

IQTISODIYOTDA RAQAMLI PLATFORMALARNI O‘RNI VA AHAMIYATI

Eliboyev Asliddin Rustamovich.

Muhammad Al-Xorazmiy nomidagi Toshkent Axborot Texnologiyalari

Universiteti Samarqand filiali.

Rustamova Barchinoy Asliddin qizi

2-kurs, Raqamli iqtisod yo‘nalishi

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti Samarqand filiali

ABSTRAKT - Ushbu maqolada so‘nggi davrda raqamlashtirish siyosatining jadal suratlarida kirib kelishi natijasida raqamli platformalarning iqtisodiyotdagi ko‘p qirrali roli va muhim o‘zgarishlari tahlil qilinadi. Shuningdek, virtual platformalarning moliyaviy ta'siri, ularning bozor samaradorligini oshirish, innovatsiyalardan foydalanish va mehnat bozorlariga ta'sir qilishdagi rolini o'rganadi.

Tayanch so‘zlar: raqamli platformalar, gig iqtisodiyot, sharing economy, monetizatsiya, sun‘iy intellekt, blokcheyn, bulutli hisoblash.

1. KIRISH

Raqamli texnologiyalar va internetning jadal rivojlanishi, xususan, sun'iy intellekt, ma'lumotlar bazasi, blokcheyn va bulutli hisoblash texnologiyalarining keng qo‘llanilishi iqtisodiy jarayonlarga katta ta'sir ko‘rsatmoqda. Amazon, Google va Uber kabi platformalar nafaqat an'anaviy biznes modellarini buzdi, balki butunlay yangi bozorlarni yaratdi. Jahon iqtisodiyoti tobora ko'proq ishlab chiqaruvchilar va iste'molchilarni misli ko'rilmagan yo'llar bilan bog'laydigan platformaga asoslangan ekotizimlar tomonidan boshqariladigan bo'ldi.

Ushbu global raqamli dunyo bilan ko‘proq bog‘lanishga harakat qilib kelayotgan O‘zbekiston ham so‘nggi yillarda iqtisodiyotni modernizatsiya qilish, raqamli

infratuzilmalarni rivojlantirish, elektron hukumat xizmatlarini kengaytirish va xususiyl sektorida innovatsiyalarni rag'batlantirishga qaratilgan chora-tadbirlar amalga oshirildi.

2. METODOLOGIYA

So'nggi yillarda raqamli platformalar global iqtisodiyotda muhim rol o'ynashni boshladi. Bu esa kompaniyalarga, iste'molchilarga va hatto davlatlarga o'z faoliyatlarini samarali boshqarishda katta imkoniyatlar yaratmoqda.

Raqamli platforma — bu raqamli texnologiyalar yordamida foydalanuvchilarni va tashkilotlarni birlashtiradigan va ular o'rtasida ma'lumot almashinuvini hamda o'zaro faoliyatlarni tashkil etadigan tizimdir. Raqamli platformalar ko'pincha bir nechta foydalanuvchi guruhlarini bir joyda to'plab, ular orasidagi o'zaro aloqalarni osonlashtiradi va ular ikki tomonlama yoki ko'p tomonlama bo'ladi, ya'ni ular bir vaqtning o'zida bir nechta foydalanuvchi guruhlariga xizmat ko'rsatadi. Masalan, Amazon sotuvchilar va xaridorlarni birlashtirsa, Uber haydovchilar va yo'lovchilar o'rtasida bog'lovchi bo'lib xizmat qiladi.

Raqamli platformalar turli ko'rinishlarda bo'ladi, jumladan:

- **E-tijorat platformalari:** Amazon, Alibaba kabi platformalar global savdo-sotiq jarayonlarini osonlashtiradi.

- **Ijtimoiy tarmoqlar:** Facebook, Instagram va Twitter kabilar ijtimoiy aloqalarni va marketing jarayonlarini kuchaytiradi.

- **Moliyaviy texnologiyalar platformalari:** PayPal, Stripe kabi platformalar orqali moliyaviy xizmatlar va to'lovlar amalga oshiriladi.

Ushbu raqamli platformalar iqtisodiy o'zaro ta'sirlar va qiymat yaratuvchi jarayonlarning markaziga aylangan. Klassik iqtisodiy modelga nisbatan, platforma iqtisodiyoti samaradorlik va innovatsiyaga asoslanadi.

Raqamli platformalar iqtisodiyotni chuqur yo'llar bilan o'zgartirmoqda, ya'ni bozor samaradorligini oshirish va innovatsiyalarni rivojlantirishdan an'anaviy tarmoqlarni buzish va mehnat bozori dinamikasini o'zgartirishgacha. P.Belleflamme va M.Peitz “The Economics of Platforms” (Platformalar iqtisodiyoti) kitobida platformalarning asosiy iqtisodiy printsiplari ularning tarmoq effektlarini samarali boshqarish qobiliyatidir, degan

fikrni ilgari surgan [1]. Demak shuni tushunish mumkinki, tarmoq effekti foydalanuvchilar soni bilan xizmat qiymati oshganda paydo bo'ladi. Masalan, ijtimoiy media platformalaridan biri Facebookning foydalanuvchilar soni qanchalik oshsa, o'zaro hamkorlik qilish uchun ko'proq imkoniyatlar yaratadi va yanada tarmoq effekti qiymatini oshiradi.

Platformalar tranzaksion xarajatlarni minimallashtirish orqali an'anaviy biznes modellarini buzadi. Belleflamme ta'kidlashicha, raqamli platformalar axborot assimetriyasi, qidirish va verifikatsiya bilan bog'liq xarajatlarni kamaytiradi [1]. Airbnb, Uber va Alibaba kabi platformalar xizmat ko'rsatuvchi provayderlar va mijozlarni bevosita ulash orqali vositachilarni yo'q qiladi va shunday qilib, narxlarni pasaytiradi va bozor samaradorligini oshiradi. Ushbu jarayon, shuningdek, kichik korxonalariga keng miqyosda raqobatlashishga imkon beradi.

“Machine, Platform, Crowd” kitobi mualliflari Andrew McAfee va Erik Brynjolfssonlar raqamli platformalar biznes strategiyalarida paradigma o'zgarishlarini qanday vujudga keltirganligini ta'kidlaydilar. An'anaviy kompaniyalar o'zlarining muvaffaqiyatlarini jismoniy aktivlarga asosladilar, ammo zamonaviy raqamli platformalar esa qiymat yaratish uchun ma'lumotlar va algoritmlar kabi nomoddiy aktivlarga tayanadi. Misol uchun, Amazon iste'molchilarning xatti-harakatlarini bashorat qilish, ta'minot zanjirlarini optimallashtirish va tavsiyalarni shaxsiylashtirish uchun ma'lumotlar tahlilidan foydalanadi va bu an'anaviy chakana sotuvchilarga nisbatan raqobatbardoshlikni beradi [2].

Bundan tashqari, McAfee va Brynjolfsson o'z ilmiy ishlarida platformalar kraudsorsing va tarmoq effektlaridan foydalanish orqali an'anaviy chiziqli qiymat zanjirlarini qanday egallashini tahlil qilib o'tishgan. Ya'ni ularning fikriga ko'ra masalan, Vikipediya real vaqtda kontent yaratish va yangilash uchun o'z foydalanuvchilarining jamoaviy intellektidan foydalanadi. Xuddi shunday, Uber va Airbnb kabi platformalar jismoniy aktivlarga ega bo'lmasdan xizmatlarni taklif qilish uchun kraudsorsingdan foydalanadi. Aktiv-og'irdan aktiv-yengil modellarga o'tish raqamli platformalarning transformatsion kuchini namoyish etadi [2].

Evans va Shmalensining "Matchmakers: ko'p qirrali platformalarning yangi iqtisodiyoti" kitobida platformalar bozorning turli ishtirokchilarini bog'laydigan vositachilar sifatida qanday ishlashini har tomonlama tahlil qilishni taklif etadi. Amazon va eBay kabi ko'p tarmoqli platformalar bir vaqtning o'zida bir nechta mijozlar segmentlariga xizmat qiladi va o'zaro ta'sirlarni osonlashtirish orqali qiymat yaratadi. Ushbu platformalarning muvaffaqiyati ularning tarmoq effektlarini saqlab, turli foydalanuvchi guruhlarining ehtiyojlarini muvozanatlash qobiliyatiga bog'liqdir [3].

Matchmakingning ahamiyati, ayniqsa, Upwork va TaskRabbit kabi platformalar frilanserlarni ish beruvchilar bilan bog'laydigan gig iqtisodiyotida (*gig iqtisodiyoti-erkin va qisqa muddatli ish bilan ajralib turadigan mehnat bozori*) yaqqol namoyon bo'ladi. O'zbekiston misolida, xuddi shunday Olx.uz platformasida ham frilanserlar, mulkni ijaraga olish va turli xil xizmatlarni taqdim etish bilan jismoniy shaxslar va korxonalar vositachilarga ehtiyoj sezmasdan bevosita o'zaro aloqada bo'lishlari mumkin bo'lgan muhitni yaratadi. Ushbu platformalar moslashuvchanlikni taklif qilish, kirish uchun to'siqlarni kamaytirish va jahon bozorlariga kirishni kengaytirish orqali yangi mehnat bozori dinamikasini yaratadi. Biroq, Evans va Shmalensee, shuningdek, ba'zi muammolar, ya'ni tartibga solish, ma'lumotlar maxfiyligi va mehnat huquqlari bilan bog'liq potentsial kamchiliklar haqida ogohlantiradi [3].

Annabelle Gaver "Platformalar, bozorlar va innovatsiyalar" kitobida raqamli platformalar uchinchi tomon ishlab chiquvchilariga mavjud infratuzilmani qurishga imkon beradigan ekotizimlarni yaratish orqali innovatsiyalarni faollashtiruvchisi sifatida qanday ishlashini ta'kidlaydi. Misol uchun, Apple App Store va Google Play ishlab chiquvchilar innovatsion va global auditoriyaga erisha oladigan keng ekotizimlarni yaratdilar. Ushbu ochiq innovatsion model an'anaviy yopiq tizimlardan farq qiladi, bu yerda kompaniyalar tovarlar va xizmatlarni ishlab chiqarish va tarqatishni nazorat qiladilar [4].

Platformalar, shuningdek, yangi mahsulotlar yoki xizmatlarning bozorga chiqish vaqtini qisqartirish orqali innovatsiyalarning tezroq tarqalishini ta'minlaydi. Misol uchun, Amazonning bozori kichik biznes va tadbirkorlarga jismoniy chakana savdoga ehtiyoj

sezmasdan millionlab mijozlarga erishish imkonini beradi. Innovatsiyalarni demokratlashtirish raqobatni rivojlantirish va yangi mahsulotlarni ishlab chiqarishni rag'batlantirish orqali iqtisodiy o'sishga yordam beradi.

Raqamli platformalarning ko'tarilishi keng qamrovli iqtisodiy va ijtimoiy ta'sirga ega. MIT (Massachusetts Institute of Technology)ning “Platforma iqtisodiyoti bo'yicha tahlili”ga ko'ra, platformalar yangi bozorlarni yaratish va mavjudlarini bekor qilish orqali chakana savdo, transport va mehmondo'stlik kabi sohalarni o'zgartirdi. Amazon va Alibaba kabi platformalar xaridorlarga arzon narxlarda turli xil mahsulotlarni taklif qilish orqali chakana savdo sohasida inqilob qildi, Uber va Lyft kabi platformalar esa qulayroq va arzonroq transport imkoniyatlarini taklif qilish orqali an'anaviy taksi sohasini bekor qildi [5]. Shu o'rinda, O'zbekistonda ushbu tizimga bosqichma bosqich o'tilayotganligini hisobga olib, o'tgan bir necha yillar ichida shunga o'xshash “Uzum market”, “Yandex Go” kabi platformalar O'zbekiston an'anaviy iqtisodiyotida inqilob qildi.

Ijtimoiy nuqtai nazardan esa, raqamli platformalar iste'molchilarga ma'lumotlardan ko'proq foydalanishni ta'minlash hamda, xaridorlar va sotuvchilar o'rtasidagi quvvat assimetriyasini kamaytirish orqali vakolat berdi. Yelp va TripAdvisor kabi platformalar iste'molchilarga sotib olish to'g'risida qaror qabul qilishdan oldin sharhlarni o'qish va mahsulotlarni taqqoslash imkonini beradi, bu orqali bozor operatsiyalarida shaffoflik va ishonchni oshiradi. Biroq, ushbu platformalar bozor kuchining kontsentratsiyasi haqida ham tashvish tug'diradi, chunki bir nechta dominant platformalar butun sanoat tarmoqlariga sezilarli ta'sir ko'rsatishi mumkin.

Raqamli platformalarning iqtisodiyotga qo'shgan eng muhim hissalaridan biri bu “Sharing economy”, ya'ni tovarlar yoki xizmatlarga vaqtincha kirishni, ayniqsa onlayn kompaniyalar yoki tashkilotlar orqali sotib olish yoki sotishni o'z ichiga olgan iqtisodiy faoliyatning rivojlanishiga turtki bo'ldi. Ushbu yangi modelda platformalar foydalanilmayotgan aktivlarni almashishni osonlashtiradi, bu esa jismoniy shaxslarga tovarlar va xizmatlarni sotib olish o'rniga ijaraga olish yoki qarz olish imkonini beradi. Springerning nashriga oid "Platformaga asoslangan ekotizimlar tushunchasi"da Airbnb va Zipcar kabi platformalar aktivlarga vaqtincha kirishga muhtoj foydalanuvchilarni

haddan tashqaridagi quvvat (mahsulotga bo'lgan talab biznes bozorga yetkazib berishi mumkin bo'lgan mahsulot miqdoridan kam bo'lganda yuzaga keladigan holat)ga ega bo'lganlar bilan bog'lash orqali resurslarni qanday optimallashtirish imkon berishini muhokama qiladi [6].

Sharing economy (*birgalikda iste'mol iqtisodiyoti*) xarajatlarni kamaytiradi va samaradorlikni oshiradi, ammo me'yoriy asoslar va mehnat huquqlari to'g'risida savollar tug'diradi. Uber va Airbnb kabi platformalar qonun noaniq yoki aniq belgilanmagan hududlarda ishlash uchun tanqidlarga duch kelishdi, ko'pincha mehmonxonalar, taksilar va mehnat standartlarini tartibga soluvchi an'anaviy qoidalarni chetlab o'tishdi. Masalan, ko'plab gig iqtisodiyoti ishchilari mustaqil pudratchilar (*ish bilan band bo'lmagan shaxs sifatida boshqa tashkilot uchun ish bajarish yoki ularga xizmat ko'rsatish uchun shartnoma tuzgan yakka tartibdagi shaxs yoki tashkilot*) sifatida ishlaydi, bu ularning tibbiy sug'urta va ish xavfsizligi kabi imtiyozlardan foydalanish imkoniyatlarini kamaytirishi mumkin. Ushbu muammolar innovatsiyalarni ishchilar va iste'molchilar uchun himoya bilan muvozanatlashi mumkin bo'lgan yangilangan qoidalar zarurligiga ishora qiladi.

Raqamli platformalar o'sishi bilan ular ko'pincha o'z bozorlarida dominant o'yinchilarga aylanishadi. Evans va Shmalensee Matchmakersda ta'kidlaganidek, Google, Amazon va Facebook kabi platformalar tarmoq effektlaridan foydalanish qobiliyati tufayli sezilarli bozor kuchiga ega [3]. Platforma foydalanuvchilarning muhim massasiga yetib borgach, raqobatchilar uchun uning ustunligiga qarshi chiqish qiyin bo'ladi. Bu monopolistik xatti-harakatlarga olib kelishi mumkin, bu yerda dominant platformalar narxlarni belgilaydi, bozorlarga kirishni nazorat qiladi va raqobatni cheklaydi.

MIT (Massachusetts Institute of Technology) "Platforma iqtisodiyotidagi tahlili" da bu tashvishlardan shuni ta'kidlab o'tadiki, bozor kuchining bir nechta yirik platformalarda konsentratsiyasi innovatsiyalarni to'sib qo'yishi va iste'molchilar tanlovini cheklashi mumkin [5]. Ba'zi hollarda platformalar o'zlarining ustunligidan potentsial raqiblarni sotib olish yoki uchinchi tomon sotuvchilariga cheklov shartlarini qo'yish kabi raqobatga

qarshi amaliyotlardan foydalanishlari mumkin. Ushbu masalalar, ayniqsa, antitrust (monopoliyaga qarshi adolatli raqobatni rivojlantirish) va ma'lumotlar maxfiyligi sohalarida normativ tekshiruvni kuchaytirishga chaqirdi.

Ma'lumotlar raqamli platformalarning ishlashini ta'minlaydigan asosiy elementidir. McAfee va Brynjolfsson "Machine, Platform, Crowd" kitobida ta'kidlashdiki, platformalar katta hajmdagi ma'lumotlarni to'plash, tahlil qilish va monetizatsiya qilish (*pul yoki valyuta sifatida ifodalash*) orqali qiymat yaratadi [2]. Google va Facebook kabi platformalar foydalanuvchi ma'lumotlarini qo'lga kiritish uchun murakkab algoritmlardan foydalanadi, keyinchalik ular maqsadli reklama va shaxsiy xizmatlarni taklif qilish uchun foydalanadilar. Ushbu ma'lumotlarga asoslangan yondashuv platformalarga o'z operatsiyalarini optimallashtirish va foydalanuvchi tajribasini oshirish, yaxshi o'sish siklini yaratish imkonini beradi.

Biroq, ma'lumotlarga tayanish muhim axloqiy va maxfiylik muammolarini ham keltirib chiqaradi. Platformalar ortib borayotgan shaxsiy ma'lumotlarni to'plaganligi sababli, ular ma'lumotlar xavfsizligi, foydalanuvchi roziligi va ma'lumotlardan noto'g'ri foydalanish bilan bog'liq muammolar bilan kurashishlari kerak. Facebook-Cambridge Analytica voqeasi kabi so'nggi ma'lumotlar buzilishi va janjallari foydalanuvchi maxfiyligini himoya qilish uchun kuchli ma'lumotlarni himoya qilish qoidalariga ehtiyoj borligini ta'kidladi.

3. XULOSA

Xulosa qilib aytganda, raqamli platforma iqtisodiyotining kelajagi doimiy innovatsiyalar, tartibga solish evolyutsiyasi va iste'molchilar xatti-harakatlarining o'zgarishi bilan shakllanishi mumkin. Binobarin, jahondagi dolzarb sektorlar faoliyatini yanada rivojlantirish va mustahkamlash chora-tadbirlari sifatida innovatsiyalarni rivojlantirish, xizmatlardan foydalanish imkoniyatlarini kengaytirish va yangi biznes modellarini yaratish orqali global iqtisodiyotni o'zgartirish davom ettirilmoqda. Bu borada, O'zbekistonda ham 2020-yilda qabul qilingan “Digital Uzbekistan 2030” strategiyasi asosida tashabbuslarning ishga tushirilishi barcha sohalarda raqamlashtirishni jadallashtirish, raqamli savodxonlikni oshirish, texnologik startaplar va

raqamli platformalar uchun qulay muhit yaratishga qaratilgan ko'pgina ishlar amalga oshirilmoqda.

Raqamli platformalar tranzaksiyalarni osonlashtirish, innovatsiyalarni rivojlantirish va yangi bozor dinamikasini yaratish orqali zamonaviy iqtisodiyotda hal qiluvchi rol o'ynaydi. Belleflamme, McAfee, Brynjolfsson, Evans, Schmalensee va Gavering asarlari raqamli platformalar asosidagi iqtisodiy tamoyillar va ularning kengroq ijtimoiy ta'siri haqida qimmatli tushunchalarni beradi. Platformalar rivojlanishda davom etar ekan, ular global savdo va iqtisodiy o'sish kelajagini shakllantirishda markaziy kuch bo'lib qoladi.

Shu o'rinda nafaqat iqtisodiyotda balki sog'liqni saqlash, ta'lim va moliya kabi yangi sohalarda ham raqamli platformalar egallab borar ekan, ular an'anaviy tarmoqlarni buzishda va o'sish uchun yangi imkoniyatlar yaratishda davom etadilar. Shu bilan birga, siyosatchilar platforma iqtisodiyotining afzalliklari keng tarqalganligini ta'minlash uchun platforma monopoliyalari, ma'lumotlar maxfiyligi va mehnat huquqlari bilan bog'liq muammolarni hal qilishlari kerak.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. P. Belleflamme & M. Peitz, (2019). “The Economics of Platforms: Concepts and Strategy”. Cambridge University Press.
2. A. McAfee & E. Brynjolfsson, (2017). “Machine, Platform, Crowd: Harnessing Our Digital Future”. W.W. Norton & Company.
3. David S. Evans & R. Schmalensee, (2016). “Matchmakers: The New Economics of Multisided Platforms”. Harvard Business Review Press.
4. Anabelle Gawer, (Ed.). (2009). “Platforms, Markets, and Innovation”. Edward Elgar Publishing.
5. MIT's “Analysis on the Platform Economy”. Retrieved from MIT (Massachusetts Institute of Technology). <https://ide.mit.edu/insights/how-a-decade-of-platforms-has-upended-the-global-economy/>
6. “The Concept of the Platform-Based Ecosystems: The Digital Platform Economy Index 2020”. Available at SpringerLink: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-89651-5_2