



RAQAMLI IQTISODIYOTDA YANGI DAROMAD MANBALARI

Mengaliyev Shaxboz

Denov tadbirkorlik va pedagogika instituti mengaliyevshaxboz8@gamil.com

Yo'ldoshaliyev Maxmud

Denov tadbirkorlik va pedagogika instituti yoldoshaliyevmaxmudjon@gmail.com

Annotatsiya: Ushbu maqolada raqamli iqtisodiyot sharoitida shakllanayotgan yangi daromad manbalari, ularning iqtisodiy tizimlarga ta'siri hamda tadbirkorlik faoliyati uchun yaratayotgan imkoniyatlari tahlil qilingan. Shuningdek, sun'iy intellekt, raqamli platformalar, big data, elektron tijorat, bulutli texnologiyalar, fintech va raqamli xizmatlar asosida daromad olish mexanizmlari yoritilgan. Maqola yangi innovatsion yechimlar va iqtisodiyotning raqamlashtirilishi daromad modeliga qanday ta'sir ko'rsatishini ochib beradi.

Kalit so'zlar: Raqamli iqtisodiyot, innovatsion daromad manbalari, elektron tijorat, sun'iy intellekt, big data, raqamli platformalar, fintech, monetizatsiya, startaplar.

KIRISH

So'nggi o'n yillikda dunyo iqtisodiyotida yuz berayotgan tub texnologik o'zgarishlar raqamli iqtisodiyotning shakllanishi va jadal rivojlanishiga asos bo'lib xizmat qilmoqda. Raqamli iqtisodiyot — bu iqtisodiy jarayonlarning raqamli texnologiyalar asosida tashkil etilishi, boshqarilishi va baholanishidan iborat bo'lib, hozirgi global iqtisodiy makonda eng muhim strategik yo'nalishlardan biriga aylanib bormoqda. Internet tarmog'ining ommalashuvi, mobil texnologiyalar, bulutli platformalar, sun'iy intellekt, IoT (Internet of Things), katta ma'lumotlar (Big Data) va fintech yechimlarining keng qo'llanilishi raqamli iqtisodiyotning kengayishiga zamin yaratmoqda.

Bugungi kunda iqtisodiyotning deyarli barcha sohalari — sanoat, transport, savdo, xizmat ko'rsatish, ta'lim, sog'liqni saqlash, bank tizimi va hatto qishloq xo'jaligi ham raqamli transformatsiya jarayoniga faol integratsiya qilinmoqda. Ushbu transformatsiya nafaqat jarayonlarni tezlashtirish yoki avtomatlashtirish, balki mutlaqo yangi iqtisodiy model va daromad manbalarini yuzaga keltirmoqda. Masalan, ilgari mavjud bo'lmagan platformaviy biznes modellar — ride-sharing (Uber, Yandex Go), online marketplace (Amazon, Alibaba), streaming xizmatlari (Netflix, Spotify), freelancing platformalari (Upwork, Fiverr) hozirgi kunda milliardlab dollarlik daromadga ega global tizimlarga aylandi.

Raqamli iqtisodiyotning kengayishi bilan birga, iqtisodiy qiymatning asosiy manbalari ham o'zgarib bormoqda. Endilikda an'anaviy resurslar — xomashyo, qurol-aslahalar yoki yer maydoni emas, balki axborot, texnologiya, innovatsiya va raqamli xizmatlar iqtisodiy rivojlanishning bosh omiliga aylandi. Ko'plab kompaniyalar o'z biznes modelini raqamlashtirib, yangi daromad oqimlarini shakllantirmoqda: ma'lumotlarni monetizatsiya qilish, sun'iy intellekt xizmatlarini sotish, elektron tijoratni kengaytirish, bulutli xizmatlar, onlayn ta'lim, raqamli moliya mahsulotlari va boshqalar shular jumlasidandir.



Raqamli iqtisodiyotning yana bir muhim jihati — global raqobatning kuchayishi. Endilikda kichik bir startap ham raqamli platforma orqali dunyoning istalgan nuqtasidagi mijozlarga xizmat ko'rsatishi mumkin. Bu esa yangi daromad manbalarini yaratish, innovatsion g'oyalarni tijoratlashtirish va iqtisodiy samaradorlikni oshirish uchun keng imkoniyatlar ochib beradi. Shu bilan birga, raqamli iqtisodiyot davlatlar uchun ham iqtisodiy o'sishning muhim strategik yo'nalishiga aylanmoqda. O'zbekiston ham raqamli transformatsiya siyosatini kuchaytirib, "Raqamli O'zbekiston — 2030" strategiyasini amalga oshirmoqda, bu esa yangi raqamli xizmatlar bozorining shakllanishiga xizmat qilmoqda.

Shunday qilib, raqamli iqtisodiyot nafaqat mavjud iqtisodiy mexanizmlarni takomillashtiradi, balki mutlaqo yangi daromad manbalarini shakllantiradi. Mazkur maqolada raqamli iqtisodiyotda shakllanayotgan yangi daromad manbalari chuqur tahlil qilinib, ular iqtisodiy tizimdagi bo'lgan ta'siri, rivojlanish istiqbollari va amaliy ahamiyati yoritib beriladi.

Asosiy qism: Raqamli iqtisodiyotning eng muhim va tez sur'atlarda rivojlanayotgan yo'nalishlaridan biri bu — raqamli platformalar orqali daromad olish tizimidir. Raqamli platformalar o'z mohiyatiga ko'ra, turli foydalanuvchilarni birlashtiradigan, ular o'rtasida qiymat almashinuvini tashkil qiladigan va bu jarayonni raqamli vositalar yordamida boshqaradigan ekotizimdir. Ushbu platformalar ishlab chiqaruvchi va iste'molchini, xizmat ko'rsatuvchi va mijozni, kontent yaratuvchi va tomoshabinni, haydovchi va yo'lovchini yoki sotuvchi va xaridorni yagona maydonda birlashtiradi. Natijada ular nafaqat iqtisodiy jarayonlarni soddalashtiradi, balki foydalanuvchilar uchun mutlaqo yangi daromad olish imkoniyatlarini yaratadi.

Raqamli platformalar biznesning an'anaviy modelidan farqli o'laroq, egalik qilish emas, balki vositachilik rolini bajaradi. Masalan, Uber taksi mashinalariga ega emas, Airbnb esa mehmonxona binolariga egalik qilmaydi. Shunga qaramay, bu kompaniyalar dunyodagi eng yirik iqtisodiy subyektlardan biri hisoblanadi. Buning sababi — ular ekotizim yaratadi va ushbu ekotizim ichida yuz beradigan har bir faoliyatdan barqaror daromad oladi.

Raqamli platformalar orqali daromad olishning bir nechta asosiy modellar mavjud. Birinchi model — reklama orqali daromad olish bo'lib, Google, YouTube, Meta (Facebook, Instagram), TikTok kabi platformalar aynan reklama xizmatlari hisobiga milliardlab daromadga ega. Reklama modeli foydalanuvchi e'tiborini mahsulot sifatida sotish tamoyiliga asoslanadi: foydalanuvchilar platformadan bepul foydalanadi, biroq ular qoldirgan ma'lumotlar, qiziqishlar, faoliyatlar reklama beruvchilar uchun katta ahamiyatga ega bo'ladi. Shunday qilib, platformaning asosiy foydasi reklama joylashtirish va uni ma'lumotlarga asoslangan tarzda optimallashtirish orqali shakllanadi.

Ikkinchi model — tranzaksiyalar yoki komissiya haqlari orqali daromad olishdir. Masalan, Amazon, Alibaba, Etsy, Uzum Market kabi online marketplaces har bir savdodan foiz undiradi. Xuddi shunday, Yandex Go, Uber yoki Bolt har bir buyurtmadan komissiya oladi. Bu modelning afzalligi shundaki, ma'lum bir infratuzilmaga katta mablag' sarflamasdan, ushbu platformalar milliardlab foydalanuvchilarga xizmat ko'rsatishi va global miqyosda ishlashi mumkin.



Uchinchi model — obuna (subscription) orqali daromad topish tizimidir. Netflix, Spotify, Microsoft Office 365, Adobe, Coursera, Duolingo kabi platformalar foydalanuvchilardan oylik yoki yillik to'lov evaziga doimiy daromad oladi. Obuna modeli barqarorlik, oldindan prognoz qilinadigan tushum va sodiq auditoriyani shakllantirishi bilan ajralib turadi. Bu model ayniqsa raqamli xizmatlar va kontent yetkazib berishda eng samarali yo'l hisoblanadi.

To'rtinchi model — platforma ichidagi qo'shimcha pullik xizmatlar orqali daromad olish. Masalan, mobil o'yinlar (PUBG, Free Fire, Mobile Legends), ijtimoiy tarmoqlar, bulutli saqlash xizmatlari (Google Drive, iCloud) premium funksiyalarni pullik asosda taqdim etadi. Bu model "freemium" deb ham ataladi, ya'ni platforma asosiy xizmatni bepul taqdim etadi, ammo qo'shimcha qulayliklar uchun to'lov talab qiladi.

Raqamli platformalar nafaqat korxonalar uchun, balki oddiy fuqarolar uchun ham daromad manbai bo'la oladi. Masalan, YouTube'da kontent yaratish, TikTok'da videolar joylash, Telegram'da kanal yuritish, Amazon'da tovar sotish, Upwork yoki Fiverr'da frilanserlik qilish — bularning barchasi platformaviy iqtisodiyotning natijasidir. Har bir foydalanuvchi o'z mahorati, malakasi yoki mahsulotidan foydalanib global bozorda raqobatlashishi mumkin.

Ayni paytda, raqamli platformalar iqtisodiy rivojlanish uchun yangi, barqaror va innovatsion imkoniyatlar yaratmoqda. Ularning ustunligi — past xarajatlar evaziga maksimal daromad olish, global auditoriyaga chiqish, xizmatlarni soniyasiga millionlab foydalanuvchilarga yetkazish va bozordagi talabga tez moslasha olishdir. Shu bois, raqamli platformalar kelajak iqtisodiyotining asosiy harakatlantiruvchi kuchi sifatida e'tirof etilmoqda.

Sun'iy intellekt (AI) bugungi globallashtirish va texnologik taraqqiyot sharoitida raqamli iqtisodiyotning eng muhim bo'g'iniga aylangan. AI texnologiyalarining xalqaro miqyosda jadal rivojlanishi nafaqat ishlab chiqarish jarayonlarini avtomatlashtirish yoki optimallashtirishni, balki mutlaqo yangi daromad manbalarini shakllantirishni ham ta'minlamoqda. Sun'iy intellektning asosiy kuchi — katta hajmdagi ma'lumotlarni chuqur o'rganish, tahlil qilish, bashoratlash va inson aralashuvisiz mustaqil qaror qabul qilish qobiliyatidir. Bu esa har bir sohada yangi iqtisodiy imkoniyatlarni yuzaga keltirib, daromad olishning innovatsion usullarini yaratmoqda.

AI asosidagi daromad manbalarining shakllanishi bir nechta yo'nalishlarda namoyon bo'lmoqda. Birinchi yo'nalish — bu AI xizmatlarini sotish orqali daromad topishdir. Bugungi kunda ko'plab kompaniyalar avtomatlashtirilgan chatbotlar, aqlli analitika tizimlari, ovoz tanish, tasvirni aniqlash, matn generatsiyasi, shaxsiylashtirilgan tavsiyalar va biznes jarayonlarini boshqarish tizimlarini ishlab chiqib, ularni korxonalar uchun sotmoqda. Masalan, Google Cloud AI, Amazon AWS AI, OpenAI API, Microsoft Azure AI kabi xizmatlar kompaniyalarga tayyor sun'iy intellekt infratuzilmasidan foydalanish imkonini beradi. Bu xizmatlar obuna modeli asosida ishlaydi va global bozorda milliardlab daromad keltirmoqda.

Ikkinchi daromad manbai — ma'lumotlarni qayta ishlash va tahlil qilish xizmatlari hisoblanadi. AI texnologiyalari ma'lumotlarni to'plash, tozalash, guruhlash, prognozlash va qaror qabul qilish jarayonlarini soddalashtiradi. Kompaniyalar o'z mijozlari haqidagi katta



ma'lumotlardan foydalanib, marketing kampaniyalarini optimallashtiradi, talabni bashoratlaydi va mahsulotlarni individuallashtiradi. Shu jarayonlarda AI asosidagi analitik xizmatlar uchun to'lanadigan mablag'lar yangi daromad oqimlarini yaratadi.

Uchinchi yo'nalish — AI yordamida avtomatlashtirilgan kontent yaratish. Zamonaviy AI modellarining rivojlanishi natijasida matn yozish, dizayn yaratish, video montaj qilish, ovoz generatsiya qilish, 3D modellar tayyorlash kabi jarayonlar osonlashdi. Bu yaratgan yangi bozor — "AI creative economy" — san'at, reklama, media, o'yin industriyasi, bloggerlik, elektron ta'lim kabi sohalarda ulkan daromad imkoniyatlarini yuzaga keltirdi. Masalan, dizaynerlar AI yordamida ko'proq buyurtmalarni tezroq bajarishi mumkin, bloggerlar esa kontent yaratish jarayonini optimallashtiradi.

To'rtinchi yo'nalish — AI asosida biznes jarayonlarini optimallashtirish orqali daromadning ko'payishi. Sun'iy intellekt tizimlari kompaniyalarga xarajatlarni kamaytirish, unumsizlikni aniqlash, mijozlarga xizmat ko'rsatishni yaxshilash, ishlab chiqarish jarayonlarini aniqlik bilan rejalashtirish va avtomatlashtirish imkonini beradi. Natijada kompaniya xarajatlari qisqaradi, bu esa daromadning mutanosib oshishiga olib keladi. Masalan, AI yordamida logistika zanjirini optimallashtirgan kompaniyalar 20–30% gacha tejashga erishmoqda.

Bundan tashqari, AI bozorida startaplar uchun ulkan imkoniyatlar mavjud. Sun'iy intellektga asoslangan mobil ilovalar, tibbiyot diagnostikasi, moliyaviy risklarni bashoratlovchi tizimlar, aqlli qishloq xo'jaligi texnologiyalari, o'yinlar, ta'lim platformalari kabi ko'plab yo'nalishlarda yangi biznes modellar paydo bo'lmoqda. Kelajakda eng tez rivojlanadigan startaplarning aksariyati sun'iy intellekt bilan bog'liq bo'lishi prognoz qilinmoqda.

AI asosidagi daromad manbalarining yana bir muhim jihati — ularning ko'lamdorligidir. Bitta yaratilgan sun'iy intellekt modeli millionlab mijozlarga xizmat ko'rsatishi, dunyoning istalgan nuqtasiga yetkazilishi va qo'shimcha xarajatsiz kengaytirilishi mumkin. Bu AI biznesining eng katta ustunligi bo'lib, uni an'anaviy ishlab chiqarishdan tubdan farqlaydi.

Big Data — bu hajmi nihoyatda katta, tez-tez yangilanib turadigan va turli manbalardan shakllanadigan ma'lumotlar majmuasi bo'lib, u raqamli iqtisodiyotda yangi daromad manbalarining shakllanishida hal qiluvchi o'ringa ega. Hozirgi kunda korxonalar, davlatlar va platformalar tomonidan to'plangan ma'lumotlar iqtisodiy qiymatga ega strategik resurs sifatida qaralmoqda. Chunki katta ma'lumotlar yordamida bozor xatti-harakatlarini chuqur tahlil qilish, xaridorlarning ehtiyojlarini aniq aniqlash, kelajakdagi talabni prognozlash, mahsulotlarni optimallashtirish, reklama siyosatini shaxsiylashtirish, risklarni kamaytirish va biznes jarayonlarini avtomatlashtirish imkoniyati yaratiladi. Ma'lumot monetizatsiyasi esa ushbu ma'lumotlardan bevosita yoki bilvosita daromad olish jarayonidir; kompaniyalar to'plangan ma'lumotlarni tahlil qilib, boshqa korxonalarga sotish, reklama kampaniyalarini optimallashtirish, sun'iy intellekt modellarini o'qitish, marketing strategiyalarini takomillashtirish yoki xizmatlarni individuallashtirish orqali daromad oladi.

Masalan, Google, Meta, Amazon kabi yirik korporatsiyalar foydalanuvchi faoliyati, qidiruv tarixlari, xarid qilish odatlari va lokatsiya ma'lumotlariga asoslangan tahlillarni



reklama beruvchilarga yuqori qiymat evaziga taklif qiladi. Shuningdek, transport, tibbiyot, energetika va moliya sohalarida ham Big Data asosida xizmatlar yaratilib, ulardan olinadigan analitik hisobotlar, prognozlar va yechimlar korxonalar uchun alohida daromad manbalariga aylanmoqda. Bundan tashqari, Big Data sun'iy intellekt modellarining asosiy o'quv materiali bo'lib, ularni sotish, xizmat sifatida taklif qilish yoki SaaS platformalar yaratish orqali yangi iqtisodiy imkoniyatlar yuzaga keladi. Shu tariqa, katta ma'lumotlar bugungi kunda "yangi neft" sifatida talqin qilinmoqda, chunki ularning to'g'ri boshqarilishi, qayta ishlanishi va monetizatsiya qilinishi kompaniyalarning raqobatbardoshligini oshirib, ularga global bozor sharoitida barqaror daromad olish imkonini bermoqda.

Elektron tijorat (E-commerce) zamonaviy raqamli iqtisodiyotning eng jadal rivojlanayotgan segmenti bo'lib, global miqyosda millionlab tadbirkorlar, kichik bizneslar va yirik korporatsiyalar uchun yangi daromad manbalarini yaratmoqda. E-commerce tizimi tovar va xizmatlarni onlayn platformalar orqali xarid qilish va sotishni o'z ichiga oladi, bu modelning afzalligi — geografik cheklovlarning yo'qligi, 24/7 faoliyat yurita olish, xarajatlarning an'anaviy savdo tizimiga nisbatan ancha pastligi, mijozlar bilan uzluksiz raqamli aloqani ta'minlash va marketingni aniq ma'lumotlar asosida boshqarish imkoniyatlaridir.

Amazon, Alibaba, Wildberries, Uzum Market, Etsy kabi platformalar nafaqat bevosita savdodan, balki logistika xizmatlari, reklama joylashtirish, komissiya haqlari, obuna xizmatlari, premium do'kon paketlari va ma'lumot analitikasi orqali ham daromad oladi. Elektron tijorat korxonalarga an'anaviy do'konlardagi xarajatlarni — xodimlar soni, ijaralar, kommunal to'lovlar va ombor xarajatlarini sezilarli kamaytirishga yordam beradi, bu esa foydaning ko'payishiga olib keladi. Mijozlar uchun esa raqamli savdo qulaylik yaratadi: mahsulotlarni qiyoslash, sharhlarni o'qish, tezkor yetkazib berish, cashback, promo kodlar va bonuslar elektron savdoni yanada ommalashtirmoqda. Shu bilan birga, E-commerce ichida kichik bizneslar uchun yangi bozorlar ochilib, ular o'z mahsulotlarini global auditoriyaga sotish imkoniga ega bo'lmoqda.

Raqamli to'lovlar, elektron hamyonlar, mobil banking, onlayn invoicing kabi texnologiyalar savdo jarayonlarini tez, xavfsiz va aniq qiladi. Bundan tashqari, E-commerce sun'iy intellekt bilan integratsiya qilinib, tavsiya tizimlari, mijoz xatti-harakatlarini tahlil qilish, dinamik narx belgilash, chatbotlar orqali mijozlarga xizmat ko'rsatish kabi yangi daromad mexanizmlarini yaratmoqda. Natijada elektron tijorat nafaqat savdo kanali, balki ko'p qatlamli daromad oqimiga ega kompleks iqtisodiy ekotizimga aylandi va kelajakda global iqtisodiyotning asosiy tayanch sohalaridan biriga aylanishi kutilmoqda.

Fintech (moliyaviy texnologiyalar) va raqamli to'lov tizimlari raqamli iqtisodiyotning eng tez rivojlanayotgan segmentlaridan biri bo'lib, ular nafaqat banklar, balki kichik bizneslar, startaplar va oddiy foydalanuvchilar uchun ham yangi daromad imkoniyatlarini yaratmoqda. Fintechning kengayishi natijasida tranzaksiya xarajatlari kamaydi, to'lovlar tezlashdi, moliyaviy xizmatlarga kirish qulaylashdi va shu bilan birga innovatsion biznes-modellar shakllandi. Ayniqsa kartasiz to'lovlar, NFC texnologiyalari, tokenlashgan tranzaksiyalar, raqamli hamyonlar va onlayn kreditlashtirish tizimlari bozorda katta o'sishni ta'minlamoqda. Birinchi navbatda, fintech kompaniyalari tranzaksiya komissiyalari orqali daromad oladilar. Masalan, PayPal, Stripe, Payme yoki Click kabi to'lov platformalari



har bir amalga oshirilgan to'lovdan foiz ushlab qoladi. Ushbu komission model juda barqaror bo'lib, to'lov hajmi oshgani sari daromad ham ko'payadi. Shuningdek, fintech xizmatlari asosida yangi qo'shimcha qiymat yaratish mexanizmlari paydo bo'lgan: masalan, mijozlarning iste'mol faoliyati bo'yicha tahliliy ma'lumotlarni sotish, qo'shimcha xavfsizlik xizmatlari, tezkor to'lovlar uchun premium paketlar, bizneslar uchun integratsiya xizmatlari va reklama imkoniyatlari.

Fintechning yana bir muhim daromad manbai – onlayn kreditlar va mikroqarz xizmatlari. Bu platformalar an'anaviy banklarga qaraganda tezroq, soddaroq va moslashuvchan kredit berish imkonini yaratadi. Kompaniyalar kredit foizlari, kechiktirilgan to'lovdan olinadigan jarimalar va xizmat haqlari orqali daromad oladi. Ayniqsa algoritmik risk tahlili va AI asosidagi kredit reytingi tizimlari ushbu jarayonni samarali qilib, kredit qaytmaslik xavfini pasaytiradi.

Shuningdek, mobil banking va super-ilovalar ("super-app") rivojlanishi bilan fintech ekotizimi kengayib, bir nechta xizmatlarni bir platformada taklif qilish orqali qo'shimcha daromadlar yaratmoqda. Masalan, to'lovlar, pullarni o'tkazish, transport uchun to'lov, kommunal xizmatlar, investitsiyalar, sug'urta, hatto savdo xizmatlari birlashtirilgan super-ilovalar (WeChat Pay, Revolut, Paytm) orqali o'z ichki bozori va komissiya oqimlarini tobora kengaytirmoqda.

Xulosa qilib aytganda, fintech va raqamli to'lovlar nafaqat moliyaviy xizmatlarni modernizatsiya qildi, balki butunlay yangi daromad manbalarini shakllantirdi. Ular tranzaksiya komissiyalari, kredit va investitsiya xizmatlari, ma'lumot monetizatsiyasi, qo'shimcha xavfsizlik va premium xizmatlar hamda integratsion yechimlar orqali iqtisodiyotga ulkan hissa qo'shmoqda. Raqamli iqtisodiyot rivojlanishi bilan fintechning ahamiyati va daromad salohiyati yanada ortib borishi tabiiy.

Bulutli texnologiyalar raqamli iqtisodiyotning asosiy infratuzilmasiga aylanib, korxonalar va tadbirkorlar uchun yangi daromad oqimlarini shakllantirmoqda. Cloud xizmatlarining eng katta afzalligi – resurslarga talabga qarab ulanish, IT xarajatlarni optimallashtirish va jismoniy serverlarga ehtiyojni kamaytirishdir. Bulutli xizmatlar uch asosiy model orqali daromad keltiradi: IaaS (Infrastructure as a Service) – server, saqlash va tarmoq resurslarini ijaraga berish; PaaS (Platform as a Service) – dasturchilar uchun muhit va vositalarni pullik asosda taqdim etish; SaaS (Software as a Service) – obuna asosida xizmat ko'rsatuvchi dasturlar.

Amazon AWS, Google Cloud, Microsoft Azure kabi gigantlar milliardlab dollar daromad aynan shu modellardan oladi. Cloud xizmatlari shuningdek ma'lumotlarni saqlash, zaxiralash, xavfsizlik xizmatlari, AI modellari uchun hisoblash quvvatlari, kiberxavfsizlik funksiyalari, katta ma'lumotlarni qayta ishlash, masofaviy ish platformalari kabi qo'shimcha xizmatlar orqali qo'shimcha daromad yaratadi.

Cloud provayderlar API integratsiyalari, premium xavfsizlik paketlari, korporativ xizmatlar, kengaytirilgan saqlash maydoni va tahlil vositalari uchun alohida to'lovlar oladi. Shu tariqa bulutli texnologiyalar nafaqat IT infratuzilmasini soddalashtiradi, balki iqtisodiyotda innovatsion, barqaror va o'sib boruvchi daromad manbalarini yaratib, raqamli transformatsiyaning markaziy bo'g'iniga aylanmoqda.



Xulosa: Raqamli iqtisodiyot iqtisodiy o'sishning yangi bosqichini boshlab berdi. Unda daromad faqat an'anaviy ishlab chiqarish yoki savdo orqali emas, balki ma'lumotlar, raqamli xizmatlar, platformalar, AI texnologiyalari va onlayn xizmatlar orqali shakllanmoqda.

Yangi daromad manbalari iqtisodiyot samaradorligini oshiradi, yangi ish o'rinlari yaratadi va tadbirkorlikning dolzarb yo'nalishlarini kengaytiradi.

Kelajakda raqamli iqtisodiyotning o'sishi innovatsiyalarga, texnologik bilimlarga va ma'lumotlardan oqilona foydalanishga bog'liq bo'ladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Tapscott D. "The Digital Economy". McGraw-Hill, 2015.
2. OECD. "Digital Economy Outlook". Paris, 2020.
3. World Bank. "Digital Development Report", 2023.
4. Brynjolfsson E., McAfee A. "The Second Machine Age". MIT Press, 2016.
5. Porter M., Heppelmann J. "How Smart, Connected Products Are Transforming Competition". Harvard Business Review, 2014.
6. O'zbekiston Respublikasi Raqamli texnologiyalar vazirligi hisobotlari, 2022–2024 yillar.
7. Ziyodullaev, N., & Ziyodullaeva, M. (2023). FINANCIAL LITERACY, INTERRELATIONSHIP OF POPULATION INCOME AND EXPENDITURE. Science and innovation, 2(B12), 881-887.
8. Urazbekovna, T. K. (2024). ROLE OF PUBLIC POLICY IN CHANGES IN POPULATION INCOME. Новости образования: исследование в XXI веке, 2(22), 316-321.