

3/2024,  
may-  
iyun  
(№ 00071)



## RAQAMLI XIZMATLARNI BOSHQARISHDA ZAMONAVIY AXBOROT-KOMMUNIKATSIYA TEXNOLOGIYALARIDAN SAMARALI FOYDALANISH

**Aliyev Abdunabi Rustam o'g'li**

*Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti tayanch doktoranti*

**Email:** [a.aliyev@tsue.uz](mailto:a.aliyev@tsue.uz)

**DOI:** [https://doi.org/10.55439/EIT/vol12\\_iss3/i23](https://doi.org/10.55439/EIT/vol12_iss3/i23)

### **Annotatsiya**

Ushbu maqolada raqamli xizmatlarni boshqarishda zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan samarali foydalanish, raqamli xizmatlardan samarali foydalanish jarayonlarini amalga oshirish, “Xizmat” ta’rifini izohlashga yondashuvlar, xizmatning o’ziga xos xususiyatlari, raqamli xizmatlarning tasnifi atroflicha bayon etilgan. Raqamli xizmatlarni taqdim etish va olishga o’tish hayot sifatini sezilarli darajada yaxshilashi va daromad darajasi yoki mamlakatning chekka hududlarida yashash tufayli ijtimoiy tengsizlikni kamaytirishi, raqamli xizmatlar jamiyat hayoti uchun qulay va xavfsiz sharoitlar yaratishi, raqamli xizmatlar davlat xizmatlaridan foydalanish imkoniyati va samaradorligini oshirish orqali biznes va investitsiya muhitini yaxshilashga yordam berishi bo’ycha xulosalar shakllantirilgan.

**Kalit so’zlar:** raqamli xizmatlar, raqamli transformatsiya, raqamlashtirish, axborot-kommunikatsiya texnologiyalari.

### **Kirish**

Postindustrial jamiyat nazariyasida xizmat ko’rsatish sohasining o’rni rivojlangan mamlakatlar iqtisodiyotida muhim ahamiyat kasb etadi. Iqtisodiyotni o’zgartirish va raqamlashtirish sharoitida asosiy rivojlangan raqamli jamiyatning belgisi raqamli xizmatlar sektorining ustuvor ekanligidir.

Mamlakatimizda aholi va tadbirkorlik subyektlariga raqamli xizmatlardan foydalanish uchun qulay sharoitlar yaratish, ishbilarmonlik muhitini yaxshilash, byurokratik tartibotlarni qisqartirish, shuningdek, davlat boshqaruvi, iqtisodiyotning real sektori tarmoqlarini hamda hududlarni raqamli transformatsiya qilish maqsadida O’zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 24-maydagi “Raqamli xizmatlar qamrovi va sifatini oshirish hamda soha, tarmoq va hududlarni raqamli transformatsiya qilish chora-tadbirlari to’g’risida” PQ-162-son qarori qabul qilindi[1].

Shuni alohida ta’kidlash kerakki, raqamli mahsulotlar va elektron xizmatlarga o’tish bilan dunyo yanada shaffof bo’lib bormoqda. Amalda keng qo’llanilishiga qaramay, “xizmat” atamasi hech qachon qabul qilinmagan bir ma’noli talqin va adekvat kategorik dizayndir. Shu sababli ham, bugungi kunda xorijiy va mahalliy tadqiqotchilarning turli ilmiy yondashuvlarini qiyosiy tahlil qilish, asosiy shakllantiruvchi atamalar, “xizmat”, “elektron xizmat”, “raqamli xizmat” talqinlarini farqlash va ta’rifning o’z talqinini taklif qilish muhim hisoblanadi. Shu nuqtai-nazardan mazkur sohada ilmiy tadqiqotlar olib borish hamda raqamli xizmatlardan samarali foydalanish jarayonlarini amalga oshirish dolzarb ahamiyat kasb etadi.

### **Mavzuga oid adabiyotlar tahlili**

Iqtisodiy faoliyat turi sifatida “xizmat” degan iqtisodiy tushunchani birinchi marta J. Say 1803-yilda “Siyosiy iqtisod haqida traktat” asarida ilmiy muomalaga kiritgan, deb hisoblanadi. Olim xizmatlarni nafaqat odamlar, balki tabiat obyektlari va kuchlari ham ko’rsatadi, deb hisoblagan. F.Bastiat J.Sayning “xizmatlar nazariyasi”ga asoslanib, individual xizmatlar va ularning manfaatlarni uyg’unlashtirishdagi roliga katta e’tibor berdi. Shuni ta’kidlash kerakki, olim xizmat deganda nafaqat ishlab chiqarish jarayonida mehnatning haqiqiy sarfini, balki kimdir tomonidan qo’llaniladigan yoki ushbu xizmatdan foydalanuvchining ozod bo’lgan har qanday sa’y-harakatlarini ham tushungan [2].

K.Marks bu ta’rifni keng va tor ma’noda izohlaydi. Keng ma’noda, xizmat har xil shakllarda paydo bo’lishi mumkin bo’lgan mehnat natijasi bo’lib, u o’z iste’moli va turli ehtiyojlarni qondirish uchun emas, balki boshqa shaxslar, tashkilotlar va mamlakatlar uchun mo’ljallangan.

Tor ma’noda K.Marks xizmatni obyekt-moddiy shaklni olmaydigan va shunga mos ravishda, ushbu xizmatlarni bajaruvchidan alohida narsa shaklida mustaqil mavjudlikni olmaydigan faoliyat deb hisoblaydi [3].

X. Voracekning fikricha, ushbu faoliyatning barcha xilma-xilligini qamrab oladigan yagona “xizmat” tushunchasi ishlab chiqilmagan. Adabiyotlarda bu masala bo’yicha juda keng fikrlar mavjud [4].

Xorijiy va mahalliy ta’riflarni tahlil qilgandan so’ng, bizning nuqtai-nazarimizdan, zamonaviy adabiyotlarda 1-jadvalda keltirilgan “xizmat” ta’rifini talqin qilishning uchta asosiy yondashuvini ajratib ko’rsatish tavsiya etiladi [5, 6].

**Jadval 1**

#### **“Xizmat” ta’rifini izohlashga yondashuvlar**

<b>Mualliflar</b>	<b>Ta’rif</b>	<b>O’ziga xos xususiyatlar</b>
F. Kotler	Xizmat - bir tomon boshqasiga taklif qilishi mumkin bo’lgan har qanday faoliyat; hech narsaga egalik qilishga olib kelmaydigan nomoddiy harakat.	Muallif xizmatni unga egalik huquqisiz nomoddiy faoliyat sifatida taqdim etadi.
Bastiat K.F.	Xizmatlar ishlab chiqarish jarayonidagi haqiqiy mehnat xarajatlari va umuman olganda, faoliyat almashinuvi yoki shaxslardan birini ma’lum bir harakat yo’nalishidan ozod qilishda kimdir tomonidan qilingan har qanday harakatlardir.	Ta’rifda xizmat o’zaro ta’sir, ya’ni muayyan shaxslar sifatida belgilangan uning ishtirokchilari o’rtasida sodir bo’ladigan jarayon sifatida taqdim etiladi.
Marshall A.	Xizmatlar ishlab chiqarish jarayonidagi haqiqiy mehnat xarajatlari va umuman olganda, faoliyat almashinuvi yoki shaxslardan birini ma’lum bir harakat yo’nalishidan ozod qilishda kimdir tomonidan qilingan har qanday harakatlardir.	Muallif xizmatlar bu faoliyat turlari, ya’ni faoliyatning foydali ta’sirini ko’rsatadigan jarayonlar ekanligini ta’kidlaydi.
Hill T.	Xizmat deganda, birinchi shaxsning oldindan roziligi bilan boshqa biron-bir xo’jalik birligi faoliyati natijasi bo’lgan shaxs yoki har qanday xo’jalik birligiga	Xizmat o’zgarish jarayoni bilan ifodalanadi.

<b>Mualliflar</b>	<b>Ta’rif</b>	<b>O’ziga xos xususiyatlar</b>
	tegishli bo’lgan mahsulot sharoitining o’zgarishi tushunilishi mumkin.	
K. Gronroos	Xizmat - bu, agar kerak bo’lsa, mijozlar va xizmat ko’rsatuvchi xodimlar, jismoniy resurslar va xizmat ko’rsatuvchi korxonalar tizimlari o’rtasidagi o’zaro ta’sir jarayonida yuzaga keladigan bir qator (yoki bir nechta) nomoddiy harakatlarni o’z ichiga olgan jarayon.	Aniq ko’rsatilganki, xizmat - bu xizmat xaridorining muammolarini hal qilishga qaratilgan harakatlardan iborat jarayon. Yetkazib beruvchilar va iste’molchilar ko’rsatilgan. Xizmatning nomoddiyligi ta’kidlangan.
<b>Xizmat - natija:</b>		
G. Assel	Xizmat iste’molchi tomonidan sotib olinadigan, lekin mulk bilan bog’liq bo’lmagan nomoddiy foydadir.	Muallif xizmatni yakuniy natija (tovar sotib olish) bilan aniq bog’laydi va harakatlar orasida faqat uni sotib olish paydo bo’ladi.
L. Abalkin	Xizmat - moddiy shaklga ega bo’lmagan va iste’mol qiymati, moddiy mehnatdan farqli o’laroq, tirik mehnatning foydali ta’sirida bo’lgan o’ziga xos mehnat mahsulotidir.	Muallif xizmatni faoliyatning foydali samarasini keltiradigan mehnat mahsuloti deb hisoblaydi.
V. Supyan	Xizmatlar - saqlash mumkin bo’lmagan va iste’mol qilinadigan joyda va vaqtida iste’mol qilinadigan mahsulotlar turlari.	Muallif xizmatni mahsulot turi deb hisoblaydi va uning nomoddiyligini ta’kidlaydi.
Smit A.	Xizmatlar steril va samarasizdir, chunki ular, qoida tariqasida, taqdim etilgan paytda yo’qoladi va hech qanday moddiy mahsulotda qayd etilmaydi.	Muallif jarayonning natijasini go’yoki nomoddiy deb ko’rsatadi, ammo jarayonning etkazib beruvchilari va iste’molchilari ko’rsatilmagan.
Vasilyeva O.E.	Xizmat - bu jamiyatning turli subyektlari ehtiyojlarini) ayirboshlash yo’li bilan qondirishga qaratilgan faoliyat natijasida o’ziga xos shaklni olgan maxsus mahsulot	Xizmat xaridorning ehtiyojlarini qondirish uchun faoliyatning nomoddiy natijasi sifatida ishlaydi.
<b>Yondashuvlarning ikki tomonlamaligi:</b>		
Aristotel	Xizmat - bu mutanosib jazo yoki mukofotni ta’minlaydigan odamlar o’rtasidagi o’zaro aloqa shakli.	Ushbu talqinda muallif o’z faoliyati natijasi uchun tovon olish uchun shaxslar o’rtasidagi o’zaro faoliyat ko’rinishidagi xizmatni ifodalaydi.
F. Kotler	Xizmat - bu bir tomon boshqa tomonga taklif qilishi mumkin bo’lgan, asosan nomoddiy va hech narsaga egalik qilishga olib kelmaydigan har qanday hodisa, faoliyat yoki foyda.	F.Kotler xizmatning ham harakat, ham natija bilan bog’lanishini o’z ichiga olgan juda keng ta’rif beradi (foyda hali jarayon emas, balki ma’lum bir natijadir).
K. Marks	Xizmat - mahsulot yoki mehnatning u yoki bu foydalanish qiymatining foydali ta’siri.	K.Marks ikki tomonlama yondashuvga ega: u bir vaqtning o’zida bu tushunchani ham faoliyat pozitsiyasidan, ham mehnat natijasi pozitsiyasidan ko’rib chiqadi.
V. Prishchepenko	Xizmat - obyekt yoki subyektning boshqa obyektlar yoki subyektlar bilan o’zaro ta’siri natijasida namoyon bo’ladigan muayyan mulk.	Ushbu ta’rifda muallif xizmatning ikki tomonlamaligini ta’kidlaydi, ya’ni. Xizmat nafaqat harakat natijasi, balki o’zaro ta’sir jarayonidir.

<b>Mualliflar</b>	<b>Ta’rif</b>	<b>O’ziga xos xususiyatlar</b>
Prokopenko S.	Xizmatlar - bu yangi, ilgari mavjud bo’lmagan moddiy mahsulot yaratilmaydigan, lekin mavjud mahsulotning sifati o’zgargan faoliyat turlari, ishlar. Bu narsalar shaklida emas, balki faoliyat shaklida taqdim etiladigan imtiyozlardir. Xizmatlarni taqdim etishning o’zi kerakli natijani yaratadi.	Xizmat jarayon sifatida ham, ushbu jarayonning natijasi sifatida ham belgilanadi.

**Manba: adabiyotlar asosida muallif tomonidan tuzilgan.**

Birinchi yondashuv xizmatni faoliyat, jarayon, mehnatning o’ziga xos shakli, o’zaro ta’siri deb hisoblaydi, ikkinchi yondashuv esa bu tushunchani mehnat natijasi, faoliyatning foydali ta’siri bilan bog’laydi, uchinchi yondashuv vakillari esa birlashtirishga harakat qiladilar. birinchi va ikkinchi yondashuvlarning postulatlarini. Biz quyidagi ta’rifga amal qilamiz: xizmat - bu ikkinchi subyektning ehtiyojlarini qondirish uchun boshqa subyektning tashabbusi bilan amalga oshiriladigan faoliyatdir. Ushbu faoliyat faqat ikkita majburiy shart mavjud bo’lganda mumkin bo’ladi, ya’ni bunday xizmatni olish zarurati va uni taqdim etishning obyektiv imkoniyati [7].

Bizning fikrimizcha, tadqiqotning aniqligi uchun xizmatning o’ziga xos xususiyatlarini ajratib ko’rsatish kerak:

- muayyan subyekt ehtiyojlarini qondirishdan iborat bo’lgan faoliyat natijasida ijobiy ta’sir;

- xizmat ko’rsatishda pudratchining harakatlarida mijoz ehtiyojlarining ustuvorligi;

- xizmatlarni taqdim etish va olishning sinxronligi;

- xizmatni iste’mol qilish, tovarlardan (narsalardan) farqli o’laroq, unga bo’lgan mulk huquqini ta’minlamaydi;

- xizmat, qoida tariqasida, moddiy (mulkiy) huquqiy munosabatlarning paydo bo’lishiga olib kelmaydi, ya’ni ehtiyojni qondirish shaklining o’zi faqat moddiy (materiallashtirilgan) tashuvchining shakllanishi bilan bog’liq emas;

- ijrochining (ya’ni xizmat ko’rsatuvchi provayderning) malakasiga va muayyan harakatlarni bajarish jarayoniga bog’liq bo’lgan xizmat sifatini farqlash;

- xizmatning eksklyuzivligi (ya’ni, u huquqiy munosabatlarning muayyan subyekt - xizmatlarni ko’rsatuvchi pudratchi tomonidan taqdim etiladi);

- xizmatni saqlash va shunga mos ravishda uni to’plash va qayta taqsimlashning mumkin emasligi;

- xizmatning tuganmasligi (ya’ni, tegishli xizmat necha marta ko’rsatilishidan qat’i nazar, uning miqdoriy tavsiflari o’zgarmaydi).

### **Tahlil va natijalar**

Jahon iqtisodiyotida ixtisoslashgan xizmat ko’rsatish sohalarining ko’p turlari paydo bo’lishda va rivojlanishda davom etmoqda. Raqamli xizmatlar raqamlashtirish sharoitida alohida rivojlanishga erishdi, bu bilan bog’liq tijorat operatsiyalari, masalan, qidiruv, buyurtma, yetkazib berish va to’lash faqat Internetda elektron shaklda amalga oshiriladi [18].

Qoida tariqasida, aksariyat tadqiqotlarda raqamli xizmatlar Internet orqali taqdim etiladigan an’anaviy xizmatdir (onlayn reklama xizmatlari; onlayn vositachilik xizmatlari; raqamli interfeyslarda foydalanuvchilar tomonidan qoldirilgan ma’lumotlardan olingan ma’lumotlarni sotish va boshqalar). Ular orasida eng keng tarqalganlari ta’lim, axborot,

reklama, konsalting, buxgalteriya, yuridik, ilmiy va texnik xizmatlardir [8]. Bizning nuqtai nazarimizdan, ko'pgina sohalar uchun raqamli xizmatlarni qonuniylashtirish zarur, chunki ko'plab davlat korxonalarini ham, nobudjet tashkilotlari ham raqamlashtirish jarayoniga e'tibor bermayapti, bu esa o'z navbatida jiddiy oqibatlarga olib kelishi mumkin (masalan, istalgan muassasaga kelib, elektron navbat, elektron shikoyatlar kitobi, elektron karta va hokazolarni so'rashi mumkin).

Shuni ta'kidlash kerakki, raqamli xizmatni olishda tovarlarning chegaradan jismoniy harakatlanishi emas, balki raqamli obyektning mazmunini tashkil etuvchi elektron ma'lumotlar almashinuvi amalga oshiriladi. Ammo bu raqamli xizmatni qabul qilish bo'yicha o'zaro ta'sir butunlay raqamli tarzda sodir bo'lishini anglatmaydi, masalan, Amazon.com veb-sayti ko'pincha jismoniy mahsulotni yetkazib berishni o'z ichiga olgan raqamli xizmatlarni taqdim etadi. Biroq, bu o'zaro ta'sir tezda o'zgarib bormoqda, chunki Amazon.com allaqachon ko'plab elektron kitoblarni taklif qiladi.

Raqamli xizmat o'rtasidagi keyingi farq - bu egalik huquqi. Xizmat ko'rsatuvchi provayder ko'p sonli o'zaro ta'sir qiluvchi egalik bo'lishi mumkin (masalan, platforma, uning mohiyati biznes va aholiga bozorning turli ishtirokchilari faoliyatini muvofiqlashtirish uchun muayyan xizmatni taqdim etishdan iborat).

Raqamli xizmat, birinchi navbatda, xaridorning ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan, ya'ni munosabatlarning tabiati fonga o'tadi, chunki ko'p hollarda sotuvchi xaridorning ijtimoiy, madaniy va hissiy fazilatlarini haqida ham bilmaydi. Agar biz muntazam xizmat ko'rsatish haqida gapiradigan bo'lsak, u shaxsiy munosabatlar va o'zaro ta'sirga asoslanadi [9]. Shunday qilib, biz raqamli xizmatlarning quyidagi xususiyatlarini aniqladik:

- nomoddiylik (ko'p hollarda);
- Internet orqali yetkazib berish;
- qulay foydalanish imkoniyati;
- avtomatlashtirilgan yoki insonning minimal aralashuvi bilan yetkazib berish;
- shaxsiy va umumiy mulk huquqi;
- xaridor tomonidan xizmatlar ko'rsatishning nazorat qilinishi;
- axborotni raqamli shaklda saqlash;
- birinchi navbatda xaridorning ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan
- xizmatning tuganmasligi (ya'ni, tegishli xizmat ko'rsatish sonidan qat'i nazar, uning miqdoriy tavsiflari o'zgarmaydi);
- xizmatlar ko'rsatish va qabul qilishning asinxroniyasi.

Bizning fikrimizcha, siz raqamli va elektron xizmatlar tushunchalarini darhol tushunishingiz kerak. "Raqamli" sifatdoshi dastlab ma'lumot taqdim etiladigan shaklga (yoki formatga) ishora qiladi. Ushbu shakl axborotning moddiy tashuvchisi bilan bevosita bog'liq emas. "Elektron" sifatdoshi signalning timsolining moddiy shakliga ishora qiladi, ya'ni, faqat axborotning moddiy tashuvchisiga [10]. Elektron xizmatlar elektron resurslar asosida shakllantiriladi, ular o'z navbatida axborot texnologiyalariga asoslanadi va ko'pincha axborot xarakteriga ega. Raqamli xizmatlar birinchi navbatda end-to-end texnologiyalarga, keyin esa AKTlariga asoslanadi.

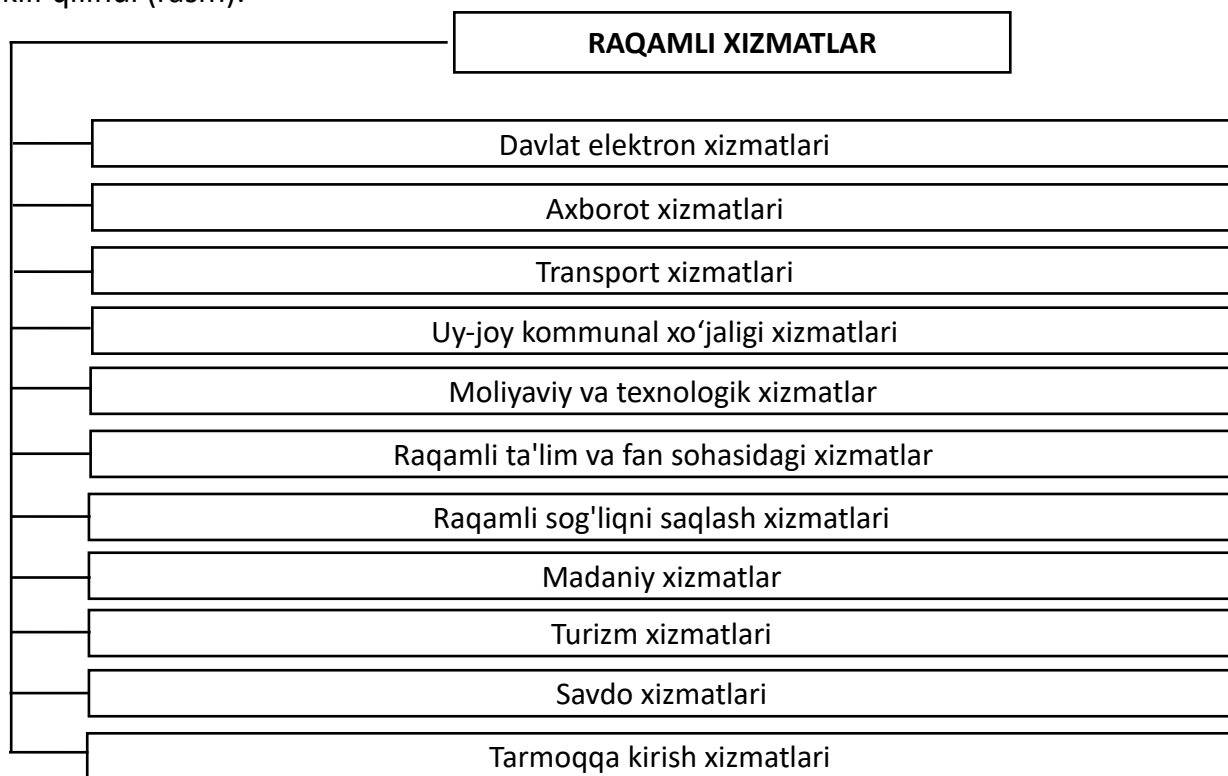
Mamlakatimizda elektron xizmatlar ko'p jihatdan zamonaviy AKTlari asosida davlat organlari faoliyatini qayta tashkil etish va boshqaruvning yangi sifatiga erishish, biznes va jamiyatga xizmat ko'rsatish qoidalariga rioya qilish va ko'paytirish imkonini beradigan davlat xizmatlarini anglatadi. Bunda elektron xizmatlarni davlat, biznes va jamiyat o'rtasidagi o'zaro

hamkorlik sifatini oshirish vositasi sifatida ko‘rish mumkin. Elektron xizmatlarning vazifalari davlat xizmatlari tizimlarining ishonchliligini oshirish va samaradorligini oshirish va keng jamoatchilikka zarur axborot hamda xizmatlarni taqdim etishdan iborat. “Elektron hukumat” dasturi doirasida elektron xizmatlarni amaliy tatbiq etish natijasi keng ma’noda boshqaruvning yanada yaxshilanishidir.

Yuqorida aytib o‘tilganidek, mahalliy olimlar tomonidan hali ham “raqamli xizmat” tushunchasi yetarlicha o‘rganilmagan. Xorijiy mualliflarning ta’riflarini qayd etish kerakki, K. Uilyams, S. Chatterji va M. Rossi, ular raqamli xizmatni raqamli tranzaksiya orqali bir tomon boshqasiga taqdim etishi mumkin bo‘lgan faoliyat yoki foyda deb hisoblaydilar. Xizmat yoki faoliyatni taqdim etuvchi tomon raqamli xizmat provayderi hisoblanadi. Faoliyat yoki foyda oluvchi tomon raqamli xizmatlardan foydalanuvchi hisoblanadi [9].

A. Kar va X. Singxal raqamli xizmatlarni to‘liq avtomatlashtirilgan va xizmatlarning oxirgi iste‘molchisi yoki mijoz tomonidan boshqariladigan xizmatlar deb hisoblaydi [11].

Bizningcha, ham elektron, ham raqamli xizmatlarni rivojlantirish mamlakatda ham, mintaqaviy miqyosda ham raqamlashtirish darajasini oshirishga qaratilgan. Shu bois elektron xizmatlarni raqamli xizmatlarning ajralmas qismi sifatida ko‘rib chiqish maqsadga muvofiq, deb hisoblaymiz. Bundan tashqari, tadqiqotning to‘liqligi uchun raqamli xizmatlarning tasnifi taklif qilindi (rasm):



**1- Rasm. Raqamli xizmatlarning tasnifi**

*Manba: muallif tomonidan adabiyotlar asosida tuzilgan.*

- davlat elektron xizmatlari (davlat va kommunal xizmatlar ko‘rsatish bo‘yicha ko‘p funktsiyali markaz, Davlat xizmatlari funktsiyalarining yagona portali, Internet orqali raqamli elektron qayd qilish xizmatlari, shahar muassasalarida qayd qilish uchun mobil ilovalar va boshqalar);

- axborot xizmatlari (shahar axborot xizmatlari: shahar axborot portali, aholi uchun mavjud xizmatlar yoki xizmatlar katalogi mavjud portal, favqulodda vaziyatlar to'g'risidagi arizalar yoki pochta xabarnomalari va boshqalar);

- transport xizmatlari (shaxsiy va jamoat transportidan foydalanish bo'yicha raqamli xizmatlar: to'xtash joyini qidirish va to'lash uchun arizalar, jarimalarni ko'rish va to'lash bo'yicha xizmatlar, transport jadvallari va yo'nalishlari ko'rsatilgan arizalar, tirbandliklar va baxtsiz hodisalarni ko'rish uchun arizalar, naqd pulsiz usullar sayohat uchun to'lov va boshqalar);

- uy-joy kommunal xizmatlari (uy-joy kommunal xizmatlari) ( elektr, gaz, suv va issiqlik uchun kommunal xizmatlar uchun to'lovlarni onlayn to'lash; mijozlar uchun raqamli xizmatlar: elektron hisob-fakturalarni berish; elektr energiyasi, suv yoki iste'molni belgilash imkoniyati bilan mijozning shaxsiy kabinetini. gaz va boshqalar);

- moliyaviy va texnologik xizmatlar (banklar yoki sug'urta kompaniyalarining mobil ilovalari, mobil elektron hamyonlar yoki to'lov vositalari va boshqalar);

- raqamli ta'lim va fan sohasidagi xizmatlar (onlayn ta'lim platformalari, onlayn kurslarni jamlash, tarmoq yaratish, fan, ta'lim va zamonaviy texnologiyalarning intellektual resurslarini o'zaro integratsiyalash uchun raqamli platformalar va boshqalar);

- raqamli sog'liqni saqlash sohasidagi xizmatlar (Jismoniy shaxslarni aniqlashning yagona tizimi va integratsiyalangan elektron tibbiy karta, xodimlar va bemorlarning ma'lumotlarga kirishini ta'minlaydigan bulutli platforma, hayotiy funksiyalarning doimiy monitoringini ta'minlaydigan ilovalar va boshqalar);

- madaniy xizmatlar (virtual cherkov, imedrese, immersiv teatr, "Katta muzey", raqamli kino, 3D kinoteatr, Drive-in kinoteatri, elektron kutubxona, virtual ko'rgazmalar va boshqalar);

- turizm sohasidagi xizmatlar (sayyohlar uchun raqamli xizmatlar, turar joy bron qilish va chiptalarni xarid qilishning onlayn tizimlari, turizmning muayyan turi uchun onlayn platformalar, kosmik turizm va boshqalar);

- savdo sohasidagi xizmatlar (narsalar savdosi, onlayn savdo, sotib olish va to'lash, raqamli tajriba platformalari va boshqalar).

- tarmoqqa kirish xizmatlari (umumiy bepul Wi-Fi tarmog'iga kirish

Yuqoridagilarni inobatga olgan holda, raqamli xizmat - bu bir tomon boshqa tomonga raqamli tranzaksiya orqali jamiyatning hayot sifatini minimal inson aralashuvi bilan yaxshilash uchun taklif qilishi mumkin bo'lgan avtomatlashtirilgan onlayn faoliyatdir.

Raqamli xizmatlar iste'molchilari davlat, munitsipal hokimiyat organlari, tashkilotlar, jismoniy shaxslar, ya'ni barcha xo'jalik yurituvchi subyektlar bo'lishi mumkin. (Raqamli xizmat ko'rsatuvchi provayderlar ro'yxatiga quyidagilar kiradi, lekin ular bilan cheklanmaydi: o'yin obunalari, qimor o'yinlari, elektron kitoblar, dasturiy ta'minot va dasturiy ta'minot yangilanishlari, veb-saytlar, xosting, VoIP, kontent, musiqa, filmlar, tasvirlar, fotosuratlar, elektron bozorlarga kirish, masofaviy ta'lim va boshqalar).

## **Xulosa va takliflar**

Mamlakatda mintaqalarning jismoniy chegaralarini chetlab o‘tib, Internet orqali sotib olinishi va sotilishi mumkin bo‘lgan raqamli xizmatni huquqiy kvalifikatsiya qilishdagi muayyan qiyinchiliklarga e’tibor qaratish lozim. Shu sababli, raqamli xizmatlar bozori soliq, bojxona va boshqa davlat organlari tomonidan deyarli nazorat qilinmaydi, bu esa bojxona to‘lovlarini belgilash tartib-taomillarini, shuningdek, tarif to‘siqlarini joriy etishni murakkablashtiradi [8]. Ayrim shtatlar (Buyuk Britaniya, Ispaniya, Germaniya va boshqalar) raqamli xizmatlarni sotish uchun soliq joriy etishni maqsad qilgan. Shu o‘rinda aytish kerakki, Yevropa Komissiyasi 2018-yilning 16-martida raqamli soliq loyihasini taklif qilgan edi. Loyihaga ko‘ra, yillik aylanmasi 750 million dollardan oshadigan Amerika internet gigantlarining barcha daromadlaridan 3 foizlik soliq undirilishi kerak. Bu soliqqa birinchi bo‘lib Microsoft, Apple, Google va Facebook kabi kompaniyalar tushadi.

Binobarin, raqamli xizmatlarni taqdim etish va olishga o‘tish hayot sifatini sezilarli darajada yaxshilashi va daromad darajasi yoki mamlakatning chekka hududlarida yashash tufayli ijtimoiy tengsizlikni kamaytirishi mumkin. Raqamli xizmatlar, birinchi navbatda, ijtimoiy liftlar mexanizmi bo‘lib xizmat qiladi, aholining ijtimoiy va moliyaviy inklyuziyasini osonlashtiradi hamda tibbiyot, ta’lim, davlat xizmatlari, madaniyat, fan kabi muhim sohalarda xizmatlar olishning qulayligi, sifati va qulayligini oshiradi.

Ikkinchidan, raqamli xizmatlar jamiyat hayoti uchun qulay va xavfsiz sharoitlar yaratish imkonini beradi. Uchinchidan, zamonaviy dunyoda kompaniyalar zudlik bilan raqamli savodxonlikka ega malakali kadrlarga, yashash va ishlash uchun joy tanlashga jiddiy yondashadigan iqtidorli kadrlarga muhtoj. Qulay yashash sharoitlarini yaratish yuqori sifatli mutaxassislar va yirik ish beruvchilarni, ayniqsa, yuqori texnologiyali ishlab chiqarishlarga jalb etishning majburiy talabiga aylanmoqda. Bugungi kunda hayotning yaxshi sifati biznes muhitining yaxshilanishi va iqtisodiy o‘sish bilan bevosita bog‘liq.

To‘rtinchidan, raqamli xizmatlar davlat xizmatlaridan foydalanish imkoniyati va samaradorligini oshirish orqali biznes va investitsiya muhitini yaxshilashga yordam beradi. Ishlab chiqilgan talqin raqamli iqtisodiyot bo‘yicha keng ko‘lamli iqtisodiy ishlarni tizimlashtiradi, bu keyingi empirik tadqiqotlar uchun asos bo‘ladi.

## **Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati**

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 24-maydagi “Raqamli xizmatlar qamrovi va sifatini oshirish hamda soha, tarmoq va hududlarni raqamli transformatsiya qilish chora-tadbirlari to‘g‘risida” PQ-162-son qarori.

2. Савинов Л. И. Теоретические подходы к содержанию понятия «услуга» // Сервис plus. – 2010. – № 3. – С. 14–19.

3. Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд. – Т. 26. – Ч. 1. – С. 413.

4. Ворачек Х. О состоянии «теории маркетинга услуг» / Х. Ворачек// Проблемы теории и практики управления. – 2002. – №1. – С.99-103.

5. Король. А. Н. Услуги: определение и классификация /А. Н. Король,С. А. Хлынов // Электронное науч. изд. «Ученые заметки ТОГУ». – 2014. – Т. 5. № 4. – С. 1323-1328

6. Фадеева Н. В. Анализ основных дефиниций сферы услуг с позиций процессного подхода к менеджменту качества // Вестник ТГТУ. - 2011. – Т. 17. – № 4. – С. 1131-1147

7. Бритченко И.Г. Теоретические подходы к определению понятия «услуга» и «административная услуга» в экономической литературе и практике / Даньшина Ю.В., Бритченко И.Г. // Электроний науковий журнал ВСУ ім. Черноризец Храбр (Варна, Болгарія). – № 10. – 2017. – 19 с.

8. Цифровой товар – товар или услуга? [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://moglobi.ru/stati/cifrovoy-tovar-tovar-ili-usluga/main.html> (дата обращения: 12.01.2019).

9. Kungratov, I. (2024). DIGITAL TRANSFORMATION AND ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN UZBEKISTAN: CHALLENGES, INNOVATIONS, AND FUTURE TRENDS. DTAI – 2024, 1(DTAI).

10. Williams K., Chatterjee S., Rossi M. Design of emerging digital services: a taxonomy // European Journal of Information Systems. Vol. 17, No. 5, 2008, p. 505-517.

11. Козырев А.Н. Цифровая экономика и цифровизация в исторической ретроспективе [Электронный ресурс] // Цифровая экономика (СЕРИ-RAS).– М.: ЦЭМИ РАН, 2017. URL: <http://digitaleconomy.ru/stati/tsifrovaya-ekonomika-i-tsifrovizatsiya-v-istoricheskoy-retrospektive> (дата обращения: 10.03.2019).

Kar A., Singhal H. Information Security Concerns in Digital Services: Literature Review and a Multi-Stakeholder Approach // International Conference on Advances in Computing, Communications and Informatics. 2015 p. 901-906.