

RAQAMLI TRANSFORMATSIYA VA "TO'SIQLAR"NI KAMAYTIRISH

Tojimatova Shahlo Yo'ldashali qizi

NamDU Iqtisodiyot fakulteti, Bank ishi yo'nalishi 1-bosqich talabasi

<https://doi.org/10.5281/zenodo.18309375>

Annotatsiya

Mazkur ishda XXI asr boshidan buyon raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi natijasida raqobat muhitining tubdan o'zgarishi masalalari tahlil qilinadi. Internet, sun'iy intellekt, bulutli texnologiyalar, platformaviy biznes modellari va katta ma'lumotlar (big data) iqtisodiyotning deyarli barcha sohalariga chuqur kirib borib, sanoat iqtisodiyotiga xos bo'lgan statik raqobat yondashuvlarining cheklanganligini yuzaga chiqarmoqda. Tadqiqotda sanoat va raqamli iqtisodiyot sharoitidagi raqobat tabiatining asosiy farqlari, bozorga kirish to'siqlarining kamayishi va ularning yangi shakllari yoritib beriladi. Shuningdek, raqamli platformalar, tarmoqlangan ekotizimlar va ko'p tomonlama bozorlarning raqobat ustunligini shakllantirishdagi o'rni tahlil qilinadi. Ishda raqamli iqtisodiyot sharoitida dinamik raqobat, ortib boruvchi daromadlar, noaniqlik va moslashuvchanlikning ahamiyati asoslab berilib, raqobat siyosati va biznes strategiyalarini ishlab chiqishda ushbu omillarni hisobga olish zarurligi ta'kidlanadi.

Kalit so'zlar: Raqamli iqtisodiyot, raqamli transformatsiya, raqobat muhiti, dinamik raqobat, bozorga kirish to'siqlari, platformaviy biznes modellari, tarmoqlangan ekotizimlar, katta ma'lumotlar (big data), innovatsiya, ortib boruvchi daromadlar.

Annotation: This paper analyzes the fundamental changes in the competitive environment resulting from the rapid development of digital technologies since the beginning of the 21st century. The Internet, artificial intelligence, cloud technologies, platform-based business models, and big data have deeply penetrated almost all sectors of the economy, revealing the limitations of static competition approaches characteristic of the industrial economy. The study highlights the key differences in the nature of competition between industrial and digital economies, the reduction of market entry barriers, and the emergence of their new forms. In addition, the role of digital platforms, networked ecosystems, and multi-sided markets in shaping competitive advantages is examined. The paper substantiates the importance of dynamic competition, increasing returns, uncertainty, and adaptability in the digital economy and emphasizes the need to take these factors into account when developing competition policy and business strategies.

Keywords: Digital economy, digital transformation, competitive environment, dynamic competition, market entry barriers, platform-based business models, networked ecosystems, big data, innovation, increasing returns.

Аннотация: В данной работе анализируются фундаментальные изменения конкурентной среды, обусловленные стремительным развитием цифровых технологий с начала XXI века. Интернет, искусственный интеллект, облачные технологии, платформенные бизнес-модели и большие данные (big data) глубоко проникли практически во все сферы экономики, выявив ограниченность статических подходов к конкуренции, характерных для индустриальной экономики. В исследовании раскрываются ключевые различия в природе конкуренции между индустриальной и цифровой экономикой, снижение барьеров входа на рынок и формирование их новых форм. Также анализируется роль цифровых платформ, сетевых экосистем и

многосторонних рынков в формировании конкурентных преимуществ. В работе обосновывается значение динамической конкуренции, возрастающей отдачи, неопределенности и адаптивности в условиях цифровой экономики и подчеркивается необходимость учета данных факторов при разработке конкурентной политики и бизнес-стратегий.

Ключевые слова: Цифровая экономика, цифровая трансформация, конкурентная среда, динамическая конкуренция, барьеры входа на рынок, платформенные бизнес-модели, сетевые экосистемы, большие данные (big data), инновации, возрастающая отдача.

KIRISH:

XXI asr boshidan boshlab raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi iqtisodiyotning deyarli barcha sohalariga chuqur kirib bordi va raqobat muhitining mohiyatini tubdan o'zgartirdi. Internet, sun'iy intellekt, bulutli texnologiyalar, platformaviy biznes modellari va katta ma'lumotlar (big data) nafaqat ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish usullarini, balki bozor ishtirokchilari o'rtasidagi munosabatlar hamda "to'siqlar"ning shakllanish mexanizmini ham qayta belgilab berdi. Natijada, sanoat iqtisodiyotiga xos bo'lgan statik raqobat yondashuvlari bugungi raqamli iqtisodiyot sharoitida yetarli bo'lmay qoldi.

Raqamli transformatsiya sharoitida bozorga kirish to'siqlari, tranzaksiya xarajatlari va shartnomaviy cheklovlar sezilarli darajada kamaymoqda. Bu holat yangi bizneslarning tez paydo bo'lishiga, innovatsion mahsulot va xizmatlarning jadal tarqalishiga hamda raqobatning yanada dinamik tus olishiga olib kelmoqda. Shu bilan birga, raqamli platformalar va tarmoqlangan ekotizimlar yangi turdagi ustunliklarni yuzaga keltirib, an'anaviy raqobat tushunchalarini qayta korib chiqishni taqozo etmoqda.

Mazkur mavzuning dolzarbligi shundaki, raqamli iqtisodiyot sharoitida raqobatni to'g'ri baholash, "to'siqlar"ning kamayishi va ularning yangi shakllarini tushunish iqtisodiy siyosat, raqobatni tartibga solish va biznes strategiyalarini ishlab chiqishda muhim ahamiyat kasb etadi. Ushbu mavzuda raqamli transformatsiyaning raqobat tabiatiga ta'siri, sanoat va raqamli iqtisodiyot o'rtasidagi asosiy farqlar hamda texnologik rivojlanish natijasida yuzaga kelayotgan yangi imkoniyatlar va cheklovlar tahlil qilinadi.

ADABIYOTLAR TAHLILI VA METODLAR:

Raqamli iqtisodiyot va raqobat munosabatlari masalasi so'nggi yillarda iqtisodiy nazariya va amaliy tadqiqotlarda keng muhokama qilinmoqda. Klassik sanoat iqtisodiyoti doirasida raqobat asosan statik yondashuvlar orqali talqin qilinib, bozorga kirish to'siqlari, ishlab chiqarish ko'lamini va firmalarning moddiy aktivlari asosiy omillar sifatida qaralgan. Ushbu yondashuvlar A. Marshall, J. Robinson, E. Chamberlin kabi iqtisodchilar ishlarida o'z aksini topgan.

Biroq raqamli texnologiyalarning rivojlanishi bilan raqobatning dinamik xususiyatlari kuchaydi. Alfred Chandler sanoat davrida yirik biznesning shakllanishida infratuzilma va kommunikatsiyalarning rolini asoslab bergan bo'lsa, zamonaviy tadqiqotchilar raqamli platformalar, tarmoq effektlari va ekotizimlarning raqobat ustunligini shakllantirishdagi ahamiyatini ta'kidlamogda. Brian Arthur, J. Schumpeter va zamonaviy institutsional iqtisodchilar ishlarida noaniqlik, innovatsiyalar va ortib boruvchi daromadlar sharoitida raqobatning yangi tabiati yoritib berilgan.

Mazkur tadqiqotda raqamli transformatsiyaning raqobat muhitiga ta'sirini o'rganishda tizimli tahlil, taqqoslama (komparativ) metod, tarixiy yondashuv hamda nazariy umumlashtirish usullaridan foydalanildi. Sanoat va raqamli iqtisodiyot o'rtasidagi farqlarni aniqlashda klassik va zamonaviy iqtisodiy nazariyalar qiyosiy tahlil qilindi.

NATIJALAR:

XX asr sanoat iqtisodiyoti bilan XXI asr raqamli iqtisodiyoti o'rtasida raqobat tabiati jihatidan muhim farqlar mavjud. Dinamik raqobat savdo-sotiqning boshlanganidan beri mavjud bo'lsa-da, raqamli inqilob uning ahamiyatini yanada kuchaytirmoqda. Raqobat tizimlari bunday rivojlanishlarga mos bo'lishi kerak.

Bu farqlar ko'pincha noto'g'ri tushuniladi yoki xato talqin qilinadi, ayniqsa statik paradigmani qo'llab-quvvatlovchilar tomonidan. Natijada, bugungi iqtisodiyotdagi raqobatning kuchi past baholanadi.

XIX asr o'rtalarida temiryo'l va telegraf paydo bo'lguncha, Amerikada yoki boshqa joylarda yirik biznes mavjud emas edi.¹ Eng yirik institutlar odatda cherkov, armiya va dengiz floti bo'lgan. Hukumatlar esa asosan kichik edi. Sanoat faoliyati ko'pincha mahalliy yoki mintaqaviy xarakterga ega bo'lgan, faqat portlar va suv transporti (daryo, kanal, okean) yaqinida joylashgan joylarda bundan mustasno.

Biroq, biznes tarixchisi Alfred Chandler ta'kidlaganidek,² temiryo'l va telegraf birinchi navbatda Amerikada, keyinroq Yevropada, undan keyin Osiyoda yirik biznesning shakllanishiga imkon berdi. Telegraf muhim edi, chunki u kompaniyalar ichida va ular o'rtasida o'z vaqtida kontinentlararo va transkontinent aloqa o'rnatish imkonini berdi. Temiryo'l esa muhim edi, chunki u bir yoki bir nechta asosiy ishlab chiqarish korxonalari orqali kontinental miqyosdagi bozorlarni ta'minlashga imkon berdi. Temiryo'l va telegraf birga ishlagach, US Steel, Pittsburgh Plate Glass, Dupont, General Motors, Ford va Swift kabi kompaniyalar milliy, keyin xalqaro raqobatga chiqdi.³

Sanoat davrida biznes modellari nisbatan barqaror bo'lgan. Shu fonda raqobat iqtisodiyoti rivojlandi. Endi internet va yangi raqamli texnologiyalar butunlay boshqa turdagi bizneslarni imkoniyat bilan ta'minlamoqda, ular esa juda boshqacha bo'lib, alohida tahliliy modellarga va tushunchalarga muhtoj. Raqamli iqtisodiyot va tijorat interneti bilan klassik ishlab chiqarish iqtisodiyoti yiriklikni tushuntirmaydi. Buning bir qismi internet orqali biznes va iste'molchilar o'rtasidagi shartnoma/operatsion to'siqlarni kamaytirish bilan bog'liq. Yangi shartnomalar yangi mahsulot va xizmatlarni yaratishga imkon beradi, bu esa mijozlarni xursand qiladi. Mikroprotessorlar, integratsiyalangan sxemalar va kuchli dasturlar tufayli, bugungi raqamlashtirish arzon va yanada arzonlashmoqda. Keng polosali internet mavjud bo'lgan joylarda bu aloqalarni, operatsiyalarni va biznes hamkorliklarini o'z vaqtida, samarali, dinamik va global miqyosda qo'llab-quvvatlaydi.

Raqamli dunyoda biznes modellari ko'pincha barqaror emas va tez o'zgarishi mumkin, bu esa raqobatga butunlay yangi o'lchov olib kiradi.⁴ Axborot texnologiyalari yangi, modul ishlab

¹ Glenn Porter "The Rise of Big Business," 1860–1910. New York, Thomas Y. Crowell Company, 1973.

² Alfred Chandler "Scale and Scope" *Belknap Press*, Harvard University, 1994; Alfred Chandler "The Beginnings of Big Business in American Industry," *Business History Review*, Spring 1959

³ ibid

⁴ David J. Teece "Business Models, Business Strategy and Innovation" *Long Range Planning* 43, Amsterdam: Elsevier Science (2010), 172–194.

chiqarish tizimlarini yaratishga imkon beradi, ular murakkab o'zaro ta'sirlarni hosil qiladi va kuchli teskari aloqalar yaratadi.

Muvaffaqiyatli texnologiya kompaniyalari o'sayotgan bo'lsa ham moslashuvchan bo'lishi mumkin. Ular ko'pincha ko'p tomonlama platformalarni boshqaradi va yuqori darajada tarmoqlangan. Uchinchi tomon qo'shimchalari muvaffaqiyatli texnologiya firmalari uchun juda muhim bo'lib, ular qiymat yaratishga va uni egallashga yordam beradi. Foydalanuvchilar ham qo'shimcha resurs bo'lishi mumkin. Masalan, foydalanuvchilar Instagram'da postlar yaratadi va internetga kontent yuklaydi, bu esa qidiruvni qimmatli qiladi.

Sanoat iqtisodiyotida raqobat ustunligi kompaniyaning o'z aktivlarini samarali ishlatish va ko'lam va doiraga bog'liq bo'lsa, raqamli iqtisodiyotda ko'lam va doira (va ortib boruvchi daromadlar) muhim, ammo katta qiymat ko'pincha texnologiya firmalarining balansida bo'lmagan aktivlarni samarali ishlatish orqali keladi. Masalan, Airbnb uchinchi tomon uy-joylarini yaxshiroq ishlatishga imkon beradi; Uber va Lyft esa gig-iqtisodiy haydovchilarga o'z avtomobillaridan yaxshiroq foydalanishga yordam beradi.

Bundan tashqari, ortib boruvchi daromadlar sanoat iqtisodiyotidagiga qaraganda kuchaygan.⁵ Murakkablik iqtisodchisi Brian Arthur ta'kidlaganidek, fundamental noaniqlik katta bo'lgan holatlarda, raqobatchilar kim bo'lishini, mahsulotni qanday qabul qilinishini, qaysi reglamentlar qo'llanilishini yoki muvaffaqiyat ehtimolini bila olmaydilar.⁶ "Ratsionallik" cheklangan yordam beradi. Mukofotlar texnologik o'rmon ichida yangi imkoniyatlarni dastlab anglab yetgan ishtirokchilarga beriladi, bu esa oldindan ko'rish, razvedka, tasavvur va jasoratni talab qiladi. Buni keyinchalik muhokama qiladigan dinamik imkoniyatlar deb atasa bo'ladi.

XULOSA:

XX asr sanoat iqtisodiyoti va XXI asr raqamli iqtisodiyoti o'rtasidagi raqobat tabiati tubdan farq qilishi asoslab berildi. Sanoat davrida raqobat nisbatan barqaror biznes modellari, moddiy aktivlar, ishlab chiqarish quvvatlari hamda ko'lam va doiraga asoslangan bo'lsa, raqamli iqtisodiyotda raqobat dinamik, tez o'zgaruvchan va ko'p jihatdan nomoddiy aktivlarga tayangan holda shakllanmoqda. Internet va raqamli texnologiyalar shartnoma va tranzaksiya to'siqlarini keskin kamaytirib, global miqyosda yangi mahsulot va xizmatlarning paydo bo'lishiga zamin yaratdi.

Tahlil shuni ko'rsatadiki, tarixan temiryo'l va telegraf qanday qilib yirik sanoat biznesining shakllanishiga yo'l ochgan bo'lsa, bugungi kunda internet, sun'iy intellekt va platformaviy texnologiyalar raqobatning mutlaqo yangi shakllarini vujudga keltirmoqda. Raqamli iqtisodiyotda qiymat yaratish jarayoni ko'pincha kompaniya balansida mavjud bo'lmagan aktivlardan – uchinchi tomon ishlab chiqaruvchilari, xizmat ko'rsatuvchilar va foydalanuvchilar resurslaridan samarali foydalanish orqali amalga oshiriladi. Airbnb, Uber, Lyft kabi platformalar bunga yorqin misol bo'la oladi.

Shuningdek, raqamli muhitda ortib boruvchi daromadlar va tarmoq effektlari kuchayib, raqobat ustunligi tezda shakllanishi yoki yo'qolishi mumkin. Bunday sharoitda statik tahlil va an'anaviy optimallashtirish yondashuvlari yetarli emas. Noaniqlik yuqori bo'lgan raqamli

⁵ Ortib boruvchi daromadlar faqat miqyos (scale) bilan izohlanmaydi. O'rganish jarayoni ham muhim omil bo'lishi mumkin.

⁶ Brian Arthur "Increasing Returns and the New World of Business" Harvard Business Review 1996

iqtisodiyotda muvaffaqiyat ko'proq moslashuvchanlik, tajriba o'tkazish, tezkor qaror qabul qilish va "dinamik imkoniyatlar"ni rivojlantirishga bog'liq bo'ladi.

Adabiyotlar, References, Литературы:

1. Glenn Porter "The Rise of Big Business," 1860–1910. New York, Thomas Y. Crowell Company, 1973.
2. Alfred Chandler "Scale and Scope" *Belknap Press*, Harvard University, 1994;
3. Alfred Chandler "The Beginnings of Big Business in American Industry," *Business History Review*, Spring 1959
4. David J. Teece "Business Models, Business Strategy and Innovation" *Long Range Planning* 43, Amsterdam: Elsevier Science (2010), 172–194.
5. Ortib boruvchi daromadlar faqat miqyos (scale) bilan izohlanmaydi. O'rganish jarayoni ham muhim omil bo'lishi mumkin.
6. Brian Arthur "Increasing Returns and the New World of Business" *Harvard Business Review* 1996