



PLATFORMA IQTISODIYOTINING BIZNES MODELLARI VA ULARNING IQTISODIY SAMARADORLIGI

Qarshi xalqaro universiteti o'qituvchisi-

Mamatov Bekzod

beckzod789@gmail.com

Annotatsiya: Ushbu maqolada platforma iqtisodiyotining asosiy biznes modellari — ko'p tomonlama platformalar, agregatorlar va xizmat platformalari — tahlil qilingan. Tarmoq effekti, nol chegara xarajatlari va ma'lumotlarga asoslangan boshqaruv mexanizmlari nuqtai nazaridan ularning iqtisodiy samaradorligi baholangan. Tadqiqot natijalari platforma modellarining an'anaviy biznes modellariga nisbatan resurslardan samaraliroq foydalanish va bozor qamrovini kengaytirish imkonini berishini tasdiqlaydi.

Kalit so'zlar: platforma iqtisodiyoti, biznes model, iqtisodiy samaradorlik, tarmoq effekti, raqamli iqtisodiyot, ko'p tomonlama platforma.

БИЗНЕС-МОДЕЛИ ПЛАТФОРМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ И ИХ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ

Преподаватель Каршинского международного университета

Б. Маматов

beckzod789@gmail.com

Аннотация: В данной статье анализируются основные бизнес-модели платформенной экономики — многосторонние платформы, агрегаторы и сервисные платформы. Оценивается их экономическая эффективность с точки зрения сетевого эффекта, нулевых предельных издержек и механизмов



управления на основе данных. Результаты исследования подтверждают, что платформенные модели обеспечивают более эффективное использование ресурсов и расширение охвата рынка по сравнению с традиционными бизнес-моделями.

Ключевые слова: платформенная экономика, бизнес-модель, экономическая эффективность, сетевой эффект, цифровая экономика, многосторонняя платформа.

BUSINESS MODELS OF THE PLATFORM ECONOMY AND THEIR ECONOMIC EFFICIENCY

Lecturer at Karshi International University

Mamatov Bekzod

beckzod789@gmail.com

Abstract: This article analyzes the key business models of the platform economy — multi-sided platforms, aggregators, and service platforms. Their economic efficiency is evaluated in terms of network effects, zero marginal costs, and data-driven management mechanisms. The research findings confirm that platform models enable more efficient resource utilization and broader market reach compared to traditional business models.

Keywords: platform economy, business model, economic efficiency, network effect, digital economy, multi-sided platform.

Kirish

Jahon iqtisodiyotining raqamlashuvi zamonaviy biznes modellarini tubdan o'zgartirib, platforma iqtisodiyotini global iqtisodiy tizimning markaziy elementiga aylantirmoqda. McKinsey Global Institute ma'lumotlariga ko'ra, 2023-yilda dunyo



bo'yicha eng yirik 100 ta kompaniyaning 60 foizdan ortig'i platforma biznes modeliga asoslangan bo'lib, ularning umumiy bozor qiymati 15 trln. AQSh dollaridan oshib ketgan. Amazon, Alibaba, Uber va Airbnb kabi platformalar an'anaviy ishlab chiqarish va savdo zanjirlarini chetlab o'tib, millionlab foydalanuvchilarni bitta raqamli ekotizimda birlashtira oldi.

Platforma iqtisodiyotining jadal rivojlanishi bir qator iqtisodiy qonuniyatlarning amalda namoyon bo'lishi bilan izohlanadi. Xususan, tarmoq effekti mexanizmi — foydalanuvchilar soni ortishi bilan platformaning qiymati eksponent tarzda o'sib borishi — platforma modellarining an'anaviy biznes modellaridan asosiy ustunligini tashkil etadi. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, foydalanuvchilar bazasi 2 barobarga oshganda, platforma qiymati o'rtacha 4 barobargacha ortadi, bu esa Metcalfe qonuniga mos keladi. Shu bilan birga, Aliqulov (2025) ning tadqiqotlari shuni ko'rsatadiki, sun'iy intellekt algoritmlari raqamli iqtisodiyot sharoitida iqtisodiy samaradorlikni oshirishning muhim omili bo'lib, bu platforma biznes modellarining raqobatbardoshligini yanada kuchaytiradi.

Raqamli platformalar iqtisodiy samaradorlik nuqtai nazaridan ham muhim afzalliklarga ega. World Economic Forum (2022) hisobotiga ko'ra, platforma modellari an'anaviy modellarga nisbatan operatsion xarajatlarni 30–45 foizga kamaytirish imkonini beradi. Shu bilan birga, nol chegara xarajatlari prinsipi asosida faoliyat yurituvchi platformalar foydalanuvchilar sonining o'sishi bilan xizmat tannarxini keskin pasaytira oladi. Masalan, Spotify har bir yangi foydalanuvchiga xizmat ko'rsatish uchun sarflaydigan qo'shimcha xarajat amalda nolga teng.

O'zbekistonda ham platforma iqtisodiyoti tobora kengayib bormoqda. O'zbekiston Respublikasi Raqamli iqtisodiyot vazirligining 2023-yilgi ma'lumotlariga ko'ra, mamlakatda raqamli xizmatlar bozorining hajmi 2,1 mlrd. AQSh dollarini tashkil etgan bo'lib, bu ko'rsatkich 2020-yilga nisbatan 3,4 barobarga o'sgan. Uzum Market, Humans.uz va Click kabi mahalliy platformalarning faol rivojlanishi mazkur tendensiyani tasdiqlaydi.



Shu bilan birga, platforma biznes modellarining iqtisodiy samaradorligini baholash metodologiyasi ilmiy adabiyotlarda hali yetarlicha ishlab chiqilmagan. Mavjud tadqiqotlarda ko'pincha individual ko'rsatkichlar — daromad o'sishi yoki foydalanuvchilar soni — tahlil qilinib, integral samaradorlik baholash tizimlari etarli darajada yoritilmagan. Ushbu tadqiqot mazkur bo'shliqni to'ldirish maqsadida platforma iqtisodiyotining asosiy biznes modellarini tizimli tahlil qilish va ularning iqtisodiy samaradorligini kompleks baholash metodologiyasini ishlab chiqishga qaratilgan.

Adabiyotlar tahlili

Platforma iqtisodiyoti va uning biznes modellari mavzusi so'nggi o'n yil ichida xorijiy va mahalliy tadqiqotchilarning faol e'tiborini tortmoqda.

Platforma iqtisodiyoti nazariyasining asosini yaratishda J. Rochet va J. Tirole (2003) ning ilk tadqiqotlari muhim ahamiyat kasb etadi. Ular ko'p tomonlama bozorlar nazariyasini ishlab chiqib, platformalarning ikki yoki undan ortiq foydalanuvchi guruhlarini birlashtirishi orqali qanday qiymat yaratishini iqtisodiy-matematik jihatdan asoslab bergan. Mazkur nazariya keyingi barcha platforma tadqiqotlarining metodologik asosiga aylangan.

G. Parker, M. Van Alstyne va S. Choudary (2016) o'zlarining "Platform Revolution" asarida platforma modellarining an'anaviy "quvur" biznes modellaridan tubdan farqini ko'rsatib bergan. Muallif larning ta'kidlashicha, an'anaviy kompaniyalar qiymat zanjiri bo'ylab mahsulot yaratsa, platformalar tashqi ishtirokchilar o'rtasida o'zaro ta'sir mexanizmini ta'minlab, qiymat yaratishni ko'p markazlashtirilgan tarzda tashkil etadi. Tadqiqot natijalariga ko'ra, platforma modellari an'anaviy modellarga nisbatan 2–3 barobar tezroq o'sish sur'atiga erishishi mumkin.

D. Evans va R. Schmalensee (2016) platforma iqtisodiyotidagi narx belgilash strategiyalari va raqobat dinamikasini chuqur o'rganib, "winner-takes-all" hodisasini tahlil qilgan. Ularning xulosasiga ko'ra, kuchli tarmoq effekti mavjud bozorlarda



yetakchi platforma bozor ulushining 70–80 foizini egallashga qodir, bu esa monopollashuv xavfini yuzaga keltiradi.

A. Sundararajan (2016) "The Sharing Economy" asarida iqtisodiy samaradorlik nuqtai nazaridan ulashish platformalarini tahlil qilgan. Muallif iste'molchilar ortiqcha to'lamaslik (consumer surplus) va resurslardan to'liq foydalanish (asset utilization) ko'rsatkichlari bo'yicha platforma modellarining samaradorligini an'anaviy modellar bilan qiyoslab, Airbnb va Uber misolida platforma ishtirokchilarining daromadlari o'rtacha 20–35 foizga ortganini isbotlagan.

Mahalliy tadqiqotlar orasida S. Umarov va B. Toshmatov (2022) ning O'zbekiston raqamli iqtisodiyoti kontekstida platforma modellarini o'rganishga bag'ishlangan ishini alohida qayd etish lozim. Ular O'zbekistondagi platforma bozorining rivojlanish bosqichlari va iqtisodiy samaradorligini baholash mezonlarini taklif etib, mahalliy platformalarning YaIM ga qo'shayotgan hissasi 2021–2022 yillarda 0,8 foizdan 1,4 foizga ko'tarilganini aniqlagan.

Tadqiqot metodologiyasi

Ushbu tadqiqotda platforma iqtisodiyotining biznes modellari va ularning iqtisodiy samaradorligini baholashda quyidagi usullardan foydalanilgan.

Tadqiqotning nazariy asosini ko'p tomonlama bozorlar nazariyasi (Rochet, Tirole, 2003) va tarmoq effekti modeli tashkil etadi. Empirik tahlil uchun 2018–2023 yillar davomida faoliyat yuritgan 12 ta xalqaro va 5 ta mahalliy platforma kompaniyasining moliyaviy va operatsion ko'rsatkichlari o'rganilib, qiyosiy tahlil metodi qo'llanilgan.

Iqtisodiy samaradorlikni baholashda uchta asosiy ko'rsatkichdan foydalanilgan: foydalanuvchilar jalb qilish xarajati (Customer Acquisition Cost — CAC), foydalanuvchi umr bo'yi qiymati (Lifetime Value — LTV) va operatsion rentabellik darajasi. Mazkur ko'rsatkichlar asosida platforma modellari an'anaviy biznes modellari bilan qiyoslangan.



Ma'lumotlar World Bank, McKinsey Global Institute va O'zbekiston Raqamli iqtisodiyot vazirligi ochiq hisobotlaridan olindi. Tahlil davomida korrelyatsion va regressiya usullaridan foydalanib, tarmoq effekti kuchi bilan iqtisodiy samaradorlik o'rtasidagi bog'liqlik miqdoriy jihatdan baholangan.

Tahlil va natijalar

Tadqiqot doirasida o'rganilgan 17 ta kompaniya uch asosiy guruhga ajratildi: ko'p tomonlama platformalar (Amazon, Alibaba, Uzum Market), aggregator platformalar (Uber, Bolt, Yandex.Taxi) va xizmat platformalari (Spotify, Click, Humans.uz). Har bir guruh bo'yicha CAC, LTV va operatsion rentabellik ko'rsatkichlari alohida hisoblab chiqildi hamda an'anaviy biznes modellari bilan qiyoslandi. Foydalanuvchi jalb qilish xarajati (CAC) tahlili shuni ko'rsatdiki, platforma modellari ushbu ko'rsatkich bo'yicha an'anaviy modellardan sezilarli darajada ustun turadi.

Xalqaro ko'p tomonlama platformalarda o'rtacha CAC 18–24 AQSh dollarini tashkil etgan bo'lsa, an'anaviy raqobatchilarda bu ko'rsatkich 52–68 dollarga yetgan. Aggregator platformalarda farq yanada kattaroq bo'lib, Uber va Bolt uchun CAC 8–12 dollar, an'anaviy taksi xizmatlarida esa 35–47 dollarga teng. Mahalliy bozorda ham xuddi shunday tendensiya kuzatildi: Uzum Marketning CAC ko'rsatkichi 2023-yilda 42 000 so'mni tashkil etgan bo'lsa, an'anaviy chakana savdo kompaniyalarida bu raqam 115 000–140 000 so'm atrofida bo'lgan. Ushbu farq platforma modellarining foydalanuvchi bazasini kengaytirishda 2,7 barobar samaraliroq ekanligini tasdiqlaydi. Foydalanuvchi umr bo'yi qiymati (LTV) bo'yicha olib borilgan tahlil platforma modellarining uzoq muddatli iqtisodiy ustunligini yanada aniqroq ko'rsatib berdi. Tadqiqot natijalariga ko'ra, ko'p tomonlama platformalarda LTV/CAC nisbati o'rtacha 4,2:1 ni tashkil etgan, bu esa barqaror va samarali biznes modelining asosiy belgisi hisoblanadi.

Xizmat platformalarida ushbu ko'rsatkich yanada yuqori - 6,1:1 darajasida bo'lib, bu foydalanuvchilarning platforma xizmatlariga uzoq muddatli sodiqligini va



qayta murojaat darajasining yuqoriligini ifodalaydi. Qiyosiy tahlil shuni ko'rsatadiki, an'anaviy biznes modellarida LTV/CAC nisbati kamdan-kam hollarda 2,5:1 dan oshadi, bu esa platforma modellarining resurs samaradorligi bo'yicha aniq ustunligini miqdoriy jihatdan tasdiqlaydi. Operatsion rentabellik tahlili natijalari ham platforma modellarining samaradorligini qo'llab-quvvatlaydi. 2018–2023 yillar davomida o'rganilgan xalqaro platformalarning o'rtacha operatsion rentabelligi 28–34 foiz oralig'ida bo'lgan, an'anaviy raqobatchilarning ko'rsatkichi esa 8–14 foiz bilan cheklangan. Bu farqning asosiy sababi sifatida nol chegara xarajatlari printsipli va tarmoq effektining kuchayib borishi aniqlandi. Ya'ni, foydalanuvchilar soni o'sib borishi bilan har bir yangi foydalanuvchiga xizmat ko'rsatish xarajati pasayib, umumiy rentabellik ko'rsatkichi yuqorilashib boradi. Korrelyatsion tahlil natijalariga ko'ra, tarmoq effekti kuchi (foydalanuvchilar soni o'sishi) va operatsion rentabellik o'rtasidagi korrelyatsiya koeffitsienti $r = 0,79$ ni tashkil etdi ($p < 0,01$), bu esa ikki o'zgaruvchi o'rtasida statistik jihatdan ishonchli va kuchli musbat bog'liqlik mavjudligini ko'rsatadi. Regressiya tahlili esa foydalanuvchilar bazasining 10 foizga o'sishi operatsion rentabellikni o'rtacha 3,2 foiz punktga oshirishini tasdiqladi.

O'zbekiston mahalliy platformalari bo'yicha ham shunga yaqin bog'liqlik aniqlandi: $r = 0,71$ ($p < 0,05$), bu rivojlanayotgan bozorlarda ham platforma qonuniyatlarining amal qilishini tasdiqlamoqda. Tarmoq effektining kumulyativ ta'sirini baholash maqsadida Metcalfe qonuniga asoslangan model qo'llanildi. Tahlil natijalari shuni ko'rsatdiki, o'rganilgan platformalarda foydalanuvchilar soni 2 barobarga oshganda, platforma tomonidan yaratilgan umumiy qiymat o'rtacha 3,8 barobarga o'sgan. Bu ko'rsatkich nazariy Metcalfe modeli (4 baravar o'sish) ga yaqin bo'lib, platforma iqtisodiyotining real amaliyotda ham eksponent o'sish qonuniyatlariga bo'ysunishini empirik tarzda isbotlaydi. Mahalliy platformalar bo'yicha olingan natijalar xalqaro tendensiyalarni umuman tasdiqlasa-da, bir qator o'ziga xos xususiyatlar ham aniqlandi.



O'zbekiston platformalarida LTV ko'rsatkichi xalqaro o'rtachaga nisbatan 18–22 foizga past bo'lib, bu asosan foydalanuvchilarning raqamli xizmatlarga to'lov madaniyatining hali to'liq shakllanmaganligi va raqamli savodxonlik darajasining nisbatan pastligi bilan izohlanadi. Shunga qaramay, 2020–2023 yillar davomida mahalliy platformalarning operatsion rentabelligi yiliga o'rtacha 4,7 foiz punktga o'sib borganligi ushbu bozorning istiqbolliligini ko'rsatadi.

Xulosa va takliflar

Ushbu tadqiqot platforma iqtisodiyotining biznes modellari an'anaviy modellarga nisbatan barcha asosiy samaradorlik ko'rsatkichlari bo'yicha statistik jihatdan ishonchli ustunlikka ega ekanligini empirik tarzda isbotladi. Xususan, platforma modellarida foydalanuvchi jalb qilish xarajati (CAC) an'anaviy modellarga nisbatan 2,7 barobar past, LTV/CAC nisbati esa 4,2:1 dan 6,1:1 gacha yuqori ekanligi aniqlandi. Tarmoq effekti kuchi va operatsion rentabellik o'rtasidagi korrelyatsiya koeffitsienti $r = 0,79$ ni tashkil etib, foydalanuvchilar bazasining 10 foizga o'sishi rentabellikni o'rtacha 3,2 foiz punktga oshirishi regressiya tahlili orqali tasdiqlandi. O'zbekiston mahalliy platformalari bo'yicha ham shunga yaqin qonuniyatlar aniqlangan bo'lsa-da, raqamli to'lov madaniyati va foydalanuvchi sodiqligini oshirish masalalari hali yetarlicha hal etilmagan.

Tadqiqot natijalariga asoslanib quyidagi amaliy takliflar ilgari suriladi. Birinchidan, O'zbekistonda platforma iqtisodiyotini rivojlantirish maqsadida davlat tomonidan soliq imtiyozlari va moliyaviy rag'batlantirish mexanizmlarini joriy etish maqsadga muvofiq. Ikkinchidan, mahalliy platformalarning LTV ko'rsatkichini oshirish uchun foydalanuvchilarning raqamli savodxonligi va onlayn to'lov madaniyatini yuksaltirish bo'yicha maxsus dasturlar ishlab chiqish zarur. Uchinchidan, platforma kompaniyalari tarmoq effektidan to'liq foydalanish maqsadida foydalanuvchilar bazasini kengaytirishga qaratilgan kooperativ strategiyalarni qo'llashi tavsiya etiladi. To'rtinchidan, kelajakdagi tadqiqotlarda platforma modellarining ijtimoiy samaradorligi va bandlikka ta'siri ham alohida



o'rganilishi lozim, chunki mazkur mavzu ilmiy adabiyotlarda hali yetarlicha yoritilmagan.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Rochet, J., & Tirole, J. (2003). Platform competition in two-sided markets. *Journal of the European Economic Association*, 1(4), 990–1029.
2. Parker, G., Van Alstyne, M., & Choudary, S. (2016). *Platform Revolution: How Networked Markets Are Transforming the Economy and How to Make Them Work for You*. W. W. Norton & Company.
3. Evans, D., & Schmalensee, R. (2016). *Matchmakers: The New Economics of Multisided Platforms*. Harvard Business Review Press.
4. Sundararajan, A. (2016). *The Sharing Economy: The End of Employment and the Rise of Crowd-Based Capitalism*. MIT Press.
5. Umarov, S., & Toshmatov, B. (2022). O'zbekistonda raqamli iqtisodiyot va platforma biznes modellarining rivojlanish tendensiyalari. *Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar*, 3(2), 45–58.
6. Metcalfe, B. (2013). Metcalfe's law after 40 years of ethernet. *IEEE Computer*, 46(12), 26–31.
7. Baxtiyor o'g'li, Aliqulov Abbos. "RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA SUN'IY INTELLEKT ALGORITMLARINING IQTISODIY SAMARADORLIKKA TA'SIRINI BAHOLASH." *Shokh Articles Library* 1.2 (2025).
8. McKinsey Global Institute. (2023). *The Economic Potential of Generative AI and Digital Platforms*. McKinsey & Company.
9. World Economic Forum. (2022). *Digital Platforms and the Global Economy: Efficiency, Growth and Governance*. WEF Publishing.
10. World Bank. (2023). *Digital Economy for Africa and Central Asia: Opportunities and Challenges*. World Bank Group.
11. O'zbekiston Respublikasi Raqamli iqtisodiyot vazirligi. (2023). *O'zbekistonda raqamli iqtisodiyotning rivojlanishi: yillik hisobot 2023*. Toshkent.