

6/2022,  
noyabr-  
dekabr  
(№ 00062)



## AYOLLAR TADBIRKORLIGINI RIVOJLANTIRISHDA RAQAMLI IQTISODIYOTNING O‘RNI

**Jumayeva Muxlisa Abdug‘ani qizi**

*Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti tayanch doktoranti. Toshkent, O‘zbekiston.*

[muxlisa.rahmatova.88@mail.ru](mailto:muxlisa.rahmatova.88@mail.ru)

**DOI:** [https://doi.org/10.55439/EIT/vol10\\_iss6/a32](https://doi.org/10.55439/EIT/vol10_iss6/a32)

### Annotatsiya

Hozirgi kunda jadal rivojlanib borayotgan raqamlashtirish jarayonlari iqtisodiyotning barcha tarmoqlariga o‘z ta‘sirini ko‘rsatmoqda. Ushbu maqolaning maqsadi raqamli iqtisodiyotni ayol tadbirkorlar sonining o‘shishiga ta‘sirini o‘rganish va O‘zbekiston misolida ushbu tendensiyalarni tahlil qilishdir. Bunda tanlangan ko‘rsatkichlar va ayollar tadbirkorligi o‘rtasidagi munosabatlarni o‘rganish uchun Pearson korrelyatsiya tahlili o‘tkazildi. Natijalar asosida raqamli iqtisodiyotning uchta muhim o‘zgaruvchisi tanlab olinib O‘zbekiston va global holat qiyosiy tahlil qilindi. “Xalqaro axborot uzatish kanallarining o‘tkazish qobiliyati” ko‘rsatkichi dunyo miqyosida ayollar tadbirkorligi bilan eng kuchli va eng ijobiy aloqaga ega o‘zgaruvchi ekanligi va afsuski, O‘zbekistondagi raqamlashtirishning eng zaif rivojlangan elementi ekanligi aniqlandi.

**Kalit so‘zlar:** Ayol tadbirkorligi, raqamli iqtisodiyot, raqamlashtirish, biznes, rivojlanayotgan mamlakatlar, gender farqi, internet.

### Abstract

Digitalization processes, which are rapidly developing, have a significant impact on all sectors of the economy. The aim of the paper is to explore the influence of the digital economy on an increasing number of female entrepreneurs and analyze this unit in the case of Uzbekistan to understand how the digital economy supports female business owners in the current country. Regarding that, Pearson correlation analysis was conducted in order to analyze the relationship between selected indicators and women's entrepreneurship. According to the findings, three top-related variables were chosen to compare Uzbekistan's digitalization to global trends. In the case of this country, it was revealed that the weakest developed element of digitalization was international internet bandwidth, which had the strongest and most positive association with female entrepreneurship in the world.

**Keywords:** Female entrepreneurship, digital economy, digitalization, business, developing countries, gender gap, Internet.

### Аннотация

Процессы цифровизации, которые стремительно развиваются, оказывают существенное влияние на все отрасли экономики. Цель статьи состоит в том, чтобы изучить влияние цифровой экономики на растущее число женщин-предпринимателей и проанализировать эту единицу на примере Узбекистана, чтобы понять, как цифровая экономика поддерживает женщин-предпринимателей в современной стране. В связи с этим был проведен корреляционный анализ персона для анализа взаимосвязи между выбранными показателями и женским

предпринимательством. Согласно полученным данным, для сравнения цифровизации Узбекистана с мировыми тенденциями были выбраны три наиболее важные переменные. В случае этой страны было выявлено, что самым слабым развитым элементом цифровизации была международная пропускная способность интернета, которая имела самую сильную и самую положительную связь с женским предпринимательством в мире.

**Ключевые слова:** Женское предпринимательство, цифровая экономика, цифровизация, бизнес, развивающиеся страны, гендерный разрыв, интернет.

## **Kirish**

Bugungi kunda dunyo iqtisodiyotida sezilarli o'zgarishlar yuz bermoqda. Ushbu o'zgarishlarning eng muhim sabablaridan biri bu to'rtinchi sanoat inqilobi va raqamli texnologiyalarning keng tarqalishidir. Sun'iy intellekt (artificial intelligence), nanotexnologiya, bulutli hisoblash (cloud computing) kabi tushunchalar hayotimizga kirib kelmoqda. Ma'lumotlarga ko'ra, 2021 yilda dunyo aholisining 62,5 foizi, rivojlangan davlatlarning esa 90,3 foizi internetdan foydalanadi[28].

Barcha sohalar va faoliyat turlari zamonaviy texnologiyalar asosida bosqichma-bosqich o'zgarishlarni boshdan kechirmoqda. Shu jumladan, mamlakatimizdagi kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sektori ham raqamli iqtisodiyot sharoitida jadal tusda rivojlanmoqda. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyev raisligida tarmoq va hududlarda raqamli iqtisodiyot hamda elektron hukumatni joriy qilish masalalari bo'yicha o'tkazilgan videoselektor yig'ilishida ham avvalo aholi eng ko'p to'qnash kelayotgan sohalarni raqamlashtirish, odamlarning og'irini yengil qilish zarurligini ta'kidlandi[1].

Iqtisodiyotdagi transformatsiya jarayonlarida yangicha usulda faoliyat yuritadigan tadbirkorlik subyektlari shakllanmoqda. Iqtisodchi olim S.Degrisning fikricha, bu yangiliklarning quyidagi asosiy uch komponenti mavjud[2]:

- a) internet va yuqori tezlikdagi tarmoqlarning rivojlanishi;
- b) tijorat maqsadlarida yaratilgan ulkan miqyosdagi internet-platformalar natijasida shakllangan katta ma'lumotlar(big data);
- c) istalgan vaqtda va istalgan joyda internetga kirish imkonini beruvchi zamonaviy mobil qurilmalar – mobil telefonlar, planshetlar va h.k.. Bugun siz 1975 yilda 5 million dollar turgan superkompyuter quvvatiga ega smartfonni 400 dollarga sotib olishingiz mumkin.

Ushbu uch yo'nalishning ijtimoiy-iqtisodiy ta'sirida so'nggi yillarda masofalar yaqinlashib chegaralar qisqardi, ya'ni ish joyi, dam olish maskani yoki uy degan qat'iy taqsimot yo'qolib bormoqda. Ayniqsa, ayollar tadbirkorligining rivoj topishiga raqamlashtirish ikki taraflama xissa qo'shadi. Birinchidan, uy ishlarida zarur bo'lgan zamonaviy texnologiyalar, yangi ixtirolar asosida xotin-qizlarning bo'sh vaqtlari ko'paymoqda, ikkinchidan esa internet tarmoqlari va online xizmatlar (ayollar uchun qulay bo'lgan moslashuvchan kun tartibi bilan ham) tadbirkorlik faoliyatini yuritishni osonlashtiradi.

Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, har bir mamlakat tadbirkor ayollar qatlamini kengayishini rag'batlantirish orqali milliy farovonligi va raqobatbardoshligiga sarmoya kiritishi mumkin. Hozirgi kunda tadbirkor ayollar dunyoda faol o'sishga yo'naltirilgan barcha tadbirkorlarning uchdan bir qismini tashkil qiladi[4]. Shuni ta'kidlash joizki, ayollar tadbirkorligi rivojlangan mamlakatlarga qaraganda rivojlanayotgan mamlakatlarda ko'proqdir[5]. Ushbu tadqiqotda biz

turli mamlakatlardagi ayollarning biznesdagi ulushini tahlil qilishni va bunga raqamlashtirishning ta'sirini aniqlashni maqsad qildik.

XXI asrda ko'pgina hukumatlar, shu jumladan O'zbekiston ham gender masalalariga e'tibor qaratib boshladi. Mamlakatda ayollar tadbirkorligini qo'llab-quvvatlovchi bir qancha dasturlar va imtiyozlar yo'lga qo'yilgan[6]. Biroq, raqamlashtirish jarayonlari ayolning tadbirkorlik faoliyatiga juda katta ta'sir etmayotganligini ularning an'anaviy faoliyatni afzal ko'rishidan ham bilib olish mumkin. Tadqiqotda raqamli iqtisodiyotning rivojlanishi ayollarga tegishli bizneslar sonining ko'payishiga qimmatli hissa qo'shishi mumkin degan gipoteza ilgari surildi.

### **Mavzuga oid adabiyotlar tahlili**

O'tgan asrda tadbirkorlik bo'yicha olib borilgan ilmiy tadqiqotlar biznesda ayollar va erkaklar bir xil xususiyatga ega degan fikrni ilgari surgan, ammo bu qarash hozirgi kunda xato ekanligi isbotlangan[7]. 1970 yildan boshlab tadbirkorlikning gender jihatlariga e'tibor qaratala boshlandi. 1976 yilda Shvarts[8] tomonidan ayollar tadbirkorligi haqidagi ilk ilmiy maqola nashr qilindi. Keyinchalik butun dunyoda ushbu mavzu bo'yicha ko'plab tahliliy ishlar va siyosiy chiqishlar qilindi. Avvaliga ilmiy ishlar tadbirkor ayol tushunchasiga[18, 19] yoki ularni erkak tadbirkorlar bilan solishtirishga[20, 21] qaratilgan bo'lsa, keyinchalik ayollarning tadbirkorlik faoliyatini boshlashiga va muvaffaqiyatli yuritishiga ta'sir etuvchi omillar haqidagi tadqiqotlar ommalashdi[9, 11, 12]. So'nggi tadqiqotlarda olimlar raqamli iqtisodiyotning ayollar biznesini boshlashiga ta'sirini ham tadqiq qila boshladilar[22, 23, 24].

G'arb adabiyotlarida tadbirkor ayol tushunchasi birinchi marta tijorat korxonasini yurituvchi, tashkil etuvchi va boshqaruvchi ayol sifatida tavsiflangan. Hozirda xotin-qizlar tadbirkorligi iqtisodiyotga katta ijobiy ta'sir ko'rsatishi chuqur anglab yetilayotgani bu sohaga jiddiy e'tibor qaratilishiga sabab bo'lmoqda. Ayollar tadbirkorligi ham shaxslar, ham jamoalar, shuningdek, mamlakatlar uchun ham muhim ahamiyatga ega. A.Abritalinaning fikricha, ayollarning ish o'rinlari yaratish, iqtisodiy o'sish va boylik to'plashda milliy iqtisodiyotga qo'shgan hissasi nihoyatda katta va hozirda hech kim bunga shubha qilmayapti. Bundan tashqari, ayollarning tadbirkorlik faolligi yuqori bo'lgan davlatlar moliyaviy inqirozlarga nisbatan himoyalani darajasi kuchliroq va iqtisodiy pasayish ehtimoli kamroqdir. [10].

Raqamlashtirish tushunchasiga kelsak, biz uning elementlarining bir nechta xil tavsiflanishini kuzatdik[25, 26, 27]. Ushbu maqolada iqtisodiyotni raqamlashtirishni o'lchash uchun Xalqaro telekommunikatsiyalar ittifoqi (ITU) agentligi tomonidan shakllantiriladigan global ma'lumotlar bazasidan bir nechta ko'rsatkichlarni tanlab oldik.

### **Tadqiqot metodologiyasi**

Maqolada Pearson korrelyatsiya modeli orqali raqamli iqtisodiyot va ayollar tadbirkorligi o'rtasidagi bog'liqlik aniqlangan. Ayollar tadbirkorligini o'lchashda ayollar rahbarlik qilayotgan MCHJlar soni olindi, raqamli iqtisodiyotning ko'plab ko'rsatkichlari ichidan quyidagi 8tasi o'zgaruvchi sifatida tanlandi: Internetdan foydalanuvchi ayollar ulushi(x1 – female Internet users as a percent of the total female population), qayd qilingan keng yo'lakli tarmoqqa ulanish (x2 – fixed broadband subscriptions per 100 inhabitants), statsionar telefon obunalari (x3 – fixed-telephone subscriptions per 100 inhabitants), internetdan foydalanuvchi shaxslar ulushi, jami (x4 – individuals using the Internet, total), xalqaro axborot uzatish kanallarining o'tkazish

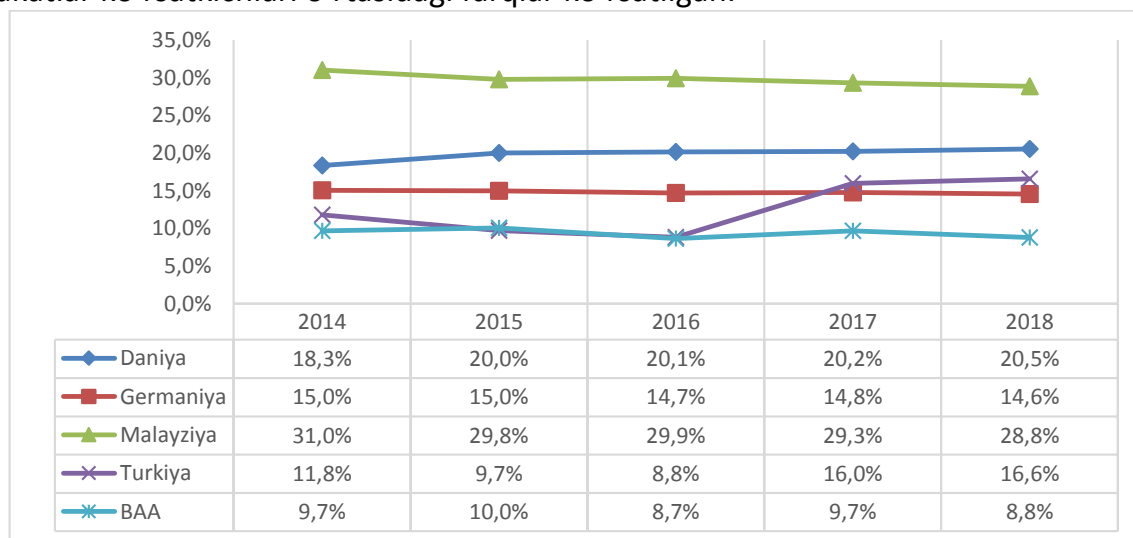
qobiliyati (x5 – international bandwidth per Internet user, kbit/s), mobil uyali obunalar (x6 – mobile-cellular subscriptions per 100 inhabitants), keng polosali mobil obuna uchun oylik internet trafik (x7 – monthly mobile broadband Internet traffic per mobile broad-band subscription, MB) va standart ko'nikmalarga ega bo'lgan shaxslar ulushi (x8 – the percentage of individuals with standard skills). Statistik ma'lumotlar 2014-2018 yillar oralig'idagi ikkilamchi ma'lumotlar bo'lib, ITU agentligi va Jahon Banki ma'lumotlar bazasidan jahonning 5ta mamlakati bo'yicha shakllantirildi. O'zbekiston holati esa ITU bazasi va Statistika qo'mitasi rasmiy veb sayti ma'lumotlari orqali taqqoslama tahlil qilindi.

### **Tahlil va natijalar**

#### **Ayollar tadbirkorligi**

Ayollar tadbirkorligining o'sish sur'atlari va shakllari turli mamlakatlarda turlicha ekanini kuzatish mumkin. Ularni har doim ham daromad darajasi yoki madaniy jihatdan farqlar bilan tushuntirib bo'lmaydi[4]. So'nggi yillarda ayollar tomonidan yangi biznes faoliyatini shakllantirish darajasi bir qator mamlakatlarda (masalan AQSHda) erkaklarnikidan sezilarli darajada oshdi[13]. Xuddi shunday tendensiyalar rivojlanayotgan dunyoda ham kuzatilayotganiga qaramay, ayollar hali ham erkaklarga qaraganda kamroq korxonalariga egalik qilishda va ularni boshqarishda davom etmoqdalar [14].

1-rasmda 2014-2018 yillar oralig'ida ayollarga tegishli bo'lgan yangi tashkil etilgan MCHJlar (Mas'uliyati cheklangan jamiyatlar)ning barcha MCHJlardagi ulushining 5ta mamlakatlar ko'rsatkichlari o'rtasidagi farqlar ko'rsatilgan.



**1-rasm. Dunyoning 5 mamlakatida ayol biznes egalarining ulushi (yangi tashkil etilgan MCHJ egalari orasida).**

Umuman olganda, deyarli barcha mamlakatlarda tadbirkor ayollar ulushining barqarorligini ko'rish mumkin. Malayziya tahlil davrida biroz pasayish tendensiyalari kuzatilganiga qaramay, ayol biznes egalarining eng yuqori ulushini ko'rsatdi. Germaniya va Birlashgan Arab Amirliklarida ishbilarmon ayollar son jihatdan ko'paygan, ammo umumiy tadbirkorlar sonidagi ulushida biroz pasayish tendensiyasi kuzatildi. Turkiya o'zining 2017 yildagi nisbatan keskin o'sish ko'rsatkichi bilan ajralib turmoqda.

O‘zbekistonga kelsak, 2018 yilda ayollarga tegishli firmalar ulushi 21,9 foizni tashkil etdi. Bu ko‘rsatkich bo‘yicha ba‘zi yillardagi ma‘lumotlar yuritilmagani va global indikatorlardan biroz farq qilgani sababli maqolada tadbirkor ayollar bo‘yicha olib borilgan tahlillarda foydalana olmadik. Mamlakatdagi hozirgi holatga to‘xtalsak, 2021-yil yakuniga ko‘ra, O‘zbekistonda xotin-qizlar rahbarlik qilayotgan kichik korxonalar va mikrofirmalar soni 36472 tani, faoliyat yuritayotgan kichik korxonalar va mikrofirmalarning umumiy sonidagi ulushi esa 11,3 foizni tashkil qildi. Shuningdek, 2021 yilda ayollar egalik qilayotgan firmalar ulushi 38 %ni tashkil qilmoqda[15].

### **Raqamli iqtisodiyot va ayollar tadbirkorligi**

Raqamli iqtisodiyotni tarkibida ko‘plab elementlar mavjud. Ma‘lumotlarning ishonchligi va to‘liqligidan kelib chiqqan holda 8 tasi tadqiqot uchun tanlab olindi. Tadqiqot doirasidagi mamlakatlarning har biri bo‘yicha korrelyatsiya matritsasi tuzildi va ayollar boshchiligidagi korxonalar soni va raqamlashtirish o‘zgaruvchilari o‘rtasidagi bog‘liqlik aniqlandi. 1-jadvalda raqamli iqtisodiyotning har bir elementi bilan tadbirkor ayollar soni o‘rtasidagi munosabatni ifodalovchi koeffitsientlar keltirilgan. Korrelyatsiya 5 ta davlat holatida baholangani bois, ko‘rsatkichlar o‘rtasidagi munosabat zichligini aniqroq tahlil qilish imkonini berdi.

**1-jadval**

### **Tahlil doirasidagi raqamlashtirish komponentlarining ayol tadbirkorlar soni bilan korrelyatsiya koeffitsientlari**

	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8
Daniya	0.840939	0.991878	-0.99242	0.970998	0.962904	-0.39171	0.956231	-0.2575
Germaniya	-0.04943	0.954927	-0.98738	0.054819	0.939179	0.63659	0.945103	0.216997
Malayziya	-0.02979	-0.07355	0.517452	-0.03624	0.474902	-0.24096	0.327782	0.739029
Turkiya	0.888808	0.886726	-0.33439	0.880371	0.839523	0.933912	0.903458	0.803072
BAA	0.885305	0.992224	0.462258	0.933664	0.827485	0.538348	0.75643	0.844097

Daniyada tadbirkor ayollar sonining x2, x4, x5 va x7 bilan juda kuchli ijobiy bog‘langanligini ko‘rishimiz mumkin. Shuningdek, jadvaldagi x3ning -0,99 korrelyatsiya koeffitsienti, bu ko‘rsatkichning Daniyadagi ayol tadbirkorlar soni bilan kuchli salbiy munosabatidan dalolat beradi.

Tahlilda Germaniyadagi ayol tadbirkorlar soni bilan x1 va x4 orasida bog‘liqlik mavjud emasligi aniqlandi. x2, x5 va x7 kabi ko‘rsatkichlar esa mustaqil o‘zgaruvchi bilan ijobiy va kuchli munosabatlarni tavsiflaydi. Mazkur mamlakatdagi raqamlashtirish ko‘rsatkichlari orasida tadbirkor ayollar soni bilan eng kuchli salbiy bog‘liqlik x3 da namoyon bo‘ldi.

Malayziyada esa ayollar tadbirkorligi mahalliy raqamli iqtisodiyot bilan sust bog‘liqlikka egaligi ma‘lum bo‘ldi. Ammo bu yerda x8 ko‘rsatkichi yuqorida tahlil qilingan mamlakatlarga qaraganda Y bilan ijobiy va yaxshi korrelyatsiyani ko‘rsatmoqda. Bundan tashqari, Malayziyada x3 boshqa 4 davlatga qaraganda Y bilan eng ijobiy munosabatlarga ega.

Turkiya boshqa tanlangan mamlakatlardan o‘zgaruvchilar o‘rtasidagi barqaror va ijobiy korrelyatsiya bilan ajralib turdi. x3dan tashqari barcha ko‘rsatkichlarning korrelyatsiyasi 0,80 dan 0,99 gachaligi ular o‘rtasidagi kuchli ijobiy munosabatdan dalolat beradi.

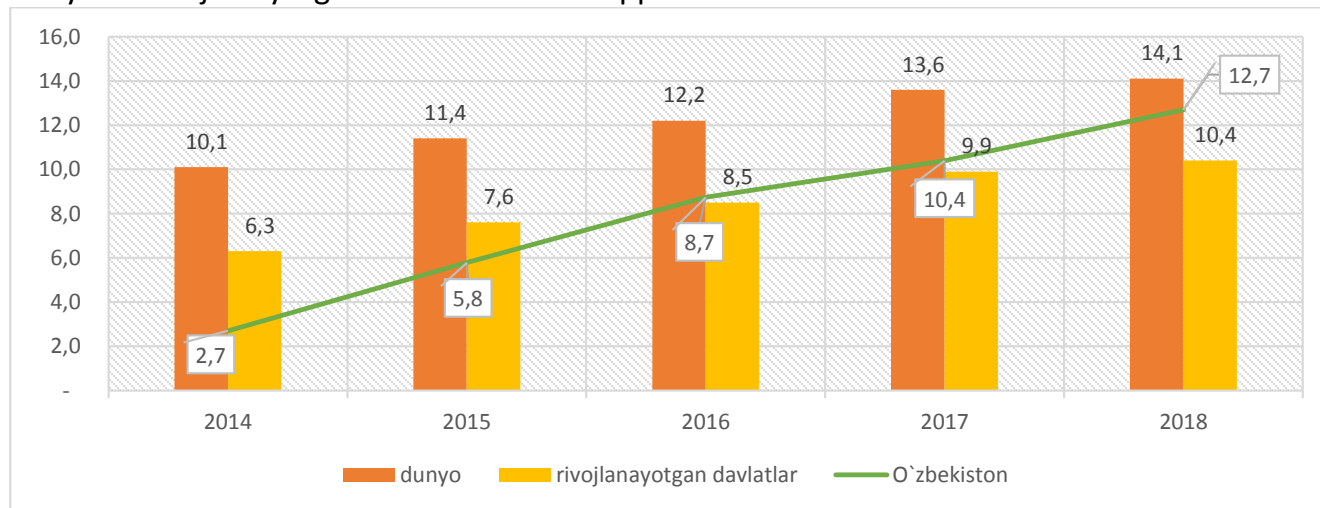
Jadvaldan Birlashgan Arab Amirliklarida ayollar tadbirkorligi va raqamlashtirish o‘rtasida to‘liq ijobiy bog‘liqlikni ko‘rish mumkin, lekin yuqorida tilga olingan mamlakatlardagidek kuchli

korrelyatsiya aniqlanmadi. Ayollarga tegishli boʻlgan korxonalarining eng yuqori bogʻliqligi x2 va x4 koeffitsientlari bilan namoyon boʻldi.

Umuman olganda, x2, x5 va x7 koʻrsatkichlar ayollar tadbirkorligi bilan eng yuqori korrelyatsiya darajasiga ega ekanligi aniqlandi. Bundan tashqari, shakllangan jadvalda x1 va x4 ham Y bilan yaxshi munosabati koʻrsatilgan.

### **Oʻzbekistondagi raqamli iqtisodiyot trendlari**

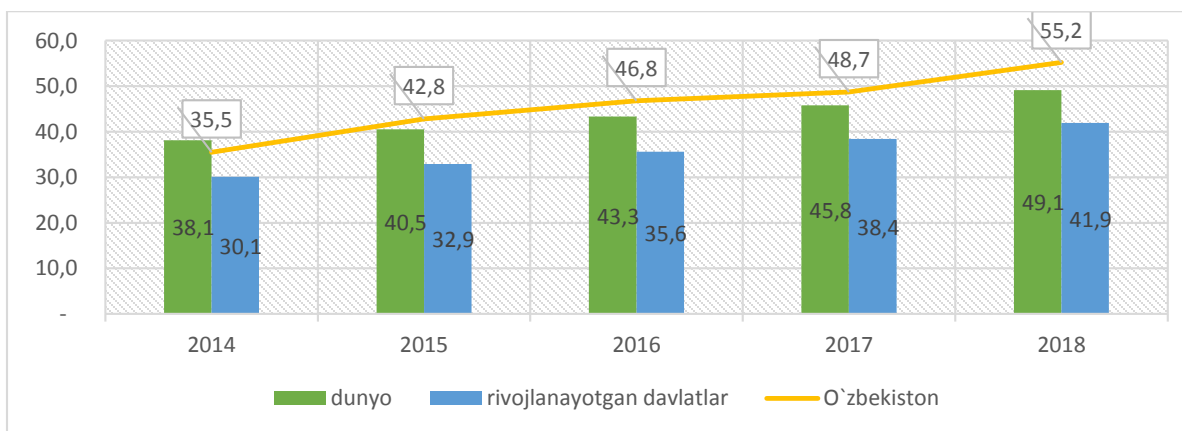
Tahlillarning keyingi bosqichida yuqoridagi hisob-kitoblar asosida ayollar tadbirkorligi bilan kuchli bogʻliqligi isbotlangan raqamli iqtisodiyot elementlarining Oʻzbekistondagi holati tahlil qilindi. Shuningdek, 2, 3 va 4-rasmlarda ushbu jarayonlarning mamlakatimizdagi darajasi dunyo va rivojlanayotgan davlatlar bilan taqqoslandi.



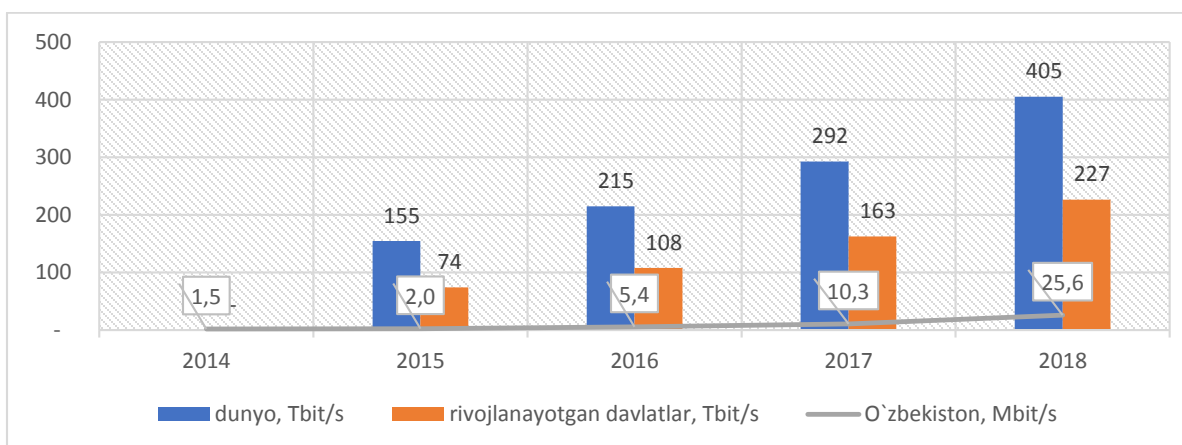
**2-rasm. Statsionar keng polosali abonentlar soni, har 100 kishiga**

2-rasmda tasvirlangan Oʻzbekistondagi statsionar keng polosali abonentlar soni oʻrganilayotgan yillar boshida boshqa miqdorlarga nisbatan past boʻlgan boʻlsada 2016 yil rivojlanayotgan davlatlardagi qayd etilgan koʻrsatkich bilan tenglashdi. 2018 yilda esa undanda oʻzib ketgan, ammo global koʻrsatkichdan past boʻldi. Oʻzbekiston Internetdan foydalanuvchilarning ulushi boʻyicha yaxshi koʻrsatkichga ega, yaʼni ushbu qiymat 2014 yilda dunyo va rivojlanayotgan davlatlardagi ulushlar oʻrtasida qayd etilgan boʻlsa, keyingi yillarda dunyo boʻyicha oʻrtacha internetdan foydalanuvchilar ulushidan ham yuqoriga oʻsdi.

ITU bazasi statistik maʼlumotlariga koʻra, Oʻzbekistonda raqamli iqtisodiyotning oʻrganilgan yoʻnalishlari ichida eng muammoli sohasi xalqaro axborot uzatish kanallarining oʻtkazish qobiliyati ekani aniqlandi. Bunda har bir internet foydalanuvchisiga toʻgʻri keladigan xalqaro axborot uzatish kanallarining oʻtkazuvchanlik qobiliyati hisobga olingan boʻlib, ushbu miqdoriy koʻrsatkich mamlakatda rivojlanayotgan davlatlar koʻrsatkichidan qariyb 10 ming barobar past. Shuni takrorlash kerakki, ushbu raqamlashtirish birligi ushbu tadqiqotda tahlil qilingan mamlakatlarning 80 foizida tadbirkor ayollar soni bilan kuchli va ijobiy bogʻliqlikka egaligi aniqlangan. Demak, Oʻzbekistonda bu turdagi internet tezligining oʻta pastligi ayollarning biznesdagi ishtirokiga salbiy taʼsir koʻrsatmoqda. Kelgusida bu boradagi chora-tadbirlarni kuchaytirish va raqamlashtirish jarayonlarini jadallashtirish tadbirkorlik rivojiga ham xissa qoʻshadi.



**3-rasm. Jami internetdan foydalanuvchi shaxslar ulushi (%)**



**4-rasm. Xalqaro axborot uzatish kanallarining o'tkazish qobiliyati**

Yuqoridagi tahlillarda global ma'lumotlar bilan taqqoslash maqsadida 2018 yilgacha bo'lgan statistikadan foydalanilgan. Ammo so'nggi yillarda mamlakat aholisining tadbirkorlik bilan shug'ullanishi, xususan ayollarning ham daromad manbaiga ega bo'lishi, bo'sh vaqtdan to'g'ri foydalanishi, zarurat bo'lganda oilasiga moddiy jihatdan ko'maklashishi hukumatning qo'llab-quvvatlashi va raqamli texnologiyalar natijasida birmuncha osonlashmoqda. O'zbekistonda tadbirkorlik faoliyatining gender jihatlarini statistikaga so'nggi 3-4 yilda qo'shila boshlagani bois chuqur tahlil o'tkazish imkoni bo'lmasada yaqin kelajakda bu masala o'zining nazariy-metodologik qiyofasini yaratadi deb umid qilamiz.

**Xulosa va takliflar**

Ushbu maqola raqamli iqtisodiyotning sakkiz elementi va ayol tadbirkorlar sonining o'sish sur'atlari o'rtasidagi bog'liqlikni baholash uchun 2014 va 2018 yillar oralig'ida beshta mamlakatdan olingan ikkilamchi ma'lumotlarning tahlilini taqdim etadi. Tadqiqotda tanlab olingan raqamlashtirish elementlarining aksariyati munosabatlarning mustahkamligi jihatidan mamlakatlar kesimida biroz farq qilsada, tadbirkor ayollar ko'payishiga ijobiy va sezilarli ta'sir ko'rsatishi isbotlandi. Eng kuchli korrelyatsiya aniqlangan ko'rsatkichlar bo'yicha O'zbekiston, jahon va rivojlanayotgan mamlakatlar solishtirildi. Unga ko'ra, O'zbekistonda raqamlashtirishning eng kam rivojlangan komponenti, ayni vaqtda ayollar tadbirkorligi bilan kuchli bog'liqlikka ega o'zgaruvchi bu har bir internet foydalanuvchisiga to'g'ri keladigan xalqaro

axborot uzatish kanallarining o'tkazish qobiliyati ekani aniqlandi. Ushbu natijalar shuni ko'rsatadiki, hukumat ayollar tadbirkorligini rivojlantirishni maqsad qiluvchi boshqa qo'llab-quvvatlovchi chora-tadbirlar bilan parallel ravishda raqamlashtirish jarayonlarini, jumladan internet tezligini oshirishga qaratilgan siyosatni amalga oshirishi zarur. Qolaversa, biznesdagi ayollarga oid keng qamrovli statistik ma'lumotlarni yuritilishi kelgusida tadqiqotchilarga O'zbekiston misolida sifatli ilmiy ishlanmalarni bajarishda yordam beradi.

### **Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati**

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning 2020-yil 22-sentyabr kuni tarmoq va hududlarda raqamli iqtisodiyot hamda elektron hukumatni joriy qilish masalalari bo'yicha videoselektor yig'ilishidagi nutqi URL: <https://yuz.uz/uz/news/prezident-raqamli-iqtisodiyotsiz-mamlakat-iqtisodiyotining-kelajagi-yoq>
2. Degryse C. Digitalisation of the economy and its impact on labour markets. WorkingPaper. URL: <http://ssrn.com/abstract=2730550>.
3. Malik, P. (2017). Gendering digital entrepreneurship: from research to practice using a tensional lens. ProQuest Dissertations Publishing: Purdue University <http://docs.lib.purdue.edu/dissertations/AAI10266070/>
4. GEM Report. Women's Entrepreneurship 2020/21: Thriving Through Crisis.
5. Minniti, M., Allen, E. and Langowitz, N. (2006) The 2005 Global Entrepreneurship Monitor Special Topic Report: Women in Entrepreneurship. Center for Women Leadership, Babson College. Babson Park, MA.
6. O'zbekiston Respublikasi qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasi URL: <https://lex.uz/en/search/ext?okoz=6806>
7. Minniti, M. (2009) Gender issues in entrepreneurship. Foundations and Trends in Entrepreneurship 5(7-8): 497-621.
8. Schwartz, E. (1976). Entrepreneurship: A new female frontier. Journal of Contemporary Business, 5, 47-76
9. Ahl, H., & Nelson, T. (2010). Moving forward: Institutional perspectives on gender and entrepreneurship. International Journal of Gender and Entrepreneurship, 2, 5-9.
10. Абриталина, А.С. Женское предпринимательство: социально-экономические мотивы и факторы: Диссертация кандидата социологических наук: 22.00.03. - Саратов, 2006. - 153 с
11. Gundry, L. K., Ben-Yoseph, M., & Posig, M. (2002). Contemporary perspectives on women's entrepreneurship: a review and strategic recommendations. Journal of Enterprising Culture, 10, 67-86
12. Brush, C. G., de Bruin, A., & Welter, F. (2009). A gender-aware framework for women's entrepreneurship. International Journal of Gender and Entrepreneurship, 1, 8-24.
13. CWBR – Center for Women's Business Research. (2004) Women Owned Businesses in 2004: Trends in the U.S. and 50 States. Washington D.C: Center for Women's Business Research.
14. Maria Minniti and Wim Naude. What Do We Know about the Patterns and Determinants of Female Entrepreneurship across Countries? European Journal of Development Research Vol. 22, 3, 277-293 [www.palgrave-journals.com/ejdr/](http://www.palgrave-journals.com/ejdr/)

15. O‘zbekiston Respublikasi statistika qo‘mitasi. Ayollar egalik qilayotgan firmalar ulushi. URL: <https://stat.uz/en/press-releases/17513-2022>
16. Terjesen, S., & Lloyd, A. (2015). The 2015 Female Entrepreneurship Index. Report. The Global Entrepreneurship and Development Institute (GEDI). <https://thegedi.org/research/womensentrepreneurshipindex/>.
17. World Bank. Gender Statistics - World Bank DataBank <https://databank.worldbank.org/source/gender-statistics>
18. Birley, S., Moss, C. and Saunders, P. (1987) Do women entrepreneurs require different training? American Journal of Small Business 12(1): 27–35.
19. Holmquist, C. and Sundin, E. (1988) Women as entrepreneurs in Sweden: Conclusions from a survey. Frontiers of Entrepreneurship Research 1988: 626–642.
20. Sexton, D.L. and Kent, C.A. (1981) Female executives and entrepreneurs: A preliminary comparison. In: K.H. Vesper (ed.) Frontiers of Entrepreneurship Research. Boston, MA: Babson College, pp. 40–55.
21. Masters, R. and Meier, R. (1988) Sex differences and risk-taking propensity of entrepreneurs. Journal of Small Business Management 26(1): 31–35.
22. Kamberidou, I. (2020). “Distinguished” women entrepreneurs in the digital economy and the multitasking whirlpool. Journal of Innovation and Entrepreneurship. <https://link.springer.com/article/10.1186/s13731-020-0114-y>
23. Kamberidou, I., & Pascall, N. (2020). The digital skills crisis: engendering technology-empowering women in cyberspace. European Journal of Social Sciences Studies, 4(6), 1–33. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3558799> <https://oapub.org/soc/index.php/EJSSS/article/view/683>
24. Scutto, V., Serravalle, F., Murray, A., & Viassone, M. (2019). The shift towards a digital business model. Women Entrepreneurs and Strategic Decision Making in the Global Economy. IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-7479-8.ch007>
25. Camara, N., & Tuesta, D. (2017) DiGiX: The Digitization Index. 17/03 Working Paper.
26. UNCTAD (2019a). Digital Economy Report 2019: Value Creation and Capture: Implications for Developing Countries. United Nations publication, Sales No. E.19.II. D.17. New York and Geneva.
27. Verizon (2020). 2020 Data Breach Investigations Report. Available at: <https://enterprise.verizon.com/resources/reports/dbir/>.
28. ITU World Telecommunication/ICT Indicators database. Key ICT indicators for developed and developing countries, the world and special regions (totals and penetration rates) URL: [https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/ITU\\_regional\\_global\\_Key\\_ICT\\_indicator\\_aggregates\\_Nov\\_2020.xlsx](https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/ITU_regional_global_Key_ICT_indicator_aggregates_Nov_2020.xlsx)
29. Абдуллаев М. (2020). Рақамли иқтисодиёт - кадрлар тайёрлашнинг долзарб йўналишлари . Экономика и инновационные технологии, (1(2), 186–198. извлечено от [https://inlibrary.uz/index.php/economics\\_and\\_innovative/article/view/11313](https://inlibrary.uz/index.php/economics_and_innovative/article/view/11313)