

KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIK SUBYEKTLARI FAOLIYATINI RAQAMLASH TIRISH MEXANIZMLARINI TAKOMILLASH TIRISH

X.R. Axmedov

Biznes va tadbirkorlik oliy maktabi tinglovchisi

Uzoq yillar mobaynida axborot va kommunikatsiya vositalari biznes modellari va jarayonlarini inqilob qilib kelmoqda. Raqamli transformatsiya davrida raqamli texnologiyalar salohiyatidan va tashkilotlarning raqamli vakolatlaridan samarali foydalanish qobiliyati butun sanoat va iqtisodiyotlar uchun raqobatdosh ustunlik manbaiga aylanib bormoqda. Buning mohiyati axborot kommunikatsiya texnologiyalarining ilg'or yechimlari bilan qo'llab-quvvatlanadigan yangi biznes modellari asosida mijozlar bilan yanada samarali munosabatlar o'rnatishdan iborat.

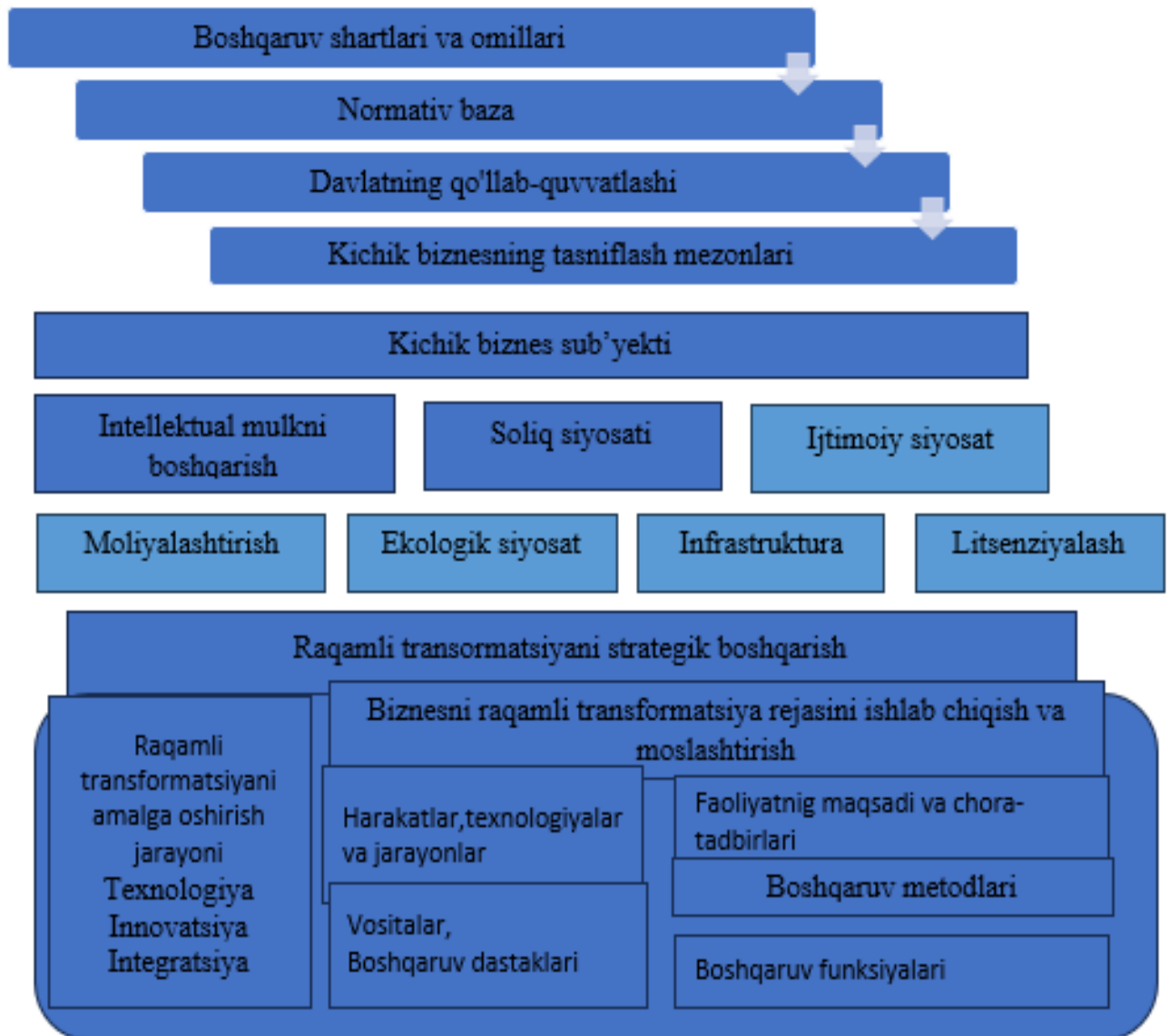
Kichik biznesni raqamli o'zgartirish mexanizmi – bu kichik biznesni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish sohasida boshqaruv mexanizmini o'zgartirish orqali raqamli texnologiyalardan foydalanishni keng yoyishdir. Ba'zi ishlarda "nazorat mexanizmi" tushunchasi boshqaruvdagi hodisa yoki jarayonning qarama-qarshiliklarini hal qilish, asosiy tamoyillarga asoslangan harakatlarni izchil amalga oshirish, maqsadga yo'naltirilganlik, boshqaruvning tegishli shakllari va usullaridan foydalangan holda funktsional faoliyat sifatida tavsiflanadi.

Raqamli transformatsiya mexanizmi bu joriy me'yoriy-huquqiy baza va barqaror rivojlanish maqsadlariga muvofiq raqamli texnologiyalarni tadbirkorlik sub'yektlarining biznes-jarayonlariga, raqamli texnologiyalar amaliyotiga joriy etish usullari va vositalari majmuini tushunamiz. Raqamli transformatsiyaning aniq vazifalarining mohiyatini tushunish uchun ushbu mexanizmning tarkibiy qismlari o'rtasida aniqlashtirish va tegishli munosabatlarni o'rnatishni zarur. So'nggi yillarda raqamli transformatsiya mexanizmlarini shakllantirish va rivojlantirishning muammoli masalalari ko'plab tadqiqotchilar tomonidan o'rganilmoqda. Ammo, raqamli transformatsiya jarayonida mexanizmning individual elementlarini shakllantirishni ularning tizimlilik, muvozanatlilik va maqsadga muvofiqligi nuqtai nazaridan ko'rib chiqish muhim ahamiyatga ega.

Shu sababdan, tadqiqot ishimizning maqsadi kichik biznes va tadbirkorlikni raqamli transformatsiya qilish mexanizmining elementlarini tahlil qilish va baholash hamda mavjud muammo va kamchiliklarni bartaraf etish bo'yicha takliflar ishlab chiqishdan iborat. Ushbu mexanizmning doimiy takomillashtirilishi natijasida ma'lumotlar oqimining yaxshilanishi, savdo jarayonlarining yaxshilanishi, samaradorlikning oshishi va natijada daromadning o'sishi kuzatiladi. Ammo, bu uchun har bir korxonada moslashuvchan va texnologik taraqqiyot va moliyaviy imkoniyatlar nuqtai nazaridan o'zgarishlarga tayyor bo'lishi kerak.

Raqamli transformatsiya mexanizmining asosiy elementi boshqaruv tizimi bo'lib, uning vakolatlariga raqamli transformatsiya jarayonlarini tartibga solish

funksiyalari, kichik biznes sub'ekting raqamlashtirish sohasidagi siyosati tartibga solish usullari, ya'ni tartibga solishning maqsadlari, vositalari: harakatlar, texnologiyalar, protseduralar kiradi (1-rasm).

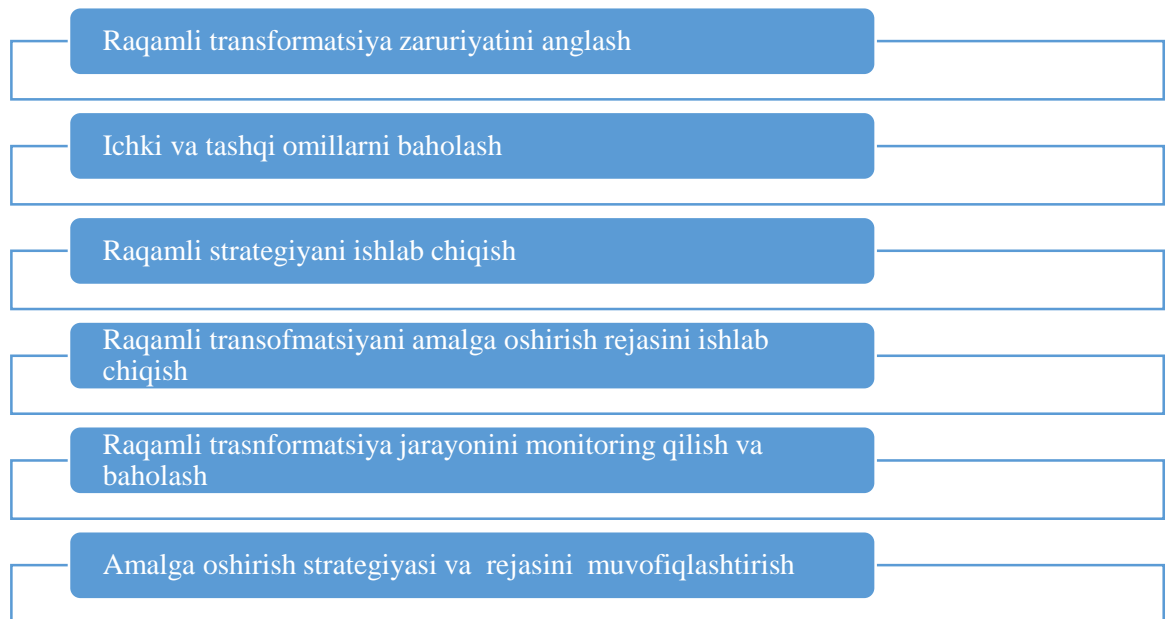


1-rasm. Kichik biznes sub'yektlarida raqamli transformatsiya mexanizmi

Boshqaruv organlari tizimi kichik biznesni raqamli transformatsiya qilish mexanizmining asosiy elementi sifatida menejerlar va kompaniya egalaridan iborat.

Raqamli biznesni o'zgartirish loyihasini boshlashda kichik korxonalar harakat rejasini ishlab chiqishlari lozim, bunda asosiy e'tibor qayerdan boshlash va qaysi toifalarda o'zgartirish zarurligiga qaratilishi kerak. Birinchi qadam, o'zgartirish istagi va uning mohiyatini hamda erishish kerak bo'lgan maqsadni anglash kabi omillarni o'z ichiga oladi.

Quyidagi rasmda kichik biznes sub'ektlarida raqamli transformatsiyani joriy etish sxemasi ko'rsatilgan.



2-rasm. Kichik biznes sub'ektlarida raqamli transformatsiyani amalga oshirish sxemasi

Korxonani raqamli transformatsiyalash rejasini ishlab chiqishda e'tiborga olinishi kerak bo'lgan asosiy yo'nalishlar quyidagilardir: mijozlar, raqobat, ma'lumotlar, innovatsiyalar va qiymat yaratish. Ushbu sohalarda joriy holatni tushunish va o'z afzalliklaringizni aniqlash muvaffaqiyatning asosi hisoblanadi. Mijozlar ushbu ro'yxatda birinchi o'rinda turishining sababi esa aynan ular o'zgarishlarning tashabbuskoridirlar. Shuni esda tutish kerakki, raqamli transformatsiyaga sarmoya kiritishning asl sharti bozor talablarini qondirish edi. Xaridorga individual yondashish va mahsulotlarni shaxsiylashtirish o'zgarishlarga olib keladigan tendentsiyadir. Shuni yodda tutish joziki, yangi texnologiyalar davrida xaridor mahsulot yaratilish davridan boshla to iste'molgacha bo'lgan oraliqda ishtirok etishi va fikr bildirishi, mahsulot sifatini yaxshilashda qatnashishi, brendni tanitishda faol ishtirok etishi va uni mustahkamlashi mumkin.

Shu munosabat bilan kompaniyalarda ishlatiladigan yangi vositalar va dasturiy ta'minotlar (masalan, Business Intelligence, CRM, ERP) marketing maqsadlari va mijoz bilan aloqani amalga oshirishni yengillashtiradi. Mijozlarni brendga ta'sir o'tkaza olishini inkor etib, ularni faqat maqsadli guruh sifatida qabul qilish natijasida kichik biznes sub'ektlari raqamli dunyo o'zgarishlariga moslasha olmasligi mumkin.

Bugungi kunda raqamli platformaga asoslangan biznes-model eng muvaffaqiyatlilardan hisoblanadi, unga asosida faoliyat yurituvchi korxonalar esa raqamli iqtisodiyotning eng tez o'suvchi segmenti hisoblanadi.

Platforma kompaniyalar yoki mijozlarga hamkorlik qilish imkonini beradi, o'z navbatida platformaning egasi unga oddiy egalik qilishdan, shuningdek, u foydalanishi mumkin bo'lgan ma'lumotlardan foyda oladi. Ba'zi kompaniyalar

mahsulotga yo'naltirilgan modelda ishlashni davom ettirish va platformaga asoslangan modeldan foydalanish uchun mahsulot va platforma modellarini birlashtirib, gibridd modellarni yaratadilar. Kompaniya uchun mos biznes modeli va strategiyasini izlashda qiymat zanjiridagi o'zgarishlardan kelib chiqadigan bozor tahdidlari va imkoniyatlarining yuqoridagi misollarini hisobga olish lozim.

Bizga ma'lumki, raqamlashtirish natijasida ma'lumotlar tobora ortib boradi. Shu sababdan kichik korxonalarini ulardan samarali foydalanish, malakali tahlil qilish va xavfsiz saqlash bo'yicha tayyorlash lozim. Korxonaning har bir elementi mavjud ma'lumotlardan foydalana olishi uchun ular to'liq kiritib borilish va bir birini to'ldirishi kerak. Ushbu ma'lumotlar korxonaning har bo'limi faoliyatida boshqaruv uchun muhimdir. Shu o'rinda, ma'lumotlar manbalarini birlashtiradigan tegishli dasturiy ta'minot(masalan ERP tizimlari)ga sarmoya kiritish qochib bo'lmas zaruriyatdir.

Taklif etilayotgan qiymat o'zgarishi uni yaratishga bo'lgan yondashuvga asoslanadi. Raqamli asrda mahsulot taklif etishning faqat qat'iy va doimiy ko'rinishiga tayanib qolish mumkin emas. Mahsulot yangi texnologiyalar va yechimlardan foydalangan holda ishlab chiqarilishi va mijozlar talablariga dinamik moslashishi kerak. Shu sababli, sotish bilan bog'liq jarayonlarga (marketing, kommunikatsiyalar, tarqatish va rag'batlantirish). teng darajada faol yondashish talab qilinadi.

Raqamli biznesni o'zgartirish keng ko'lamli tadbirlar majmuasidir, ammo u to'g'ri tashkil etilsa, kichik biznesni o'zgartiradi va ularni mijozlar talablariga yaxshiroq moslashtiradi. Raqamli transformatsiya mexanizmidan foydalangan holda kompaniya moslashuvchan va tez o'zgaruvchan voqelikka chidamli bo'ladi. Raqamli transformatsiyani amalga oshirish jarayoni joriy faoliyat davomida uning maqsadlarini belgilash, hamda tashkilotning imkoniyatlarini aniqlashdan boshlanishi lozim.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023 yil 11 sentyabrdagi "O'zbekiston-2030" Strategiyasini tasdiqlash to'g'risidagi PF-158-son Farmoni.
2. Prezidentning 2024 yil 23 sentyabrdagi "Kambag'alikdan farovonlik sari" dasturini amalga oshirish bo'yicha birinchi navbatdagi chora-taduyirlar To'g'risidagi PQ-330 sonli Qarori.
3. www.lex.uz