

# BANK BOZOR BIZNES JURNAL

N°3 son MAY

2024

08.00.01  
08.00.02  
08.00.03  
08.00.04  
08.00.05  
08.00.06  
08.00.07  
08.00.08  
08.00.09  
08.00.10  
08.00.11  
08.00.12  
08.00.13  
08.00.14  
08.00.15  
08.00.16  
08.00.17



ISSN 3030-3605  
[HTTPS://JBMB.UZ](https://jbmb.uz)  
GUVOHNOMA N°224008

Bosh muharrir

Elektron nashr.

**Pardayev Olim Mamayunusovich**

Nashrga tayyorlovchi

Mas'ul kotib

**Hamidov Mubin Habibjonovich**

**Bekmurodov Abbas Amiriddinovich**

Tahririyat kengashi a'zolari:

<b>Pulatov Muxiddin Egamberdiyevich</b>	SamISI, rektori professori, i.f.d.
<b>Pardayev Mamayunus Qarshiboyevich</b>	SamISI, professor, i.f.d.
<b>Sharipov To'lqin Saidaxmedovich</b>	SamISI, O'quv ishlari bo'yicha prorektori, dotsent, i.f.n.
<b>Berdimurodov Azizjon Shukrilloevich</b>	SamISI, Ma'naviy ishlar bo'yicha prorektori, i.f.f.d.
<b>Zaynalov Jaxongir Rasulovich</b>	SamISI, professor, i.f.d.
<b>Urazov Komil Baxromovich</b>	SamISI, professor, i.f.d.
<b>Bektemirov Abdumalik</b>	SamISI, professor, i.f.d.
<b>Shavqiyev Erkin</b>	SamISI, professor v.b. i.f.d.
<b>Tashnazarov Samiddin Nizamovich</b>	SamISI, professor, i.f.d.
<b>Mattiyev Ilxom Begmatdo'lovovich</b>	SamISI professor p.f.d.
<b>Davronov Shuxrat Zuxurovich</b>	i.f.d. dotsent.
<b>Mamatov Baxodir Safaraliyevich</b>	Toshkent Moliya Instituti i.f.d. professori.
<b>Rustamov Maqsud Suvonqulovich</b>	Toshkent Moliya Instituti i.f.d. dotsent
<b>Niyozov Zuxur Davronovich</b>	SamISI, dotsent. i.f.n.
<b>Sayfiddinov Ilxom Fayziddinovich</b>	Toshkent Moliya Instituti i.f.n.dotsent.
<b>Karimova Aziza Maxommadrizayevna</b>	SamISI, i.f.f.d.
<b>Shukurov Izzatillo Xikmatillayevich</b>	SamISI, dotsent. t.f.n.
<b>Sobirov Ilxom Xusanovich</b>	SamISI, dotsent. i.f.n.
<b>Abiyev Jahongir Ne'matovich</b>	SamISI, dotsent. i.f.f.d.
<b>Xolmamatov Diyor Haqberdiyevich</b>	SamISI, dotsent., i.f.f.d.
<b>Ibodov Kamoliddin Mamatqulovich</b>	SamISI, dotsent, i.f.f.d.
<b>Ernazarov Alisher Ergashevich</b>	SamISI, dotsent v.b., p.f.f.d.
<b>Tagayev Salim Sobirovich</b>	TDIU Samarqand filiali dotsent. i.f.f.d.
<b>Artikov Zokir Sayfiddinovich</b>	SamISI, dotsent, i.f.f.d.
<b>Abduxamidov Sarvar Adxamovich</b>	SamISI, dotsent, i.f.f.d.
<b>Shirinov Uchqun Abduxalilovich</b>	SamISI, dotsent, i.f.f.d.
<b>Normurodov Umid Normurod o'g'li</b>	SamISI, dotsenti v.b., i.f.f.d.
<b>Maxmudov Lazizbek Ubaydullo o'g'li</b>	SamISI, dotsenti v.b., i.f.f.d.
<b>Juliboy O'g'li Oybek</b>	SamISI, i.f.f.d.
<b>Ochilova Xiola Nematovna</b>	SamISI, i.f.f.d.
<b>Malikova Dilrabo Muminovna</b>	SamISI, i.f.f.d.

## MUNDARIJA

А.А.Аблаилов	ЎЗБЕКИСТОНДА ЭКОТУРИЗМ СОҲАСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ВА УНИ АҲОЛИ ТУРМУШ ДАРАЖАСИГА ТАЪСИР ЭТИШ ЖИҲАТЛАРИ	5-14
Ниёзов З.Д Махсудов О.Ш	БАНК ДЛҲА КЛИЕНТА	14-18
Рустамов Ж.Э	СТРАТЕГИИ ПРОГРЕССИВНОГО РАЗВИТИЯ АКАДЕМИЧЕСКОЙ МОБИЛЬНОСТИ: ФОРМИРОВАНИЕ БУДУЩЕГО ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОЙ КОНКУРЕНЦИИ И ИННОВАЦИЙ	19-27
Махсудов О.Ш	ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОГО БАНКИНГА	28-32
Рустамов Ж.Э	ПРИМЕНЕНИЕ ГЛУБОКОГО ОБУЧЕНИЯ В АНАЛИЗЕ МЕДИЦИНСКИХ ИЗОБРАЖЕНИЙ: ДОСТИЖЕНИЯ, ВЫЗОВЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ	33-39
Shoxzod Xujamurotov	БАНК ТИЗИМИДА MARKETINGNING O'RNI VA ROLI	39-46
Рустамов Ж.Э	АДАПТИВНОЕ ОБУЧЕНИЕ В ЭЛЕКТРОННОЙ СРЕДЕ: ИССЛЕДОВАНИЕ ПРИМЕНИМОСТИ И ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЛҲА РАЗВИТИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ПЕДАГОГОВ	47-54



**Ўзбекистонда экотуризм соҳасини ривожлантириш ва уни аҳоли турмуш даражасига таъсир этиш жиҳатлари**

**А.А.Аблаизов** – Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти ассистенти.

е-mail: [akbar\\_ablaizov@mail.ru](mailto:akbar_ablaizov@mail.ru);  
Тел.: +99833 914 40 44;

**Аннотация:** Ушбу мақолада Ўзбекистонда экотуризм соҳасини ривожлантириш ва уни аҳоли турмуш даражасига таъсир этиш жиҳатлари баён қилинган .

**Калит сўзлар:** туризм, экотуризм, даромад, реал даромад , самарадорлик, турмуш даражаси, нафақа, стипендия, социал трансфертлар, мулк , рента, дивидент, ижара.

**Abstract:** This article describes aspects of the development of the ecotourism sector in Uzbekistan and its impact on the standard of living of the population.

**Key words:** tourism, ecotourism, income, real income, efficiency, standard of living, benefit, scholarship, social transfers, property, rent, dividend, rent.

**Кириш:** Тадқиқотларимизнинг натижалари туризмнинг таркибий қисми экотуризм бугун туризм бозорининг барқарор ривожланишида янги иш ўринларини яратишга ва унга турдош бўлган тармоқлар тараққиёти ҳамда ҳамда соҳада юқори даромад олинишига имконият яратилаётганлигини кўрсатмоқда. Бутунжаҳон туризм ташкилотининг маълумотларига кўра ,”2021 йилда экотуризмдан олинган даромад 185,87 млн АҚШ долларидан иборат бўлиб, 2027 йилга келиб 333,8 млн АҚШ долларига етиши кутилмоқда, экотуристлар сони эса 38,9 млн кишидан 71,6 млн кишига ортади”[1] . Ушбу маълумотлар экотуризм туристик-

рекреацион ресурслар самарадорлигини оширишга, табиатни асраш ва муҳофаза қилишга, маҳаллий аҳоли фаровонлигини юксалтиришга салмоқли ҳиссасини кўшишини кўрсатади.

**Тадқиқотнинг усуллари.** Мақолада илмий абстракция, таққослаш, тизимли ва мантиқий таҳлил, анализ ва синтез, индукция ва дедукция, даврийлаштириш каби усулларидадан фойдаланилган.

**Адабиётлар шарҳи.** Туризм соҳаси билан дунё олимлари шуғулланиб келганлар. Биз мазкур мақолада Ўзбекистонлик иқтисодчи олимлар номлари ва асарларини келтириб ўтишни мақсадга мувофиқ, деб топдик. Булар таркибига: Н.Тухлиев, И.С.Тухлиев, М.М.Мухаммедов, М.Қ.Пардаев, М.Т.Алиева, Д.Х.Асланова, М.А.Ҳошимов, О.Ҳ.Ҳамидов, М.Т.Алимова, А.Эштаев, Б.Ш.Сафаров, Р.Хаитбаев, М.Э.Аҳтамова кабиларни киритиш мумкин. Ушбу олимлар туризм соҳасига оид илмий тадқиқот ишларини олиб бормоқдалар. Ушбу олимларнинг ишларида экотуризм соҳасини ривожлантириш бўйича умумий жиҳатлари ўрганилган.

**Таҳлил ва натижалар.** Тадқиқот натижалари шуни кўрсатадики, даромадлар тақсимотини тадқиқ этиш ва уни турли ижтимоий-иқтисодий ва замон ва макон нуқтаи назаридан истиқболли таққослаш аҳоли турмуш даражасини, ижтимоий таъминот даражасини ва жамият томонидан яратилган моддий бойликларни тақсимлашда ижтимоий адолатни баҳолаш учун асос бўлади. Шу сабабли аҳоли даромадларини тақсимлашнинг статистик таҳлиллари бюджет ва ижтимоий сиёсат бўйича қарорлар қабул қилиш учун асос бўлиб хизмат қилади. Аҳоли турмуш даражасининг яхшиланиши, орттирган даромади борган сари ўсиб бориши ўз навбатида экотуризм ривожига ижобий таъсир ўтказади. Қуйида экотуризмнинг

ривожланиш манбаи бўлган аҳоли даромадлари, уларнинг статистик ҳолати тўғрисида қисқача фикр юритамиз.

**Аҳоли даромадлари**-бу аҳоли ёки унинг оила аъзолари томонидан маълум давр ичида олинган ёки ишлаб чиқарилган пул ва натурал маблағлар йиғиндисидир[2].

Энциклопедик луғатларда қайд қилинишича, “**аҳоли даромадлари** — барча аҳолига тегишли пул ва натурал (маҳсулот шаклида) тушумлар ҳамда кўрсатилган бепул хизматлар суммаси; аҳолининг миллий даромаддаги ҳиссаси. Аҳолининг жами турдаги даромадлари манбаи — иш ҳақи, пенсия, стипендия, нафақалар, мукофот, фойда, дивиденд, заём ва лотерея ютуғи, банк тўлаган фоиз пули, кўчмас мулкдан келган рента тўлови ва ижара пули, суг‘урта қопламалари ва бошқалардан иборат. Бозор шароитида аҳоли даромадларининг энг катта қисми пул шаклига эга. Қишлоқ аҳолиси ўзининг томорқа хўжалигидан ҳам маҳсулот олиб, даромад кўради ва у натурал даромадга киради. Шунингдек, аҳолининг ёрдамга муҳтож қатламларига бепул маҳсулот берилади ва хизматлар кўрсатилади (бепул овқатланиш, кийим-кечак, доридармон, транспорт ва коммунал хизмати ва ҳоказо); булар натурал даромадлар ҳисобланади. Аҳоли даромадлари номинал ва реал даромадларга бўлинади. Номинал даромад аҳоли муайян пул суммаси шаклида олган даромад бўлиб, инфляция таъсирида унинг харид қобилияти пасайиши мумкин. Реал даромад — пул шаклидаги даромадга амалда қандай миқдорда истеъмол буюмлари ва хизматлар харид этиш мумкинлигини кўрсатади. Аҳоли жон бошига ҳисобланган реал даромад аҳоли турмуш даражасининг умумлашган ва яхлит кўрсаткичи ҳисобланади. Иқтисодиётда аҳоли ялпи пул даромадларидан барча мажбурий ва ихтиёрий тўловлар (солиқлар, қарз пули, бадаллар) чегириб ташлангандан сўнг унинг қўлига

тэгадиган даромад ҳам муҳим аҳамиятга эга. Аҳоли қўлига тэгадиган даромад миқдорига солиқлар кучли таъсир этади”[3].

Аҳолининг даромадлари аҳоли учун шахсий эҳтиёжларини кондиришда, муҳим манба боълиб хизмат қилади. Аҳоли даромадларига қўйидагиларни киритишимиз мумкин:

- меҳнати учун олган иш ҳаққи ва бошқа тўловлар;
- индивидуал меҳнат ҳамда тадбиркорлик фаолиятидан даромад;
- нафақа, стипендия ва бошқа социал трансфертлар, мулк даромадлари, рента, дивидент, ижара даромадлари;
- ворислик, суғурта, қишлоқ хўжалик маҳсулотлари сотишдан тушумлар ва бошқалар. Аҳоли турмуш даражаси сифатига таъсир кўрсатувчи энг асосий омиллардан бири аҳолининг умумий ва жон бошига тўғри келадиган даромадлари ҳисобланади[4].

Бирлашган Миллатлар Ташкилотининг 2015-2030-йиллар учун мўлжалланган “Барқарор ривожланиш мақсадлари” дастурида 17 та глобал мақсаднинг биринчиси етиб “Мамлакатларда аҳолининг кам таъминланганлик даражасини пасайтириш” мақсадини белгилади. Шунингдек, мазкур ҳужжатда 8-мақсад сифатида “Самарали бандликни ошириш ҳамда еркаклар ва хотин-қизларни муносиб иш билан таъминлаш асосида барқарор ва кенг қамровли иқтисодий ўсишга кўмаклашиш мақсади” белгиланди[5]. Қишлоқ ҳудудлари аҳолисининг даромадини ошириш бўйича бир қатор чора-тадбирлар жаҳоннинг барча мамлакатларида амалга оширилмоқда. Шу билан бир қаторда Ўзбекистон Республикасида ҳам аҳоли даромадини ошириш ва камбағаллик даражасини қисқартириш бўйича амалий ишлар амалга оширилмоқда. Бинобарин, Президентимиз Шавкат Миромонович Мирзиёев томонидан илгари сурилган 2022-2026-йилларга

мўлжалланган “Янги Ўзбекистон тарққиёти стратегияси”да қишлоқ хўжалиги ходимлари даромадини 2 баробарга ошириш кераклиги таъкидланган ва камчиликларни камайтириш мақсадида мамлакат ўз олдига 2026-йилга қадар камбағаллик даражасини 2 баробарга камайтириш ва мамлакат экспорт ҳажмини 30 миллиард АҚШ долларига етказиш ҳамда хусусий секторнинг экспортдаги ҳажмини 60 фоизга етказишни мақсад қилиб қўйди[6].

Ўзбекистон Республикасида камбағаллик даражасини камайтиш мақсадида жуда катта салмоғли ишлар қилинди. Хусусан “Темир дафтар”, “Аёллар дафтари” ва “Ёшлар дафтари” каби рўйхатлар шакиллантирилиб, қишлоқ ҳудудлари аҳолисининг ижтимоий ҳимояга муҳтож қатламига субсидиялар ва кам фоизли кредитлар берилмоқда. Бу каби сайи ҳаракатлар замирида мамлакатда камбағаллик даражасини қисқартириб, қишлоқ ҳудудлари аҳолисини хусусий ҳамда якка тадбиркорлик фаолияти билан шуғуллантириш орқали аҳоли даромадларини ошириш кўзда тутилган.

Даромадларни тақсимлаш тўғрисидаги билимлар бутун мамлакатнинг барча аҳолисининг турмуш даражасини баҳолаш, шунингдек, турли ижтимоий гуруҳлар ёки турли минтақалар аъзоларининг турмуш даражасини солиштириш имконини беради. Даромад, шунингдек, бошқа мамлакатларга нисбатан мамлакат аҳолисининг нисбий турмуш даражасини кўрсатади. Кенг маънода, барча моддий ва ижтимоий ҳаёт шароитлари мажмуаси билан белгиланадиган турмуш даражасини ушбу умумий тушунчада аниқлаб бўлмайди.

Жадвал маълумотларидан кўриш мумкинки, Ўзбекистон Республикасида аҳоли даромадлари йилдан йилга ўсиш суръатини қайд этмоқда.

Маҳаллий ижтимоий-иқтисодий ривожланишда экотуризмнинг ролини аниқлаш учун унинг қишлоқ жойларидаги уй хўжаликлари даромадига кўшган ҳиссасини аниқлаш муҳимдир.

1-жадвал

**Ўзбекистон Республикасида аҳоли умумий даромадларининг 5 йиллик ҳолати даражаси<sup>1</sup>**

Кўрсаткичлар номи	2017	2018	2019	2020	2021
Аҳоли умумий даромадлари, млрд.сўм	236893,1	300842,7	365735,6	415085,0	515660,7
Ўтган йилга нисбати %	119,7	127,0	121,6	113,5	124,2
Аҳоли жон бошига умумий даромадлар, минг сўм	7314,1	9128,6	10891,3	12125,6	14769,0
Ўтган йилга нисбати %	117,7	124,8	119,3	111,3	121,8
Аҳоли реал умумий даромадалари, млрд.сўм	216400,1	255971,0	319336,1	367559,6	465271,8
Ўтган йилга нисбати %	109,3	108,1	106,1	100,5	112,1
Аҳоли жон бошига реал умумий даромадлар, минг сўм	6681,4	7767,0	9509,6	10737,3	13325,8
Ўтган йилга нисбати %	107,5	106,2	104,2	98,6	109,9

<sup>1</sup> O‘zbekiston Respublikasi statistika qo‘mitasi - stat.uz.

Ушбу қишлоқ жойларида экотуризмнинг уй хўжаликлари даромадларига қўшадиган ҳиссасини ҳисоблаш респондентларнинг маълум маошлари ва уларнинг ойлик уй хўжаликлари даромадлари асосида амалга оширилди.

Демак, экологик туризмни ташкил етишда маҳаллий аҳоли манфаатларини инобатга олган ҳолда намунавий лойиҳаларни яратиш, уларни амалга оширишда реал ижтимоий-иқтисодий фойда олиш асосий вазифалардан ҳисобланади.

Олинган маълумотларга асосланиб, Самарқанд вилоятида экотуризм ривожланишининг 2015-2020 йиллардаги ўсиш динамикасини қуйидагича беришни лозим топдик:

2-жадвал

Самарқанд вилоятида экотуризмнинг ривожланиш динамикаси<sup>2</sup>

Т/р	Кўрсаткичлар	Йиллар:					
		2015	2016	2017	2018	2019	2020
1.	Экотуризм соҳасида ишловчи ходимлар киши (минг киши)	1047	1118	1232	1964	2907	897
	Ўтган йилга нисбатан ўзгариши	102,54	106,78	110,19	159,41	148,01	30,85
2.	Экотуризм субъектлари сони	23	26	35	44	115	93
	Ўтган йилга нисбатан ўзгариши % да	107,31	113,04	134,61	125,71	261,36	80,86
3.	Экотуризм субъектлардан олинган даромад, млрд.сўм	5,8	11	13,29	14,15	22,69	13,6
	Ўтган йилга нисбатан ўзгариши	132,47	189,65	120,81	106,47	160,35	59,93

Экотуризм соҳасида банд бўлган аҳоли сони 2015 йилда 2,54 % га ўсган бўлса, 2016 йилда 6,78% ни, 2017 йилда 10,19 % ни, енг юқори ўсиш

<sup>2</sup> Samarqand viloyati statistika boshqarmasi 2015-2020 yy. ma'lumotlari asosida muallif hisob-kitoblari .

2018 йилда 59,41 % ни 2019 йилда еса 48,01 % ни ташкил етган 2020 йилга келиб бу соҳада фаолият юритадиган меҳнат ресурслари 69,15 % га қисқаришига бутун дунёда юзага келган пандемиянинг тарқалиши ва туризмнинг тўхтаб қолиши сабаб бўлган.

Экотуризмда бандлик уй хўжаликларининг даромадларига ижобий таъсир кўрсатади, аммо хавфга таъсир икки хил бўлиши мумкин; агар диверсификация кучайса, бу хавфни камайтириши мумкин, аммо экотуризмга бўлган талаб ўзгарувчан бўлган ҳудудларда уй хўжаликлари экотуризмга суянса, хавфни ошириши мумкин ёки экотуризм ҳам иқтисодий, ҳам иқтисодий бўлмаган экзоген зарбаларга мойил бўлади. Умуман олганда, ўрганишлар шуни кўрсатадики, ушбу чекка қишлоқ жойларда юқори даражадаги экотуризм таклиф етаётган иш билан таъминланганлик уй хўжаликлари учун хавфсизроқ ва ишончли даромад манбаи бўлиб хизмат қилишини кўрсатди, улар кўпинча бошқа ҳолларда яъни қишлоқ хўжалиги, хизмат кўрсатиш соҳасидан бундай даромадга эга бўлмайдилар[7].

Бизнинг натижаларимиз шуни кўрсатдики, экотуризмни ривожланиши экологик масканлар жойлашган қишлоқ ҳудудларини ижтимоий-иқтисодий ривожланишига ижобий таъсир кўрсатади. Хизмат кўрсатиш секторининг ривожланиши тадбиркорлик субъектларини сони ва кўламини кенгайтиришига, бу орқали аёллар ва ёшлар бандлиги ҳамда даромадларини ошишига сабаб бўлади. Янгидан барпо етиладиган умумий овқатланиш объектлари, кунгилочар масканлар аҳоли пунктларини кўркамлигини ошириш билан бирга, маҳаллий аҳоли учун ҳам кўрсатилаётган хизматлар кўламини кенгайтириб, буларнинг барчаси биргаликда қишлоқ ҳудудларида камбағалликни камайтиришга ва фаровонликни оширишга хизмат қилади. Шу билан бирга, экологик масканлардан ҳаддан ортиқ фойдаланиш уларнинг

емирилишига олиб келиб, ушбу масканларга келаётган туристлар оқимини мақбуллаштиришнинг иқтисодий-ташкилий асосларини ишлаб чиқиш талаб этади. Ундан ташқари, инсонлар фойдаланишида бўлган экологик масканлар табиий тикланиш салоҳиятига қўшимча равишда ундан келадиган даромад ҳисобига доимий равишда тозалаш ва тиклаш тадбирларини олиб боришни талаб қилади.

**Хулоса ва таклифлар:** Ўрганишлар жараёнида шундай хулоса ва таклифлар ишлаб чиқилди:

чекка қишлоқ ҳудудларида мавжуд экотуристлик манзилларни аниқлаш ва уни рўйхатга олишни ташкил этиш;

аниқланган экотуризм масканларини иқтисодий баҳолаш лозим. Нафақат янгиларини балким эски экотуристлик масканларнинг баҳосини шакиллантириш лозим;

экотуризм масканларида штатдаги иш фаолиятларини шакиллантириш;

экотуризм масканларида иш фаолиятини амалга оширадиган аҳолининг мавсумий ишлаш жараёнини доимийга айлантириш чора-тадбирларини ишлаб чиқиш лозим.

### **Фойдаланилган адабиётлар рўйхати**

1. Т.Тургунов, I.Жалолов “Аҳоли турмуш даражаси ривожланishi statistic baholash: milliy va xalqaro tajriba” - “Jamiyat va boshqaruv” №4, 2018 у.

2. Bekmurodov, A. A. “Tijorat banklari faoliyatini raqamlashtirish va informatsion texnologiyalarni rivojlantirish istiqbollari.” Экономика и социум 6-1 (109) (2023): 87-89.

3. Bekmurodov, A. A. "Banklarni transformatsiya qilish sharoitida masofadan xizmat ko'rsatish tizimini ommalashtirish." Экономика и социум 6-1 (109) (2023): 83-86.

4. United Nations. Department of Economic and Social Affairs. Sustainable Development. (<https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/6754T>).
5. Sh. Mirziyoyev “Yangi O‘zbekiston taraqqiyoti strategiyasi”-T. “O‘zbekiston” nashiryoti 2022 yil. 416 b.
6. Susan Snyman “The impact of ecotourism employment on rural household incomes and social welfare in six southern African countries” January 2014 Tourism and Hospitality Research 14(1-2):37-52.
7. <https://www.alliedmarketresearch.com/eco-tourism-market>
8. <https://www.elib.buxdu.uz/index.php/pages/referatlar-mustaqil-ish-kurs-ishi/item/14358-aholining-turmush-darajasi-va-uning-daromadlari>
9. [https://uz.wikipedia.org/wiki/Aholi\\_daromadlari](https://uz.wikipedia.org/wiki/Aholi_daromadlari).

## Банк для клиента

**Ниёзов Зухур Давронович**

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти  
“Банк иши” кафедраси доценти, и.ф.н.

**Махсудов Ориф Шакирович**

Самарқандский институт экономики и сервиса  
Ассистент кафедры «Банковское дело»

**e-mail:** [orifmaxsudov1@gmail.com](mailto:orifmaxsudov1@gmail.com)

**Аннотация:** В данной статье рассмотрены классификация клиентов банка по различным критериям и даны характеристика типов клиентов банка.

**Abstract:** This article examines the classification of bank clients according to various criteria and provides characteristics of the types of bank clients.

**Ключевые слова:** клиент банка, типы клиентов банка, характеристика типов клиентов банка, риски при выборе банка, критерии выбора банка.

**Key words:** bank client, types of bank clients, characteristics of types of bank clients, risks when choosing a bank, criteria for choosing a bank.

В настоящее время в период рыночной экономики жизнь людей невозможно представить без денежных средств. Значит, если невозможно жить без денег, то и банки людям необходимы. Современного человека сейчас сложно представить вне связи с банками и предоставляемыми ими услугами и продуктами. Именно поэтому крайне важно разобраться в теме взаимодействия банка с физическими и юридическими лицами, а именно проанализировать типы клиентов банка, а также критерии и риски при выборе ими банка.

В совокупности клиентов банка можно классифицировать по разным критериям. Так, клиенты банка классифицируются по следующим критериям:

1. По правовому статусу клиенты банка подразделяются на: **юридические лица и физические лица.**

2. В зависимости от размера клиенты банка подразделяются: **на малые, средние и крупные.** Обычно крупные банки работают с крупными клиентами, а малых клиентов обслуживают малые банки.

3. По сроку обслуживания различают: **старых и новых клиентов.**

4. По реальности существования выделяют: **действующие клиенты и потенциальные клиенты.** Старые клиенты имеют большой опыт работы с данным банком, а новые не имеют такого опыта.

5. В зависимости от характера обслуживания банком клиентов разделяют: **традиционные клиенты и VIP – клиенты.** Часто VIP – клиенты

размещая свои счета в банке и тем самым для банков создают ресурсы для активных операции с целью получения прибыли. По этому, принципы обслуживание VIP – клиентов отличаются от традиционного обслуживания обычных клиентов. Для VIP – клиентов предлагается улучшенный сервис, классификация сотрудников банка выше, обстановка выше стандартов.

Очень важно помнить, что потребность, спрос клиентов на банковские продукты и услуги сильно различаются. Это зависит от следующих факторов: от дохода; семейного положения; образования; профессионального статуса и других. Чем выше доход семьи, тем больше у них потребность в разных банковских продуктах и тем выше, продажа банковских услуг.

При поиске выгодного банка клиенты исходят из множество факторов и критериев, к которым относятся: **банковская история, рейтинг банка, уровень обслуживания, предоставляемые банковские продукты и услуги, надежность банка, онлайн – технологии, режим работы банка, место положение банка, реклама и отзывы клиентов, риски при выборе банка.**

При выборе банка потенциальные клиенты учитывают следующие возможные риски: **депозитный риск, процентный риск, операционный риск, риск ликвидности.**

При выборе банка избежать все выше причисленных рисков невозможно, но их можно минимизировать.

Для того чтобы максимально избежать рисков при выборе банка, клиенты должны учитывать множество факторов и показателей приведенные в таблице.

**Таблица выбора банка клиентом**

Таблица № 1

	Группа показателей	Качественный	Количественный
--	--------------------	--------------	----------------

1	Надежности, ликвидности	Срок деятельности, наличия лицензий и количество подразделений и отделений	Платежеспособность, Ликвидность активов
2	Гибкости, Рентабельности	Качество управления, уровень конкурентоспособности	Стоимость компании на рынке, рентабельность активов и пассивов
3	Стабильности, Устойчивости	Уровни риска, агрессивность Кредитной политики	Качественное и количественное соотношение активов и пассивов
4	Деловой активности	Ассортимент услуг, доля и сегмент на рынке	Показатели собственного капитала, структура клиентской и ресурсной базы

*Источник: «Модели и технологии банковской деятельности»*

О.И. Лаврушин, И.И. Васильев, А.Е.Ушанов.

Таким образом, можно сделать вывод, что принципы успешных и выгодных взаимоотношений банком и его клиентами это сложный процесс, который требует особого внимания с обеих сторон. Поэтому для выбора банка клиентами и подбор клиентов банком и существуют классификации клиентов банка, а также критерии и риски при выборе банка.

Благодаря классификациям банки получили возможность предлагать различные банковские продукты и услуги конкретным клиентам, а клиенты теперь имеют возможность выбирать максимально удобные для себя банки. Этот факт оказывает влияние на имидж банка и на взаимоотношения банка и клиента.

### **Список использованной литературы**

1. Каримова А.М., Махсудов О.Ш. Assessment of the Current State of the Market and Procedure For Lending to Subjects of Tourism Services of the

Republic of Uzbekistan / Яшил иқтисодиёт ва тараққиёт журнали, 2023-йил, октябрь, 10-сон, (79-83 бетлар)

2. Ниязов З. Д., Махсудов О.Ш. Investment attractiveness of the enterprise, as well as factors influencing its development in the economy of Uzbekistan./ Иқтисодиёт, молия ва инновациялар халқаро илмий журнали, декабрь 29, 2023 1(4) сон, (47-55 бетлар)

3. Каримова А.М., Ниязов З. Д. Махсудов О.Ш. Кредитная поддержка инновационного развития / SCHOLAR 1(32) сон, ноябрь 2023, (171-179 бетла)

4. Tursunov Faridun Mustafoyevich. O'zbekiston Respublikasida bank xizmatlari va ularning rivojlantirish ahamiyati. SCHOLAR, 1(34), 232-238 betlar. 2023 y.

5. Модели и технологии банковской деятельности: учебник / О.И. Лаврушин, И.И. Васильев, А.Е. Ушанов; под редакцией О.И. Лаврушина – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: КНОРУ, 2022

6. Современные банковские продукты и услуги: учебник / коллектив авторов; под редакцией О.И. Лаврушина – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: КНОРУ, 2019

7. Bekmurodov, A. A. "Banklarni transformatsiya qilish sharoitida masofadan xizmat ko'rsatish tizimini ommalashtirish." *Экономика и социум* 6-1 (109) (2023): 83-86.

8. Bekmurodov, A. A. "Improving the introduction of DIGITAL technologies in commercial Banks." *Galaxy International Interdisciplinary Research Journal* 9.10 (2021): 355-357.

**Стратегии прогрессивного развития академической мобильности:  
Формирование будущего высшего образования в условиях глобальной  
конкуренции и инноваций**

**Рустамов Жамшид Эргашевич,**  
Самаркандский институт экономики и  
сервиса

**Аннотация:** Данная работа исследует прогрессивные стратегии развития международной и региональной академической мобильности и их влияние на формирование будущего высшего образования. Рассматриваются современные тенденции и вызовы в области академической мобильности, а также предлагаются новаторские подходы к расширению доступа к образовательным возможностям за рубежом и улучшению качества международных образовательных программ.

**Ключевые слова:** международная мобильность, региональная мобильность, высшее образование, стратегии развития, инновации, образовательные программы.

**Abstract:** This paper explores progressive strategies for developing international and regional academic mobility and their impact on shaping the future of higher education. Current trends and challenges in academic mobility are examined, and innovative approaches to increasing access to educational opportunities abroad and improving the quality of international educational programs are proposed.

**Key words:** international mobility, regional mobility, higher education, development strategies, innovations, educational programs.

**Введение** В современном мире, где границы стираются, информационные потоки становятся все более интенсивными, а культурное и научное взаимодействие приобретает новые грани, академическая мобильность выходит на передний план как одно из ключевых направлений

развития высшего образования. Международная и региональная академическая мобильность представляют собой не только возможность для студентов и преподавателей расширить свой кругозор и узнать о новых культурах, но и эффективный инструмент развития образовательных систем, способствующий повышению их конкурентоспособности и приспособляемости к быстро меняющимся условиям мирового рынка труда.

В данном контексте становится ясным, что академическая мобильность перестает быть просто приятным дополнением к образованию – она становится его неотъемлемой частью, необходимой для формирования у студентов и исследователей глобального мышления, умения работать в мультикультурной среде и адаптироваться к разнообразным образовательным и научным практикам.

Таким образом, в настоящем исследовании мы обратимся к значению академической мобильности в современном высшем образовании, рассмотрим ее влияние на формирование профессиональных компетенций студентов и на развитие образовательных систем в целом, а также проанализируем перспективы развития данного направления в будущем.

### **Текущее состояние международной и региональной академической мобильности**

Текущее состояние международной и региональной академической мобильности находится под влиянием различных факторов, включая глобальные события, которые могут существенно повлиять на ее динамику. Одним из самых значимых событий, которое оказало огромное влияние на академическую мобильность, стала пандемия COVID-19.

Пандемия COVID-19 привела к радикальным изменениям в международной и региональной академической мобильности. Введение ограничений на перемещения, закрытие границ, ограничение работы

образовательных учреждений и переход на дистанционное обучение стали вызовом для студентов, преподавателей и учреждений высшего образования по всему миру. Многие программы обмена и стажировки были приостановлены или пересмотрены, а многие студенты оказались в ситуации, когда им пришлось отказаться от возможности участвовать в международных образовательных проектах из-за ограничений на перемещения.

Однако пандемия также выявила гибкость и адаптивность образовательных систем. Многие учебные заведения перешли на онлайн формат обучения и создали новые возможности для международного сотрудничества и обмена знаниями через виртуальные платформы. Такие инновации могут оказаться значимыми для будущего развития академической мобильности, предоставляя студентам и преподавателям новые способы участия в международных проектах, минуя ограничения, связанные с физическими перемещениями.

Таким образом, пандемия COVID-19 стала важным катализатором изменений в международной и региональной академической мобильности, выявив ее уязвимости, но также и способствовал развитию новых форм и методов сотрудничества в области высшего образования.

### **Вызовы и препятствия перед развитием академической мобильности**

Вызовы и препятствия перед развитием академической мобильности включают в себя разнообразные культурные и языковые барьеры, которые могут ограничить доступ студентов и преподавателей к международным образовательным возможностям.

Культурные барьеры могут возникать из-за различий в ценностях, обычаях, образе жизни и социокультурных нормах различных стран. Недостаточное понимание или уважение культурных особенностей могут

привести к недопониманию, конфликтам или даже культурному шоку участников академической мобильности. Преодоление таких барьеров требует обучения межкультурной компетенции, развития уважительного отношения к различиям и построения диалога между представителями разных культур.

Языковые барьеры также являются серьезным препятствием для международной академической мобильности. Неспособность общаться на языке страны-хозяйки может существенно затруднить адаптацию студентов и преподавателей, ограничивая их возможности участия в академических программах за рубежом. Даже при наличии возможности обучаться на английском языке, различия в уровне языковой подготовки могут создать препятствия для эффективного обучения и взаимодействия.

Для успешного преодоления культурных и языковых барьеров необходимы комплексные подходы, включающие в себя подготовку участников к межкультурному общению, предоставление языковых курсов и менторскую поддержку во время мобильности. Такие меры помогут сделать академическую мобильность более доступной и эффективной для всех заинтересованных сторон.

### **Технологические инновации и будущее академической мобильности**

Технологические инновации, в частности развитие цифровых платформ и мобильных приложений, играют ключевую роль в будущем академической мобильности, перекрывая традиционные границы и создавая новые возможности для студентов и преподавателей.

В развитии цифровых платформ и мобильных приложений для академической мобильности происходит революция в области образования. Эти инновационные инструменты предоставляют участникам гибкие и

удобные способы взаимодействия и обучения, минуя ограничения, связанные с физическими перемещениями. Студенты теперь могут принимать участие в международных программных курсах, общаться с коллегами из других стран, а также выполнять обучающие задания и проекты, используя виртуальные средства обучения.

Развитие цифровых платформ и мобильных приложений также способствует улучшению доступности образования для тех, кто сталкивается с финансовыми или географическими ограничениями. Благодаря онлайн-образованию студенты могут получать качественное образование, не выходя из дома, что особенно актуально в условиях, когда многие страны сталкиваются с вызовами пандемии и ограничениями на перемещения.

Более того, развитие и использование цифровых платформ и мобильных приложений способствуют созданию сетевых образовательных экосистем, где учебные заведения, компании и организации могут сотрудничать для обмена знаниями и опытом, что расширяет горизонты образовательного процесса и способствует его качественному развитию.

Таким образом, развитие цифровых платформ и мобильных приложений обещает перевернуть представление о том, что такое академическая мобильность, делая ее более доступной, гибкой и эффективной, и играя ключевую роль в будущем высшего образования.

### **Стратегии развития международной и региональной академической мобильности**

Стратегии развития международной и региональной академической мобильности должны включать в себя развитие программ стипендий и финансовой поддержки, чтобы сделать образовательные возможности более доступными и инклюзивными для всех заинтересованных сторон.

Первая стратегия заключается в расширении доступности программ стипендий для международной мобильности. Это может включать в себя увеличение финансовых средств для существующих программ, создание новых программ стипендий и грантов, а также установление партнерских отношений с частными компаниями, фондами и международными организациями для обеспечения дополнительной финансовой поддержки студентам и преподавателям.

Вторая стратегия связана с улучшением условий финансовой поддержки, таких как расходы на проживание, транспортные расходы и страхование здоровья. Развитие специальных программ и фондов для компенсации данных расходов поможет снизить финансовые барьеры перед участниками мобильности и сделает обучение за рубежом более доступным для различных социальных групп.

Третья стратегия состоит в создании гибких и адаптивных моделей финансовой поддержки, которые учитывают изменчивые обстоятельства и потребности участников мобильности. Это может включать в себя разработку индивидуальных финансовых планов, возможность частичного покрытия расходов или возможность работы на стороне во время учебы за рубежом.

И наконец, важно развивать программы стипендий и финансовой поддержки с учетом разнообразия потребностей и характеристик участников мобильности, включая учет гендерных, этнических и социоэкономических различий.

Такие стратегии развития международной и региональной академической мобильности помогут создать более инклюзивные, доступные

и поддерживающие образовательные среды, способствуя развитию качественного и разнообразного высшего образования в будущем.

### **Влияние академической мобильности на образование и общество**

Влияние академической мобильности на образование и общество включает в себя значительный вклад в повышение культурного взаимопонимания и толерантности. Международные и региональные обмены студентами и преподавателями способствуют формированию открытого и инклюзивного образовательного пространства, в котором различия в культуре, языке и традициях рассматриваются как ценные ресурсы, а не препятствия.

Первое и наиболее заметное влияние академической мобильности на образование и общество — это способствование культурному взаимопониманию. Встреча студентов и преподавателей из разных стран и культурных сред создает возможность для обмена опытом, знанием и культурными особенностями. Это позволяет лучше понять и ценить разнообразие культур и точек зрения, способствует развитию открытости, толерантности и уважения к многообразию.

Кроме того, академическая мобильность способствует формированию межкультурной компетенции у студентов и преподавателей. Они учатся эффективно взаимодействовать в многонациональных и мультикультурных средах, развивают навыки межкультурного общения и адаптации к новым культурным контекстам. Эти компетенции становятся все более ценными в современном мире, где глобализация и межкультурные взаимодействия становятся все более интенсивными.

Наконец, академическая мобильность способствует формированию образованных, толерантных и глобально ориентированных граждан, способных эффективно участвовать в мировом обществе и решать его

проблемы с учетом культурных различий и интересов различных сообществ. Таким образом, академическая мобильность играет ключевую роль в формировании более справедливого, инклюзивного и гуманного образования и общества в целом.

**Заключение.** В заключение, международная и региональная академическая мобильность представляет собой ключевой компонент будущего высшего образования, играющий важную роль в формировании глобального образовательного пространства. Перспективы развития данной области весьма обнадеживающие, и ряд факторов указывает на то, что академическая мобильность будет продолжать расширяться и углубляться в будущем.

Во-первых, цифровые технологии и виртуальные платформы будут продолжать развиваться, предоставляя новые возможности для обучения и сотрудничества за рубежом без необходимости физических перемещений. Это значительно расширит доступность образования и уменьшит финансовые барьеры для участия в международных программных проектах.

Во-вторых, изменения в образовательных стратегиях и методах обучения будут стимулировать интеграцию международных элементов в академические программы, подчеркивая значение межкультурной компетенции и глобального мышления в контексте современного образования.

Также важно отметить растущую роль международного сотрудничества в научных и исследовательских проектах, которое будет способствовать инновационному развитию и обмену знаниями на глобальном уровне.

Наконец, академическая мобильность будет продолжать играть ключевую роль в формировании открытого, толерантного и инклюзивного

образовательного пространства, способствуя повышению качества образования и развитию глобальных граждан, способных эффективно функционировать в многонациональном и мультикультурном мире.

Таким образом, перспективы развития международной и региональной академической мобильности в будущем высшем образовании обещают быть яркими и полными новых возможностей, способствующих расширению горизонтов знаний, культурного взаимопонимания и интеллектуального развития на мировом уровне.

### **Список литературы**

1. Deardorff, D.K., de Wit, H., Heyl, J.D., Adams, T.L., & Quezada, R.L. (2012). *The SAGE Handbook of International Higher Education*. Sage Publications.

2. Bekmurodov, A. A. "Banklarni transformatsiya qilish sharoitida masofadan xizmat ko'rsatish tizimini ommalashtirish." *Экономика и социум* 6-1 (109) (2023): 83-86.

3. Bekmurodov, A. A. "Improving the introduction of DIGITAL technologies in commercial Banks." *Galaxy International Interdisciplinary Research Journal* 9.10 (2021): 355-357.

4. Ergashevich, E. A., & Zufar o'g'li, A. M. (2024). Zamonaviy Axborot Texnologiyalari Infratuzilmasining Tarkibiyqismlari. *Journal of Innovation in Education and Social Research*, 2(1), 154-157.

5. Ergashevich, E. A., & Zufar o'g'li, A. M. (2023). Elektron To'lov Tizimlarining Iqtisodiyotda Tutgan O'rni. *Journal of Innovation in Education and Social Research*, 1(4), 113-116.

## Перспективы развития цифрового банкинга

**Махсудов Ориф Шакирович**

Самаркандский институт экономики и сервиса

Ассистент кафедры «Банковское дело»

**e-mail:** [orifmaxsudov1@gmail.com](mailto:orifmaxsudov1@gmail.com)

**Аннотация:** Эволюция экономики в современном мире невозможна без эффективного использования инновационных банковских технологий, которые являются ускорителями денежного обращения страны. Внедрение новых технологий, развитие средств, связи позволяют банку обслуживать клиентов в различных регионах, а также сокращать бумажную деятельность. В данной статье рассмотрены содержание цифрового банкинга, а также основные преимущества и недостатки цифрового банкинга.

**Ключевые слова:** цифровой банкинг, интерфейс, онлайн, оффлайн, мобильный, транзакций, майнинг, аккаунты, фишинг, хакер, консалтинг, эмиссия, интернет, когнитивный, блокчейн-технология.

**Abstract:** The evolution of the economy in the modern world is impossible without the effective use of innovative banking technologies, which are accelerators of the country's money circulation. The introduction of new technologies, the development of funds, communications allow the bank to serve clients in different regions, as well as reduce paperwork. This article discusses the content of digital banking, as well as the main advantages and disadvantages of digital banking.

**Key words:** digital banking, interface, online, offline, mobile, transactions, mining, accounts, phishing, hacker, consulting, emission, internet, cognitive, blockchain technology.

Цифровой банкинг означает полную оцифровку банков и всей их деятельности, программ и функций. Это касается не только оцифровки банковских услуг и продуктов - интерфейс, который видят клиенты, но также и автоматизации внутренних процессов.

Узбекистан густонаселенная страна с населением свыше 37 млн. человек. Существуют регионы отдаленные от финансовой инфраструктуры. Чтобы охватить эти регионы необходимо в первую очередь наличие бесперебойного интернета, что позволит банкам развивать цифровые услуги и обучать клиентов ими пользоваться. Также необходимо повышать финансовую грамотность населения, чтобы потребители цифровых банковских продуктов не стали жертвами финансовых и кибер преступлений.

В соответствии с Указом Президента Республики Узбекистан от 5 октября 2020 г. № 5296 «Об утверждении стратегии «ЦИФРОВОЙ УЗБЕКИСТАН-2030» и мерах по ее эффективной реализации» предусмотрена реализация свыше 220 приоритетных проектов, предусматривающих совершенствование системы электронного правительства, дальнейшее развитие отечественного рынка программных продуктов и информационных технологий. В рамках цифровой трансформации регионов и отраслей предусмотрено повышение уровня подключения населенных пунктов к сети Интернет, а также завершение цифровой трансформации коммерческих банков путем обеспечения оказания ими широкого спектра онлайн услуг, включающих в себя реализацию кредитных продуктов, открытие вкладов и расчетных счетов в дистанционной форме.

***Основные преимущества цифрового банкинга:***

1. *Сокращение расходов.* Банки вынуждены снижать свои расходы, чтобы оставаться конкурентоспособными. Если банк не переходит на оцифровку, то должен, будет продолжать инвестировать в дорогостоящее устаревшее аппаратное и программное обеспечение, чтобы поддерживать эти системы в рабочем состоянии;

2. *Вероятность увеличения доходности: у традиционных банков нет полного обзора своих клиентов.* У традиционных банков не хватает интеллектуальных систем для сбора информации о клиентах и систем для ориентации на клиентов. Чем больше доля банка на рынке, тем выше вероятность повышения его прибыли;

3. *Привлечение и сохранение клиентов, а также опережение конкурентов.* В результате растет спрос на улучшенное обслуживание клиентов и персонализированные услуги, а продукты и услуги известных банков становятся дороже. Цифровой банкинг позволяет улучшить качество обслуживания клиентов и снизить затраты, что необходимо для того, чтобы предугадать и предупредить спрос клиентов;

4. *Изучение преимуществ новых технологий* позволяют спрогнозировать такие новые технологии, которые окажут влияние на бизнес - модели банковских операций. Однако устаревшие системы ограничивают способность банков быстро реагировать на эти события. Необходима полная оцифровка, чтобы изучить преимущества этих технологий и рассчитать позиции банка в преспективе.

#### ***Основные недостатки цифрового банкинга:***

1. *Система безопасности.* Цифровые банки подчиняются тем же законам и правилам, что и традиционные банки. Аккаунты могут быть

подвержены фишингу, хакерским атакам, вредоносным программам и другим несанкционированным действиям;

2. *Виды услуг.* Некоторые цифровые банки могут не предлагать все комплексные финансовые услуги, такие как страховые и брокерские счета, которые предлагают традиционные банки. Традиционные банки иногда предлагают специальные услуги постоянным клиентам, такие как предпочтительные ставки и инвестиционные консультации без дополнительной оплаты. Кроме того, такие услуги, как нотариальное заверение и банковская подпись, недоступны в Интернете. Они необходимы для многих финансовых и юридических операций. Однако, на сегодняшний день пользователи социальных сетей могут снизить ставку кредитования по банку, набрав для банка определенное количество лайков.

3. *Отношения с клиентом.* Зачастую банк зная своего клиента, его кредитную историю, специфику его бизнеса, может принимать благоприятные для клиента решения. Система же цифрового банкинга такие возможности исключает.

4. *Сложность или значимость сделки.* Зачастую для выполнения крупной транзакции либо принятия серьезного решения, требуется непосредственная встреча с клиентом. Традиционный банк может проводить встречи и вызывать экспертов для решения конкретного вопроса. Сложные международные операции, вопросы международного финансирования, могут быть невозможными в цифровых банках.

Таким образом следует вывод о том, что банки могут использовать цифровой банкинг для улучшения качества услуг клиентам, привлечения, удержания, изучая опыт и уровень удовлетворения различных потребностей клиентов, а также и улучшить финансовые показатели за

счет повышения рентабельности, экономии затрат, рентабельности активов, соотношения затрат и доходов, выручки и роста продаж.

### **Список использованной литературы**

1. Постановление Президента Республики Узбекистан от 3 июля 2018 года №3832 «О мерах по развитию цифровой экономики в Республике Узбекистан».

2. Постановление Президента Республики Узбекистан от 21.11.2018 г. N ПП-4022 «О мерах по дальнейшей модернизации цифровой инфраструктуры в целях развития цифровой экономики»

3. Указ Президента Республики Узбекистан от 9 января 2018 г. № 5296 «О мерах по коренному совершенствованию деятельности центрального банка Республики Узбекистан»

4. Указ Президента Республики Узбекистан от 5 октября 2020 г. № 5296 «Об утверждении стратегии «Цифровой Узбекистан – 2030» и мерах по ее эффективной реализации».

5. Tursunov Faridun Mustafoevich. (2023). Opportunities for remote banking services to grow in republic of Uzbekistan's commercial banks. Galaxy International Interdisciplinary Research Journal, 11(11), 4–7.

6. Tursunov Faridun Mustafoevich. O'zbekiston Respublikasida bank xizmatlari va ularning rivojlantirish ahamiyati. SCHOLAR, 1(34), 232-238 betlar. 2023 y.

7. <https://muse.jhu.edu/article/11589>

## ПРИМЕНЕНИЕ ГЛУБОКОГО ОБУЧЕНИЯ В АНАЛИЗЕ МЕДИЦИНСКИХ ИЗОБРАЖЕНИЙ: ДОСТИЖЕНИЯ, ВЫЗОВЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

РУСТАМОВ ДЖАМШИД ЭРГАШЕВИЧ

Самаркандского Института экономики и сервиса

Город Самарканд, Узбекистан, [rustamovjam7@gmail.com](mailto:rustamovjam7@gmail.com)

**Аннотация:** применение глубокого обучения в анализе медицинских изображений представляет собой быстро развивающуюся область с огромным потенциалом для улучшения диагностики и лечения различных заболеваний. Этот обзор посвящен достижениям, вызовам и перспективам использования глубокого обучения в медицинской диагностике. Рассматриваются успешные примеры применения, включая классификацию, сегментацию и детекцию патологий на медицинских изображениях. Выделены основные вызовы, такие как необходимость большого объема размеченных данных и сложность интерпретации моделей. Обсуждаются перспективы дальнейшего развития, включая интеграцию методов машинного обучения, улучшение интерпретируемости моделей и решение этических вопросов. Применение глубокого обучения в медицинской сфере обещает значительные улучшения в качестве и доступности медицинской помощи.

**Ключевые слова:** глубокое обучение, медицинские изображения, диагностика, машинное обучение, интерпретируемость моделей, этика данных, персонализированное лечение, автоматизация обучения, континуальное обучение.

**Abstract:** The application of deep learning in medical image analysis is a rapidly growing field with great potential to improve the diagnosis and treatment of various diseases. This review focuses on the achievements, challenges and

prospects of using deep learning in medical diagnosis. Successful application examples including classification, segmentation and detection of pathologies in medical images are reviewed. Key challenges, such as the need for large amounts of labeled data and the complexity of model interpretation, are highlighted. Future development prospects are discussed, including integrating machine learning techniques, improving model interpretability, and addressing ethical issues. The application of deep learning in the medical field promises significant improvements in the quality and accessibility of medical care.

**Keywords:** deep learning, medical imaging, diagnosis, machine learning, model interpretability, data ethics, personalized treatment, learning automation, continuous learning.

## I. Введение

Глубокое обучение играет ключевую роль в анализе медицинских изображений, с активным использованием современных технологий в медицинской диагностике. Обзор рассматривает достижения, вызовы и перспективы глубокого обучения в этой области, особенно в контексте обучения с подкреплением для автоматизации процесса анализа.

1. Достижения: Различные методы глубокого обучения успешно применяются для классификации, сегментации и обнаружения патологий на медицинских изображениях, что демонстрирует их эффективность в практике медицины.

2. Вызовы: недостаток данных, интерпретируемость моделей и этические вопросы ограничивают широкое применение глубокого обучения в медицине.

3. Перспективы: рассматривается потенциал обучения с подкреплением для автоматизации анализа медицинских изображений и возможные пути решения существующих проблем.

Этот обзор позволяет оценить текущее состояние и перспективы глубокого обучения в медицине, а также исследовать потенциал обучения с подкреплением для улучшения медицинской диагностики.

## **II. Основы обучения с подкреплением**

Обучение с подкреплением представляет уникальный подход к автоматической диагностике и обработке медицинских данных, где агент взаимодействует со средой, принимает решения и оптимизирует свои действия на основе обратной связи в виде награды. Процесс включает определение среды (медицинские изображения), нейронную сеть в качестве агента и максимизацию суммарной награды через выбор оптимальных действий.

1. Определение пространства действий: Агент определяет возможные действия, такие как классификация или сегментация, на основе информации изображения.

2. Формулирование стратегии: Агент разрабатывает стратегию, включая выбор алгоритмов обработки и параметров модели.

3. Взаимодействие и награда: Агент взаимодействует с изображениями, получая награду в зависимости от успешности действий.

Применение глубокого обучения и обучения с подкреплением в медицине автоматизирует диагностику и обработку данных, но возникают вызовы, такие как необходимость размеченных данных, управление ошибками и этические вопросы, требующие дальнейших исследований.

### **III. Автоматизация процесса обучения**

В контексте применения глубокого обучения в анализе медицинских изображений, обучение с подкреплением играет важную роль в автоматизации обучения, обновлении стратегий и моделей для улучшения качества анализа данных. Этот метод обладает способностью к динамической адаптации, что особенно важно в медицинской сфере, где требуется высокая точность и скорость принятия решений.

1. Адаптация к новым данным: Обучение с подкреплением позволяет моделям адаптироваться к новым данным, сохраняя их актуальность и точность в изменяющейся среде.

2. Управление ошибками: Модели динамически корректируют свои стратегии в ответ на ошибки и непредвиденные ситуации, постепенно улучшая свою производительность.

3. Эффективное использование ресурсов: Модели оптимизируют свои стратегии для эффективного использования вычислительных ресурсов и времени.

Хотя обучение с подкреплением сталкивается с вызовами, такими как необходимость в большом объеме данных и сложность интерпретации динамически обновляющихся моделей, его перспективы в медицинской области огромны. Дальнейшее исследование и развитие этого метода могут привести к существенному улучшению качества и эффективности анализа медицинских данных.

### **IV. Применение методов обучения с подкреплением для адаптации моделей**

Применение обучения с подкреплением в анализе медицинских изображений значимо для адаптации моделей к новым данным и условиям.

Континуальное обучение сохраняет знания и опыт модели, инкрементально обновляя её на новых данных. Это существенно для улучшения качества диагностики и прогнозирования в медицине.

Континуальное обучение включает:

1. Сохранение знаний и опыта модели, важных для извлечения выгоды из предыдущих данных.

2. Инкрементальное обучение на новых данных, что позволяет модели эффективно учитывать изменения в среде.

3. Управление забыванием и переобучением, сбалансированное использование накопленного опыта и учет изменений в данных.

Применение обучения с подкреплением в анализе медицинских изображений расширяет перспективы для улучшения здравоохранения. Вызовы, такие как необходимость в больших вычислительных ресурсах и сложность управления динамическими моделями, могут быть преодолены с развитием методов обучения и технологий.

## **V. Вызовы и перспективы**

Применение глубокого обучения в анализе медицинских изображений представляет перспективное направление исследований с потенциальными преимуществами использования обучения с подкреплением для автоматизации обучения моделей машинного обучения. Рассмотрим ключевые аспекты:

1. Улучшение точности диагностики: Глубокое обучение и обучение с подкреплением повышают точность диагностики, способствуя разработке надежных систем поддержки принятия решений в медицине.

2. Персонализированное лечение: Анализ медицинских изображений помогает определить индивидуальные особенности пациентов для адаптации лечения.

3. Автоматизация обучения: Применение обучения с подкреплением ускоряет процесс обучения моделей машинного обучения, минимизируя человеческое вмешательство.

В целом, перспективы применения глубокого обучения в анализе медицинских изображений огромны. Несмотря на вызовы, эти технологии могут значительно улучшить диагностику, лечение и управление здоровьем.

## **VI. Заключение**

Применение глубокого обучения в анализе медицинских изображений обладает огромным потенциалом для улучшения точности диагностики и процесса лечения. Несмотря на достижения, этот сектор сталкивается с вызовами, такими как недостаток размеченных данных и сложность интерпретации моделей. В будущем, интеграция различных методов машинного обучения и развитие технологий интерпретируемости моделей помогут создать более эффективные системы здравоохранения, улучшая качество и доступность медицинской помощи.

## **Использованная литература**

1. Litjens, Geert, et al. "A survey on deep learning in medical image analysis." *Medical image analysis* 42 (2017): 60-88.

2. J.E. Rustamov *Methods of Teaching, Methodology And Teaching Technologies in The Development of The Skills of Today's Economists in The Electronic Information, International Journal of Scientific Research And Education*. Volume||07||Issue||03||March-2019||Pages-8114-8118||ISSN(e):2321-7545 Website: <http://jsae.in>.

3. Bekmurodov, A. A. "Improving the introduction of DIGITAL technologies in commercial Banks." *Galaxy International Interdisciplinary Research Journal* 9.10 (2021): 355-357.
4. Togayev, Salim, and Jasur Ergashev. "Peculiarities of organizational strategy formation." *Educational Research in Universal Sciences* 2.1 (2023): 459-464.
5. Bekmurodov, A. A. "Kichik biznes sub'ektlarini tijorat banklar tomonidan kreditlashda xorij tajribasi." *Теория и практика современной науки* 6 (96) (2023): 20-24

## BANK TIZIMIDA MARKETINGNING O'RNI VA ROLI

**Shoxzod Xujamurotov**

*2nd grade, Faculty of Accounting and Finance*

*Samarkand branch of Tashkent State University of Economics*

*Email: [br.shahkzod@gmail.com](mailto:br.shahkzod@gmail.com)*

**Annotatsiya:** Ushbu maqolada bank tizimida marketingning o'rni va ahamiyati haqida so'z boradi. Bank marketingi mijozlarni jalb qilish, ularga xizmat ko'rsatish sifatini oshirish va bankning umumiy daromadini ko'paytirish kabi ko'plab muhim vazifalarni bajaradi. Maqolada bank marketingining asosiy konseptlari, strategiyalari va usullari tahlil qilinadi. Shuningdek, zamonaviy banklarda raqamli marketingning ahamiyati va uning samarali foydalanish usullari haqida ma'lumotlar keltirilgan.

**Kalit soʻzlar:** bank marketingi, mijozlarni jalb qilish, xizmat koʻrsatish sifati, raqamli marketing, marketing strategiyalari, bank daromadi, raqobatbardoshlik.

**Abstract:** This article talks about the role and importance of marketing in the banking system. Bank marketing performs many important tasks, such as attracting customers, improving the quality of service to them, and increasing the overall income of the bank. The article analyzes the main concepts, strategies and methods of bank marketing. It also provides information about the importance of digital marketing and its effective use in modern banks.

**Keywords:** bank marketing, customer acquisition, service quality, digital marketing, marketing strategies, bank income, competitiveness.

## INTRODUCTION

Bank tizimida marketingning roli katta ahamiyatga ega. Bozor iqtisodiyoti sharoitida banklarning muvaffaqiyati mijozlar ehtiyojlarini toʻgʻri anglab, ularga mos xizmat va mahsulotlar taklif etish bilan bevosita bogʻliq. Shu sababli, marketing strategiyalari va uslublarini toʻgʻri qoʻllash bank faoliyatining samaradorligini oshirishga xizmat qiladi. Marketing nafaqat yangi mijozlarni jalb qilish, balki mavjud mijozlar bilan barqaror munosabatlarni saqlab qolish, ularning sadoqatini oshirish hamda xizmatlar sifatini yaxshilashda muhim vosita hisoblanadi. Bank marketingi bozorni tahlil qilish, raqobatbardoshlikni oshirish, va innovatsion xizmatlarni joriy etish orqali bankning raqobatdoshligini taʼminlaydi. Shu bois, bank tizimida marketingning roli va uning amaliyotdagi ahamiyatini chuqur oʻrganish zamonaviy moliyaviy institutlar uchun dolzarb masala hisoblanadi.

Bank tizimida marketingning roli juda muhim va keng koʻlamlidir. Marketing, banklarning mijozlar bilan munosabatlarini yaxshilash, ularning

ehtiyotlarini aniqlash va qondirish, shuningdek, bank xizmatlari va mahsulotlarini targ'ib qilish orqali bankning o'sishiga va barqarorligiga hissa qo'shadi. Quyida bank marketingining asosiy yo'nalishlari va ulardagi axborotlar tahlili keltirilgan:

1. Mijoz ehtiyotlarini aniqlash va qondirish: Bank marketingi uchun mijoz ehtiyotlarini tahlil qilish juda muhim. Bu jarayonda demografik ma'lumotlar, mijozlarning moliyaviy xatti-harakatlari va ularning kredit tarixlari o'rganiladi. Ushbu ma'lumotlar asosida bank yangi mahsulot va xizmatlarni ishlab chiqadi, mavjudlarini esa takomillashtiradi.

2. Bozor segmentatsiyasi va maqsadli marketing: Banklar o'z mijozlarini turli segmentlarga ajratib, har bir segment uchun mos marketing strategiyalarini ishlab chiqadi. Bu jarayonda mijozlarning yosh, daromad, yashash joyi kabi omillar hisobga olinadi. Masalan, yoshlarga mo'ljallangan mahsulotlar bilan o'ziga xos marketing kampaniyalari o'tkazilishi mumkin.

3. Raqobatchi tahlili: Banklar raqobatchilarining kuchli va zaif tomonlarini o'rganib, o'z marketing strategiyalarini moslashtiradilar. Bu jarayonda raqobatchilarning taklif etayotgan mahsulotlari, narx siyosati, reklama kampaniyalari va mijozlarga xizmat ko'rsatish darajasi tahlil qilinadi.

4. Brend boshqaruvi va imidj: Bankning brendi va imidjini mustahkamlash marketingning asosiy vazifalaridan biridir. Bu yerda mijozlarning brend haqidagi tasavvurlari, ular orasidagi brendga nisbatan sodiqlik darajasi tahlil qilinadi. Reklama kampaniyalari, ijtimoiy tarmoqlarda faoliyat va ommaviy axborot vositalari orqali brendni targ'ib qilish ishlarini o'z ichiga oladi.

5. Raqamli marketing va texnologik yangiliklar: Bugungi kunda raqamli marketing banklar uchun juda muhim ahamiyatga ega. Bu sohada onlayn reklamalar, ijtimoiy tarmoqlar, email marketing va mobil ilovalar orqali mijozlar

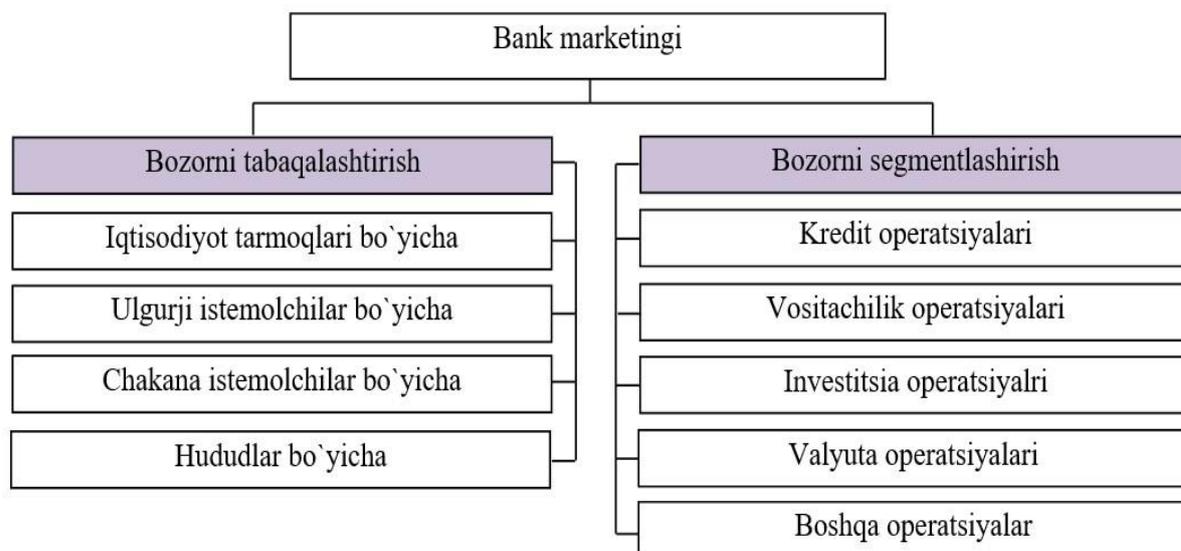
bilan muloqot qilinadi. Ushbu jarayonlarda mijozlarning onlayn xatti-harakatlari va ularning digital platformalarda faoliyati tahlil qilinadi.

6. Xizmat sifatini oshirish va mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish (CRM): Banklar CRM tizimlari orqali mijozlar bilan uzoq muddatli va samarali munosabatlarni rivojlantiradilar. Bu tizimlar mijozlar haqidagi barcha axborotlarni yig'ib, ularning ehtiyojlarini aniqlash va qondirishga yordam beradi. CRM ma'lumotlari mijozlar qoniqish darajasini oshirish uchun tahlil qilinadi.

Yuqoridagi yo'nalishlar bank marketingining turli jabhalarini qamrab oladi va axborotlar tahlili orqali marketing strategiyalarini ishlab chiqish va amalga oshirishda katta ahamiyatga ega. Tahlil natijalari asosida banklar o'z faoliyatini optimallashtiradi, mijozlar bazasini kengaytiradi va ularning sodiqligini oshiradi.

Bank marketingi quyidagi vazifalarni bajarishga qaratilgan: bozorni imkoniyatlarini aniqlash, bozordagi iste'molchilar ehtiyojlarini aniqlash, iste'molchilar talabini to'laroq qondirish maqsadida bank xizmatlari bozorida aniq yo'nalishlarni topish, mavjud va kelajakdagi bank xizmatlari bozorida yangi xizmatlar turlarini joriy etish bo'yicha qisqa va uzoq muddatli maqsadlarni belgilash, yangi bank xizmat turlarini amaliyotga kiritish va u yuzasidan bank nazoratini olib borish bo'yicha dasturni ishlab chiqish va boshqalar.

Bank xizmatlari bozorini o'rganish va ularga bo'lajak iste'molchilarni aniqlash maqsadida tijorat banklarida sanoat va savdo marketingida an'anaviy bo'lgan tabaqalashtirish va bozorni segmentlashdan keng foydalanadilar.



1-rasm. Bank marketingini uslublari

Bozorni segmentlashda esa bank xizmatlari bozorida iste'molchilarni talablarining xususiyatlari va takliflari asosida bo'lish amalga oshiriladi. Bank xizmatlari bozorida segmentlash usuli keng ilmiy tadqiq etilgan.

Tabaqalashtirish usulida bank xizmatlari iste'molchilarini ijtimoiy-iqtisodiy va demografik omillarga asosan guruhlariga ajratish amalga oshiriladi. Bozorni segmentlashda bank xizmatlari bozorida iste'molchilar xususiyatlarini guruhlash amalga oshiriladi. Amaliyotda esa marketing faoliyatida ushbu usullarni bevosita bog'liqlikda amalga oshirishga harakat qilinadi. Faqat shundagina bank xizmatlari bozorida marketing faoliyati samaradorligiga erishiladi.

Marketing xizmati banklarning barcha tarkibiy bo'linmalari ishlari bilan hamkorlikda quriladi. Marketingni tijorat banklari boshqaruviga kiritish faoliyat strategiyasi va taktikasi mezonlari tizimi yuzaga kelishining boshlanishiga hamda bozorni o'rganish va rivojlantirish choralarini aniqlashga olib keladi. Marketingni joriy qilish daromad o'sishi va bank faoliyati xatari kamayishiga imkoniyat yaratadi. Marketingning zarurligi bozorda rivojlanayotgan bank faoliyati

jarayonlarini muvofiqlashtirish orqali qo'llab-quvvatlash mexanizmi bilan aniqlanadi.

Raqamli marketingning roli raqamli texnologiyalar rivojlanishi bilan bir qatorda, banklarda raqamli marketingning ahamiyati ham ortib bormoqda. Internet va mobil texnologiyalar orqali mijozlar bilan aloqada bo'lish va xizmatlar ko'rsatish imkoniyati banklarga katta afzalliklar beradi.

Raqamli marketingning asosiy komponentlari sifatida internet marketing, mobil marketing, raqamli xizmatlarni keltirish mumkin. Jumladan, internet marketing veb-saytlar, ijtimoiy tarmoqlar va onlayn reklama orqali mijozlarga yetib borish tushuniladi. Mobil marketingd deganda esa mobil ilovalar va SMS marketing orqali mijozlar bilan bevosita aloqada bo'lish nazarda tutiladi. Va so'ngisi raqamli xizmatlar internet-banking va mobil-banking xizmatlari mijozlarga qulaylik yaratadi va operatsion xarajatlarni kamaytiradi.

O'zbekiston banklari o'z marketing strategiyalarini rivojlantirishda quyidagi yondashuvlarni qo'llashlari mumkin: segmentatsiya, differensiallash va interaktiv marketing. Mijozlarni turli segmentlarga ajratish va har bir segmentga mos xizmatlar va mahsulotlar taklif qilish-bu segmentatsiya. Differensiallash esa bankning raqobatchilaridan ajralib turishi uchun unikal xizmatlar va mahsulotlar yaratish. Interaktiv marketing deganda mijozlar bilan doimiy muloqotda bo'lish va ularning fikr-mulohazalarini inobatga olish tushuniladi.

Yuqoridagilardan kelib chiqadigan bo'lsak, marketing strategiyalarining muvaffaqiyatli amalga oshirilishi banklar uchun bir qator natijalarni olib keladi. Birinchidan, mijozlar bazasining kengayishiga, ya'ni yangi mijozlar jalb qilinishiga va mavjud mijozlar saqlab qolishga ta'sir etadi. Ikkinchidan esa, daromadlarning ortishi kuzatiladi. Mijozlarga ko'rsatilayotgan xizmatlarning ko'payishi va sifatining oshishi daromadlarni oshiradi. Keyingisi bu - brendning

mustahkamlanishi. Kuchli va ishonchli brend imidji bankning bozor ulushini oshiradi va raqobatbardoshlikni ta'minlaydi.

### CONCLUSION

Bank tizimida marketingning roli juda muhimdir va bu o'rganish orqali banklar o'z mijozlari bilan yanada yaqinroq aloqalarni o'rnatish, ularga yuqori sifatli xizmatlar ko'rsatish va raqobatbardosh bo'lish imkoniyatiga ega bo'ladi. Marketing strategiyalari mijozlarni jalb qilishdan boshlab, ularning ehtiyojlarini chuqur tushunishga, ularga moslashtirilgan xizmatlar va mahsulotlarni taklif etishga qaratilgan.

Bank marketingining asosiy maqsadlaridan biri mijozlar sadoqatini oshirish va ulardan uzoq muddatli foyda olishdir. Buning uchun banklar mijozlar bilan doimiy aloqada bo'lish, ularning fikr-mulohazalarini inobatga olish va xizmat ko'rsatish sifatini doimiy ravishda yaxshilash zarur. Shuningdek, raqamli marketing vositalaridan foydalanish banklarga yangi mijozlarni jalb qilish va mavjud mijozlar bilan munosabatlarni mustahkamlashda katta yordam beradi.

Raqamli marketing, xususan, internet va mobil texnologiyalar yordamida, banklar o'z xizmatlarini keng ommaga yetkazish va tezkor xizmat ko'rsatish imkoniyatiga ega bo'ladi. Bu nafaqat mijozlar uchun qulaylik yaratadi, balki banklar uchun ham operatsion xarajatlarni kamaytirishga yordam beradi.

Mijozlar ehtiyojlarini qondirish va ularga individual yondashuv taklif qilish orqali banklar mijozlarning ishonchini qozonadi va ularni o'ziga sodiq qilish imkoniyatiga ega bo'ladi. Shu bilan birga, marketing tahlillari va tadqiqotlari banklarga bozor tendensiyalarini oldindan ko'ra bilish va ularga mos ravishda tezkor strategiyalar ishlab chiqish imkonini beradi.

Umuman olganda, marketingning to'g'ri va samarali qo'llanilishi banklarning bozor ulushini oshirish, daromadlarini ko'paytirish va

raqobatbardoshlikni ta'minlashda hal qiluvchi rol o'ynaydi. Banklar marketingni strategik vosita sifatida qabul qilganda va uni rivojlantirishga katta e'tibor qaratganda, ular o'zlari uchun barqaror o'sish va muvaffaqiyat yo'lini belgilaydi.

### REFERENCES

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022 yil 28 yanvardagi "2022-2026 yillarga mo'ljallangan yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida" farmoni
2. Маркетинг менеджмент. Научное издание / Под ред. Туган-Барановского М., Балабановой Л.В. — Донецк: ДонГУЭТ, 2001. — 594 с.
3. Bradley Gale, «Tracking Competitive Position Drives Shareholder Value» *Global Management* (1992): 367–371.
4. Sanjarbek B. The Role of High-Tech Marketing in Improving the Efficiency Of Marketing Services in Enterprises // *European journal of business startups and open society*. – 2022. – Т. 2. – №. 2. – С. 120-125..
5. Boyjigitov S. Opportunities to Increase the Effectiveness of Marketing Activities in the Enterprise // *Middle European Scientific Bulletin*. – 2022. – Т. 21. – С. 82-87..
6. Abduraxmanova. Bank xizmatlari bozorida marketing faoliyatini rivojlantirish. Iqtisod fanlari nomzodi ilmiy darajasini olish uchun taqdim etilgan dissertasiya avtoreferati. T.2010 y. 9.b
7. Parpiev. Banka yangi mijozlarni jal etish va mijozlar siyosatini amalga oshirish xususiyatlari. "Iqtisodiyot va ta'lim", 2011 yil, 6-son. 127 b

## Адаптивное обучение в электронной среде: исследование применимости и эффективности для развития профессиональных компетенций педагогов

Рустамов Жамшид Эргашевич,

Самаркандский институт экономики и сервиса

**Аннотация:** статья исследует применение адаптивного обучения в электронной среде для развития профессиональных компетенций педагогов. Электронное обучение, адаптированное к индивидуальным потребностям и уровню подготовки учащихся, становится всё более популярным. В статье рассматриваются инновационные подходы к совершенствованию методики обучения через электронные системы, процесс их внедрения в образовательные учреждения, а также выводы по оптимизации использования таких систем для обучения педагогов.

**Ключевые слова:** адаптивное обучение, электронная среда, профессиональные компетенции, педагоги, методика обучения.

### I. Введение

В современном информационном обществе адаптивное обучение в электронной среде выделяется как перспективное направление для развития профессиональных компетенций педагогов. Исследование нацелено на изучение его применимости и эффективности. Целью является выявление факторов успешного внедрения и оценка влияния на профессиональные навыки педагогов. Решаются задачи:

1. Анализ теоретических основ и технологических решений.
2. Оценка опыта в педагогической практике.
3. Определение эффективности для развития компетенций педагогов.

Проведение исследования позволит расширить понимание и выявить пути оптимизации данного подхода в педагогической практике.

## **II. Обзор литературы**

### *История развития электронных систем в образовании*

История электронных систем в образовании связана с совершенствованием учебного процесса и интеграцией информационных технологий. В 1960-х компьютеры внедрились в образование, начав с автоматизации административных процессов. В 1970-1980-х появились программы обучения для компьютеров, расширяя возможности учебного процесса. В конце 20-го и начале 21-го века интернет и онлайн обучение стали доступными через платформы дистанционного обучения и MOOC. Сегодня важное внимание уделяется персонализации обучения через адаптивные системы, которые используют данные о предпочтениях и уровне знаний учащихся для индивидуализации образовательного опыта. Исследование применимости и эффективности адаптивного обучения для развития компетенций педагогов является логическим шагом в эволюции образования, направленным на повышение качества подготовки педагогических кадров и оптимизацию их профессионального развития.

## **III. Методология исследования**

### *Определение целевой аудитории исследования*

Целевая аудитория данного исследования представляет собой педагогические работники различных уровней образовательной системы, включая учителей, преподавателей, администраторов образовательных учреждений и других специалистов, занимающихся профессиональной деятельностью в области образования.

1. Учителя и преподаватели: Основная целевая группа исследования включает в себя учителей и преподавателей различных уровней и типов образовательных учреждений, включая школы, колледжи, университеты и

другие образовательные организации. Это включает как преподавателей с опытом работы, так и начинающих педагогов.

2. Администраторы образовательных учреждений: Другая важная группа целевой аудитории включает в себя администраторов образовательных учреждений, таких как директора школ, деканы университетов, руководители образовательных программ и другие лица, принимающие решения об использовании технологий и методов обучения в своих учреждениях.

3. Специалисты в области образования: Кроме того, исследование может заинтересовать специалистов в области образования, таких как консультанты по образованию, научные работники, разработчики учебных программ и другие профессионалы, чья деятельность связана с методами и технологиями обучения.

Целевая аудитория исследования охватывает широкий спектр профессиональных компетенций и уровней опыта в области образования, что позволит получить разносторонний и информативный взгляд на применимость и эффективность адаптивного обучения в электронной среде. Включение различных сторон образовательного процесса позволит также учитывать разнообразные потребности и контексты, в которых может использоваться адаптивное обучение, и предложить рекомендации, нацеленные на максимальное удовлетворение этих потребностей.

#### **IV. Инновационные подходы к совершенствованию методики обучения через электронную систему**

##### *Адаптивное обучение и персонализация образовательного процесса*

Адаптивное обучение в электронной среде представляет собой инновационный подход к образованию, основанный на персонализации учебного процесса в соответствии с индивидуальными потребностями,

уровнем знаний и предпочтениями каждого учащегося. Этот подход не только улучшает доступность образования, но и значительно повышает эффективность обучения, адаптируя его к индивидуальным особенностям каждого учащегося.

#### **Адаптивное обучение:**

Одним из ключевых инновационных подходов в области адаптивного обучения является использование алгоритмов машинного обучения и искусственного интеллекта для анализа данных обучающего процесса. Эти алгоритмы могут анализировать данные о производительности учащегося, его ответах на вопросы, времени, затраченном на выполнение заданий, и многом другом, чтобы определить его индивидуальные потребности и предпочтения.

#### **Персонализация образовательного процесса:**

Основным преимуществом адаптивного обучения является его способность к персонализации образовательного процесса. Путем анализа данных о каждом учащемся система адаптивного обучения может предложить ему индивидуализированные учебные материалы, задания и методы обучения, которые наилучшим образом соответствуют его потребностям и уровню подготовки. Это позволяет учащимся эффективнее усваивать материал и достигать лучших результатов в обучении.

#### **Адаптивные образовательные платформы:**

Существует ряд инновационных образовательных платформ, специально разработанных для реализации адаптивного обучения. Эти платформы часто предоставляют широкий выбор обучающих материалов, интерактивных заданий и тестов, которые автоматически адаптируются к индивидуальным потребностям каждого учащегося. Они также обеспечивают возможность

мониторинга прогресса и результатов обучения для учителей и администраторов образовательных учреждений.

Заключение: адаптивное обучение в электронной среде представляет собой инновационный подход, который способствует повышению эффективности образования и развитию профессиональных компетенций педагогов. Персонализация образовательного процесса с помощью адаптивных систем позволяет максимально эффективно использовать время и ресурсы, обеспечивая каждому учащемуся оптимальные условия для обучения и развития.

## **V. Разработка и внедрение инновационных методик обучения**

### *Процесс внедрения методик в образовательные учреждения*

Внедрение инновационных методик обучения, основанных на адаптивном обучении в электронной среде, в образовательные учреждения требует системного и целенаправленного подхода. Ниже представлены основные этапы процесса внедрения таких методик:

#### 1. Подготовительный этап:

- **Анализ потребностей:** Проведение анализа текущего состояния образовательного процесса и выявление потребностей учащихся и педагогов в контексте адаптивного обучения.

- **Изучение лучших практик:** Изучение опыта других образовательных учреждений, успешно внедривших адаптивное обучение, и выявление лучших практик.

#### 2. Разработка методик и программ обучения:

- **Создание учебных материалов:** Разработка учебных материалов, заданий и тестов с учетом принципов адаптивного обучения и индивидуальных потребностей учащихся.

•Выбор образовательных платформ: Выбор или разработка образовательных платформ, поддерживающих адаптивное обучение, и настройка их в соответствии с требованиями учебных программ.

### 3. Тестирование и адаптация:

•Пилотное тестирование: Проведение пилотного тестирования разработанных методик на ограниченной группе учащихся и педагогов для выявления и устранения возможных проблем и недочетов.

•Адаптация методик\*\* : Внесение корректив в методики обучения на основе обратной связи от участников пилотного тестирования.

### 4. Обучение персонала:

•Подготовка педагогов: Обучение педагогических кадров новым методикам обучения, включая ознакомление с принципами адаптивного обучения и особенностями использования образовательных платформ.

### 5. Внедрение и масштабирование:

•Постепенное внедрение: Постепенное внедрение адаптивных методик обучения в образовательный процесс с учетом готовности и возможностей учреждения.

•Масштабирование: Расширение использования адаптивного обучения на все уровни образовательного процесса и во все образовательные программы учреждения.

### 6. Оценка эффективности:

•Сбор и анализ даны: Сбор и анализ данных о результатах обучения и удовлетворенности учащихся и педагогов новыми методиками обучения.

•Оценка результатов: Оценка эффективности внедрения адаптивного обучения на основе собранных данных и корректировка методик в соответствии с полученными результатами.

Процесс внедрения инновационных методик обучения через адаптивное обучение в электронной среде требует тщательного планирования, координации и обратной связи со всеми участниками образовательного процесса. Однако успешное внедрение таких методик может значительно повысить эффективность обучения и развитие профессиональных компетенций педагогов.

#### **VI. Заключение**

Исследование применимости и эффективности адаптивного обучения в электронной среде для развития профессиональных компетенций педагогов выявило несколько ключевых выводов, которые могут служить основой для совершенствования методики обучения через электронную систему.

Во-первых, адаптивное обучение представляет собой мощный инструмент для индивидуализации образовательного процесса и повышения эффективности обучения. Персонализированный подход к каждому ученику позволяет максимально учитывать его индивидуальные потребности, стиль обучения и темп усвоения материала.

Во-вторых, эффективное использование адаптивного обучения требует не только разработки соответствующих технологических решений, но и готовности педагогов к интеграции этих инновационных методик в образовательный процесс. Поэтому важно обеспечить достаточную подготовку и поддержку педагогических кадров, включая обучение новым методикам и технологиям.

Кроме того, успешное внедрение адаптивного обучения требует системного подхода и эффективного управления изменениями в образовательной организации. Это включает в себя не только техническую поддержку и инфраструктурные решения, но и активное вовлечение всех заинтересованных сторон в процесс изменений.

Наконец, адаптивное обучение открывает новые возможности для развития профессиональных компетенций педагогов. Внедрение инновационных методик обучения через электронную систему может способствовать повышению уровня квалификации и развитию профессиональных навыков педагогов, что в конечном итоге приведет к улучшению качества образования.

Таким образом, совершенствование методики обучения через электронную систему на основе адаптивного обучения представляет собой важное направление развития современной образовательной практики, способное значительно повысить эффективность обучения и развития профессиональных компетенций педагогов.

## **VII. Список литературы**

1. J.E. Rustamov Methods of Teaching, Methodology And Teaching Technologies in The Development of The Skills of Today's Economists in The Electronic Information, International Journal of Scientific Research And Education. Volume||07||Issue||03||March-2019||Pages-8114-8118||ISSN(e):2321-7545 Website: <http://jsae.in>

2. Sh.Sh. Rajaboev USE OF INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN THE ACCOUNTING OF ENTERPRISES // Теория и практика современной науки. 2023. №10 (100). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/use-of-information-and-communication-technologies-in-the-accounting-of-enterprises> (дата обращения: 25.02.2024).

3. A. E. Ernazarov, Specific features of training. International Journal on Integrated Education, 3(5), 30-34.

4. Brusilovsky, P. (2001). Adaptive Hypermedia. User Modeling and User-Adapted Interaction, 11(1-2), 87–110. DOI: 10.1023/A:1011111830404