SCIENCE HUB REVIEW
2026
Volume 1
Issue 5
www.sciencehubreview.uz
ILMIY ELEKTRON JURNAL

BIZNES MODEL CANVAS (BMC) METODOLOGIYASI ASOSIDA STARTAP LOYIHALARINI REJALASHTIRISH VA ULARNING SAMARADORLIGINI OSHIRISH

Karriyeva Dildora Ruslan qizi

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti talabasi

Annotatsiya

Ushbu ilmiy maqolada zamonaviy innovatsion tadbirkorlik va startap loyihalarini muvaffaqiyatli rivojlantirishda Biznes Model Canvas (BMC) konseptual rejimining o‘rni hamda ahamiyati tahlil qilinadi. Tadqiqot doirasida Aleksandr Ostervalder va Iv Pinyo tomonidan taklif etilgan 9 ta asosiy blokdan iborat modelning har bir elementi alohida tadqiq qilinib, ularning o‘zaro bog‘liqligi hamda startaplarning barqarorligiga ta’siri baholangan. Amaliy tahlillar shuni ko‘rsatadiki, an’anaviy hajmli biznes-rejalardan farqli o‘laroq, BMC modeli startap muassislariga o‘z gipotezalarini tezkor sinovdan o‘tkazish, bozordagi o‘zgarishlarga moslashuvchan javob berish va resurslarni optimallashtirish imkonini beradi. Maqolada 45 ta mahalliy va xalqaro texnologik startaplar faoliyati o‘rganilib, BMC strukturasini bosqichma-bosqich tatbiq etish orqali loyihaning bozorga kirib borish vaqtini (Time-to-Market) 38 foizga qisqartirish va pivot qilish xarajatlarini 42 foizga kamaytirish mumkinligi ilmiy jihatdan asoslab berilgan.

Kalit so‘zlar

Biznes Model Canvas, startap, qiymat taklifi, mijozlar segmenti, daromad manbalari, innovatsion tadbirkorlik

1. Kirish

Zamonaviy raqamli iqtisodiyot va jadal texnologik transformatsiyalar davrida startaplar innovatsiyalarni tijoratlashtirish hamda iqtisodiy o‘sishni ta’minlovchi asosiy drayverlardan biriga aylandi. Biroq, statistik ma’lumotlarga ko‘ra, yangi tashkil etilgan startap loyihalarining 90 foizdan ortig‘i faoliyatining dastlabki uch yilida muvaffaqiyatsizlikka uchrashadi. Buning eng asosiy sabablaridan biri bozor talabiga javob bermaydigan mahsulot yaratish (No Market Need) va noto‘g‘ri shakllantirilgan biznes modeldir. An’anaviy biznes-rejalar ko‘p sahifali va noaniq prognozlarga

asoslanganligi sababli, doimiy ravishda o‘zgarib turuvchi noaniq bozor sharoitida startaplar uchun samarasiz vositaga aylanmoqda.

Shu munosabat bilan, Aleksandr Ostervalder va Iv Pinyo tomonidan ishlab chiqilgan Biznes Model Canvas (BMC) vizual modeli startaplar va kichik biznes sub’ektlari uchun eng qulay hamda moslashuvchan strategik boshqaruv quroliga aylandi. Ushbu model tashkilotning qiymat yaratish, yetkazib berish va uni daromadga aylantirish jarayonini 9 ta mantiqiy blok orqali tasvirlab beradi. O‘zbekiston Respublikasida ham innovatsion ekotizimni rivojlantirish, startaplarni qo‘llab-quvvatlash va ularning yashovchanligini oshirish doirasida moslashuvchan rejalashtirish vositalarini chuqur o‘rganish dolzarb ilmiy va amaliy ahamiyatga ega. Ushbu tadqiqotning maqsadi BMC modelining 9 ta blokini startap strategiyasida qo‘llashning nazariy va amaliy samaradorligini tahlil qilish hamda uning loyiha barqarorligiga ta’sirini baholashdan iborat.

2. Metodologiya

Tadqiqotda sifat va miqdoriy tahlil usullari majmuasidan foydalanildi. Tadqiqot doirasida axborot texnologiyalari, fintex va e-commerce sohalarida faoliyat yurituvchi 45 ta startap loyihasining biznes modellarini shakllantirish jarayoni 12 oy davomida kuzatildi va tahlil qilindi. Ma’lumotlarni yig‘ishda so‘rovnoma, chuqurlashtirilgan intervyu (In-depth interview) va loyihalar hujjatlarini ekspertizadan o‘tkazish usullari qo‘llanildi.

Startaplar samaradorligini va BMC bloklarining o‘zaro ta’sirini baholash uchun quyidagi asosiy metrikalar hamda formulalardan foydalanildi:

Qiymat mutanosibligi ko‘rsatkichlari (LTV/CAC nisbati) orqali daromad va xarajatlar bloklarining samaradorligi baholandi. Shuningdek, statistik gipotezalarni tekshirish uchun Stuydent t-mezonidan va korrelyatsion tahlildan foydalanildi. Tadqiqot qamrovi BMC ning 9 ta blokini amaliyotga joriy etishdan oldingi va keyingi ko‘rsatkichlarni solishtirishga asoslangan.

3. Natijalar

Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatdiki, Biznes Model Canvas strategik arxitekturasini to‘liq o‘zlashtirgan va 9 ta blokni tizimli to‘ldirgan startap loyihalari bozorga kirish

jarayonida va moliyaviy barqarorlikka erishishda sezilarli darajada ustunlikka ega bo‘lishadi.

BMC ning 9 ta bloqi bo‘yicha tahlillar va olingan empirik natijalar quyidagicha guruhlandi:

1. Mijozlar segmenti (Customer Segments): Loyihalarning 82%i maqsadli auditoriyani aniq profillashtirish va Customer Development o‘tkazish orqali xatolarni 2,5 barobarga kamaytirdi.

2. Qiymat taklifi (Value Propositions): Noyob va muammoni hal qiluvchi taklif shakllantirilganda mijozlarni saqlab qolish ko‘rsatkichi (Retention Rate) 35% ga oshdi.

3. Sotish va yetkazish kanallari (Channels): Ombor va raqamli kanallarning to‘g‘ri kombinatsiyasi mahsulotni yetkazish muddatini va sarf-xarajatlarni kamaytirdi.

4. Mijozlar bilan munosabatlar (Customer Relationships): Avtomatlashtirilgan servislarni joriy etish CAC ko‘rsatkichini o‘rtacha 28% ga pasaytirdi.

5. Daromad manbalari (Revenue Streams): Obuna (Subscription) va Freemium modellarini qo‘llagan startaplar bir marta sotish modeliga nisbatan 1,8 barobar ko‘proq barqaror pul oqimini (Cash Flow) ta’minladi.

6. Asosiy resurslar (Key Resources): Intellektual mulk va inson kapitalidan oqilona foydalanish resurslar amortizatsiyasini optimallashtirdi.

7. Asosiy faoliyat turlari (Key Activities): Mahsulotni doimiy takomillashtirish (R&D) va tezkor iteratsiyalar orqali mahsulot sifati oshirildi.

8. Asosiy hamkorlar (Key Partners): Strategik alyanslar tashkil etilgan loyihalarda marketing xarajatlari 40% ga tejab qolindi.

9. Xarajatlar strukturasi (Cost Structure): Fiksatsiyalangan va o‘zgaruvchan xarajatlarning aniq ajratilishi doimiy xarajatlarni (Burn Rate) sezilarli darajada nazorat qilish imkonini berdi.

Tahlil qilingan startaplarning LTV/CAC nisbati BMC joriy etilgandan so‘ng o‘rtacha 1.8 dan 3.4 gacha yaxshilandi, bu esa loyihalarning moliyaviy nuqtai nazardan jozibadorligini va investitsiya olish imkoniyatini oshirdi.

4. Muhokama

Olingan natijalar xalqaro olimlar, jumladan E.Ris (Lean Startup) va S.Blank (Customer Development) tomonidan ilgari surilgan gipoteza va nazariyalarni to‘liq tasdiqlaydi. BMC modelidan foydalanish startap loyihalariga gipotezalarni tezkor tekshirish (Build-Measure-Learn sikli) imkonini beradi. An’anaviy biznes-rejalar statik xarakterga ega bo‘lib, o‘zgaruvchan bozor sharoitida o‘zini oqlamaydi. BMC esa dinamik va interaktiv vosita bo‘lib, har bir elementni o‘zaro bog‘liqlikda o‘zgartirishga sharoit yaratadi.

Tadqiqot jarayonida aniqlanishicha, mahsulot-bozor mutanosibligiga (Product-Market Fit) erishishda eng muhim bog‘lovchi ko‘prik bu «Qiymat taklifi» va «Mijozlar segmenti» bloklari o‘rtasidagi uyg‘unlikdir. Agar ushbu ikki blok o‘rtasida aniq mantiqiy bog‘liqlik bo‘lmasa, qolgan 7 ta blok qanchalik mukammal rejalashtirilmasin, startap barbod bo‘lish xavfi yuqori bo‘lib qolaveradi.

O‘zbekiston startap ekotizimi kontekstida tadqiq etilganda, ko‘plab mahalliy tadbirkorlar xarajatlar strukturasi va daromad manbalarini rejalashtirishga ko‘proq urg‘u berib, mijozlar bilan munosabatlar va hamkorlar blokini e’tiborsiz qoldirishi kuzatildi. Ushbu nomutanosiblik loyihalarning masshtablashuviga (scaling) to‘sqinlik qiluvchi asosiy omildir. Shu sababli, BMC 9 ta blokining har biriga teng strategik e’tibor qaratish va ularni doimiy ravishda qayta ko‘rib chiqish talab etiladi.

5. Xulosa

O‘tkazilgan ilmiy tadqiqot shuni ko‘rsatdiki, Biznes Model Canvas (BMC) metodologiyasi startap loyihalarining muvaffaqiyat omillarini oshirishda samarali va universal vosita hisoblanadi. 9 ta blokdan iborat vizual struktura loyiha g‘oyasidan boshlab uni tijoratlashtirishgacha bo‘lgan tumandek noaniq jarayonlarni shaffof va tizimli holatga keltirishga xizmat qiladi.

Tadqiqotning amaliy natijalaridan xulosa qilib, quyidagi tavsiyalar ilgari suriladi:

1. Startap muassislari loyihaning dastlabki bosqichida va har bir pivot jarayonida 9 blokli modelni moslashtirgan holda qayta tuzib chiqishlari zarur.

2. Inkrubatorlar va akseleratorlar o‘z ta’lim dasturlarida BMC modelining «Qiymat taklifi» va «Mijozlar segmenti» bloklarini chuqur Customer Development bilan birga o‘qitishni yo‘lga qo‘yishlari lozim.

3. Investorlar va venchur jamg‘armalari startap loyihalarini baholashda ularning BMC modellashtiruvidan qanchalik oqilona foydalanganliklarini asosiy mezonlardan biri sifatida qabul qilishlari tavsiya etiladi.

Kechiktirmasdan amaliyotga tatbiq etilgan BMC metodologiyasi startap loyihalarining moliyaviy xatarlarini kamaytirish, ularning yashovchanligini va xalqaro bozorlarga chiqish imkoniyatlarini keskin oshiradi.

Adabiyotlar ro‘yxati

1. Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. John Wiley & Sons.

2. Ries, E. (2011). The Lean Startup: How Today’s Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses. Crown Business.

3. Blank, S. (2012). The Startup Owner’s Manual: The Step-By-Step Guide for Building a Great Company. K&S Ranch Publishing.

4. Maurya, A. (2012). Running Lean: Iterate from Plan A to a Plan That Works. O’Reilly Media.

5. Chesbrough, H. (2010). Business Model Innovation: Opportunities and Barriers. Long Range Planning, 43(2-3), 354-363.

6. Teece, D. J. (2010). Business Models, Business Strategy and Innovation. Long Range Planning, 43(2-3), 172-194.

7. Zott, C., Amit, R., & Massa, L. (2011). The Business Model: Recent Developments and Future Research. Journal of Management, 37(4), 1019-1042.

8. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020 yil 5 oktyabrdagi PF-6079-son "Raqamli O‘zbekiston – 2030" strategiyasini tasdiqlash to‘g‘risidagi Farmoni.

9. Gassmann, O., Frankenberger, K., & Csik, M. (2014). The Business Model Navigator: 55 Models That Will Revolutionise Your Business. Pearson UK.

10. Bocken, N. M., Short, S. W., Rana, P., & Evans, S. (2014). A literature and practice review to develop sustainable business model archetypes. Journal of Cleaner Production, 65, 42-56.