

## RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA BIZNES MODELLARINING RIVOJLANISH BOSQICHLARI

**Saatova Lolaxon Ergashevna**

O‘zbekiston Respublikasi Harbiy xavfsizlik va mudofaa universiteti,  
Harbiy aviatsiya instituti, “Taktika va maxsus fanlar” kafedrasida  
professori, i.f.f.d.(PhD)

E-mail: [lola.saatova@mail.ru](mailto:lola.saatova@mail.ru)

### Annotatsiya

Maqolada raqamli iqtisodiyot va raqamli biznes modellarining nazariy asoslari, ularning milliy va global iqtisodiyotdagi roli, shuningdek, O‘zbekistonda rivojlanayotgan raqamli infratuzilma va biznes modellari tahlil qilinadi. Raqamli transformatsiya jarayonida AKTning ahamiyati, raqamli infratuzilma, elektron biznes va savdo, raqamli mahsulot va xizmatlar, katta ma’lumotlar va sun’iy intellektning iqtisodiy samaradorlikni oshirishdagi roli ko‘rsatib berilgan.

**Kalit so‘zlar:** raqamli iqtisodiyot, biznes modellar, AKT, an’anaviy biznes modellar, raqamli biznes modellar, tahlil, raqamli platforma, xizmat ko‘rsatish va savdo jarayonlari, sektor

### Аннотация

В статье анализируются теоретические основы цифровой экономики и цифровых бизнес-моделей, их роль в национальной и глобальной экономике, а также развивающаяся цифровая инфраструктура и бизнес-модели в Узбекистане. Показано значение информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в процессе цифровой трансформации, цифровой инфраструктуры, электронной коммерции и бизнеса, цифровых продуктов и услуг, а также роль больших данных и искусственного интеллекта в повышении экономической эффективности.

**Ключевые слова:** цифровая экономика, бизнес-модели, ИКТ, традиционные бизнес-модели, цифровые бизнес-модели, анализ, цифровая платформа, процессы обслуживания и торговли, сектор

### Abstract

This article analyzes the theoretical foundations of digital economy and digital business models, their role in national and global economies, as well as the developing digital infrastructure and business models in Uzbekistan. The significance of information and communication technologies (ICT) in the process of digital transformation, digital infrastructure, e-business and trade, digital products and services, as well as the role of big data and artificial intelligence in enhancing economic efficiency are highlighted.

**Keywords:** digital economy, business models, ICT, traditional business models, digital business models, analysis, digital platform, service and trade processes, sector

### KIRISH

Raqamlashgan sharoitida jahon iqtisodiyotida keskin o‘zgarishlar kuzatilmoqda. An’anaviy ishlab chiqarish va savdo modellari raqamli texnologiyalar ta’sirida tubdan

transformatsiyalanmoqda. Bu jarayon, ya'ni iqtisodiy faoliyatning raqamli platformalar, ma'lumotlar va axborot-kommunikatsiya texnologiyalari (AKT)ga asoslanishi raqamli iqtisodiyot deb ataladi. Raqamli iqtisodiyotning markazida yangi turdagi biznes modellarining shakllanishi yotadi. Bu modellar AKTning imkoniyatlaridan foydalangan holda, iqtisodiy qiymat yaratishning innovatsion usullarini taklif etadi. Bu bobda biz raqamli iqtisodiyotning nazariy asoslarini, uning biznes modellariga ta'sirini va AKT yordamida shakllangan yangi biznes modellarining mohiyatini yanada chuqurroq aniqlash zaruriyati mavjud.

### ADABIYOTLAR SHARHI

Raqamli iqtisodiyot tushunchasi 1990-yillarda paydo bo'lgan bo'lsa-da, uning ahamiyati va nazariy talqini bugungi kunda yanada kengaymoqda. Amerikalik olim Nikolas Negropontening "Raqamli bo'lish" (Being Digital) asarida fizik mahsulotlardan ma'lumot va bilimga asoslangan iqtisodiyotga o'tish haqidagi g'oyalari ilk bor ilgari surilgan edi[2]. Uning fikricha, kelajak iqtisodiyoti atomlarga emas, balki bitlarga asoslanadi.

Zamonaviy iqtisodchilar, jumladan, Don Tapskott, Kleyton Kristensen va Erik Brinolfssonlar raqamli iqtisodiyotning asosiy xususiyatlarini o'rganib chiqqanlar. E. Brinolfsson va E. MakAfi o'zlarining "Ikkinchi mashinalar asri" (The Second Machine Age) kitobida raqamlashtirish va avtomatlashtirishning iqtisodiy o'sishga va ijtimoiy o'zgarishlarga ta'sirini ko'rsatib berganlar[3]. Ularning ta'kidlashicha, raqamli texnologiyalar ishchi kuchini emas, balki aqliy mehnatni ham avtomatizatsiya qilishga qodir, bu esa ishlab chiqarish samaradorligini keskin oshiradi.

Yaqin xorij olimlari ham raqamli iqtisodiyotning mazmun-mohiyati va uning milliy iqtisodiyotga ta'siri haqida muhim ilmiy izlanishlar olib borishgan. Xususan, rossiyalik tadqiqotchilar V. I. Suslov, S. A. Bodrunov, Ye. A. Zaremenskix va A. V. Volkova kabi olimlar raqamli transformatsiyaning iqtisodiy tizimdagi rolini tahlil qilganlar. Ular ta'kidlashicha, raqamli iqtisodiyot nafaqat yangi biznes modellarning shakllanishiga, balki iqtisodiy faoliyatning tubdan qayta tashkil etilishiga ham olib keladi [4].

Ye. A. Zaremenskix (2021)ning fikricha, raqamli biznes modellar tashkilotlar faoliyatida innovatsion yondashuvni taqozo etadi, chunki raqamli texnologiyalar orqali ma'lumotlar oqimi, mijozlar bilan o'zaro munosabat va qiymat yaratish zanjiri butunlay o'zgaradi. Uning ta'kidlashicha, raqamli biznes modellar samaradorlikni oshirish bilan bir qatorda, raqobat muhitini ham keskin kuchaytiradi [5].

Shuningdek, S. A. Bodrunov va V. I. Suslovlar (2020) o'z ishlarida raqamli iqtisodiyotni "sanoat 4.0" konsepsiyasi bilan bog'lab, ishlab chiqarish jarayonlarining intellektuallashuvi, sun'iy intellekt va avtomatlashtirishning yangi iqtisodiy tuzilmalarni vujudga keltirayotganini ta'kidlaydilar. Ularga ko'ra, raqamli texnologiyalar nafaqat ishlab chiqarish jarayonlariga, balki mehnat bozori, ta'lim va davlat boshqaruviga ham chuqur ta'sir ko'rsatadi [6].

Shu tariqa, Rossiya olimlarining fikricha, raqamli iqtisodiyotni joriy etish nafaqat texnologik yangilanishni, balki ijtimoiy va iqtisodiy munosabatlarning sifat jihatdan yangi bosqichga ko'tarilishini ta'minlaydi.

Zamonaviy iqtisodiyotda raqamli texnologiyalarning joriy etilishi nafaqat iqtisodiy samaradorlikni oshirish, balki butun ijtimoiy-iqtisodiy tizimni modernizatsiya qilishning muhim omili sifatida namoyon bo'lmoqda. O'zbekistonlik tadqiqotchilar ham raqamli iqtisodiyot va raqamli biznes modellarning milliy sharoitdagi rivojlanish xususiyatlarini ilmiy jihatdan tahlil etmoqdalar.

Iqtisod fanlari doktori, professor Sh. A. Abdullaev ta'kidlashicha, raqamli iqtisodiyot mamlakat iqtisodiy salohiyatini oshirishning asosiy drayverlaridan biri bo'lib, u bozor munosabatlarining shaffofligini ta'minlaydi va yangi ishlab chiqarish formatlarini shakllantiradi [7]. Uning fikricha, raqamli texnologiyalar qo'llanilishi natijasida iqtisodiy faoliyatda vaqt va resurs tejama erishiladi, bu esa milliy iqtisodiyotning raqobatbardoshligini kuchaytiradi.

Professor D.T. Tursunov o'z ilmiy ishlarida raqamli biznes modellar milliy kompaniyalar uchun strategik imkoniyat ekanligini ta'kidlaydi. Uning fikricha, raqamli iqtisodiyotning samarali joriy etilishi uchun raqamli infratuzilmani rivojlantirish, kadrlar salohiyatini oshirish va raqamli madaniyatni shakllantirish zarur [8].

Shuningdek, iqtisod fanlari nomzodi M.R.Xakimov raqamli iqtisodiyotni "yangi iqtisodiy reallik" deb atab, uning asosiy belgilaridan biri sifatida ma'lumot (data)ni yangi resurs sifatida qo'llashni ko'rsatadi. Uning fikricha, raqamli iqtisodiyot sharoitida ma'lumotlar bilan ishlash madaniyati va axborot xavfsizligi iqtisodiy barqarorlikning ajralmas qismiga aylanmoqda [9].

Iqtisod fanlari nomzodi N. K. Yo'ldoshev esa raqamli biznes modellarning milliy bozorda tatbiq etilishi uchun davlat tomonidan yaratilayotgan qonunchilik va institutsional asoslarni muhim deb hisoblaydi. Uning fikricha, raqamli iqtisodiyotni qo'llab-quvvatlovchi siyosatlar iqtisodiy faoliyatni shaffoflashtirib, investitsiya muhitini yaxshilaydi [10].

Shu tariqa, O'zbekistonlik olimlar fikricha, raqamli iqtisodiyot milliy iqtisodiyotning yangi strategik yo'nalishi bo'lib, uning to'liq amalga oshishi innovatsion ekotizim, raqamli infratuzilma va bilimli inson kapitaliga bog'liq.

## **METODOLOGIYA**

Tadqiqot jarayonida ilmiy abstraksiya analiz va sintez, ilmiy umum-tahlil, taqqoslash, ekspert baholash va matematik modellashtirish usullaridan foydalanildi.

Hozirgi global iqtisodiy muhitda raqamli transformatsiya iqtisodiy o'sish va innovatsiyalarning muhim dvigateliga aylanib ulgurdi. Raqamli texnologiyalar nafaqat kompaniyalar faoliyatini avtomatlashtirish va samaradorligini oshirish, balki iqtisodiy tuzilmalarni, bozor munosabatlarini va asosan ijtimoiy hayotni ham o'zgartirmoqda. Shu sababli, raqamli iqtisodiyot nafaqat ilmiy tadqiqotlar, balki davlatlar va kompaniyalar uchun strategik ahamiyatga ega yo'nalish sifatida qaralmoqda.

Raqamli iqtisodiyotning asosiy elementlari quyidagilardan iborat:

1. Raqamli infratuzilma — bu Internet tarmog'i, mobil aloqa, bulutli hisoblash (cloud computing), katta ma'lumotlar texnologiyalari va boshqa zamonaviy raqamli vositalarni o'z ichiga oladi. Infratuzilmasiz raqamli iqtisodiyotni tasavvur qilish mumkin emas, chunki u barcha raqamli faoliyatning asosiy tayyorlovchisi vazifasini

o‘taydi. Masalan, elektron to‘lov tizimlari va onlayn savdo platformalari faoliyati butunlay barqaror internet va yuqori tezlikdagi ma’lumot almashinishga bog‘liq.

2. Elektron biznes va savdo — tovar va xizmatlarni onlayn sotish, elektron to‘lov tizimlari, elektron hukumat xizmatlari va elektron marketingni o‘z ichiga oladi. Bu element kompaniyalarga bozorga tezroq kirish, xarajatlarni optimallashtirish va mijozlar bilan interaktiv aloqani yo‘lga qo‘yish imkonini beradi. Masalan, O‘zbekistondagi internet-do‘konlar va onlayn xizmat platformalari raqamli iqtisodiyotning amaldagi namoyon misolidir.

3. Raqamli mahsulot va xizmatlar — dasturiy ta’minot, onlayn kontent, elektron kitoblar, striming platformalar va boshqa raqamli yechimlarni o‘z ichiga oladi. Ularning rivojlanishi raqamli iqtisodiyotda yangi qiymat zanjirini va innovatsion biznes modellarning shakllanishiga olib keladi. Masalan, mobil ilovalar va onlayn ta’lim platformalari nafaqat mijozlar uchun qiymat yaratadi, balki ishlab chiqarish jarayonlarini ham optimallashtirishi mumkin.

4. Katta ma’lumotlar (Big Data) va sun‘iy intellekt (AI) — qaror qabul qilish jarayonlarida ma’lumotlar tahlilidan foydalanish, jarayonlarni optimallashtirish va yangi mahsulot va xizmatlarni yaratish imkonini beradi. Bu element raqamli iqtisodiyotda raqobat ustunligini ta’minlaydi va strategik boshqaruvda hal qiluvchi ahamiyatga ega. Masalan, sun‘iy intellekt texnologiyalari marketing va ta’minot zanjirini avtomatlashtirishda va iste’molchi talabini prognoz qilishda samarali qo‘llanilmoqda.

Shu tariqa, raqamli iqtisodiyotning ushbu to‘rt asosiy elementi birgalikda zamonaviy iqtisodiy faoliyatni raqamlashtirish va innovatsion rivojlanishni ta’minlaydi. U milliy va global iqtisodiyotning raqobatbardoshligini oshirishda hal qiluvchi rol o‘ynaydi, hamda kompaniyalar va davlatlarning strategik rivojlanish rejalarini shakllantirishda asosiy omil hisoblanadi. Bu elementlarning o‘zaro bog‘liqligi raqamli iqtisodiyotda yangi qiymat yaratish zanjirini shakllantiradi va an’anaviy biznes modellaridan farqli o‘laroq, o‘zaro hamkorlik va ma’lumot almashinuviga asoslangan modellarni yaratishga imkon beradi. Quyidagi jadvalda raqamli biznes modellarining o‘ziga xos xususiyatlari keltirilgan (1-jadval).

**1-jadval**

**Raqamli biznes modellarining o‘ziga xos xususiyatlari<sup>1</sup>**

Xususiyatlar	An’anaviy biznes modellari	Raqamli biznes modellari
<b>Asosiy kapital</b>	Moliyaviy, fizik kapital (yer, bino, uskuna)	Intellectual kapital, ma’lumotlar, axborot texnologiyalari
<b>Geografik chegaralar</b>	Cheklangan, asosan milliy yoki mahalliy bozor	Global, xalqaro bozorlarga chiqish imkoniyati keng
<b>Mijozlar bilan aloqa</b>	Bir tomonlama, passiv	Ikki tomonlama, interaktiv (ijtimoiy tarmoqlar, fikr-mulohazalar)
<b>Iqtisodiy effekt</b>	Miqyos effekti (o‘lchovning ortishi bilan o‘rtacha xarajat kamayadi)	Tarmoq effekti (foydalanuvchilar sonining oshishi bilan xizmat qiymati ortadi)

<sup>1</sup> Muallif tomonidan nazariy manbalarga asoslanib ishlab chiqilgan

Xususiyatlar	An'anaviy biznes modellari	Raqamli biznes modellari
Innovatsiyalar	Bosqichma-bosqich, sekin	Tezkor, doimiy, ko'pincha "halokatli innovatsiyalar" (disruptive innovations) shaklida

Yuqoridagi jadvalga asoslanib, raqamli biznes modellari an'anaviy bizneslardan nafaqat texnologik jihatdan, balki iqtisodiy, strategik va innovatsion jihatlari bilan ham tubdan farq qiladi. Ular global miqyosdagi raqobatbardoshlikni oshirish, mijozlar bilan interaktiv aloqani rivojlantirish va tarmoq effekti orqali qo'shimcha qiymat yaratishda ustunlikka ega.

## TAHLIL VA NATIJALAR

An'anaviy biznes modellari, odatda, fizik mahsulotlar, cheklangan geografik bozor va sotuvchi-xaridor munosabatlariga asoslanardi. AKTning keng qo'llanilishi esa bu modellarni o'zgartirib yubordi va yangi turdagi, ya'ni raqamli biznes modellarini yaratdi. Bu modellar uchun xarakterli xususiyatlar:

- Mijozlarga yo'naltirilganlik: AKT yordamida kompaniyalar mijozlarning ehtiyojlarini chuqurroq o'rganib, ular uchun shaxsiylashtirilgan takliflar va xizmatlar yaratish imkoniyatiga ega bo'ladi.

- Tarmoq effektlari (Network effects): Platformaning qiymati uning foydalanuvchilari soni ortgani sari oshib boradi. Masalan, Facebook yoki LinkedIn kabi ijtimoiy tarmoqlarda har bir yangi foydalanuvchi platformaning umumiy qiymatini oshiradi.

- Minimal chegaraviy xarajatlar: Raqamli mahsulotlar (masalan, dasturiy ta'minot)ni yaratish katta xarajat talab qilsa-da, uning har bir qo'shimcha nusxasini tarqatish xarajatlari deyarli nolga teng. Bu esa misli ko'rilmagan masshtabda kengayish imkonini beradi.

- Ma'lumotlarga asoslangan qarorlar: Raqamli biznes modellari katta hajmdagi ma'lumotlarni to'plash, tahlil qilish va ular asosida qaror qabul qilish imkonini beradi. Bu esa bozor tendensiyalarini tezroq aniqlash va mijozlar ehtiyojlariga mos ravishda o'zgarishga yordam beradi.

Raqamli o'zgarishlar natijasida bir nechta asosiy yangi biznes modellari shakllandi. Masalan:

1. Elektron tijorat (E-commerce) modeli: Amazon, AliExpress, O'zbekistondagi Uzum Market kabi kompaniyalarning modeli, bunda tovar va xizmatlar onlayn sotiladi.

2. Platformali biznes modeli: Airbnb, Uber, O'zbekistondagi Yandeks Taksi kabi kompaniyalarning modeli, bunda kompaniya ikki yoki undan ortiq guruhlarini (masalan, haydovchilar va yo'lovchilar) bog'lab, ularga o'zaro muloqot qilish uchun maydon yaratadi.

3. Abonement (subscription) modeli: Netflix, Spotify, O'zbekistondagi Mover.uz yoki Kinohot.uz kabi video-servislar, bunda mijozlar har oylik yoki yillik to'lov evaziga xizmatdan foydalanadilar.

Shuni ta'kidlash joizki, O'zbekiston ham global raqamlashtirish jarayonlaridan chetda qolmay, mamlakat iqtisodiyotini raqamlashtirish va innovatsion rivojlanish

yo‘nalishida izchil siyosat olib bormoqda. So‘nggi yillarda mamlakatda raqamli infratuzilmani mustahkamlash, raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish uchun huquqiy va institutsional asoslar yaratish, shuningdek axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini (AKT) turli sohalarga integratsiya qilish bo‘yicha keng ko‘lamli chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda. Xususan, “Raqamli O‘zbekiston – 2030” strategiyasi doirasida AKTni barcha iqtisodiy va ijtimoiy sohalarda joriy etish ustuvor vazifalardan biri sifatida belgilangan bo‘lib, bu sohada innovatsiyalar va raqamli transformatsiyani tizimli tarzda amalga oshirish imkonini yaratadi[1]. Quyidagi jadvalda O‘zbekistonda rivojlanayotgan raqamli biznes modellarining asosiy xususiyatlari va unga misollar keltirilgan (2-jadval).

**2-jadval**
**O‘zbekistonda rivojlanayotgan raqamli biznes modellar<sup>1</sup>**

Biznes modeli	O‘zbekistonga kirib kelish davri	Asosiy xususiyatlari	O‘zbekistondagi misollar
<b>Elektron tijorat</b>	2005-2010-yillar	Tovarlarni onlayn savdo qilish, keng assortiment va yetkazib berish xizmati.	Olcha.uz (2017), Zoodmall (2018), Uzum Market (2022)
<b>Platformali biznes</b>	2012-2015-yillar	Xizmat ko‘rsatuvchilar va iste‘molchilarni bog‘lovchi onlayn maydon.	MyTaxi (2012), Yandex Taxi (2018)
<b>Fintex (moliyaviy texnologiyalar)</b>	2013-2016-yillar	Raqamli to‘lovlar, onlayn kreditlash va boshqa moliyaviy xizmatlar.	Click (2013), Payme (2016), Apelsin (2020)
<b>Abonementli xizmatlar</b>	2015-2018-yillar	Muntazam to‘lov evaziga kontent yoki xizmatlardan foydalanish imkoniyati.	Mover.uz (2018), Kinohot.uz (2020)

Elektron tijoratning dastlabki ko‘rinishlari 2005-yildan so‘ng paydo bo‘lgan bo‘lsa-da, bozorning jadal rivojlanishi 2017-yildan, ya‘ni Olcha.uz kabi yirik o‘yinchilar kirib kelishidan keyin boshlangan. Uzum Marketning 2022-yilda paydo bo‘lishi bilan bu soha yanada rivojlandi.

Platformali biznesning pionerlaridan biri MyTaxi xizmati 2012-yilda tashkil etilgan. Ushbu model 2018-yildan so‘ng, Yandex Taxi kabi xalqaro kompaniyalarning kirib kelishi bilan kengaydi.

Fintex sohasidagi dastlabki muvaffaqiyatli loyihalardan biri Click tizimi 2013-yilda ishga tushirilgan. 2016-yilda Payme, 2020-yilda esa Apelsin kabi raqobatbardosh ilovalar paydo bo‘ldi.

Abonementli xizmatlar rivoji ham 2018-yil atrofida, ya‘ni Internet tezligi va mobil qamrov yaxshilanganidan so‘ng kuchaydi.

Raqamli iqtisodiyotning rivojlanishi axborot-kommunikatsiya texnologiyalariga asoslangan yangi turdagi biznes modellarini yaratish bilan bevosita bog‘liq. Bu modellar an‘anaviy bozor chegaralarini buzib, global miqyosda kengayishga, mijozlar bilan yaqinroq aloqa o‘rnatishga va ma‘lumotlardan samarali foydalanishga imkon beradi.

<sup>1</sup> Muallif tomonidan nazariy manbalarga asoslanib ishlab chiqilgan

## XULOSA VA TAKLIFLAR

O‘zbekistonda ham bu tendensiyalar tobora kuchayib, raqamli biznes modellari iqtisodiyotning turli tarmoqlariga kirib bormoqda. Bu esa iqtisodiy o‘shish va innovatsiyalar uchun muhim poydevor yaratadi.

Raqamli iqtisodiyotning samarali rivojlanishi uchun bir nechta asosiy yo‘nalishlar ustida izchil ish olib borish zarur. Avvalo, raqamli infratuzilmani yanada rivojlantirish va kengaytirish iqtisodiyotning barcha sektorlarida raqamli transformatsiyani rag‘batlantirishda muhim omil hisoblanadi. Bu jarayon nafaqat yuqori tezlikdagi internet va bulutli xizmatlar, balki ma‘lumotlar markazlari, kiberxavfsizlik tizimlari hamda raqamli xizmatlarni integratsiya qiluvchi platformalarni rivojlantirishni o‘z ichiga oladi.

Ikkinchidan, milliy raqamli biznes modellarini qo‘llab-quvvatlovchi huquqiy va institutsional bazani mustahkamlash raqamli iqtisodiyotning barqaror o‘shishini ta‘minlaydi. Bu yerda qonunchilikni raqamli iqtisodiyot talablari bilan uyg‘unlashtirish, biznesni raqamli ekotizimga integratsiya qilish, shuningdek, innovatsion startaplar va yangi texnologik loyihalarni rag‘batlantirish mexanizmlari muhim ahamiyatga ega.

Uchinchidan, raqamli iqtisodiyotning muvaffaqiyatli rivojlanishi uchun kadrlar salohiyatini oshirish va raqamli madaniyatni shakllantirish bo‘yicha keng qamrovli dasturlarni amalga oshirish lozim. Bu, o‘z navbatida, professional malakali mutaxassislar tayyorlash, xodimlarni zamonaviy raqamli texnologiyalar bilan tanishtirish va ularning ish jarayonlariga integratsiya qilishni nazarda tutadi. Shuningdek, jamiyatda raqamli madaniyatni shakllantirish orqali innovatsion fikrlash va raqamli vositalardan samarali foydalanish ko‘nikmalari rivojlantiriladi.

To‘rtinchidan, raqamli iqtisodiyotning innovatsion yechimlarini ishlab chiqarish va xizmat ko‘rsatish sohalarida joriy etishni kuchaytirish muhim strategik vazifa sifatida ko‘riladi. Bu esa biznes jarayonlarini avtomatlashtirish, raqamli mahsulot va xizmatlar yaratish, shuningdek, katta ma‘lumotlar va sun‘iy intellekt texnologiyalari yordamida iqtisodiy samaradorlikni oshirish imkonini beradi. Shu tarzda, yuqoridagi yo‘nalishlar o‘zaro uyg‘unlashgan holda raqamli iqtisodiyotning barqaror va innovatsion rivojlanishini ta‘minlaydi.

Xulosa qilib aytganda, bugungi kunda raqamli iqtisodiyot jahon iqtisodiyotining asosiy harakatlantiruvchi kuchiga aylanib ulgurdi. An‘anaviy ishlab chiqarish va savdo modellari axborot-kommunikatsiya texnologiyalari (AKT) yordamida tubdan o‘zgarib, yangi turdagi raqamli biznes modellari shakllangan. Ushbu modellarning asosiy xususiyatlari – mijozlarga yo‘naltirilganlik, tarmoq effektlari, minimal chegaraviy xarajatlar va ma‘lumotlarga asoslangan qaror qabul qilish imkoniyati – kompaniyalarga global bozorda raqobatbardosh bo‘lish va innovatsion yechimlarni joriy etish imkonini beradi.

O‘zbekiston sharoitida ham raqamli infratuzilma rivoji, elektron tijorat, platformali biznes, fintex va abonementli xizmatlar sohalaridagi loyihalar raqamli iqtisodiyotning samarali joriy etilayotganidan dalolat beradi. “Raqamli O‘zbekiston – 2030” strategiyasi doirasida AKTni turli sohalarga integratsiya qilish, raqamli biznes

modellarning rivojlanishi va investitsion muhitni yaxshilash davlat siyosatining ustuvor yoʻnalishi sifatida belgilangan.

Shu bilan birga, raqamli iqtisodiyotning muvaffaqiyati nafaqat texnologik yangilanishga, balki innovatsion ekotizim, intellektual kapital, kadrlar salohiyati va axborot xavfsizligi tizimining samarali tashkil etilishiga bogʻliq. Natijada, raqamli iqtisodiyot milliy va global bozorlarda iqtisodiy samaradorlikni oshirish, yangi qiymat yaratish zanjirlarini shakllantirish va raqobat ustunligini taʼminlash imkonini beradi.

Shuni xulosa qilib aytish mumkinki, raqamli biznes modellarning rivojlanishi milliy iqtisodiyotning innovatsion va barqaror oʻsishida muhim strategik vosita hisoblanadi.

### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR ROʻYXATI**

1. Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-sentabr PF-158-son “Oʻzbekiston – 2030” strategiyasini tasdiqlash toʻgʻrisida”gi Farmoni <https://lex.uz/ru/docs/-6600413>

2. Negroponte N. Being Digital. — Nyu-York: Alfred A. Knopf, 1995. — 243 b.

3. Brinolfsson E., Makafi E. Ikkinchi mashinalar asri: Ish, taraqqiyot va aʼlo texnologiyalar davrida farovonlik. — Nyu-York: W. W. Norton & Company, 2014. — 306 b.

4. Suslov V. I., Bodrunov S. A. Цифровая экономика: вызовы и перспективы развития. — Санкт-Петербург: INIR, 2020. — 312 b.

5. Zaremskix E. A., Volkova A. V. Digitalization of Society, Economics and Management: A Digital Strategy Based on Post-pandemic Developments. — Cham: Springer, 2021. — 245 p.

6. Brynjolfsson E., McAfee A. The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies. — New York: W. W. Norton & Company, 2014. — 306 p.

7. Abdullaev Sh. A. Oʻzbekistonda raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishning ustuvor yoʻnalishlari. — Toshkent: Iqtisodiyot, 2020. — 215 b.

8. Tursunov D. T. Raqamli biznes modellar va ularning milliy iqtisodiyotdagi ahamiyati. // Iqtisod va innovatsion texnologiyalar jurnali. — 2021. — №3. — B. 45–53.

9. Xakimov M. R. Raqamli iqtisodiyotda maʼlumotlarni boshqarish va iqtisodiy xavfsizlik masalalari. — Toshkent: Fan va texnologiya, 2022. — 178 b.

10. Yoʻldoshev N. K. Raqamli iqtisodiyotni huquqiy jihatdan tartibga solish va uning institutsional asoslari. // Iqtisodiy tahlil jurnali. — 2023. — №2. — B. 60–68.



# Marketing

*ilmiy, amaliy va ommabop jurnali*

**Muharrir:**

**Ingliz tili muharriri:**

**Rus tili muharriri:**

**Musahhah:**

**Sahifalovchi va dizaynerlar:**

Xakimov Ziyodulla Axmadovich

Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich

Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li

Karimova Shirin Zoxid qizi

Sadikov Shoxrux Shuxratovich

Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

**2025-yil, oktabr, 10-son**

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar mas'ul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelavermasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga murojaat qilish mumkin. Ilmiy maqola, ommabop maqola, reklama, hikoya va boshqa ilmiy-ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

Elektron pochta:

[info@marketingjournal.uz](mailto:info@marketingjournal.uz)

Bot:

[@marketinjournalbot](https://t.me/@marketinjournalbot)

Tel.:

+998977838464, +998939266610

Jurnalning rasmiy sayti:

<https://marketingjournal.uz>

Marketing jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2024-yil 04-oktabrdagi 332/5 sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali 2024-yil 15-martdan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan **C-5669517** reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan. **Litsenziya raqami: №240874**



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnalining xalqaro darajasi: **9710**. GOCT 7.56-2002 " Seriyali nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlataro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**