

O'ZBEKISTONDA RAQAMLI IQTISODIYOTNING RIVOJLANISHI IQTISODIY O'SISHNING ASOSIY OMILI SIFATIDA

Sulaymonov Durbek Komiljonovich

Iqtisodiyot fakulteti 2-kurs magistranti

University of Business and Science

Davlatning raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish yo'lini tanlaganligi axborot texnologiyalari sohasida va umuman, elektron hujjatlar aylanmasi sohasida yangi yo'nalishlar ochib beradi. «Raqamli texnologiyalar» tomon burilishga butunjahon internet tarmog'i va sifatli aloqaning rivojlanishi sababchi bo'ldi. Oqibatda katta hajmdai ma'lumotlar almashinish va ularni to'plash imkoni paydo bo'ldi, bu esa, o'z navbatida, to'plangan axborotni qayta ishlashga, bashorat qilishga, asoslangan qarorlar qabul qilishga va xilma-xil usullarda foyda olishga imkon beradi. Bularning barchasi uchun esa mos keluvchi infratuzilma, boshqacha qilib aytganda, global axborot platformalari ekotizimini yaratish zarur bo'ladi. Biroq bunda ma'lumotlarni yo'qotish, biznesni yo'qotish, ish o'rinlarining qisq'arishi, xavfsizlikka putur yetishi riski va modernizatsiya qilish zarurati vujudga keladi. Bu masalalarni tezda hal qilish zarur, chunki bu borada kechiqish jiddiy risklarga olib keladi. Ro'y berayotgan o'zgarishlarda raqamli iqtisodiyotning afsona yoki haqiqat ekanligi emas, balki bu o'zgarishlarning jamiyatga qanday xizmat qilishi muhim rol o'ynaydi. Hozirgi davrda biz texnologiyalar qanday qilib ommaviy xizmat ko'rsatish sohasini tubdan o'zgartirayotganini ko'ryapmiz. Vositachilarni olib tashlaydigan, mijoz va ta'minotchi o'rtasidagi aloqalarning to'g'ridan-to'g'ri amalga oshirilishiga olib keladigan Uber kabi yangi biznes-modellar paydo bo'lmoqda. Avvalroq xuddi shunga o'xshash o'zgarishlar moliya sektori va telekommunikatsiyalarda ham ro'y bergan edi.

Sanoatda ham bir qancha printsiptial o'zgarishlar kuzatilmoqda, chunki raqamli korxonalar va insonning raqamli qiyofadoshi – robotlar paydo bo'lishi butun insoniyat funktsional modelini jiddiy ravishda o'zgartirib yuborishi mumkin. Bu esa shuni ko'rsatadiki, axborot texnologiyalari asta- sekinlik bilan odamlarning o'rnini egallab boradi. Huddi mana shu holat raqamli iqtisodiyot hisoblanadi. To'g'ri, mamlakatimizda raqamli iqtisodiyot tufayli qanday keskin o'zgarishlar ro'y berishi hozircha hech kimga ma'lum emas. Hozirgi texnik qoloqlik sharoitlarida sanoatning raqamli o'zgarishi tez ro'y berishiga bir qancha shubha-gumonlayer uyg'otadi. Raqamli platformalarning rivojlanish sohasidagi yorqin misollardan biri sifatida Alibabayelectron savdo tizimiga ega bo'lgan Xitoy kompaniyasini keltirib o'tish mumkin. Undan foydalanish tajribasi shuni ko'rsatadiki, ma'lumotlar to'plash jarayoni iqtisodiyotning turli sektorlariga ekspansiya uchun o'ta raqobatli ustunliklar yaratadi. Alibaba bu –oddiygina raqamli platforma emas, balki platformalar ekotizimidir. Tushunarliki, bunday ekotizim qudrati alohida platformalar kuchidan katta bo'ladi. Xatto AQSh ham hozirgi kunda bu poygada yutqazmoqda, chunki u yerda turli platformalarni integratsiya qilishga to'g'ri

keladi, Xitoyda esa bu sohada rivojlanish samaradorlikni oshirish hisobiga – bir platformadan boshqa platformaga qarab o'tish asta-sekinlik bilan ro'y berdi. Raqamli iqtisodiyotga o'tish kabi global bir ishda ko'p narsa davlatning tutgan pozitsiyasiga ham bog'liq, albatta. Barchasi hamma narsani birlashtiradigan va «raqam»ga o'tkazadigan yagona davlat platformasiga borib taqalmasligi muhim, ya'ni, «Davlatning vazifasi, biznesning o'riga biron bir narsa qilish emas, balki oddiygina - biznesga halal bermaslikdir». Xitoyda ham Alibaba tizimi davlat uning uchun qandaydir platforma yaratgani tufayli paydo bo'lmagan. U bunday platforma paydo bo'lishi uchun sharoit yaratdi, xolos. Garchi davlat Alibabaga yordam beragan bo'lsada, buni davlat sifatida korporatsiyasi emas, balki tijorat korxonasi sifatida yordam berdi va uning xzmatlaridan u raqobatbardosh ekanligi uchungina foydalaniladi. Davlatning vazifasi– umumiy qoidalar yaratish, biznes esa shu umumiy qoidalar asosida o'zgaradi va rivojlana boshlaydi, chunki qonunlar ta'sirida ishbilarmonlik muhiti o'zgaradi va raqobat o'sadi. Jiddiy kumulyativ samarayang'i umumiy platforma yaratish tufayli emas, balki har biri o'z ishi bilan shug'ullanadigan ko'plab mustaqil tashkilotlar va mahsulotlar yig'indisi bilan chambarchas bog'liq bo'lgan infratuzilma paydo bo'lishi tufayli paydo bo'lishi mumkin. Lekin bunda kerakli standartlar va protokollarni eng yuqori sifat darajasida ishlab chiqish muhim ahamiyat kasb etadi. Bizning fikrimizcha ushbu holat – davlatni uning maqsadlari bilan do'stlashtirib qo'yadigan qadam, o'z natijalaridan iqtisodiyot ehtiyojlarini belgilab berishi mumkin bo'lgan fandan manfaatdor bo'lgan biznes. Boshqacha qilib aytganda, raqamli iqtisodiyot davlat, biznes va fanni birlashtirishi mumkin. Raqamli iqtisodiyotda boshqa xalqaro tizimlar va amaliy mexanizmlar bilan birga bo'la olishga erishish uchun «umumiy darcha» mexanizmidagi ma'lumotlar modellari va hujjatlar xalqaro standartlari va tavsiyalari asosida tashkil qilinishi lozim. Uyg'unlashtirish lozim bo'lgan xabarlar va hujjatlar boshlang'ich ro'yxati ma'lumotlarini qamrab oladigan ma'lumotlar ro'yxatini tuzishda, shuningdek, milliy ma'lumotlar modelini shakllantirishda ularni xalqaro standartlar talablariga muvofiq tavsiflash va belgilash zarur.

Raqamli iqtisodiyotning bir qismi bo'lgan elektron tijoratning O'zbekistonda rivojlanishini shartli ravishda ikki davrga ajratish mumkin: 2015 yilgacha bo'lgan va undan keyingi davr. 2015 yilgacha bizning mamlakatda normativ-huquqiy baza ishlab chiqish va tayyorlash bo'yicha faol ishlar olib borilgan edi. 2015 yildayesa O'zbekiston Respublikasida 2015- 2018 yillarda mo'ljallangan elektron tijoratni rivojlantirish Konsepsiyasi qabul qilindi, va uo'rta muddatli istiqbolda elektron tijoratni rivojlantirishning asosiy yo'nalishlarini, raqobatli muhitni kengaytirishni, zamonaviy infratuzilmani tashkil qilishni va qo'shimcha ish o'rinlari yaratishni, shuningdek, elektron tijorat haqidagi qonunchilikni yanada takomillashtirish shakllarini va yo'llarini belgilab berdi. Biroq, bugungi kunga kelib, konsepsiyada aks ettirilgan chora-tadbirlar to'liq amalga oshirilmagani haqida gapirish mumkin. Masalan, normativ-huquqiy bazada elektron tijoratni rivojlantirishga qaratilgan qator qarorlar qabul qilinmagan. Xususan, elektron tijoratda elektron xabarlar yoki elektron hujjatlar

ommaviy jo'natmalari, reklamani joylashtirish tartibi tasdiqlanma Shu bilan bir paytda, 2018 yil 14 mayda O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyev «Elektron tijoratni jadal rivojlantirish bo'yicha chora-tadbirlar to'g'risida»gi Qarorni imzoladi. Ushbu hujjatda O'zbekistonda elektron tijoartni takomillashtirishga qaratilgan bir qator tadbirlar aks ettirilgan. Ammo, umuman olganda, aytish mumkinki, O'zbekiston ushbu yo'nalishda, tez rivojlanadigan tarmoqda yo'l qo'yish mumkin bo'lmagan darajada sekin va cho'zib harakatlanmoqda. Ta'kidlash joizki, bugungi kunda foydalanuvchilar oziq-ovqat mahsulotlariga buyurtma berish uchun Telegram botlaridan faol foydalanmoqdalar. O'zbekistonlik iste'molchilar, shuningdek, internet tarmog'i yoki telefoniya xzmatlari 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 texnikava 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 mumkinki, 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 qiyinchliklar, tovar-xizmat 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. Yetkazish berish qiymatining yuqoriligini;
3. Tovar xizmatlar 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 rivojlanishinuchun 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 endi xodimlar soni va moliyaviy aktivlar hajmiga bog'liq emas;
- apparatli quvvatlar ko'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 aspsiy 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 korporatsiyalar sanoqli 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 mualliflarima'lumotlarni alohida fayllar bilan emas, balki kompleks ravishda baholashni tavsiya qiladi 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 xizmat so'itsh yoki sotib olish istagi yotadi. Mavjud aktivlarni o'zgargan o'yin qoidalariga ongli ravishda moslashtirish bunday vaziyatda

yagona to'g'ri va, asosiysi, samarali yechim hisoblanadi. Raqamli iqtisodiyotjarayoni quyida ko'rsatilganlarni o'zgartirishdir:

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

Raqamli iqtisodiyotning asosiy ko'rsatgichlari Raqamli iqtisodiyotni boshqalardan ajratib turadigan jihatlar sifatida quyidagilarni ko'rsatib o'tish mumkin:

1. Iqtisodiy faoliyat asosiy e'tiborni raqamli iqtisodiyot platformalariga qaratadi. Raqamli iqtisodiyot platformasi– iste'molchilar va ishlab chiqaruvchilarning ehtiyojlarini ta'minlaydigan, shuningdek, ular o'rtasida to'g'ridan-to'g'ri o'zaro aloqa qilish imkoniyatlarini amalga oshiradigan servis va funksiyalar to'plamiga ega bo'lgan raqamli muhitdir (dasturiy-apparat kompleks). Platformaning vazifasi–qatnashchilar orasida o'zaro aloqa jarayonini ta'minlash va to'g'ridan-to'g'ri kommunikatsiyani amalga oshirish imkoniyatidir. Platformalar xarajatlarni kamaytiradi va ta'minotchilar uchun ham, iste'molchilar uchun ham qo'shimcha funksional imkoniyatlar taqdim etadi. Ular, shuningdek, qatnashchilar o'rtasida o'zaro axborot almashinishni ham ko'zda tutadi, bu esa hamkorlikni sezilarli darajada yaxshilashi hamda innovatsion mahsulotlar va yechimlar yaratishga xizmat qilishi lozim. «Platforma» biznes-model sifatida uzoq vaqtdan buyon mavjud. Bunga oddiy misol qilib sotuvchi va xaridorlar (ishlab chiqaruvchi va iste'molchilar) bir-birini topadigan klassik bozorni keltirish mumkin. Hozirgi kunda platforma biznes-modellari tamoyillari ularning asosida faoliyat ko'rsatadigan ko'plab faol o'sib borayotgan kompaniyalarni aytib o'tish mumkin bo'lib, ularning eng mashhurlari Uber va Airbnb hisoblanadi.

2. Personifikatsiya qilingan servis modellari. Big Data, targetlangan (maqsadli) marketing, 3D-bosma kabi texnologiyalar rivojlanishi o'rtacha statistik iste'molchining emas, balki har bir muayyan mijozning talab va ehtiyojlariga javob beradigan tovarlar ishlab chiqarish va xzmatlar ko'rsatishga imkon beradi.

3. Ishlab chiqaruvchilar va iste'molchilarning bevosita o'zaro aloqa qilishi. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining rivojlanishi ishlab chiqaruvchini har bir yakuniy iste'molchi bilan «bog'lash»ga imkon beradi. Uzundan-uzoq vositachilar, jumladan, institutsional vositachilar zanjirini qisqartirish imkoniyati paydo bo'ladi. Bunga misol bo'lib, Fintex Croud Mortgage–ipoteka qarzi oluvchilarga kreditni bankdan emas, balki bevosita bo'sh pul mablag'lariga ega bo'lgan shaxslardan olishga imkon beradigan telefon ilovasi xizmat qilishi mumkin. Ushbu sxema vositachi-

banklardan tashqari barcha qatnashchilar uchun iqtisodiy jihatdan foydali bo'lgan mexanizmni amalga oshirishga imkon beradi.

4. Birgalikda foydalanish (Sharing economy, Freye economy) iqtisodiyotining tarqalishi bu rivojlanish yo'li ikkita hodisaga olib keladi: qandaydir tovarlarga birgalikda egalik qilish axborot taqdim etganlik uchun pul to'lash. Avtotransport vositasiga birgalikda egalik qilish (bir nechta oila uchun), shaxsiy avtomobilga ega bo'lish yoki taksi xizmatlaridan foydalanishdan ko'ra foydali bo'lib chiqishi mumkin. Axborot taqdim etganlik uchun to'lov bu –to'liq kuch bilan ishga tushmagan trend, lekin katta ehtimollik bilan boshqa analoglardan ancha arzon bo'ladigan «ulangan tovar-shpionlar» paydo bo'lish ehtimolini taxmin qilish mumkin. Qiymatlar o'rtasidagi farqni siz haqingizda ma'lumot to'playdigan (ushbu tovar yordamida) va axborotni targetlangan marketing orqali monetizatsiya qiladigan ishlab chiqaruvchi kompaniyaning o'zi qoplaydi.

5. Individual qatnashchilar xissasining ahamiyati sezilarli ekanligi. Oxirgi paytlargacha deyarli barcha iqtisodiy jarayonlarning o'zaro aloqalari biznes-sentrik paradigmasiga joylashadi: B2B, B2C, B2G. Texnologiyalar rivojlanishi yakka holdagi tashabbuskorlarga biznes- jarayonlarda muhim rol o'ynashga imkon beradi. Shunday qilib, iqtisodiyotda o'zaro aloqalarning mutlaqo yangi turlari paydo bo'lmoqda: C2B va C2S. Yangi turdagi o'zaro aloqalarga misol bo'lib outsorsing asosida shartnoma majburiyatlari bajaradigan Frilanserlar xizmat qilishi mumkin. Ikkinchi turdagi o'zaro aloqalarga Crowd Funding startaplar (amerikada kickstarter. com, Rossiyada planeta. ru) xizmat qiladi. Bunday yangi turdagi o'zaro biznes aloqalarning paydo bo'lishi iqtisodiyotdagi muhim bir hodisa hisoblanadi va o'ziga jiddiy e'tibor qaratishni talab qiladi, chunki bugungi kunda O'zbekistonda ushbu soha uchun puxta ishlab chiqilgan normativ-huquqiy va soliq bazasi mavjud emas, uning umumiy iqtisodiyotga qanday qilib integratsiya qilinishi borasida ham biror-bir pichoqqa ilinadigan fikr ham yo'q. Frilanserlarni qanday qilib soliq to'lashga motivatsiya qilish mumkin? Ularning aksariyati iqtisodiyotning “kulrang” sektorida ishlaydi va o'z xizmatlari uchun to'lovni BitCoinda oladi. Crowd Funding tashabbuslarga qanday soliqlar va imtiyozlar qo'llanishi mumkin? Ushbu yo'nalishlar yuqori salohiyatli bo'lib ko'rinadi va yaqin kelajakda umumiy iqtisodiyotda sezilarli ulushni tashkil qilishi mumkin, shu sababli bunday masalalar hozirgi kundayoq puxta ishlab chiqishga ehtiyoj sezadi. Raqamli iqtisodiyot risklari va muammolari yangi risklar va muammolarraqamli texnologiyalarni rivojlantirish va keng joriy qilish bilan bog'liqdir, ularning orasida esa quyidagilar asosiy bo'lib hisoblanadi:

- mamlakatning «raqamli suvereniteti»ga tahdid;
- davlatning raqamli iqtisodiyotning transchegaraviy rolini qayta ko'rib chiqish;
- xususiy hayotga daxl qilinishi fuqarolarni potensial kuzatish imkoniyati;
- ma'lumotlar xavfsizlik darajasining pasayishi;
- past va o'rta malakali ish o'rinlari sonining kamayishi;
- biznes-modellar va o'zaro aloqa sxemalari murakkablik darajasining ortishi;

- iqtisodiyotning barcha sohalarida raqobatning keskin kuchayishi;
- ishlab chiqaruvchilar va iste'molchilar xulq-avtor modellaridagi o'zgarishlar;
- ma'muriy va soliq kodekslarini qayta ko'rib chiqish zarurati.

XULOSA

Xulosa o'rnida aytish mumkinki, AKT sektori va vositalari tobora jadal sur'atlar bilan rivojlanib borayotgan ekan, ularni inkor etish yoki aylanib o'tish huddi bir qadam oldinga, so'ngra ikki qadam ortga harakatlanish bilan tengdir. Chunki, AKT sohasidagi global chaqiriqlarga tayyor bo'lish – davlat xizmatlari va iqtisodiyotning deyarli barcha tarmoqlarini raqamlashtirish yo'li bilan shaffof tizim yaratilishini taqozo etadi. Shuning uchun raqamlashtirish jarayonini avvalambor insonlar o'zlaridan boshlashi maqsadga muvofiq hisoblanadi. Masalan, AKT vositalaridan faol foydalanadigan kichik tadbirkor, o'z resurslarini tejab, samaradorlikka erishish bilan bir vaqtning o'zida uning faoliyatiga doir veb- platformalarni qanday rivojlantirish mumkinligi haqida tasavvurga ega bo'ladi hamda jamoatchilik ishtirokida “Raqamli O'zbekiston 2030” loyihasining komponentlarini ishlab chiqish, hayotga tatbiq etishga keng imkoniyatlar yaratib beradi. Bunda, nafaqat tadbirkorlar, balki aholining har qanday qatlamidagi shaxslar faol ishtirok etishi mumkin, biroq “raqamlashtirish” jarayoni faqatgina davlat sektori tomonidan tatbiq etilib, unda jamoatchilik vakillari, xususiyl sektordagi AT-mutaxassislar ishtirok etmasa, mazkur yo'nalishda amalga oshiriladigan islohotlar katta samara bermasligi mumkin.

O'zbekistonda raqamlashtirish jarayonlarini yanada rivojlantirish uchun quyidagilarga e'tibor qaratilish lozim:

- kadrlarni bu borada malaka va ko'nikmalarini yanada rivojlantirish;
- kadrlarni tayyorlash va ularning malakasini oshirish mexanizmlarini takomillashtirish, malaka oshirish markazlarida raqobat muhitini shakllantirish;
- barcha korxonalar va tashkilotlarda Internet tezligini oshirish, uning narxini pasaytirish hamda axborot xavfsizligini ta'minlash;
- barcha korxonalar va tashkilotlarda elektron ish yuritish tizimini yo'lga qo'yish;
- iqtisodiyotning ustuvor soha va tarmoqlarini rivojlantirish uchun dasturiy platformalar yaratish va davlat xizmatlarini ko'rsatishning elektron tizimini doimiy takomillashtirib borish.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Tursunov, I. G., Eshniyozov, U. A., & Durdiyeva, S. A. (2021). “Turli muhitlarda elektr toki” mavzusini o'qitishdagi innovatsiyalar. *Academic Research in Educational Sciences*, 2(2), 513- 523.
2. Tursunov, I. G., & Eshniyozov, U. A. (2021). Elektrotexnika fanini o'qitishda innovatsion texnologiyalarni qo'llash. *Academic Research in Educational Sciences*, 2(4), 1030-1040.

3. Eshniyozov, U. A. (2020). Maъsofaviy taъlim shaklida “elektrotexnika” fanidan “yarim o’tkazgichli to’g’rilagichlar” mavzusini “swot” metodi yordamida, o’qitishda inavatsion yondashuvlar. Academic Research in Educational Sciences, 1(4), 713-722.

4. Eshniyozov, U. A. (2021). Elektrotexnika fanini o.,qitish jarayonida talabalarning kasbiy kompetentlik ko“nikmalarini rivojlantirish. Academic Research in Educational Sciences, 2(12), 362-370.

5. Eshniyozov, U. A. (2021). Pedagogika oliy ta“lim muassasalarida, elektrotexnika fanidan mustaqil ta“limni tashkil etish uslublari. Academic research in educational sciences, 2(CSPI conference 3), 808-810.