

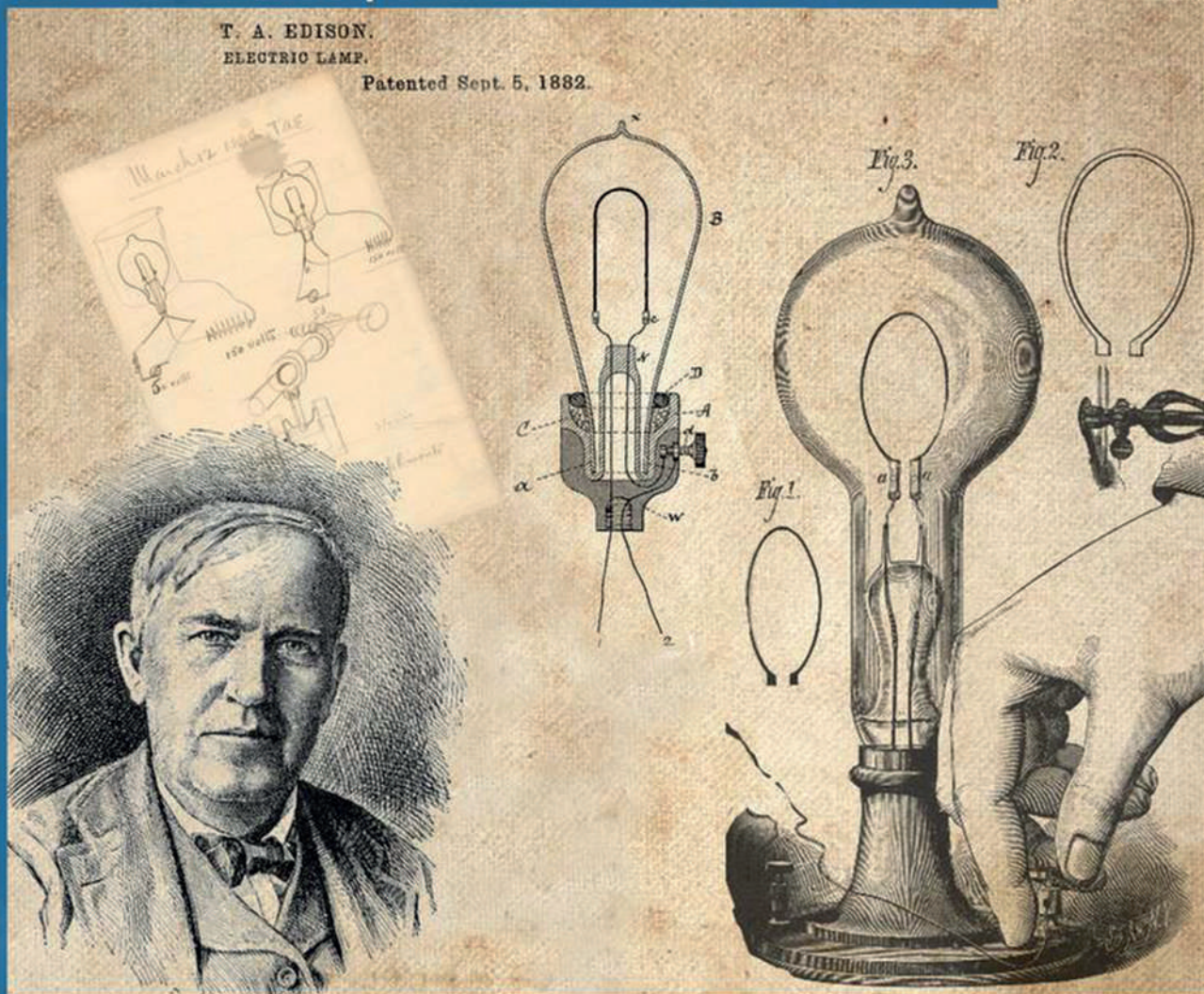
YANG O'ZBEKISTON: INNOVATSIYA, FAN VA TA'LIM

CONFERENCES.UZ

2023

DAVRIYLIGI: 2018-2023

DUNYODA BIRINCHI KASHF ETILGAN ELEKTR CHIROG'



O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI VA XORIJY OLIY TA'LIM MUASSASALARI PROFESSOR-O'QITUVCHILARI, YOSH OLIMLAR, DOKTORANTLAR, MAGISTRANTLAR VA IQTIDORLI TALABALAR



TOSHKENT SHAHAR, AMIR TEMUR KO'CHASI, PR.1, 2-UY.



+998 97 420 88 81
+998 94 404 00 00



WWW.TAQIQOT.UZ
WWW.CONFERENCES.UZ



IYUN №53

**ЯНГИ ЎЗБЕКИСТОН:
ИННОВАЦИЯ, ФАН
ВА ТАЪЛИМ
9-ҚИСМ**

**НОВЫЙ УЗБЕКИСТАН:
ИННОВАЦИИ, НАУКА
И ОБРАЗОВАНИЕ
ЧАСТЬ-9**

**NEW UZBEKISTAN:
INNOVATION, SCIENCE
AND EDUCATION
PART-9**

ТОШКЕНТ-2023



УУК 001 (062)
КБК 72я43

“Янги Ўзбекистон: Инновация, фан ва таълим” [Тошкент; 2023]

“Янги Ўзбекистон: Инновация, фан ва таълим” мавзусидаги республика 53-кўп тармоқли илмий масофавий онлайн конференция материаллари тўплами, 30 июнь 2023 йил. - Тошкент: «Tadqiqot», 2023. - 26 б.

Ушбу Республика-илмий онлайн даврий анжуманлар «Харакатлар стратегиясидан – Тараққиёт стратегияси сари» тамойилига асосан ишлаб чиқилган еттита устувор йўналишдан иборат 2022 – 2026 йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси мувофиқ:– илмий изланиш ютуқларини амалиётга жорий этиш йўли билан фан соҳаларини ривожлантиришга бағишланган.

Ушбу Республика илмий анжуманлари таълим соҳасида меҳнат қилиб келаётган профессор - ўқитувчи ва талаба-ўқувчилар томонидан тайёрланган илмий тезислар киритилган бўлиб, унда таълим тизимида илғор замонавий ютуқлар, натижалар, муаммолар, ечимини кутаётган вазифалар ва илм-фан тараққиётининг истиқболдаги режалари тахтил қилинган конференцияси.

Масъул муҳаррир: Файзиев Шохруд Фармонович, ю.ф.д., доцент.

1. Ҳуқуқий тадқиқотлар йўналиши

Профессор в.б., ю.ф.н. Юсувалиева Рахима (Жахон иқтисодиёти ва дипломатия университети)

2. Фалсафа ва ҳаёт соҳасидаги қарашлар

Доцент Норматова Дилдора Эсоналиевна (Фарғона давлат университети)

3. Тарих саҳифаларидаги изланишлар

Исмаилов Ҳусанбой Маҳаммадқосим ўғли (Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси ҳузуридаги Таълим сифатини назорат қилиш давлат инспекцияси)

4. Социология ва политологиянинг жамиятимизда тутган ўрни

Доцент Уринбоев Хошимжон Бунатович (Наманган муҳандислик-қурилиш институти)

5. Давлат бошқаруви

Доцент Шакирова Шоҳида Юсуповна «Тараққиёт стратегияси» маркази муҳаррири

6. Журналистика

Тошбоева Барнохон Одилжоновна (Андижон давлат университети)

7. Филология фанларини ривожлантириш йўлидаги тадқиқотлар

Самигова Умида Хамидуллаевна (Тошкент вилоят халқ таълими ходимларини қайта тайёрлаш ва уларнинг малакасини ошириш ҳудудий маркази)



8.Адабиёт

PhD Абдумажидова Дилдора Рахматуллаевна (Тошкент Молия институти)

9.Иқтисодиётда инновацияларнинг тугган ўрни

Phd Вохидова Мехри Хасанова (Тошкент давлат шарқшунослик институти)

10.Педагогика ва психология соҳаларидаги инновациялар

Турсунназарова Эльвира Тахировна Низомий номидаги Тошкент давлат педагогика университети Хорижий тиллар факультети ўқув ишлари бўйича декан ўринбосари

11.Жисмоний тарбия ва спорт

Усмонова Дилфузахон Иброхимовна (Жисмоний тарбия ва спорт университети)

12.Маданият ва санъат соҳаларини ривожлантириш

Тоштемиров Отабек Абидович (Фарғона политехника институти)

13.Архитектура ва дизайн йўналиши ривожланиши

Бобохонов Олтибой Рахмонович (Сурхандарё вилояти техника филиали)

14.Тасвирий санъат ва дизайн

Доцент Чариев Турсун Хуваевич (Ўзбекистон давлат консерваторияси)

15.Муסיқа ва ҳаёт

Доцент Чариев Турсун Хуваевич (Ўзбекистон давлат консерваторияси)

16.Техника ва технология соҳасидаги инновациялар

Доцент Нормирзаев Абдуқайом Раҳимбердиевич (Наманган муҳандислик-қурилиш институти)

17.Физика-математика фанлари ютуқлари

Доцент Соҳадалиев Абдурашид Мамадалиевич (Наманган муҳандислик-технология институти)

18.Биомедицина ва амалиёт соҳасидаги илмий изланишлар

Т.ф.д., доцент Маматова Нодира Мухтаровна (Тошкент давлат стоматология институти)

19.Фармацевтика

Жалилов Фазлиддин Содиқович, DSc, Тошкент фармацевтика институти, Фармацевтик ишлаб чиқаришни ташкил қилиш ва сифат менежменти кафедраси профессори

20.Ветеринария

Жалилов Фазлиддин Содиқович, DSc, Тошкент фармацевтика институти, Фармацевтик ишлаб чиқаришни ташкил қилиш ва сифат менежменти кафедраси профессори

21.Кимё фанлари ютуқлари

Рахмонова Доно Қаххоровна (Навоий вилояти табиий фанлар методисти)



22. Биология ва экология соҳасидаги инновациялар

Йўлдошев Лазиз Толибович (Бухоро давлат университети)

23. Агропроцессинг ривожланиш йўналишлари

Проф. Хамидов Муҳаммадхон Ҳамидович «ТИИМСХ»

24. Геология-минерология соҳасидаги инновациялар

Phd доцент Қаҳҳоров Ўктам Абдурахимович (Тошкент ирригация ва қишлоқ хўжалигини механизациялаш муҳандислари институти)

25. География

Йўлдошев Лазиз Толибович (Бухоро давлат университети)

Тўпلامга киритилган тезислардаги маълумотларнинг ҳаққонийлиги ва иқтибосларнинг тўғрилигига муаллифлар масъулдир.

© Муаллифлар жамоаси

© Tadqiqot.uz

PageMaker\Верстка\Саҳифаловчи: Шаҳрам Файзиев

Контакт редакций научных журналов. tadqiqot.uz
ООО Tadqiqot, город Ташкент,
улица Амира Темура пр.1, дом-2.
Web: <http://www.tadqiqot.uz/>; Email: info@tadqiqot.uz
Тел: (+998-94) 404-0000

Editorial staff of the journals of tadqiqot.uz
Tadqiqot LLC The city of Tashkent,
Amir Temur Street pr.1, House 2.
Web: <http://www.tadqiqot.uz/>; Email: info@tadqiqot.uz
Phone: (+998-94) 404-0000

ИҚТИСОДИЁТДА ИННОВАЦИЯЛАРНИНГ ТУТГАН ЎРНИ

1. Negmatov Javohir Akbar o'g'li MARKAZIY OSIYODAGI MIGRATSIYA JARAYONLARI: TAHLILI VA TARTIBGA SOLISH YO'NALISHLARI.....	7
2. Алимов Равшан Арифович, Султанова Лола Шарафовна ПРОГНОЗЫ О БУДУЩЕМ НАУКИ О ДАННЫХ.....	12
3. Abduxamid Abdumalikovich Bektemirov O'ZBEKISTONDA XIZMAT KO'RSATISH SOHASINING RIVOJLANISH TENDENSIYALARI TAHLILI.....	14
4. Shoaxmedova Nozima Xayrullayevna INCREASING THE COMPETITIVENESS OF TRADE ENTERPRISES WITH THE HELP OF INTERNET MARKETING SERVICES	18
5. Ишимбаев Рафаэль Наильевич ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ И ПРАКТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ	20
6. Юсупова Дилбар Мирабидовна СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ БИЗНЕС-ПРОДУКТОВ И УСЛУГ В УСЛОВИ- ЯХ ФОРМИРОВАНИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ.....	23



ИҚТИСОДИЁТДА ИННОВАЦИЯЛАРНИНГ ТУТГАН ЎРНИ

MARKAZIY OSIYODAGI MIGRATSIYA JARAYONLARI: TAHLILI VA TARTIBGA SOLISH YO'NALISHLARI

Negmatov Javohir Akbar o'g'li
Alfraganus University iqtisodiyot
fakulteti magistranti. E-mail: @mail.ru

Annotatsiya: ushbu maqolada migrasiyaning bugungi tendensiyalari haqida tahliliy mulohazalar ulashiladi. Migratsiya haydovchisi sifatida turtki va tortish omillari modeli, urbanizatsiya va migratsiya, hamda migratsiyaning iqtisodiyotga ta'siri xususida o'rganilgan ma'lumotlar xulosalari – tahliliy mulohaza tarzida keltiriladi. Xususan, maqolada, immigratsiya "turtki va tortish omillari modeli"ga ko'ra, mamlakatning iqtisodiy rivojlanishi bilan ortishi va mamlakat yanada jozibador bo'lishiga qanday ta'sir etishi muhokama qilindi. Iqtisodiy o'sish asosan ushbu hududlarda saqlanib qolayotganligi sababli, bu mamlakatlarda ko'plab odamlar ish izlab qishloqlardan shunday shaharlarga ko'chib o'tishlarining sabablari haqida ham qator tahliliy mulohazalarni ulashilmoqda. Xulosa sifatida migrasiyaning bugungi kundagi hayotimizga naqadar aloqasi borligi borasida mulohazalar taqdim etildi.

Kalit so'zlar: migrantlar, migratsiya, diaspora, urbanizatsiya, iqtisodiyot, tendensiyalar, globallashtiruv.

МИГРАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ: АНАЛИЗ И НАПРАВЛЕНИЯ РЕГУЛИРОВАНИЯ

Негматов Жавохир Акбар ўғли
магистрант по экономике Университета
Альфраганус. Электронная почта: @mail.ru

Аннотация: В данной статье представлен информативный анализ современных миграционных тенденций. Модель факторов выталкивания и притяжения как движущей силы миграции, урбанизации и миграции, а также выводы из изученных данных о влиянии миграции на экономику представлены в виде аналитических рассуждений. В частности, в статье обсуждалось, как иммиграция увеличивается с экономическим развитием страны и как она влияет на привлекательность страны, согласно модели «притягивающего фактора». Поскольку в этих регионах в основном сохраняется экономический рост, также приводится ряд аналитических соображений о причинах, по которым многие люди в этих странах мигрируют из сельских районов в городские в поисках работы. В заключение были представлены размышления о том, как миграция связана с нашей сегодняшней жизнью.

Ключевые слова: (э)мигранты, миграция, diaspora, урбанизация, экономика, тенденции, глобализация.

MIGRATION PROCESSES IN THE CENTRAL ASIAN: ANALYSIS AND DIRECTIONS OF REGULATION

Negmatov Javohir Akbar ugli
is a researcher in economic at
Alfraganus Universit). E-mail: @mail.ru

Abstract: This article provides an informative analysis of today's migration trends. The model of push and pull factors as a driver of migration, urbanization, and migration, and the conclusions of the studied data on the impact of migration on the economy are presented in the form of analytical



reasoning. In particular, the article discussed how immigration increases with the country's economic development and how it affects the country's attractiveness, according to the “push and pull factor model”. As economic growth is largely maintained in these regions, several analytical considerations are also shared about the reasons why many people in these countries migrate from rural to urban areas in search of work. In a conclusion, reflections were presented on how migration is related to our lives today.

Keywords: (e)migrants, migration, diaspora, urbanization, economy, trends, globalization.

Введение. Продолжительность времени, в течение которого человек должен прожить в каком-либо месте, прежде чем он будет считаться мигрантом, варьируется, но обычно вам нужно прожить где-то не менее трех месяцев или года, прежде чем вас можно будет назвать мигрантом. Человек является мигрантом там, где мигрант идет. Человек является иммигрантом из места своего происхождения. Если в стране больше иммиграции, чем эмиграции, население может расти. Миграция означает, что люди начинают жить в другом месте. Часто люди пересекают границу. Обычно это граница между странами. В данной статье представлен информативный анализ современных миграционных тенденций. Так, существуют «модели выталкивающих и притягивающих факторов» как драйверов миграции, урбанизации и миграции, а также выводы данных опросов о влиянии миграции на экономику, которые представлены в виде аналитических аргументов. В частности, в статье обсуждалось, как иммиграция увеличивается с экономическим развитием страны и как это влияет на привлекательность страны согласно модели «притягивающих факторов». Аналитические соображения также разделяются относительно того, почему многие люди в этих странах переезжают из сельских районов в города в поисках работы, поскольку экономический рост в этих регионах остается в значительной степени неизменным. Короче говоря, миграция из сельской местности в город ведет к урбанизации, и этот процесс оказывает значительное влияние на плотность населения, его распределение и экономические возможности в различных регионах. Наконец, состоялась дискуссия о том, как миграция связана с нашей сегодняшней жизнью.

Миграция означает, что люди начинают жить в другом месте. Часто они пересекают границу. Обычно это граница между странами. Тот, кто мигрирует, называется мигрантом. Туристы также пересекают границу, но остаются в другом районе ненадолго [1]. Поэтому человека называют мигрантом только в том случае, если он дольше проживал в другом месте. Срок, в течение которого человек должен прожить где-то, прежде чем он будет считаться мигрантом, варьируется от места к месту, но часто вы должны прожить где-то от трех месяцев до одного года, прежде чем вас назовут мигрантом. Человек является эмигрантом в том месте, откуда уезжает мигрант. Человек является иммигрантом, откуда он приехал. Если в стране больше иммиграции, чем эмиграции, население может расти. Это называется коэффициентом чистой миграции. Другая причина роста населения — превышение уровня рождаемости над уровнем смертности [2].

Глобализация и миграция. По мнению некоторых, глобализация привела к значительному увеличению миграции. Например, число мигрантов увеличилось с 84 миллионов до 243 миллионов человек в период с 1970 по 2015 год. Это огромный рост, но в процентах от мирового населения это увеличение с 2,3% до 3,3%.

Другие используют несколько иные данные и считают, что в среднем мигрирует около 3% населения мира. До Первой мировой войны миграций было много, а с 1914 по 1945 год миграций стало меньше [3].

После Второй мировой войны миграция поднялась до довоенного уровня. В результате они приходят к выводу, что миграция не увеличилась резко, но глобализация привела к тому, что количество людей, которые хотят остаться в другом месте на короткое время, например, туристов, значительно выросло. Но это не миграция.

Одной из основных причин миграции является потребность в рабочей силе в странах назначения [4]. Особенно опасные, трудные или грязные работы все меньше и меньше выполняются жителями страны назначения, и в результате на них часто нанимают иммигрантов.

Другие причины миграции включают воссоединение семьи, брак и учебу. Около 10% всех мигрантов во всем мире являются беженцами, что составляет около 0,3% населения мира



беженцами. Они бежали в другую страну от политического насилия или преследований. Таким образом, количество беженцев также может быстро меняться в связи с возникновением или разрешением конфликтов [5]. В последние годы число беженцев резко увеличилось из-за конфликтов в Сирии, Афганистане, Южном Судане и Венесуэле.

Около 83% беженцев во всем мире прибывают из 10 стран. Около 75–80% беженцев принимают в соседней стране, что показывает, что конфликты и возникающие в результате потоки беженцев являются серьезной проблемой, особенно лишь в нескольких регионах мира.

Итак, у нас есть модель факторов выталкивания и вытягивания в качестве движущей силы миграции. Тем не менее, есть также некоторая критика модели, и поэтому в этой части объясняется критика модели, а также других теорий миграции. В модели факторов «отталкивания и притяжения» описываются преимущества и недостатки как регионов отправления, так и регионов назначения.

Первый пункт критики модели заключается в том, что миграция, по-видимому, является лишь следствием различий в характеристиках между районами без учета того, как мигранты выбирают место назначения. Это соответствует историко-структурной теории, которая предполагает, что миграция является главным образом результатом неравного распределения богатства [6].

В мировой системе периферийные страны могут обеспечить дешевую рабочую силу, необходимую странам ядра. Поскольку прибыль остается в ядре, согласно историко-структурной теории, это еще больше увеличивает различия в уровне благосостояния, и эти различия являются важнейшей движущей силой миграции. Такого же рода теория является неоклассической теорией. Предполагается, что миграция происходит из-за того, что в районах выезда много работников, а значит, там низкая заработная плата.

По мере миграции людей предложение рабочей силы будет падать, что приведет к росту заработной платы. В регионе назначения, где мало рабочих и высокая заработная плата, новые рабочие увеличат предложение рабочих, что приведет к падению заработной платы [7]. Таким образом создается своего рода равновесие, при котором заработная плата станет примерно одинаковой, а миграция прекратится. Но историко-структурная теория и неоклассическая теория, а также модель факторов выталкивания и притяжения игнорируют свободный выбор мигрантов. Например, около 3% населения мира являются мигрантами, а это значит, что остальные 97% не мигрируют и делают выбор где-то остаться.

Характеристики местности также могут быть положительными для одного мигранта и, следовательно, причиной выезда в этот регион, в то время как для других мигрантов это может быть причиной выезда. Кроме того, решение о миграции в конечном итоге зависит от характеристик мигранта, таких как возраст, уровень образования и пол мигранта, а также от его или ее социальных контактов и связей за границей [8].

Иммиграция, как ожидается в соответствии с моделью факторов выталкивания и притяжения, будет увеличиваться по мере экономического развития страны, потому что страна становится более привлекательной. Однако эмиграция из беднейших стран низка. Мало у кого есть деньги на переезд. В результате эмиграция сначала будет увеличиваться при экономическом развитии: люди станут богаче, и появится возможность мигрировать. Эмиграция увеличивается до тех пор, пока страна не станет страной со средним уровнем дохода.

Если страна будет развиваться еще дальше, эмиграция уменьшится. Таким образом, во многих странах, особенно странах со средним уровнем дохода, существует как иммиграция, так и эмиграция. Модель факторов выталкивания и притяжения не может объяснить, почему в стране много иммиграции и одновременно эмиграции. Модель устремлений-возможностей пытается объяснить выбор мигрировать на индивидуальном уровне: если кто-то очень беден, у него нет желания мигрировать, но и нет вариантов. Желание мигрировать возрастает за счет развития и, например, образования, благодаря которому люди больше узнают о других сферах. С более высоким развитием увеличиваются и финансовые возможности, поэтому кто-то с большей вероятностью мигрирует.

Третий момент критики заключается в том, что согласно теориям миграционных сетей миграция часто зависит от общей истории, которая не отражена в модели факторов выталкивания и вытягивания [10]. Из-за войн, колониального прошлого и предыдущей



вербовки рабочих между двумя странами может уже существовать сеть, или может быть проще мигрировать из одной страны в другую. Кроме того, предыдущие группы мигрантов могут по-прежнему контактировать с потенциальными мигрантами из зоны выезда. Они могут помочь и проинформировать их перед поездкой и после прибытия, что приводит к значительному количеству миграции между несколькими странами. Таким образом, важна сеть, в которой потенциальные мигранты с районом поселения были важны.

Городская миграция - текущие перспективы. До сих пор обсуждались основные концепции миграции, поэтому давайте обсудим важную форму миграции: городскую миграцию. Урбанизация часто возникает в результате миграции из села в город. Сельское означает сельскую местность, а городское означает город. По мере того, как люди мигрируют из сельской местности в города, все большая часть жителей страны проживает в городе, что называется урбанизацией. Во многих развитых странах урбанизация имела место с 19 века. Индустриализация означала, что на фабриках в городе было много работы, а в сельской местности работы было мало. Высокая рождаемость в сельской местности привела к избытку рабочих, и многие люди переехали в город [11].

Уровень урбанизации - это процент жителей, проживающих в городе, и поэтому он резко увеличился. Скорость урбанизации – это скорость, с которой увеличивается степень урбанизации. Если в городе уже живет много людей, к ним присоединится относительно небольшое количество людей, а это означает, что скорость урбанизации падает при высоком уровне урбанизации. Упадок внутренних городов, увеличение количества доступных автомобилей и рост благосостояния позволили богатым жить за городом и каждый день ездить в город на работу с 1950-х годов.

С 1980-х годов интерес к городу снова растет; идет реурбанизация. Люди возвращаются в город, потому что он был отремонтирован. В конце концов, джентрификация сделала некоторые районы более привлекательными, потому что люди переезжают в город на работу, учебу или отдых [6].

Эта новая миграция в город имеет последствия для периферийных районов, таких как Нидерланды. В сельских муниципалитетах периферийных районов молодые люди уезжают в город учиться и работать и остаются там. Поэтому в районах отправления не хватает молодых работников, у которых, в свою очередь, тоже есть дети. В результате в этих районах наблюдается старение населения.

Городская миграция влияет на экономику. Компании также уходят из-за нехватки подходящих работников. Это создает самоусиливающуюся ситуацию для людей и компаний, которые уходят. В некоторых странах наблюдается сильный экономический рост. Этот экономический рост может быть следствием развития особых экономических зон; области, в которых компании могут закрепиться на выгодных условиях, таких как налоговые льготы. Эти особые экономические зоны в основном развиваются в городах вдоль побережья, чтобы компании могли легко экспортировать товары через порты. Поскольку экономический рост по-прежнему в основном заметен в этих районах, многие люди в этих странах переезжают из сельской местности в такие города в поисках работы. Так создаются мегаполисы [8].

Перенаселение создает тесноту в наименее благоприятных местах рядом с таким городом. Тогда плотность населения может значительно возрасти, особенно если будет построено много высотных многоквартирных домов. Распределение населения в этой стране также меняется; все большая часть населения будет проживать в прибрежных районах. Короче говоря, миграция из сельской местности в город ведет к урбанизации, и этот процесс имеет серьезные последствия для плотности населения, его распределения и экономических возможностей в различных районах [10].

Выводы. Многие люди в этих странах переезжают из сельской местности в эти города в поисках работы, тем более что в этих регионах все еще наблюдается экономический рост. В сельских районах высокая рождаемость и обилие рабочей силы, и многие люди мигрировали в города. Поскольку прибыль остается в основе, согласно теории исторической структуры, это еще больше увеличивает имущественное неравенство, и это неравенство является наиболее важным фактором миграции. Некоторые теории и критические замечания, связанные с миграцией. Существует модель выталкивающих и притягивающих факторов как движущих сил миграции. Из этого они делают вывод, что миграция значительно не увеличилась, но глобализация сильно увеличила количество людей, которые, как и туристы,



хотят остаться где-то еще на короткий период.

Таким образом, как и ожидалось от модели двухтактного фактора, по мере экономического развития страны иммиграция увеличивается, потому что она становится более привлекательной. Согласно миграционной теории перелетных птиц, это можно проиллюстрировать графически. Горизонтальная ось — экономическое развитие, а вертикальная ось — доля иммигрантов. Первая критика этой модели заключается в том, что без учета того, как мигранты выбирают места назначения, миграция представляется только результатом различий в характеристиках между регионами. Вторая критика заключается в том, что двухтактные модели показывают, что миграция снижается по мере экономического развития, но исследования показывают, что она увеличивается.

Все большая часть населения страны проживает в городах из-за миграции из села в город. Третье замечание, согласно теории миграционной сети, заключается в том, что миграция часто зависит от общих историй, которые не отражены в моделях факторов выталкивания и притяжения. Короче говоря, миграция из сельской местности в город ведет к урбанизации, и этот процесс оказывает значительное влияние на плотность населения, его распределение и экономические возможности в различных регионах.

Используемая литература

1. Aganbegyan, A. G., Zaslavskaya, T. I. (1974). *Methodological Issues in the Studies Social Processes*. Novosibirsk.
2. Amrita Limbu (2022) *Badhyata and dukha : emotions, labor, and migration across education migration to Australia and labor migration to Qatar from Nepal*. *Journal of Ethnic and Migration Studies*.
3. Korel, L. V. (1982). *Population movements between urban and rural areas in conditions of urbanization*. Novosibirsk: Nauka.
4. David A. Hollinger (2018) *Protestants Abroad: How Missionaries Tried to Change the World but Changed America*. DOI: 10.1515/9781400888795
5. Kutafieva, E. S., Moskaleva, N. I., Papenov, K. V., and Trudova, M. G. (1971). *Migration of the rural population in the Central Economic Region*. Moscow.
6. Jill Ahrens (2022) ‘Somehow I’m an Expat and He’s a Migrant’: Intersectional Identities, Multiple Migrations and Family Decision-Making Amongst Middling Migrant Couples. DOI: 10.1007/978-3-031-12503-4_7
7. Shanthi Robertson (2022) *Returning to Where?: Onward Migration and Diverse ‘Return’ Mobilities amongst Nigerian Transnational Families in Europe*. *Journal of African Diaspora* 14(1):35-63. DOI: 10.1163/18725465-bja10026
8. Marta Bivand, Erdal Marta, Bivand Erdal, et al, (2022) *Becoming Destination(s)? Complex Migration Trajectories, Transnational Lifeworlds, and Migration Decisions*. DOI: 10.1007/978-3-031-12503-4_2.
9. Mirkina, O. N. (2018). *Trends in Contemporary International Labour Migration*. *The economic journal*, 3(51), 92–107.
10. Shanthi Robertson Rosie Roberts (2022) *Rethinking Privilege and Social Mobility in Middle-Class Migration: Migrants ‘In-Between’*. DOI: 10.4324/9781003087588



ПРОГНОЗЫ О БУДУЩЕМ НАУКИ О ДАННЫХ

Алимов Равшан Арифович,
 д.э.н., профессор кафедры «Макроэкономика»
 Национального университета Узбекистана им. Мирзо Улугбека
Султанова Лола Шарафовна,
 к.э.н., доцент кафедры «Макроэкономика»
 Национального университета Узбекистана им. Мирзо Улугбека
 Телефон: +998-93-515-24-17
 lolasultan@rambler.ru

Аннотация: В статье рассматриваются основные тенденции ближайшего будущего науки о данных. По мере роста важности понимания того, как работать с данными, наука, стоящая за этим, становится все более доступной, т.е. наблюдается своего рода «демократизация» науки о данных.

Ключевые слова: наука о данных, искусственный интеллект, машинное обучение, социальные сети, он-лайн платформы, «квантовый скачок»

Наука о данных находится на стыке статистики и машинного обучения, технологии, лежащей в основе искусственного интеллекта. Как поясняет журнал Forbes, «если данные - это масло века информации, а машинное обучение - это двигатель, то наука о данных - это цифровой эквивалент законов физики, которые вызывают сгорание и движение поршней» [1].

Рассмотрим несколько основных прогнозов будущего науки о данных.

1. **Задачи ученых, нанятых для расширения бизнес-процессов, могут быть автоматизированы в ближайшем будущем.** Спрос на специалистов по данным растет. Бюро статистики труда США (BLS) прогнозирует темпы роста числа рабочих мест в области обработки данных на 22% в период с 2022 по 2030 год. Зарплаты специалистов по обработке данных также растут. Опрос, проведенный Институтом инженеров по электротехнике и электронике в 2021 году, показал, что средняя заработная плата специалистов по данным выросла на 8% за один год [2]. Это не означает, что машины полностью заменят специалистов по данным, но это показывает, что ИИ и другие инструменты автоматизации могут помочь им облегчить работу за счет дополнений. Специалисты по данным по-прежнему должны контролировать, отслеживать и интерпретировать результаты автоматизированных систем. Платформы без кода и программы с низким кодом будут продолжать расти, и организации будут в значительной степени внедрять их больше, чем когда-либо.

2. **Наука о данных будет включать концепции из различных областей, таких как социология и психология, - вскоре она станет междисциплинарной.**

Наука о данных представляет собой комбинацию многих концепций, таких как информатика, статистика и математика. Но поскольку наборы данных более сложны, специалистам по данным необходимо полагаться на концепции, полученные из других областей, таких как социология, психология и т. д., чтобы легко интерпретировать данные. Благодаря такому междисциплинарному подходу карьера специалиста по данным позволяет понимать и анализировать данные для принятия бизнес-решений в режиме реального времени.

3. **Социальные сети и другие онлайн-платформы станут источником для сбора большего количества данных.** Данные будут собираться в основном из Twitter, Facebook и других социальных сетей или веб-сайтов. Эти источники помогают организациям лучше понять мысли и мнения людей по различным темам. Кроме того, эти данные могут помочь в принятии решений о разработке продуктов и маркетинговых стратегиях. Компании и организации могут настраиваться на потребности и желания клиентов, когда они узнают, о чем люди говорят в Интернете.

4. **Наука о данных поможет компаниям прогнозировать поведение потребителей.** Наука о данных будет больше использоваться для понимания и прогнозирования поведения клиентов. Например, если бизнес знает группу клиентов, которые покупают определенный продукт, а также ищут другой продукт для покупки, они могут ориентироваться на этих



покупателей для продвижения второго продукта.

5. **Наука о данных будет лучше осознавать растущие угрозы кибербезопасности.** Ученые, работающие с данными, столкнутся с ростом спроса на навыки кибербезопасности. Поскольку в мире уже используется огромное количество цифровой информации, необходимо защитить информацию от злоумышленников.

6. **Ученые, работающие с данными, столкнутся с растущим распространением облачных вычислений.** К 2025 году в день будет производиться около 463 экзабайт данных — это то же самое, что 212 765 957 DVD-дисков, сообщает Всемирный экономический форум [3]. Облачные вычисления предоставляют специалистам по данным доступ к вычислительным ресурсам, которые они могут использовать для обработки больших наборов данных.

7. **Работа специалистов по обработке и анализу данных становится более функциональной благодаря усовершенствованным инструментам, позволяющим фиксировать их рабочие процессы и обучать предприятия передовым методам работы.** Новые инструменты в значительной степени расширяют рабочие процессы специалистов по обработке и анализу данных. Они могут автоматизировать рабочие процессы и создать платформу, позволяющую компаниям обучать организации тому, как эффективно использовать рабочие процессы.

8. **Навыки кодирования и искусственного интеллекта станут более важными, и специалисты по обработке и анализу данных должны быть более ориентированы на бизнес.** Раньше специалисты по обработке данных больше фокусировались на моделировании и статистике, а не на кодировании. Однако по мере того, как наука о данных развивается более быстрыми темпами, инструменты, используемые учеными для анализа данных, стали очень сложными.

9. **Специалисты по данным получают возможность инициировать «квантовый скачок».** Квантовые компьютеры могут выполнять обработку данных быстрее, чем обычные компьютеры, что помогает специалистам по данным проводить эффективный анализ данных. Специалисты по данным сосредоточатся на квантовых алгоритмах и будут использовать их для решения задач в реальном времени.

Ключевым моментом, который следует помнить, является то, что по мере роста важности понимания того, как работать с данными, наука, стоящая за этим, становится все более доступной. Десять лет назад это считалось нишевым перекрестным предметом, охватывающим статистику, математику и вычислительную технику, преподаваемым в нескольких университетах. Сегодня его важность для мира бизнеса и коммерции хорошо известна, и существует множество путей, включая онлайн-курсы и обучение на рабочем месте, которые могут вооружить нас для применения этих принципов. Это привело к широко обсуждаемой «демократизации» науки о данных, которая, несомненно, повлияет на многие из упомянутых тенденций.

Список литературы

1. <https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2021/10/04/the-5-biggest-data-science-trends-in-2022/?sh=3188ead340d3>
2. <https://www.springboard.com/blog/data-science/data-science-salaries/#:~:text=The%20U.S.%20Bureau%20of%20Labor,8%25%20in%20a%20single%20year.>
3. <https://www.linkedin.com/pulse/fate-data-scientists-aquarious-technology/?trk=pulse-article>



O‘ZBEKISTONDA XIZMAT KO‘RSATISH SOHASINING RIVOJLANISH TENDENSIYALARI TAHLILI

Abduxamid Abdumalikovich Bektemirov

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti o‘qituvchisi

Telefon: +998 (90) 212 01 94

Elektron pochta: abdukhamid.bektemirov@gmail.com

Annotatsiya. Mazkur maqolada mamlakatimiz milliy iqtisodiyotida xizmat ko‘rsatish sohasining tutgan o‘rni asoslangan va respublikamizda amaga oshirilayotgan keng ko‘lamli ijtimoiy-iqtisodiy islohotlar jarayonida xizmatlar sohasining rivojlanish jarayoni tahlil qilingan.

Kalit so‘zlar: xizmat ko‘rsatish sohasi, tendensiya, xizmat turlari, statistik ko‘rsatkichlar, tahlil, yalpi ichki mahsulot, xizmatlar hajmi.

Mamlakatimizda amalga oshirilayotgan ijtimoiy-iqtisodiy islohotlar milliy iqtisodiyotimizning barcha sohalari va tarmoqlarini izchil rivojlanishiga zamin yaratmoqda. Jumladan, respublikamizda so‘ngi yillarda yaratib berilayotgan imkoniyatlar natijasida xizmat ko‘rsatish sohasi jadal rivojlanib, milliy iqtisodiyotimizning lokomotiv sohasiga aylanib bormoqda. Bunga mamlakatimiz yalpi ichki mahsulotida xizmat ko‘rsatish sohasining ulushi ortib borayotganligi yorqin misol bo‘la oladi. Xususan, iqtisodiy faoliyat turlari kesimida mamlakatimiz yalpi ichki mahsuloti (YaIM) ning o‘shish sur‘atlariga oid statistik ma’lumotlarga nazar tashlasak quyidagi tendensiyaga guvoh bo‘lamiz. 2000-yil yakunlari bo‘yicha mamlakatimiz yalpi ichki mahsulotida xizmat ko‘rsatish sohasining o‘shish sur‘ati o‘tgan yilga nisbatan 105,4 %ni tashkil etgan bo‘lsa, ushbu ko‘rsatkich 2001-yildan 2003-yilgacha mos ravishda 105,1 % , 103,3 % , 103,2 %ga teng bo‘lib, 2000-yilga nisbatan o‘shish ko‘rsatkichlari pasayib borgan. 2004-yildan 2007-yilgacha bu ko‘rsatkich o‘shish tendensiyasiga ega bo‘lgan, ya’ni bu o‘shish ko‘rsatkichlari yillarga mos ravishda 107,4 % , 107,6% , 107,8 % va 112,5 %ga teng bo‘lgan. 2008 va 2009-yillarda avvalgi yillarga nisbatan o‘shish surati pasayib borgan (112,3 %; 106,8 %), 2010-yilga kelib 2009-yilga nisbatan o‘shish surati 0,4 %ga oshgan. Yalpi ichki mahsulotda xizmat ko‘rsatish sohasining ulushi 2011-yildan boshlab avvalgi yillarga nisbatan pasayish tendensiyasi ro‘y bergan bo‘lib, 2012-yilda – 107,8 %ni, 2013-yilda – 106,8 %ni tashkil etgan. 2014 va 2015-yillarda o‘shish suratlari qayd etilgan (mos ravishda yillar bo‘yicha 107,4 % va 107,6 %ni tashkil etgan). 2016-yildan 2019-yilgacha bo‘lgan davrda YaIMda xizmat ko‘rsatish sohasining ulushi tebranma xarakterga ega bo‘lib, uning tebranish oralig‘i 105,9 %dan 106 %ni tashkil etadi. 2020-yilga kelib bu ko‘rsatkich 2019-yilga nisbatan 5,3 %ga kamaygan bo‘lsa, 2021-yilda mazkur ko‘rsatkich o‘tgan yilga nisbatan 109,5 %ni tashkil etgan. Shuningdek, ushbu statistik ma’lumotlarda keltirib o‘tilgan 2022-yil yakunlariga doir dastlabki hisob-kitoblarga nazar tashlaydigan bo‘lsak, mamlakatimiz yalpi ichki mahsulotida xizmat ko‘rsatish sohasining o‘shish sur‘ati o‘tgan 2021-yilga nisbatan 108,5 %ni¹ tashkil etganligiga guvoh bo‘lishimiz mumkin (1-rasm).

1 O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi ma’lumoti. <https://stat.uz>



1-rasm. 2000-2022-yillarda xizmat ko‘rsatish sohasining o‘sish sur‘atiga oid ko‘rsatkichlar (o‘tgan yilga nisbatan %da)

Mamlakatimiz YaIMning hajmi va unda xizmat ko‘rsatish sohasining ulushiga oid ko‘rsatkichlar holatiga ko‘ra, 2000-yil yakunlari bo‘yicha xizmat ko‘rsatish sohasining mamlakatimiz YaIM hajmidagi ulushi 1 210,9 (mlrd.so‘m)ni tashkil etgan bo‘lsa, ushbu ko‘rsatkich 2005-yilda 5 898,5 (mlrd.so‘m)ni, 2010-yilda 31 463,8 (mlrd.so‘m)ni, 2015-yilda 86 674,5 (mlrd.so‘m)ni, 2020-yilda 223 049,8 (mlrd.so‘m)ni, o‘tgan 2022-yil yakunlariga oid dastlabki ma‘lumotlari bo‘yicha 343 374,3 (mlrd.so‘m)ni yoki 38,65 %ni¹ tashkil etmoqda. Bundan ko‘rishimiz mumkinki so‘ngi 22 yilda YaIM hajmida xizmat ko‘rsatish sohasining ulushi 342 163,4 (mlrd.so‘m)ga yoki 283 baravarga ortgan.

Ushbu statistika ma‘lumotlari asosida xizmat ko‘rsatish sohasining YaIM hajmidagi ulushi oxirgi yillarda yuzaga kelgan xalqaro pandemiya (Covid-19) natijasida yuzaga kelgan ijtimoiy-iqtisodiy turg‘unlik holatiga qaramasdan sezilarli darajada oshib borganligini kuzatishimiz mumkin (1-jadval).

1-jadval

2000-2022-yillarda O‘zbekistonda YaIM, ko‘rsatilgan xizmatlar hajmi va uning YaIM dagi ulushi ko‘rsatkichlarining dinamikasi²

Yillar	YaIM hajmi, mlrd. so‘mda	Qaralayotgan yillar bo‘yicha xizmatlar hajmi, mlrd. so‘mda	Xizmatlarning YaIMdagi ulushi, foizda
2000	3 255,60	1 210,90	37,19
2001	4 925,30	1 882,20	38,21
2002	7 450,20	2 823,50	37,90
2003	9 844,00	3 684,40	37,43
2004	12 261,00	4 558,90	37,18
2005	15 923,40	5 898,50	37,04
2006	21 124,90	8 018,70	37,96
2007	28 190,00	11 208,10	39,76
2008	38 969,80	16 115,60	41,35
2009	49 375,60	20 424,60	41,37
2010	78 936,60	31 463,80	39,86
2011	103 323,60	40 529,10	39,23
2012	127 590,20	50 254,70	39,39
2013	153 311,30	62 099,20	40,51
2014	186 829,50	73 600,90	39,39
2015	221 350,90	86 674,50	39,15

1 O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi ma‘lumoti. <https://stat.uz>

2 Jadval <https://stat.uz> ma‘lumotlari asosida muallif tomonidan ishlab chiqildi.



2016	255 421,90	99 665,50	39,02
2017	317 476,40	116 901,50	36,82
2018	426 641,00	151 512,60	35,51
2019	532 712,50	192 929,10	36,21
2020	605 514,90	223 049,80	36,83
2021	738 425,20	272 109,10	36,84
2022	888 341,70	343 374,30	38,65

Shu o‘rinda, 2020-2022-yillarda mamlakatimiz hududlari kesimida ko‘rsatilgan xizmatlarning aholi jon boshiga to‘g‘ri kelishi hajmiga e‘tibor qaratadigan bo‘lsak, uning yildan yilga oshib borganligiga guvoh bo‘lishimiz mumkin. Jumladan, so‘ngi uch yilda aholi jon boshiga to‘g‘ri keladigan xizmatlar hajmi Qoraqalpog‘istonda 1 898,8 ming so‘m (yoki 1,5 %)ga, Andijon viloyatida 1 751,4 ming so‘m (yoki 1,4 %)ga, Buxoro viloyatida 2 831 ming so‘m (yoki 1,5 %)ga, Jizzax viloyatida 1 871,8 ming so‘m (yoki 1,5 %)ga, Qashqadaryo viloyatida 1 499,3 ming so‘m (yoki 1,4 %)ga, Navoiy viloyatida 3 042,4 ming so‘m (yoki 1,5 %)ga, Namangan viloyati 1 821,7 ming so‘m (yoki 1,5 %)ga, Samarqand viloyatida 1 978,9 ming so‘m (yoki 1,5 %)ga, Surxondaryo viloyatida 1 622,3 ming so‘m (yoki 1,5 %)ga, Sirdaryo viloyatida 1 797,4 ming so‘m (yoki 1,4 %)ga, Toshkent viloyatida 3 191,4 ming so‘m (yoki 1,5 %)ga, Farg‘ona viloyatida 1 961,7 ming so‘m (yoki 1,5 %)ga, Xorazm viloyatida 1 870,6 ming so‘m (yoki 1,5 %)ga, Toshkent shahrida 16 983,9 ming so‘m (yoki 1,5 %)ga ortganligini quyidagi jadvaldan ko‘rishimiz mumkin (2-jadval).

2-jadval.

Hududlarida aholi jon boshiga tog‘ri keladigan xizmatlar hajmi¹
(ming so‘m hisobida)

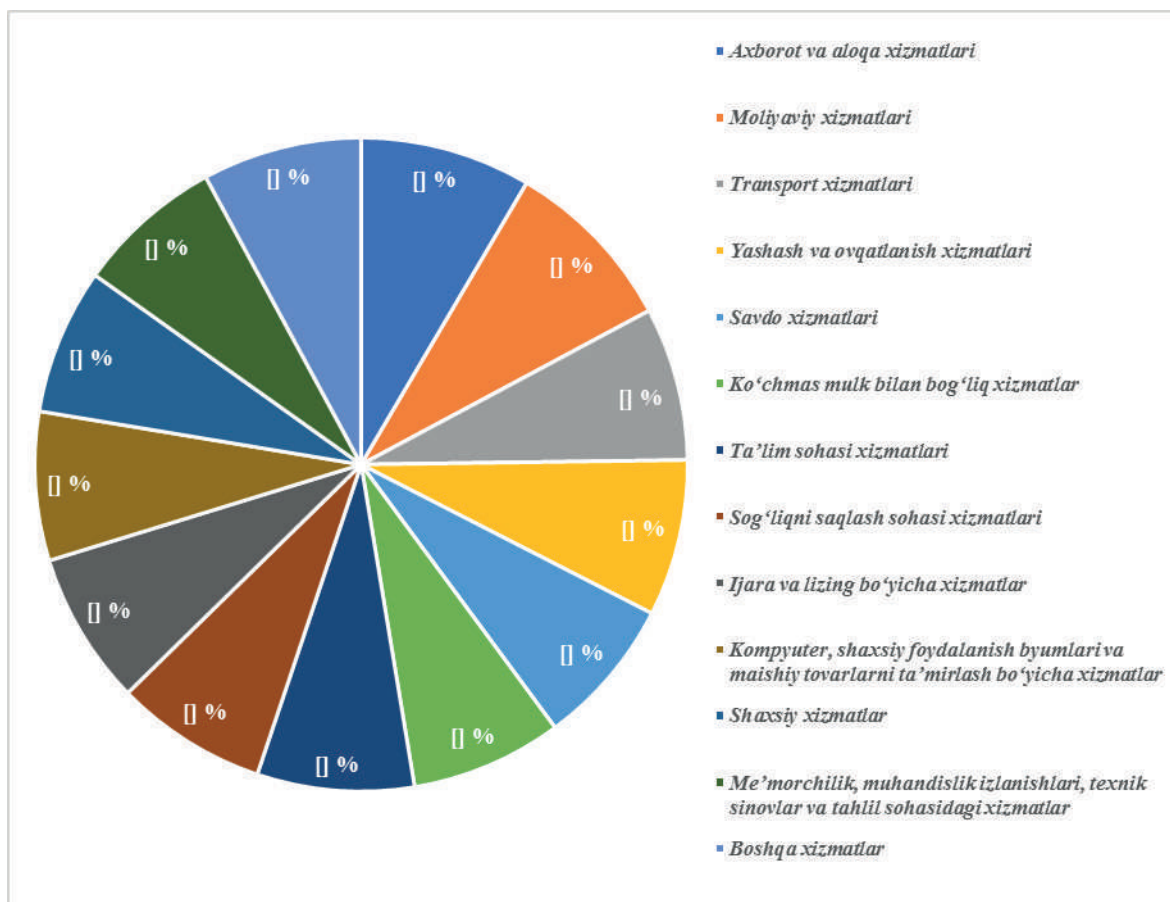
Hududlar	Yillar		
	2020	2021	2022
Qoraqalpog‘iston Respublikasi	3 412,0	4 368,8	5 310,8
Andijon viloyati	3 614,1	4 489,5	5 365,5
Buxoro viloyati	5 085,5	6 408,8	7 916,5
Jizzax viloyati	3 598,6	4 481,9	5 470,4
Qashqadaryo viloyati	3 128,7	3 827,9	4 628,0
Navoiy viloyati	5 809,1	7 286,9	8 851,5
Namangan viloyati	3 144,9	4 007,8	4 966,6
Samarqand viloyati	3 600,3	4 576,8	5 579,2
Surxondaryo viloyati	3 018,4	3 830,2	4 640,7
Sirdaryo viloyati	3 869,4	4 809,3	5 666,8
Toshkent viloyati	5 572,3	7 271,8	8 763,7
Farg‘ona viloyati	3 617,1	4 589,0	5 578,8
Xorazm viloyati	3 437,0	4 373,7	5 307,6
Toshkent shahri	30 234,4	37 750,9	47 218,3

Respublikamizda ko‘rsatilgan xizmatlar hajmining iqtisodiy faoliyatning asosiy turlari bo‘yicha 2022-yildagi o‘shish dinamikasiga e‘tibor qaratadigan bo‘lsak, unda quyidagi holatni kuzatishimiz mumkin. Olingan dastlabki statistika ma‘lumotlariga ko‘ra 2022-yilda o‘tgan yilning mos davriga nisbatan axborot va aloqa xizmatlari 125,5 %ga, moliyaviy xizmatlar 129,3 %ga, transport xizmatlari 112,4 %ga, yashash va ovqatlanish xizmatlari 114,7 %ga, savdo xizmatlari 109 %ga, ko‘chmas mulk bilan bog‘liq xizmatlar 111,1 %ga, ta‘lim sohasi xizmatlari 115,3 %ga,

1 Jadval <https://stat.uz> ma‘lumotlari asosida muallif tomonidan tuzildi.



sogʻliqni saqlash sohasi xizmatlari 111,5 %ga, ijara va lizing boʻyicha xizmatlar 112,2 %ga, kompyuter, shaxsiy foydalanish byumlari va maishiy tovarlarni taʼmirlash boʻyicha xizmatlar 109 %ga, shaxsiy xizmatlar 107 %ga, meʼmorchilik, muhandislik izlanishlari, texnik sinovlar va tahlil sohasidagi xizmatlar 107,7 %ga, boshqa xizmatlar 117 %ga ortganligini koʻrishimiz mumkin (2-rasm).



2-rasm. 2022-yilda xizmat koʻrsatish sohasi tarmoqlarining oʻsish surʼatiga oid koʻrsatkichlar (oʻtgan yilga nisbatan %da)

Yuqorida keltirilgan tahliliy maʼlumotlar asosida xulosa sifatida taʼkidlab oʻtishimiz lozimki, mamlakatimizda olib borilayotgan keng koʻlamli islohatlar milliy iqtisodiyotimizni barcha sohava tarmoqlarini, jumladan, xizmat koʻrsatish sohasini innovatsion yondashuvlar asosida yanada rivojlantirish, sohada faoliyat yuritayotgan tadbirkorlik subyektlarini qoʻllab-quvvatlash, koʻrsatilayotgan xizmatlarning sifat koʻrsatkichlarini yanada yaxshilash va buning natijasida aholining turmush darajasini oshirishga qaratilgan.



INCREASING THE COMPETITIVENESS OF TRADE ENTERPRISES WITH THE HELP OF INTERNET MARKETING SERVICES

Shoaxmedova Nozima Xayrullayevna

Associate Professor of the
Department of Artificial Intelligence
Tashkent State Economic University
E-mail: nshoaxmedova@gmail.com

Abstract. In this article, we are talking about increasing the share of sales of commercial enterprises based on marketing. Currently, the economy and several effective technologies associated with it are rapidly entering our lives.

Key words: marketing, digital, economics, trade, enterprise, SMM, management, share of sales.

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ С ПОМОЩЬЮ УСЛУГ ИНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГ

Шоахмедова Нозима Хайруллаевна

Доцент кафедры искусственного интеллекта
Ташкентского государственного экономического университета
E-mail: nshoaxmedova@gmail.com

Аннотация. В данной статье речь идет об увеличении доли продаж коммерческих предприятий на основе маркетинга. В настоящее время экономика и ряд эффективных технологий, связанных с ней, стремительно входят в нашу жизнь.

Ключевые слова: маркетинг, диджитал, экономика, торговля, предприятие, SMM, управление, доля продаж.

INTRODUCTION.

Because marketing trade is important for the development of the state and society To further accelerate the development, the leadership of our republic made several important decisions did For example, the President of Uzbekistan on December 28, 2018, the most important priority for 2019 the development of the economy in the republic in the Address to the Supreme Assembly about tasks said information on: "All sectors of the economy are based on personal resources development of the "National Concept of Digital Economy" which envisages its renewal need On this basis, it is necessary to implement the "Digital Uzbekistan-2030" program. The digital economy will increase the gross domestic product by at least 30 percent, dramatically increasing corruption will give. Reputable international analyzes confirm this. Information security is necessary to pay special attention to providing ".

RESEARCH MATERIALS AND METHODOLOGY. Circulation of crypto assets for investment and business diversification activities in the field, including mining, smart contract, consulting, emission, exchange, information, storage, distribution, management, insurance, crowd-funding (collective financing), as well as the implementation and development of blockchain technologies today is considered as one of the current topics. Especially, marketing in the conditions of the digital economy innovative marketing technologies in their activities: internet marketing, one-to-one (relationships) development of directions and forms of marketing, mobile marketing, direct marketing, organization of relations between enterprises and buyers online, conducting marketing research It is important to use interactive marketing methods to promote goods and services is an issue. Also, interactive and digital marketing in business activities as well as studying theoretical and practical aspects of market conditions conclusions related to the problems arising in the practical activities of enterprises focus on forming and finding their solution. Therefore, enterprises need to use mobile marketing, which is the closest assistant to the digital economy and is considered a criterion. The continuation and improvement of the information age in the life of society As a result, the penetration of information technologies in all areas is increasing. That's it the role of information and Internet technologies is incomparable, including in the field of marketing. Among the information technologies, mobile technologies are also modern marketing



formed as one of the aspects.

RESEARCH RESULTS. Mobile marketing is a relatively new field of marketing through mobile devices That provides two-way marketing communication between the company and customers. Marketing The high efficiency of companies is even more so when used with mobile devices will increase. Goods and potential customers are more willing to purchase services. Mobile communication tools and mobile communication technologies are of great importance in the development of marketing. They have the following characteristics:

- Mobile phone and mobile communication environment;
- Mobile communication service operations;
- Mobile communication services: voice, mobile internet, and mail;
- Mobile communication tools: Smartphones, iPhones, and tablets;
- Information exchange using mobile communication tools: Bluetooth, SMS, and MMS;
- The culture of using mobile phones and sharing information.

DISCUSSION. The role of the mobile phone in the development of mobile marketing is immeasurable. Mobile telephone - the type of telephone equipment is taken in mobile communication. Nowadays, the mobile phone is a phone, and Computers, fax machines, telephones, and notes are gradually becoming equipped with screens and sensors becoming a multi-purpose subscriber system. Mobile Communication Environment - consists of a system of base stations and a group of subscribers, each of the subscribers is a technical nutrient complex that provides mutual exchange with All in the mobile communication system data is transmitted wirelessly over the air in the form of electromagnetic waves via a mobile phone is transmitted.

CONCLUSION.

In short, the launch of this system), purchase products to have an opinion (get information) about the product you have made, to keep it in a permanent state performs the task.

REFERENCES

1. F. Kotler-Marketing from A to Z - Tashkent 2022
2. F. Kotler-General marketing -Tashkent-2020
3. <https://kun.uz/uz/news/2018/12/28/president-address-address-full-text>
4. https://en.wikipedia.org/wiki/Mobile_marketing
5. ziya.uz



ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ И ПРАКТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Ишимбаев Рафаэль Наильевич,
преподаватель Наманганского инженерно-
технологического института
Телефон: +998902792143
rafael_ishimbayev@nammti.uz

АННОТАЦИЯ: Вопрос выбора конкурентной стратегии бизнеса в современных условиях в Узбекистане. Были проанализированы показатели эффективности использования основных средств, которые способствуют развитию бизнеса в республике.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: анализ, конкуренция, отрасль, малый бизнес, эффективность развития бизнеса

На сегодняшний день каждый экономист точно знает, что решающим звеном анализа факторов, влияющих на конкурентоспособность предприятия, является изучение конкуренции в сети и ее влияния.

По проведенному нами анализу выяснилось, что:

1. Если предприятие использует сильную конкурентную стратегию, это приведет к усилению конкуренции.

2. Определяет правила конкуренции в сети на основе методов, используемых конкурирующими фирмами, определяет, что делать и как это реализовать.

В каждой отрасли существуют следующие факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятия: если количество предприятий увеличится, их производственные мощности и объемы производства останутся прежними, конкуренция возрастет. Кроме того, чем больше количество конкурентов, тем выше вероятность появления новых влиятельных стратегических мер. В таких обстоятельствах одно или несколько предприятий могут оказаться не в состоянии доминировать.

Большое значение имеют два принципа конкуренции: если спрос на продукт растет медленно, конкуренция будет возрастать. На быстрорастущем рынке каждому найдется место. В этих условиях предприятие направляет свои ресурсы на удовлетворение растущего спроса, а не стремится привлечь клиентов с других предприятий. Если спрос на рынке резко падает, предприятия, ориентированные на расширение производства или имеющие избыточные производственные мощности, пытаются снизить цены и увеличить объем продаж. Их цель – исключить из сети слабые и неэффективные предприятия.

В результате создается несколько предприятий с прочными позициями в отрасли:

-конкуренция усиливается, когда условия ведения бизнеса в сети вынуждают предприятие использовать методы, направленные на снижение цены или увеличение объема продаж. В любом случае постоянные затраты составляют значительную долю общих затрат. Но себестоимость единицы продукции снижается, когда производственные мощности используются полностью или близки к этому. Если предприятие не полностью использует производственные мощности, стоимость единицы продукции увеличивается. Когда спрос снижается, загрузка мощностей снижается. По мере роста стоимости продукта предприятия снижают цену, заключая тайные сделки. Это приводит к усилению конкуренции;

-конкуренция возрастает, если потребителям меньше стоит переход с одного типа продукта на другой. Если эти затраты невелики, предприятие пытается привлечь клиентов других предприятий, если затраты высоки, предприятие отказывается от таких действий;

-конкуренция усиливается, когда одно или несколько предприятий недовольны своей долей рынка и пытаются увеличить свою долю за счет конкурентов. Предприятия, находящиеся в упадке или испытывающие финансовые трудности, агрессивно покупают более мелкие фирмы. Они вводят новый вид товара, увеличивают затраты на рекламу, устанавливают специальные цены и т. д. Эти действия увеличивают конкуренцию;

-конкуренция усиливается в соответствии с принятием новых стратегических решений, картиной роста прибыли. Чем выше ожидаемый уровень прибыли, тем больше вероятность того, что другие предприятия примут ту же стратегию. Размер прибыли зависит от того,



насколько быстро передвигаются конкуренты. Если другие предприятия реагируют с опозданием или вообще не реагируют, то предприятие, первым внедрившее инновацию, может сохранять доминирующее положение с высокой прибылью в течение длительного времени;

-конкуренция высока, когда высоки барьеры для выхода. Когда затраты высоки, предприятие, как правило, остается в сети, даже если оно получает небольшую прибыль или терпит убытки;

-чем больше будут отличаться друг от друга приоритеты, стратегия, ресурсы, личностные характеристики лидеров и характеристики предприятий, тем больше будет усиливаться конкуренция. В частности, главным фактором этого процесса является выход на рынок новых иностранных предприятий;

-если предприятия, работающие в других секторах, купят обанкротившуюся фирму в этом секторе и начнут процесс превращения ее в ведущую фирму, конкуренция усилится.

-на уровень конкурентоспособности товаров влияет несколько факторов. Некоторые из них положительные, некоторые отрицательные, некоторые долгосрочные, некоторые краткосрочные, некоторые прямые (прямые), некоторые косвенные.

В целях обеспечения уровня конкурентоспособности важную роль при анализе хозяйственной деятельности играют изучение состава имущества предприятия и определение путей его повышения. В частности, он помогает следить за составом имущества и богатства предприятия, определять состояние чистых средств и измерять уровень возможностей. Обычно в состав средств предприятия в основном входят инструменты и внеоборотные активы, а также материальные (нормативные) оборотные средства. Их размер зависит от вклада, кооперации малых и других предприятий, специализации и терпимости к конкуренции рыночных условий.

Одной из важных особенностей анализа уровня конкурентоспособности является комплексное изучение имущества, резервов и затрат предприятия. К таким средствам относятся производственные запасы, т.е. другие. Они должны быть достаточными для обеспечения нормального функционирования предприятия и производства продукции и плана реализации согласно договору. В своих прежних работах автор рассматривал размер и структуру имущества анализируемого предприятия. Но хотелось бы акцентировать внимание на показатели, представляющие основные средства, так как они занимают определенное место в обеспечении уровня конкурентоспособности в составе показателей экономического потенциала.

Из уровня эффективности использования основных средств (Ос) вытекает общая эффективность производства. Чем больше используется основного оборудования, тем больше продукции производится, ниже себестоимость, тем выше производительность труда, прибыль и рентабельность.

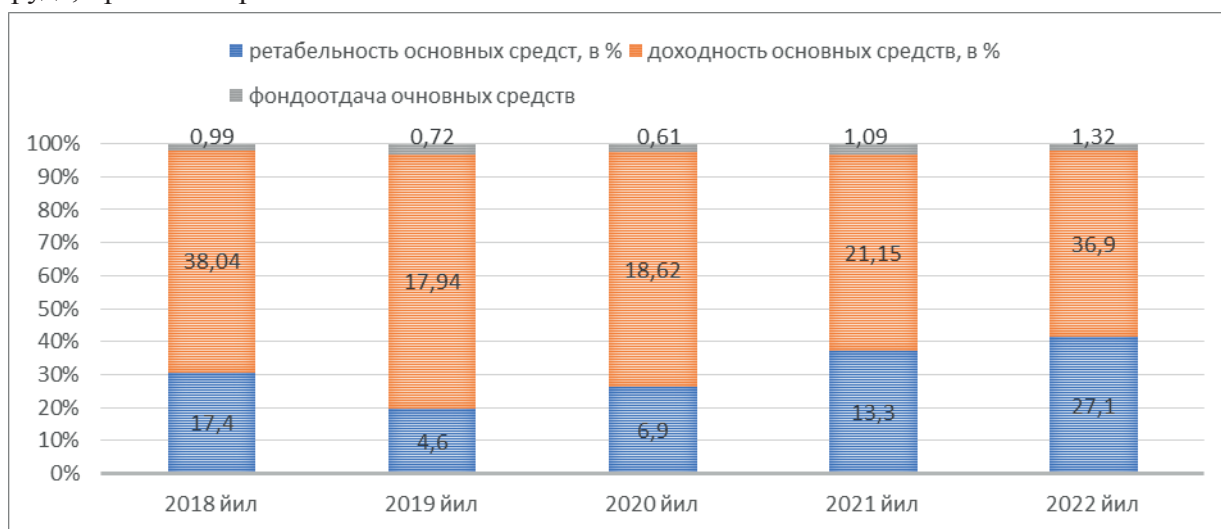


Рис.-1. Динамика показателей эффективности использования основных средств (на примере ООО «Асрор текстиль саноат»)



Из данных рис.-1 видно, что величина прибыли (рентабельности) на 1 сум основных средств увеличилась с 17,4% в 2018 году до 27,1% в 2022 году, то есть за последние годы возросла на 9,7 пункта. Его нужно оценивать положительно, так как если коэффициенты рентабельности за отчетный период: имеют значение ниже нуля, то организация считается убыточной; а если имеют значения ниже 0,05, то организация считается низкорентабельной. Такой этап реализации концепции изучения поддержки малых предприятий с использованием математических методов и моделей предусматривает изучение конкурентной среды и изучение факторов, влияющих на деятельность малых предприятий Наманганской области.

Список используемых источников:

1. Bustonov M.M., Махмудов М., Improving Economic Mechanisms to Encourage Efficient Use of Industrial Production Power in Kashkadarya Region/ Annals of R.S.C.B., ISSN:1583-6258, Vol. 25, Issue 3, 2021, Pages. 8183 - 8196 Received 16 February 2021; Accepted 08 March 2021.
2. Bustonov M.M. Digital economy in improving the quality of economic growth// European Journal of Molecular & Clinical Medicine. ISSN 2515-8260 2020. Vol 07, Issue 07. <https://www.scopus.com/results/authorNamesList.uri?sort=count-f&src> (SCOPUS).
3. Bustonov M.M. Macroeconomic Trends and Patterns of Sustainable Economic Growth and its Quality// Test Engineering & Management. 2019. November-December. <http://www.testmagazine.biz/index.php/testmagazine/article/view/221>
4. Ishimbayev R.N. Criteria and principle of capability // Miasta Przyslosci 29, P 334-337
5. Ishimbayev R.N. Competitiveness of small business // Science and innovation. International scientific journal 1 (ISSUE 8), P 90-96



СОВРЕМЕННЫЕ ТRENДЫ РАЗВИТИЯ БИЗНЕС-ПРОДУКТОВ И УСЛУГ В УСЛОВИЯХ ФОРМИРОВАНИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Юсупова Дилбар Мирабидовна

Старший преподаватель кафедры искусственного интеллекта
Ташкентского государственного экономического университета
E-mail: dilbaryus86@gmail.com

Аннотация: Настоящая статья показывает, что в условиях формирования цифровой экономики в международном масштабе большее значение имеет создание и постоянное совершенствование информационных продуктов и услуг для всех отраслей и сфер экономики, в том числе и для бизнеса. В статье показано, что развитие информационной составляющей объектов экономики является основой их конкурентоспособности на мировом экономическом рынке.

Ключевые слова: цифровизация, информационные продукты и услуги, конкурентоспособность, эффективность, программные продукты, оптимизация.

MODERN TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF BUSINESS PRODUCTS AND SERVICES IN THE CONDITIONS OF THE FORMATION OF THE DIGITAL ECONOMY

Supervisor: Yusupova Dilbar Mirabidovna

Senior lecturer of the Department of Artificial Intelligence
of Tashkent State University of Economics
E-mail: dilbaryus86@gmail.com

Abstract: This article shows that in the context of the formation of a digital economy on an international scale, the creation and continuous improvement of information products and services for all industries and sectors of the economy, including business, is of greater importance. The article shows that the development of the information component of economic objects is the basis of their competitiveness in the global economic market.

Keywords: digitalization, information products, and services, competitiveness, efficiency, software products, optimization.

ВВЕДЕНИЕ

За последние два десятилетия большая часть информационной деятельности развитых стран стала одним из основных элементов рыночной инфраструктуры и была встроена в структуру рыночных отношений. Хотя формирование информационно-коммуникационного рынка как рыночной инфраструктуры началось во второй половине 50-х годов прошлого века, структурные изменения последних 10 лет превратили этот сектор в стратегическую экономическую силу. Сегодня эта отрасль рынка считается базовой основой национальной экономики каждой страны. Потому что для развития мировой экономики необходима современная информационно-коммуникационная инфраструктура. В развитых странах их экономический рост осуществляется за счет информации, знаний и интеллектуального потенциала.

Информационно-программные продукты – основа развития экономических объектов в условиях цифровой трансформации

Как показывает мировая практика, крупнейшие мировые научно-исследовательские институты в области ИКТ (МСЭ, Gartner Research, ПСД, программа JB infoDev, ЭСКАТО ООН) в области процессов формирования цифровой экономики, индекса экономического развития и потребления ИКТ, измерения влияния знаний и инноваций, эффективности научно-исследовательских работ АМХ. В Республике Узбекистан также рождается целый комплекс исследований по таким направлениям, как эффективность инвестиций в ИКТ, электронное правительство, электронная коммерция, информационное общество, создание инновационных видов информационных и программных продуктов и услуг. В связи с этим представляется важным изучение методологических аспектов развития бизнеса



информационных продуктов и услуг в нашей стране.

Развитие бизнеса информационных продуктов и услуг обеспечивает экономическое развитие и рост во многих отношениях. Именно поэтому развитые и развивающиеся страны мира стараются развивать ИКТ-бизнес и создавать новые виды АМХ.

Самые крупные и прибыльные софтверные компании мира расположены в США, 65 из 100 крупнейших софтверных компаний мира, объявленных «Top 100 Research Foundation» в 2010 году, расположены там. По количеству компаний Япония и Франция заняли второе и третье места (рис. 1).

Количество компаний, расположенных за пределами США, в списке «Software Top 100» с каждым годом увеличивается. Таких компаний в списке 2014 года было 27, а к 2018 году их число достигло 38. Хотя роль компаний из других стран в мировой индустрии программного обеспечения очень мала, в последние годы наблюдается бурный рост компаний из Китая, России и Бразилии.

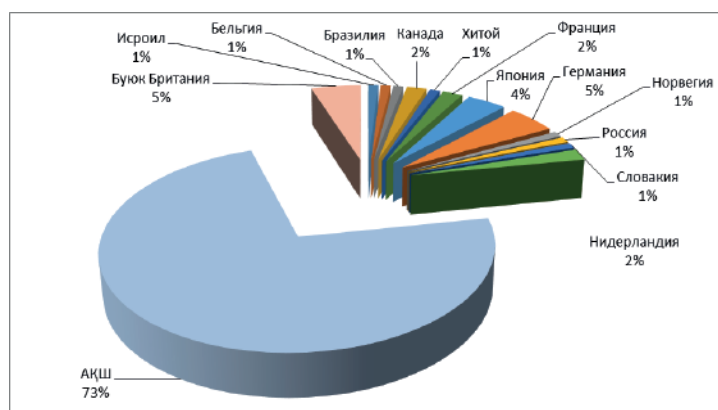


Рисунок 1. Географическое расположение 100 крупнейших мировых компаний, производящих информационные продукты.

По объему экспорта программных продуктов и связанных с ними услуг Индия уже несколько лет удерживает лидерство на мировом рынке. В этом отношении Ирландия и Китай заняли второе и третье места соответственно.

Индия вышла на мировой рынок экспорта программного обеспечения в начале 90-х годов прошлого века. По данным Nasscom, индустрия программного обеспечения выросла на 58% в период с 2007 по 2013 год, что составляет 6,5% от общего объема аутсорсинга ИКТ в Индии в 2009 году. К 2016 году годовой объем экспорта в индустрии аутсорсинга ИКТ в Индии составил 155,2 миллиарда долларов. В этой отрасли занято более двух миллионов человек, что составляет более долларов США. Компании США и Европейского Союза можно назвать основными покупателями услуг индийских программистов.

Заключение

В последние годы анализ показателей мировой экономики, связанных с информационным обществом, показывает, что наблюдаются тенденции закономерного увеличения доли информационных продуктов и услуг в национальной экономике развитых и развивающихся стран. Из этих анализов можно сделать вывод, что в то время как акцент делается на инновационной экономике, экономика стран растет за счет информационных продуктов и услуг, и этот сектор является основой инновационной экономики. Развитие сферы информационных продуктов и услуг на должной научной основе и на основе опыта, применяемого в развитых странах, служит формированию в стране информационного общества и инновационной экономики. Следует учитывать, что развитие предпринимательства и бизнес-процессов в этой сфере невозможно без тщательного анализа структурных аспектов информационных продуктов и услуг, без учета современных тенденций, без изучения его конкретных аспектов. В этом отношении изучение уникальных и важных аспектов нашей страны, выявление проблем и поиск решений на их основе является залогом завтрашнего развития.



СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Послание Президента Республики Узбекистан Ш.М.Мирзиёева Олий Мажлису о важнейших приоритетных задачах на 2019 год от 28 декабря 2018 года. Портал Национального информационного агентства Узбекистана (www.uza.uz).
2. Абдурахмонова Г.К. «Современный мир: Социальные сети управляют человеческими ресурсами» Ташкент.2021 -86 с.
3. Экономика и социология труда. Учебник Проф. А.Я.Кибанова М.: ИНФРА-М. 2012 – 584 с.
4. Ламзин А.В. Совершенствование системы управления процессом информатизации экономики региона. Автореферат дисс. ... канд. экон. наук.
5. www.lex.uz - национальная база данных законодательства Республики Узбекистан.
www.ziyounet.uz - образовательный портал.
6. официальный портал Агентства статистики при Президенте Республики Узбекистан.
7. <https://regulation.gov.uz/uz/document/3085>

ЯНГИ ЎЗБЕКИСТОН: ИННОВАЦИЯ, ФАН ВА ТАЪЛИМ 9-ҚИСМ

Масъул мухаррир: Файзиев Шохруд Фармонович
Мусахҳиҳ: Файзиев Фаррух Фармонович
Саҳифаловчи: Шахрам Файзиев

Эълон қилиш муддати: 30.06.2023

Контакт редакций научных журналов. [tadqiqot.uz](http://www.tadqiqot.uz)
ООО Tadqiqot, город Ташкент,
улица Амира Темура пр.1, дом-2.
Web: <http://www.tadqiqot.uz/>; Email: info@tadqiqot.uz
Тел: (+998-94) 404-0000

Editorial staff of the journals of [tadqiqot.uz](http://www.tadqiqot.uz)
Tadqiqot LLC The city of Tashkent,
Amir Temur Street pr.1, House 2.
Web: <http://www.tadqiqot.uz/>; Email: info@tadqiqot.uz
Phone: (+998-94) 404-0000