

SUN'YI INTELLEKT VA STRATEGIK BOSHQARUV FALSAFASI



<https://doi.org/10.24412/2181-1784-2025-24-378-386>

Alimatova Nargis Abduxalilovna

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti

“Falsafa” kafedrası dotsenti,

falsafa fanlari nomzodi

e-mail: nargis2207@gmail.com

Annotatsiya: Mazkur maqolada ijtimoiy-falsafiy nuqtai-nazardan sun'iy intellekt tushunchasi va uning taraqqiyot strategiyalarini yaratish jarayonida qo'llash imkoniyatlari, strategik boshqaruvning qonuniyatlari tahlil qilingan. Unda ijtimoiy-iqtisodiy sohadagi strategiya, uni yaratish metodologiyasi, raqobat muhitida ilg'or pozitsiyani egallash uchun qo'llaniladigan strategiyalar turlari, strategiyaning raqobatbardoshlikka erishishda raqobat ustunligini yaratishga qaratilishi, raqobat ustunligining omillari va manbalari masalalari tadqiq etilgan.

Kalit so'zlar: sun'iy intellekt, strategiya, strategik boshqaruv, strategik menejment, metodologiya, raqobat ustunligi.

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ И ФИЛОСОФИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ

Алиматова Наргис Абдухалиловна

Ташкентский государственный

экономический университет

доцент кафедры “Философия”,

кандидат философских наук

e-mail: nargis2207@gmail.com

Аннотация: В данной статье проведен анализ понятия искусственного интеллекта, применения его в создании стратегий развития и закономерностей стратегического управления в социально-экономической сфере с социально-философской точки зрения. Исследованы вопросы стратегии в социально-экономической сфере, методологии создания стратегии, виды стратегий для занятия лидерской позиции в конкурентной среде, факторов и источников конкурентного преимущества.

Ключевые слова: искусственный интеллект, стратегия, стратегическое управление, стратегический менеджмент, методология, конкурентное преимущество.

AN ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND PHILOSOPHY OF STRATEGIC MANAGEMENT

Alimatova Nargis Abdukhalilovna

Tashkent state university of economics

Department of philosophy,

Dotsent, PhD

e-mail: nargis2207@gmail.com

Abstract: This article analyzes the concept of artificial intelligence, its application in the creation of development strategies and patterns of strategic management in the socio-economic sphere from a socio-philosophical point of view. The issues of strategy in the socio-economic sphere, the methodology of creating a strategy, types of strategies for taking a leadership position in a competitive environment, factors and sources of competitive advantage are studied.

Key words: artificial intelligence, strategy, strategic management, methodology, competitive advantage

Kirish. Hozirgi vaqtda fan va texnika jamiyat hayotining turli sohalariga sun'iy intellekt tizimlarining faol joriy etilishiga yaqinlashib qoldi. Kundalik hayotimizda esa 30-40 yil oldin fantastlar yozishi mumkin bo'lgan va ularning joriy etilishini uzoq kelajak bilan bog'lagan “aqlli asboblarni kompyuterlarni keng doirada ishlatmoqdamiz. Mazkur moslamalar hayotimizni tubdan o'zgartirmoqda va bu jarayon davom etmoqda. Sun'iy intellekt imkoniyatlaridan turli taraqqiyot strategiyalarini yaratishda samarali foydalanish mumkin.

So'nggi yillarda O'zbekistonda bir qator Prezident farmonlari, jumladan “2022-2026 yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi”, “O'zbekiston-2030” strategiyasi to'g'risida” farmonlari kuchga kirdi. Bu esa strategik boshqaruv tamoyillarining mamlakatimizda oily darajada qo'llanilayotganligidan darak beradi. “Strategik boshqaruv” tushunchasi mazmun-mohiyati, uning tarixi va metodologiyasi masalalarini o'rganish hozirgi davrda jamiyatning iqtisodiy sohasida faoliyat yuritayotgan tashkilotlar, tadbirkorlarga uzoq kelajakka yo'naltirilgan raqobatbardosh pozitsiyani egallashga imkon yaratadi.

Metodologiya. Tadqiqot jarayonida umumfalsafiy ilmiy metodlar: analiz va sintez, deduksiya, induksiya, tarixiylik va mantiqiylikni birligi kabilardan foydalanildi.

Adabiyotlar tahlili. Sun’iy intellekt muammolari N.B. Utegenov, A.B.Goroxov, V.A.Martinovlarning ilmiy maqolalarida, “strategik boshqaruv” tushunchasining mazmun-mohiyati, uning tarixi va metodologiyasi muammolari bir qator tadqiqotchlarining ilmiy maqola, monografiya, dissertatsiyalarida o’z ifodasini topgan. Jumladan, V.S.Katkaloning “Strategik boshqaruv nazariyasi evolyutsiyasi” mavzusidagi doktorlik dissertatsiyasi, I.Ansoffning “Strategik menejment” nomli monografiyasi, E.Glotova va V.Glotovanning “Strategik boshqaruv: konsepsiyalar tahlili” nomli ilmiy maqolasida yoritilgan. Strategik boshqaruvning tarkibiy qismi bo’lgan raqobat ustunligini tadqiqi Y.E.Bisikaloning “Firma raqobatbardoshligining tashkiliy omillari” nomli ilmiy maqolasida, Perekatov B.A., Tyutikov Y.P. esa o’zining “Korporativ strategiyani ishlab chiqishga yondashuvlar” nomli maqolasida korporativ strategiyani ishlab chiqishning raqobatbardoshlikka aloqadorligini tahlil qilgan.

Muhokama. Bugungi kunda sun’iy intellekt nafaqat kibernetiklar, psixologlar, biologlar, matematiklar, muhandislar tomonidan emas, balki huquqshunoslar tomonidan ham o’rganilmoqda. Sun’iy intellekt nimaligini aytishdan oldin “intellekt” tushunchasiga ta’rif berish lozim. An’anaviy tarzda intellektni inson bilan bog’lashadi. Izohli lug’atlar intellektni insonning aqliy salohiyati, uning fikrlash qobiliyati, aqliy ibtido sifatida tavsiflashadi. Falsafiy entsiklopedik lug’at intellektni ratsional bilish, fikrlash qobiliyati sifatida ta’rif beradi, shu bilan birgalikda hissiyot, iroda kabilar intellektga kirmaydi [1, 215]. “Britannica”ga ko’ra inson intellekti tajriba asosida o’qishga bo’lgan qobiliyat, yangi shart-sharoitlarga moslashish, mavhum tushunchalarni tushunish va qayta ishlash, atrof-muhitga ta’sir ko’rsatish uchun bilimlardan foydalanishga qurilgan aqliy sifat, deb ta’riflaydi[2].

1956 yilda mazkur atamani kiritgan Djon Makkartining fikriga ko’ra, sun’iy intellect intellektual mashinalar, ayniqsa intellektual kompyuter dasturlar yaratishga qaratilgan texnologiyalar va fandır. Mazkur holat inson intellektini tushunish uchun kompyuterlardan foydalanish vazifasi bilan bog’liq. Ammo sun’iy intellekt biologik kuzatish metodlari bilan cheklanmasligi kerak”[3].

Shuningdek, sun’iy intellektga adaptiv xulq-atvor va tasavvur, harakatlarni tashkil etish, matnlarni tushunish va h.k. sohasiga bog’liq vazifalarni hal qilishga qobiliyatli bo’lgan texnik tizimlar ham kiritiladi. Sun’iy intellekt imkoniyatlaridan kelajak ssenariylarini, taraqqiyot strategiyalarini yaratishda unumli foydalanish mumkin.

Qattiq raqobat sharoitlarida tashkilotning keyingi rivoji mezon boshqaruvning mukammalligidir. Tashkilotni samarali boshqarish usullaridan biri strategik menejmentdir. Boshqaruv strategiyasi ishlab chiqarish, moliya, marketing, kadrlar, ilmiy tadqiqotlar va ishlanmalar kabi vazifa hamda yo'nalishlarni qamrab oladi. Strategik tanlovni qabul qilish butun tashkilotda yig'ilgan raqobatbardosh hatti-harakatlar va biznes qarorlarni yagona bog'lamga olib kelishdir. Tashkilotning joriy strategiyasida ushbu hatti-harakatlar va yondashuvlarning birligi ko'rinadi. Yaxshi o'ylangan strategik ko'ra bilish tashkilotni kelajakka tayyorlaydi, ilgaridan rivojlanish yo'nalishlarini va tashkilotning muayyan ishchan pozitsiyani egallash maqsadlarini aniqlaydi [4].

“Startegiya” so'zi harbiy sohadan kirib kelgan va “strategos” yunon tilidan tarjima qilinganda “qo'mondon san'ati” ma'nosini anglatadi.[5,573] Strategiya-bu har qanday faoliyat sohasida boshqaruv subyekting ma'lum maqsadlarga erishish yo'lidagi dasturi, rejasi, bosh yo'nalishidir.

“Strategiya” tushunchasining ko'plab ta'riflari mavjud. Fon Neyman va Morgenshternga ko'ra, “strategiya o'yinchining mumkin bo'lgan holatlarning har birida qanday tanlov qilishini qamrab oluvchi to'liq rejadir”.[6] Shteyner va Maynerning fikriga ko'ra, “strategiya-bu tashkilotning missiyasi, maqsadlari, siyosati va ularga erishish dasturi va usullari bayonidir”[7]. K.Xatten va M.Xatten kabi tadqiqotchilar strategiyani “tashkilot maqsadlariga erishish yo'li”, deb ta'riflaydilar[8]. G.Mintsbergga ko'ra, “strategiya-bu besh tashkil etuvchidan iborat. Bular: reja, usul, pattern, pozitsiya, kelajak”[9].

“Strategik boshqaruv” tushunchasi XX asrning 60-70-yillaridan boshlab kundalik ishlab chiqarish darajasidagi boshqaruvdan eng yuqori darajadagi boshqaruvni farqlash uchun muomalaga kiritildi.

Qator omillar “strategik boshqaruv” tushunchasining mustaqil atama sifatida ajralib chiqishiga olib keldi. Bular: tashkilot faoliyati natijalarining ko'rgazmaliligining mavjud emasligi; tashqi va ichki muhit jarayonlarining ta'siri ostida boshqaruv vazifalari soni va murakkabligining ortishi; tashkilot faoliyati geografiyasining kengayishi; atrof-muhit o'zgarishlarining barqaror emasligi va dinamikasi; postindustrial jamiyatga o'tilishi.

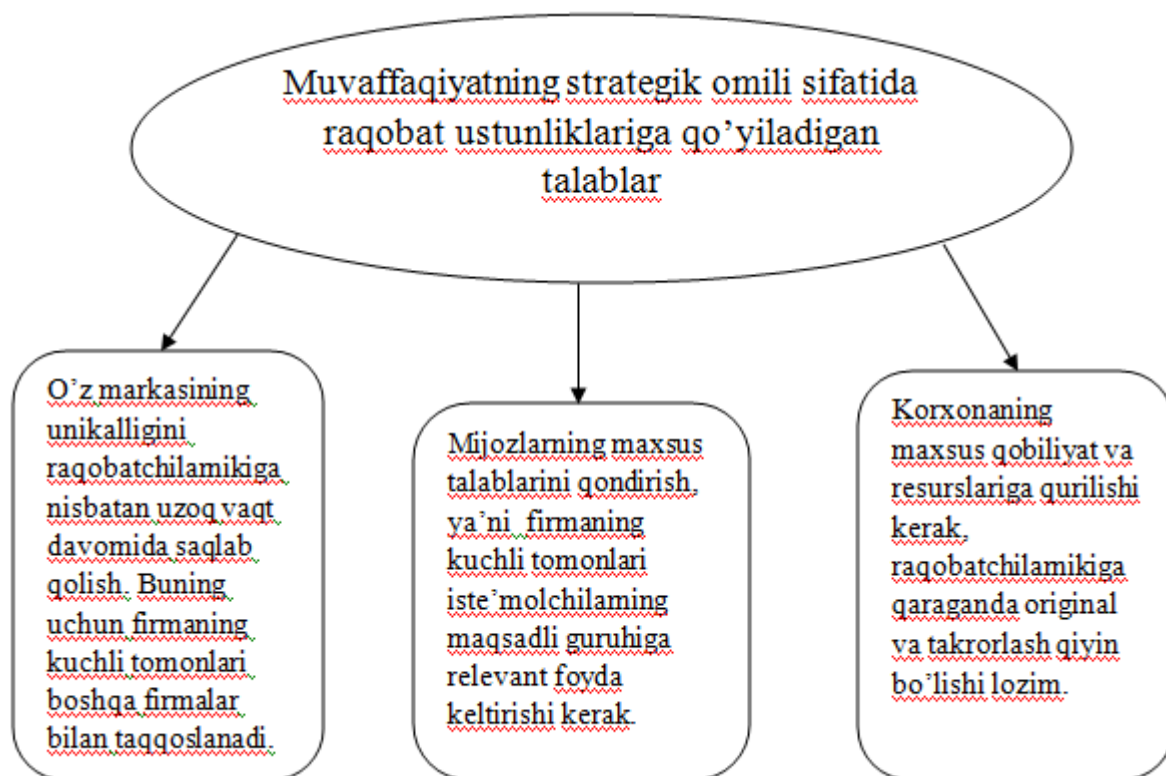
Amaliyot shundan darak beradiki, kim kompleks strategik rejalashtirish va strategik boshqaruvni amalga oshirsa, u sohadagi o'rtacha daromaddan yuqori natijaga erishadi. “Strategik boshqaruv metodologiyasi tashkilotga mavjud potensialini optimal ishlatish va tashqi muhit talablariga sezgir bolib qolish imkonini beruvchi tamoyillar, strategik qarorlar qabul qilishning maxsus metodlari va maqsadlarga erishish uchun ularni amaliyotda joriy etish usullarining yig'indisidir”[10].

Strategik boshqaruv metodologiyasi rivojlanishida bir nechta bosqichlarni ajratib ko'rsatishadi. Strategik boshqaruv jarayonini tasvirllovchi quyidagi mantiqiy zanjir umum qabul qilingan: kompleks tahlil, tashkilotning missiyasi va maqsadlarini aniqlash, muqobil strategiyalarni ishlab chiqish, strategiyani tanlash, strategiyani amalga oshirish.

Strategik boshqaruvning asosiy maqsadi raqobat ustunliklarini saqlab qolish va rivojlantirishdir. Raqobat ustunliklarini tadqiq etish strategik boshqaruvning tarkibiy qismidir. Bunday ustunlikning ta'rif masalasi, uning keng qo'llanilishiga qaramasdan, hamon bahs mavzusidir. J.D.Barnining fikriga ko'ra, “strategik boshqaruvga oid adabiyotlarda raqobat ustunligining ko'plab ta'riflari qo'llanilishiga qaramasdan, undan butkul voz kechishning vaqti kelmadidmikan”[11, 81]. Raqobat ustunligi xaridorlarni o'ziga jalb etuvchi tovarlar va xizmatlarning sifati va bahosidir, shuning uchun iste'molchilar mazkur firmaning mahsulotini boshqa firmalarning mahsulotidan afzal biladi. Raqobat ustunligi ko'plab sabablar natijasidir. Ular omillar natijasi va nisbiy, vaqtinchalik xaraktarga ega. N.A.Savelyevaga ko'ra raqobat ustunligi bu “muayyan davr oralig'ida vaqtli dinamikaga bo'ysungan subyektning ichki xususiyatlari (dinamik qobiliyatlar ham shu qatorda) yoki aniq bir bozorda raqobatchilar ustidan ustunlik beruvchi tashqi omildir”[12, 28].

Strategik boshqaruvda korporativ muvaffaqiyatning tadqiqi raqobat ustunligining tadqiqiga teng va asosiy savol “Raqobat ustunligining manbalari qanday?-degan savoldan iborat.

Sabab-oqibat tahlili va tizimli yondashuv atamalarini qo'llagan holda raqobat ustunligining manbalarini firma faoliyatining natijalariga ta'sir etuvchi tashqi va ichki muhitning omillari deyish mumkin. Omillarning ro'yhati ko'plab sabablarni o'zida ifoda etishi mumkin. Shuning uchun ularni ahamiyatligiga ko'ra tasniflash lozim bo'ladi. Aniqki, muqim va raqobatchilar tomonidan nusxalanishi qiyinchilik tug'diradigan raqobat ustunliklarining omillari yuqoriroq ahamiyatga ega.



1-rasm. Muvaffaqiyatning strategik omili sifatida raqobat ustunliklariga qo'yiladigan talablar [13, 60]

Muqim raqobat ustunligini vujudga keltirishda tashkiliy omillarning roli o'ziga xos. Tashkiliy omillarni ichki omillarga kiritish mumkin. Bozorning “ko'rinmas qo'li”dan farqli ravishda tashkilashtirishni “ko'rinar qo'l” yoki ongli muvofiqlashtirish deb atash mumkin. Tashkiliy nazariyaga ko'ra tashkillashtirishga strategiya, tuzilish, biznes jarayonlar, inson resurslarini boshqarish va rag'batlantirish kirib, tashkiliy dizaynning “besh yulduzini” hosil qiladi.

Raqobat ustunligini tadqiq etishga bo'lgan birinchi yondashuv M.Porterning nazariyasi bo'lib, u strategiyaga nisbatan “industrial tashkillashtirish” nazariyasini qo'llagan. Ushbu besh kuch modelida raqobatchi kuchlar tomonidan vujudga keltiriladigan tahdidlarga nisbatan firmaning ma'lum pozitsiyani egallash shartlari bayon etilgan. M.Porter nazariyasiga ko'ra masshtab va ta'lim effekti natijasi bo'lgan kirish to'siqlari va unikal kichik harajatlar bilan himoyalangan monopol holat raqobat ustunligining manbai bo'lishi mumkin.

Raqobat ustunligi raqobat muhitidagi tashkilotning raqobatbardoshligini belgilab beruvchi eng muhim omillardan biridir. G.L.Azoyevga ko'ra: “Raqobatbardoshlik bu tashkilotning raqobat kuchlarini yengish va o'ziga xaridorlarni jalb qilish imkonini beruvchi bozordagi holatidir”. M.Porterning fikricha, raqobat ustunligi bu tashkilotning faoliyatining biror bir turidagi yoki

biror turdagi mahsulotni ishlab chiqarishdagi boshqa raqobatchilarga nisbatan yuqoriroq bo'lgan kompetentligidir.

Raqobat ustunligining omillari va manbalarini farqlash lozim. Falsafiy determinizm tamoyilining namoyon bo'lishini bu jarayonda anglashimiz mumkin. Mavjud obyekt yoki jarayonning omili, ya'ni sababi deganda ishlab chiqarish-xo'jalik tizimining biror unsuri (axborot, kadrlar, texnologiya, boshqarish usullari, moliyaviy vositalar va boshqalar) va biznes tizimining elementlari (raqobatchilar va ularning imkoniyatlari, kirish to'siqlari, sohaviy bozor va h.k.) tushuniladi. Omil boshqaruv qarorlarining obyekti bo'lib gavdalanadi, manba esa mazkur qarorlarni amalga oshirish oqibatlaridir. Omillar o'zini firmaning kuchli va kuchsiz tomonlarini raqobat ustunligini aniqlash uchun boshqa firmalar bilan taqqoslash jarayonida namoyon qiladilar. Raqobat ustunligi manbasi esa uning miqdoriy ko'rsatkchini aniqlash uchun asosdir. Misol uchun, mahsulot ishlab chiqarishning eng yaxshi texnologiyasi-omil hisoblanadi.

Ishlab chiqarish harajatlarning kamayishi, ishlab chiqarish sikli davomiyligining qisqarishi, ishlab chiqarish unumdorligining oshishi texnologiyadan foydalanish natijasida kelib chiqadigan ustunlik manbalaridir. Ta'kidlash lozimki, firma tomonidan erishilgan natija omillarning birgalikdagi ta'sirining oqibatidir.

Rossiyalik iqtisodchi olim A.Yu.Yudanov tadbirkorlik falsfasi sifatida raqobat muhitida yetakchilik o'rniga ega bo'lish maqsadida qator strategiyalarni qo'llashlarini aytib o'tadi [14, 75]. Ularga violent, patiyent, kommutant, ekselerent strategiyalar kiradi. Jumladan, violent strategiyada tadbirkorlik tuzilmasi asosan, iste'molchilarning keng auditoriyasiga mo'ljallagan o'rtamiyona sifatga ega mahsulotlarni ishlab chiqaradi. Bir-biridan farq qiluvchi turli mahsulotlarni ishlab chiqarishdan ko'ra ko'p miqdordagi bir hil mahsulotni ishlab chiqarish arzon tushadi. Bunda mahsulotni ishlab chiqarishga ketadigan sarf-harajatlarni kamaytirish mumkin. Mazkur ishlab chiqaruvchilarni “mag'rur sherlar”, “qudratli fillar”, “qo'pol begemotlar” deb ham atashadi. Payiyent strategiyada esa, aksincha, tor doiradagi talabi yuqori bo'lgan iste'molchilar ehtiyojini yuqori sifatli kam sonly mahsuloni ishlab chiqarish bilan qondiriladi. Bu holatda mahsulot soni kam bo'lsa-da narxi yuqori bo'ladi. Kommutant strategiyada esa, tadbirkorlar juda oz sonly, juda talabchan iste'molchilarga kerak bo'lgan mahsulotlarni ishlab chiqarib, iqtisodda bog'lovchilik rolini o'taydilar. Ular har qanday talabga ishlab chiqarishni tez moslashritadilar. Ularni ko'pincha “kulrang sichqonlar” deb ataydilar. Va nihoyat, ekselerent (pioner) strategiyada tadbirkorlik tuzilmasi tamomila yangi bo'lgan mahsulotni bozorga chiqaradi. Bunday strategiyada 100 holatdan 85 tasida odatda bankrotlikka uchraydilar. Lekin 15 tasida misli ko'rilmagan yutuq va

foydaga erishiladi. Misol sifatida kvarts soatlar, kompyuterlar ishlab chiqarilishini keltirish mumkin.

Natija. Ma'lum bo'ldiki, ijtimoiy-iqtisodiy sohadagi strategiya uzoq muddatga raqobat muhitida ilg'or o'rinni egallash maqsadida tadbirkorlik tuzilmasi tomonidan ishlab chiqiladigan rejadir. Mazkur rejani amalga oshirish uchun tadbirkorlik tuzilmasining raqobat ustunligini va uning manbasini aniqlash lozim bo'ladi. Ushbu raqobat ustunligining omillarini samarali boshqaruvini amalga oshirish oqibatida raqobat ustunligi manbalari vujudga keladi. Raqobat ustunligiga erishish va liderlikka erishishning qator namunaviy strategiyalari ishlab chiqilgan.

Xulosa. Sun'iy intellektidan raqobatbardosh strategiyalarni yaratishda foydalanish ulkan imkoniyatlarni vujudga keltiradi. Tadbirkorlik tuzilmalarining raqobat muhitida raqobatchilar bilan munosabtlarida strategik boshqaruvning ilg'or tajribalarini o'rganishlari va shu asnoda faqat o'zlari amalga oshiradigan strategiyani yaratishlari maqsadga muvofiq keladi. Chunki har bir tadbirkorlik tuzilmasining tarkibi, resurslari, imkoniyatlari o'ziga xos bo'ladi.

REFERENCES

1. Философский энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия.1989. С.215.
2. Enciclopedia Britannica//URL:<https://www.britannica.com/science/human-intelligence-psychology>.
3. McCarthy J. What is artificial intelligence//URL:<http://www.formal.stanford.edu/jmc/whatsai/node1.html>
4. Глотова Е.А., Глотова В.В. Стратегическое управление: анализ концепций // Известия ДВФУ. Экономика и управление. 1. 2021. 126–136
5. О'zbek tilining izohli lug'ati (A.Madvaliyev tahriri ostida).-T.: O'zbekiston milliy ensiklopediyasi. 2008. - B.573.
<https://n.ziyouz.com/books/uzbek-tilining-izohli-lugati/O'zbek%20tilining%20izohli%20lug'ati%20-%20S.pdf>
6. Нейман Ж. Моргенштерн О. Теория игр и экономическое поведение. Москва. Наука.1970.105 с.
7. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент. Москва. ЗАО «Бизнес школа» «Интел синтез».2008.76 с.
8. Schendel D.E., Hatten K.J. "Business Policy or Strategic Management: a view for emerging discipline". In Academy of Management Proceedings, 1972, p. 56.
9. Muntzberg H. Patterns in Strategy Formation. Management Science, 1978, vol. 24, no. 9, pp. 934–948.

10. Гужина Г.Н. Кузьмина А.А. Структура и методология стратегического управления//Инновации и инвестиции. 12, 2015. С.110-113
11. Барни Дж. Б. Может ли ресурсная концепция принести пользу исследованиям в области стратегического управления? — Да / Дж. Б. Барни // Российский журнал менеджмента. — 2009. — Т. 7, № 2. — С. 71–92.
12. Савельева Н. А. Управление конкурентоспособностью фирмы : учеб. пособие / Н. А. Савельева. —Ростов-н/Д. : Феникс, 2009. — 382 с.
13. Минатуллаев А.А. Оздеаджиев М.М. Стратегии достижения и инструменты формирования и развития конкурентных преимуществ организации// <file:///C:/Users/ucer/Downloads/strategii-dostizheniya-i-instrumenty-formirovaniya-i-razvitiya-konkurentnyh-preimuschestv-organizatsii.pdf>
14. Юданов А.Ю. Курс теории рыночной конкуренции, первый в России//Вестник ФГУ.1991, № 2. С. 73-86