



MOLIYA VA BANK ISHI

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI BANK-MOLIYA AKADEMIYASI ILMIY JURNALI



O'zbekiston iqtisodiyotining raqamli transformatsiyasida P2P biznes modellarining o'рни

Jo'rayev Jahongir Baxodir o'g'li

Biznes va tadbirkorlik oliy maktabi doktoranti

Yozishmalar uchun muallif elektron pochta: zhuraev9191@gmail.com

Мақола ҳақида маълумот

Топширилган вақти: 19.07.2022

Қабул қилинган вақти: 01.08.2022

Kalit so'zlar: raqamli iqtisodiyot, biznes model, raqamli tadbirkorlik, P2P biznes modellari, raqamli texnologiyalar.

Аннотация

Mazkur maqolada biznesning raqamli transformatsiyasi hamda raqamli iqtisodiyot sharoitida biznes modellarning ahamiyati va tutgan o'рни tadqiq etilgan. Biznes jarayonlarini jadallashtirish, samarali tashkillashtirish nuqtai nazardan biznes modellarining dastlabki sodda ko'rinishlaridan tortib raqamli biznes modellariga transformatsiyalashuvi xronologik tarzda bayon qilingan. Maqolaning amaliy ahamiyati sifatida Amazon kompaniyasining biznes modellarini qurish va ularning mijozlarga xizmat ko'rsatishda samaradorlikni oshirishga qaratilgan faoliyati qisqacha tahlil qilingan. Xususan, biznes modellarning raqamli transformatsiyalashuvining raqobatbardoshlikni oshirishdagi ahamiyati hamda ularning iqtisodiy samaradorlikka erishishdagi roli tadqiq etilgan. Sohaga tegishli xorij tajribasini yetarlicha o'rganib chiqqan holda, olingan natijalarning amaliyotga tatbiq etilishi mumkin bo'lgan jihatlari ko'rib chiqilgan. Shuningdek, maqolada O'zbekistonda raqamli iqtisodiyot, raqamli transformatsiya jarayonlari bo'yicha amalga oshirilayotgan chora-tadbirlar va ulaning iqtisodiy samaradorlikka erishishdagi roli tadqiq etilib, kerakli taklif va tavsiyalar shakllantirilgan.

The role of P2P business models in the digital transformation of Uzbekistan's economy

Jorayev Jahongir Baxodir ogli

Doctoral student of the Higher School of Business and Entrepreneurship

Corresponding author: E-mail: zhuraev9191@gmail.com

ARTICLE INFO

Received: 26.07.2022

Accepted: 01.08.2022

Key words: digital economy, business model, digital entrepreneurship, P2P business models, digital technologies

ABSTRACT

This article examines the digital transformation of business and the importance and place of business models in the digital economy. The transformation of business models from simple to digital business models in terms of accelerating business processes, effective organization is described chronologically. As a practical application of the article, a brief analysis of Amazon's efforts to build business models and increase their efficiency in customer service is provided. In particular, the importance of digital transformation of business models in increasing competitiveness and their role in achieving economic efficiency has been studied. Adequate study of foreign experience in the field has provided an opportunity to apply the results in practice. The article also examines the digital economy in Uzbekistan, the measures taken in the process of digital transformation and the role of connectivity in achieving economic efficiency, and formulates the necessary proposals and recommendations.

Kirish

Jahon xo'jaligining zamonaviy tendensiyalari jadal tarzda rivojlanib borishi sharoitida iqtisodiyot sohalarining barcha jabhalarida umumiy ishlab chiqarish jarayonlarini boshqarishni optimallashtirish masalalari eng muhim dolzarb masalalardan biri bo'lib turibdi. Buning asosiy sabablari sifatida keskin rivojlanib, murakkablashib, sayqallashib borayotgan bozor munosabatlari, undagi raqobat muhitining keyingi bosqichlarga o'tishi hamda mavjud bozorlarning to'yinishi oqibatida yangi ishlab chiqarish metodlarini joriy etish zaruriyatining paydo bo'lishini keltirish mumkin. Hozirda jahonning ilg'or biznes, ishlab chiqarish subyektlari tajribasi biznes jarayonlarini alohida optimal biznes modellari orqali tashkil qilish orqali ishlab chiqarishning barcha jarayonlarida sezilarli darajadagi moddiy va ma'naviy yutuqlarga erishayotganini ko'rsatishmoqda. Buning asosida esa ko'p jihatdan raqamli biznes modellarning hissasi katta bo'lmoqda. Hattoki, global qo'shilgan qiymat zanjirida (global added value chain) umumiy raqamli iqtisodiyotning ulushi kundan-kunga o'sib bormoqda.

O'zbekiston sharoitida esa qo'shilgan qiymat zanjirida raqamli biznes modellari qo'llash amaliyoti, bugungi kunda, nisbatan yangi, rivojlanmagan va tarmoqdagi umumiy bozor to'yinmagan holatda ekanligini tan olishimiz kerak. Mamlakatimizda iqtisodiyotning istiqbolli rivojlanish jarayonlari oxir-oqibatda biznes jarayonlarni raqamlashtirish va raqamli biznes modellari qurish orqali raqamli iqtisodiyotni tashkillashtirishni taqozo qiladi. Bu esa mavjud iqtisodiyot sohalarining raqamlashishi va yangi raqamli tarmoqlarning tashkil topishini keltirib chiqaradi. Zero, prezidentimiz ta'kidlaganidek, "Raqamli iqtisodiyotsiz mamlakat iqtisodiyotining kelajagi yo'q". (Mirziyoyev, 2020) Raqamlashtirish, nafaqat, iqtisodiyot tarmoqlarida tejamkorlik va samaradorlikni ta'minlaydi, balki bilim iqtisodiyotining ham rivojlanishiga o'zining ulkan hissasini qo'shadi. Shuningdek, bu orqali umumiy infrastruktura va infrastruktura bozorining rivojlanishi, keyingi bosqichga o'tish jarayonlari vujudga keladi.

Raqamli iqtisodiyotni faol rivojlantirish, albatta, uning turli xil tarkibiy qismlari, tarmoqlar va sohalarni raqamlashtirish yoki raqamli texnologiyalar orqali qayta tashkil qilish orqali amalga oshiriladi. Shu ma'noda mamlakat miqyosida raqamli biznes, raqamli huquq, raqamli jamiyat, raqamli bozor, raqamli infrastruktura, raqamli elektron pul kabi tarmoq va sohalarga oid bilimlarni oshirish, samaradorlikka qaratilgan ilmiy izlanishlar olib borish, sohani rivojlantirish chora-tadbirlarini ishlab chiqib, uzluksiz va tizimli faoliyatni yo'lga qo'yish lozim bo'ladi. Ayniqsa, bugungi kunda O'zbekiston sharoitida raqamli P2P (peer-to-peer) biznes modellari qurishga alohida e'tibor qaratish lozim. Rivojlangan va rivojlanayotgan iqtisodiyotlarning tajribalarini qiyosiy tahlil qilish shuni ko'rsatadiki, O'zbekistonda ham mazkur sohani rivojlantirish P2P biznes modellari yetarlicha bozor ehtiyoji mavjud va buni amaliyotga joriy etish ko'plab biznes tuzilmalarining umumiy faoliyatini tashkil etishda yuqori samaradorlikka

erishishga olib keladi. O'zbekiston Respublikasi Taraqqiyot strategiyasining III qismi – Milliy iqtisodiyotni jadal rivojlantirish va yuqori o'sish sur'atlarini ta'minlash uchun qo'yilgan 25-maqсад 2-qismida Iqtisodiyotning real sektorida hamda moliya va bank sohalarida ishlab chiqarish va operatsion jarayonlarni raqamlashtirish darajasini 2026-yil yakuniga qadar 70 foizgacha oshirish masalasi qo'yilgan. Shu nuqtai nazardan tadqiqot mavzusi o'zining dolzarb ekanligi bilan alohida ahamiyatga ega.

Adabiyotlar sharhi

Umuman olganda biznes model tushunchasiga bir qator xorijlik va milliy iqtisodchi olimlar o'zlarining fikr mulohazalarini bildirib o'tganlar.

Xususan, mahalliy olimlarning fikricha, innovatsion raqamli biznesning eng asosiy elementlari iste'molchilar uchun qandaydir yangi mahsulot yoki xizmat turini yaratish, uning ahamiyatini ko'rsatish, usabilityning oliy darajasiga erishish, mijozga yo'naltirilgan yondoshuv va individual talablarni maksimal darajada qondirishdir (Ayupov va Boltaboeva, 2020).

Bundan tashqari, amerikalik iqtisodchilarning fikricha, biznes modellarni firmaning mantig'i, faoliyat yo'li va o'z steykholderlari uchun qanday qilib qiymatni yaratadi degan fikrni bildiradi (Baden-Fuller va Morgan, 2010).

Iqtisodchi olim Timmersning fikricha biznes model deganda mahsulot, xizmat va information oqimning arxitekturasini tushunilib, u o'z ichiga turli biznes aktyorlar va ularning roli tavsifi; turli biznes aktyorlarning potensial unumdorligi tavsifi; daromad manbaalarining tavsifini o'z ichiga oladi (Timmers, 1998).

Boshqa tomondan biznes 3 oqimning yagona uyg'unligi hisoblanadi. Bu 3 oqim biznes sheriklar va sotib oluvchilar qiymat oqimi, daromad oqimi hamda mantiqiy oqimdan iborat (Mahadevan, 2000).

Mark W. Johnson, C.C. Christensen va Henning Kagermann biznes modelga quyidagicha ta'rif berishadi: "Biznes model 4 o'zaro bog'liq elementlardan iborat bo'lib, qiymatni yaratish va yetkazib berish uchun birga hisobga olinadi... iste'molchi qiymati masalasi... foyda formulasi... kalit resurslar... kalit jarayonlar" (Johnson, Christensen va Kagermann, 2008)

Bundan tashqari, "Biznes model aniq bir firmaning maqsadini ifodalovchi obyektlar, tushunchalar va ular o'rtasidagi aloqa zanjirini o'z ichiga olgan tushuncha uskunasi hisoblanadi (Osterwalder va Pigneur, 2010).

Iqtisodchi olim Teece "biznes mantiqni aniq ifodalaydi va ma'lumot bilan ta'minlaydi hamda qanday qilib biznes iste'molchi uchun qiymatni yaratishi va ta'minotni amalga oshirishini ko'rsatib beruvchi boshqa hodisalarni ifodalaydi. Bundan tashqari, biznes firmalar bilan bog'liq daromadlar, xarajatlar, foyda arxitekturasini ko'rsatib beradi" (Teece, 2009).

Demil va Lecocqlarning ta'kidlashicha, "biznes model uning tarkibiy qismlari hamda ishlab chiqaruvchi va iste'molchi uchun qiymatni yaratib beruvchi taklifni ishlab chiqarishni qurish bloklari o'rtasidagi aniq ifoda hisoblanadi" (Demil va Lecocq, 2010).

Tadqiqot metodologiyasi

Tadqiqotni olib borishda analiz va sintez, induksiya va deduksiya, statistika va taqqoslash kabi tadqiqot usullaridan foydalanildi. Tadqiqot jarayonida olingan natijalarning qisqacha tavsifi:

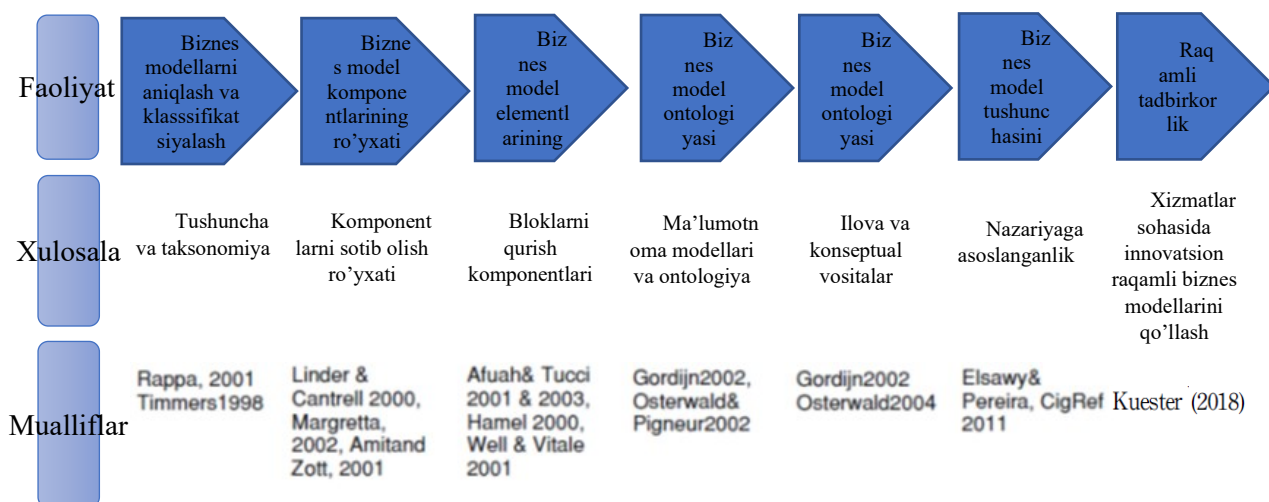
- raqamli iqtisodiyot sharoitida biznes modellarning raqamli transformatsiyasi borasidagi ayrim iqtisodchi olimlarning ilmiy qarashlari taqdim etildi;
- raqamli biznes modellarning rivojlanish xronologiyasi tahlil qilinib, sohalarga biznes modellarning tatbiqi, iste'molchiga qaratilgan target biznes modellarning umumiy bozor talab va taklif jarayonlariga ta'siri, erishilgan yutuqlar va istiqbollar haqida ilmiy izlanish olib borildi;
- O'zbekiston sharoitida raqamli iqtisodiyotning transformatsiyalashuvi sharoitida raqamli biznes modellarning ahamiyati va zaruriyati ilmiy asoslantirib berildi;
- xorij tajribasini o'rgangan holda O'zbekiston sharoiti uchun amaliy taklif va natijalarga erishildi;
- iqtisodiyotning sektorlar kesimida zaruriy biznes modellari qo'llash bo'yicha taklif va tavsiyalar ishlab chiqildi.

Tahlil va natijalar

Iqtisodiyotning tarixiy rivojlanish xronologiyasi nuqtai nazardan, XX asr oxirlariga kelib sohalarda kuzatilgan "texnologik bumlar" raqobat muhitini o'zgartirdi, ularning biznes tuzilmalar, jarayonlar va innovatsion qobiliyatga ta'siri yetarli darajada tushuntirib berilmadi. Shuningdek, "texnologik bumlar" ba'zi hollarda ayni tarmoqdagi kompaniyalarda xilma-xil samara bergan bo'lsa, ba'zan turli xil tarmoqlardagi kompaniyalarda tasodifiy tarzda bir xil natijani bergan. Buning bosh sabablaridan biri shundaki, bu "tasodifiy jarayon" umumiy tarzda "biznes model" terminining keng miqyosda tarqalmaganligidir.

Ba'zi iqtisodchilarning fikriga ko'ra, "Biznes model" terminining paydo bo'lishi dastlab, Peter Druker asarlarida ko'zga tashlangan. Biznes model terminining keng tarqalishi ko'p jihatdan 1990-yillardagi "dotcom" revolyutsiyasi bilan bog'liq va ayni paytda biznes jargonlari sifatida asarlarida keltirilgan (Porter va Wernerfeld, 2009). M.Morrisning fikricha, biznes model, strategiya, biznes konsepsiya, daromad modeli va iqtisodiy model kabi so'zlar bir ma'noda ishlatilgan (Morris, 2005).

Umuman olganda, biznes modelning rivojlanish xronologiyasini quyidagi chizmada keltirish mumkin.



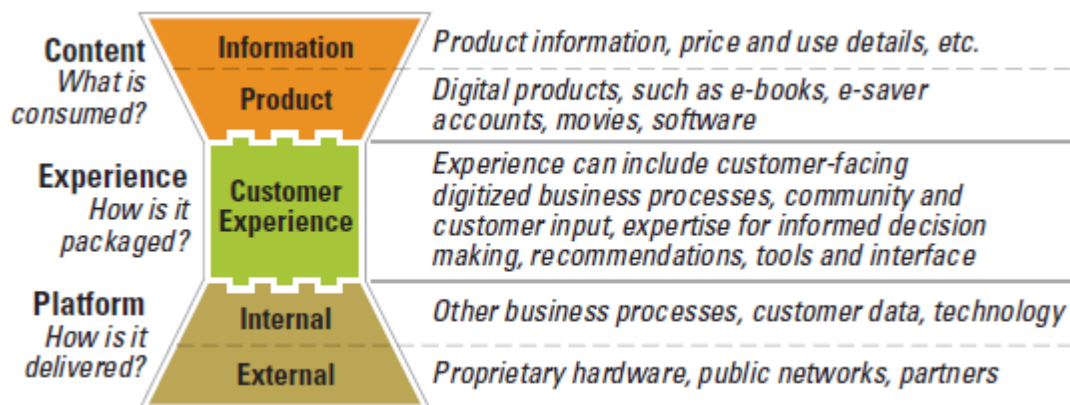
1-rasm. Biznes modellarning rivojlanish xronologiyasi

Mazkur sohada bugungi kunga qadar bir qator olimlar o'zlarining ilmiy ishlanmalarini e'lon qilishgan. Bir qancha ilmiy manbaalarni o'rganish jarayonida shuni ta'kidlash mumkinki, raqamli biznes modellari yaratishga bo'lgan ehtiyoj XIX asrning 90-yillariga kelib paydo bo'lgan. Bu holatda biznes modellarni qurish formalari anchayin sodda shaklga ega bo'lib, unda sotuvchi va xaridorning o'rtasidagi tovar va xizmat munosabatlarining bajarilishiga ko'proq e'tibor berilganini ko'rishimiz mumkin. Keyinchalik IT texnologiyalarining rivojlanishi va murakkablashi oqibatida biznes modellarning ko'rinishlari ham mos ravishda takomillashib bordi. XIX asr boshlarida raqamlashtirishning ommaviylashishi, o'z navbatida, tadbirkorlik faoliyatining yangi-yangi ko'rinishlarini vujudga keltirdi (Hull va boshq., 2007). Dastlabki, biznes modellarning tarkibi 3 ta komponentdan iborat bo'lgan: kontent, tajriba va platforma (Weill, Vitale, 2009). Ya'ni bu tarkibiy qismlar birgalikda bir-birini to'ldiruvchi sifatida

iste'mol qiymatini hosil qilgan. Mazkur modelning ishlash mexanizmini Amazon tajribasida ko'radigan bo'lsak, kontent qismida "nima iste'mol qilinmoqda?" degan savolga javob qidirilgan (1-rasm). Bunda platforma orqali mahsulot haqida barcha ma'lumotlar (narx, tovar xarakteristikasi, ishlatilishi va hokazo) taqdim qilingan. "Tajriba" qismida mahsulot haqida barcha ma'lumotlar yig'ilib iste'molchilarning tovarlarga nisbatan xatti-harakatlari, ko'rsatilayotgan raqamli biznes xizmati haqida iste'molchining fikri, tanqid va tavsiyalar o'rganilgan. Xususan, Amazon kompaniyasi mazkur tajriba qismini "Qay tarzda upakovka qilindi" deb nomlab iste'molchilar fikrini ekspertiza qilish orqali xizmatni yaxshilashga harakat qilgan. Raqamli biznes modelining "Platforma" qismi "Qay tarzda yetkazib berildi?" deb nomlanib ichki va tashqi tarkibiy qismlarni tashkil etgan. Platformaning ichki bo'linmasi, asosan, iste'molchi haqidagi statistik ma'lumotlar va iste'molchiga bog'liq bo'lmagan kompaniyaning barcha ma'lumotlarini (moliya,

ishlab chiqarish, inson resurlari) o'z ichiga olgan. Tashqi platforma esa iste'molchilar foydalanishi uchun (tovarni o'ganish, izlash, sotib olish) smartfon, tablet va

kompyuterlarga moslashtirilgan. Shuningdek, tashqi platforma yetkazib beruvchilar, hamkorlar haqida ma'lumotlarni ham taqdim etgan.



2-rasm. Amazon kompaniyasining raqamli biznes modeli strukturasi.

Bundan ko'rinadiki, Amazon kompaniyasi misolidagi dastlabki raqamli biznes modeli iste'molchilarning qiziqishlari, iste'mol saviyasining darajasiga qarab doimiy rivojlanib takomillashib borgan. Raqamli biznes modellari orqali iqtisodiy ko'lam samarasiga erishish uchun tadbirkorlik bilan parallel ravishda raqamli platformalarni rivojlantirish va qayta foydalanishga taqdim etish talab qilinadi (Weill and Ross, 2009). Bu esa, ayniqsa, iste'molchi uchun qo'shimcha qulayliklarni yaratishni taqozo etadi hamda firma faoliyatining raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qiladi.

Bugungi kunda biznes tuzilmalarning raqamli biznes modellardan foydalanishi ko'p tomonlama optimallashtirishni keltirib chiqarmoqda. Xususan, ishchilarning malaka va ko'nikma nuqtai nazardan quyi va o'rta qatlam toifalarining aksariyat ko'rinishlari robotlashtirilib, ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatishda samaradorlikka erishilmoqda. Boshqa tomondan bu qatlam toifalari o'z malaka va ko'nikmalarini rivojlantirib ishchi kuchi bozorida raqobatbardosh bo'lishga intilishmoqda. Bu esa uzoq muddatli davr uchun umumiy xalq farovonligining oshirishini keltirib chiqaradi.

Mamlakatimizda sohani rivojlantirish va yutuqlarga erishish yuzasidan bir qator keng ko'lamli chora-tadbirlar yo'lga qo'yilmoqda. Xususan, 2018-yil 3-iyuldagi "O'zbekiston Respublikasida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida" PQ-3832-son O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori, 2018-yil 13-dekabrda "O'zbekiston Respublikasi davlat boshqaruviga raqamli iqtisodiyot, elektron hukumat hamda axborot tizimlarini joriy etish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida" PF-5598-son O'zbekiston Respublikasi Prezidentining farmoni, 2018-yil 21-noyabrda "Raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish maqsadida raqamli infratuzilmani yanada modernizatsiya qilish chora-tadbirlari to'g'risida" PQ-4022-son O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori, 2019-yil 18-mayda "Raqamli iqtisodiyot va "Elektron hukumat" tizimi infratuzilmalarini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida" PQ-4321-son O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori kabi normativ-huquqiy hujjatlar ayni shu sohada

mamlakatimizda olib borilgan dastlabki chora-tadbirlardan bo'ldi. 2020-yil mamlakatimizda "Ilm, ma'rifat va raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish yili" deb e'lon qilinib, bu borada katta ishlar boshlandi. 2020-yil 28-aprelda davlatimiz rahbarining "Raqamli iqtisodiyot va elektron hukumatni keng joriy etish chora-tadbirlari to'g'risida"gi qarori qabul qilindi. 2020-yil 5-oktabrdagi "Raqamli O'zbekiston — 2030" strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida" PF-6079-son O'zbekiston Respublikasi Prezidentining farmoni mamlakatimizda raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishdagi muhim qadamlardan biri bo'ldi desak mubolag'a bo'lmaydi. Shuningdek, sohada bo'layotgan o'zgarishlar samaradorligini baholash nuqtai nazardan 2021-yil 15-iyundagi "Raqamli iqtisodiyot va elektron hukumatning rivojlanish holatini reyting baholash tizimini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida" 373-son O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarori alohida ahamiyat kasb etdi. Umuman olganda, mamlakatimizda raqamli iqtisodiyotni faol rivojlantirish, barcha tarmoqlar va sohalarida, eng avvalo, davlat boshqaruvi, ta'lim, sog'liqni saqlash va qishloq xo'jaligida zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini keng joriy etish bo'yicha kompleks chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda. Xususan, elektron hukumat tizimini takomillashtirish, dasturiy mahsulotlar va axborot texnologiyalarining mahalliy bozorini yanada rivojlantirish, respublikaning barcha hududlarida IT-parklarni tashkil etish, shuningdek, sohani malakali kadrlar bilan ta'minlashni ko'zda tutuvchi 220 dan ortiq ustuvor loyihalarni amalga oshirish boshlangan (PF-6079-son, 2020). Bu esa O'zbekistonda raqamli iqtisodiyot va raqamli transformatsiya jarayonlariga qaratilgan iqtisodiy siyosatning amaliy tatbiqi haqida ma'lumot beradi. Yurtimizda iqtisodiy rivojlanishning raqamli iqtisodiyotga asoslangan innovatsion yo'li barcha sohalarini sekin-asta qamrab olib yaqin kelajakda o'zining samarali natijalarini berishi ehtimoli juda katta.

Xulosa va takliflar

Xulosa qilib aytadigan bo'lsak, raqamli iqtisodiyot

sharoitida raqamli biznes modellari biznes va tadbirkorlikning "yangi arxitekturasini" deb e'tirof etilmoqda. Soha va tarmoqlarda sog'lom raqobat muhitini yaratishda davlat bundan unumli foydalanishni ko'zda tutmoqda. Raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish raqamli texnologiyalarga to'liq bog'liq bo'lgan holda tovarlar va xizmatlarni ishlab chiqarish, ularni sotish va yetkazib berishni qamrab oladi.

Biznes modellarning raqamli biznes modellari transformatsiyasi, o'z navbatida, biznes infrastrukturasi ham miqdoriy, ham sifat ko'rsatkichi nuqtai nazardan yaxshilanishini keltirib chiqaradi. Biz yuqorida Amazon misolida ham fikrimiz tasdig'ini topdik.

Yuqoridagi taklif va natijalardan kelib chiqqan holda O'zbekiston sharoiti uchun quyidagi taklif va tavsiyalarni keltirish mumkin.

Real sektorda biznes modellarning qo'llanishi va ular orqali samaradorlikka erishish bo'yicha innovatsion g'oyalarga asoslangan startap biznes loyihalarini tashkil etish va keng ommani mazkur loyilarga jalb etish orqali raqamli biznes modellari o'ldirish savodxonlikni oshirish. Buning amaliy natijasi o'laroq biznes sohalari va tarmoqlar o'zining keyingi faoliyat bosqichiga o'tishligi tezlashishi mumkin bo'ladi;

Raqamli transformatsiya jarayonlarida "raqamli tadbirkor" likka oid P2P biznes modellari ishlab chiqish yuzasidan grant loyihalarini tadbirkorlar e'tiboriga taqdim qilish, tadbirkorlar o'rtasida ko'rik-tanlovlar tashkillashtirilib rag'batlantirish mexanizmlarini ishlab chiqish lozim. Buning natijasida tadbirkorlar o'rtasida sog'lom raqobat muhitini yaxshilanishiga erishish mumkin bo'ladi.

Foydalanilgan adabiyotlar

- Osterwalder, Y. Pigneur. Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers. – John Wiley & Sons, 2010. – T. 1. URL: https://books.google.co.uz/books?hl=ru&lr=&id=UzuTAwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&ots=yYFQAJK4Yv&sig=oY1IL5R_c7ofxNDPoCThOLWFgEA&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Ayupov R.H., Boltaboeva G.R., Raqamli iqtisodiyot asoslari. Darslik. T.: TMI, 2020, 575 bet.
- B.Mahadevan, Business Models for Internet-Based E-Commerce: AN ANATOMY. CALIFORNIA MANAGEMENT REVIEW VOL. 42, NO. 4 SUMMER 2000. URL: <http://www.pearsoned.ca/highered/divisions/text/cyr/readings/MahadevanT1P2R2.pdf>
- Ch. Baden-Fuller and Mary S. Morgan. Business Models as Models. Long Range Planning, vol 43, 2010 URL: <http://www.businessmodelcommunity.com/fs/Root/8jig2-businessmodelsasmodels.pdf>
- Demil, Benoît & Lecocq, Xavier. (2010). Lecocq, X.: Business Model Evolution: In Search of Dynamic Consistency. Long Range Planning 43, 227-246. Long Range Planning. 10.1016/j.lrp.2010.02.004.
- Hull, C.E., Hung, Y.-T.C., Hair, N., Perotti, V. and DeMartino, R. (2007), "Taking advantage of digital opportunities: a typology of digital entrepreneurship", International Journal of Networking and Virtual Organizations, Vol. 4 No. 3, pp. 290-303.
- Johnson, Mark & Christensen, C.C. & Kagermann, Henning. (2008). Reinventing Your Business Model. Harvard Business Review. 87. 52-60. URL: <https://hbr.org/2008/12/reinventing-your-business-model>
- Morris, Michael & Schindehutte, Minet & Allen, Jeffrey. (2005). The Entrepreneur's Business Model: Toward a Unified Perspective. Journal of Business Research. 58. 726-735. 10.1016/j.jbusres.2003.11.001.
- O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni, 05.10.2020 yildagi PF-6079-son URL: <https://lex.uz/docs/-5030957?ONDATE=26.08.2021&ONDATE=26.08.2021&action=compare>
- O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyev raisligida 2020-yil 22-sentyabr kuni tarmoq va hududlarda raqamli iqtisodiyot hamda elektron hukumatni joriy qilish masalalari bo'yicha o'tkazilgan videosektor yig'ilishidagi nutqidan. URL: <https://antimon.gov.uz/raqamli-iqtisodiyotsiz-mamlakat-iqtisodiyotining-kelajagi-yo-q/>
- P. Timmers, (1998) Business Models for Electronic Markets. Electronic Markets, 8, 3-8. URL: [https://www.scirp.org/\(S\(351jmbntvnsjt1aadkposzje\)\)/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1455222](https://www.scirp.org/(S(351jmbntvnsjt1aadkposzje))/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1455222)
- P. Weill and J.W. Ross, "IT Savvy: What Top Executives Must Know to Go From Pain to Gain" (Boston: Harvard Business Press, 2009).
- P. Weill, M.R. Vitale, "Place to Space: Migrating to eBusiness Models" (Boston: Harvard Business Press, 2001) and Rayport and Sviokla, "Managing in the Marketspace."
- Ramon Casadesus-Masanell Joan Enric Ricart. From Strategy to Business Models and to Tactics. Harvard business school. 2009. p 3. Link at <https://www.hbs.edu/ris/Publication%20Files/10-036.pdf>
- Teece, D. 2009, 'Business Models, Business Strategy and Innovation', Long Range Planning in press.