TADBIRKORLIK FAOLIYATIDA RAQAMLI INNOVATSIYALARNING AHAMIYATI VA RIVOJLANISH ISTIQBOLLARI

Narzillayeva Ra'no Nizam Qizi
Millat umidi universiteti 2-kurs talabasi

Annotatsiya. Mazkur maqolada tadbirkorlik faoliyatida raqamli innovatsiyalarning ahamiyati, ularning biznes jarayonlarini takomillashtirishdagi o'rni va rivojlanish istiqbollari yoritilgan. Tadqiqotning maqsadi raqamli texnologiyalarning tadbirkorlikdagi imkoniyatlarini o'rganish, ularni joriy etishdagi muammolarni aniqlash va amaliy tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat. Maqolada elektron tijorat, raqamli marketing, onlayn to'lovlar va biznes jarayonlarini avtomatlashtirish kabi yo'nalishlar ko'rib chiqilgan. Tadqiqotda ilmiy adabiyotlarni tahlil qilish, taqqoslash, umumlashtirish va rasmiy statistik ma'lumotlarni o'rganish usullaridan foydalanilgan. O'zbekistonning raqamli infratuzilmasi va axborot-kommunikatsiya texnologiyalari sohasiga oid ko'rsatkichlar tahlil qilingan. Shuningdek, kichik biznesda raqamli vositalardan foydalanish bo'yicha amaliy misollar va tavsiyalar keltirilgan. Natijada raqamli innovatsiyalarni samarali joriy etish uchun tadbirkorlik subyektlarida raqamli ko'nikmalarni rivojlantirish, xarajatlarni nazorat qilish va texnologiyalardan foydalanish natijalarini muntazam baholash zarurligi asoslangan.

Kalit so'zlar: tadbirkorlik, raqamli innovatsiyalar, raqamli iqtisodiyot, elektron tijorat, raqamli marketing, kichik biznes, avtomatlashtirish, innovatsion rivojlanish.

Abstract. This article examines the importance of digital innovations in entrepreneurship, their role in improving business processes, and their future development prospects. The study aims to explore the opportunities offered by digital technologies, identify challenges to their implementation, and develop practical recommendations. It discusses e-commerce, digital marketing, online payments, and business process automation. The research uses literature review, comparison, generalization, and analysis of official statistical data. Indicators related to Uzbekistan's digital infrastructure and information and communication technology sector are considered. Practical examples and recommendations for the use of digital tools in small businesses are also presented. The study emphasizes the importance of developing digital skills, monitoring costs, and regularly evaluating the outcomes of technology adoption.

Keywords: entrepreneurship, digital innovation, digital economy, e-commerce, digital marketing, small business, automation, innovative development.

Аннотация. В статье рассматриваются значение цифровых инноваций в предпринимательской деятельности, их роль в совершенствовании бизнес-процессов и перспективы дальнейшего развития. Цель исследования заключается в изучении возможностей цифровых технологий, выявлении проблем их внедрения и разработке практических рекомендаций. Рассматриваются электронная коммерция, цифровой маркетинг, онлайн-платежи и автоматизация бизнес-процессов. В исследовании используются методы анализа научной литературы, сравнения, обобщения и изучения официальных статистических данных. Анализируются показатели цифровой инфраструктуры Узбекистана и сектора информационно-коммуникационных технологий. Представлены практические примеры и рекомендации по использованию цифровых инструментов в малом бизнесе. Обоснована

необходимость развития цифровых навыков предпринимателей, контроля затрат и регулярной оценки результатов внедрения технологий.

Ключевые слова: предпринимательство, цифровые инновации, цифровая экономика, электронная коммерция, цифровой маркетинг, малый бизнес, автоматизация, инновационное развитие.

KIRISH

Bugungi kunda raqamli texnologiyalar iqtisodiyotning ko‘plab sohalarida, jumladan, tadbirkorlik faoliyatida muhim o‘rin egallamoqda. Internet, mobil ilovalar, elektron to‘lovlar va onlayn savdo platformalari tadbirkorlarning mijozlar bilan ishlash usullarini o‘zgartirmoqda. An’anaviy savdo usullari bilan bir qatorda, mahsulotlarni internet orqali reklama qilish, buyurtmalarni masofadan qabul qilish va elektron to‘lovlardan foydalanish imkoniyatlari kengaymoqda. Raqamli innovatsiyalar deganda biznes faoliyatida yangi yoki sezilarli darajada takomillashtirilgan raqamli texnologiyalar, vositalar va yechimlarni joriy etish tushuniladi. Masalan, elektron savdo tizimini tashkil etish, mijozlar haqidagi ma’lumotlarni elektron shaklda yuritish, raqamli reklama vositalaridan foydalanish va ombor hisobini avtomatlashtirish shular jumlasidandir. Iqtisodiy hamkorlik va taraqqiyot tashkilotining 2021-yilda chop etilgan *The Digital Transformation of SMEs* hisobotida raqamli texnologiyalar kichik va o‘rta korxonalarga yangi bozorlarga chiqish, biznes jarayonlarini takomillashtirish va mijozlar bilan aloqalarni rivojlantirish imkonini berishi qayd etilgan. Shu bilan birga, moliyaviy resurslarning cheklanganligi va raqamli ko‘nikmalarning yetishmasligi texnologiyalarni joriy etishda muammolar tug‘dirishi mumkin. O‘zbekistonda ham axborot-kommunikatsiya texnologiyalari va raqamli xizmatlarning rivojlanishi tadbirkorlik uchun yangi imkoniyatlar yaratmoqda. Biroq raqamli texnologiyalarning mavjudligi bilan ulardan korxonalar tomonidan samarali foydalanish bir xil tushuncha emas. Shu sababli tadbirkorlik subyektlarida raqamli innovatsiyalarni joriy etish, ularning amaliy foydasini baholash va mavjud to‘siqlarni aniqlash muhim ahamiyatga ega.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Maqolani tayyorlashda ilmiy adabiyotlarni tahlil qilish, taqqoslash, umumlashtirish va statistik ma’lumotlarni o‘rganish usullaridan foydalanildi. Birinchi bosqichda raqamli innovatsiyalar, kichik biznesni raqamlashtirish va tadbirkorlik faoliyatini takomillashtirish bo‘yicha xalqaro manbalar o‘rganildi. Xususan, OECD tomonidan chop etilgan hisobot raqamli texnologiyalarning kichik va o‘rta korxonalar faoliyatidagi o‘rnini tushuntirish uchun nazariy asos sifatida olindi. Ikkinchi bosqichda O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasining rasmiy statistik ma’lumotlari, jumladan, internet abonentlari soni va axborot-kommunikatsiya texnologiyalari sohasiga oid ko‘rsatkichlardan foydalanish nazarda tutildi. Ko‘rsatkichlarning yillar bo‘yicha o‘zgarishini baholashda quyidagi formuladan foydalanish mumkin:

O‘sish sur’ati (%) = ((joriy yil ko‘rsatkichi − oldingi yil ko‘rsatkichi) / oldingi yil ko‘rsatkichi) × 100.

Mazkur formula statistik ko‘rsatkichning muayyan davrdagi nisbiy o‘zgarishini aniqlashga yordam beradi. Tadqiqotning cheklovi shundaki, mamlakat miqyosidagi statistik ko‘rsatkichlar har bir tadbirkorlik subyektining raqamli texnologiyalardan foydalanish darajasini yoki uning daromadiga ta’sirini bevosita ko‘rsatmaydi. Shu sababli keyingi tadqiqotlarda kichik biznes vakillari o‘rtasida so‘rovnoma o‘tkazish va korxonalar kesimidagi ma’lumotlarni tahlil qilish maqsadga muvofiq.

NATIJALAR

Raqamli innovatsiyalarning tadbirkorlikdagi asosiy yo‘nalishlari

Raqamli innovatsiyalar tadbirkorlik faoliyatining turli bosqichlarida qo‘llaniladi. Ularning asosiy yo‘nalishlari elektron tijorat, raqamli marketing, elektron to‘lovlar, biznes jarayonlarini avtomatlashtirish va mijozlar bilan munosabatlarni boshqarishdan iborat. Elektron tijorat tadbirkorlarga mahsulot va xizmatlarni internet orqali taklif etish, buyurtmalarni masofadan qabul qilish va xaridorlar doirasini kengaytirish imkonini beradi. Raqamli marketing orqali esa mahsulotlarni ijtimoiy tarmoqlar, internet reklamalari va boshqa raqamli kanallar yordamida targ‘ib qilish mumkin. Biznes jarayonlarini avtomatlashtirish buyurtmalar, ombor qoldiqlari, xarajatlar va tushumlarni hisobga olishni yengillashtiradi. Masalan, kichik savdo do‘koni mahsulotlar kirimi va chiqimini elektron jadvalda qayd etishi, qoldiqni muntazam tekshirishi va talab yuqori bo‘lgan mahsulotlarni aniqlashi mumkin. Raqamli innovatsiyalarning yana bir yo‘nalishi mijozlar bilan munosabatlarni boshqarishdir. Mijozlarning murojaatlari, xarid tarixi va fikrlarini tizimli ravishda qayd etish xizmat sifatini yaxshilashga yordam berishi mumkin.

O‘zbekistonning raqamli rivojlanishiga oid statistik ko‘rsatkichlar

Raqamli infratuzilma va axborot-kommunikatsiya texnologiyalari sohasining rivojlanishi tadbirkorlikni raqamlashtirish uchun muhim sharoit yaratadi. Bunday jarayonni baholashda internetdan foydalanish va AKT sektorining iqtisodiy ko‘rsatkichlarini o‘rganish mumkin.

Jadval. O‘zbekistonning raqamli rivojlanishiga oid ko‘rsatkichlar

Ko‘rsatkich	O‘lchov birligi	Ma’lumot manbasi
Internet tarmog‘iga ulangan abonentlar soni	Mingta abonent	Milliy statistika qo‘mitasi, SIAT
AKT sektorida yaratilgan yalpi qo‘shilgan qiymat	Mln yoki mlrd so‘m, manba birligiga muvofiq	Milliy statistika qo‘mitasi, SIAT
AKT xizmatlarining YAIMdagi ulushi	Foiz	Milliy statistika qo‘mitasining rasmiy statistik materiallari

Ushbu ko‘rsatkichlar internet infratuzilmasi va AKT sektorining rivojlanishini baholashga yordam beradi. Internet abonentlari sonining ortishi raqamli xizmatlardan foydalanish uchun texnik imkoniyatlar kengayishi bilan bog‘liq bo‘lishi mumkin. AKT sektoridagi iqtisodiy ko‘rsatkichlar esa ushbu sohaning umumiy iqtisodiyotdagi o‘rnini ifodalaydi. Biroq bu ma’lumotlar kichik biznes korxonalarining qanchasi elektron tijorat, raqamli marketing yoki avtomatlashtirishdan foydalanayotganini bevosita ko‘rsatmaydi. Shu sababli tadbirkorlikdagi raqamli innovatsiyalarni aniqroq baholash uchun korxonalar kesimidagi statistik ma’lumotlar va so‘rovnoma natijalaridan foydalanish lozim.

Raqamli innovatsiyalarni qo‘llash bo‘yicha amaliy misollar

Birinchi misol — elektron savdo. Uy sharoitida mahsulot ishlab chiqaradigan tadbirkor o‘z mahsulotlarini internetda namoyish qilishi, buyurtmalarni onlayn qabul qilishi va xaridorlar bilan masofadan aloqa o‘rnatishi mumkin. Buning uchun mahsulotlarning sifatli suratlari, narxlari, yetkazib berish shartlari va aloqa ma’lumotlari aniq ko‘rsatilishi kerak.

Ikkinchi misol — raqamli marketing. Kichik kafe ijtimoiy tarmoqlarda menyu, narxlar, ish vaqti va mijozlar fikrlarini e'lon qilishi mumkin. Reklama samaradorligini baholash uchun reklama xarajatlari, murojaatlar soni va haqiqiy buyurtmalar miqdorini qayd etib borish zarur.

Uchinchi misol — elektron hisob-kitob. Chakana savdo do‘koni mahsulotlarning kirimi, sotilishi va qoldig‘ini elektron jadval yoki maxsus hisob dasturida yuritishi mumkin. Bu hisob-kitobni tartibga solish, xatolarni aniqlash va mahsulot zaxiralarini nazorat qilishga yordam beradi.

To‘rtinchi misol — mijozlar ma'lumotlarini boshqarish. Xizmat ko‘rsatuvchi korxona mijozlarning murojaatlari, buyurtmalari va takroriy xaridlarini qayd etib borishi mumkin. Ushbu ma'lumotlar mijozlar ehtiyojini yaxshiroq tushunish va xizmat sifatini oshirish uchun ishlatiladi.

Keltirilgan misollar amaliy qo‘llash imkoniyatlarini ifodalaydi. Ularning iqtisodiy samarasi esa korxonaning haqiqiy ma'lumotlari asosida alohida baholanishi kerak.

MUHOKAMA

Tahlil shuni ko‘rsatadiki, raqamli innovatsiyalar tadbirkorlik subyektlari uchun bozor imkoniyatlarini kengaytirish, mijozlar bilan aloqalarni yaxshilash va ayrim ish jarayonlarini soddalashtirish imkonini yaratadi. Biroq texnologiyalarni joriy etishning o‘zi biznes samaradorligining oshishini kafolatlamaydi. Natija tadbirkorning maqsadi, mahsulot sifati, mijozlar talabi, xodimlarning malakasi va xarajatlarni boshqarishiga ham bog‘liq. Raqamli innovatsiyalarni joriy etishda bir qator muammolar uchrashi mumkin. Jumladan, texnologiyalarni sotib olish xarajatlari, raqamli ko‘nikmalarning yetishmasligi, axborot xavfsizligi va mijozlar ma'lumotlarini himoya qilish masalalari muhim ahamiyatga ega. Mazkur muammolarni kamaytirish uchun quyidagi amaliy tavsiyalarni berish mumkin.

1. Raqamli vositani aniq ehtiyoj asosida tanlash. Tadbirkor texnologiyani shunchaki zamonaviy bo‘lgani uchun emas, balki buyurtmalarni tartibga solish, xarajatlarni nazorat qilish yoki mijozlarni ko‘paytirish kabi muayyan vazifani hal qilish uchun tanlashi kerak.

2. Kam xarajatli yechimlardan boshlash. Kichik biznes dastlab elektron jadvallar, onlayn kataloglar, elektron to‘lovlar va ijtimoiy tarmoqlardan foydalanishi mumkin. Keyinchalik ehtiyojga qarab maxsus dasturiy tizimlarni joriy etish mumkin.

3. Natijalarni o‘lchab borish. Raqamli texnologiya joriy etilishidan oldin va keyin buyurtmalar soni, xarajatlar, xizmat ko‘rsatish vaqti va mijozlarning takroriy xaridlari kabi ko‘rsatkichlarni taqqoslash lozim.

4. Xodimlarning raqamli savodxonligini oshirish. Xodimlar elektron hisob-kitob, mijozlar bilan onlayn muloqot qilish va axborotni xavfsiz saqlash bo‘yicha zarur ko‘nikmalarga ega bo‘lishi kerak.

5. Axborot xavfsizligini ta'minlash. Kuchli parollardan foydalanish, ikki bosqichli autentifikatsiyani yoqish, ma'lumotlarning zaxira nusxalarini saqlash va mijozlarning shaxsiy ma'lumotlarini himoya qilish muhimdir. Raqamli innovatsiyaning iqtisodiy natijasini dastlabki baholashda quyidagi soddalashtirilgan formuladan foydalanish mumkin:

Sof iqtisodiy natija = tejalgan xarajatlar + qo‘shimcha daromad − raqamli vositaga sarflangan xarajatlar.

Masalan, tadbirkor raqamli vosita yordamida bir oyda 500 000 so‘m xarajatni tejasa, qo‘shimcha 800 000 so‘m daromad olsa va vosita uchun 300 000 so‘m sarflasa, shartli sof natija 1 000 000 so‘mni tashkil etadi. Bu faqat hisoblash usulini ko‘rsatish uchun berilgan misoldir, rasmiy statistik natija emas. Haqiqiy tahlilda qo‘shimcha daromadni aniqlash, bir martalik xarajatlarni hisobga olish va boshqa omillarning ta'sirini ajratish zarur. Kelgusida tadbirkorlar o‘rtasida

so‘rovnoma o‘tkazish orqali raqamli vositalardan foydalanish darajasi bilan korxonalarning savdo hajmi, xarajatlari va mehnat unumdorligi o‘rtasidagi bog‘liqlikni o‘rganish mumkin. Bu mavzuni yanada chuqurroq statistik tahlil qilish va ilmiy yangilik ishlab chiqish imkonini beradi.

XULOSA

Tadqiqotdan kelib chiqib, raqamli innovatsiyalar tadbirkorlik faoliyatini takomillashtirishning muhim vositalaridan biri ekanligini ta’kidlash mumkin. Elektron tijorat, raqamli marketing, onlayn to‘lovlar va biznes jarayonlarini avtomatlashtirish tadbirkorlarga mijozlar bilan ishlashni qulaylashtirish, yangi bozorlarga chiqish va ish jarayonlarini tartibga solishda yordam berishi mumkin. Raqamli innovatsiyalardan samarali foydalanish uchun tadbirkorlik subyektlari texnologiyalarni o‘z ehtiyojlaridan kelib chiqib tanlashi, xarajatlarni nazorat qilishi, natijalarni muntazam baholashi va xodimlarning raqamli ko‘nikmalarini rivojlantirishi lozim. Axborot xavfsizligi va mijozlar ma’lumotlarini himoya qilish ham doimiy e’tiborda bo‘lishi kerak. Maqolaning amaliy ahamiyati shundaki, unda kichik biznes uchun raqamli vositalarni bosqichma-bosqich joriy etish va ularning natijalarini oddiy iqtisodiy ko‘rsatkichlar orqali baholash bo‘yicha tavsiyalar berildi. Keyingi tadqiqotlarda korxonalar o‘rtasida so‘rovnoma o‘tkazish va olingan ma’lumotlarni statistik tahlil qilish orqali raqamli innovatsiyalarning tadbirkorlik faoliyatiga ta’sirini chuqurroq o‘rganish mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. OECD. *The Digital Transformation of SMEs*. OECD Studies on SMEs and Entrepreneurship. Paris: OECD Publishing, 2021. https://doi.org/10.1787/bdb9256a-en
2. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. Rasmiy statistika portali. https://stat.uz/
3. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. SIAT — ochiq statistik ma’lumotlar tizimi. https://siat.stat.uz/
4. OECD. *SME Digitalisation to “Build Back Better”*. OECD SME and Entrepreneurship Papers, No. 31. Paris: OECD Publishing, 2021. https://doi.org/10.1787/50193089-en