

Impact Factor:

ISRA (India) = 4.971
ISI (Dubai, UAE) = 0.829
GIF (Australia) = 0.564
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
ПИИЦ (Russia) = 0.126
ESJI (KZ) = 8.997
SJIF (Morocco) = 5.667

ICV (Poland) = 6.630
PIF (India) = 1.940
IBI (India) = 4.260
OAJI (USA) = 0.350

SOI: [1.1/TAS](#) DOI: [10.15863/TAS](#)

International Scientific Journal Theoretical & Applied Science

p-ISSN: 2308-4944 (print) e-ISSN: 2409-0085 (online)

Year: 2020 Issue: 09 Volume: 89

Published: 01.09.2020 <http://T-Science.org>

QR – Issue



QR – Article



Konstantin Ivanovich Kurpayanidi

Fergana Polytechnic Institute
Doctor of philosophy in Economics, docent,
Professor of the Russian Academy of natural Sciences
Corresponding Member of the International Academy
of Theoretical and Applied Sciences
Fergana, Uzbekistan
ORCID id: 0000-0001-8354-1512
konstantin@ferpi.uz,
w7777@mail.ru

TO THE PROBLEM OF DOING BUSINESS IN THE CONDITIONS OF THE DIGITAL ECONOMY

Abstract: the article discusses topical issues of the formation of the digital economy in the Republic of Uzbekistan. The approaches to the definition and global trends in the development of "Digital economy" have been studied. TOP of the most expensive companies in the world in 2020 according to FORBS. On the basis of this, a global trend of transformation of production into the information sphere was revealed. The directions of digitalization at the company level are highlighted, two main blocks of digitalization areas at the enterprise are identified: general and connecting. The author's vision of adaptation of business entities to functioning in the digital economy is presented.

Key words: doing business, entrepreneurship, digital economy, digital infrastructure, digital transformation of management, economy of Uzbekistan.

Language: Russian

Citation: Kurpayanidi, K. I. (2020). To the problem of doing business in the conditions of the digital economy. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 09 (89), 1-7.

Soi: <http://s-o-i.org/1.1/TAS-09-89-1> **Doi:**  <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2020.09.89.1>

Scopus ASCC: 2000.

К ПРОБЛЕМЕ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Аннотация: в статье рассматриваются актуальные вопросы формирования цифровой экономики в Республике Узбекистан. Изучены подходы к определению и мировые тенденции в развитии «Digital economy». ТОП самых дорогих компаний мира в 2020 года по версии компании FORBS. На основе этого выявлена общемировая тенденция трансформации производства в информационную сферу. Выделены направления цифровизации на уровне компании, определены два основных блока направлений цифровизации на предприятии: общие и связующие. Представлено авторское видение адаптации субъектов предпринимательства к функционированию в условиях цифровой экономики.

Ключевые слова: ведение бизнеса, предпринимательство, цифровая экономика, цифровая инфраструктура, цифровая трансформация управления, экономика Узбекистана.

Введение

УДК 338.24: 004.9

В настоящее время развитие цифровой экономики происходит во всем мире и во всех

сферах жизни общества благодаря инновационному росту и трансформации процессов в результате появления новых технологий. Бизнес-сообществом и правительством Республики Узбекистан,

Impact Factor:

ISRA (India) = 4.971
ISI (Dubai, UAE) = 0.829
GIF (Australia) = 0.564
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
ПИИЦ (Russia) = 0.126
ESJI (KZ) = 8.997
SJIF (Morocco) = 5.667

ICV (Poland) = 6.630
PIF (India) = 1.940
IBI (India) = 4.260
OAJI (USA) = 0.350

объективно осознана необходимость ускорения процессов цифровизации и цифровой трансформации экономики в целях достижения конкурентоспособных позиций в формирующемся цифровом пространстве новой мировой экономики. Это приобретает особую актуальность в условиях ликвидации последствий пандемии COVID-19. Цифровая экономика задает вектор, по которому будут развиваться социально-экономические системы микро-, мезо-, макроуровней на долгосрочную перспективу, что вызывает необходимость исследования и всестороннего анализа процессов цифровой трансформации для ведения эффективного бизнеса в стране [1].

Бывшая прежде приоритетом для отдельных инновационных бизнес-структур, в настоящее время цифровая трансформация стала массовым явлением, а соответствующие проекты – жизненно важными для успеха не только отдельных компаний, но также регионов и стран. Перспективы развития цифрового сектора национальной экономики в Узбекистане поднимается до государственного уровня, и в этом направлении реализуются широкомасштабные меры.

Методология исследования

Методологическую основу исследования составляют исследовательский подход, аналоговый подход, диалектический подход, ситуационный подход, методы логического и сравнительного анализа, методы наблюдения и статические методы.

Анализ и результаты

События последних месяцев, связанные со стремительным распространением коронавирусной инфекции COVID-19, заставили многих бизнесменов сменить приоритеты. Даже компании, традиционно предоставлявшие услуги в режиме оффлайн, постарались адаптировать свои сервисы под условия новой реальности. Несмотря на губительное влияние пандемии на мировую экономику, для ее цифровой составляющей вирус, возможно, станет скорее плюсом, чем минусом. Цифровизация затронула и те сферы жизни, где до этого уверенно лидировал оффлайн-формат. Так, существенно расширился перечень государственных интерактивных услуг, доступных на правительственном портале tu.gov.uz, практически большинство коммерческих банков активировали удаленное управление банковскими услугами для бизнеса, а для физических лиц налажено открытие и управление банковскими карточными счетами в системах Uzcard, Humo и Visa. Особого внимания, несомненно, заслуживает один из наиболее

востребованных видов цифровых сервисов – доставка товаров на дом [2].

Отдельное внимание вопросам развития цифровой экономики и инновационного развития стало уделяться в Узбекистане в последние три года. В частности, в ноябре 2017-го образовано Министерство инновационного развития, в феврале 2018-го в структуре Мининфокома были созданы управления развития цифровой экономики и электронного правительства. В мае 2018 года принято постановление Президента «О мерах по ускоренному развитию электронной коммерции», которым утверждена Программа развития электронной коммерции на 2018-2021 годы, в июле – постановление «О мерах по развитию цифровой экономики в Республике Узбекистан», в ноябре – постановление «О мерах по дальнейшей модернизации цифровой инфраструктуры в целях развития цифровой экономики», которым образован Фонд поддержки развития цифровой экономики «Цифровое доверие». В декабре 2019 года принят Указ главы государства «О дополнительных мерах по внедрению цифровой экономики, электронного правительства, а также информационных систем в государственном управлении Республики Узбекистан». Вместе с этим, внедряются системы электронного документооборота, развиваются электронные платежи и совершенствуется нормативно-правовая база, созданная в области электронной торговли. В то же время цифровая экономика, работающая на информационно-технологических платформах, ускоренно развивается.

Президент Узбекистана Шавкат Мирзиёев в Послании к Олий Мажлису поставил задачу по внедрению цифровых технологий в сферы строительства, энергетики, сельского и водного хозяйства, транспорта, геологии, здравоохранения, образования, кадастрового и архивного дела [3]. По его словам, будет критически пересмотрена система «Электронное правительство». В ближайшее время завершат разработку программы «Цифровой Узбекистан-2030». Президент Узбекистана отметил, что «... мы должны глубоко освоить цифровые знания и информационные технологии, что даст нам возможность идти по самому короткому пути к достижению всестороннего прогресса. В современном мире цифровые технологии играют решающую роль во всех сферах... мы поставили перед собой цель войти в ряд развитых государств и сможем достичь ее, только проводя ускоренные реформы, опираясь на науку, просвещение и инновации».

Поставленные в Послании цели и задачи конкретизированы в Государственной программе по реализации Стратегии действий по пяти приоритетным направлениям развития

Impact Factor:

ISRA (India) = 4.971
ISI (Dubai, UAE) = 0.829
GIF (Australia) = 0.564
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
РИИЦ (Russia) = 0.126
ESJI (KZ) = 8.997
SJIF (Morocco) = 5.667

ICV (Poland) = 6.630
PIF (India) = 1.940
IBI (India) = 4.260
OAJI (USA) = 0.350

Республики Узбекистан в 2017-2021 годах в Год развития науки, просвещения и цифровой экономики, которая утверждена Указом Президента от 2 марта 2020 года.

Рассмотрим терминалогию «цифровая экономика» («Digital economy»).

Согласно Oxford English Dictionary понятие цифровизации включает в себя сегодня адаптацию и рост использования цифровых или компьютерных технологий в хозяйственной деятельности отдельного предприятия, домохозяйства, отрасли экономики или национальной экономики в целом. Помимо понятия «Цифровая экономика» существует еще ряд терминов, характеризующих процесс использования цифровых технологий в хозяйственной и бытовой деятельности, таких как New Economy, E-economy, Network economy.

Считается, что термин «Цифровая экономика» в 1995 году ввел в оборот американский ученый из Массачусетского университета Николас Негропonte, который описал процесс цифровизации в книге «Being Digital».

В данной книге Негропonte дал прогноз формирования цифровой экономики и слияния информационного, интерактивного и мира развлечений в единую цифровую сеть, а также описал и дал прогнозы процессу генезиса цифровой экономики с последующей цифровизацией жизни человека и хозяйственной деятельности [4].

Международное признание понятие «цифровая экономика» получило в 2016 г., после выхода доклада Всемирного банка о мировом развитии «Digital Dividends» [5].

В международной практике до сих пор не сложилось гармонизированное определение цифровой экономики. В большинстве зарубежных источников при описании цифровой экономики акцент делается на технологиях и связанных с их использованием изменениях в способах взаимодействия экономических агентов. При этом могут упоминаться либо конкретные виды технологий, либо те или иные формы изменений экономических процессов. Часто определение цифровой экономики подменяют перечислением направлений ее влияния на экономику и социальную сферу.

Так, ряд ученых определяют цифровую экономику как экономику, характерной особенностью которой является максимальное удовлетворение потребностей всех ее участников за счет использования информации, в том числе персональной. Это становится возможным благодаря развитию информационно-коммуникационных и финансовых технологий, а также доступности инфраструктуры, вместе обеспечивающих возможность полноценного

взаимодействия в гибридном мире всех участников экономической деятельности: субъектов и объектов процесса создания, распределения, обмена и потребления товаров и услуг [6].

Исходя из многолетнего опыта формирования принципиально новых отраслей статистики, связанных с наукой, технологиями и инновациями, для целей статистического измерения развития цифровой экономики нами предлагаются следующие взаимосвязанные определения:

- *цифровая экономика* — деятельность по созданию, распространению и использованию цифровых технологий и связанных с ними продуктов и услуг;

- *цифровые технологии* — технологии сбора, хранения, обработки,

- *поиска, передачи и представления данных в электронном виде.*

В целом, по определению Всемирного банка цифровая экономика – система экономических, социальных и культурных отношений, основанных на использовании цифровых информационно-коммуникационных технологий [7].

Как показывает мировой опыт, цифровая экономика является движущей силой ускорения глобального экономического развития, повышения производительности производства, создания новых рынков и отраслей. Она также открывает новые возможности для инклюзивного и устойчивого экономического роста [8]. Однако ускорения экономического развития добиваются те страны и экономические объединения, которые планомерно выстраивают основы и механизмы лидерства в цифровой экономике.

Активное развитие цифровой экономики становится мировой тенденцией, которая охватывает все сферы хозяйственной деятельности. Цифровая трансформация предполагает преобразование существующих классических хозяйствующих субъектов в так называемые «цифровые компании». Функционирование данных компаний должно определяться новыми экономическими и управленческими принципами. Этот процесс адаптации к новым условиям бизнеса. Именно поэтому тема данного исследования становится как никогда актуальной [9].

Современная цифровая экономика задает направления трансформации традиционных секторов экономики, возникновения новых рынков и ниш. Новые бизнес-модели являются клиентоориентированными, что полностью определяет их структуру: от ценностного предложения, направленного на решение предсказанной потребности клиента, своевременной доставки и до потоков доходов,

Impact Factor:

ISRA (India) = 4.971
ISI (Dubai, UAE) = 0.829
GIF (Australia) = 0.564
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
ПИИЦ (Russia) = 0.126
ESJI (KZ) = 8.997
SJIF (Morocco) = 5.667

ICV (Poland) = 6.630
PIF (India) = 1.940
IBI (India) = 4.260
OAJI (USA) = 0.350

основанных на времени использования продукта клиентом. Основной параметр конкурентоспособности новых бизнес-моделей — скорость вывода нового продукта на рынок - *timetomarket*. Актуальные подходы к разработке и производству на базе передовых производственных технологий позволяют сократить время выхода продукта на рынок и использовать итерационный подход к обновлениям и улучшениям, адаптируясь под изменяющиеся потребности клиентов благодаря простоте смены поставщиков и тестирования новых концепций и товаров (компания Tesla запускает новые опции и исправляет претензии в режиме реального времени, удаленно через обновления программного обеспечения; Facebook тестирует и запускает обновления для отдельных групп пользователей дважды в день и т.п.). Важнейшей задачей современных бизнес-моделей является создание омниканального пространства (взаимодействовать с клиентами комплексно, чтобы обеспечить опыт общения с брендом по всем и каждому в отдельности каналу), синхронизация данных и информации во всех цифровых и физических каналах взаимодействия для удовлетворения потребностей клиентов в любое время и в любом месте.

Так, если в XX веке конкурентным преимуществом хозяйствующего субъекта являлся определенный набор и объем экономических ресурсов, в настоящее время ситуация кардинально изменилась: информация как фактор производства выходит на первый план, нематериальные активы растут в своей цене [10].

В списке крупнейших компаний, включенных ресурсом Forbes¹ в ТОП самых дорогих компаний мира в 2020 году, лидирующие позиции занимают представители нового поколения - компании, чья деятельность сосредоточена вокруг цифровых технологий (Таб.1.).

Топ-10. Когда речь идет о стоимости бренда, ведущие IT-компании — безусловные лидеры. В рейтинге 100 самых дорогих брендов по версии Forbes 2020 года первые пять строк занимают те же участники, что и в прошлом году: Первые четыре компании сохранили или увеличили темпы роста стоимости бренда, однако Facebook оказался в отстающих: бренд социальной сети за год подешевел на 21%.

Проанализируем эти бренды в цифрах:

- Общая стоимость 100 самых дорогих брендов за год выросла с \$2,33 трлн до \$2,54 трлн.
- Больше 50 компаний из топ-100 расположены в США. В числе других наиболее широко представленных стран — Япония (6 брендов), Германия (10), Франция (9) и Швейцария (5).

- Самая популярная отрасль в рейтинге — IT (20 компаний). Затем следуют финансовые услуги (14), автопромышленность (11) и розничная торговля (8).

Быстрорастущие бренды. Позиции нескольких брендов в ежегодном рейтинге, который учитывает финансовые показатели за предыдущий отчетный год, заметно изменились. Visa поднялась с 25-го на 18-е место, Adidas — с 61-го на 51-е место, а Netflix подскочил с 38-го на 26-е место. Изменилось также положение некоторых производителей товаров роскоши: Chanel переместилась с 79-го на 52-е место, а Cartier — с 64-го на 56-е.

Топ-100 2021 года может выглядеть совсем иначе, поскольку коронавирус и экономический кризис продолжают влиять на самые крупные и самые маленькие компании по всему миру. Однако сейчас ситуация выглядит так, что компании, которые заметнее всего выросли в 2019 году, такие как Amazon, Netflix и PayPal, могут остаться в выигрыше после пандемии благодаря трендам в области онлайн-торговли, стриминга и обработки платежей.

Таблица 1. ТОП 10 самых дорогих компаний мира в 2020 году²

№	Наименования компании	Стоимость бренда, млрд. долларов США	Изменения к предыдущему году, %
1	Apple inc.	241,2	+17
2	Google Материнская компания: Alphabet Inc.	207,5	+24
3	Microsoft	162,9	+30
4	Amazon	135,4	+40
5	Facebook	70,3	-21
6	Coca-Cola	64,4	+9
7	Disney	61,3	+18
8	Samsung	50,4	-5

¹ <https://www.forbes.ru/biznes/405947-samye-dorogie-brendy-mira-2020-goda-po-versii-forbes>

² данные на 29 июля 2020 года

Impact Factor:	SISRA (India) = 4.971	SIS (USA) = 0.912	ICV (Poland) = 6.630
	ISI (Dubai, UAE) = 0.829	ПИИЦ (Russia) = 0.126	PIF (India) = 1.940
	GIF (Australia) = 0.564	ESJI (KZ) = 8.997	IBI (India) = 4.260
	JIF = 1.500	SJIF (Morocco) = 5.667	OAJI (USA) = 0.350

9 Louis Vuitton	47,2	+20
1 McDonald's	46,1	+5

Из приведенной таблицы видно, что компанию в большинстве своем заняты в сфере интернета, электроники, разработки программного обеспечения, электронной коммерции, информационных технологий. Это говорит о том, что предприятия, концентрирующиеся на адаптации цифровых инструментов в бизнесе, имеют возможность максимизировать отдачу в своей деятельности.

Важно понимать, что эта адаптация не происходит сама по себе - этот процесс требует грамотного стратегического управления со стороны компании. Если рассматривать более подробно каждое из направлений цифровизации, то следует обратить внимание на выделение двух видов изменений на предприятии: общие и связующие (Таб.2). Совершенствование этих направлений должно идти параллельно и комплексно.

Таблица 2. Изменения компании в условиях цифровой экономики

I. Общие направления изменений	II. Связующие направления изменений
<i>Производство, организация управления, логистика, система продаж и кадровая политика (прием на работу, переобучение, дополнительное образование работников).</i>	<i>Достаточно размытые границы и в полной мере отражают инфраструктуру, готовую к совершенствованию общих элементов</i>

Элементы общих направлений имеют свои особенности и могут проводить совершенствование с помощью специфических цифровых технологий: программного обеспечения, формирования нормативно-правовой базы и т.п.

Выделенные виды изменений, на наш взгляд, должны стать приоритетными на первых этапах цифровизации предприятия, для сохранения и повышения, имеющегося качества производимой продукции и увеличения ее конкурентоспособности.

Безусловно, в конкурентоспособной экономике путь цифровизации у каждого субъекта предпринимательства будет индивидуален и по подходам, и по времени, но трансформация необходима, и главное для высшего звена менеджмента компаний — это полное понимание целесообразности и актуальности мероприятий по активному внедрению инновационных технологий в производственный процесс [11,12].

Для разработки стратегии развития в контексте цифровизации, субъектам бизнеса, по нашему мнению, необходимо учитывать специфику новой экономической модели.

Василенко Н.В. в статье «Цифровая экономика, концепция и реальность» [13] выделяет три базовые составляющие цифровой экономики:

I. **инфраструктура**, включающая аппаратные средства, программное обеспечение, телекоммуникации и т.д.;

II. **электронные бизнес операции**, охватывающие деловой-процесс, реализуемые через компьютерные сети в рамках виртуальных

взаимодействий между субъектами виртуального рынка;

III. **электронная коммерция**, подразумевающая поставку товаров с помощью сети Интернет и представляющая собой в настоящее время самый крупный сегмент цифровой экономики.

Основными чертами цифровой экономики определяют следующие:

- экономическая деятельность сосредотачивается на платформах «цифровой» экономики;
- персонифицированные сервисные модели;
- непосредственное взаимодействие производителей и потребителей;
- распространение экономики совместного пользования;
- значительная роль вклада индивидуальных участников.

Очевидно, что цифровая экономика обеспечивает создание новых рынков товаров и услуг. Как коммерческие, так и государственные, услуги и товары становятся доступнее: теперь не только жители мегаполисов имеет возможность воспользоваться необходимой услугой или приобрести нужный товар.

В целом, контент, предоставляемый цифровой экономикой, является более информационно насыщенным, разнообразным, качественным и быстрым. Информация и нематериальные активы растут в своей значимости.

Цифровые активы могут использоваться неограниченным количеством людей, легко копироваться и распространяться. Теперь вывод

Impact Factor:

ISRA (India) = 4.971
ISI (Dubai, UAE) = 0.829
GIF (Australia) = 0.564
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
РИИЦ (Russia) = 0.126
ESJI (KZ) = 8.997
SJIF (Morocco) = 5.667

ICV (Poland) = 6.630
PIF (India) = 1.940
IBI (India) = 4.260
OAJI (USA) = 0.350

продукта на глобальный рынок стал гораздо доступнее и быстрее, нет привязанности к поставщикам из местных регионов. Стоит также отметить, что материальные активы имеют тенденцию к изнашиванию, что у цифровых в процессе эксплуатации не происходит.

Человеческий капитал приобретает ценность. Уровень цифровой грамотности персонала становится одним из важных факторов дальнейшего развития компании. Изменения, которые несет за собой цифровая экономика, должны учитываться менеджментом компании при принятии управленческих решений, приспособление к ним является неотъемлемой частью процесса адаптации предприятия. Чтобы обеспечить себе конкурентные преимущества, компании стремятся активно формировать и реализовывать новые стратегические решения, опираясь на условия новой экономики [14].

Исходя из данных особенностей, сформулируем некоторые преимущества цифровой экономики:

- Стоимость оказания услуг on-line пространстве ниже, чем в off-line среде. Таким образом, у предприятия появляется возможность экономить на издержках. Эффективность производства повышается.

- Новые рынки товаров и услуг открывают новые перспективы для получения дохода.

- Субъекты предпринимательства имеют возможность выхода на глобальный рынок, скорость масштабирования увеличивается. Компания перестает быть зависимым от местных поставщиков.

- Появилась возможность сбора, хранения и обработки гораздо более значительных, чем ранее, массивов информации. Она применяется, в том числе, и для коммуникаций бизнеса, и работы над управленческими решениями. В целом, цифровая экономика привнесла ряд качественных изменений, позволяющих решать организационные и управленческие проблемы, которые ранее устранить было нелегко. Тема цифровой экономики активно обсуждается не только в бизнес-среде, но и в научном сообществе [15,16,17].

Нами был проведен обзор источников, которые концентрируются над проблемой адаптации современных компаний к условиям «Digital economy».

Синтез полученных знаний помог выявить основные направления влияния развития цифровой экономики на предприятие. Определение данных направлений и обоснование критериев для разработки стратегии дальнейшего развития компании составляют значимость данного исследования. Ключевыми выводами стали критерии для построения стратегии

компании, адаптирующейся к условиям цифровой экономики.

Первым критерием стала ориентация на клиента, работа над повышением его лояльности к производимому продукту.

Второй пункт - компании стоит уделять особое внимание на разработку и осуществление HR стратегии. В новых условиях появляется необходимость непрерывного образования и развития цифровых навыков у сотрудников компании.

Третьим пунктом является внедрение инновационных продуктов и технологий в деятельность компании. В больших корпорациях для этих целей образуют новые подразделения. Наличие сотрудников, отвечающих за внедрение и разработку инновационных продуктов, является одним из показателей уровня цифровизации предприятия.

Заключение

Основным выводом данного исследования является то, что стратегия современных компаний в условиях цифровизации - это стратегия в условиях изменений, и ее специфика заключается в ее гибкости. Также следует учитывать волатильность внешней среды, поскольку подверженность изменениям в процессе реализации - одна из важных черт стратегии «цифрового» предприятия.

Таким образом, развитые страны мира характеризуются доминированием в экономике сферы услуг и появлением на их базе информационных технологий. Появление Интернета и снижение стоимости доступа в глобальную сеть стали настоящей информационной (цифровой) революцией, которая изменила жизнь человечества в целом, и экономику в частности. С переходом крупных мировых экономик к пятому технологическому укладу и началом формирования компонентов шестого, критически возрастает роль информации как фактора производства [18]. Грамотное управление компанией в условиях внедрения новой модели экономики заключается в установлении гармонии бизнеса с цифровыми трансформациями. Адаптация к новым условиям диктует предприятию ряд условий, которые необходимо выполнять, чтобы оставаться конкурентоспособным [19,20]. Вместе с этим, это не означает, что изменения компании должны быть кардинальными, замещающими ее прежнее состояние. Цифровая экономика дополняет и дает возможности для развития и выхода компании на новый уровень. Цель компании - объединение новых технологий и предыдущего опыта. Активное внедрение в бизнес-процессы новейших разработок и достижений в области цифровой экономики даст возможность для нелинейного

Impact Factor:

ISRA (India) = 4.971
ISI (Dubai, UAE) = 0.829
GIF (Australia) = 0.564
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
ПИИЦ (Russia) = 0.126
ESJI (KZ) = 8.997
SJIF (Morocco) = 5.667

ICV (Poland) = 6.630
PIF (India) = 1.940
IBI (India) = 4.260
OAJI (USA) = 0.350

рывка в росте производительности труда, снижения издержек, а также создания

конкурентоспособной отечественной продукции на мировом рынке.

References:

1. Muminova, E., Honkeldiyeva, G., Kurpayanidi, K., & Akhunova, Sh. (2020). *Features of Introducing Blockchain Technology in Digital Economy Developing Conditions in Uzbekistan*. E3S Web Conf., 159, 04023 DOI: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202015904023>
2. Kurpayanidi, K. I., Abdullaev, A. M., Nabieva, N. M., Muminova, E. A., & Honkeldiyeva, G. Sh. (2020). Economic and Social Policies During Covid-19 Period: Relief Plan of Uzbekistan. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(06), 5910 - 5921. <http://sersc.org/journals/index.php/IJAST/article/view/19871>
3. (2020). Poslaniye Prezidenta Respubliki Uzbekistan Shavkata Mirziyoeva Oliy Mazhlisu// *Narodnoye slovo*, №19 ot 25 yanvarya 2020 g.
4. Nicholas, N. (1995). *Being digital*. Hodder&Stoughton, London.
5. (2016). World Development Report 2016: Digital Dividends. Retrieved from <https://www.worldbank.org/en/publication/wdr2016>
6. Keshelava, A. V., et al. (2017). Introduction to the "digital" economy (On the threshold of the "digital future". Book one). (p.12). Moscow: VNIIGeosystem.
7. (2015). *Business Europe*, [Digital Economy, Business Europe, 2015], Retrieved from <https://www.busineurope.eu/policies/digital-economy>
8. (2016). *G20 Digital Economy Development and Cooperation Initiative*, 2016, [G20 Digital Economy Development and Cooperation Initiative], Retrieved from http://www.g20chn.com/xwzxEnglish/sum_ann/201609/P020160912341422794014.pdf
9. Valenduc, G., & Vendramin, P. (2016). *Work in the digital economy: sorting the old from the new* (Vol. 3). Brussels: European Trade Union Institute.
10. Holford, W. D. (2019). The future of human creative knowledge work within the digital economy. *Futures*, 105, 143-154.
11. Tarakanov, V. V., Inshakova, A. O., & Dolinskaya, V. V. (2019). Information society, digital economy and law. In *Ubiquitous Computing and the Internet of Things: Prerequisites for the Development of ICT* (pp. 3-15). Springer, Cham.
12. Popkova, E. G. (2019). *Digital Economy: Complexity and Variety vs. Rationality*. B. S. Sergi (Ed.). Springer International Publishing AG.
13. Vasilenko, N. V. (2017, May). *Digital Economy: Concepts and Reality*. In Innovation clusters in the digital economy: theory and practice (pp. 147-151).
14. Margianti, E.S., Ikramov, M.A., Abdullaev, A.M., & Kurpayanidi, K.I. (2020). *Role of goal orientation as a predictor of social capital: Practical suggestions for the development of team cohesiveness in SME's*. Monograph. Gunadarma Publisher, Indonesia. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.28953.44641>
15. Isin, E. F., & Ruppert, E. S. (2020). *Being digital citizens*. Rowman & Littlefield Publishers.
16. Turban, E., Leidner, D., McLean, E., Wetherbe, J., & Cheung, C. (2006). Information technology for management: *Transforming organizations in the digital economy* (Vol. 5). USA: Wiley.
17. Brynjolfsson, E., & Kahin, B. (Eds.). (2002). *Understanding the digital economy: data, tools, and research*. MIT press.
18. Popkova, E. G. (2019). *Digital Economy: Complexity and Variety vs. Rationality*. B. S. Sergi (Ed.). Springer International Publishing AG.
19. Kurpayanidi, K.I. (2020). About some questions of classification of institutional conditions determining the structure of doing business in Uzbekistan. *South Asian Journal of Marketing & Management Research (SAJMMR)* Vol. 10, Issue 5, May 2020, pp.18-28. Doi: <https://dx.doi.org/10.5958/2249-877X.2020.00029.6>
20. Abdullaev, A.M., & Kurpayanidi, K.I. (2020). Analysis of industrial enterprise management systems: essence, methodology and problems. *Journal of Critical Reviews*. Kuala Lumpur, Malaysia, 2020, 7 (14), pp.1254-1260. Doi: <https://dx.doi.org/10.31838/jcr.07.14.261>