

РАҚАМЛИ ПЛАТФОРМАЛИ БИЗНЕС ЭКСПАНЦИЯСИ

Абидов Абдужаббар Абдухамидович

Тошкент давлат иқтисодийёт университети, и.ф.д.(DSc), профессор

Аннотация

Мақолада рақамли платформаларни шакллантиришининг асосий ёндашуви ва амалиёти таҳлил этилган. Дунё бозорлари трансформацияси ва халқаро рақобат шароитларини ўзгартириши учун глобал рақамли платформаларнинг стратегияси баҳолаш маъносида кўрилади. Халқаро миқёсда тараққиёт рақамли платформалар самарасини таъкидласа-да, "платформатизация" оқибатларидан худудлардаги ишлаб чиқариши ва жаҳон савдосида ривожланаётган мамлакатлар учун келиб чиқадиган асосий муаммолар ва тенгсизлик ҳам баён қилинган.

Аннотация

В статье анализируются основные подходы и практика формирования цифровых платформ. Стратегия глобальных цифровых платформ по преобразованию мировых рынков и международной конкурентной среды рассматривается с точки зрения оценки. Хотя развитие на международном уровне подчеркивает эффективность цифровых платформ, также описываются последствия «платформизации» для развивающихся стран в региональном производстве и глобальной торговле.

Abstract

The article analyzes the main approach and practice of forming digital platforms. The strategy of global digital platforms to transform world markets and international competitive conditions is seen in terms of evaluation. While development at the international level emphasizes the effectiveness of digital platforms, the consequences of "platformization" for developing countries in regional production and global trade are also outlined.

Kalit soʻzlar

рақамлаштириши, глобал рақамли платформа, тармоқ самарадорлиги, трансмиллий компаниялар, бизнес моделлари.

Ключевые слова

цифровизация, глобальная цифровая платформа, сетевая эффективность, транснациональные компании, бизнес-модели.

Keywords

digitization, global digital platform, network efficiency, multinational companies, business models.

Кириш

Рақамлаштириш ва рақамли ўзгартириш шартли-тамоилили туфайли сўнгги ўн йил ичида глобал рақамли платформаларнинг ривожланиши, бутунлай ишлаб чиқариш омиллари, замонавий халқаро ҳаракатни мувофиқлаштириш тизими, шунингдек, мамлакатлар ва хусусий анъанавий кўп миллий компаниялар халқаро ихтисослашув тизимини трансформация қилади. Уларнинг бизнес моделлари ўзгаришга ва халқаро меҳнат тақсимотининг янги тизимига интеграциялашуви мажбурийликка ўтади. Буларнинг барига рақамли иқтисодиётнинг ривожланиш трендининг калити сифатида маълумотлар ва рақамли интеллектга қаратилган бизнес модели бир нечта салмоқли глобал рақамли платформалар пайдо бўлгани ва уларнинг ниҳоятда тезликда ўсиши сабаб бўлди [1]. Натижада, бозор капиталлашуви бўйича дунёдаги энг йирик компанияларнинг рейтинги сезиларли ўзгаришларга дуч келди: агар ўн йиллар олдин нефт ва газ саноати ва машинасозлик соҳасида кўп миллий компаниялар ҳукмронлик қилган бўлса, бугунги кунда рақамли интеллект ва маълумотларга ихтисослашган компаниялар етакчиларга айланди, ҳамда, ҳатто уларнинг ихтисослашуви ҳам ўзгариб борапти. Чунончи, илгари улар фақат Интернет компаниялари (масалан, Google, Facebook) ёки дастурий таъминот ишлаб чиқувчилар (Microsoft, Apple) эдилар, холос[12].

Мавзуга оид адабиёт таҳлили

Ихтисослашувдаги ушбу муҳим ва мисли кўрилмаган тез ўзгариш анъанавий ва ривожланаётган бозорларда товарлар ва хизматлар учун ултрадинамик халқаро рақобатни акс еттиради. Шунини таъкидлаш керакки, сўнгги ўн йил ичида платформа бизнес моделларининг кучидан фойдаланадиган корхоналар ҳажми ва миқёсида сезиларли даражада ўсди. Платформа экотизимлари маҳсулотлар, хизматлар ва бизнес жараёнларини рақамлаштириш орқали кучайтирилмоқда ва глобал ландшафт ҳозирги кунда ўзгариб бормоқда [1].

Рақамлаштириш кўйидаги соҳаларда глобал бозорлар тузилишини шакллантириш бўйича чуқур таъсир кўрсатади[12]:

- дезинтермедияция, рақамлаштириш рақамли платформалар орқали бевосита талаб ва таклифни боғлайди (воситачилик рад);
- анъанавий соҳаларда майда ўйинчилар сонини ўсиши (рақамлаштириш – сезиларли даражада, айниқса, истеъмол товарлари ва хизматлар соҳасида, кўп бозорларига кириш учун тўсиқларни камайтирди [2];

- кичик бизнес осонлик билан паст нархлардаги катта истеъмол базасига уланяпти, бу нарса йирик компаниялар хукмронлигини ўсиб бораётган майда фирмалар таъсири тарафига ўзгартирди;

– глобал платформалар орасида ўсиб бораётган олигополия: анъанавий тармоқларда тўсиклар паст бўлса-да улар янги соҳаларда, айниқса рақамли платформаларда юқори ва фақат бир нечта фирмалар хукмронлик қилиши мумкин. Мисол учун, Alibaba ва Тенсент мобил тўловлар секторига хукмронлик қилади ва молиявий хизматлар таъминот занжирининг бошқа қисмларига бўлинади [3]. Бу тузилиш кўлами ёки "ахборот кўлами" туфайли иқтисод қилиш орқали афзаллиги бор, лекин у ҳам рақобат йўқлигидан нарх бузилишларига(нархлар устида ўйин қилишларга) олиб келиши мумкин.

Рақамли платформалар шартли равишда, иккита асосий гуруҳга бўлинади: фойда келтирадиган ва нотижорат платформалар [4]. Нотижорат платформаларнинг салоҳияти фойдага йўналтирилган платформаларга нисбатан аҳамиятсизроқ бўлса-да. Uber электрон тижорат платформа сифатида ҳам таснифланади (транспорт хизматлари онлайн буюртма қилинади) ва "gig work" деб (бу доимиймас, бир марталикни ишни англатади) юритилади. Худди шундай, Airbnb (маҳсулотлар ёки товарларни жойлаштиришга онлайн буюртма қилинади) е-тижоратни ўз ичига олади ва у ҳам "gig work" вакили ҳисобланади. Баъзи платформалар кўп мақсадли ҳисобланади. Платформалар жисмоний ресурслардан ёки вақтдан самарали фойдаланиш имконини беради. Кўпинча мобил иловалар орқали кириш қулай, улар таклиф ва талабни илгари мавжуд бўлмаган (тезроқ, арзонроқ ва мувофиқлаштиришни осонлаштирадиган), шу жумладан географик ҳудудларидан қатъий назар хизмат қилиш секторларини бирлаштиради.

Платформанинг ноёб ва асосий хусусияти тармоқ эффектлари (платформанинг фойдаланувчилари бошқа фойдаланувчиларни кўшади (яратади) ва натижада платформанинг қиймати ошади), унинг динамикаси П. Эванс ва А. Гавер томонидан "ўз-ўзини қувватловчи ўсиш цикли" [5] тарзида кўрсатилган. Энг муваффақиятли платформаларнинг рақобат устунликлари Интернетга "глобал мавқеда уланиш" ва дастурий инжиниринг ҳисобланади [6].

Ушбу тармоқ эффектлари тўғридан-тўғри (масалан, Facebook фойдаланувчилари сонининг кўпайиши) ёки билвосита бўлиши мумкин, платформанинг бир томонида фойдаланувчилар сонининг ошиши уларни бошқа томонда ўсишига олиб келади (видео ўйин фойдаланувчилари ортиши уларни ишлаб чиқувчиларининг ўсишига олиб келади).

Тадқиқот методологияси

Тадқиқотнинг методологик базаси ижтимоий-иқтисодий ҳодисалар ва уларнинг ривожланиши, ўзаро боғлиқлик ва ўзаро боғлиқликдаги илмий тадқиқотларни тақдим этишга имкон берадиган тизимли ва таҳлилий ёндашувдир. Тадқиқот методологияси рақамли платформаларнинг жаҳон бозорига инъикоси баробарида ҳосил бўлаётган платформатизм концепцияси, глобал рақамли платформаларини тараққиёти ва самарали ишлаши соҳасидаги замонамизнинг етук олимларининг нашрларида акс этирилган янги билимлар,

илмий ютуқлар тамойиллари билан белгиланади. Ушбу мақолани ёзиш пайтида мантикий, қиёсий, иқтисодий ва математик таҳлил усуллари қўлланилган.

Таҳлил ва натижалар

Рақамли платформалар шунчалик кўпайиб кетдики, уларни турли сифатлари ва имкониятлари асосида бир неча гуруҳларга туркумлаш мумкин. Биринчи турига инновацион платформаларни келтирсак, улар учинчи томон фирмаларига асосий маҳсулот ёки технологияга қўшимча маҳсулот ва хизматларни кўшиш имконини беради.

Умуман олганда, қиймат яратиш нуқтаи назаридан бир неча турдаги платформалар кўрсатилади, масалан, транзакцион платформалар – кўпчиликни ташкил қилади, аммо улар бозор капиталлашуви жиҳатидан кам ҳажмли, инновацион ва интеграция платформалар эса аксинча гигант ҳисобланади, гарчи улар сони оз бўлса ҳам (1-жадвал).

1-жадвал

Қиймат яратиш бўйича платформаларнинг асосий турлари¹

№	Платформа тури	Платформалар сони	Бозор капиталлашуви, млрд долл.	Мисоллар
1	Транзакцион платформалари	160	1100	eBay, Uber, Amazon Marketplace
2	Инновацион платформалар	5	911	Microsoft, Oracle, Intel, SAP and Salesforce
3	Интеграция-лашган платформалар	6	2000	Apple, Google, Facebook, Amazon, Alibaba and XiaoMi
4	Инвестицион платформалар	5	3100	Priceline Group (АҚШ), Softbank (Япония), Naspers (ЮАР), IAC Interactive (АҚШ), Rocket Internet (Германия)
жами		176	4210	

Бундай платформаларга мисол тарзида машҳур: Google Android ва Apple iPhone операцион тизимлари, шунингдек, Amazon Web Services келтирса бўлади. Бошқа турдаги платформалар – транзакцион ҳисобланади. Улар ахборот, товарлар ёки хизматлар алмашинувини таъминлайди. Буларга Amazon бозори, Airbnb ва Uber киради.

Ҳозирги вақтда, дунёнинг олтита энг қиммат компаниядан бештаси платформалар асосида ишлайди. Ўтган 20 йиллар давомида маълумотлар таҳлили шуни кўрсатадики, биржа хизматидаги компаниялар Forbes глобал рейтинги рўйхатидан тушиб қолди дейиш мумкин. Сабаби уларга нисбатан

¹ А.А. Абидов, Д.М. Мирзаахмедов. Глобал бозорлар трансформациясига рақамли платформалар инийкоси. “*Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar*” (*Economics and Innovative Technologies*) *ilmiy elektron jurnali* 2022/2, март-апрель, (№ 00058)./ <http://iqtisodiyot.tsue.uz22>,

икки марта кам ходимлари билан платформали рақиблари (йиллик даромади тахминан \$4,5 миллиард) бир хил даражада эришишга муваффақ бўлди. Улар, шунингдек, икки мартага кўп операцион фойда ва анча юқори ўсиш суръатлари ҳамда бозор капитали тўплаши билан мақтанишга ярашади. Бироқ, платформа асосида муваффақиятли бизнесни яратиш осон эмас. "Платформомания" янги ерларни эгаллаб олишга ўхшайди: компаниялар кашшоф бўлиши, янги худудни белгилаши, тармоқ самарадорлигидан фойдаланиши ва бозорга кирмоқчи бўлган бошқаларга тўсиқларни ўрнатиши керак. Uberнинг дунёдаги ҳар бир шаҳарни эгаллаб олиш ва Airbnbнинг глобал миқёсда уй-жой ижарасини ташкил этишга қаратилган сўнгги пайтларда сабъ-ҳаракатлари энг реал мисоллардир.

Муаммо шундаки, платформадаги бизнес моделлар тахдидли ораликда, битта виртуал оламда ўзаро курашади. Муваффақиятсизлик сабабларини аниқлаш орқали менежерлар қилган хатолардан тузатишлари мумкин.

Нима учун ва қандай қилиб муваффақиятсизликка учраганини тушуниш учун охириги давр, сўнгги 20-25 йил давомида 43 муваффақиятли платформалар билан рақобатлашиб кўплаб банкрот бўлган Америка платформаларини топишга уринилди. 200 дан ортиқ хатоларини таҳлил қилиш нима учун муаммолар юзага келиши ҳақида умумий сабоқ бериш имконини беради[2]. Платформанинг ўртача умри атиги 5 йил. Кўпгина гигант платформалар 2-3 йил давомида фойдаланувчиларнинг етишмаслиги ёки молиялаш муаммоларини туфайли ёнади(барбод бўлади). Катта молиявий эҳтиёжларни ҳисобга олган ҳолда, автоном компанияларнинг ёши одатда, катта фирма ёки консорциумнинг бир қисми сифатида сотиб олинган ёки ташкил этилган бизнесларга нисбатан қисқароқ бўлганлиги ажабланарли эмас. Мустақил лойиҳалар ўртача 3,7 йил давом этиши мумкин экан. Сотиб олинган фирмалар одатда кучли чираниш билан нисбатан узокроқ вақт (ўртача 7,4 йил) платформа бозорида курашишга муваффақ бўлишади, йирик компаниялар таркибидаги тузилмалар ишлаш муддати ҳам ўртачадан ошмайди.

Энг кўп тарқалган хато бошқарув ишини олиб бориш, нотўғри ҳисоб-китоб қилишларнинг тўрт турини келтирса бўлади:

1. бозор томонидан бир-бирига нисбатан нотўғри нарх сиёсати;
2. фойдаланувчилар ва ҳамкорларнинг ишончини қозонолмаслик;
3. рақобатчиларни эрта ҳисобдан чиқариш;
4. бозорга жуда кеч кириш.

Рақобатчилар бизнес-аналитиклар томонидан ҳар томонлама кузатиб борилса, ўрганилсада бироқ менежерлар хато қилишда ҳамон давом этмоқдалар. Платформа кириб келишида кўпинча бозорнинг бирор қисмига сезиларли таъсир этиши турган гап. Бироқ, ҳар қандай платформа учун энг муҳим нарса кимни ўзига оғдириб олиш ва кимни субсидиялашни тушуниш қобилияти бўлиши керак. Бизнес экотизимлари анъанавий таъминот занжирларига қараганда анча мураккаб. Унга янгича инновацион ёндашувлар керак.

Бозорда икки ёки ундан ортиқ платформа мавжуд бўлганда, тармоқ таъсирини ҳосил қилишга ҳаракат қилсангиз, ўртача нарх сиёсатини

унутишингиз керак бўлади. Мисол учун, Sidecar хизмати Uber ва Lift пайдо бўлишидан олдин воситачиларсиз биргаликда саёҳат қилиш моделини таклиф қилди, аммо бу бренд ҳеч қачон машҳурликка эришмади. Компания мақсадли равишда инновация қилди ва консерватив аста-секин ўсиш стратегиясига содиқ қолди, чунки у молиявий масъулиятни ўз зиммасига олишга мажбур эди. Компания йўловчиларни ва ҳайдовчиларни платформага жалб қилиш муҳимлигини тушунмаганлиги ҳалоқатли хато эди. Sidecar хизмати шунингдек, Uber ва Liftга қараганда анча кам капиталини жалб қилди ва бошланғич босқичини муваффақиятли бартараф этиш учун етарли даражада ҳайдовчилар ва йўловчилар оммасини йиға олмади. Бироқ, Uber ва Lift ҳам миллиардлаб доллар йўқотди ва ҳатто давлат компаниялари бўлиш билан бирга даромадли, ҳамда ҳаётий бизнесга айланмаслиги мумкин.

Платформалар бир-бирлари билан таниш ёки йўқми, икки ёки ундан ортиқ томонларнинг алоқасини таъминлаши керак. Шундай қилиб, одатда, рейтинг тизимлари, тўлов ёки суғурта механизмлари билан эришиш мумкин бўлган ишончли мустаҳкамлаш жуда муҳимдир. Ишонч бўлмаса, мижозлар ўзларича, чўчиш ва ҳадик билан ҳаракат қилишларига тўғри келади. Бу борада энг катта муваффақиятсизликлардан бири Хитойда EBay платформаси билан юз берди.

EBay хизмати, бир вақтлар Хитойда энг катта бозор улуши билан кашшоф – биринчи эди. Аммо, кейинчалик бу бозор Alibaba томонидан қўлга киритилди. "EBay China" компаниясининг бош директори "EBay" нинг энг катта муаммоси "... ишончсизликда", деганида тамоман ҳақ эди. EBay платформаси банк тўлов тизими тамойиллари асосида ишлаб чиқилган PayPal хизматидан фойдаланган. Хитой истеъмолчиларини электрон тижорат билан унчалик таниш бўлмагани бундай танловга унчалик ишонч туғдирмади. Alibaba Alipay тўлов тизими вақтинчалик депозит моделини ишлатган (тўлов фақат истеъмолчи сотиб олган тақдирда ўтказилади). Бундай схема EBayнинг устунлиги, унинг шу вақтгача лидерлигини ва афзалликларини бекор қилди, ҳамда бозорнинг катта қисмини Alibaba тезда қўлга киритди.

Платформалар ҳақида кенг тарқалган нотўғри тушунчалардан бири: – бозор сизнинг райингизга, измингизга тушиб қолса, узоқ муддат ғолиб бўламан, – деб фикр қилишдадир. Аслида, кўпинча шундай. Бироқ, мижознинг афзал кўрган хизматларини бошқача тарзда – ғолибни йўқ қилиш, бозордан чиқариб ташлаш каби ўзгаришларни кўпчилик рақиблари истади. Такаббурлик, манманлик ва бошқаларни менсимаслик шавқатсиз муваффақиятсизликка олиб келиши мумкин. Мисол учун, браузерлар классик инновацион платформа бўлиб келган: браузернинг асосий хусусиятларидан фойдаланиш учун вебмастерлар ўз сайтларини оптималлаштиришга тўғри келган. 2004 йилда Microsoft Internet Explorer бозорнинг деярли 95% қисмини эгаллаб олганда, экспертлар браузерларнинг жанги тугаганлигини, Microsoft бутунлай бозорни қўлга киритгани ва ғалаба қозонганини эълон қилишди. Бундай улкан ғалабадан сўнг бозорни йўқотиш, фақат қутилмаган тарихий муваффақиятсизлик натижасида бўлиши мумкин эди ва у содир бўлди.

Тахминан 10 йил ўтмай Microsoft ўзининг етакчи мавқеини йўқотди: бу ҳолат – 2004 ва 2008 ўртасидаги маҳсулотни сотиш, тарқатишни жуда ёмон

амалга ошириш натижаси ўлароқ юз берди. Натижада, мазкур “омадни йўқотиш” Firefox браузерни ва кейинчалик Google Chromени рақамли платформалар бозорида мустақкам ўрнашиб олишига йўл очди.

Рақамли платформаларнинг энг типик хатоси — вақтни танлашдир. Ажойиб маҳсулот ва дунёнинг барча ресурсларига эга, кўли ҳар ерга етадиган компаниянинг смартфон бозорига жуда кеч кириши, ўзига бирор бўш дарча осийш учун ҳаракатлари қанчалик муваффақиятсизликка учрашини Microsoft корпорацияси мисолида кўрса бўлади. 10 йил давомида кўп миллиард долларлик инвестициялар сарфлашига қарамасдан, Microsoft Windows Phone операцион тизими рақобатчилар шиддати ва обрўси олдида ожизлигича қолиб, ўртадаги мавқе бўйича тавофутни камайтира олмади. Appledан беш йил ва Googleдан атиги уч йилгина фарқ смартфон бозорида бизнесни бошлаш “ухлаб қолиш” эканлигини, яъни Microsoft вақтни ўтказиб юборганини ва ҳеч қачон уларга ета олмаслигини англатарди.

Платформали компанияларнинг муваффақиятсизликлари сабабларини умумлаштирилса, асосий хулосалар қуйидагилардир. Платформалар бозорида жуда кўп нарса чалкаш бўлиши мумкин, чунки менежерлар ва тадбиркорлар ўртасида саъй-ҳаракатларни уйғунлаштириш жараёнининг ўзида бу ишлар муваффақиятсизликка олиб келиши мумкин. Катта пул маблағлари тикиш, ўсиш суръатларига қарамасдан компаниянинг платформа стратегияси бизнесда муваффақият қозониш имкониятини оширмайди.

Платформалар охир-оқибат тармоқ таъсири туфайли ривожланиб бораётганлиги сабабли, асосий вазифалар тўғри нархлар ва субсидияланган томонни тўғри танлашдадир. Uber мукамал бизнес-режага эга бўлса-да, бозорнинг ҳар икки томон: харидор ва хизмат кўрсатувчи учун тармоқ таъсирида нарх ва ҳаражатларнинг кескин пасайиши билан битимларга ҳам зарар етади. Uber лойиҳа иқтисодиёти босқичида деб кўрилади, у ҳали ҳам бизнес сифатида муваффақиятсиз бўлиши мумкин. Чунки, Google, Facebook, eBay, Amazon, Alibaba, Tencent ва бошқа кўплаб платформалар бозорнинг камида бир томонини агрессив субсидия билан бошлаган ва юқори рентабелликка эришган.

Биринчи навбатда ишонч бўлиши керак. Мижозлар ёки етказиб берувчиларни ўзларининг ҳадик ва хавф-хатарларга мойил бўлишларидан чўчиш ҳолатида, ишонч туғдира олмаслик ҳар қандай платформа учун жуда катта хато. eBay Хитойда ишончни мустақкамлаш механизмларини яратолмади ва Alibaba Таобао платформаси билан талашиб тортишгани йўққа чиқди. Платформа раҳбарлари бундай хатолардан қочишлари ва олдини олишлари керак.

Вақтни танлаш жуда муҳимдир. Биринчидан, афзаллик берилади, лекин бу муваффақиятнинг кафолати эмас: Sidecar хизматини эсланг. Аммо кечикиш ўликка тенг бўлиш билан баробар. Бунинг тасдиғи iOS ва Android учун рақобатчини яратишда Microsoftнинг ҳалокатли кечикиши ва “ухлаб қолиши” деб билади кўпчилик.

Ва ниҳоят, такаббурлик ҳам муваффақиятсизликка олиб келади. Агар бутунлай, шак-шубҳасиз устунликларга эга бўлсангиз ҳам, рақобатчини, бошқа

ишлаб чиқарувчиларни эътиборсиз қолдириш кечирилмайди. Бозорда ҳеч қандай позиция муқим қолмайди, хавфсиз бўлмайди, агар кимдир рақобат қилишни эплай олмаса, ачинарли аҳволга тушиб қолиши ҳеч гап эмаски, бунга яна бир бор Microsoftнинг Internet Explorer маҳсулотини даҳшатли “ёнгани” ва Google Chrome браузерининг даҳшатли одимлари уни энг биринчидан энг паст кўрсаткичли бизнес объектига айлантиргани аниқ мисолдир.

Рақамли платформаларни ривожланиш истикболлари

Тадқиқотчилар бундай саноат жойлаштириш ва такси каби соҳаларда ҳамкорликдаги истеъмол учун платформалар кенг ривожланишига ишора, ва масалан, Uber каби платформалар, энг тез ривожланаётган "умумий йўловчи" платформалари фаолиятини баён қилиб, дунёдаги аморф, ноқулай ва қиммат такси бозорлари бузилганини баён қилишади [7]. Илгари платформаларга ўтказилган хизматлар анъанавий саноат (меҳмонхоналар, ресторанлар, такси компаниялари) компаниялари томонидан тақдим этилган. Ўзаро фойдаланиш платформаларининг бизнес моделлари истеъмолчилар ва инвесторлар томонидан ижобий баҳоланади. Бунинг сабаби шундаки, бундай моделлар "енгил активлар" услубига асосланган ва келажакда катта бозорларни эгаллашга ёрдам бериши мумкин ва иқтисодий адабиётда кенг тарқалган янги иштирокчиларга кириш учун тўсиқ бўлиб хизмат қиладиган махсус рақобат афзалликлари туфайли узоқ вақт давомида жуда фойдали бўлиб қолиши мумкин [1]. Умуман олганда, ривожланаётган мамлакатлар рақамли иқтисодиётда ортда қолиши мумкин бўлган бир қатор хавфлар мавжуд. Глобал платформаларнинг инновацион имкониятлари ошгани сайин, маҳаллий инновацион экотизимларни ривожлантириш қобилиятини йўқотиши мумкин, чунки ишлаб чиқувчи ресурслар ва имкониятлар бошқа ҳудудлар учун технологияларга кўпроқ эътибор беради. Глобал рақамли платформалар орасида рақобат динамикаси географик жиҳатдан кўп қатламли ва платформаларнинг кенгайишига таъсир қилади. Ривожланаётган мамлакатларнинг бошланғичлари маҳсулот тоифалари ва бозорлари учун глобал платформалар билан рақобатлашиши қийин. Шунинг учун, бошланғичлар глобал платформалар истамаган ёки хизмат қила олмайдиган бозорларни излашга мажбур. Платформалар ҳақида кенг тарқалган нотўғри тушунчалардан бири: – бозор сизнинг райингизга, измингизга тушиб қолса, узоқ муддат ғолиб бўламан, деб фикр қилишдадир. Аслида, кўпинча шундай. Бироқ, миқдорнинг афзал кўрган хизматларини бошқача тарзда – ғолибни йўқ қилиш, бозордан чиқариб ташлаш имконияти сифатида ўзгаришни кўпчилик рақиблар истайди [8].

Хулоса ва таклифлар

Тадқиқот шуни кўрсатдики, рақамли платформалар глобал бозорларни ўзгартириши ва рақобатни кучайтириши, истеъмолчилар ва умуман жамиятнинг фаровонлигини ошириши мумкин. Бироқ, улар анъанавий корхоналар томонидан адолатсиз рақобатчилар сифатида қабул қилиниши мумкин, чунки платформалар одатда, бир хил тартибда иш кўриш каби талабларига жавоб бермайди. Бу ўринда меҳнат платформаларридаги адолат нуқтаи назаридан ижтимоий ҳимоя масалалари [9] учун ҳаракат ва тадбирлар

ишлаб чиқиш лозимдир. Бутун дунёдаги монополияга қарши ҳокимият платформа иқтисодиётини ортиқча тартибга солишга қарши бўлиб, унинг потенциал фойдасини камайтириши мумкин. Дунёни эгаллаб олган браузерлар хизмати ва кўрсаткичлари [10,11] бу вазиятни тасдиқлаб турибди.

Рақамли платформалар негизида фаолият юргизадиган тадбиркорлар учун меҳнат кооперативларини ташкил этиш ва ҳуқуқий ҳимояни йўлга қўйиш муҳим ҳисобланади. Платформа кооперативлари янги ҳодиса бўлганлиги сабабли, улар тўғридан-тўғри тартибга солинадиган аниқ белгиланган юридик шахслар билан боғлиқ эмас. Аксарият рақамли меҳнат кооперативлари Европа Иттифоқи ва Қўшма Штатларда ишлайди ва ўз мамлакатларининг ишлаб чиқариш кооперативларига оид қонунлари билан бошқарилади [9].

Анъанавий фирмалар учун платформалар дизайнида асосий ўрин эгаллайди: энг мураккаб ахборот тизимларини шакллантиришни ўз ичига олган технологиялар, машинани ўрганиш усуллари ва сунъий ақл; мураккаб рақамли экотизимни ташкил этиш; ташкилий капитал ва бошқарув тизимларини ишлаб чиқиш ва ривожлантириш. Ички назорат учун марказлаштирилган ёндашув бу ҳолатда етарли бўлмайди, чунки нархнинг аксарияти компаниянинг анъанавий чегараларидан ташқарида яратилади.

Рақамли платформа муҳити рақобат учун хавfli бўлиши мумкин. Тармоқ суръати натижасида платформалар бозор кучига эга бўлиши ва ўзларининг устун мавқеини суиистеъмол қилишса, масалан, етказиб берувчиларга эксклюзивлик битимларини қўйиш ёки рақобатчиларга нисбатан йиртқич нархлашни амалга оширишлари мумкин. Таклиф ўрнида, рақамли платформаларнинг экспанциясини тўхтатиб бўлмас экан, ички бозорни ҳимоя қилиш ва экотизимларга мувофиқ келадиган ахборот-коммуникация технологияларини яратиш лозим бўлади. Шунда ҳам, фақат фойдаланувчи мақоми республика иқтисодиётини янада орқага тортиши хавфидан огоҳ бўлиш зарур.

Адабиётлар рўйхати

1. Смирнов Е. Н., Лукьянов С. А. Формирование и развитие глобального рынка с истем искусственного интеллекта // Экономика региона. – 2019. – Т. 15, вып. 1. – С. 5
2. Цифровая экономика и искусственный интеллект: новые вызовы современной мировой экономики: монография / под ред. К.В. Екимовой, С.А. Лукьянова, Е.Н. Смирнова. – М.: Издательский дом ГУУ, 2019. – 180 с
3. Zhang, L., Chen, S. (2019). China's Digital Economy: Opportunities and Risks, IMF Working Paper Series, WP/19/16, 24 p.
4. UNCTAD. (2018). Fostering development gains from e-commerce and digital platforms, Note by the UNCTAD secretariat, TD/B/EDE/2/2, Geneva, 14 February, 18 p
5. Evans, P., Gawer, A. (2016). The rise of the platform enterprise: A global survey. The Emerging Platform Economy Series, 1. The Centre for Global Enterprise, New York, NY, 29 p.

6. Evans, D.S., Hagiu, A., Schmalensee, R. (2008). *Invisible Engines: How Software Platforms Drive Innovation and Transform Industries*. MIT Press, Cambridge, MA, 395 p
7. Wirtz, J., Kam Fung So, K., Mody, M.A., Liu, S.Q., Chun, H.H. (2019). Platforms in the peer-to-peer sharing economy, *Journal of Service Management*, 30(4): 452-483.
8. M. A. Cusumano, A. Gawer, D.B. Yoffie. *The Business of Platforms: Strategy in the Age of Digital Competition, Innovation, and Power* Kindle. Harper Business; Illustrated edition (May 7, 2019)
9. Абидов А.А., Норбоева Н.Э. Кооператив меҳнат платформалари: ижтимоий тадбиркорликни янги шакли мақомида. “*Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar*” (Economics and Innovative Technologies) ilmiy elektron jurnali. 1/2022, yanvarfevral (№ 00057). –324-331 с.
10. <https://marketer.ua/stats-of-browsers/>
11. <https://stv.uz/news/newsuz/7114-nazvany-samyepopulyaruye-internet-resursy.html>
12. Абидов А.А., Мирзаахмедов Д.М. Глобал бозорлар трансформациясига рақамли платформалар инньюкоси. “*Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar*” (Economics and Innovative Technologies) ilmiy elektron jurnali. 2/2022, mart-aprel (№ 00058). Article DOI: 10.55439/EIT/vol10_iss2/a35. <http://iqtisodiyot.tsue.uz>