

**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY TA'LIM, FAN VA
INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI
BUXORO DAVLAT UNIVERSITETI
IQTISODIYOT VA TURIZM FAKULTETI
BUXGALTERIYA HISOBI VA STATISTIKA KAFEDRASI**

**“MILLIY IQTISODIYOTNI JADAL
RIVOJLANTIRISH VA YUQORI O‘SISH
SUR‘ATLARINI TA‘MINLASH:
MUAMMOLAR VA YECHIMLAR”
mavzusidagi Respublika ilmiy-amaliy
konferensiyasi
5- may 2023-yil**

**Республиканская научно-практическая
конференция на тему**

**«ОБЕСПЕЧЕНИЕ УСКОРЕННОГО
РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ
ЭКОНОМИКИ И ВЫСОКИХ ТЕМПОВ
РОСТА: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ»
5 май 2023 год**

ОСНОВЫ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ, РИСКИ СВЯЗАННЫЕ С НЕЙ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕЕ РАЗВИТИЯ В СФЕРЕ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ. Нарзуллаева Гулчехра Салимовна, Бакаева Мохира Ахроровна, Шадиева Мадина Джалолиддин кизи	221
MARKETINGNI RIVOJLANTIRISHDA INTERNET KOMMUNIKATSIYALARINING O'RNI. Мохинисо Омонова Максуд кизи	224
VII sho'ba. Ta'lim va iqtisodiyot: nazariya va amaliyot uyg'unligi	227
MAMLAKAT TARAQQIYOTIDA OLIY TA'LIMNING O'RNI. Dilova Nargiza G'aybullayevna	228
TA'LIM TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISHDA XUSUSIY MAKTABLARNING O'RNI. <i>Kobilova Hilola Maxmudjonovna</i>	231
LE SYSTEME DE L'EDUCATION NATIONALE EN FRANCE. Michèle BOUYSSOU	233
TA'LIM TIZIMINI BOSHQARISH VA TA'LIM XIZMATLARI BOZORINI INNOVATSION RIVOJLANISHINING ASOSIY OMILLARI VA USULLARI. Hayitov S.S, Bakaeva Sh	235
O'ZBEKISTONDA INKLYUZIV TA'LIM – MUAMMO VA YECHIMLAR. <i>Kobilova Zilola Maxmudjonovna</i>	236
OLIY TA'LIM TIZIMINI STRATEGIK BOSHQARISHDAGI XORIJIY TAJRIBALAR VA ULARDAN MAHALLIY DARAJALARDA FOYDALANISH YO'LLARI. Muxtorov Shavkat Qodirovich.....	238
TA'LIMDA O'QUVCHILARNI FANGA QIZIQTIRISHDA OPTIMAL USULLARDAN FOYDALANISHDA “OMADLI ZARIKCHALAR” METODI. Botirova Oydina Akbaraliyevna....	241
TA'LIM BIZNESIDA RAQAMLI INNOVATSION TEXNOLOGIYALARNING MUAMMOLARI. <i>Savrieva Madina Hakimovna</i>	244
SIFATLI TA'LIM UCHINCHI RENESSANSNING POYDEVORI SIFATIDA; XORIJIY TAJRIBA VA TAVSIYALAR. Fotima Muxsinova, Zafar JUMAYEV, Alijon AXADOV	246
ТРАНСФОРМАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ. Сайфуллаева Мадина Исмаиловна, Цой Ираида.....	250
IQTISODIY FANLARNI O'QITISHDA NOAN'ANAVIY USULLARNING AHAMIYATI. Turaeva Mastura Kurbanovna	251
TA'LIMNING BOSH MEZONI BU TA'LIM MAQSADIDIR. Turaeva Mastura Kurbanovna	252
ОЛИЙ ТАЪЛИМ МУАССАСАЛАРИ БОШҚАРУВИНИ ХАЛҚАРО СТАНДАРТЛАРГА ИНТЕГРАТСИЯЛАШ ЗАРУРИЯТИ...Одинаева Нигина Фуркатовна.....	254

Mamlakatimizda demokratik islohotlarni yanada chuqurlashtirish va fuqarolik jamiyatini rivojlantirish konsepsiyasi “Harakatlar strategiyasi”ni nazariy va amaliy jihatdan yanada boyitdi. Ushbu konsepsiya mamlakatimizni modernizatsiya qilish va demokratik yangilash bo'yicha amalga oshirilayotgan ishlarimizni yangi bosqichga ko'tarishga qaratilgan.

O'zbekistonimizda 1996-yildan boshlab izchil iqtisodiy o'sish sur'atlari ta'minlanmoqda. Agar 1996-2003-yillarda o'rtacha o'sish sur'ati 4,3 foizni tashkil etgan bo'lsa, 2018-yildan bu jarayon yangi bosqichga ko'tarildi – 8,1 foiz o'sish sur'atlari ta'minlanmoqda. Yalpi ichki mahsulot hajmi 2018-yilda 2010-yilga nisbatan 5,2 barobar oshdi, aholi jon boshiga hisoblaganda esa 2,8 barobar ko'paydi. O'zbekiston barqaror yuqori o'sish sur'atlari davom etayotgan yetakchi o'n davlat qatoridan joy oldi.

Bugungi kunda Buxoro neftni qayta ishlash zavodi, Sho'rtan gaz-kimyo majmuasi, Qo'ng'irotda soda zavodi, Dehqonobod kaliyli o'g'itlar zavodi, Asakadagi yengil va Samarqanddagi yuk avtomobillari va avtobuslar ishlab chiqaradigan korxonalar, yuzlab zamonaviy yengil va oziq-ovqat sanoati korxonalari faoliyat yuritmoqdalar. Natijada, mustaqillik yillarida mamlakatimizda sanoat mahsulotlari ishlab chiqarish hajmi 3,4 barobar oshdi. Hozir O'zbekistonda ishlab chiqariladigan sanoat mahsulotlarining salkam 40 foizi eksport qilinmoqda.

Bunday yuksak natijalarga erishishda makroiqtisodiy barqarorlikni ta'minlash, iqtisodiyotning real sektorini qo'llab-quvvatlash, mahalliy tabiiy-iqtisodiy resurslardan samarali va oqilona foydalanish hisobidan iqtisodiyotda, avvalambor, ichki talabga hamda tashqi iqtisodiy faoliyatni kengaytirishga qaratilgan tarkibiy o'zgartirishlar muhim ahamiyat kasb etdi.

O'z navbatida ishlab chiqarishni modernizatsiya qilish va yangilash, qulay ishbilarmonlik muhitini shakllantirish orqali to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalarni keng jalb qilish, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni jadal rivojlantirish borasidagi keng ko'lamli tajriba ham o'zining yuksak samaralarini berdi.

ОСНОВЫ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ, РИСКИ СВЯЗАННЫЕ с НЕЙ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕЕ РАЗВИТИЯ В СФЕРЕ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ

Кафедра “Экономика” страший преподаватель

Нарзуллаева Гулчехра Салимовна

Кафедра “Экономика” преподаватель Бакаева Мохира

Ахроровна

Студентка 1-курса Шадиева Мадина Джалолиддин кизи

Аннотация: в данной работе изменены основные принципы и теоретические основы цифровой экономики. Исследованы риски интегрирования цифровых технологий. Проанализированы роль цифровых технологий в финансовом секторе, а также роль финансовых услуг в процессе цифровизации.

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровизация, риски, цифровые финансовые услуги, цифровая технология, Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР)

Аннотация: ушбу мақолада рақамли идтисодиётнинг асосий тамойиллари ва назарий асослари, рақамли технологияларни интеграциялаш жараёнида вужудга келиши мумкин бўлган хатарлар таҳлил этилди. Бундан ташқари, рақамли технологларнинг молиявий сектордаги ўрни, шунингдек, рақамлаштириш жараёнида молиявий хизматларнинг роли таҳлил дилинди.

Калит сузлар: радамли идтисодиёт, радамлаштириш, хатарлар, радамли молиявий хизматлар, радамли технологиялар, Идтисодий дамкорлик ва таратдиёт ташкилоти (ИХТТ) /

Abstract: This paper explores the basic principles and theoretical foundations of the digital economy. The risks of integrating digital technologies are investigated. Analyzed the role of digital technologies in the financial sector, as well as the role of financial services in the digital ization process.

Keywords: Digital economy, digitalization, risks, digital financial services, digital technology, Organization for Economic Cooperation and Development (OECD)

Сегодня развитие технологий охватывает все сферы. В частности, внедрены на практике: цифровое правительство и цифровая экономика, сосредоточены на развитии конкурентоспособности и обеспечения национального безопасности для каждой страны. Цифровая экономика - это всемирная сеть экономической деятельности, коммерческих операций и профессиональных взаимодействий, которые поддерживаются информационно-коммуникационными технологиями (ИКТ). Ее можно кратко охарактеризовать как экономику, основанную на цифровых технологиях. [1]. По различным оценкам, цифровая экономика несет в себе огромные изменения для более чем 50% разных отраслей. Это вызвано тем, что информационные технологии и платформы кардинально м. шит бизнес-модели, повышая их эффективность за счет устранения посредников и оптимизации. Как выяснили

“Milliy iqtisodiyotni jadal rivojlantirish va yuqori o‘sish sur’atlarini ta’minlash: muammolar va yechimlar”

специалисты Всемирного банка, увеличение числа пользователей высокоскоростного Интернета на 10% может повысить ежегодный прирост ВВП от 0,4 до 1,4% [2].

Организация экономического сотрудничества и развития (Международная сеть по финансовому образованию) считает, что цифровые финансовые услуги (ЦФУ) можно определить, как «финиш ин# операции с использованием цифровых технологий, включая электронные деньги, мобильные финансовые услуги, финансовые услуги онлайн, видеоинтерфейс и дистанционный банкинг, посредством банковских учреждений или без их участия. ЦФУ могут охватывать различим# денежные операции, такие как внесение, снятие, отправка и получит» денежных средств, а также иные финансовые продукты и услуги, включая оплату, кредитование, сбережения, пенсии и страхование. ЦФУ мни, также включать не транзакционные услуги, такие как просмотр Личной финансовой информации через цифровые устройства». [6]

На рынке цифровых финансовых услуг присутствует большое количество различных участников. В докладе Международной сети Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) и») финансовому образованию указано, что банки являются крупнейшими участниками рынка цифровых финансовых услуг, за которыми, небольшим отрывом идут телекоммуникационные компании. Другие участники, указанные в докладе, включают, среди прочего, поставщиков кредитов, государственные органы, страховые или пенсионные компании и почтовые отделения, банковских агентов, общества взаимопомощи финансово-технологические компании, учреждения, занимающий» операциями с электронным деньгами, инвестиционные банки и компании осуществляющие операции фондовыми ценностями.

Цифровые финансовые услуги включают в себя широкий спектр финансовых услуг, доступных и предоставляемых по цифровым капанию включая платежи, кредиты, сбережения, денежные переводы и страхование.

Цифровые технологии все больше интегрируются в экономику и оказывают значительное влияние на финансовую индустрию, внедри новые продукты, услуги и поставщиков. Цифровизация влияет и» отдельных лиц и предприятия во всем мире, поскольку мобильны» денежные услуги теперь доступны в 72% развивающихся стран (GSMA 2018) [5], и их распространение, вероятно, будет расти рука об руку с растущим уровнем проникновения мобильных соединений (по оценкам, превышающим 100% в мире к 2020 году). Эти существенные изменения увеличивают потребность в эффективном финансовом образовании, защите финансовых потребителей и политике финансовой доступности, Которая быстро адаптируется к этой изменяющейся среде. [4]

Параллельно применение цифровых технологий для управления личными финансами предоставляет новые инструменты для поддержки потребителей и предпринимателей в улучшении их финансовой жизни и благосостояния. В совокупности цифровые финансовые услуги и | вязанные с ними инструменты могут принести конкретные выгоды потребителям и предпринимателям:

❖ Расширение потенциального охвата и доступа к финансовым услугам: цифровизация финансов дает возможность обеспечить широкую финансовую доступность путем расширения применения и проникновения цифровых финансовых услуг, принося пользу ранее небанкованным слоям населения и предлагая цифровые альтернативы, чтобы стимулировать потребителей. Предприниматели выходят из нелегального сектора. Наряду с этим такие инструменты, как цифровые формы идентификации, облегчают потребителям выполнение необходимых требований идентификации, преодолевая дополнительный барьер для включения.

❖ Предложение более удобных, быстрых, безопасных и своевременных транзакций: это может иметь положительные последствия как для стран с развитой, так и для развивающейся экономикой, как для постоянных пользователей финансовых продуктов, так и для новичков в финансовом отношении. Последние, в частности, выигрывают от защищенной цифровой среды даже в отсутствие физических банковских отделений или агентов.

❖ Предоставление услуг, которые адаптированы к индивидуальным потребностям и облегчают их использование, тем самым создавая возможности для развития навыков финансовой грамотности, уверенности и опыта работы с финансами. Использование данных о потребителях и предпринимателях, возможно, в том числе больших данных, поставщиками финансовых услуг может дать представление о потребительских привычках в отношении расходов, упростить предложение специализированных продуктов и поддержать обнаружение мошенничества. При соответствующей структуре защиты потребителей и данных эти преимущества могут быть существенными для потребителей и предпринимателей во всем мире. Они также открывают возможности для интеграции групп населения с низкими доходами и в финансовом отношении в

формальный финансовый сектор путем создания альтернативных индикаторов поведения, которые можно использовать для оценки их риска в качестве клиентов.

❖ Расширение возможностей для плодотворного взаимодействия между поставщиками финансовых услуг и потребителями через цифровые интерфейсы. Такое взаимодействие может использовать поведенческие идеи, улучшая понимание потребителями и предпринимателями финансовых продуктов и финансовых решений.

❖ Расширение круга поставщиков. Цифровая революции идёт рука об руку с новыми провайдерами, выходящими на рынок предлагающими финансовые услуги физическим лицам напрямую через цифровые каналы. Эти компании FinTech, обычно ориентируясь ни продукт или услугу, могут влиять на уровень конкуренции на финансовом рынке, способствовать снижению затрат и предлагать улучшенный опыт отдельным лицам и предпринимателям. В то же время DFS также несёт новые риски для потребителей как на развитых, так и на развивающихся рынках.

Эти риски, если их не устранить должным образом, могут представлять серьезную угрозу финансовому благополучию отдельных лиц и предпринимателей. Их можно классифицировать следующим образом:

Рыночный:

- может включать в себя неправильное использование незнакомый (или новых типов) продуктов неосведомленными потребителями
- новые виды мошенничества, часто использующие в своих интересах неопределенность потребителей в цифровой среде;
- отсутствие безопасности, конфиденциальности конфиденциальности данных;
- неуместно или чрезмерное использование цифрового профилирования для выявления потенциальных клиентов исключения нежелательных групп;
- быстрый доступ к дорогостоящим / краткосрочным кредитам или по существу спекулятивным продуктам (например, начали мм предложениям монет) и другим рыночным практикам, которые могут усилить поведенческие предубеждения.

Регулирование и надзор:

- может охватывать неодинаковые уровни защиты (неадекватные механизмы раскрытия информации и компенсации) и в разных странах (различные поставщики, трансграничные продажи, регулирующий арбитраж);
- рассмотрение вопросов защиты данных;
- отсутствие координации между органами власти, например и отношении новых видов цифровых финансовых услуг.

Ориентация на потребителя:

- растущая цифровизация повседневной жизни и финансовых решений не обязательно сопровождается повышением уровня цифровой и финансовой грамотности (OECD, 2016b; OECD, 2017c), и это верно даже для более молодого населения (OECD, 2014; OECD 2017b).

Технологически обусловленные:

- все более широкое использование алгоритмов, которые могут повлиять на решения о кредите или страховании и могут привести к отказу в доступе к определенным услугам или несоответствующим сборам на основании неточные или неправильные корреляции, сделанные без человеческой интерпретации.

Эти риски могут оказать негативное влияние как на потребителей, так и на предпринимателей, и могут привести к ряду отрицательных результатов, включая, но не ограничиваясь:

- Отсутствие или неравномерное доверие к ЦФУ, финансовой системе и технологическим инновациям.
- Новые типы отчуждения для определенных групп населения (возможно, включая пожилых людей и людей с низкими доходами), которые могут быть не в состоянии использовать смартфоны и компьютеры получить доступ к ЦФУ или из-за растущего использования данных и цифрового профилирования для принятия кредитных и страховых решений. Может также произойти усиление само исключения из-за низкого уровня финансовой и цифровой грамотности, а также недостаточного ознакомления с доступными

Степень интегрированности цифровых технологий выше всего в финансовом секторе, из чего следует, что развитость и распространенность финансовых услуг вызовет рост спроса на цифровые технологии. Таким образом можно заключить, что основным двигателем цифровизации является финансовый сектор.

Список литературы

1. Азизкулов Д. М. Цифровая экономика: понятие, особенности и перспективы на российском рынке / Д. М. Азизкулов // Вектор экономики. - 2018. - № I 1'1) - С. 62 То же [Электронный ресурс]: вития\ <https://library.ru/item.asp?id=32751051> (23.01.2019);
2. Борис Паньшин, Цифровая экономика: особенности и тенденции разни nil / Наука и инновации. 2016, № 3 (157): То же [Электронный ресурс]: IIII <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-ekonomika-osobennosti-i-tendentsii> razvitiya;
3. Всемирный банк, годовой отчет 2018 [Электронный ресурс]: III Id <https://www.worldbank.org/eca>;
4. Международная организация защиты прав потребителей финансовых услуг FinCoNet (2019), [Электронный ресурс]: Online and mobile payments Ли overview of supervisory practices to mitigate security risks (2018) I HI I www.finconct.Org/FinCoNet_SC3/5142562;
5. Мобильная экономика - GSMA Intelligence 2018, (Электронный ресурс) URL:<https://gsmairintelligence.com/research/?file=16bf802029707e30a9850bdli/1,17877&download>;

Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), 201 и Перспективы цифровой экономики.. [Электронный ресурс]: IIII <https://oecdcentre.hse.ru/nletter4.6>

MARKETINGNI RIVOJLANTIRISHDA INTERNET KOMMUNIKATSIYALARINING O‘RNI

Мохинисо Омонова Максуд кизи - Осие халқаро университети магистранти

Kalit so‘zlar: internet-marketing; virusli marketing; bozor tadqiqotlari, ijtimoiy tarmoqlar..

Annotatsiya: Zamonaviy Internet-texnologiyalar yordamida amalga oshirilishi mumkin bo‘lgan marketing tarkibiy qismlari boshqarish va ularning korxonalarini rivojlantirish istiqbollari taqdim etilgan va tasniflangan.

Zamonaviy texnologiyalar doimiy ravishda o‘zgarib, yangilanib borayotganligi sababli korxonalar nafaqat ushbu sharoitda omon qolish, balki bozorda muvaffaqiyatli raqobatlashish uchun ham o‘z faoliyatida foydalanishlari kerak. Bunday texnologiyalardan biri Internetdir. So‘nggi o‘n yil ichida Internet zamonaviy dunyo va jamiyatning ajralmas qismiga aylandi. Internet-texnologiyalardan malakali foydalanish imkoniyatiga ega bo‘lgan korxonalar yangi bozorlarni zabt etishlari, o‘z mahsulotlari yoki xizmatlariga talabning yangi darajasiga erishishlari va o‘z faoliyatlari chegaralarini kengaytirishlari mumkin.

Internet-marketing - bu an‘anaviy onlayn marketingning barcha jihatlaridan foydalanish amaliyoti, asosiy elementlarga ta‘sir qilish. Bu tashkilotlarga Internetda marketing aralashmasining barcha elementlarini: narx, mahsulot, savdo va reklama bilan tanishish imkonini beradi. Va uning asosiy maqsadi bozor tadqiqotlari orqali imkon qadar ko‘proq potentsial auditoriyani jalb qilishdir.

Kompaniyaning bozorda muvaffaqiyat qozonishi uchun u muntazam ravishda iste‘molchilarni tahlil qilishi kerak. Ushbu tahlilni o‘tkazishda kompaniya ushbu turdagi mahsulotni sotib olish sabablarini aniqlaydi, xaridorlarning xohish-istaklarini aniqlaydi, bu mahsulot nima ehtiyojlarini qondirmaydi va bu ehtiyojlarni qondirish uchun mahsulotni qanday ishlab chiqish mumkinligini aniqlaydi. Ma‘lumki, bularning barchasi kompaniya iste‘molchilar guruhini tanlashi uchun amalga oshiriladi, ular bilan yaqindan hamkorlik qilishni davom ettiradi, uni tadqiq qiladi va sotuvlarni aynan shu guruhga qaratadi. Ushbu tadqiqotlarni o‘tkazish uchun Internetda eng oson topiladigan ma‘lumotlar bazasi kerak. Bugungi kunda ma‘lumotlarning aksariyati Internetda umumiy foydalanish huquqiga ega va ba‘zida bu ma‘lumotni faqat Internetda olish mumkin.

Haqiqiy va potentsial xaridorlarni tahlil qilishdan tashqari, kompaniya raqobatchilarni ham o‘rganishi kerak, bu erda Internet yana muhim rol o‘ynashi mumkin. Ko‘pgina tashkilotlar hatto o‘z veb-saytlarida juda ko‘p foydali ma‘lumotlarni joylashtirishlari kerak. Internet yordamida siz raqobatchilarning narxlarini osongina kuzatishingiz mumkin. Monitoring bozordagi vaziyatni osongina kuzatish imkonini beradi, kim narxlarni oshirib yuboradi yoki kam baholaydi, kimda qanday zaxiralar, etkazib berish va xaridlar bor va kimga e‘tibor qaratish kerakligi shubhasiz.

Zamonaviy iqtisodiy sharoitda Internet-marketing marketing va marketing kommunikatsiyalarini rivojlantirishning o‘ziga xos vositasidir. Marketing faoliyatida yangi xususiyatlar paydo bo‘ladi, ular marketing orqali Internet texnologiyalari o‘ziga ta‘sir qilishi, marketing faoliyatini bozor muhitining yangi