

RAQOBAT JUMBOQLARI: RAQAMLI ASRDA IQTISODIYOTNI QANDAY BARQARORLASHTIRISH MUMKIN

Ruziyev Baxtiyor

Toshkent axborot texnologiyalar universiteti mustaqil tadqiqotchisi

Annotatsiya. Mazkur maqolada raqobatbardoshlikni raqamlashtirish orqali amalga oshirish muammolari hamda jihatlari yoritilgan bo'lib, unda mamlakatimiz, shuningdek tashqi muhit ta'siriga qanchalik tusha olishi singari jihatlarning iqtisodiy asoslari yoritilgan.

Kalit so'zlari: raqobat, raqobatbardoshlik, iqtisodiyotni rivojlantirish, raqamlashtirish, elektron tijoratlashtirish.

Kirish. Iqtisodiyot so'nggi yillarda misli ko'rilmagan raqamlashtirish tezligiga guvoh bo'ldi. Elektron tijorat, ijtimoiy media va raqamli xizmatlarning jadal rivojlanishi korxonalar uchun kengroq auditoriyani qamrab olish va bozor ulushini oshirish uchun ko'plab imkoniyatlarni taqdim etdi. Biroq, bu iqtisodiyotni barqarorlashtirish nuqtai nazaridan bir qator qiyinchiliklarga olib keldi. Korxonalar o'rtasida kuchayib borayotgan raqobat kompaniyalarning bozor ulushini saqlab qolish va raqobatchilardan oldinda qolishlarini qiyinlashtirdi.

Muammo bayoni. Iqtisodiyotda raqobatni barqarorlashtirish va raqamlashtirishning asosiy muammosi texnologik taraqqiyotning jadal sur'atlari bilan bog'liq muammolarni hal qilish uchun samarali strategiyalarning yo'qligi hisoblanadi. Elektron tijorat, ijtimoiy media va raqamli xizmatlarning jadal o'sishi korxonalar uchun kengroq auditoriyani qamrab olish va bozor ulushini oshirish uchun yangi imkoniyatlar yaratdi, ammo bu biznes o'rtasida raqobatning kuchayishiga olib keldi.

Elektron tijorat biznesning ishlash usulini inqilob qildi. Bu korxonalarga kengroq auditoriyani qamrab olish va bozor ulushini oshirish imkonini berdi. Elektron tijoratning yuksalishi, shuningdek, yangi biznes modellari va imkoniyatlarining o'sishiga olib keldi. Biroq, elektron tijoratning jadal o'sishi, shuningdek, yangi sanoat va ish joylarining o'sishiga olib keldi.

Iqtisodiyotda raqobatni barqarorlashtirish va raqamlashtirish muammolari bir necha omillar bilan bog'liq bo'lishi mumkin. Birinchidan, texnologik taraqqiyotning tez sur'atlari korxonalar o'rtasida raqobatning kuchayishiga olib keldi. Ikkinchidan, raqamlashtirishning jadal sur'atlari bilan bog'liq muammolarni hal qilish uchun samarali strategiyalarning yo'qligi iqtisodiyotda barqarorlikning yo'qligiga olib keldi.

Bugungi tez sur'atda va yuqori raqobatbardosh biznes landshaftida barqarorlashtirish muammolari o'sish, rentabellik va barqarorlikning jim qotillari bo'lishi mumkin. Bu muammolar hatto eng muvaffaqiyatli tashkilotlarda ham paydo bo'lishi mumkin, bu ularni ehtiyotsizlikka olib keladi va ularning taraqqiyotini izdan chiqarish bilan tahdid qiladi. Barqarorlashtirish muammolari turli ko'rinishlarda namoyon bo'lishi mumkin: operatsion samarasizlikdan moliyaviy noto'g'ri boshqaruvga qadar va agar nazorat qilinmasa, halokatli oqibatlariga olib kelishi mumkin.

Stabillashtirish muammolari bilan bog'liq eng muhim muammolardan biri ularning radar ostida ucha olish qobiliyatidir. To'satdan inqiroz yoki halokatli hodisalardan farqli o'laroq, barqarorlashuv muammolari ko'pincha asta-sekin rivojlanadi, bu ularni kech bo'lmaguncha aniqlashni qiyinlashtiradi. Bu



yashirin tabiat korxonalarini noto'g'ri xavfsizlik tuyg'usiga solib qo'yishi mumkin, bu ularni ogohlantiruvchi belgilarga e'tibor bermaslikka va kerakli tuzatish choralarini e'tiborsiz qoldirishga olib keladi.

Masalan, ishlab chiqaruvchi kompaniya ishlab chiqarish samaradorligining bosqichma-bosqich pasayishiga olib kelishi mumkin, bu esa, agar hal qilinmasa, xarajatlarning oshishiga, sifatning pasayishiga va oxir-oqibat, sotishning yo'qolishiga olib kelishi mumkin. Xuddi shunday, moliya instituti buxgalteriya hisobidagi kichik nomuvofiqliklarni e'tiborsiz qoldirib, faqat katta janjal yoki tartibga solish muammolariga duch kelishi mumkin.

Harakatsizlik oqibatlari. Stabillashtirish muammolarini hal qilmaslik oqibatlari og'ir va keng qamrovli bo'lishi mumkin. Eng muhim xavflardan ba'zilari quyidagilardan iborat:

* Obro'ga putur yetkazish: Barqarorlashtirish muammolari mijozlarning ishonchi va ishonchini yo'qotishiga, kompaniya obro'siga va brend imijiga putur yetkazishi mumkin.

* Moliyaviy yo'qotishlar: Operatsion samarasizlik, moliyaviy noto'g'ri boshqaruv va tartibga solish bilan bog'liq muammolar kompaniyaning daromadiga ta'sir qiladigan va bankrotlikka olib keladigan katta moliyaviy yo'qotishlarga olib kelishi mumkin.

* Muvofiqlik bilan bog'liq muammolar: Barqarorlashtirish muammolarini hal qilmaslik tartibga solish talablariga rioya qilmaslikka olib kelishi mumkin, natijada jarimalar, jarimalar va qonuniy choralar ko'riladi.

* Iste'dodlarning yo'qolishi: Barqarorlik muammolari zaharli ish muhitiga olib kelishi mumkin, bu esa yuqori iste'dodlarning tashkilotni tark etishiga olib keladi va ma'naviy va mahsuldorlikka ta'sir qiladi.

Proaktiv yetakchilikning roli. Xo'sh, qanday qilib korxonalar barqarorlashtirish muammolari tuzoqlaridan qochishlari mumkin? Javob faol yetakchilik va doimiy takomillashtirish madaniyatida. Tashkilotlar istiqbolli yondashuvni qo'llash orqali potentsial muammolarni to'liq inqirozga olib kelmasdan oldin aniqlashlari va hal qilishlari mumkin.

Proaktiv etakchilik uchun ba'zi strategiyalar quyidagilarni o'z ichiga oladi:

* Doimiy auditlar va baholashlar: Muntazam audit va baholashlarni o'tkazish samarasizlik va potentsial xavf sohalari aniqlashga yordam beradi.

* Xodimlarning imkoniyatlarini kengaytirish: Xodimlarga o'z fikrlarini bildirish va tashvishlar haqida xabar berish huquqini berish barqarorlashtirish muammolarini erta aniqlashga yordam beradi.

* Doimiy trening va rivojlanish: Doimiy o'qitish va rivojlanish imkoniyatlarini taqdim etish xodimlarga sanoatning ilg'or amaliyotlari va me'yoriy talablardan xabardor bo'lishiga yordam beradi.

* Texnologiyani qabul qilish: Ma'lumotlar tahlili va avtomatlashtirish kabi texnologiyalardan foydalanish operatsiyalarni soddalashtirish va samaradorlikni oshirishga yordam beradi.

Barqarorlik muammolari biznes rivojlanishining jim qotillari bo'lishi mumkin, ammo ular bo'lishi shart emas. Ushbu muammolarning yashirin xavf-xatarlarini tan olish, harakatsizlik oqibatlarini tushunish va etakchilikka proaktiv yondashuvni qo'llash orqali tashkilotlar barqarorlashtirish muammolari tuzoqlaridan qochishlari va barqaror o'sish va muvaffaqiyatni ta'minlashlari mumkin.

Bugungi shiddatli ishbilarmonlik muhitida barqarorlashtirish muammolari paydo bo'ladimi yoki yo'qmi, endi gap qachon, balki qachon yuzaga keladi? Tayyor bo'lish va faol choralar ko'rish orqali korxonalar potentsial tahdidlarni o'sish va takomillashtirish imkoniyatlariga aylantirishi mumkin. Raqamli platformalarning ko'payishi bozor kuchining sezilarli o'zgarishiga olib keldi va raqamli davrga muvaffaqiyatli moslashgan kompaniyalarga yordam berdi. Amazon, Alibaba va Google kabi onlayn bozorlar an'anaviy ta'minot zanjirlarini buzgan yangi vositachi turini yaratib, korxonalar uchun mijozlarga erishish uchun muhim kanalga aylandi. Ushbu raqamli gigantlar bozorga sezilarli ta'sir ko'rsatish uchun o'zlarining keng foydalanuvchi bazalari, ma'lumotlarni tahlil qilish imkoniyatlari va tarmoq effektlaridan foydalangan holda ulkan kuchga ega bo'lishdi.



Bir tomondan, raqamli platformalar kichik va o'rta korxonalar (KO'K) uchun jahon bozorlariga chiqish uchun yangi yo'llarni ochdi, kirish to'siqlarini kamaytiradi va ularning ko'rinishini oshiradi. Biroq, bu kuchaygan raqobat bozor kuchining to'planishiga olib keldi, bu esa kichikroq o'yinchilarning Amazon yoki Google kabi kompaniyalar bilan raqobatlashishini qiyinlashtirdi.

Raqamlashtirish raqobatning asosiy xususiyatini o'zgartirib, diqqatni narxdan tajribaga o'tkazdi. Bugungi raqamli iqtisodiyotda mijozlar brendlar bilan uzluksiz, shaxsiylashtirilgan va bir zumda o'zaro aloqalarni kutishadi. Ma'lumotlarga asoslangan tushunchalar va innovatsion texnologiyalardan foydalangan holda mijozlarga ajoyib tajribalarni taqdim eta oladigan kompaniyalar raqobatbardosh ustunlikka ega bo'lishlari mumkin.

Tajribali marketingning yuksalishi raqobatning yangi shakliga olib keldi, bunda korxonalar taklif qilayotgan narxlar emas, balki ular yaratgan tajribalar asosida raqobatlashadi. Ushbu paradigma o'zgarishi marketing strategiyalariga sezilarli ta'sir ko'rsatadi, chunki kompaniyalar endi mijozlar bilan mustahkam munosabatlar o'rnatish, sodiqlikni rivojlantirish va targ'ibotni rag'batlantirishga ustuvor ahamiyat berishlari kerak.

Raqamlashtirish yangi biznes modellari va daromad oqimlarini keltirib chiqardi, bu esa raqobatni yanada kuchaytirdi. Birgalikda iqtisod, obunaga asoslangan xizmatlar va freemium modellarining o'sishi an'anaviy tarmoqlarni buzdi va kompaniyalarni moslashishga va innovatsiyalarga majbur qildi.

Misol uchun, Netflix va Spotify kabi oqim xizmatlarining yuksalishi ko'ngilochar industriyani o'zgartirib yubordi, bu esa iste'molchilarga bir oylik to'lov evaziga keng kontent kutubxonasidan foydalanish imkonini berdi. Xuddi shunday, baham ko'rish iqtisodiyoti Airbnb va Uber kabi kompaniyalarga to'liq foydalanilmagan aktivlardan foydalangan holda yangi bozorlarni yaratishga va egalik va foydalanishga bo'lgan munosabatimizni o'zgartirishga imkon berdi.

Bugungi raqamli landshaftda ma'lumotlar tahlili raqobatdosh ustunlikning muhim tarkibiy qismiga aylandi. Katta hajmdagi ma'lumotlarni to'plash, tahlil qilish va harakat qilish mumkin bo'lgan kompaniyalar mijozlar ehtiyojlarini tushunish, operatsiyalarni optimallashtirish va asoslangan qarorlar qabul qilish uchun yaxshi jihozlangan.

Mashinani o'rganish algoritmlari, sun'iy intellekt va bashoratli tahlillardan foydalanish korxonalariga real vaqt rejimida naqshlarni aniqlash, tendentsiyalarni oldindan bilish va o'zgaruvchan bozor sharoitlariga javob berish imkonini berdi. Bu yangi qurollanish poygasini yaratdi, bu erda kompaniyalar raqobatbardosh va dolzarb bo'lib qolishi uchun ma'lumotlarni tahlil qilish imkoniyatlariga sarmoya kiritishlari kerak.

Raqamlashtirishning raqobatga ta'siri raqamli savodxonlik va iste'dodlarni egallash zarurligini ham ta'kidlaydi. Korxonalar raqamli texnologiyalarga tobora ko'proq tayanar ekan, ular ushbu tizimlarni ishlab chiqish, joriy etish va texnik xizmat ko'rsatish uchun malakali mutaxassislarini talab qiladi.

Ma'lumotlar fani, kiberxavfsizlik va raqamli marketing kabi sohalarda malakali iste'dodlarning etishmasligi katta tashvishga aylandi, kompaniyalar yuqori iste'dodlarni jalb qilish va saqlab qolish uchun qattiq raqobatlashmoqda. Bu raqobatning yangi shakliga olib keldi, bunda korxonalar jozibador bandlik paketlarini, o'sish imkoniyatlarini va oldinda qolish uchun jozibali ish beruvchi brendini taklif qilishlari kerak.

Raqamlashtirishning raqobatga ta'siri chuqur bo'lib, korxonalar faoliyati, mijozlar bilan o'zaro munosabati va bozorda raqobatlash usullarida seysmik o'zgarishlarga olib keldi. Ushbu yangi landshaftda muvaffaqiyat qozonish uchun kompaniyalar tezkor, moslashuvchan va innovatsiyalarga tayyor bo'lishi, ajoyib mijozlar tajribasini yaratish, operatsion samaradorlikni oshirish va raqobatchilardan oldinda qolish uchun raqamli texnologiyalardan foydalanishi kerak.

Marketologlar sifatida raqamlashtirishning raqobatga ta'sirini tushunish va bozor dinamikasining ushbu yangi davri taqdim etgan imkoniyatlardan foydalanadigan strategiyalarni ishlab chiqish bizning



mas'uliyatimizdir. Shunday qilib, biz tashkilotlarimizga nafaqat omon qolish, balki raqobat tobora raqamli, global va tez sur'atlar bilan rivojlanayotgan dunyoda rivojlanishiga yordam bera olamiz.

Raqamlashtirishning iqtisodiyotdagi raqobatga ta'siri ko'p qirrali. Bir tomondan, bu korxonalar o'rtasida raqobatning kuchayishiga olib keldi. Boshqa tomondan, bu iqtisodiyotda barqarorlikning yo'qligiga ham olib keldi.

Xulosa. Iqtisodiyotdagi raqobatni barqarorlashtirish va raqamlashtirish texnologik taraqqiyotning jadal sur'atlari bilan bog'liq muammolarni hal qilish uchun samarali strategiyalarni talab qiladi. Korxonalar o'zgaruvchan landshaftga moslashishi va raqobatchilardan oldinda qolish uchun samarali strategiyalarni ishlab chiqishi kerak.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Shokirovna B. Z. THE ECONOMIC ROLE OF OIL PRODUCTION IN THE BUKHARA-KHIVA REGION AND ITS SIGNIFICANCE FOR THE COUNTRY //GWALIOR MANAGEMENT ACADEMY. – C. 55.
2. Bobojonova Z. S. KORXONALARNING BIZNES FAOLIYATIDA BIZNES ETIKANING AHAMIYATI VA O'RNI //International Conference of Artificial Intelligence on Science, Technology and Economical Sciences. – 2024. – T. 1. – C. 34-36.
3. Бобожонова З. Ш., Абдуллаева Д. Инновационное развитие промышленного производства, основанного на синергетическом принципе //Проблемы современной науки и образования. – 2016. – №. 36 (78). – С. 64-66.
4. Zaripova, S. (2024). METHODOLOGY-AN IMPORTANT FACTOR IN THE STUDY OF FOREIGN LANGUAGES. Science and innovation, 3(B1), 420-423.
5. Rajabov, M. (2019). THE BENEFITS AND STRATEGIES OF USING AUDIO MATERIALS IN ENGLISH CLASSES. In INTERNATIONAL SCIENTIFIC REVIEW OF HISTORY, CULTURAL STUDIES AND PHILOLOGY (pp. 17-21).

