Aniq maqsadlarga erishish uchun quyidagi amaliy choralarni ko'rish maqsadga muvofiq deb hisoblanadi:

1. "Industriya 4.0" strategiyasi loyihasining tegishli qismlarini tayyorlash uchun "Fraunhofer-Gesellschaft", "ISO", "DIN", "PTB" va boshqa xorijiy ekspertlarni jalb etish va ular bilan birgalikda Germaniya, AQSh, Kanada, Yaponiya, Xitoy, Janubiy Koreya tajribasini o'rganib, yangi texnologiyalarni joriy etishni qo'llab-quvvatlash yuzasidan qonunchilik asoslari, me'yoriy-huquqiy hujjatlarni tayyorlash.

2. Jamiyatni harakatga keltiruvchi asosiy kuchlar – davlat, oliy ta'lim muassasalari hamda biznes olami vakillarining o'zaro ilmiy izlanishlardagi hamkorligini tizimli ravishda yo'lga qo'yish. Oliy ta'lim muassasalarini asosiy biznes inkubatorlar bo'lishini ta'minlash, bunda, ularda yaratilgan texnologiyalarga tayangan holda talabalar, o'qituvchilar va professorlar yangi korxonalar tashkil etadilar. Davlat esa, o'z zimmasiga venchur investori rolini olishi kerak. Biznes vakillari esa, oliy ta'lim muassasalari bilan birgalikda, o'zlarining va oliy o'quv yurtlarning laboratoriyalarida fundamental va amaliy tadqiqotlarni rivojlantirish vazifasini o'z zimmalariga oladilar.

3. Kelgusi 15-20 yilga mo'ljallangan O'zbekistonning mintaqaviy va hattoki global yetakchiligiga sharoit yaratuvchi Milliy texnologik yuksalish dasturini ishlab chiqib, uni darhol tatbiq qilishni boshlash kerak. Loyihada, zamonaviy oliy ta'lim muassasalari zimmasiga alohida vazifalarni yuklash – bunda ular o'zlari uchun yangi bo'lgan tadbirkorlik funksiyani egallashlari va o'z negizlarida boshqalardan 10-15 yil ilgari ketgan iqtisodiy va madaniy muhitni yaratishlari lozim bo'ladi. Shundagina, oliy ta'lim muassasalari insonlarni o'tmishga emas, balki kelajakka tayyorlay oladilar.

Hozir dunyoda shunday fundamental o'zgarishlar ro'y bermoqdaki, dunyo tarixida bu darajadagi buyuk imkoniyatlar ham, bunchalik katta potensial havflar ham

bo'lmagan. Ayrim tarmoqlar yetakchilarining fikrlash doirasining torligi va "inqilobiy" emasligi, rivojlanish strategiyalarini to'xtatib qo'yishi mumkin. Sun'iy intellekt, robotlashtirish, additiv texnologiyalarning ommalashuvi (ya'ni 3D bosmada hatto metall detallar va ehtiyot qismlarini tayyorlash), nanotexnologiyalar, biotexnologiyalar va boshqa ko'plab narsalar kundalik hayotning ajralmas qismiga aylanib bormoqda.

Agar biz bu o'zgarishlar yetakchilarining safida bo'lishni xohlasak, yaqin yillarda texnologik taraqqiyot qaysi yo'nalishda rivojlanishi va kelajakda qanday olamshumul innovatsiyalar bo'lishi kutilayotganini yaxshi anglay olishimiz hamda ularni yaratishda o'zimiz faol ishtirok etishimiz lozim bo'ladi.

18-mavzu. Raqamli marketing

1. Raqamli marketing asoslari va 4R konsepsiyasi.
2. Raqamli marketingning an'anaviy marketingdan ustunlik tomonlari. Iste'molchi va biznes sektorlari o'rtasidagi hamkorlik munosabatlari.
3. Marketing media vositalari. Samarali veb-tarmoqlarni yaratishdan va ulardan samarali foydalanish.
4. Elektron reklama transformatsiyasi. Reklamaga qilinadigan xarajatlar va daromadlar. Raqamli marketing samaradorligini baholash ko'rsatkichlari.

Raqamli marketing - yangi kontsepsiya. Xaridorlarni jalb qiluvchi har qanday ommaviy axborot vositalariga asoslangan maxsus marketing usullari mavjud. Bugungi kunda raqamli marketing hashamatli emas, balki zaruratdir.

Ishbilarmon doiralar raqamli marketing haqida bahslashmoqda. Raqamli marketing bilan bog'liq bir qator muhim taxminlar mavjud:

"Raqamli" deb aytganda, bu ommaviy axborot vositasi emas, balki qo'llab-quvvatlash texnologiyasi degani emas.

Odamlar reklama haqida ozgina g'amho'rlik qiladilar, lekin ular uchun qiziqarli narsalarga g'amxo'rlik qilishadi. Ular zo'ravonlik xabarlarini bilan bezovtalanmasligi kerak. Ular qiziqqan mavzularda yaxshi javob berishadi.

Investitsiya uzoq muddatli bo'lsa, faqatgina mantiqan to'g'ri keladi. Shunday qilib, investitsiyalar barqaror va uzoq muddatli loyihalarga yo'naltirilishi kerak.

Odamlarni sizning masalalaringizni muhokama qilishga majbur qilish foydasiz. Ularga yaxshiroq quloq soling va ularning munozaralarini chiroyli qiling.

Iste'molchilar ular uchun oldindan tayyorlangan barcha ishlarni bajarishni afzal ko'radi.

Katta binolar raqamli marketing uchun ideal maydonchadir. Muzey, sport stadioni, kontsert zali, tibbiyot yoki savdo markazi - bu binolar ko'plab odamlarni jalb qiladi va mijozlarga o'z vaqtida va foydali ma'lumotlarni taqdim etishi kerak. Hech qanday qog'oz reklama hech qachon etarli bo'lmaydi. Muhim vazifalar quyidagilardir:

Odamlar katta binoda yo'qolmasligi kerak. Shuning uchun o'zlarining pozitsiyalari haqida osongina ingl. Ma'lumotni o'z vaqtida etkazib berish kerak.

Axborot mazmuni moslashuvchan va dinamik bo'lishi kerak.

Raqamli reklama reklama materiallariga (qog'oz, plakatlar, varaqalar va boshqalar) xarajatlarni minimallashtirish demakdir.

Reklama tashuvchilarni, aloqa kanallarining yaxlit tizimini ko'pdan-ko'p ishlatish.

Marketing kampaniyasini oshkora va oson baholash.

Marketing xarajatlarini himoyalash va maksimal reklama samaradorligini kafolatlash.

Bularning barchasi raqamli marketing haqida. Bundan tashqari, media vositalari bezovta qilmasdan mijozlarga ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Ular sotuv nuqtasida joylashgan va sotib olish uchun qarorni kuchaytirishda muhim rol o'ynaydi. Raqamli imo-ishora texnologiyasi, shubhasiz, takroriy tashriflarni jalb qilish va qoniqtirilgan mijozlardan xarid qilinganligi shubhasizdir.

Raqamli marketingning bir qismi sifatida raqamli imo-ishora xizmat ko'rsatish sohasidagi innovatsiyalar ekanligini ta'kidlash kerak. Xarid qilish naqshlarining ta'siri yuqori va reklama boshqa reklama vositalaridan ko'ra samaraliroq. Shunday qilib, sotish ko'rsatkichlarini yaxshilash uchun raqamli tashuvchilarga ko'proq reklama berilishi kerak.

Media rejalashtirish marketing kampaniyasining muhim qismi hisoblanadi. Zo'r investitsiyalash uchun birinchi navbatda "Roy investitsiyalarni qayerda olish" ("Investing on Return)" degan savolga javob berish kerak. Media rejalashtirish ushbu vazifani osonlashtiradi.

"Media rejalashtirish" atamasi 1994 yilda Rossiya Fanlar akademiyasining Sotsialistika institutida "V-nisb" ilmiy-tadqiqot markazi tomonidan o'tkazilgan ikki kunlik seminar davomida paydo bo'ldi. Qisqacha, ommaviy axborot vositalarini rejalashtirish reklamalarni to'g'ri joylashtirish rejasi. Qaerda va qachon reklama iste'molchilarga qanday taqdim etilishi kerak bo'lgan savollarga javob beradi? Qaysi potentsial auditoriya qamrab olinadi va qanday resurslar sarflanishi kerak? Boshqa so'z

bilan aytganda, eng samarali marketing kanallarini tanlashda optimal marketing byudjeti haqida gapiramiz. Kerakli media rejasi ushbu yoki ommaviy axborot makoniga xos ko'pgina omillarni hisobga oladi. Yaxshilangan tadqiqotlar va ikkilamchi ikkilamchi axborotga asoslangan media-rejalashtirish yaxshi maqsadli va samarali bo'lishi mumkin.

Reyting media tomosha qilishning asosiy konsepsiyasi bo'lib, u tomoshabinlarning hajmini taxmin qilishni o'z ichiga oladi. Ta'sir etish marketingning samaradorligi va maqsadli auditoriyaga erishish bilan bog'liq yana bir muhim atama hisoblanadi. Qoplama qanchalik yuqori bo'lsa, reklama xabari shu qadar samarali. Qamrab olish potentsial auditoriyaga taalluqlidir, boshqa bir tushunchaning "erishish" aslida ta'sirlangan auditoriyani ta'riflaydi.

Media rejalashtirish nisbatan yosh fan. U allaqachon indekslar majmuini boshqaradi, ammo keng sharhlarga ochiq. Media rejalashtirish faqat tushunarli bo'lganidek foydali.

Tomoshabinlarni yoritish uchun nostandart yondashuvlar bugungi kunda eng samarali vositadir. Yaxshi misol Buxarestdagi (Ruminiya) Cocor Savatingizga ushbu Markazining ommaviy axborot vositalari oldida. 3300 kvadrat metr bo'lgan bu katta omborxona bir nechta LED ekranlarda reklama, tijorat va o'yin-kulgilarni taqdim etadi. Taxminan, bu kvadrat har oyda sakkiz qatorli yo'l bo'ylab o'tadigan 5,8 mln. Dona haydovchilar tomonidan ko'riladi. Trafik zichligiga qarab aloqa uzunligi 40 soniyadan 3 daqiqagacha farqlanadi. Barcha eshittirishlarning yarmi mahalliy va milliy yangiliklarga - yubileylarga, kalendar bayramlariga, madaniy tadbirlarga, transport sharoitlari haqidagi yangiliklarga va boshqalarga berildi. Qolgan vaqt tijorat reklama uchun. Kontentni boshqarish tizimi barcha LED-displeylarda sinxronlashtirilgan yuqori aniqlikdagi promo-reklamalarni namoyish etish imkonini beradi.

Xitoyda Feniks oroli yana bir yaxshi misoldir. Bu erda 2011 yil 11 yanvarda ommaviy axborot vositalari o'rnatildi va darhol zamonaviy Xitoyning ramzi bo'ldi. Yangi avlod ko'p funktsiyali video texnologiyasi binolarda yoritish effektlari ajoyib va unutilmas taassurot qoldiradi.

Media jabhasi LED texnologiyasiga, elektr tokini juda rangli nurga o'tkazadigan yarim o'tkazgichlarga asoslangan. Boshqa yorug'lik manbalaridan farqli o'laroq, yorug'lik tozaligi, keng rang oralig'i, yuqori ishonchlilik, kuch, yuqori mahsuldorlik, umr davomiyligi (100 ming soatgacha), energiya samaradorligi, yong'in xavfsizligi va ekologik xavfsizlikning yuqori darajasi yaxshiroq. Yuz minglab LEDlar ulkan media old tomoniga joylashtirilgan va tasvirlar va video dasturlarni namoyish etmoqda. Neon belgilaridan farqli o'laroq, yorug'lik muhiti deyarli barcha binoni qoplaydi va kechki soatlarda uning yangi qiyofasini shakllantiradi.

Raqamli imo-ishora bo'yicha reklama xabarlarini ma'lum vaqt va joylarda maqsadli auditoriyaga mo'ljallangan. Statistik nuqtai nazarga ko'ra, amerikaliklarning 70% har oyda joylardagi video ekranlarga va har haftada 52% ga e'tibor berishadi. To'rtta ommaviy axborot kompaniyasida beshta raqamli imzo tashqarisida sotish darajasi 33% ga oshadi. Yomon parametr emas!

Raqamli imo-ishora an'anaviy statik tashqi reklamaga qaraganda ancha yaxshi ekanligini kim tasdiqlaydi? Bu tezkor, moslashuvchan, mijoz talablariga, interfaol va boshqalarga osongina sozlanishi.

Media o'zining va raqamli imo-ishora - bu arxitektura, marketing, axborot texnologiyalari va multimediya bilan birlashtirilganlikning ajoyib namunasi. Ular mediatektura (media va arxitektura), raqamli marketing va ijodiy brendlash uchun ko'plab g'oyalar kabi yangi terminlarni keltirib chiqaradi. Matbuot va raqamli tabelalar asta-sekin ma'naviy eskirgan reklama taxtali va vinil belgilari bilan almashtiriladi. Moskva - reklama bilan o'ralgan odatiy megapolis. Tabiiyki, mahalliy hokimiyat organlari, ayniqsa, shahar markazlarida reklama taxtalari va bannerlarni haddan ziyod foydalanishni taqiqlaydi. Shunga o'xshash tendentsiya barcha Evropa shaharlarida kuzatilmoqda. Bunday sharoitda tashqi reklama, televidenie va axborot terminalining barcha afzalliklariga ega bo'lgan raqamli reklama uchun ehtiyotkorlik bilan investitsiyalashingiz investitsiyalarni himoya qilish tabiiydir.

Raqamli imo-ishoralarning dinamikasi va moslashuvchanligi ushbu texnologiyani dunyoning ko'pgina savdo markazlarida kutib oladi. Bozor

mutaxassislar fikricha, 75% holatda iste'molchilar sotuv nuqtasida kutilmaganda xarid qilish to'g'risida qaror qabul qilishadi. Bu xarid qilishni maqsad qilib olgan dinamik raqamli ekranlar bilan do'kon zinasini to'ldirish uchun yaxshi sabab emasmi?

Ko'rgazma zallarida raqamli imo-ishora monitorlari ham yoqadi. An'anaviy ravishda ko'rgazma maydoni doimiy ko'rgazma va reklama ko'rsatish uchun ishlatiladi. Eksponentlar doimiy ravishda o'zgarib borayotgan va auditoriyani ziyorat qilishlari o'zgaruvchan guruhlariga tegishli bo'lgani uchun, raqamli imo-ishora doimiy o'zgaruvchan reklama mazmuni uchun xarajatlarni kamaytirishga imkon beradigan yagona echimdir. Ko'rgazma kompleksida raqamli reklama yaxshi misol Las-Vegasdagi Jahon bozori markazi.

Zamonaviy xizmat ko'rsatish sohasi raqamli reklama tizimlari uchun potentsial mijoz hisoblanadi. Shunday qilib, raqamli imo-ishoralarning o'sishining ko'lami juda katta.

Media jabhasi - bu ko'plab shaharlarda doimiy xususiyatlarga aylangan raqamli LED ekranlarga nisbatan oldinga qadam qo'yadigan yangi texnologiya. LED texnologiyasi rivojlanib borayotganligi sababli, LED dasturlarining mimarlari va ishlab chiqaruvchilari, shaharlarning kelajagini birgalikda rejalashtirish uchun vaqt keldi.

Media jabhada tortishasiz ingl. Foyda mavjud. Biroq, media-fasad loyihalarining moliyaviy tomoni ham muhimdir. To'g'ri rejalashtirilgan va amalga oshirilgan mediatakam va raqamli imo-ishora loyihalari sukut bo'yicha foydali. An'anaviy bosma reklama usullari bilan solishtirilganda, raqamli reklama ko'p jihatdan kontentni efirga uzatishni oson va moslashuvchan nazorat qilish hisobiga tezroq investitsiyalash (ROI) parametri bilan tavsiflanadi.

Yosh yoshga qaramasdan, ommaviy axborot vositalari va raqamli imo-ishora texnologiyalari ko'plab mutaxassislar tomonidan kelajak texnologiyasi sifatida qabul qilingan. Ushbu tez o'zgaruvchan tendentsiyaga qarshi suzishga kim jur'at qiladi?

OAVning old tomonini tanlash murakkab va qimmatli jarayondir, shuning uchun mijozlar xatolar va tuzoqlarning oldini olishlari kerak. O'quvchilarni bir nechta foydali ko'rsatgich bilan ta'minlashga harakat qilamiz:

Birinchidan, dunyodagi allaqachon tugallangan ommaviy axborot vositalari loyihalarining katta portfelini ko'ring. Bu dasturning turli-tumanligi va hajmini tushunishga yordam beradi.

Shubhasiz, rejalashtirilgan loyiha uchun talablarni shakllantirish. Mumkin bo'lgan barcha cheklovlarni, strukturaviy, ekologik, arxitektura va hokazolarni hisobga oling.

Media fasad loyihasini reklamachining nuqtai nazardan baholash: burchakka masofa, masofa, transport va piyodalar oqimi va boshqalar.

Moliyaviy reja tasdiqlangandan so'ng, dizayn loyihasining birinchi bosqichini - kontseptual dizaynni boshlang.

Arxitektura yoritqichi, grafik yoki rang effektlari, video reklama yoki slayd-shou, kelajakdagi kontentning namunalari, kompaniyangizning korporativ obro'sini qo'llab-quvvatlash, reklama to'lovlarini hisoblash kabi vazifalarni aniq belgilab qo'yish - barcha bu omillar uchun muhimdir. Oldingi (oldindan o'rnatish) bosqichi.

Kelajakdagi loyihangizning eng yaxshi kontseptual dizayni uchun tender e'lon qilish imkoniyatini unutmang. Haqiqiy tenderlardan tashqari siz veb-saytda virtual simulyatsiya tanlovini amalga oshirishingiz mumkin.

Dizayn tugallangach, amaliy fikrlashni boshlashingiz mumkin. Qurilish bosqichida (bu juda uzoq bo'lishi mumkin) siz bu yerda raqamli reklama taqdim etishni taklif qilish uchun odamlarni tayyorlash uchun joyida vaqtincha qattiq ekranli ekran yoki ekranni ijaraga olish haqida o'ylashingiz mumkin. Narxlar loyihani "o'ldirmaydi", lekin tugallangan raqamli tasmani kutayotgan paytda saytingizni targ'ib qilishda foydali bo'ladi.

Tafsilotli texnik hujjatlar va texnik xususiyatlarni ishlab chiqish vaqti.

Sarmoyadorlar va shahar ma'murlari bilan rejani ma'qullagan holda, siz ishlab chiqarish buyurtmasini joylashtirishning ikkinchi (oson) bosqichiga kirishingiz mumkin va aslida media tasnifini o'rnatishingiz mumkin.

Oson ko'rinadi, lekin u albatta emas. Ko'rib va e'tiborga olish kerak bo'lgan ko'plab omillar mavjud. Tabiiyki, malakali mutaxassislar guruhi yordami shart.

Haqiqiy algoritm bilan ham, mijoz doimo odatdagi xatoliklarni yuzaga keltiradi. Quydagilarga e'tibor qaratsangiz, siz ulardan qochishingizni umid qilamiz:

Kelajakdagi ommaviy axborot vositalarining maqsad va vazifalarini tushunganingizga ishonch hosil qiling.

Qurilish muammolari oldini olish uchun texnologiyangizni binoning me'moriy xususiyatlari bilan integratsiyasini o'ylab ko'ring, montaj jarayonini diqqat bilan kuzatib boring.

O'rnatish uchun kerakli uskunani tanlang (kerakli vazifalarni bajarishga qodir) loyiha qayg'u va noto'g'ri tushunchalarni bartaraf etish uchun loyihani qaytadan boshlamasdan oldin tanlang.

Oddiy bir iste'molchi mahsuloti emas: bu kabi loyihalar individualdir. Har bir LED displey ishlab chiqaruvchisi media-jabhani qurishga qodir emas. Ushbu maqsadlar uchun dastlab ishlab chiqarilmaydigan uskunalarni xarid qilmang.

Ekologik masalalar va iqlim sharoitlarini unutmang. Ba'zi ishlab chiqaruvchilar iqlim zonasida atrof-muhitning agressiv bo'lishi mumkinligi haqida hech qanday tasavvurga ega emaslar.

Ishlab chiqaruvchilarni va tizim integratorlarini tajriba va ularning ilgari o'rnatilgan loyihalariga asosan tanlang.

Loyihaning narxini va investitsiyalarni qayta tiklash (ROI) qiymatini baholashda sizning kelajakdagi ommaviy axborot vositalarining yuqori marketing salohiyatini hisobga olsangiz, bu holatda faqatgina yuqori darajadagi daromad kafolatlanadi.

19-mavzu. E-branding

1. Branding - mohiyati va asosiy xususiyatlari. E-brandingning asosiy xususyatlari.
2. Branding texnologiyasi doimiy mijozlarning tovar yoki xizmatga bo'lgan qiziqishlarini yanada oshirishga qaratilgan.

3. Qidiruv tizimlari, kontent reklamalar, internet – PR, onlayn–video, e-mail-marketing, audio reklama va boshqalar.
4. E-brending strategiyalari. Brendni mustahkamlash, qayta pozitsiyalash, mavjud brendni qimmatlashtirish strategiyalari.

Adabiyotlarda “brend” tushunchasining umumiy ta’rifi keltirilmagan, shuning uchun mavjud bo’lganlarning ayrimlarini keltirib o’tamiz.

Brend – raqobatchilardan farqlanish maqsadida aniq sotuvchi yoki sotuvchilar guruhining tovarlari va xizmatlarini belgilash uchun qo’llanadigan so’z, ifoda, belgi, simvol, dizaynerlik ishi yoki ularning kombinatsiyasidir (bu ta’rif Amerika Marketing Assosiatziyasi (American Marketing Assosiations) tomonidan ishlab chiqilgan).

Brend – aniq bir ishlab chiqaruvchining tovarlari yoki xizmatlarini identifikatsiya qilish, shuningdek, uni raqobatchilar mahsulotidan differensiya qilish uchun mo’ljallangan nom, termin, simvol yoki rasm yoki shu elementlarning kombinatsiyasidir (Karl Bondorff, Lindbi biznes kolledji professori, “Modeli i instrumenti marketinga» asaridan olingan fikr).

Brend - aniq tovar yoki kompaniyani identifikatsiya qilish uchun qo’llanadigan noyob ism, simvol, dizayn yoki obrazdir.

Brend – mahsulot xususiyatlari: uning nomi, qadoği, narxi, tarixi, obro’- e’tibori, reklama qilish usulining yigindisidir. Brend - bu xaridorda tovardan foydalangandan keyin qoladigan taassurotlarning kompleksidir (David Ogilvi).

Brend quyidagilarda yordam beradi:

1. Tovarni identifikatsiya qilish, ya’ni tovar islatilishi bilanoq tanilishi kerak.
2. Raqobatchilar mahsulotlaridan ajralish, ya’ni mahsulotni umumiy massadan ajratish.
3. Iste’mochilarda yoqimli obrazni hosil qilish, ya’ni brend ularda ishonch uyğotishi zarur.
4. Tovar bilan boğlangan turli emotsiyalarni jamlash.

5. Xaridorda sotib olish haqida qarorning paydo bo'lishi va tanlovining to'g'riligiga ishonch hosil qilish, ya'ni qabul qilgan qarorining to'g'riligidan qoniqish hissining paydo bo'lishiga yordam beradi.

6. Brend bilan o'z hayoti obrazini assotsiatsiya qiluvchi doimiy xaridorlar guruhini shakllantirish.

Brendning xarakterli xususiyati shundaki, u unga nom bergan tovardan ajralishi va o'zi mustaqil tovarga aylanishi mumkin. Ya'ni haqiqiy brend har doim yuqori bahoga loyiq bo'ladi. Aynan shu masala u yoki bu savdo markasini brend bo'lishi yoki bo'lmasligini hal qiladi. Psixologik nuqtai nazarga ko'ra, insonlar o'zaro reklama kommunikatsiyasiga kirishish va o'z-o'zini namoyon qilish vositasi sifatida ham brenddan foydalanishi mumkin.

Odatda ko'pgina mualliflar "savdo belgisi" va "brend" tushunchalari o'rtasida farq borligini ta'kidlashadi, chunki bu kategoriyalarni tushunishda bir qator chigalliklar mavjud.

Yuridik jihatdan (fuqarolik Kodeksiga ko'ra) "tovar belgisi" tushunchasi mavjud bo'lib, u mahsulot individualizatsiyasining vositasi sifatida belgilanadi, bu belgiga tashkilot yoki mulkdorlik kompleksi ega bo'lish huquqiga egadir. Parij konventsiyasiga ko'ra, tovar belgisi - sotishga ruxsat berilgan har qanday mahsulotning zaruriy atributidir. Tovar belgisi – bu firmaning nafaqat reklamasi, balki u ishlab chiqargan tovar sifati uchun mas'ulligi hamdir. Dunyoda 5 mln.ga yaqin tovar belgilari mavjud. Kundalik nutqda "tovar belgisi"ni ko'proq "tovar markasi" deb atashadi. Shu tariqa, "tovar belgisi" – bu yuridik tushuncha bo'lib, "brend" esa marketing terminidir.

Savdo markasi nomidan, grafik tasvir (logotipdan) va kompaniya (tovar) ning tovushli simvollaridan iborat bo'lib, barcha kompaniyalar savdo markasiga ega. Ammo juda kam kompaniyalar o'z brendlariga egadirlar.

Brendni, o'z navbatida (yuqorida bildirilgan fikrlar asosida), ijtimoiy, emotsional, funktsional va iqtisodiy faktorlarning o'zaro ta'siri sistemasi sifatida qarash mumkin. Bundan shuni xulosa qilish mumkinki, brend – bu ongimizda savdo markasi va mahsulotning u mavjud bo'lgan vaqtda foydalanuvchilarda yuzaga kelgan, emotsional

munosabat bilan bezalgan barcha xarakteristikalarining qo'shiluvidir. Masalan, uyali telefonlar haqida gapirilganda birinchi bo'lib Nokia brendi yodga kelsa, atirlar to'g'risida so'z ochilsa, CHANEL brendi esga olinadi.

Marketing amaliyotida brendlarning bir nechta xususiyatlari borligi ta'kidlanadi.

1. Har bir brend unga xaridorlar va potentsial mijozlar tomonidan berilgan muayan atributlar - funktsional va emotsional assotsiatsiyalarga ega bo'ladi. Brendning atributlari pozitiv ham, negativ ham bo'lishi mumkin, ular bozorning turli segmentlari uchun har xil kuchga ega bo'lishi mumkin.

2. Har bir brend uning mohiyatini belgilovchi bosh, asosiy xarakteristikaga ega bo'ladi (Brand Essence).

3. Brendning barcha atributlari yig'indisi brend bo'yicha mutaxassis yaratadigan va saqlab turadigan brendning individualligini (Brand Identitu) tashkil qiladi. Brendning individualligi brend nimani bildirishi va brend mualliflarining iste'molchilarga nisbatan uzoq muddatli va'dalarini ifodalaydi.

4. Har bir aniq vaqt davomida har qanday brend muayan imidjga ega bo'ladi - bu shu damda iste'molchilar ongida mavjud bo'lgan assotsiatsiyalarning noyob yig'indisidir. Bu assotsiatsiyalar brendning aynan shu paytda nima ifodalayotganini bildiradi, ular brend mualliflarining iste'molchilarga aynan shu paytdagi va'dalaridir. Hususan, brend imidjini reklama kompaniyasi ham shakllantirishi mumkin.

Brend imidji – bu xaridorlarning aynan shu paytda ongida mavjud bo'lgani bo'lsa, brendning individualligi sa uzoq muddatlar bilan bog'lanuvchi tushunchadir.

Taniqlilik darajasi bo'yicha brendlar turlari.

Brend har qanday hodisa kabi iste'molchilar ongiga ta'sir ko'rsatish va ular xohishlarini shakllantirish imkoniyatiga ega.

Kuchli brend – bu shunday brendki (strong brand), uni mazkur tovar kategoriyasi iste'molchilarining 60% yaxshi biladi boshqa markalardan ajratib oladi.

Rivojlanayotgan brendni 30% dan 60% gacha iste'molchilar tanishadi va ajratishadi.

Zaif brend – bu raqobatchilar orasidan 30% iste'molchilar tanib oladigan brenddir.

Brending nazariyasining yirik mutaxassislaridan biri Linn Anshouning fikricha, brend tushunchasi an'anaviy tarzda tushunilayotgan tushunchadan ancha kengdir.

U brendning bozorda o'z o'rniga ega bo'lgan bir nechta tiplari mavjudligini ta'kidlab, quyidagi tasnifni taklif qiladi:

1. Tovarlar brendlari (Produkt brands) – bu bozorda paydo bo'lgan brendlarning eng birinchisidir. Ular brendingning asosi, yadrosi hisoblanadi, chunki ular brendning boshqa tiplariga nisbatan miqdoriy ustunlikka ega va iste'molchilar tomonidan birinchi navbatda eslanadilar.

2. Servis (xizmat) brendlari (Service brands) - bozorda bu brendlar tovarlar brendlariga nisbatan kam, chunki ko'zga ko'rinib, sezish organlariga ta'sir etishi qiyin bo'lgan xizmatlarni chiroyli holda taqdim qilish ancha murakkabdir.

3. Tashkilotlar brendlari (Organizational Brands) – bu korporatsiyalar, notijorat tashkilotlari, siyosiy partiyalar, ta'lim muassasalarining brendlaridir.

4. Voqea-hodisalar brendlari (Event brands) – bu doimiy ravishda sport, shou biznes va san'at olamida yuz beradigan voqea-hodisalar brendlaridir. Bu kabi tadbirlar tashkilotchilari o'z maqsadlariga ko'pincha brendingning an'anaviy instrumentlaridan foydalanish orqali erishadilar. Ishlab chiqaruvchilar o'z mahsulotlarini nufuzli sport turnirini namoyish qilish vaqtidagi tanafuslarda reklama qilishga intilishadi va bu brendning bahosi hisoblanadi.

5. Shaxslar brendlari (Personal Brands) – sportchilar, xonandalar, siyosatchilar, biznesmenlar har doim ham insoniyat jamiyatida mavjud bo'lishgan, ammo ular aynan bugungi kunda boshqa brendlarga o'xshab qolishdi. Ularning brend sifatidagi xususiyati shundaki, ularning mashhurligi o'z faoliya tidan tashqari juda keng sohalarga tarqaladi, sportchilar va siyosatchilar reklamada, xonandalar – kinoda suratga tushadilar, akterlar va biznesmenlar sport musobaqalari o'tkazadilar va b.

6. Geografik brendlar (Geographical brands) - bular shaharlar, mamlakatlar, kurortlardir. Brendning bu turi turistik biznesda juda ommalashmoqda. Masalan, Sent-Mortsdagi toğ-chanği kurorti, Frantsiyadagi Riv era va Seyshel orollari shunday brendlarga misol bo'la oladi.

Brendni yaratish bosqichlari quyidagilarni o'z ichiga oladi:

1. Tadqiq va tahlil qilish. Ishlab chiqarishni rejalashtirishdan avval marketing tadqiqotlarini o'tkazish va mahsulotni baholash lozim, ya'ni mahsulot :

- butunlay yangi;
- ishlab chiqaruvchi uchun yangi (raqobatchilarning harakatiga javob sifatida);
- yangi avlod vakili, yaxshilangan konfiguratsiyaga ega;
- an'anaviy (line extension), assortimentni kengaytiradigan, raqobatchilardan nishani olib qo'yadigan bo'lishini belgilab olish kerak bo'ladi.

2. Strukturasini ishlab chiqish. Brendlar portfelini rivojlantirish strategiyasi yoki brending nuqtai nazariga ko'ra brendlar arxitekturasini ishlab chiqiladi (Promotion).

Portfelning ikkita modeli mavjud: "zontikli", uni yana Branded House deb ham atashadi (brend –tom, umumiy uy), ikkinchisi alohida brendlarning kompleksi - House of Branded (brendlar uyi).

Birinchi vaziyatda barcha kuchlar tovarlarning hamma guruhlarini qamrab oladigan yagona brendni yaratishga qaratiladi. Masalan: Jonson & Jonson (bunda tana va sochni parvarishlovchi vositalar bir nom ostida chiqariladi). Zontikli brendning yorqin namunasi – "Genius" savdo markasidir, u turli asbob-uskunlar, kompyuter sichqonchalaridan tortib skanerlargacha taklif qiladi.

Reklama byudjetining bir yo'nalishga yo'naltirilganligi ham iste'molchilar e'tiborini tortadi. Ba'zida mega brendlarning reklama byudjetlari alohida brendlar byudjeti summasidan yuqori bo'ladi. Firma magazinlari yoki butiklar ("Iv-roshe" kosmetikasi) uchun bu usul optimal hisoblanadi.

Ammo iste'mol bozorida tovarlarni supermarketlar tarmoqi orqali sotish vaqtida bitta peshtaxtada brendning barcha turdagi mahsulotlarini joylashtirish imkoni bo'lmaydi (shampunlar alohida, kremlar alohida joylashtirilishi ma'lum), shunda brend bo'linib ketishga majbur bo'ladi.

Bu kabi megabrendlar rivojida muayyan tavakkalchilik ham mavjud: birgina mahsulotning omadsizligi tovarlarning barcha guruhlariga ta'sir ko'rsatishi va brendni parchalanishi mumkin.

3. Nom tanlash (“Brand –name”). Har qanday brendga nom kerak. U tanlangan segmentga mos kelishi zarur, aksincha bo’lsa, stereotiplarni engish uchun qo’shimcha harajatlar qilishga majbur bo’linadi.

4. Brend imidjini yaratish. (“Brand Image”). “Brend qurilishi” bo’yicha mutaxassislarning ayrimlari (“Brand Building”) “brend-zina”ning quyidagi bosqichlaridan foydalanishni taklif qiladilar:

- identifikatsiya (u nima?)
- ahamiyati (u nima uchun?)
- reaksiya (men u haqida nimani o’ylayman?)
- munosabat (u bilan qanday assotsiatsiyalar bog’liq?).

Kevin Keller esa brendni olti blokdan tarkib toptiradi:

- xarakterli xususiyatlari
- foydalanish xususiyatlari
- imidj
- baholash va his-tuyg’ular
- rezonans (qanday his-tuyg’ular).

Boshqalar nishon qurib, “nishonga otadilar” (brand target, brand wheel) yoki tovarga shaxsiy xususiyatlarni berishga urgu beradilar. Bunda brendga insoniy fazilatlar beriladi va u shu tarzda “jonlantiriladi”.

Turli metodikalarni umumlashtirgan holda brend yaratishning quyidagi algoritmini hosil qilish mumkin:

Taqdim qilinayotgan xususiyatlar bir qator savollarga javob berishi zarur:

1. Nima? Ob'ektning jismoniy va funktsional xususiyatlari. Atributlar.

2. Qanday muammoni hal qiladi? Ob'ektdan foydalanishning ahamiyati. Ustunligi.

3. Kim bilan? Ob'ektdan foydalanish qaysi ijtimoiy guruh bilan yaqinlashtiradi. Personallik.

4. Iste'mol qilishda qanday emotsiyalar kuzatiladi. Nima assotsiatsiya hosil qiladi? Qiymati.

5. Vizual gavdalanirish. Atributlar

Bu bosqichda logotip, qadoqlash, reklama, mahsulotini ishlab chiqishga yo'naltirilgan texnik vazifalar rasmiylashtiriladi, ayrim vaziyatlarda mahsulotning dizayni ham yaratiladi. yana yangi brend kirib borishi zarur bo'lgan savdo makonini ta'riflovchi brif vazifaga ham ehtiyoj seziladi.

Brendni chiqarish (dastlabki qadamni bosish va osish). Bu brend-byuldingdagi eng kop harajat talab qiladigan bosqichdir. U bir nechta davrlarga bo'linadi. Boshlang'ich davr uchun asosiy vazifa osish sur'atini oshirish yoki qisqa davr ichida maksimal darajadagi sotuvga yarishishdan iborat boladi.

Sotishni joriy qilish boyicha texnik vazifalarni hal qilish va infrastrukturani rivojlantirishdan tashqari abl va btl instrumentlarining barcha guruhlari boyicha markani bozorga olib kirish uchun kompleks reklama kompaniyasi ishlab chiqiladi.

Mediarejalashtirish asosiy urguni auditori yani maksimal darajada qamrab olishga e'tibor qaratadi. Tovar aylanishi har qanday vaziyatda osib boradi ("Pivo Pit" 6 oy davomida oborotni 16% ga oshirdi, ammo shu tushunarliki, bu reklamaga emas, balki yangi tovarga bolgan reaktsiyadir). Ammo bu davrda realizatsiya reklamaga bolgan harajatlarni qoplashi mumkin emas, ya'ni bu davrda brend hali sof foyda keltirmaydi.

Massiv reklama kompaniyasi distributiv tarmoqning osishi bilan toliq muvofiqlashtirilishi zarur. Peshtaxtalarda yoq mahsulotni reklama qilish mumkin emas. Shuning uchun brend-menejment, logistika, sotish jarayoni bitta zanjirning halqalari hisoblanadilar.

Yetuklik davri. Asosiy vazifa - uzoq muddat davomida katta hajmdagi sotish darajasini ushlab turish va dividendlar olishni boshlash. Bir tomondan, harajatlarning optimizatsiyasi, pasayishi kuzatilsa, boshqa tomondan turli marketing tadbirlari otkaziladi, tashkilotning barcha zvenolari ishi yaxshilanadi, personal, dilerlar ragbatlantiriladi, foyda olish jarayoni boshlanadi.

Bu davrdagi marketing tadqiqotlari o'zining birinchi xaridini qilganlarga yonaltirilgan bo'ladi. Reklama –informatsion tadbirlar tanlovning to'g'riligiga, imidjni shakllantirishga qaratilgan bo'ladi. Aynan shu davrda doimiy xaridorlarni rag'batlantirish dasturlari ishlab chiqiladi – “brand loyalty”.

Brendning eskirishi (inqirozi). Vaqt o'tishi bilan uchinchi bosqich – pastga qarab ketish bosqichi boshlanadi. Bu muddatning kelishini uzoqlashtirish uchun faqat reklama tadbirlari bilan cheklanib qolmaslik zarur.

Brendni sifatli tarzda rivojlantirish va tovarga xaridor diqqatini jalb qilishning yangidan - yangi usullarni oylab topish zarur bo'ladi. Hayot o'zgarib, yangi ustuvor yonalishlar paydo bo'lmoqda, bozordagi vaziyat o'zgarmoqda.

Brend-menejning asosiy vazifasi pozitsiya tanlash orqali brend kapitalini, brend imidjini yaratish va uni kommunikatsiya vositasiga aylantirishdan iborat. Ularning birinchisi bozorga yonaltirilgan bolsa, ikkinchisi kompaniya ichkarisiga yonaltirilgan. ya'ni brend-menejer ichki marketing instrumentlari vositasida (ham tashkiliy ham kommunikatsion) maqsadlar umumiylikiga va har bir insonning brend kapitalini shakllantirish va natijada brendning bozorda muvaffaqiyat qozonishidagi rolini tushunib yetishiga erishishi zarur. Brend imidjining shakllanishi kompaniyaning har bir xodimiga bog'liq. Shu tariqa, brendning ichki o'rne bu kompaniya ichidagi turli auditoriyalarning (rahbariyat, aktsionerlar, moliyaviy va ishlab chiqarish xizmati, umuman, barcha personal) brendga bolgan munosabati, u haqidagi tasavvurlaridir. Maqsad – kompaniyaning har bir xodimini brend g'oyasining tashuvchilariga aylantirishdir.

20-mavzu. Iqtisodiyotning ayrim tarmoq va sohalarida elektron biznesni amalga oshirish

1. Ishlab chiqarish sohasini raqamlashtirishning asosiy ustunliklari.
2. Xalq iste'moli tovarlari ishlab chiqarishda raqamli biznesni amalga oshirish imkoniyatlari. Agrar sohani raqamlashtirishning xususiyatlari.

3. Xizmatlar ko'rsatishni raqamlashtirish. E-bank tizimini rivojlantirish. Raqamli moliya tizimi, moliyaviy aktivlar.
4. E-logistikaning xususiyatlari. Turizm xizmatlari sohasini raqamlashtirishning dolzarb masalalari.
5. O'zbekistonda "Aqlli shahar konsepsiyasi"ning rivojlanishi.

Elektron tijorat – bu Internet orqali sotish va sotib olishdir. Uning imkoniyatlari turli tuman. Internet yordamida o'zingizga zarur kitob, kiyim, yoki kompyuter va xattoki oziq - ovqat mahsulotlarini xarid qilishingiz mumkin. Xo'sh Internet qanday imkoniyatlarni yaratadi ? Bu texnologiya bir necha yillar davomida ravnaq topdi. Undan Dell, Cisco, IBM, HP, Oracle, Microsoft va Sun kompaniyalari juda keng ko'lamda foydalanishadi. Cisco kompaniyasi mahsulotlarni sotish faoliyatining $\frac{1}{4}$ qismini Internet orqali amalga oshiradi. Internetdan foydalanish sotuvchilarga qo'yidagi imkoniyatlarni beradi. O'zining maxsuloti va tovarini xalqaro va regional darajada reklama qilish. Bundan tashqari reklama o'z ichiga umumiy tariflar bilan birgalikda, tovarning rasmini, sotuvchi taklif qilayotgan chigirmalar hamda qo'shimcha ma'lumotlarni olishi mumkin

- Qo'shimcha biznes sheriklar orttirish maqsadida o'zining korxonasini reklama qilishi mumkin.

- Bozordagi narxlarni o'zgarishini tezkor kuzatib borishi mumkin;

- Invisrlar topish maqsadida o'zining loyixalarini reklama qilishi mumkin;

- Sotilayotgan tovarlar uchun internetdan buyurtma qabul qilish tizimini yaratishi mumkin;

- Elektron pochta orqali sotuv vakillari bilan tezkor aloqa o'rnatish xamda biznes bo'yicha sheriklarni malumotlariga to'g'ridan to'g'ri kira olish imkoniyati yaratiladi. Sotib oluvchiga esa:

- Kerakli tovarni sotadigan korxonani tezkor topish;

- Bozordagi narxlar bilan tanishish, hamda kerakli tovarni sotadigan va narxi kanoatlantiradigan sotuvchini topish;

- Elektron pochta yordamida sotuvchi – firmaga aniq surovlar yuborish hamda javob olish;

-Tovar buyurtma qilish;

- Ekspiditor va transport xizmatini ko'rsatuvchilarni tanlash;

-Yukni olib kelishini buyurtma qilish;

- Tulovlarni amalga oshirish v.b.

Sotuvchilar ham, sotib oluvchilar ham, Internetdan o'zlariga kerakli ma'lumotlar manbai sifatida foydalanishlari mumkin. Internetning tuzilishi xar doim takomillashtirilmoqda, imkoniyatlari esa kengaymoqda. Xozirda "Internet Help" deb nomlangan umuman yangi qidiruv tizimi yuzaga kelgan. Bu tizimning yangiligi shundaki, foydalanuvchi kerakli surovlarni oddiy tilda (yoki shevada) beradi. Bu surovnomalarni qabul qilgan operator shu surovnomaga taaluqli WEB-manzillarni yuboradi. Bugungi kunda Internet jadal tarzda nafaqat kompyuter texnikasi, balki boshqa texnologik jixatdan murakkab bo'lgan tovarlarni (televizorlar, telefonlar) ishlab chiqaradigan korxonalarga ham kirib bormoqda. Bunday korxonalarning maqsadi – uy-jixoz bozori imkoniyatlaridan to'liq foydalanish. Shu sababdan kompyuter va mobil telefon texnologiyalaridan keng foydalaniladi, hamda virtual reallikga kirib borish vositalarini narxi tushiriladi, bu esa ma'lumotlarga Internet orqali etishishni iqtisodiy imkoniyatini oshiradi. Natijada alternativ qurilmalarni afzalliklarini yo'qqa chiqishiga olib keladi. Misol tariqasida, Microsoft kompaniyasi muxandislari oldiga qo'yilgan masalalarni olishimiz mumkin: kompyuterni inson ovozi yordamida boshqarish, kompyuterlarda tasvir sifatini oshirish v.b. Elektron to'lov texnologiyasi Sotib oluvchi sotuvchi bilan pul o'tkazish yo'li bilan xisoblashishi jarayonida nakd pul ishtirok etmaydi, faqatgina sotib oluvchi xisob raqamidan sotuvchining xisob raqamiga pul ko'chiriladi. Pul o'tkazish yordamida xisob kitob qilishni bir necha usuli mavjud (bankdan pul o'tkazish, bank kartasi erdamida xisob- kitob qilish, cheklar va shunga o'xshash usullar). Istagan maqsadda bankdan po'l o'tkazish operatsiyasi tranzaktsiya deb nom olgan (lotinchadan transaction- kelishuv, shartnoma ma'nosini anglatadi). Tranzaktsiya – bu bank kartaning egasi tomonidan ruxsat berilganda, bank kartaning

egasiga xizmat ko'rsatish uchun tizim katnashchisidan katnashchiga uzatiladigan, tizim qatnashchilari tomonidan yaratiladigan ma'lumotlar ketmaketligidir.

Tranzaktsiya qo'yidagi asosiy xossalarga ega:

- Bo'linmaslik;
- Izolyatsiyalangan;
- Ishonchliligi
- Karta egasi va xizmat ko'rsatuvchilar orasidagi aloqa.

Tranzaktsiyaning bo'linmasligi – yani tranzaktsiya operatsiyalarini hammasini bajarish kerak yoki bitta ham operatsiya bajarish kerak emas. Tranzaktsiyaning kelishilganligi - yani ma'lumotlar bazasidagi kartalar, xisob raqamlari xaqidagi ma'lumotlar o'zgartirilmaydi.

Tranzaktsiyaning izolyatsiyalanganligi – bir tranzaktsiya boshqa tranzaktsiyalarga bog'liqligini ko'rsatadi. Tranzaktsiyaning ishonchliligi quyidagida ko'rinadi, tugallangan tranzaktsiya o'zidan so'ng tiklanishi mumkin, tugallanmagan tranzaktsiya esa bekor qilinadi.

Karta egasi va xizmat ko'rsatuvchilar orasidagi aloqa deb shunday aloqa nazarda tutilganki, uning natijasida karta egasining xisob raqamida qandaydir o'zgarish ro'y beradi. Elektron to'lov ko'p tomondan, oddiy dukonlarda ishlatiladigan telefon orqali tovarlarni buyurtma qilishni eslatadi. Farqli tomoni shundaki, elektron tulov jarayoni sotib oluvchining kompyuteri hamda sotuvchining WEB-serveri orqali amalga oshiriladi. Elektron to'lovlarni amalga oshirish tizimi Ushbu rasmdan ko'rinib turgandek, sotib oluvchi brouzer yani dastur yordamida tovar sotuvchining WEB-serverida joylashgan formani tuldirib kerakli buyurtmani amalga oshiradi. Ko'pgina sotuvchilarning WEB- serverlarida buyurtma qoldirish uchun muljallangan formalar mavjud. To'ldirilgan forma sotuvchining serverida joylashgan ma'lumotlar bazasiga kiritiladi. Elektron to'lov tizimi o'z ichiga quyidagi xisoblashish ko'rinishlarini oladi:

- Bank kartalari;
- Elektron cheklar;
- Raqamli pullar;

-Elektron pullar.

Bank kartalari katta va o'rta miqdordagi to'lovlarni amalga oshirish uchun ishlatiladi. Elektron cheklar esa asosan kichik miqdordagi, tez amalga oshirilishi kerak bulgan to'lovlarni amalga oshirish uchun ishlatiladi. Elektron pullar, ya'ni pullarni elektron ko'rinishda uzatish nazarda tutilmoqda, asosan katta miqdordagi tulovlarni amalga oshirish uchun ishlatiladi. Bank kartalari - bu intellectual kartalarning bir turidir.

Intellektual karta - umumiy termin bo'lib, ishlatilish maqsadi, xizmat ko'rsatish to'plamlari, texnik imkoniyatlari, ishlab chiqargan instituti bilan farqlanadigan hamma kartalarni o'z ichiga oladi. Intellektual kartalarning o'ziga xos tomoni shundaki, ular amaliy dasturlarda ishlatiladigan ma'lumotni o'zida saqlaydi. Bunday kartalarni binoga kiruvchi kalit, kompyuterga kiruvchi kalit, xaydovchilik guvohnomasi sifatida ishlatish mumkin. Interaktiv moliyaviy amallar Internet paydo bulgandan beri iqtisodiy-moliya jarayonlari global miqyosdaortib bormoqda. SHu vaqtning o'zida moliyaviy muxitning dinamikasi kuchayishi uning barqarorligini susaytirmoqda, bu esa o'z navbatida inkirozga uchrash darajasini oshirada. Moliyaviy muxit o'z ma'nosiga ko'ra maksimal axborotlashgan va virtuallashgandir. SHu sababdan Internet texnologiyalari bank ishiga hamda brokirlik xizmatlariga singdirilmoqda. Yangi telekommunikatsiya qurilmalari moliyaviy operatsiyalarni tez va kam xarajatlar evaziga amalga oshirishni ta'minlaydi. Sotib oluvchi Brouzer sotuvchi server Tranzaktsiyani boshqarish shlyuz Alishtirish sotuvchi banki Aniqlash va hisob kitob Bank ishiga Internetni singdirish uch xil yo'ldan bormoqda:

- Bankning va boshqa xujjatlarni elektron qayta ishlash;

- Tulov tizimini kompyuterlashtirish, yani tulov operatsiyalarini kompyuterlar orqali amalga oshirish;

- Bankning ishchi stantsiyalari o'rtasida aloqani o'rnatish uchun telekommunikatsiya tizimlaridan foydalanish. Ixtiyoriy tadbirkor o'ziga xizmat ko'rsatish uchun bank tanlayotganda "Qulay, Ishonchli, Foydali" degan qoidaga rioya qiladi. Bu esa uning etiborini beixtiyor banklarning kompyuterlashtirilganiga va

Internet-bank ishiga tushadi. Internet-bank ishi bu ma'lumotlar bazasi, dasturlar va boshqa qurollarning yig'indisidan iborat bo'lib, ma'lumotlarni bir joyga to'plash hamda ulardan Internetga ulangan kompyuterlardan foydalanish imkonini berish. Internet- bank ishini O'zbekiston Respublikasida tashkil qilish yo'nalishi va ular uchun ishlatiladigan dasturlar tijorat banklarining ravnaqiga va davlatning moliyaviy siyosatida muxim o'rin tutishi lozim. SHu maqsadda bank ishi sohasida kata yutuqlarga erishgan davlatlar tajribasini o'rganishimiz lozim. Elektron tijorat va elektron to'lov tizimi Elektron savdo- sotiqning yaratilishiga 1970 yilda AQSH da ma'lumotlarni kompyuter tarmoqlarida elektron ko'rinishda – EDI (Electronic Data Exchange) va banklar orasida pullarni elektron almashishning paydo bo'lishi asos bo'ldi. Internetni rivojlanishi xamma savdo- sotiq bilan shug'ullanadigan firmalarning hamda mijozlarning bu texnologiyaga bulgan qiziqishi tezda ortdi. Internet subyekt darajasida elektron savdo-sotiqni rivojlanishiga olib keldi. Kichik korxonalar va shaxslar, o'zlarining tijorat kelishuvlari va boshqa turdagi operatsiyalarini electron rejimda, ya'ni aniq vaqt (on-line) rejimida – pul almashtirish bankomatining ishlash rejimida olib borishadi. Bankomat bilan prossing markaz o'rtasida bo'ladigan hamma operatsiyalar va xisob raqamlar bo'yicha tranzaktsiyalar real vaqt birligida amalga oshiriladi.

Elektron savdo - sotiq asosida yangi savdo- sotiq korxonalarini –electron dukonlarni yaratmoqda, rakobatning kattaligi sababli ularda yangi turdagi xizmatlar va tovarlar paydo bo'lmoqda. Elektron savdo- sotiq asosiy momenti bo'lib tovarlarni Internetda aylanishixisoblanadi. Tovarning aylanishi, uni sotishga muljallangan tuliq kompleks tadbirlar asosidaamalga oshirilishi lozim. Ular axborotni ishlab chiqish va ishlatish, reklama tadbirlari va shunga o'xshash tadbirlardir. Tovarning Internetda aylanishining quyidagi usullari bor.

- Bannerlar orqali reklama
- Offlayn reklama
- Qidiruv tizimlariga va kataloglarga ro'yxatga o'tish orqali reklama Bannerlar orqali reklama. Banner (inglizcha banner – katta xarflar bilan yozilgan sarlavxa)

reklama beruvchining WEB-saxifasi bilan giperssilka orqali bog'langan aniq ko'rinishga ega rasmdir. Bannerlarning qo'yidagi o'lchovlari keng tarqalgan: 468x60, 400x50, 88x31. Offlayn reklama. Offlayn reklama bu Internet- kompaniyalarning tovarlarini radio orqali reklama qilishdir. Boshqacha qilib aytganda, Internet-kompaniyalar o'zining ishlash jarayonida o'z etiborlarini asosan radio, televizion, bosma reklamaga qaratishadi. YAngi elektron markani yaratish va firma imidjini orttirish uchun radioreklama juda xam mos xisoblanadi. Sababi radioreklama auditoriyasida 35-55 yoshgacha bo'lgan insonlar sanaladi. Qidiruv tizimlariga va kataloglarga ro'yxatga o'tish orqali reklama.

Katalog – bu tovarlarni topishga oson bo'lishi uchun bir tartib qilib yig'ilgan va spravochnik ko'rinishida chiqarilgan nashr. Kataloglar odatda bir necha katalog ostilarga bo'linadi, ular esa o'z navbatida direktivalarga ajratiladi. Bunday kataloglarda ro'yxatdan o'tish uchun kerakli ularning WEB saxifasida ko'rsatilgan amallarni bajarish kerak.

Elektron savdo-sotiqning barqarorligi ko'p xollarda axborot oqimining doimiyligi bilan aniqlanadi. Firma Internet orqali elektron savdo- sotiq bilan shug'ullansa, unda bu firma o'zining raqobatbardoshligini oshiradi. SHu bilan bir qatorda firmaning xizmat ko'rsata olish chegaralari ancha kengayadi. Interaktiv biznesni qullab-quvvatlanishini asosiy faktori sifatida kelishuvlarni va moliyaviy operatsiyalarni bajarish uchun juda kam vaqt ketadi.

Internet – logistika Logistika qo'yidagi oqimlar bilan ishlaydi.

-Tovar ko'rinishida maxsulotlar oqimi yoki material oqim

-Xizmatlar oqimi

- Axborot oqimi

- Turistlar oqimi

- Ishchi kuchi oqimi

- Bank maxsulotlari oqimini, sug'urta oqimini, investitsion oqimini o'z ichiga oluvchi moliyaviy oqim . Biznes-logistika yuqorida aytilgan oqimlarni boshqaradi. Boshqacha qilib aytganda, berilgan vaqtda aniq tovarni talab va taklifni koordinatsiya

qilish va xarakatiga yordam beruvchi su'bekti ishining menejmentidir. Biznes – logistika kontsepsiyasi menejmentning integral quroli sifatida 1960 y. AQSHda yaratilgan. SHu yo'l bilan logistika fani , biznes-logistikani tariflovchi amaliy ishi uchun nazariy asos bo'lib xizmat qiladi. Internet rejimida biznes-logistika, tadbirkor shaxs va kompyuter o'rtasida birgalikdagi biznes-logistika amallari asosidagi logistikani tashkil qiladi. Bunday logistika "Internet biznes-logistika" yoki qisqa qilib "Internet - logistika" deb ataladi. Internet logistikaga kompyuter, protsessor va internet yaratilganda asos solingan.

Jadal o'zgarayotgan zamonaviy bozor sharoitida kompaniyalar raqobatdoshligi, ko'p jihatdan, axborot tizimlarining qulayligi, aloqa va ma'lumot uzatish imkoniyatlariga asoslanayotgani hech kimga sir emas. Binobarin, mamlakatimizda elektron tijoratni rivojlantirishga alohida e'tibor qaratilmoqdaki, bu masofani qisqartirish, vaqtni tejash hamda ish samaradorligini oshirishda ayni muddaodir. Xususan, bugungi kunda bank xizmatlari, elektron to'lovlarning yangi turlari hayotga tatbiq etilayapti, to'lov amaliyoti soddalashtirilayotir. Bularning barchasi, jumladan, axborot texnologiyalari taraqqiyotining hozirgi bosqichi sohaga oid huquqiy poydevorni yanada takomillashtirishni taqozo qilmoqda. Ayni paytda Oliy Majlis Qonunchilik palatasida "Elektron tijorat to'g'risida"gi qonun loyihasi yangi tahrirda ko'rib chiqilayotganining boisi ham shunda. Mazkur huquqiy hujjatning ahamiyati, mazmun-mohiyati haqida quyi palataning Axborot va kommunikatsiya texnologiyalari masalalari qo'mitasi a'zosi Ulug'bek SAMATOV muxbirimizga quyidagilarni so'zlab berdi:

- Yurtimizda elektron tijorat jabhasidagi munosabatlarni tartibga solish maqsadida mustahkam normativ-huquqiy baza shakllantirilgan. Jumladan, "Axborotlashtirish to'g'risida", "Elektron to'lovlar to'g'risida", "Avtomatlashtirilgan bank tizimida axborotni muhofaza qilish to'g'risida", "Elektron hujjat aylanishi to'g'risida", "Elektron tijorat to'g'risida"gi va boshqa qonunlar qabul qilingan. Shu asosda elektron bank hujjat aylanishi, elektron plastik kartochkalar kabi tizimlar amaliyotga izchil joriy etilayapti. Ularning afzalliklari esa hamyurtlarimiz tomonidan

munosib baholanmoqda. Mazkur qulayliklar ko'magida xo'jalik sub'yektlari bilan fuqarolar o'rtasida tijorat amaliyotlari tezkor va samarali bajarilayotir, buyurtmachilar bilan tovar yetkazib -beruvchilar o'rtasidagi o'zaro munosabatlar sifat jihatdan yangi bosqichga ko'tarilmoqda. Shunday ekan, shubhasiz, tadbirkorlar zamonaviy axborot-kommunikatsiya xizmatlari yordamida dunyoning istalgan davlatidan hamkor topishi, o'z imkoniyatlarini to'liq ro'yobga chiqarishi mumkin. Shu o'rinda hozirgi vaqtda mamlakatimizda yuzdan ortiq tijorat -maydonlarida 700 dan ziyod brokerlik idoralari birja savdolarini elektron tarzda ham amalga oshirayotganini alohida qayd etish lozim. "Elektron tijorat to'g'risida"gi qonun loyihasining yangi tahriri ushbu yo'nalishni yanada takomillashtirishga qaratilgani bilan ahamiyatlidir. U tadbirkorlikni yanada taraqqiy toptirish va ishbilarmonlik muhitini yaxshilash uchun qo'shimcha sharoitlar yaratib berish, shuningdek, xalqaro standartlarga mos texnologik bozor infratuzilmasini -tashkil etishga xizmat qiladi. Qonun loyihasida tijoriy takliflar, elektron tijorat kelishuvlari va shartnomalari ijrosi bilan bog'liq hisob fakturalari hamda boshqa hujjatlarni nafaqat qog'ozda, balki elektron shaklda ham rasmiylashtirishga doir norma nazarda tutilayapti. Bu esa elektron bitimlarni rasmiylashtirish va ularni amalga oshirish taomillarini osonlashtiradi, tijorat amaliyotlari shaffofligini oshiradi, tovar hamda xizmatlar sotib oluvchilarga tegishli narxlar, sifat va yetkazib berish shartlari haqidagi -ma'lumotlarni zudlik bilan olishlari uchun sharoit yaratadi. Yana bir yangilik shuki, bu elektron tijorat sub'yektlariga elektron bitimlar tuzish xizmatlarini taqdim etadigan axborot vositachilari tarkibini kengaytirish bilan bog'liq. Bundan tashqari, qonun loyihasida elektron tijoratning axborot xavfsizligi hamda uning ishtirokchilariga tegishli shaxsiy ma'lumotlarni muhofaza qilish ta'minlanishi masalasiga alohida e'tibor qaratilmoqda. Ushbu huquqiy hujjatning qabul qilinishi kichik biznes vakillarining ichki va tashqi bozorda yanada kuchli raqobatdosh bo'lishida muhim ahamiyat kasb etadi. O'z navbatida, davlat organlari hamda xo'jalik sub'yektlari faoliyatida axborot texnologiyalarini qo'llash, ular tomonidan xarid amaliyotlarini elektron shaklda amalga oshirish imkoniyatlarini kengaytiradi.

Istiqlol yillarida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik mamlakatimizda yetakchi kuchga aylandi. Tadbirkorlik faoliyatini amin-erkin yuritish uchun sun'iy to'siqlar olib tashlandi. Shu maqsadda samarali tadbirlar amalga oshirildi. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari yordamida savdo va xizmat ko'rsatish turlarining keng joriy etilishi qulay ishbilarmonlik muhitini shakllantirish bilan bir qatorda biznesni rivojlantirishda ham muhim omil bo'lmoqda. Bu esa, o'z navbatida, tadbirkorlar ishlab chiqargan mahsulotlar va ko'rsatayotgan xizmatlarning jahon bozorida yanada raqobatbardoshligi hamda sifatining oshishiga xizmat qiladi. O'zbekiston Respublikasining "Elektron tijorat to'g'risida"gi qonuni loyihasi (yangi tahrirda) elektron tijoratni rivojlantirish uchun huquqiy, iqtisodiy, tashkiliy va texnik sharoitlar yaratib beradi. Shuningdek, elektron shartnomalarni rasmiylashtirish va ijro etish jarayonlarini yengillashtiradi. Elektron tijoratni qonunchilik asosida tartibga solish maqsadida 2004 yilda "Elektron tijorat to'g'risida"gi, 2005 yilda "Elektron to'lovlar to'g'risida"gi qonunlar qabul qilingan. O'tgan vaqt mobaynida axborot texnologiyalari, iqtisodiy jarayonlar rivojlandi. Elektron tijoratning yangi-yangi imkoniyatlari ochildi. Shuning uchun mazkur sohadagi munosabatlarni tartibga soluvchi me'yoriy-huquqiy hujjatlarni qayta ko'rib chiqish, yanada takomillashtirish zarurati paydo bo'ldi. Yangi tahrirdagi "Elektron tijorat to'g'risida"gi qonun loyihasi shu maqsadda ishlab chiqilgan. Ushbu hujjat parlamentda deputatlar, mutaxassislar tomonidan qizg'in muhokama qilinmoqda, turli fikr-mulohaza va takliflar bildiril-yapti. Shunga alohida e'tibor qaratish kerakki, elektron tijorat tizimida mablag'lar tez aylanadi, moliyaviy operatsiyalar qisqa fursatda bajariladi. Bu esa korxona-tashkilotlar, tadbirkorlik subyektlari, umuman, mamlakat iqtisodiyotini mustahkamlaydi. Ishchi-xodimlarning moddiy ta'minoti yaxshilanadi, pul mablag'lari aylanishining tezlashuvi esa aholi ish haqi, pensiya va boshqa ijtimoiy to'lovlarni o'z vaqtida to'lanishiga imkon beradi. Bir so'z bilan aytganda, elektron tijorat rivoji naqd pulsiz hisob-kitoblar, to'lov tizimi samaradorligini ta'minlaydi. Bundan aholi katta naf ko'radi, albatta. Qonun loyihasida elektron tijorat istiqboli bilan birga, axborot sohasini rivojlantirish ham e'tiborga olingan. Jumladan, unda telekommunikatsiya tizimi

operatorlari, bank elektron tanlov, auksion va yarmarkalar tashkil etish bilan shug'ullanuvchi yuridik shaxslar istiqboliga oid normalar o'z aksini topmoqda. Qonunning yangi tahriri, birinchi navbatda, elektron shartnomalarni tuzish mexanizmlarini soddalashtirishga qaratilgan. Uning qabul qilinishi qo'shimcha mablag'lar sarf etilishiga, davlat daromadlari xarajatlarining ortib ketishiga olib kelmaydi. Ushbu qonun loyihasi mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishga, iste'molchilar bilan ishlab chiqaruvchilar o'rtasidagi o'zaro aloqalarni yangi bosqichga olib chiqishga, xo'jalik yurituvchi subyektlar xususan, kichik biznes va tadbirkorlik subyektlari faoliyatida elektron tijorat imkoniyatlaridan samarali foydalanish, ularning raqobatbardoshligini oshirish va yuqori iqtisodiy natijalarga erishishda mustahkam asos bo'ladi. Qonun loyihasi qabul qilinganidan so'ng, elektron tijoratda bitimlarni tuzish, ijro etish, hisobini yuritish va nazorat qilish ishlari soddalashtiriladi. Jumladan, shaxsiy imzoning muqobil turlarini qo'llash, elektron tijoratda tuziladigan bitimlar bo'yicha elektron hujjatlar va boshqa axborotlarni saqlash, muomalada bo'lish qoidalari, bitimlarni ijro etishda hisob varaq-fakturalar, yuk xatlari, dalolatnomalarga doir elektron hujjatlarni rasmiylashtirish mexanizmlari bo'yicha me'yoriy hujjatlar ishlab chiqilishi, shuningdek, ayrim qonunosti hujjatlariga o'zgartish va qo'shimchalar kiritilishi ko'zda tutilgan. Xalqaro amaliyotga mos ravishda ishlab chiqilgan qonun loyihasi elektron tijoratning asosiy yo'nalishlarini huquqiy tartibga soluvchi barcha sohalarni qamrab olgan. Unda elektron tijorat sohasida davlat siyosati, mahsulot savdosi va xizmat ko'rsatish bilan shug'ullanuvchilarning ichki korporativ munosabatlari, ularning iste'molchilar va hamkorlar bilan o'zaro aloqalari o'z aksini topgan. Mazkur qonunning qabul qilinishi hamda respublikada elektron tijoratni yanada keng joriy etilishi quyidagilarga imkon yaratadi:

— savdo operatsiyalarini amalga oshirish bo'yicha xarajatlar (tranzaktsion xarajatlar)ning kamayishiga, elektron tijorat subyektlarining bir-biridan geografik uzoqligi bilan bog'liq muammolar hal etilishiga;

— sotuvchilar va xaridorlar o'rtasida to'g'ridan-to'g'ri tezkor ravishda shartnomaviy munosabatlarni o'rnatish uchun sharoit yaratishga, shu jumladan,

bozorda yangi ishtirokchilarning paydo bo'lishiga (bunday sharoitda kichik biznes subyektlari xalqaro bozorda ham samarali raqobat qilishlari mumkin);

— axborot tarmoqlari vositasida elektron savdo qilishda operatsiyalarning shaffofligi oshishiga, bu esa sotuvchilar va xaridorlarga qisqa fursatda narxlar, sifat va tovarni yetkazib berish bilan bog'liq har xil raqobatchilar taklif etgan ma'lumotlarni olish imkonini beradi;

— elektron tijoratda bitimni ijro etish mexanizmlarini takomillashtirish va tartib-taomillarini soddalashtirish hamda tuzilgan bitimlar doirasida sotib olinadigan tovar mahsulotlari haqini yetkazib berilgan manzilda to'lash imkoniyatlarini beradi;

— elektron tijoratda eksport-importga qaratilgan bitimlar tuzilishini nazorat qilish va hisobini yuritish mexanizmlarini takomillashtirish va tartib-taomillarini soddalashtirish orqali xal-qaro bitimlarni tuzishda elektron kontent va tovarlarni bojxonada rasmiylashtirish tartiblarini soddalashtirish;

— elektron tijorat hajmini oshirish maqsadida ushbu sohadagi tadbirkorlik faoliyati uchun soliq yuklarini kamaytirish orqali davlat tomonidan qo'llab-quvvatlashni kuchaytirish.

O'tgan vaqt mobaynida Oliy Majlis Qonunchilik palatasining Axborot va kommunikatsiya texnologiyalari masalalari qo'mitasi huzurida tuzilgan ishchi guruhi tomonidan mazkur qonun loyihasini takomillashtirish maqsadida o'ndan ortiq yig'ilishlar o'tkazildi. Ularda vazirlik va idoralardan kelib tushgan taklif va mulohazalar o'rganildi. Qonun loyihasini Qonunchilik palatasiga ikkinchi o'qishga tayyorlash uchun "Normativ-huquqiy hujjatlar to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasi qonuni va qonunchilik texnikasi talablariga muvofiqlashtirib borildi.

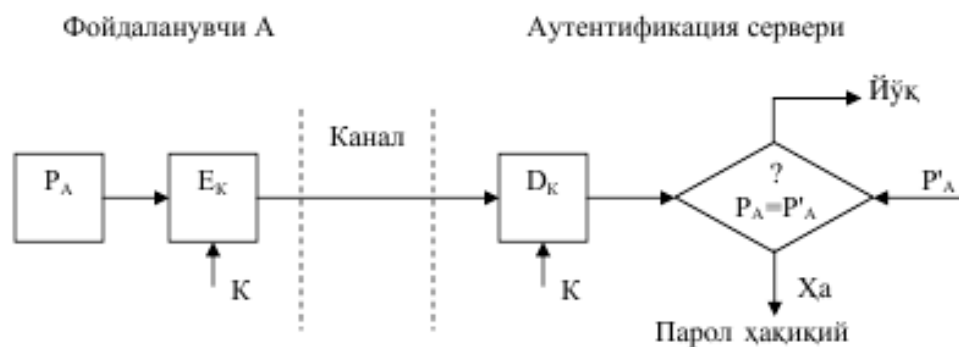
21-mavzu. Elektron biznes va elektron tijoratni boshqarish muammolari

1. Axborot xavfsizligini ta'minlashning muammolari. Raqamli xavfsizlik masalalari va uni ta'minlash yo'llari.
2. Internet tarmog'idagi firibgarlik turlari va ularni aniqlash yo'llari. Elektron pochta orqali firibgarlik. Spamlar. Axborotlarni o'g'irlash, kiber-hujumlar. G'irrom raqobat.
3. Raqobat razvedkasi xususiyatlari. Sanoat josusligi. SHaxsiy ma'lumotlarni himoya qilish.
4. Intellektual mulk ob'ektlarini himoya qilish tizimi. Internet tarmog'idagi firibgarlik muammolarini hal qilish yo'llari.

Autentifikatsiyaning keng tarqalgan sxemalaridan biri oddiy autentifikatsiyalash bo'lib, u an'anaviy ko'p martali parollarni ishlatishi-ga asoslangan. Tarmoqdagi foydalanuvchini oddiy autentifikatsiyalash muolajasini quyidagicha tasavvur etish mumkin. Tarmoqdan foydalanishga uringan foydalanuvchi kompyuter klaviaturasida o'zining identifikatori va parolini teradi. Bu ma'lumotlar autentifikatsiya serveriga ishlanish uchun tushadi. Autentifikatsiya serverida saqlanayotgan foydalanuvchi identifikatori bo'yicha ma'lumotlar bazasidan mos yozuv topiladi, undan parolni topib foydalanuvchi kiritgan parol bilan taqqoslanadi. Agar ular mos kelsa, autentifikatsiya muvaffaqiyatli o'tgan hisoblanadi va foydalanuvchi legal (qonuniy) maqomini va avtorizatsiya tizimi orqali uning maqomi uchun aniqlangan xuquqlarni va tarmoq resurslaridan foydalanishga ruxsatni oladi.

Eng keng tarqalgan usul — foydalanuvchilar parolini tizimli fayllarda, ochiq holda saqlash usulidir. Bunda fayllarga o'qish va yozishdan himoyalash atributlari o'rnatiladi (masalan, operatsion tizimdan foydalanishni nazoratlash ruyxatidagi mos imtiyozlarni tavsiflash yordamida). Tizim foydalanuvchi kiritgan parolni parollar faylida saqlanayotgan yozuv bilan solishtiradi. Bu usulda shifrlash yoki bir tomonlama

funktsiyalar kabi kriptografik mexanizmlar ishlatilmaydi. Ushbu usulning kamchiligi - niyati buzuvchi odamning tizimda ma'mur imtiyozlaridan, shu bilan birga tizim fayllaridan, jumladan parol fayllaridan foydalanish imkoniyatidir.



Oddiy autentifikatsiyani tashkil etish sxemalari nafaqat parollarni uzatish, balki ularni saqlash va tekshirish turlari bilan ajralib turadi. Eng keng tarqalgan usul — foydalanuvchilar parolini tizimli fayllarda, ochiq holda saqlash usulidir. Bunda fayllarga o'qish va yozishdan himoyalash atributlari o'rnatiladi (masalan, operatsion tizimdan foydalanishni nazoratlash ruyxatidagi mos imtiyozlarni tavsiflash yordamida). Tizim foydalanuvchi kiritgan parolni parollar faylida saqlanayotgan yozuv bilan solishtiradi. Bu usulda shifrlash yoki bir tomonlama funktsiyalar kabi kriptografik mexanizmlar ishlatilmaydi. Ushbu usulning kamchiligi - niyati buzuvchi odamning tizimda ma'mur imtiyozlaridan, shu bilan birga tizim fayllaridan, jumladan parol fayllaridan foydalanish imkoniyatidir.

Xavfsizlik nuqtai nazaridan parollarni bir tomonlama funktsiyalardan foydalanib uzatish va saqlash qulay hisoblanadi. Bu holda foydalanuvchi parolning ochiq shakli urniga uning bir tomonlama funktsiya $h(.)$ dan foydalanib olingan tasvirini yuborishi shart. Bu o'zgartirish g' anim tomonidan parolni uning tasviri orqali oshkor qila olmaganligini kafolatlaydi, chunki g' anim yechilmaydigan sonli masalaga duch keladi.

Ko'p martali parollarga asoslangan oddiy autentifikatsiyalash tizi-mining bardoshligi past, chunki ularda autentifikatsiyalovchi axborot ma'noli so'zlarning nisbatan katta bo'lmagan to'plamidan jamlanadi. Ko'p martali parollarning ta'sir muddati tashkilotning xavfsizligi siyosatida belgilanishi va bunday parollarni

muntazam ravishda almashtirib turish lozim. Parollarni shunday tanlash lozimki, ular lug'atda bo'lmasin va ularni topish qiyin bo'lsin.

Bir martali parollarga asoslangan autentifikatsiyalashda foydalanishga har bir so'rov uchun turli parollar ishlatiladi. Bir martali dinamik parol faqat tizimdan bir marta foydalanishga yaroqli. Agar, hatto kimdir uni ushlab qolsa ham parol foyda bermaydi. Odatda bir martali parollarga asoslangan autentifikatsiyalash tizimi masofadagi foydalanuvchilarni tekshirishda qo'llaniladi.

Bir martali parollarni generatsiyalash apparat yoki dasturiy usul oqali amalga oshirilishi mumkin. Bir martali parollar asosidagi foydalanishning apparat vositalari tashqaridan to'lov plastik kartochkalariga o'xshash mikroprotsessor o'rnatilgan miniatyur qurilmalar ko'rinishda amalga oshiradi. Odatda kalitlar deb ataluvchi bunday kartalar klaviaturaga va katta bo'lmagan displey darchasiga ega.

Foydalanuvchilarni autentifikatsiyalash uchun bir martali parollarni qo'llashning quyidagi usullari ma'lum:

1. Yagona vaqt tizimiga asoslangan vaqt belgilari mexanizmidan foydalanish.
2. Legal foydalanuvchi va tekshiruvchi uchun umumiy bo'lgan tasodifiy parollar ruyxatidan va ularning ishonchli sinxronlash mexanizmidan foydalanish.
3. Foydalanuvchi va tekshiruvchi uchun umumiy bo'lgan bir xil dastlabki qiymatli psevdotasodifiy sonlar generatoridan foydalanish.

Birinchi usulni amalga oshirish misoli sifatida SecurID autentifikatsiyalash texnologiyasini ko'rsatish mumkin. Bu texnologiya Security Dynamics kompaniyasi tomonidan ishlab chiqilgan bo'lib, qator kompaniyalarning, xususan Cisco Systems kompaniyasining serverlarida amalga oshirilgan.

Vaqt sinxronizatsiyasidan foydalanib autentifikatsiyalash sxemasi tasodifiy sonlarni vaqtning ma'lum oralig'idan so'ng generatsiyalash algoritmiga asoslangan. Autentifikatsiya sxemasi quyidagi ikkita parametrdan foydalanadi:

- har bir foydalanuvchiga atalgan va autentifikatsiya serverida hamda foydalanuvchining apparat kalitida saqlanuvchi noyob 64-bitli sondan iborat maxfiy kalit;

- joriy vaqt qiymati.

Autentifikatsiyaning bu sxemasi bilan yana bir muammo bog'liq. Apparat kalit generatsiyalagan tasodifiy son katta bo'lmagan vaqt oralig'i mobaynida haqiqiy parol hisoblanadi. SHu sababli, umuman, qisqa muddatli vaziyat sodir bo'lishi mumkinki, xaker PIN-kodni ushlab qolishi va uni tarmoqdan foydalanishga ishlatishi mumkin. Bu vaqt sinxronizatsiyasiga asoslangan autentifikatsiya sxemasining eng zaif joyi hisoblanadi.

Bir martali paroldan foydalanuvchi autentifikatsiyalashni amalga oshiruvchi yana bir variant - «so'rov-javob» sxemasi bo'yicha autentifikatsiyalash. Foydalanuvchi tarmoqdan foydalanishga uringanida server unga tasodifiy son ko'rinishidagi so'rovni uzatadi. Foydalanuvchining apparat kaliti bu tasodifiy sonni, masalan DES algoritmi va foydalanuvchining apparat kaliti xotirasida va serverning ma'lumotlar bazasida saqlanuvchi maxfiy kaliti yordamida rasshifrovka qiladi. Tasodifiy son - so'rov shifrlangan ko'rinishda serverga qaytariladi. Server ham o'z navbatida o'sha DES algoritmi va serverning ma'lumotlar bazasidan olingan foydalanuvchining maxfiy kaliti yordamida o'zi generatsiyalagan tasodifiy sonni shifrlaydi. So'ngra server shifrlash natijasini apparat kalitidan kelgan son bilan taqqoslaydi. Bu sonlar mos kelganida foydalanuvchi tarmoqdan foydalanishga ruxsat oladi. Ta'kidlash lozimki, «so'rov-javob» autentifikatsiyalash sxemasi ishlatishda vaqt sinxronizatsiyasidan foydalanuvchi autentifikatsiya sxemasiga qaraganda murakkabroq.

Foydalanuvchini autentifikatsiyalash uchun bir martali paroldan foydalanishning ikkinchi usuli foydalanuvchi va tekshiruvchi uchun umumiy bo'lgan tasodifiy parollar ruyxatidan va ularning ishonchli sinxronlash mexanizmidan foydalanishga asoslangan. Bir martali parollarning bo'linuvchi ro'yxati maxfiy parollar ketma-ketligi yoki to'plami bo'lib, har bir parol faqat bir marta ishlatiladi. Ushbu ro'yxat autentifikatsion almashinuv taraflar o'rtasida oldindan taqsimlanishi shart. Ushbu usulning bir

variantiga binoan so'rov-javob jadvali ishlatiladi. Bu jadvalda autentifikatsilash uchun taraflar tomonidan ishlatiluvchi so'rovlar va javoblar mavjud bo'lib, har bir juft faqat bir marta ishlatilishi shart.

Foydalanuvchini autentifikatsiyalash uchun bir martali paroldan foydalanishning uchinchi usuli foydalanuvchi va tekshiruvchi uchun umumiy bo'lgan bir xil dastlabki qiymatli psevdotasodifiy sonlar generatoridan foydalanishga asoslangan. Bu usulni amalga oshirishning quyidagi variantlari mavjud:

- **o'zgartiriluvchi bir martali parollar ketma-ketligi.** Navbatdagi autentifikatsiyalash sessiyasida foydalanuvchi aynan shu sessiya uchun oldingi sessiya parolidan olingan maxfiy kalitda shifrlangan parolni yaratadi va uzatadi;

- **bir tomonlama funktsiyaga asoslangan parollar ketma-ketligi.** Ushbu usulning mohiyatini bir tomonlama funktsiyaning ketma-ket ishlatilishi (Lampartning mashhur sxemasi) tashkil etadi. Xavfsizlik nuqtai nazaridan bu usul ketma-ket o'zgartiriluvchi parollar usuliga nisbatan afzal hisoblanadi.

Elektron biznes xaridor va sotuvchi orasidagi aloqani tashkil etish, buyurtmani ifodalash, muxokama qilish, o'zgartirish, tovarlarni va xizmatlarni sotish usullarini hamda to'lovni amalga oshirish jarayonlarini o'zgartirish uchun yangi texnologiyalardan foydalanadi. Hozirda elektron tijorat va biznesning aksariyat muammolari axborot xavfsizligi bilan bog'liq, ya'ni xavfsizlik muammolari elektron tijorat va biznes rivojidadagi jiddiy to'siq xisoblanadi.

Har qanday tijorat kompaniyasining boshqa kompaniyalar bilan yoki ushbu kompaniyaning bo'limlari orasida aloqa o'rnatilishi zarur. Hozirda global Internet tarmog'i o'zining uzellari o'rtasida ishonchli va arzon axborot almashinuvini ta'minlaydi. Ochiq global Internet tarmog'i kanallaridan faol foydalanuvchi elektron biznesning ishlashi jarayonida ko'pgina xavf-xatarlar paydo bo'ladi.

Internetdan foydalanish kanallari kompaniyaning axborot resurslaridan chetdan foydalanishga imkon berishi mumkin. Kommunikatsion, xususan HTTP — protokol asosidagi dasturlardan extiyotsizlik bilan foydalanish axborot tizimining ishga layoqatligini buzuvchi va/yoki axborot tizimima'lumotlarini buzuvchi maxsus dastur

— "Trojan otlarining" kirishiga olib kelishi mumkin. Bu xil dasturlarning ichida viruslar eng tarqalgan. O'ziga xos malakali mutaxassislar korporativ axborot tarmoqlariga bilinmasdan kirish uchun ko'pincha umummaqsad tarmoqlardan foydalanadilar.

Elektron qutisining tez-tez ishlatilishi niyati buzuvchi odamlarga elektron biznes bilan shug'ullanuvchi tashkilot foydalanuvchilari nomlarini obro'sizlantirishga yordam berishi mumkin. Foydalanuvchilar ma'lumotlarini (ismlar, parollar, PIN — kodlar va h.) saqlovchi tizimining zaif joylarini qidirishdan tarmoqda keng ishlatiluvchi maxsus dasturlardan foydalanish mumkin.

Internet konfidentsial axborotni dunyoning istalgan nuqtasiga yuborishi mumkin, ammo agar u yetarlicha ximoyalanmagan bo'lsa, ushlab qolinishi, nusxalashtirilishi, o'zgartirilishi hamda har qanday chetdagi foydalanuvchilar -niyati buzuvchi odamlar, raqiblar va oddiy qiziquvchilar tomonidan o'qilishi mumkin. Masalan, yetarlicha himoyalanmagan to'lov topshirig'i yoki kredit kartochka nomerini jo'natayotganda esda tutish lozimki, jo'natish xususiy/shaxsiy tarmoq orqali amalga oshirilmayapti va chetdagi foydalanuvchilar xabaringizni manipulyatsiya qilish imkoniyatiga ega. Undan tashqari xabaringiz almashtirilib qo'yilishi mumkin: xabarlarini xuddi V foydalanuvchidan yuborilganidek A foydalanuvchidan yuborish usullari mavjud. Internet tarmog'i mahsus paket, tamomila qonuniy paketlar, sonining xaddan tashqari ko'pilgi uzatishdagi buzilishlar, tarmoq komponentlarining nosozligi tufayli ishga layoqat bo'lmasligi mumkin. Bunday xollar "xizmat qilishdan voz kechish" deb ataladi va elek-tron tijorat uchun eng jiddiy tahdid hisoblanadi.

Axborot xavfsizligi elektron biznes tizimining eng muxim elementlaridan biri hisoblanadi va usullar va vositalarning butun bir to'plami yordamida ta'minlanishi shart. Elektron tijorat sohasidagi savdo ko'lami Internet xavfsizligi masalalaridan tashvishlangan xaridorlar, sotuvchilar va moliya insitutlarining boshidan kechiruvchi qo'rquvlari bilan chegaralanadi. Bu qo'rquvlar, hususan, quyidagilarga asoslanadi:

- konfidentsiallikka kafolatning yo'qligi-kimdir ma'lumotlaringizni uzatilayotganida ushlab qolishi va qimmatli axborotni (masalan, kredit

kartochkangizning nomerini, tovar yetqazib berish sanasi va adres) topishga urinishi mumkin;

- amalda ishtirok etuvchilarni tekshirish darajasining yetarli emasligi - tranzaktsiya qatnashchilari tekshirilmaganida tomonlarning biri “maskarad” uyushtirishi mumkinki, uning oqibati ikkinchi tomonga ancha qimmatga tushadi. Masalan, xaridor saytga kirib undagi kompaniyaning haqiqiylikiga shubha qiladi, shunday hol ham ro’y berishi mumkinki, xaridor kredit kartochkasining nomerini yetarlicha vakolatga ega bo’lmagan shaxsga beradi;

- sotuvchida buyurtma bergan xaridor kredit kartochkasining qonuniy egasi ekanligining tekshirish imkoni yo’q;

- kredit kartochkasining bank - emitenti to’lovni bajarishga talab qo’ygan sotuvchini tekshirishni istab qolishi mumkin;

- ma’lumotlar yaxlitligiga kafolat yo’q - xatto ma’lumotlarni jo’natuvchi indentifikatsiyalangan bo’lsada, uchinchi tomon ma’lumotlarni, ular uzatilishi vaqtida, o’zgartirish imkoniyatiga ega.

Axborot xavfsizligini ta’minlash nuqtai nazaridan elektron tijoratning namunaviy qo’llanilishini — Internet orqali maxsulotga va xizmatlarga ega bo’lishni ko’raylik. Ushbu jarayon quyidagi bosqichlar orqali ifodalanishi mumkin.

1. Buyurtmachi Web-server orqali maxsulot yoki xizmatni tanlaydi va mos buyurtmani rasmiylashtiradi.

2. Buyurtma magazinining buyurtmalar ma’lumotlari bankiga kiritiladi.

3. Buyurtma berilgan maxsulot yoki xizmatni olish mumkinligini ma’lumotlarning markaziy bazasi orqali tekshiriladi.

4. Agar mahsulotning olinishi mumkin bo’lmasa, buyurtmachi u to’g’rida ogohlantiriladi va mahsulot yoki xizmatga ega bo’lish jarayoni to’xtatiladi. Mahsulotga so’rov boshqa skladga (buyurtmachi roziligida) yo’naltirilishi mumkin.

5. Agar maxsulot yoki xizmat mavjud bo’lsa buyurtmachi to’lovni tasdiqlaydi va buyurtma mos ma’lumotlar bazasiga kiritiladi. Elektron magazin mijozga buyurtma

tasdig'ini yuboradi. Ko'pgina xollarda (ayniqsa endigina ish boshlagan kompaniyalarda) buyurtmalar, tavarlarning borligini tekshirish va h. uchun yagona ma'lumotlar bazasi mavjud.

6. Mijoz onlayn rejimida buyurtma xaqini to'laydi.

7. Tovar buyurtmachiga yetqaziladi.

Elektron tijorat bilan shug'ullanadigan kompaniyalar yuqorida keltirilgan bosqichlarda duch keladigan tahdidlar quyidagilar:

- elektron magazin Web-saytining sahifasini almashtirib quyish. Bu tahdidni amalga oshirishning asosiy usuli — foydalanuvchi so'rovini boshqa serverga yo'llash. Bu tahdid oltincha bosqichda buyurtmachi kredit kartochkasining nomerini kiritganda kuchayadi;

- yolg'on buyurtmalar berish va elektron magazin xodimlari tomonidan firibgarlik qilish. Hozirda ichki/tashqi tahdidlar munosabati 60/40ni tashkil etadi;

- elektron tijorat tizimida uzatiladigan ma'lumotlarni ushlab qolish. Buyurtmachining kredit kartasi xususidagi axborotni ushlab qolish o'zgacha xavf-xatarni tug'diradi;

- kompaniyaning ichki tarmog'iga kirish va elektron magazin komponentlarini obro'sizlantirish;

- “xizmat qilishdan voz kechish” (denial of service) xujumini amalga oshirish va elektron tijorat ishlashini yoki uning uzelini buzish.

Ushbu tahdidlar natijasida kompaniya - elektron bitim provayderi - mijozlar ishonchini yo'qotadi, moddiy zarar ko'radi. Ba'zi xollarda bu kompaniyalarga kredit kartochka nomeri fosh qilingani uchun da'vo qo'zg'atilishi mumkin. “Xizmat qilishdan voz kechish” xujumsi natijasida elektron magazinning ishlashi buzilishi mumkin, uning ishga layoqatligini tiklashga inson, vaqt va material resurslari talab etiladi.

22-mavzu. Elektron xizmatlar sifatini boshqarish

1. Elektron biznes bozorining rivojlanish trendlari. Rivojlangan mamlakatlarda elektron biznesning holati tahlili. Raqamli xizmatlar xususiyati.
2. Elektron xizmatlar va ularning sifati o'rtasidagi korrelyasion bog'liqlik. Elektron xizmatlar klassifikatsiyasi.
3. Elektron xizmatlarning sifat darajasini ta'minlash muammolari. Elektron xizmatlar sifatini o'lchash va baholash usullari. Raqamli xizmatlar sifatini boshqarishda tizimli tahlildan foydalanish.
4. Raqamli xizmatlar sifatini ta'minlashda xalqaro standart talablari (E-SQI). O'zbekistonda elektron xizmatlar sifatini ta'minlashning asosiy yo'nalishlari.

Axborot texnologiyalarining jadal rivojlanishi jamiyatda kechayotgan jarayonlarga ijobiy ta'sir ko'rsatib, islohotlar samaradorligini oshiradi, aholi manfaatlarini ta'minlashga xizmat qiladi, yangidan-yangi imkoniyatlar eshigini ochadi. Shu nuqtai nazardan aytganda, bugun "Elektron hukumat" degan tushuncha kundalik turmushimizdan chuqur o'rin egallamoqda. Garchi respublikamiz aholisining hammasi ham bu haqda to'liq ma'lumotga ega bo'lmasa-da, vaqt o'tishi bilan ushbu tizim jamiyat hayotining butun jabhasini qamrab olishini dunyo tajribasi ko'rsatayapti.

Ta'kidlash joizki, "Elektron hukumat" atamasini an'anaviy hukumat tushunchasi bilan adashtirmaslik lozim. Mohiyatiga ko'ra, mazkur tizim mamlakat miqyosida ma'muriy tartib-taomillarni avtomatlashtiradi, davlat boshqaruvi samaradorligini oshirishga hamda ortiqcha sarf-xarajatlarning qisqarishiga zamin yaratadi.

Elektron hukumat faoliyati uch yo'nalishda belgilangan. Ya'ni "davlat — davlat", "davlat — biznes" va "davlat — fuqaro" yo'nalishlarini qamrab oladi. Bu tizim idoralararo darajada davlat muassasalari o'rtasida axborot almashish samaradorligini hamda joylarda rejalashtirish va boshqaruvning sifatini yuksaltirishga xizmat qiladi. Jamoatchilik fikrini muntazam monitoring etib borish hamda unga ta'sir ko'rsatish imkonini beradi. Davlat va biznes munosabatlarida esa ma'muriy tartib-taomillar avtomatlashtiriladi. Natijada biznesni ro'yxatga olish, soliq hamda statistika hisobotlarini, bojxona deklaratsiyalarini topshirishda tadbirkorlarning vaqti va

mablag'i tejaladi. Elektron hukumat xalq bilan muloqot uchun qo'shimcha mexanizmlarni yaratish, davlat organlari faoliyatining samaradorligi, tezkorligi hamda shaffofligini ta'minlashga qaratilgan bo'lib, ijro intizomini yanada mustahkamlaydi.

Aytish kerakki, davlat boshqaruvi tizimiga "yagona darcha" tamoyilini joriy qilish ham ustuvor vazifalardan sanaladi. 2013 yili mamlakatimizda Yagona interaktiv davlat xizmatlari portalini ishga tushirildi. Joriy yilning mart oyiga kelib esa ushbu portalda 308 ta elektron xizmat joriy etildi. Bunda xizmatlar axborot (oflayn), yarimavtomat, avtomatlashtirilgan va interaktiv ko'rinishlarda taqdim qilinayapti. Portal Davlat soliq qo'mitasi, Davlat bojxona qo'mitasi, ID.UZ identifikatsiya tizimi, O'zbekiston Respublikasi Xalq banki axborot tizimlari hamda resurslariga, normativ-huquqiy hujjatlar ta'sirini baholash tizimi portalini (<https://regulation.gov.uz>)ga hamda "Tadbirkorlik" tizimiga ulangan. Hozirgi kunda "yagona darcha" axborot tizimi, yagona identifikatsiyalash axborot tizimiga integratsiyalash bo'yicha ishlar olib borilayapti.

Yagona interaktiv davlat xizmatlari portaliga kelib tushgan murojaatlar to'g'risida to'xtaladigan bo'lsak, ular soni milliondan oshdi. Yana bir jihati, keyingi paytda portalda interaktiv davlat xizmatlari soni ortgani ham murojaatlar ko'payishiga turtki bo'ldi. Bugungi kunda 2400 dan ziyod davlat va xo'jalik boshqaruvi organlari, shu jumladan, idoralar huzuridagi tuzilmalar ham Yagona interaktiv davlat xizmatlari portalini orqali elektron xizmat taqdim qilib kelayapti.

Bugungi kunda elektron hukumat tizimi Janubiy Koreya, Buyuk Britaniya, AQSh, Avstraliya, Yangi Zelandiya, Singapur, Norvegiya, Kanada, Niderlandiya, Daniya hamda Germaniya singari mamlakatlarda samaradorligini ko'rsatmoqda. Ushbu mamlakatlarda juda ko'plab davlat xizmatlaridan uydan chiqmagan holda, onlayn rejimida foydalanish mumkin. Davlat organlariga so'rovlarga javoblar, turli to'lovlar, rasmiy hujjatlarning namunasini olish, ularni to'ldirish, elektron imzo bilan yuborish, oliy o'quv yurtlarida masofadan turib tahsil olish, ichki ishlar idoralariga ariza bilan murojaat etish va boshqalar shular jumlasidandir. Masalan, Janubiy

Koreyada shaxslar rasmiy sayt orqali o'zining murojaati ko'rib chiqilishi qaysi bosqichda ekanligini kuzatib borishi mumkin.

Har qanday mamlakatda milliy ma'lumotlar bazasi hamda elektron reyestrlar elektron hukumat faoliyatining asosiy jihatlarini hisoblanadi. Bu mexanizmlar jismoniy va yuridik shaxslar, avtomobil transporti, ko'chmas mulk, davlat xizmatlari to'g'risidagi ma'lumotlarni tizimlashtirish imkonini beradi. Shuni bildirib o'tish kerakki, yurtimizda mazkur ma'lumotlarning markazlashgan holda saqlanishini ta'minlash "O'zinfokom" zimmasiga yuklatilgan.

Mamlakatimizda milliy axborot tizimlarini rivojlantirish doirasida oltita ma'lumot bazasi hamda 12 ta axborot tizimlari majmui yaratilmoqda. Deylik, "Soliq" axborot tizimlari majmui 10 ta dasturiy mahsulot va 31 avtomatlashtirilgan tizimdan iborat. Uning ishga tushirilishi natijasida Davlat soliq qo'mitasining 31 xizmatini elektronlashtirish mumkin bo'ladi. Bundan tashqari, "Kliring", "Xarid", "Byudjet", "Bojxona", "Litsenziya" hamda "Adliya" singari axborot tizimlari majmui ham mavjud bo'lib, ular muayyan sohada ma'lumotlarni to'plash va qayta ishlash hamda xizmatlarning bir qismini elektronlashtirishga sharoit yaratmoqda. Qolaversa, "Sog'liqni saqlash", "Ta'lim", "Kommunal" tizimlarini hayotga tatbiq etish arafasida turilibdi. Yaqin yillarda esa "Adliya-2", "Nafaqa" va "Davlat boshqaruvi" tizimlarini ishlab chiqish rejalashtirilayapti. 2016 yilda tegishli ma'lumotlar bazasini shakllantirish bo'yicha ishlar yakuniga yetkazildi. "Kadastr va ko'chmas mulkni ro'yxatga olish" hamda Milliy geoaxborot tizimlari borasida hali nuqta qo'yilmadi.

Bugun O'zbekistonda xo'jalik subyektlarining barcha turdagi soliq va statistika hisobotlari elektron shaklda topshirilmoqda, tovarlarni deklaratsiyalash hamda eksport-import shartnomalarini ro'yxatga olish ham elektron shaklga o'tkazilgan.

Sohadagi yana bir muhim yangilik. 2015 yilda Ochiq ma'lumotlar portali ishga tushirildi. Dastlabki bosqichda unda 8 ta tashkilotdan 80 turdagi ma'lumot joylashtirilgan bo'lsa, bugungi kunda mazkur portalda 120 ta tashkilotning 2216 xildagi axboroti o'rin olgan. Bu axborotlar iqtisodiyot, sog'liqni saqlash, ta'lim, transport va boshqa dolzarb sohalarga taalluqlidir.

Qolaversa, 2013 — 2020 yillarda O‘zbekiston Respublikasi Milliy axborot-kommunikatsiya tizimini rivojlantirish kompleks dasturiga muvofiq, elektron hukumatning samarali faoliyat yuritishi uchun yuqori tezlikdagi telekommunikatsiya infratuzilmasini bosqichma-bosqich rivojlantirish ko‘zda tutilgan. Xususan, 2020 yilga qadar internet kanallarining o‘tkazuvchanlik qobiliyatini yanada kengaytirish, keng polosali tarmoqlarni, ayniqsa, olis tumanlarda rivojlantirish bo‘yicha 17 ta yirik loyihaning amalga oshirilishi rejalashtirilmoqda. Bundan tashqari, 2020 yilgacha fuqarolarning davlat organlari bilan elektron muloqotini ta‘minlash hamda rivojlantirish bo‘yicha 22 ta loyiha ro‘yobga chiqariladi.

Elektron hukumatni taraqqiy toptirishga qaratilayotgan e‘tibor yurtimizda ishbilarmonlik muhitining sifat jihatidan yangi bosqichga chiqishida o‘z ifodasini topmoqda. Misol uchun, Jahon bankining “Doing business” reytingida so‘nggi besh yilda O‘zbekistonning umumiy reytingi biznes yuritish bo‘yicha 150-o‘rindan 87-o‘ringa ko‘tarildi.

Yagona interaktiv davlat xizmatlari portalida, jumladan, belgilangan tartib-taomillarni buzganlik uchun shikoyat bildirish, tadbirkorni murojaat qiluvchining mobil telefon raqami orqali identifikatsiya qilish maqsadida ro‘yxatga olish, muhandislik-kommunikatsiya texnologiyalariga ulanish uchun ariza berish, tadbirkorlik subyektlariga o‘zimizda ishlab chiqarilgan avtomobil transporti vositalarini xarid etish uchun ariza berish, ko‘chmas mulkka bo‘lgan huquqni ro‘yxatga olish maqsadida arizani rasmiylashtirish singari xizmatlar joriy qilingan.

2014 yildan boshlab eksport va import kontraktlari Yagona interaktiv davlat xizmatlari portalida bepul ro‘yxatdan o‘tkazilmoqda. Banklar, soliq hamda bojxona organlari Tashqi savdo operatsiyalarining yagona elektron axborot tizimi orqali xo‘jalik subyektlarining tashqi savdo faoliyati monitoringini olib borayapti. Davlat bojxona qo‘mitasi saytida (www.customs.uz) elektron yuk bojxona deklaratsiyalari qabul qilinmoqda. 2015 yilda davlat xaridlari bo‘yicha maxsus axborot portalini ishga tushirildi va elektron savdo shakli amaliyotga tatbiq etildi. Masofaviy bank xizmatlari

joriy qilinishi bilan 2016 yilda bir million 847 ming 569 nafar foydalanuvchi kredit olish uchun elektron ariza bilan murojaat etdi.

BMT ekspertlarining fikricha, 2016 yilda O'zbekistonda elektron hukumatning rivojlanish indeksi 0,5434 yoki eng yuqori ko'rsatkichga nisbatan 54 foizni tashkil qildi. Bu yurtimizning elektron hukumat ravnaqi yuqori bo'lgan davlatlar qatoriga kirishiga zamin yaratdi (50 foizdan yuqori).

BMTning iqtisodiy hamda ijtimoiy masalalar bo'yicha departamenti 2016 yilda dunyoning turli davlatlarida elektron hukumatning rivojlanishi haqida navbatdagi hisobotini e'lon qildi. BMT uslubiyotiga binoan Elektron hukumatning rivojlanishi bo'yicha indeksi asosida mamlakatlarning reytingi shakllantiriladi. Bu indeks uchta omil, ya'ni axborot-kommunikatsiya texnologiyalari infratuzilmasi, inson kapitali va elektron xizmatlar rivojidan iborat. Yana boshqa juda muhim ko'rsatkich — elektron ishtirok etish indeksidagi o'sish ham katta ahamiyatga ega hisoblanadi. Mazkur indeksga binoan, hukumatning fuqarolar, biznes subyektlari hamda davlat organlari o'rtasida muloqotni rivojlantirish maqsadida axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan samarali foydalanishiga baho beriladi, erishilgan natijalar o'rganiladi.

Yana bir diqqatga sazovor jihati, O'zbekiston elektron ishtirok etish reytingida 24 pog'ona — 2014 yilgi 71-o'rindan 2016 yilda 47-o'ringa ko'tarildi. Ushbu indeksning o'sish sur'atlari bo'yicha respublikamiz Markaziy Osiyo mamlakatlari orasida birinchi o'rinni, Hamdo'stlik davlatlari o'rtasida esa uchinchi pog'onani egalladi. BMT ekspertlari O'zbekistonda uy-joy mulkdorlari shirkatlari portali (e-kommunal.uz), ochiq ma'lumotlar portali (data.gov.uz) va normativ-huquqiy hujjatlar loyihalarini muhokama qilish portali (regulation.gov.uz) ishga tushirilganiga e'tibor qaratishgan. Ularning fikricha, bu sa'y-harakatlar davlat organlari faoliyati ochiqligini ta'minlash hamda xalq bilan muloqot amaliy mexanizmlarini joriy etish borasida ijobiy qadam hisoblanadi.

Elektron hukumat rivojlanishi bo'yicha O'zbekiston indeksining o'sishida elektron xizmatlar ko'rsatish darajasi (56 foiz o'sish bo'lgan) muhim o'rin tutdi. Lekin

bunda AKT infratuzilmasi rivojlanishi bo'yicha o'sish u darajada yuqori bo'lmadi (6 foiz). Ushbu indeks muqim va mobil telefon aloqasi abonentlari soni, aralash hamda simsiz keng polosali aloqa tarmog'i, shuningdek, internetdan foydalanuvchi aholi soni asosida shakllantiriladi. 2016 yilda O'zbekistonda internetdan muntazam foydalanadigan aholi ulushi 46,4 foizni tashkil qildi, keng polosali internetdan foydalanadiganlar soni esa, bor-yo'g'i, 1 million 900 ming kishiga yaqinni tashkil etdi. Inson kapitalining rivojlangan darajasi bo'yicha indeks esa 3,5 foiz tushgan. Bunda yoshi katta kishilarning savodxonligi, aholining ta'lim tizimi bilan qamrab olinganlik darajasiga alohida e'tibor qaratilgan.

Mutaxassislar fikriga ko'ra, onlayn xizmatlar sohasida bunday o'sishga, asosan, ochiq ma'lumotlar portali, kommunal xizmatlarga internet orqali to'lov imkoniyatlarining kengayishi, aholiga turli onlayn-maslahatlar berish hisobiga erishilgan.

Elektron hukumat faoliyati samaradorligiga idoralararo elektron aloqalarning yaxlit tizimisiz erishib bo'lmaydi. Mamlakatimizda haligacha Elektron hukumatni rivojlantirish dasturi doirasida tegishli vakolatli davlat organlarining tadbirkorlik subyektlarini ro'yxatga olish, ularga litsenziya va boshqa ruxsat beruvchi hujjatlarni taqdim qilishga oid ma'lumotlar bazasini integratsiyalash borasidagi vazifalar to'liq ro'yobga chiqarilmagan. Yer uchastkalari ajratish, qurilishga ruxsat berish, mulkka bo'lgan huquqni ro'yxatga olish, muhandislik-kommunikatsiya tarmoqlariga ulanish bo'yicha tartib-taomillar interaktiv asosga o'tkazilmagan. "Soliq", "Bojxona", "Litsenziya", "Kommunal" axborot tizimlari majmualari "yagona darcha" tamoyilining barcha tartib-taomili o'tishi mumkin bo'lgan yagona platformaga birlashtirilmagan.

Hozirgi paytda har bir idora ish yuritish hamda ma'muriy tartib-taomillar bo'yicha alohida nizom va yo'riqnomalar asosida faoliyat olib bormoqda. Afsuski bu holatda ko'plab muammolar yuzaga kelayotir. Bunday tartib ma'lumotlarni yig'ish hamda qayta ishlashni qiyinlashtirayapti, ortiqcha byurokratik to'siqlarni yuzaga keltirmoqda. Ayniqsa, ruxsatnoma berish bosqichida murojaat etuvchining shaxsan

hozir bo'lishi va hujjatlarning asl nusxalarini topshirishi (ularning haqqoniyligiga ishonch hosil qilish maqsadida) zarurligi davlat xizmatlarini masofadan turib ko'rsatish samarasini yo'qqa chiqarib yubormoqda.

Bunday integratsiyalashmagan holatlar oqibatida takrorlash, "qisman" avtomatlashtirish hamda axborot resurslarining yopiqligi hosil bo'layapti. Oqibatda axborot tizimlari va resurslarini joriy etish hududlarning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishi hamda aholi turmush sifatini oshirishga ta'sir ko'rsatmayapti. Masalan, "Doing Business — 2016" hisobotida "Qurilishga ruxsatnoma olish" bo'yicha O'zbekistonda 28 kun talab qiladigan qo'shimcha 6 ta tartib-taomil borligi qayd etilgan. Natijada aynan mana shu ko'rsatkich bo'yicha O'zbekiston 2011 yildagiga nisbatan quyi pog'onaga pastlagan. Yer uchastkalari ajratish va qurilishga ruxsatnoma berish eng murakkab tartib-taomillardan biri bo'lib qolayapti. Buni tadbirkorlik subyektlari o'rtasida o'tkazilgan so'rovlar ham tasdiqlaydi.

Bugungi kunda respondentlarning 37,5 foizi biznes uchun yer olish taomillarini salbiy baholaydi. Bu kayfiyat Buxoroda 50,3 foizni, Andijonda 48,6, Jizzaxda 38,4, Samarqandda 37,7, Namanganda 37,4, Toshkent shahrida 38 foizni tashkil qiladi. "Mulkn ro'yxatga olish" yo'nalishida ham mana shunday salbiy vaziyat ko'zga yaqqol tashlanadi.

Aytish joizki, elektron hukumat faoliyatini yangi bosqichga olib chiqishda idoralararo elektron hamkorlik tizimidan foydalanishni kengaytirish talab etiladi. Shuni unutmaslik kerakki, elektron hukumat faoliyatida ma'lumotlar muayyan davlat muassasasidan tashqariga chiqadi. Bu esa axborot xavfsizligi tizimini takomillashtirishni kun tartibiga qo'yadi.

23-mavzu. SHaxsiy elektron biznesni yaratish

1. SHaxsiy elektron biznesni yaratish bosqichlari. SHaxsiy biznesni boshlash yo'lidagi faoliyat ketma-ketligi.

2. Yangi mahsulot yoki xizmatlar uchun g'oyalarni izlash va ularni tanlash imkoniyatlari. Startap loyihalari.

3. SHaxsiy elektron biznesni rivojlantirish strategiyalari. Bozorni pozitsiyalash asoslari. Risklarni boshqarish.

4. Investitsiya va moliyalashtirish manbalarini tanlash. Venchur investitsiyalarning xususiyatlari.

Bugungi kunda dunyo bo'ylab Internet foydalanuvchilarining soni to'rt milliarddan ortgan bir paytda yangi turdagi sifat «virtual iqtisodiyot» iborasi ostida namoyon bo'lib, o'z o'rnini tobora mustahkamlab bormoqda. Unda, xaridlar biznes yuritishning yangi usullaridan foydalangan va o'zining marketing strategiyasiga ega bo'lgan hamda boshqa ko'plab imkoniyatlarni qo'llagan holda savdo saytlari orqali amalga oshiriladi.

Dastlab o'z biznesini Internetga o'tkazgan kompaniyalardan apparat-dasturiy vositalarni sotuvchi va kompyuter hamda telekommunikatsiya xizmatlarini ko'rsatuvchilari afzalliklarga ega bo'ldilar.

Har bir internet-magazin ikkita asosiy qismdan iborat bo'ladi: elektron vitrina va savdo tizimi.

Elektron vitrina Web-saytda sotilayotgan mahsulotlar to'g'risida ma'lumotlarni saqlaydi, magazin ma'lumotlar bazasiga kirishni ta'minlaydi, xaridorlarni ro'yxatga oladi, sotib oluvchining elektron "savatchasi" bilan ishlaydi, buyurtmalarni rasmiylashtiradi, marketing ma'lumotlarini to'playdi, ma'lumotlarni savdo tizimiga taqdim etadi.

Savdo tizimi mahsulotni etkazib beradi va uning to'lovi uchun hujjatlarni rasmiylashtiradi. Savdo tizimi – alohida kompaniyaga tegishli bo'lgan Web-serverda o'z joyini ijaraga oluvchi turli firmalarning magazinlari majmuasi.

Internet-magazinning ishlash texnologiyasi quyidagi ko'rinishga ega:

Xaridor elektron vitrinadagi mahsulotlar va narxlar katalogidan kerakli mahsulotni tanlab oladi va shaxsiy ma'lumotlari kiritiladigan shakl (ismi-sharifi,

otasining ismi, pochta va elektron manzil, etkazib berish va to'lovning afzal usuli)ni to'ldiradi. Agar to'lov Internet orqali amalga oshiriladigan bo'lsa, u holda uning axborot xavfsizligiga alohida e'tibor beriladi.

Rasmiylashtirilgan mahsulot internet-magazinning savdo tizimiga topshiriladi va bu erda buyurtma komplektatsiya qilinadi. Savdo tizimi qo'lda bajariladigan yoki avtomatlashtirilgan usulda faoliyat yuritadi. Qo'lda bajariladigan tizim avtomatlashtirilgan tizimni sotib olib, yo'lga qo'yishning imkoni mavjud bo'lmagan holda, oddiy pochta jo'natmalari prinsipi bo'yicha ishlaydi, odatda mahsulot hajmi katta bo'lmaganda.

Mahsulot (tovar) ni etkazish va to'lovini amalga oshirish. Xaridorga mahsulotni etkazish quyidagi yo'llar bilan amalga oshiriladi:

- shahar va atroflarida magazin kureri tomonidan;
- ixtisoslashtirilgan kurerlik xizmati (shu jumladan xorijiy) tomonidan;
- pochta tomonidan;
- haridorning o'zi olib ketishi;
- telekommunikatsiya tarmoqlari orqali ma'lumot kabi maxsus mahsulot (tovar) etkaziladi.

Mahsulot (tovar) uchun to'lovlar quyidagi usullarda amalga oshiriladi:

- avvaldan yoki mahsulotni olgan vaqtda;
- kurerga yoki haqiqiy magazinga kelganda naqd pul bilan;
- pochta o'tkazmasi bilan;
- bank o'tkazmasi orqali;
- kredit karta (VISA, Mastercard va hokazo)lari yordamida;
- alohida tijorat banklari orqali elektron to'lov tizimlari vositasida.

Oxirgi vaqtda elektron tijorat yoki Internet orqali savdo dunyo bo'ylab anchagina shiddat bilan rivojlanib bormoqda. Tabiiyki, ushbu jarayon kredit-moliya tashkilotlarining bevosita ishtirokida amalga oshirilmoqda. Va savdoning ushbu turi borgan sayin keng qamrovga ega bo'lib bormoqda, ayniqsa, yangi elektron bozordan korxonalar va aholining ko'pchiligi foydalana olishi mumkin bo'lgan joylarda.

Elektron tarmoqlardagi tijorat faoliyati ba'zi jismoniy cheklovlarni bartaraf etadi. Kompaniyalar, o'z kompyuter tizimlarini Internetga ulab, mijozlariga kunu-tun, dam olish kunlarisiz xizmat ko'rsatish imkoniyatiga ega. Mahsulotga buyurtmalar har qanday vaqtda, har qanday joydan qabul qilinishi mumkin.

Biroq ushbu masalaning yana bir tomoni bor. Xorijda, elektron tijorat ko'proq rivojlanib borayotgan davlatlarda, oldi-sotdi shartnomalari yoki mahsulotlarning qiymati ko'p holatlarda 300-400 AQSH dollari bilan cheklanib qolmoqda.

Bu kompyuter tarmoqlaridagi axborot xavfsizligi muammolarining etarli darajada hal bo'lmayotganligi bilan izohlanmoqda. BMTning Jinoyatchilikni oldini olish va kurashish qo'mitasiga ko'ra, kompyuter sohasidagi jinoyatchilik xalqaro muammolar darajasiga ko'tarilgan. AQSHda jinoyatchilikni ushbu turi daromadlilik bo'yicha qurol va narkotik moddalari bilan savdo qilishdan keyin uchinchi o'rinni egallab ulgurgan.

Bunday keng diapazon elektron tijoratning axborot xavfsizligini ta'minlash muammosi bilan belgilanadi. Agar xavfsizlik darajasi bugungi holatdagidek bo'lib saqlanib tursa, u holda elektron tijoratning dunyo aylanmasi yanada kamayishi mumkin. Bu holat, aynan elektron tijorat tizimining past darajada himoyalanganligi, elektron biznesning rivojlanishini to'xtatib turuvchi omili ekanligini namoyon qiladi.

Elektron tijoratning iqtisodiy xavfsizligini ta'minlash muammosini hal qilish birinchi navbatda unda qo'llanayotgan axborot texnologiyalarining himoyasi bilan bog'liq, ya'ni axborot xavfsizligini ta'minlash masalalari bilan.

Biznes-jarayonlarining Internet muhitiga integratsiyalashuvi xavfsizlikni ta'minlash holatini keskin o'zgarishiga olib keladi. Elektron hujjat asosida huquq va javobgarlikning paydo bo'lishi, ham hujjat jo'natuvchini, ham qabul qiluvchini barcha xavflar majmuasidan har tomonlama himoyalashni talab qiladi.

Afsuski, elektron tijorat korxonalarining rahbarlari axborot xavflarining jiddiyligini va o'z resurslarining himoyasini tashkil qilishning muhimligini axborot hujumlariga duchor bo'lganidan so'ng anglamoqdalar. Ko'rinib turganidek, barcha sanab o'tilgan to'siqlar axborot xavfsizligi sohasiga tegishli.

Tijorat amaliyotlarini o'tkazishga bo'lgan asosiy talablar orasida – konfidensiallik, yaxlitlik, autentifikatsiya, avtorizatsiya, kafolatlar va sir saqlanishi.

Axborotning xavfsizligiga erishishda uning ochiqligi, konfidensialligi, yaxlitligi va yuridik ahamiyatini ta'minlash bazaviy vazifalar hisoblanadi.

Har bir xatar xavfsiz axborotning ushbu to'rtta xususiyati va sifatiga zarar etkazishi mumkinligi nuqtai nazaridan ko'rib chiqilishi zarur. Konfidensiallik ochiqligi cheklangan ma'lumot, unga faqat ushbu ma'lumot etkazilishi mo'ljallangan shaxs kirish huquqiga ega ekanligini bildiradi. Ma'lumotning yaxlitligi ostida uning o'zgartirib bo'lmas holda bo'lishi xususiyati tushuniladi. Ma'lumotning ochiqligi tizimning, vakolati bo'lgan subyektlarga ma'lumotga to'siqsiz kirish huquqi bilan ta'minlash xususiyati orqali belgilanadi. Ma'lumotlarning yuridik ahamiyati, oxirgi vaqtda mamlakatimizda axborot xavfsizligiga oid normativ-huquqiy bazaning yaratilishi bilan birgalikda ortib bormoqda.

Kompleks axborot xavfsizligini ta'minlash doirasida, avvalam bor, o'z ichiga navbatdagilarni oluvchi elektron biznes xavfsizligi sohasidagi asosiy muammolarni ajratish lozim:

- aloqa kanallari orqali uzatilayotganda ma'lumotlarni himoyalashni;
- kompyuter tizimlari, ma'lumotlar bazalari va elektron hujjat aylanishni himoyalashni;
- ma'lumotni uzoq vaqt davomida elektron ko'rinishda saqlanishini ta'minlashni;
- tranzaksiyalar xavfsizligini ta'minlashni, tijorat ma'lumotini maxfiylikni, autentifikatsiyani, intellektual mulkning himoyasini.

Elektron tijoratga yo'naltirilgan xavflarining bir necha turi mavjud:

- Tizimga tashqaridan kirish.
- Kompaniya ichida noqonuniy kirish.
- Axborotni qasddan o'g'irlash va o'qish.
- Ma'lumotlarni yoki tarmoqlarni qasddan buzish.
- Foydalanuvchini noto'g'ri (firibgarlik maqsadi bilan) identifikatsiyalash.
- Dasturiy-apparat himoyasini buzish.

- Foydalanuvchining bir tarmoqdan boshqasiga noqonuniy kirishi.
- Virusli hujumlar.
- Xizmat ko'rsatishdan bosh tortish.
- Moliyaviy firibgarlik.

Ushbu xavflarga qarshi turli texnologiyalarga asoslangan bir qator usullardan foydalaniladi, bular: shifrlash – ma'lumotlarni o'qilishi yoki o'zgartirilishiga to'sqinlik qilish uchun kodlash; jo'natuvchi va oluvchi shaxsining haqqoniyligini tekshiruvchi elektron imzolar; elektron kalitlardan foydalanadigan stealth-texnologiyalar; brandmauerlar, virtual va xususiy tarmoqlar.

Himoyalash usullaridan birortasi ham universal hisoblanmaydi, masalan, brandmauerlar viruslar mavjudligiga tekshirish o'tkazmaydi va ma'lumotlar yaxlitligini ta'minlashga qodir emas. Avtomatik himoyani buzishga qarshi qaratilgan mutlaq ishonchli usul mavjud emas va uni buzish ertami-kechmi amalga oshiriladi. Biroq bunday himoyaning buzilishi, o'z o'rnida, uning sifatiga bog'liq. E'tirof etish kerakki, Internetdagi ulanishlar va ilovalarning himoyasi uchun dasturiy va apparat ta'minotlar ko'p vaqtdan beri ishlab chiqilmoqda, biroq ushbu yangi texnologiyalar bir maromda joriy qilinmayapti.

Quyida kompaniyani har bir bosqichda kutib turadigan xavflar to'g'risida ma'lumotlar keltirib o'tilgan:

- elektron magazin serverining web-sahifasini almashtirib qo'yish (so'rovlarni boshqa serverga yo'naltirish), bu holat mijoz haqidagi ma'lumotlarni, ayniqsa uning kredit kartalari haqidagi ma'lumotlarni begona kishilar uchun ochiq bo'lishini ta'minlaydi;
- soxta buyurtmalarni yaratish va elektron magazin xodimlari tomonidan firibgarliklarning turli shakllarini amalga oshirish, masalan, ma'lumotlar bazalari bilan manipulyasiyalar (statistika, kompyuter noxush hodisalarining yarimidan ko'pi o'z xodimlarning faoliyatlari bilan bog'liq ekanligiga guvohlik beradi);
- elektron tijorat tarmoqlari orqali uzatiladigan ma'lumotlarni o'g'irlash;

- huquqbuzarlarning kompaniyaning ichki tarmog'iga kirib kelishi va elektron magazin komponentlarini shubha ostiga qo'yishi;
- xizmat ko'rsatishdan bosh tortish kabi xurujlarni amalga oshirish va faoliyatni to'xtatish yoki elektron tijorat tarmog'ini ishdan chiqarish.

Bunday xavflarning amalga oshirilishi natijasida kompaniya o'z obro'yini va mijozlar ishonchini yo'qotadi, potensial va/yoki amalga oshirilmagan kelishuv va bitimlardagi pulni yo'qotadi, elektron magazin faoliyati buziladi, faoliyatni tiklash uchun vaqt, pul va odam resurslarini sarflaydi.

Albatta, Internet orqali uzatiladigan ma'lumotlarning o'g'irlanishi bilan bog'liq tahdidlar faqat elektron tijorat sohasiga taaluqli emas. Biroq ushbu sohaning tizimlarida muhim iqtisodiy ahamiyatga ega bo'lgan kredit kartalarining raqamlari, bank hisob raqamlari, shartnomalar mazmuni va boshqa ma'lumotlarning aylanishi alohida o'rin tutadi.

Birinchi qarashda, har bir bunday noxush hodisa –elektron biznes konkret subyekting ichki ishidek tuyulishi mumkin. Biroq, faoliyati haqiqatdan ham umummilliy xarakterga ega bo'lgan Yahoo!, eBay, Amazon, Buy, CNN, ZDNet, Datek i E*Trade kabi elektron biznes etakchi serverlarining ommaviy ishdan chiqishi holatini yodga olaylik. Tergov federal byurosi (FBR) tomonidan o'tkazilgan tekshiruv, ushbu serverlar DoS-hujumlari amalga oshirilishi natijasida, xizmat ko'rsatishga yo'naltirilgan manzil so'rovlarning miqdori ko'payib ketganligi sababli ishdan chiqqanligini ko'rsatdi. Masalan, Buy serveriga amalga oshirilgan so'rovlar oqimi o'rtacha ko'rsatkichlari 24 martaga oshgan, cheklanganlari esa – 8 martaga. Har xil baholarga ko'ra, ushbu harakatlar natijasida A QSH iqtisodiyoti tomonidan ko'rilgan iqtisodiy zarar yarim milliardlik raqami atrofida tebranadi.

Xavfsizlikni ta'minlash nafaqat elektron biznesni muvaffaqiyatli yuritishning zarur sharti, balki kontr-agentlar orasidagi ishonchli munosabatlarning fundamenti hisoblanadi. Elektron biznesning mohiyati faol axborot almashinuvi, tranzaksiyalarning himoyalanmagan ochiq tarmoq orqali o'tkazilishidan iborat bo'ladi, bularni biznes subyektlari orasidagi ishonchli munosabatsiz amalga oshirib bo'lmaydi.

SHuning uchun xavfsizlikni ta'minlash kompleks xarakterga ega bo'lib, o'z ichiga Web-serverlarga va Web-ilovalarga kirish, foydalanuvchilarni autentifikatsiya va avtorizatsiya qilish, ma'lumotlarning yaxlitligi va maxfiyligini ta'minlash, elektron raqamli imzoning amalga oshirilishi va boshqa masalalarni qamrab oladi.

Internetda tijoratning rivojlanib borishi sayin tarmoq orqali uzatiladigan ma'lumotlarning himoyalash masalalariga e'tibor ko'payib bormoqda.

Internet orqali himoyalangan hamkorlikni tashkil qilishga mo'ljallangan ixtisoslashtirilgan protokollar (masalan, SET, SOCKS5, SSL, SHTTP) butun dunyoda keng qo'llanilmoqda va xorijiy ishlab chiqaruvchilar tomonidan Internet asosida bank va savdo elektron tizimlarini yaratish uchun muvaffaqiyatli foydalanilmoqda.

Xorijda elektron biznesning axborot xavfsizligi muammolarini hal qilish bilan axborot xavfsizligi va elektron biznes vositalarini etkazuvchilari hamda Internet-xizmatlar provayderlari kabi kompaniyalar vakillari va ekspertlaridan tarkib topgan jamoat tashkiloti – Internet Security Task Force (ISTF) – mustaqil konsorsium shug'ullanadi.

ISTF konsorsiumi elektron biznes tashkilotchilarining e'tiborini birinchi navbatda tortishi zarur bo'lgan axborot xavfsizligining o'n ikkita quyidagi sohalarini ajratadi:

- identifikatsiyalovchi ma'lumotni ob'ektiv tasdiqlash mexanizmi;
- shaxsiy ma'lumot huquqi;
- xavfsizlik hodisalarini belgilash;
- korporativ perimetrning himoyasi;
- hujumlarni belgilash;
- potensial xavfli tarkibni nazorat qilish;
- kirish nazorati;
- ma'murlashtirish;
- hodisalarga chora ko'rish.

Ma'lumki, ko'pchilik xatarlardan ishonchli himoyalaniishga elektron raqamli imzo (ERI) algoritmlarining qo'llanishi imkon beradi, biroq bu faqat ushbu algoritmlar

asoslangan hamkorlik protokollariga, munosabatlarning yuridik to'g'ri konstruksiyasiga va ishonchning mantiqiy yopiq tizimiga qo'shilgan holatlarda ish beradi.

Ma'lumotlarni himoyalash asosida elektron raqamni hisoblash, chiqarish va uni bir juft tegishli kalitlar bilan tekshirish jarayonlarining mantiqi yotadi, ya'ni, fundamental matematik tadqiqotlarga asoslangan mantiq. Elektron raqamni faqat yopiq kalit egasi hisoblab chiqarishi mumkin, yopiq kalitga mos bo'lgan ochiq kalit egasi esa uni tekshirishi mumkin.

SHubhasiz, axborot xavfsizligini ta'minlash bilan ushbu sohaning mutaxassislari shug'ullanishi zarur, biroq davlat hokimiyati organlari, shaklidan qat'iy nazar korxona va muassasalarning rahbarlari ushbu masalalarni e'tibor markazida tutishlari lozim.

Ular uchun quyida axborot xavfsizligining kompleks tizimini tashkil qilishning asosiy funksional komponentlari keltirilgan:

- kommunikatsion protokollar;
- kriptografiya vositalari;
- avtorizatsiya va autentifikatsiya mexanizmlari;
- umumiy foydalanish tarmoqlaridan ish joylariga kirishni nazorat qilish vositalari;
- viruslarga qarshi komplekslar;
- hujumlarni aniqlash va audit dasturlari;
- foydalanuvchilarning kirishini markazlashgan holda nazorat qilishni boshqarish hamda ochiq tarmoqlar orqali ma'lumotlar paketlari va turli ilovalarning xabarlari bilan xavfsiz almashinuvi vositalari.

Internetda taklif etilayotgan texnologiyalarni sekin-astalik bilan standartlashtirish jarayonidan o'tkazayotgan, asosan ko'ngilli tashkilotlardan tashkil topgan, bir qator qo'mitalar allaqachon mavjud. Ushbu, Internet muhandislari ishchi guruhining asosiy qismini tashkil qiluvchi qo'mitalar (Internet Engineering Task Force, IETF) bir nechta muhim protokollarning standartizatsiyasini o'tkazdilar, bu bilan ularni Internetga joriy qilinishini tezlashtirdilar. TCP/IP kabi protokollar ma'lumotlarni uzatish uchun, SMTP (Simple Mail Transport Protocol) va POP (Post Office Protocol) elektron pochta

hamda SNMP (Simple Network Management Protocol) tarmoqlarni boshqarish uchun joriy qilingani – bu IETFning amalga oshirgan sa'y-harakatlarining bevosita natijasi hisoblanadi. Qo'llanilayotgan himoya mahsuli turi kompaniyaning ehtiyojiga bog'liq bo'ladi.

Internetda xavfsiz ma'lumotlarni uzatish protokollari (SSL, SET, IP v.6) keng ommalashgan. Sanab o'tilgan protokollar Internetda nisbatan yaqin vaqt ichida qimmatli axborotni himoyalash zarurati sifatida paydo bo'lgan va shu zahoti de-fakto standartlariga aylangan. SHu o'rinda, Internet bir necha o'n yillar avval katta qiymatga ega bo'lmagan ilmiy ma'lumotlar almashinuvi uchun yaratilganligini eslatib o'tamiz.

Ayni paytda, respublikamizda hozircha Internetni mahfiy ma'lumotlarni uzatish, ishlov berish va saqlash faoliyati bilan bog'liq sohalarga joriy qilishga ehtiyotkorlik bilan yondashilmoqda. SHu o'rinda e'tirof etish kerakki, elektron tijoratning rivojlanishini quyidagi sabablar sekinlashtiradi:

- Elektron tijorat infratuzilmasining mavjud emasligi yoki sekinlik bilan rivojlanishi va haridorga mahsulotni etkazib berishning (kurerlik xizmatlari) imkoni mavjud emasligi, ayniqsa, boshqa shaharda joylashgan "elektron magazin" orqali.
- Bu sohadagi davlat qonunchilik amaliyotining qoloqligi, va oqibatda, elektron shaklda tuzilgan bitimlarning bajarilishiga kafolatlarning mavjud emasligi yoki zaifligi.
- Tijoratda Internetdan foydalanish bilan bog'liq firibgarlikarning rivojlanishi uchun ob'ektiv va subyektiv sabablarning mavjudligi.
- Elektron tijorat loyihalariga puxta marketing ishlov berilmasligi.
- Mahsulotlar uchun to'lovlarni amalga oshirishdagi qiyinchiliklar, xususan, aholining tijorat banklariga ishonchi mavjud emasligi.

FANGA DOIR VIDEO MA'RUZALAR, VIDEO ROLIKLAR

Fanga doir video ma'ruzalar, video roliklar

<https://www.youtube.com/watch?v=sR-qL7QdVZQ> Philip Kotler: Marketing
<https://www.youtube.com/watch?v=hZLMv5aexto4> Principles of Marketing
Strategy
<https://www.youtube.com/watch?v=H8aZr-Ula1w> Marketing Mix: Pricing
Strategies
<https://www.youtube.com/watch?v=XBmWEduod5k> Pricing Strategies
<https://www.youtube.com/watch?v=GZgFdPWtVGY> Promotion
<https://www.youtube.com/watch?v=ys7zx1Vc9po> The Seven Ps of the Marketing
Mix: Marketing Strategies
<https://www.youtube.com/watch?v=H8FANR-2u2Q> Strategic Planning: SWOT
TOWS Analysis
<https://www.youtube.com/watch?v=qbyb0ht-dsk> McDonalds SWOT
<https://www.youtube.com/watch?v=mCdcdf-b8AU> PEST Analysis
<https://www.youtube.com/watch?v=Zq391bgs6h0> - What is Market Research?
An Informative Presentation.
<https://www.youtube.com/watch?v=sdQfId91Y0g> - Ethical Behavior in
Marketing
https://www.youtube.com/watch?v=n_L4tBP_KFQ - Market Segmentation:
Geographic, Demographic, Psychographic & More - Study.com
<https://www.youtube.com/watch?v=IyjDjr33wAQ> - Live affiliate marketing case
study
https://www.youtube.com/watch?v=2Zwlb_1Q23I - Market Feasibility Study:
More Important Than a Business Plan
<https://www.youtube.com/watch?v=b0hle7pVLmM> How to Create a Digital
Marketing Strategy - A Silverstone Case Study
<https://www.youtube.com/watch?v=ZzPjSqym9P8> Infragistics Marketing
Dashboard Case Study
<https://www.youtube.com/watch?v=laTzwz08M94> Market segmentation: a case
study
<https://www.youtube.com/watch?v=bqaEhW3xOCk> Market Orientation and
Sales Orientation
<https://www.youtube.com/watch?v=IggKinwxbZ4> Part 5: Marketing, Community
and Apps Case Study featuring Coca-Cola - Salesforce World Tour Chicago
<https://www.youtube.com/watch?v=z-9Yxo02hRk> Case Study 2016: When
Content Marketing Meets SEO
<https://www.youtube.com/watch?v=lcoLoIyGw7I> Nike Marketing Strategy |
Successful Marketing #1
https://www.youtube.com/watch?v=9_XWp5fnXKc What is Marketing & Brand
Strategy?

QO'LLANILADIGAN PEDAGOGIK TEXNOLOGIYALARI SHARHI

QO'LLANILADIGAN PEDAGOGIK TEXNOLOGIYALARI SHARHI

1. Ma'ruza mashg'ulotlarning tashkil etishning asosiy shakllari

Ma'ruza mashg'uloti – OO'YUda o'qitishni tashkil etishning etakchi shakli hisoblanadi, bilimlarni birlamchi egallashga yo'naltirilgan.

Ma'ruzani asosiy belgilanishi – o'qitishni nazariy asosini ta'minlab berish, o'quv faoliyatga va aniq o'quv fanga qiziqishni rivojlantirish, kursantlarga o'quv kursi ustidan mustaqil ishlash uchun orientirlarni shakllantirish.

Ma'ruza materiallarining mazmuni va hajmiga talablar

Ma'ruza materiallarining mazmuni quyidagi mezonlarga javob berishi lozim:

- yangilik, ilmiylik, asoslilik va axborot uchun belgilanganlik;
- aniq, ishonchli misol, fakt, asosnoma va ilmiy dalillarning mavjudligi;
- faktga asoslangan (statistik va v.h.) materiallarni ko'p emasligi.

Ma'ruza materiallarining hajmi rejalashtirilgan mavzuni yoritish uchun etarli bo'lishi kerak.

Ma'ruzalar turlari va ularga xos xususiyatlar

O'quv mashg'ulotning maqsadi	Ma'ruza turi, uning o'ziga xos xususiyatlari
<i>Kirish ma'ruzasi</i>	
Fan doirasida o'quv axborotini o'zlashtirish bo'yicha talabalar harakatining yo'naltiruvchi asosini ta'minlash.	Ta'lim berish tuzilishida motivatsion bosqich hisoblanadi. Uning vazifasi – o'quv fani mazmuni, uning o'quv jarayonidagi o'rni va kelgusidagi tezkor-xizmat faoliyatdagi ahamiyati to'g'risida dastlabki tasavvurlarni berish, talabalarni ishlash tizimida yo'naltirish, oldinda turgan mustaqil ishning uslubiyoti va tashkillashtirishi bilan tanishtirish, hisobot berish vaqti va baholashni aniqlashtirish.
<i>Axborotli ma'ruza</i>	
O'quv mavzu bo'yicha tasavvurni shakllantirish	Bu an'anaviy ma'ruza turi: ma'ruza rejasiga muvofiq o'quv materialini monologik tarzda izchillikda bayon etish.

Muammoli ma’ruza	
Muammoni belgilash va uni echimini topishni tashkillashtirish/an’anaviy va zamonaviy nuqtai nazarlarni jamlash va tahlil qilish va v.h. orqali o’quv mavzusi bo’yicha tasavvurni/ bilimlarni shakllantirish.	Yangi bilimlar savol/vazifa/vaziyatlarning muammoligi orqali kiritiladi. Bu jarayonda talabalarning bilishi o’qituvchi bilan hamkorligiga va dialogiga asoslanadi, hamda izlanuvchilik faoliyatiga yaqinlashadi.
Ko’rgazma ma’ruza	
O’TVdan keng foydalanish orqali o’quv mavzusi bo’yicha tasavvurni/ bilimlarni shakllantirish.	Bunday ma’ruzani o’qish, ko’rib chiqilayotgan ko’rgazmali materiallarni ochib berishga va qisqacha sharhlashga olib keladi.
Binar ma’ruza	
Talabalarga munozara madaniyatini, muammoni hamkorlikda echishni namoyish etish orqali o’quv mavzusi bo’yicha tasavvurni/ bilimlarni shakllantirish.	Bunday ma’ruzani o’qish ikki o’qituvchi/2-maktabning ilmiy vakillari/olim va amaliyotchi/o’qituvchi va talabalarning dialogini o’zida namoyon etadi.
Anjuman-ma’ruza	
O’quv axborotni izlash, tanlash va bayon etish jarayonida talabalarning faol ishtiroklarida yoritib berish orqali o’quv mavzusi bo’yicha tasavvurni/ bilimlarni shakllantirish.	Oldindan belgilangan muammo va uni har tomonlama yoritib berish nazarda tutilgan ma’ruzalar tizimi (5-10 daq. davomiyligida) bilan, ilmiy-amaliy mashg’ulot ko’rinishida o’tkaziladi. Mashg’ulot yakunida o’qituvchi mustaqil ish va so’zga chiqishlarga yakun yasaydi, axborotni to’ldiradi/aniqlik kiritadi, asosiy xulosalarni ifodalaydi.
Umumlashtiruvchi ma’ruza	
Bilimlarni batafsil yoritish va aniqlashtirishlarsiz tizimlashtirish.	Ma’ruzada bayon etilayotgan nazariy holatlarning negizini kursning yoki katta bo’limlarning ilmiy-tushunchali va kontseptual asosi tashkil etadi.
Maslahatli-ma’ruza	
Bilimlarni chuqurlashtirish, tizimlashtirish.	Turlicha stsenariy bo’yicha o’tishi mumkin. 1. “Savol-javoblar”- o’qituvchi bo’lim yoki to’liq kurs bo’yicha talabalar savollariga javob beradi. 2. “Savol-javoblar-munozaralar”: o’qituvchi nafaqat savollarga javob beradi, balki javoblarni izlashni ham tashkillashtiradi.
Yakuniy ma’ruza	

Bilimlarni batafsil yoritish va aniqlashtirishlarsiz tizimlashtirish.	Kursni o'rganishni yakunlaydi, butun davr mobaynida o'tilganlarni umumlashtiradi. Yakuniy ma'ruzada o'qituvchi kursning asosiy g'oyalarini ajratadi, kelgusidagi tezkor-xizmat faoliyatda va boshqa fanlarni o'rganishda olgan bilimlarni qanday qo'llash yo'llarini ko'rsatadi, fan bo'yicha yakuniy nazorat xususiyatini tushuntiradi, yakuniy nazorat variantlarining murakab savollarini tushuntiradi.
---	--

2. Amaliy mashg'ulotlarni tashkil etishning asosiy shakllari

Amaliy mashg'ulot:

- o'quvchilarni o'qituvchi bilan va o'zaro faol suhbatga kirishishiga yo'naltirilgan,
- nazariy bilimlarni amaliy faoliyatda amalga oshirish uchun sharoitni ta'minlovchi,
- olingan bilimlarni amaliy foydalanish imkoniyatlarini muhokama qilishga mo'ljallangan mashg'ulotning o'qitish shakli.

-

Amaliy mashg'ulotning mazmuniga quyiladigan talablar

- muhokamaga munozarali savollar olib chiqiladi;
- muhokama qilinuvchi savollar ilm-fanning erishgan zamonaviy yutuqlari tomoni bilan ko'rib chiqiladi;
- nazariya va amaliyotni uzviy birligi ochib beriladi;
- muhokama qilinuvchi materialning talabalarning bo'lg'usi kasbiy faoliyati bilan aloqasi ta'minlanadi;
- ko'rib chiqilayotgan material adabiyotda mavjud emas yoki material, qisman bayon etilgan.

Amaliy mashg'ulotlar turlari va ularga xos xususiyatlari

Amaliy mashg'ulot turi	Amaliy mashg'ulot shakli, uning o'ziga xos xususiyatlari
Talabalarning nazariy bilimlarini tizimlashtirish/ tuzilmaga keltirish/ mustahkamlash/ kengaytirish: - metodologik nuqtai nazaridan eng muhim va o'ziga xos fan mavzularining yaxshi o'rganish. - tushunish va o'zlashtirish uchun murakkab bo'lgan mavzu savollarini batafsil o'rganish. - kasbiy tayyorgarlik sifatini aniqlovchi, alohida asosiy bo'lgan mavzularni batafsil o'rganish.	Keng ko'lamli suhbat. Hamma uchun umumiy bo'lgan tavsiya etilayotgan majburiy va qo'shimcha adabiyotlar bilan mashg'ulotning har bir reja savollariga talabalarni tayyorgarligini nazarda tutadi. Faollashtirishni barcha vositalarini qo'llash bilan: so'zga chiquvchiga va barcha guruhga yaxshi o'ylab tuzilgan aniq ifodalangan savollar, so'zga chiquvchi talabalarni kuchli va kuchsiz tomonlariga talbalar diqqatlarini qarata olish, talabalar diqatti va qiziqishini, ish jarayonida ochib berilayotgan, yangi tomonlarga o'sha vaqtni o'zida ajratib ko'rsatish va boshqalar asosida ko'pchilik talabalarni savollarni muhokama qilishga jalb qilish imkonini beradi. Keng ko'lamli suhbat ba'zi savollar bo'yicha alohida talabalarni avvaldan rejalashtirilgan qo'shimcha ravishda so'zga chiqishlarini istisno qilmaydi, balki, taxmin qiladi. Biroq bunday ma'lumotlar muhokama uchun asos bo'lmaydi, balki muhokama qilingan savollar uchun to'ldiruvchi bo'ladi. Ma'ruza va referatlar muhokamasi. Muhokamaga 12—15 daqiqa davomiyligidagi 2-3 ma'ruzadan ko'p bo'lmagan ma'ruzalar olib chiqiladi. Ba'zida qo'shimcha ma'ruzachi va opponentlar (muxoliflar) belgilanadi. Oxirgi chiquvchilar mazmunni qaytarmaslik uchun, ma'ruza matni bilan tanishadilar. Biroq ko'p hollarda, ma'ruzachi va opponentlar, qo'shimcha ma'ruzachilardan tashqari, hech kim seminarga jiddiy tayyorlanmaydi. So'zga chiquvchilarni o'zlari ham faqat bir savolni o'rganadilar. SHu bilan birga, odatiy seminar ishiga "quruq nazariyalik" elementini kiritib, bunday mashg'ulotlar talabalarda ba'zi qiziqishlarni uyg'otadi. Talabalarni har birini qo'shimcha ma'ruzachi yoki opponent sifatida tayyorlanib kelishga o'rgatish juda muhim hisoblanadi. Referatli ma'ruzalarni yakuniy seminarda, uning asosiy savollari avvaldan muhokama qilib bo'lingan, katta bir mavzu bo'yicha ko'rib chiqish maqsadga muvofiq bo'ladi. Press-konferentsiya.

	Qisqa soʻzga chiqishdan soʻng birinchi savol boʻyicha maʼruzachiga (agarda maʼruzalar bir qator talabalarga berilgan boʻlsa, oʻqituvchining oʻzi ulardan biriga soʻz beradi) soʻz beriladi. SHundan soʻng har bir talaba maʼruza mavzusi boʻyicha unga savol berishi lozim. Savol va javoblar seminarining markaziy qismini tashkil etadi. Qancha koʻp jiddiy tayyorgarlik koʻrilsa, savollar shunchalik chuqur va mahoratli beriladi. Savollarga avval maʼruzachi javob beradi, soʻngra u yoki boshqalar boʻyicha istagan bir talaba oʻz fikrini bildirishi mumkin. Bunday holatlarda qoʻshimcha maʼruzachilar, agarda shundaylar belgilangan boʻlsa, faol boʻladilar. Oʻqituvchi har bir muhokama qilinayotgan savol boʻyicha, yoki seminar yakunida oʻz xulosasini qiladi. <i>Oʻzaro oʻqish.</i> Tushunish va oʻzlashtirish uchun eng koʻp murakkablikdagi savollarni oʻrganish asosiy maqsadga ega boʻlgan, seminar. Seminar mobaynida talabalarni oʻzaro oʻqishga yoʻnaltirish muhim hisoblanadi: har kichik-guruhga mavzuning bir savoli beriladi, bu boʻyicha ular ishlaydilar va bunga asos (ekspert varaqlar – savolni yoritish rejasi, tayyorlangan maʼlumotlarni vizual taqdim etish boʻyicha tavsiyalar) beriladi. Ekspert guruhlarning ish natijalari taqdimotidan soʻng oʻqituvchi xulosalar qiladi. <i>Yumoloq (yozma /ogʻzaki) stol.</i> Oʻtgan mavzu boʻyicha bilimlarni chiqurlashtirish va aniqlashtirish, bor bilimlarni safarbar qilish va har xil vaziyatlarda ularni qoʻllash, oʻz fikrlarini qisqa va asoslangan xolda bayon qilish koʻnikmalarini rivojlantirish asosiy maqsadga ega boʻlgan, seminar. Har xil stsenariylar boʻyicha oʻtkazilishi mumkin. 1. «YOzma yumoloq stol» - talabaning savoli / echimi topilishi kerak boʻlgan gʻoya yozilgan varaq, doira boʻyicha uzatiladi va har bir ishtirokchi oʻz mulohazalarini qoʻshadi. 2. «Ogʻzaki yumoloq stol» - har bir talaba qoʻyilgan savolning javobiga oʻz qoʻshimchalarini kiritadi / oldingi ishtirokchi tomonidan taklif qilingan gʻoyani qoʻllab-quvvatlaydi va rivojlantiradi. <i>Spetsseminar.</i>
--	---

<i>Ilm-fanning alohida xususiy muammolarini chuqurroq ishlab chiqish.</i>	Bakalavriatning 4 kursida, magistraturada o'tkaziladi. Ilmiy mavzu bo'yicha yosh tadqiqotchilarni muloqat maktabini ifodalaydi. Spetsseminar vaqtida talabalarning guruhlarda ishlashga va uni baholashga, ilmiy tadqiqotlar usullaridan foydalanishga intilishlari katta rol o'ynaydi. Spetsseminarning yakuniy mashg'ulotida o'quituvchi, qoidaga ko'ra, seminarlarni va talabalarning ilmiy ishlarini muhokama qilingan muammolarni kelgusida tadqiqotlar qilish istiqbollari va talabalarni ularda ishtiroq etish imkoniyatini ochib umumlashtiradi.
Maxsus (kasbiy) va umumio'quv ko'nikma va amaliy malakalarni shakllantirish: - amaliy muammoli vaziyatni tahlil qilish va echish jarayonida xarakteristik algoritmini aniqlash bilan bog'liq egallagan nazariy bilimlarni amaliy qo'llash.	Ta'limiy o'yin. O'qitish samaradorligini uning ishtirokchilarini nafaqat bilimlarni olish jarayoniga faol jalb qilish, balki ularni (hozir va shu erda) foydalanish orqali oshirishga imkon beradi; o'zgaruvchan vaziyatlarda o'zini tutish taktika ko'nikmalarini shakllantiradi; yaratilgan dinamik rolevogo povedeniya; amaliyot imitatsiyasini ifodalaydi; aniq ko'nikma va malakalarni shakllantirishga va ishlab berishga qaratilgan. Seminar natijaviyligini uning tashkiliy-uslubiy ta'minoti belgilaydi: o'yinning texnologik xaritasini ishlab chiqish; o'yin atributlarini va materiallar paketini: vaziyat bayoni, ishtiroksilar uchun yo'riqnoma, personajlar ta'rifi (agar o'yin rolli yoki ishbilarmon bo'lsa) yoki vaziyatli ko'rsatmalar (agar o'yin modellashtiruvchi bo'lsa) tayyorlash. Amaliy topshiriqlarni bajarish. Amaliy topshiriqlarning ko'pchiligi kichik guruhlar tarkibida bajariladi va quyidagi bosqichlarni o'z ichiga oladi: yo'riqnoma berish → o'quv topshiriqni bajarish bo'yicha yo'riqnoma bilan tanishish → topshiriqni bajarish → natijalarning ommaviy taqdimoti → natijalarni umumlashtirish va baholash. Masalalar echish bo'yicha mashq. Yakka tartibda amalga oshiriladi va quyidagi bosqichlarni o'z ichiga oladi: yo'riqnoma berish – masalani echish – natijalarni tanlama taqdimoti – umumlashtirish. Muammoli masalalar va vaziyatlarni echish. Muammoli masalalar va vaziyatlarni ishlab chiqish juda katta mehnat talab qiladi. Lekin talabalar tomonidan amaliy kasbiy faoliyatdan olingan muammoli

	masalalarni echish va muammoli vaziyatlarni ko'rib tahlil qilish nazariyani haqiqiy amaliyot bilan bog'lashga imkon beradi. Bu o'qitishni faollashtirishga imkon beradi, talabalarga o'rganilayotgan materialni amaliy foydasini tushunishga yordam beradi. <i>Ta'lim beruvchi amaliy muammoli vaziyatlarni (keyslarni) echish.</i> Keys (muammoli vaziyatdan farqli ravishda) talabalarni muammoni ifodalash, muammoli vaziyatni tahlil qilish va baholash, uni maqsadga muvofiq echim variantlarini qidirishga yo'naltiruvchi tashkilotlar, insonlar guruhi yoki alohida individlarni hayotining muayyan sharoitlarini yozma ravishda taqdim etilgan bayonini o'z ichiga oladi. Keysni echish jarayoni quyidagi bosqichlarini o'z ichiga olish muhim: → muammoni yakka tartibda tahlil qilish va echish, → yakka tartibda topilgan echimni birgalikda (kichik guruhlarda) tahlil qilish, o'zaro maqbul echim variantini rasmiylashtirish, → guruh ishini taqdimoti, → muammoni echish usul va vositalarining eng maqbul variantini jamoaviy tarzda tanlash. Fiklash jarayoni, muammoli vaziyatni echish jarayonida paydo bo'lingan, mustaqil topilgan dalillar orientirlarni, kasbiy boyliklarni topishga va mustaqkamlashtirishga, kelgusi kasbiy faoliyati bilan aloqani anglashga ko'maklashadi. <i>O'quv loyihalarning taqdimoti va baholanishi</i> Ushbu o'quv mashg'ulotini tayyorlashda o'qituvchining roli quyidagilardan iborat: loyiha topshirig'ini ishlab chiqish; talabalarga ma'lumotlarni izlashda yordam berish; o'zi axborot manbai bo'lishi; butun jarayonni muvofiqlashtiri; ishtirokchilarni qo'llab-quvvatlash va rag'batlantirish; uzluksiz qayta aloqani amalga oshirish; maslahat berish. Ushbu o'quv mashg'ulotida guruhlar o'z faoliyatining natijalari to'g'risida ma'ruza qilishadi va uni belgilangan shaklda taqdim etishadi (loyihaviy faoliyatning natijalarini, hamda loyiha maxsulotini tasviriy va og'zaki taqdimot ko'rinishida).
--	--

	O'qituvchi guruhlarining o'zaro baholanishini tashkillashtiradi va loyiha ishtirokchining faoliyatini baholaydi.
Talabalarni nazariy va amaliy tayyorgarlik darajasini nazorat qilish va baholash	Kollokvium. O'qituvchining talabalar bilan kollokviumlari (suhbatlashuvi) odatda kursning u yoki bu mavzusi bo'yicha bilimlarini aniqlash, uni chuqurlashtirish maqsadida olib boradi. U ko'pincha 1) dasturda ko'zda tutilmagan, lekin talabalarda qiziqish uyg'otgan qo'shimcha mavzular bo'yicha; 2) fanning alohida murakkab, lekin talabalar tomonidan etarli darajada o'zlashtirilmagan mavzulari bo'yicha qo'shimcha darslar mobaynida; 3) ohirgi seminar mashg'ulotlarida javob bermagan talabalarni birish darajasini aniqlash uchun. Seminar-kollokvium mobaynida ma'ruza, referat va boshq. YOzma ishlar tekshirilishi mumkin. YOzma (nazorat) ish. Talabalar nazorat savollariga javob beradilar/ testlarni echadilar/ nazorat topshiriqlarini bajaradilar. Ularning to'plamini to'g'ri tuzish muhim hisoblanadi: ular rejalashtirilayotgan o'quv materialni o'zlashtirish darajasiga mos kelishligi kerak va ularni tekshirishni ta'minlashi kerak.

3. Ma'ruza va amaliy mashg'ulotlarda qo'llaniladigan pedagogik texnologiyalar

AQLIY HUJUM METODI

Aqliy hujum (breynstroming-aqlar to'zoni) – amaliy yoki ilmiy muammolar echish g'oyasini jamoaviy yuzaga keltirishda qo'llaniladigan metod.

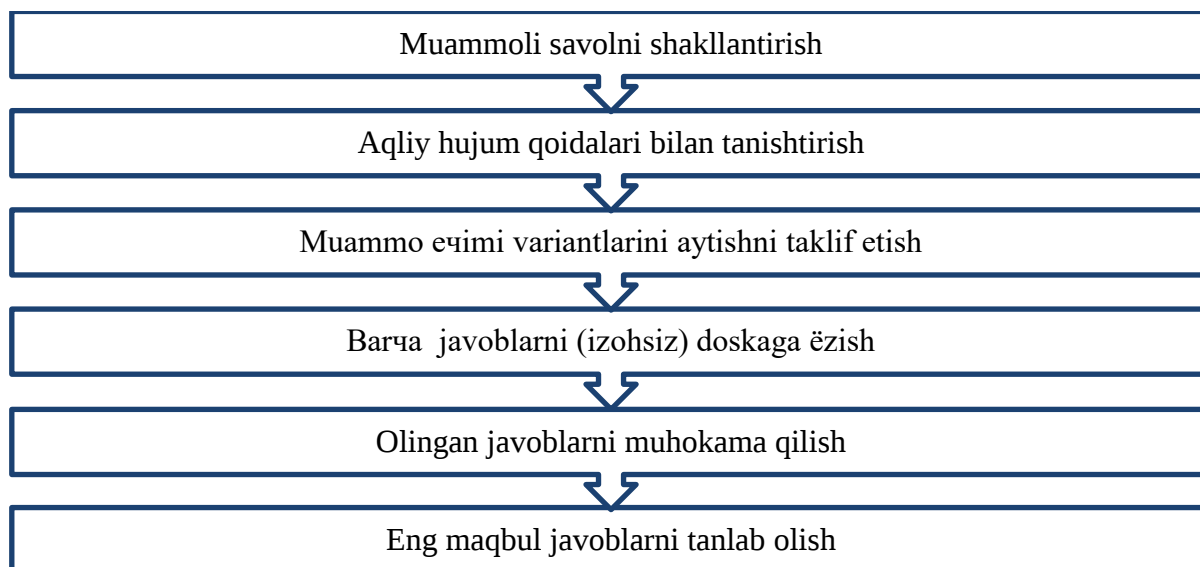
☞Metod chegaralangan vaqt oralig'i ichida aniq muammo (savol, masala)ni echishning noan'anaviy yo'llarini izlash bo'yicha o'quvchilarni aqliy faoliyatini yo'naltirishga asoslangan.

☞O'quv mashg'ulotidagi aqliy hujum uchunmuammoni tanlash quyidagi tamoyillar bo'yicha amalga oshiriladi:

- tanlangan muammo nazariy va amaliy ahamiyatga ega bo'lishi hamda o'quvchilarda faol qiziqish uyg'otishi kerak;
- ko'p har xil ma'nodagi echim variantlariga ega bo'lishi kerak.

O'qitish texnologiyasini ishlab chiqishda aqliy hujum metodi o'quv mashg'ulotining bir lavhasi yoki butun mashg'ulotni o'tkazish asosi sifatida rejalashtirilgan bo'lishi mumkin.

Aqliy hujum metodining texnologik chizmasi 1-rasmda keltirilgan.



Aqliy hujum metodining texnologik chizmasi

INSERT TEXNIKASI

INSERT (inglizcha soʻzdan olingan boʻlib - **INSERT** – Interaktiv- interfaol Noting – belgilash System - tizim for-uchun Effective – samarali Reading – oʻqish and– va Thinking – fikrlash degan maʼnoni anglatadi).

1) Samarali oʻqish va fikrlash uchun matnda belgilar qoʻyishning interfaol tizimi hisoblanadi.

Matnni belgilash tizimi:

(√) - mening bilganimni tasdiqlovchi axborot;

(+) –men uchun yangi axborot;

(–) - menning bilganlarimga, zid axborot;

(?) - meni oʻylantirib qoʻydi. Bu boʻyicha menga qoʻshimcha axborot kerak.

KEYS–STADI METODI

KEYS – (ingl. sase – toʻplam, aniq vaziyat) – nazariy bilimlarni amaliy vazifalarni echish jarayonida qoʻllash imkonini beruvchi *oʻqitish vositasi*.

Keysda bayon qilingan vaziyatni oʻrganib va tahlil qilib, oʻquvchilar oʻzining kelgusidagi kasbiy faoliyatida oʻxshash vaziyatlarda qoʻllashi mumkin boʻlgan tayyor echimni oladi.

Keysda bayon qilingan vaziyatlar (kasbiy), amaliy mashgʻulotlarda echiladigan vaziyatli masalalardan tubdan farq qilinadi. Agar vaziyatli masalalarda har doim shart (nima berilgan) va talab (nimani topish kerak) berilgan boʻlsa, keysda, qoidaga koʻra, bunday parametrlar mavjud emas.

Oʻquvchiga taqdim etilgan ixtiyoriy keysda:

- keysning belgilanishi va topshiriq/savollar aniq ifodalangan boʻlishi kerak;
- bayon qilingan muammoli vaziyatni echish uchun kerakli va etarli xajmda maʼlumotlarni oʻz ichiga olishi kerak

- keysni echish uchun *uslubiy ko'rsatmalar* bo'lishi kerak.

Keys–stadi (ingl.sase– to'plam, aniq vaziyat, stadi-o'qitish)—amaliy o'qitish vaziyatlarimetodi.

Keys-stadi - o'qitish, axborotlar, kommunikatsiya va boshqaruvning qo'yilgan ta'lim maqsadini amalga oshirish va keys-stadida bayon qilingan amaliy muammoli vaziyatni hal qilish jarayonida prognoz qilinadigan o'quv natijalariga kafolatli etishishni vositali tarzda ta'minlaydigan bir tartibga keltirilgan optimal usullari va vositalari majmuidan iborat bo'lgan o'qitish texnologiyasidir.

Ushbu metod o'quvchilarni quyidagilarga undaydi:

- muammoni shakllantirishga;
- amaliy vaziyatni tahlil qilish va baholashga;
- muammo echimini eng maqbul variantini tanlashga.

O'quv mashg'ulotning o'qitish texnologiyasini tanlashni ikki asosiy dalil belgilaydi:

1. Keysning hajmi (qisqa, o'rtacha miqdordagi, katta)
2. O'quv topshirig'ini taqdim etish usuli:
 - savolli (savollar keysdan keyin keltiriladi)
 - topshiriqli (topshiriq keys kirish qismining oxirida keltiriladi)

O'QUV LOYIHA METODI

Ushbu metodning mohiyati shundan iboratki, ma'lum muddat ichida (bitta o'quv mashg'ulot doirasidan 2-3 oy muddat ichida) ta'lim oluvchi guruhli yoki yakka tartibda berilgan mavzu yuzasidan loyiha topshirig'ini bajaradi. Uning vazifasi – muayyan foydalanuvchiga yo'naltirilgan yangi ma'lumot olish, belgilangan muddat ichida berilgan u yoki bu muammoni ilmiy, texnikaviy echimidan iborat.

O'quv loyihasi tushunchasi:

- muayyan iste'molchiga mo'ljallangan, muammolarni izlash, tadqiq qilish va echish, natijani noyob (moddiy yoki intellektual) mahsulot ko'rinishida rasmiylashtirishga qaratilgan. Talablarning mustaqil o'quv faoliyatini tashkil qilish *usuli*;

- nazariy bilimlar orqali amaliy vazifalarni echishga qaratilgan o'quv *vosita va qurollari*;

- rivojlantiruvchi, ta'lim-tarbiya hamda bilimlarni kengaytirish, chuqurlashtirish va malakalarni shakllantirishga qaratilgan *didaktik vosita*.

GRAFIK TASHKIL ETUVCHILAR

KLASTER (klaster-tutam, bog'lam)-axborot xaritasini tuzish yo'li- barcha tuzilmaning mohiyatini umumlashtirish va aniqlash uchun qandaydir biror asosiy omil atrofida g'oyalarni yig'ish asosida aniq biror mazmunni keltirib chiqaradi.

Bilimlarni faollashtirishni tezlashtiradi, fikrlash jarayoniga mavzu bo'yicha yangi o'zaro bog'lanishli tasavvurlarni erkin va keng jalb qilishda yordam beradi.

Klasterni tuzish bo'yicha o'quv topshirig'igayo'riqnoma

1. Katta qog'oz varag'i markazida kalit so'z yoki 1-2 so'zdan iborat mavzu nomini aylana ichiga yozing.
2. Kalit so'z bilan birlashdigan yon tomoniga kichkina hajmdagi aylana-“yo'ldoshcha” ichiga mavzu bilan aloqador so'z yoki so'z birikmasini yozing. Ularni chiziq bilan “bosh” so'zga bog'lang.
3. Ushbu “yo'ldoshcha”larda “kichik yo'ldoshlar” ham bo'lishi mumkin, ular ichiga yana so'z yoki iboralar yozib ajratilgan vaqt tugagunga qadar yoki g'oyalar tugamagunga qadar davom ettiriladi.

«**NIMA UCHUN?» SXEMASI** –muammoning dastlabki sababini aniqlash bo'yicha fikrlar zanjiri bo'lib,tizimli, ijodiy, tahliliy mushohada qilish ko'nikmalarini rivojlantiradi.

«Nima uchun?» sxemasini tuzish bo'yicha o'quv topshirig'iga yo'riqnoma

O'quv topshiriqda ko'rsatilgan muammosababini aniqlash uchun:

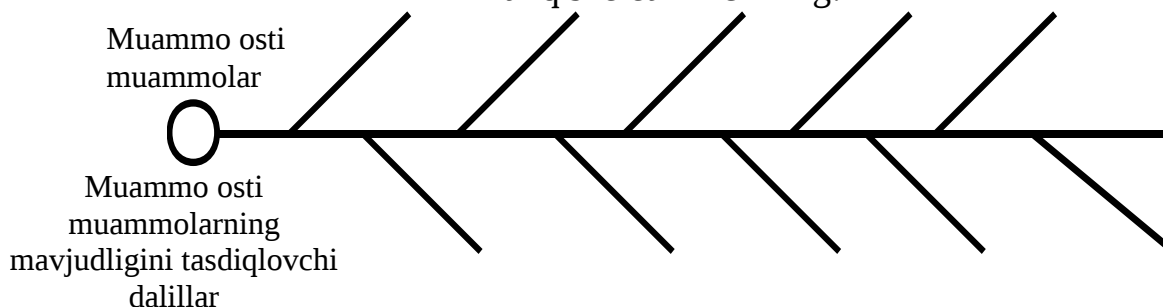
- 1) Muammoni yozing va strelka chizig'ini chiqarib «Nima uchun?» so'rog'ini yozing.
- 2) Savolga javob yozib nima uchun so'rog'ini takror yozib boravering. Bu jarayonni muammoning dastlabki sababi aniqlanmagunicha davom ettiring

«**BALIQ SKELETI» CHIZMASI** – bir qator muammolarni tasvirlash va uni echish imkonini beradi. Tizimli fikrlash, tuzilmaga keltirish, tahlil qilish ko'nikmalarini rivojlantiradi.

“Baliq skeleti” sxemasini tuzish bo'yicha o'quv topshirig'iga yo'riqnoma

O'quv topshiriqda ko'rsatilgan muammo maydonini tavsiflash uchun:

1.«Baliq skeletini” chizing:



2. «Suyak»ning chap qismida (yoki yuqori suyakda) muammo osti muammoni yozing, o'ng qismida (pastki suyakda) – muammo osti muammoni amalda mavjud ekanligini tasdiqlovchi dalillarni yozing.

«QANDAY?» IERARXIK DIAGRAMMASI - muammo to'g'risida umumiy tasavvurlarni olishga, uning echimini topish usul va vositalarini topishga imkon beruvchi mantiqiy savollar zanjiridan iborat.

Tizimli, ijodiy, tahliliy fikrlash ko'nikmalarini rivojlantiradi.

**«Qanday?» diagrammasini tuzish bo'yicha o'quv topshirig'iga
yo'riqnoma**

«Qanday?» diagrammasini tuzishdan avval, siz quyidagilarni bilishingiz kerak: ko'p hollarda Sizga muammolar hal etishda «Nima qilish kerak?» haqida o'ylashga hojat bo'lmaydi. Muammo echimini topish uchun asosan «Buni qanday qilish kerak?» qabilida bo'ladi. «Qanday?» - muammoni hal etishda asosiy savol hisoblanadi.

1. Doira chizing va uning ichiga echilishi lozim bo'lgan muammoni yozing.

2. Ketma-ket ravishda «Qanday?» savolini qo'ying va shu savolga javob bering. SHu tartibda savollarni ketma-ket berib boravering va javoblarni o'ylab o'tirmasdan, solishtirmasdan, baholamasdan, tez-tez yozishda davom eting.

Maslahat va tavsiyalar:

YAngi g'oyalarni grafik ko'rinishda qayd etishni o'zingiz hal eting: daraxt yoki kaskad ko'rinishida, yuqoridan pastga yoki chapdan o'ngga. Eng muhimi esda tuting: nisbatan ko'p miqdordagi foydali g'oyalar va muammo echimlarini topishga imkon beradigan usul eng maqbul usul hisoblanadi.

Agarda siz muammoni echimini topish uchun to'g'ri savollar bersangiz va uning rivojlanish yo'nalishini namoyon bo'lishida ishonchni saqlasangiz, diagramma, siz har qanday muammoni amaliy jihatdan echimini topishingizni kafolatlaydi.

«NILUFAR GULI» CHIZMASI - muammoni hal etish vositasi. O'zida nilufar guli qiyofasini mujassam etgan. Uning asosini 9 ta katta kvadratlar tashkil etib, ularning har biri o'z navbatida to'qqizta kichik kvadratdan iborat.

Tizimli, ijodiy, tahliliy fikrlash ko'nikmalarini shakllantiradi.

«Nilufar guli» sxemasini tuzish bo'yicha o'quv topshirig'iga yo'riqnoma

O'quv topshiriqda ko'rsatilgan muammoni hal etish vositalarini topish uchun:

1) O'zida nilufar guli qiyofasini mujassam etgan sxemani chizing. Uning asosini 9 ta katta kvadratlar tashkil etib, ularning har biri o'z navbatida to'qqizta kichik kvadratdan iborat;

	B	
	D	
	G	

	Z	
B	Z	C
D	A	F
G	H	Y
	H	

	C	
	F	
	Y	

2) asosiy muammoni markaziy kvadratning markaziga yozing. Uni hal etish g'oyalarini markaziy kvadrat atrofida joylashgan qolgan sakkizta kvadratlarga yozing;

3) har bir ushbu sakkizta g'oyani markaziy kvadrat atrofida joylashgan sakkizta katta kvadrat markaziga o'tkazing, boshqacha aytganda, nilufar gulidan uning gul bargiga o'tkazing. SHunday qilib, ular har biri, o'z navbatida, yana bir muammo sifatida qaraladi.

TAVSIYA ETILADIGAN ELEKTRON JURNALLAR VA INTERNET SAYTLAR

GLOSSARIYLAR

GLOSSARIY

Atamaning o'zbek tilidagi nomlanishi	Atamaning rus tilidagi nomlanishi	Atamaning ingliz tilidagi nomlanishi	Atamaning ma'nosi
Axborotlashgan iqtisodiyot	Информационная экономика	Information economy	bu jamiyat ne'matlarini ishlab chiqarish, taqsimlash va iste'mol qilish jarayonlarida elektron (axborot-kommunikatsiya) texnologiyalarini keng joriy etishni ko'zda tutadigan insonning xo'jalik faoliyatini tadqiq etuvchi fandir.
Bilimlarni boshqarish	Управление знаниями	Knowledge management	bu bilimni identifikatsiya qilish, bilimni boshqarish, bilimni rivojlantirish va undan foydalanishdir. U bilimlarni qanday olish, uni tarqatish, o'zgartirish, undan foydalanish hamda firma uchun zarur amaliy ustunliklarni uzluksiz topish bilan shug'ullanadi.
Global menejment paradigmasi	Глобальная парадигма управления	The Global Management Paradigm	bu jahon darajasidagi milliy, madaniy yoki siyosiy an'analar va odatlardan qat'iy nazar, kompaniyalar tomonidan to'liq yoki qisman amal qilinadigan boshqarish tizimidir. Bu tashkil qilish, qarorlar qabul qilish va asoslash kabi sohalarda o'zaro bog'langan, mantiqiy izchil harakatlar majmuidir.
Jarayonni integratsiyalashgan boshqarish	Интегрированное управление процессами	Integrated process management	boshqarishning tizimli usuli bo'lib, uning asosiy xususiyati iste'molchilar va ishlab chiqaruvchilarni yagona jarayonga birlashtirishdan iborat.

			Xaridor qo'lidagi mahsulot ishlab chiqarish siklining bir qismi deb hisoblanadi, bu esa xaridorni ishlab chiqarish jarayoniga integratsiyalashuvini (qo'shilishini) nazarda tutadi.
Jarayon innovatsiyasi	Innovatsionnyy protsess	Process innovation	yangi yoki sezilarli darajada yaxshilangan ishlab chiqarish yoki etkazib berish uslubini, texnik jarayonlar, uskunalar va/yoki dasturiy ta'minotdagi sezilarli o'zgarishlarni joriy etishdir.
Marketing innovatsiyasi	Маркетинговые инновации	Marketing innovation	bu firma tomonidan marketingning yangi uslubini joriy etish (mahsulotning dizayni va qadoqlash, uni joylashtirish, narx belgilash, bozorga chiqarish) agarda u firma tomonidan birinchi marta ishlatilayotgan bo'lsa.
Intellectual mulk	Интеллектуальная собственность	Intellectual property	bu intellektual faoliyat natijalari va xo'jalik aloqalari ishtirokchilarining individuallashtirish vositalaridir. Intellektualmulk obyektlariga ixtirolar, foydali modellar, sanoatnamunalari, tovar belgilari, xizmat ko'rsatish belgilari, firma nomlari, tijorat nomlari va belgilari kiradi.
Tovar belgisi	Товарный знак	Trademark	bu biror ishlab chiqaruvchining tovar va xizmatlarini boshqa ishlab chiqaruvchining o'xshash tovar va xizmatlaridan farqlash uchun mo'ljallangan original grafik tasvir, raqam, harf yoki so'zlarning birikmasidir.

Ixtiro	Изобретение	Invention	bu turli sohalardagi mahsulotga (xususan, qurilma, modda, mikroorganizm shtamlari, o`simlik va hayvonlar hujayralariga) yoki usulga (moddiy ob`ektlar ustidan harakatni amalga oshirish jarayoniga) tegishli texnik echim.
Foydali model	Полезная модель	Model	bu moslamaga taalluqli texnik echim. Ishlab chiqarish vositalarining konstruktiv bajarilishi va iste`mol qilish predmetlari hamda ularning tarkibiy qismi foydali modellarga kiradi.
Sanoat namunalari	Промышленные образцы	Industrial Designs	bu sanoat yoki hunarmandlik buyomlarining tashqi ko`rinishini belgilovchi badiiy-konstruktorlik echimidir.
Seleksion yotuqlar	Технологические новинки	Selection achievements	ijodiy mehnat orqali o`simlikning yangi navi yoki hayvonlarning yangi turini yaratish (aniqlash) kabi insonning aniq bir maqsadga qaratilgan faoliyatining natijasidir.
Kriptografiya	Криптография	Cryptography	informatsiyani himoyalash uchun uni o'zgartirish usullarini o'rganishning matematik metodlarini anglatadi
Elektron raqamli imzo	Цифровая подпись	Digital Signature	matnga biriltirilgan va uning kriptografik o'zgartirilishini aniqlab beradigan ma'lumot bo'lib, matn boshqa foydalanuvchi tomonidan olinganida uning haqiqiy-ligini va muallifini tekshirish-ga imkon beradi.

TAVSIYA ETILADIGAN ELEKTRON JURNALLAR VA INTERNET SAYTLAR

Asosiy adabiyotlar

1. Лapidус Л.В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лapidус. — М.: ИНФРА-М, 2019.
2. Маркова В.Д. Цифровая экономика: Учебник / В.Д. Маркова. — М.: ИНФРА-М, 2019.
3. Хасаншин И. А., Кудряшов А.А., и др. Цифровая экономика. Учебник для вузов - М.: Горячая линия. Телеком, 2019
4. Gulyamov S.S., Ayupov R.H. va boshqalar. Raqamli iqtisodiyotda blokcheyn texnologiyalar. T.: TMI, “Iqtisod-Moliya” nashriyoti, 2019

Qo'shimcha adabiyotlar

1. Mirziyoev Sh.M. Tanqidiy tahlil, qat'iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik – har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo'lishi kerak. // Xalq so'zi gazetasi. 2017 yil 16 yanvar'.
2. Mirziyoev Sh.M. Erkin va farovon, demokratik o'zbekiston davlatini birgalikda barpo etamiz. – Toshkent : O'zbekiston, 2016. - 56 b.
3. Mirziyoev Sh.M. Qonun ustuvorligi va inson manfaatlarini ta'minlash – yurt taraqqiyoti va xalq farovonligining garovi. – Toshkent: “O'zbekiston”, 2017. – 48 b
4. Mirziyoev Sh.M. Buyuk kelajagimizni mard va olijanob xalqimiz bilan birga quramiz. – Toshkent: : “O'zbekiston”, 2017. – 488 b.
5. Mirziyoev Sh.M. 2017 yil 19 sentyabr Birlashgan Millatlar Tashkiloti Bosh Assambleyasining 72-sessiyasidagi nutqi.// Xalq so'zi, 2017 yil 20 sentyabr'.
6. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti SH.Mirziyoevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi. // Xalq so'zi, 2017 yil 23 dekabr.
7. O'zbekiston Respublikasining 2015 yil 22 maydagi “Elektron tijorat to'g'risida”gi O'RQ-385-son Qonuni.
8. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti SHavkat Mirziyoevning 2018 yil 28 dekabrda Oliy Majlisga Murojaatnomasi.
9. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 18 maydagi “Raqamli iqtisodiyot va «Elektron hukumat» tizimi infratuzilmalarini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida”gi PQ-4321-son qarori.
10. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 13 dekabrda “O'zbekiston Respublikasi davlat boshqaruviga raqamli iqtisodiyot, elektron hukumat hamda axborot tizimlarini joriy etish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida”gi PF-5598-son qarori.

11. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 21 noyabrdagi “Raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish maqsadida raqamli infratuzilmani yanada modernizatsiya qilish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PQ-4022-son qarori.

12. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 2 sentyabrdagi “«Raqamli ishonch» raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishni qo‘llab-quvvatlash jamg‘armasini tashkil etish to‘g‘risida”gi PQ-3927-son qarori.

13. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 3 iyuldagi “O‘zbekiston Respublikasida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PQ-3832-son qarori.

14. O‘zbekiston Respublikasining 2014-2017 yillarda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishining asosiy ko‘rsatkichlari. WWW/ stat.uz.

Elektron jurnallar

1. International Journal of Business Forecasting and innovation. www.inderscience.com

2. Ansoff matrix. www.free-management-ebooks.com

3. Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar. Ilmiy-elektron jurnal. www.iqtisodiyot.uz

4. Экономическое обозрение_ www.cer.uz

5. Journal of Innovation. www.ama.org

6. Journal of Marketing Research. www.ama.org

Internet saytlar

1. www.mineconomy.uz (O‘zbekiston Respublikasi Iqtisodiyot vazirligi)

2. www.mehnat.uz (O‘zbekiston Respublikasi Mehnat va aholini ijtimoiy muhofaza qilish vazirligi)

3. www.mf.uz (O‘zbekiston Respublikasi Moliya vazirligi)

4. www.stat.uz (O‘zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo‘mitasi)

5. www.ima.uz (O‘zbekiston Respublikasi Intellectual mulk agentligi)

6. www.academy.uz (Fanlar akademiyasi)

7. <http://www.semi.rssi.ru>– Rossiya Federatsiyasi Markaziy-iqtisodiy matematika instituti sayti.

8. <http://www.nber.com>– AQSH iqtisodiy tadqiqotlar milliy byurosi sayti.

9. <http://www.webofscience.com>- Xalqaro ilmiy maqolalar platformasi.

10. <http://www.scopus.com> – Xalqaro ilmiy maqolalar platformasi.

11. <http://www.elibrary.ru> – Rossiya ilmiy maqolalar indeksi.

I. Xotamov, Sh. Yegamberdiyev, A. Ismoilov

RAQAMLI IQTISODIYOT

fani bo'yicha o'quv-uslubiy majmua

Ma'ruza mashg'uloti uchun

Toshkent: Iqtisodiyot, 2019 yil, 235 bet.