RAQAMLI IQTISODIYOTDA STRATEGIK MENEJMENTNING SAMARADORLIGINI OSHIRISH: INNOVATSION YONDASHUV

Sobirov Mahammadniyoz Tavakkal o‘g‘li
Universitet of Business and Scince, o‘qituvchisi
muhammadniyoz9401@gmail.com
+998937705556

Botiraliyev Islomjon Anvarjon o‘g‘li
Universitet of Business and Scince, talaba
botiraliyevislomjon57@gmail.com
+998916557176

Xojiakbarov Muhiddin Murodillo o‘g‘li
Universitet of Business and Scince, talaba
muhiddin0850@gmail.com
+998933000700

Annotatsiya. Ushbu maqolada raqamli iqtisodiyot sharoitida korxonalarda strategik menejment samaradorligini oshirishning innovatsion yondashuvlari tadqiq etiladi. Tadqiqot O‘zbekiston va rivojlangan mamlakatlar tajribasini taqqoslash asosida amalga oshirilgan bo‘lib, raqamli transformatsiya jarayonida menejment tizimini takomillashtirish yo‘llari ko‘rib chiqiladi. 2019–2023 yillar davomida 120 ta O‘zbekiston korxonasida o‘tkazilgan empirik tadqiqot natijalariga ko‘ra, raqamli texnologiyalarni strategik menejmentga integratsiya qilish korxona samaradorligini o‘rtacha 34,7% ga oshirishi aniqlandi. Tadqiqot metodologiyasi sifatida regressiya tahlili, ekspert baholash va SWOT tahlilidan foydalanildi. Olingan natijalar raqamli menejment tizimlarini joriy etish uchun amaliy tavsiyalar shaklida taqdim etilgan bo‘lib, O‘zbekiston iqtisodiyotini modernizatsiya qilish strategiyasiga muvofiq keladi.

Kalit so‘zlar: raqamli iqtisodiyot, strategik menejment, innovatsion yondashuv, raqamli transformatsiya, korxona samaradorligi, O‘zbekiston.

Kirish

XXI asrning ikkinchi o‘n yilligidan boshlab jahon iqtisodiyotida kuzatilayotgan tub o‘zgarishlar – sun'iy intellekt, katta ma'lumotlar (Big Data), bulutli hisoblash va

narsalar interneti (IoT) texnologiyalarining jadal rivojlanishi – menejment fanida yangi paradigmalar shakllanishiga olib kelmoqda. Raqamli iqtisodiyot sharoitida an'anaviy strategik menejment usullari o‘zining yetarliligini yo‘qotib bormoqda va yangi yondashuvlarni talab etmoqda (Schwab, 2016).

O‘zbekistonda 2017 yildan boshlab amalga oshirilayotgan iqtisodiy islohotlar, xususan, «Raqamli O‘zbekiston – 2030» strategiyasi doirasida amalga oshirilayotgan tadbirlar mamlakatimiz korxonalarida menejment tizimini tubdan qayta ko‘rib chiqishni taqozo etmoqda. 2022 yilda mamlakat yalpi ichki mahsulotida raqamli iqtisodiyot ulushi 2,5% ni tashkil etgan bo‘lsa, 2030 yilga borib uni 30% gacha etkazish rejalashtirilmoqda (O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi, 2020).

Ushbu maqolaning maqsadi – raqamli iqtisodiyot sharoitida O‘zbekiston korxonalarida strategik menejment samaradorligini oshirishning innovatsion modelini ishlab chiqish va uning amaliy samararini empirik jihatdan tekshirishdan iborat.

Tadqiqot quyidagi vazifalarni hal etishga yo‘naltirilgan: birinchidan, raqamli transformatsiya va strategik menejment o‘rtasidagi bog‘liqlikning nazariy asoslarini aniqlash; ikkinchidan, O‘zbekiston korxonalarida mavjud menejment tizimining kuchli va zaif tomonlarini baholash; uchinchidan, innovatsion menejment modelini ishlab chiqish va uning samaradorligini empirik tekshirish; to‘rtinchidan, amaliy tavsiyalar ishlab chiqish.

Adabiyotlar sharhi

Strategik menejment nazariyasi asoschilaridan biri Ansoff (1965) korxona strategiyasini tashqi muhitga moslashuv jarayoni sifatida ta'riflagan. Porter (1985) esa raqobatdosh ustunlik kontseptsiyasini ishlab chiqib, xarajatlarni kamaytirish yoki differensiatsiya orqali bozorda yetakchi o‘rinni egallash mumkinligini asoslab bergan.

Raqamli iqtisodiyot kontekstida strategik menejment masalalariga Bharadwaj va boshq. (2013) alohida e'tibor qaratgan.

Ular raqamli strategiya kontseptsiyasini taklif etib, an'anaviy biznes strategiyasining raqamli texnologiyalar bilan sintezini tadqiq etgan. Teece (2018) dinamik imkoniyatlar nazariyasi asosida raqamli muhitda korxona adaptatsiya

mexanizmlarini ko‘rib chiqib, agility (chaqqonlik) tushunchasini menejment amaliyotiga kiritgan.

O‘zbekiston misolida iqtisodiy menejment masalalarini Yusupov va Toshmatov (2021) tadqiq etgan bo‘lib, ular milliy korxonalarda raqamli transformatsiya to‘siqlarini aniqlagan: texnologik infratuzilmaning yetarli emasligi (67% korxonada), malakali kadrlarga bo‘lgan muhtojlik (72%) va moliyaviy imkoniyatlar cheklanganligi (58%).

Shu bilan birga, adabiyotlarda O‘zbekistonga xos innovatsion menejment modeli ishlab chiqilmagan bo‘lib, ushbu tadqiqot mazkur bo‘shliqni to‘ldiradi.

Tadqiqot metodologiyasi

Tadqiqot 2021–2023 yillar davomida amalga oshirilgan bo‘lib, ikki bosqichli aralash metodologiyadan foydalanildi. Birinchi bosqichda (sifat tahlili) iqtisodiy va menejment sohasidagi 35 nafar ekspert bilan chuqur intervyu o‘tkazildi. Ikkinchi bosqichda (miqdor tahlili) 120 ta korxona ma'lumotlari statistik jihatdan tahlil qilindi.

Tanlanma tarkibi: kichik korxonalar (10–49 xodim) – 38%, o‘rta korxonalar (50–249 xodim) – 42%, yirik korxonalar (250+ xodim) – 20%.

Korxonalar Toshkent (45%), Samarqand (20%), Namangan (15%) va boshqa viloyatlardan (20%) iborat bo‘ldi.

Sektorlar bo‘yicha: ishlab chiqarish (35%), savdo (28%), xizmat ko‘rsatish (22%), IT va telekommunikatsiya (15%).

Asosiy o‘lchov vositasi sifatida 52 indikatordan iborat so‘rovnoma ishlatildi (Likert shkalalasi bo‘yicha 1–5 ball). Tahlil usullari: ko‘p o‘zgaruvchili regressiya, klaster tahlili, Pearson korrelyatsiya koeffitsienti va SWOT matritsasi.

Natijalar

Tadqiqot natijalari umumiy ko‘rinishi

Empirik tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatdiki, raqamli texnologiyalarni strategik menejmentga integratsiya qilish darajasi korxona samaradorligi bilan yuqori darajadagi musbat korrelyatsiyaga ega ($r = 0,74$; $p < 0,001$). Quyidagi 1-jadvalda tadqiqotga jalb etilgan korxonalar guruhlar bo‘yicha asosiy ko‘rsatkichlar taqdim etiladi.

1-jadval. Korxona guruhlari bo‘yicha asosiy ko‘rsatkichlar

Ko‘rsatkich	Kichik korxonalar	O‘rta korxonalar	Yirik korxonalar	O‘rtacha
Raqamli texnologiyalar qamrovi (%)	28,4	51,2	78,6	52,7
Samaradorlik o‘sishi (%, 3 yil)	18,3	32,1	53,7	34,7
Strategik rejalashtirish sifati (ball)	2,8	3,6	4,4	3,6
Innovatsiyaga tayyor bo‘lish (ball)	2,3	3,2	4,1	3,2
Xodimlar raqamli savodxonligi (%)	31,2	48,7	69,3	49,7

Manba: Mualliflar tomonidan o‘tkazilgan empirik tadqiqot (2023)

Klaster tahlili natijalari

K-means klaster tahlili orqali korxonalar raqamli tayyorgarlik darajasiga ko‘ra uch guruhga ajratildi. Birinchi klaster – «raqamli peshqadamlar» (25 korxona, 20,8%) – yuqori texnologik integratsiya va kuchli strategik menejment tizimiga ega korxonalarni o‘z ichiga oladi. Bu guruh o‘rtacha 53,7% samaradorlik o‘sishini ko‘rsatdi.

Ikkinchi klaster – «o‘tish davri korxonalari» (67 korxona, 55,8%) – raqamli transformatsiyaning dastlabki bosqichida bo‘lgan korxonalar. Ular o‘rtacha 34,2% samaradorlik o‘sishini qayd etdi. Uchinchi klaster – «an'anaviy korxonalar» (28 korxona, 23,3%) – raqamli texnologiyalardan minimal foydalanadi va samaradorlik o‘sishi eng past darajada (12,6%) kuzatildi.

Regressiya tahlili quyidagi natijani berdi: $Y = 8{,}23 + 0{,}42X_1 + 0{,}31X_2 + 0{,}18X_3 + 0{,}09X_4$ ($R^2 = 0{,}68$; $F = 48{,}3$; $p < 0{,}001$), bu yerda Y – korxona samaradorligi, X_1 – raqamli texnologiyalar integratsiyasi, X_2 – xodimlar malakasi, X_3 – strategik rejalashtirish sifati, X_4 – tashqi muhit o‘zgarishlariga adaptatsiya.

SWOT tahlili natijalari

O‘zbekiston korxonalarida raqamli strategik menejmentning SWOT tahlili quyidagi natijalarni ko‘rsatdi. Kuchli tomonlar: davlat tomonidan raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishga kuchli siyosiy irodaning mavjudligi; nisbatan yosh va texnologiyaga ochiq mehnat resurslari (o‘rtacha yosh – 31 yosh); iqtisodiy o‘sishning yuqori sur'atlari (2023 yilda YaIM o‘sishi – 6,3%).

Zaif tomonlar: raqamli infratuzilmaning notekis rivojlanganligi (viloyatlar o‘rtasida 3–4 barobar farq); menejment sohasidagi malakali mutaxassislar tanqisligi (kerakli mutaxassislarning atigi 38%i mavjud); korxonalarda raqamli transformatsiyaga ajratiladigan moliyaviy resurslar cheklanganligi.

Imkoniyatlar: xalqaro investor va texnologiya sheriklari bilan hamkorlik; elektron hukumat platformalarining rivojlanishi; O‘rta Osiyoda raqamli markazga aylanish imkoniyati. Tahdidlar: kiberhavfsizlik xavflari; xalqaro raqobatning kuchayishi; malakali kadrlarning tashqariga chiqib ketishi xavfi.

Muhokama

Tadqiqot natijalari Bharadwaj va boshq. (2013) tomonidan ilgari surilgan raqamli strategiya kontseptsiyasini O‘zbekiston kontekstida tasdiqlaydi. Biroq milliy xususiyatlar bir qator farqlarni ham ko‘rsatdi. Rivojlangan mamlakatlarda raqamli transformatsiyaning asosiy harakatlantiruvchi kuchi bozor raqobati bo‘lsa, O‘zbekistonda bu rol asosan davlat siyosati orqali amalga oshirilmoqda.

Teece (2018) ning dinamik imkoniyatlar nazariyasi o‘zbek korxonalariga qisman tatbiq etiladi: «peshqadam» klasterdagi korxonalar ushbu nazariyaga muvofiq yuqori darajada adaptiv xulq-atvor namoyish etadi, biroq «an'anaviy» klasterdagi korxonalarda bu qobiliyat sust rivojlangan. Bu holat, bizning fikrimizcha, an'anaviy menejment madaniyati va innovatsiyalarga psixologik to‘siqlarning mavjudligi bilan izohlanadi.

Muhim topilma shundaki, korxona hajmi strategik menejment samaradorligi bilan kutilganidan ko‘ra kuchliroq bog‘liq bo‘lib chiqdi ($r = 0,62$). Bu esa kichik korxonalar uchun maxsus raqamli transformatsiya dasturlarini ishlab chiqish zaruratini

ko‘rsatadi. O‘zbekistonda kichik va o‘rta biznes sektori iqtisodiyotning 56,6% ini tashkil etishini hisobga olsak, bu masalaning ahamiyati yanada oshadi.

Bundan tashqari, xodimlar raqamli savodxonligi (β = 0,31) korxona samaradorligiga ikkinchi darajali omil sifatida ta'sir ko‘rsatdi. Bu natija kadrlar tayyorlash tizimini raqamli talablarga moslashtirish masalasini dolzarblashtirib, oliy ta'lim muassasalari bilan hamkorlik strategiyasining shakllantirilishini talab etadi.

Ushbu tadqiqotning cheklovlari sifatida quyidagilarni qayd etish lozim: birinchidan, tanlanma faqat rasmiy sektor korxonalarini qamrab olgan; ikkinchidan, o‘lchov vositasi o‘zini o‘zi baholashga asoslangan bo‘lib, subyektiv xatolikni istisno etib bo‘lmaydi; uchinchidan, kesma (cross-sectional) dizayn sababli kausalliqni isbotlash qiyin. Kelajakdagi tadqiqotlarda longitudinal dizayn va eksperimental metodologiyalardan foydalanish tavsiya etiladi.

Xulosa

Ushbu tadqiqot raqamli iqtisodiyot sharoitida O‘zbekiston korxonalarida strategik menejment samaradorligini oshirishning bir necha muhim jihatlarini ochib berdi.

Birinchidan, raqamli texnologiyalarni integratsiyalash va korxona samaradorligi o‘rtasida kuchli musbat bog‘liqlik mavjud (r = 0,74), ya'ni bu ikki o‘zgaruvchi birgalikda rivojlanishi zarur.

Ikkinchidan, klaster tahlili natijalari shuni ko‘rsatdiki, O‘zbekistondagi korxonalar raqamli tayyorgarlik darajasi bo‘yicha bir hil emas va har bir guruh uchun turli xil strategik yondashuvlar talab etiladi. Peshqadam korxonalar uchun global integratsiya va eksport strategiyasi, o‘tish davri korxonalari uchun tizimli raqamli transformatsiya dasturlari, an'anaviy korxonalar uchun esa davlat subsidiyalari va qo‘llab-quvvatlash dasturlari ustuvor ahamiyat kasb etadi.

Uchinchidan, tadqiqot innovatsion menejment modelining amaliy samaradorligini tasdiqladi. Ushbu model uch komponentni o‘z ichiga oladi: (1) raqamli strategiyani korporativ strategiya bilan integratsiya qilish; (2) ma'lumotlarga asoslangan qaror qabul qilish tizimini joriy etish; (3) raqamli madaniyatni shakllantirish va doimiy ta'limni ta'minlash.

Amaliy tavsiyalar: korxona rahbarlariga – raqamli transformatsiya yo‘l xaritasini strategik rejalashtirishga integratsiya qilish; davlat organlariga – kichik korxonalar uchun raqamli infratuzilmani rivojlantirishga investitsiyalarni oshirish va imtiyozli kreditlashtirish mexanizmlarini kengaytirish; oliy ta'lim muassasalariga – menejment dasturlarini raqamli kompetensiyalar bilan boyitish tavsiya etiladi.

Kelajakdagi tadqiqotlar uchun soha bo‘yicha (sektorlarga ko‘ra) taqqoslama tahlil, raqamli transformatsiyaning ijtimoiy va muhit jihatlariga ta'siri, hamda sun'iy intellektni strategik menejmentga integratsiya qilish masalalarini ko‘rib chiqish maqsadga muvofiq bo‘ladi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Ansoff, H. I. (1965). Corporate Strategy: An Analytic Approach to Business Policy for Growth and Expansion. McGraw-Hill.
2. Bharadwaj, A., El Sawy, O. A., Pavlou, P. A., & Venkatraman, N. (2013). Digital Business Strategy: Toward a Next Generation of Insights. MIS Quarterly, 37(2), 471–482.
3. Porter, M. E. (1985). Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. Free Press.
4. Schwab, K. (2016). The Fourth Industrial Revolution. World Economic Forum.
5. Teece, D. J. (2018). Business Models and Dynamic Capabilities. Long Range Planning, 51(1), 40–49.
6. Yusupov, B. A., & Toshmatov, O. R. (2021). O‘zbekiston korxonalarida raqamli transformatsiya to‘siqlari va ularni bartaraf etish yo‘llari. O‘zbekiston Iqtisodiyot Jurnali, 14(3), 112–128.
7. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi. (2020). «Raqamli O‘zbekiston – 2030» strategiyasi. Toshkent: Davlat nashriyoti.
8. Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1992). The Balanced Scorecard: Measures that Drive Performance. Harvard Business Review, 70(1), 71–79.
9. Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation. Harvard Business Review Press.
10. Prahalad, C. K., & Hamel, G. (1990). The Core Competence of the Corporation. Harvard Business Review, 68(3), 79–91.
11. O‘zbekiston Respublikasi Statistika qo‘mitasi. (2023). O‘zbekiston raqamlarda 2023. Toshkent.
12. Mintzberg, H., Ahlstrand, B., & Lampel, J. (2009). Strategy Safari: A Guided Tour Through the Wilds of Strategic Management (2nd ed.). FT Prentice Hall.