

KORXONA BOSHQARUVIDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR ORQALI REKLAMA FAOLIYATINI SAMARALI TASHKIL ETISHNING ASOSIY JIHATLARI

Abdullayev Munis Kurbonovich

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti

Raqamli iqtisodiyot va axborot texnologiyalari kafedrasini mudiri, PhD, dotsent

m.abdullayev@tsue.uz

Qobiljonov Bahodir Odiljon o'g'li

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti magistranti

Annotatsiya

Ushbu maqolada bugungi kunda shiddat bilan rivojlanib borayotgan raqamli iqtisodiyot sharoitida korxonada boshqaruvida raqamli texnologiyalar orqali reklama faoliyatini samarali tashkil etish jarayonlari ko'rib chiqilgan. Reklama faoliyatini sayt yaratishdan boshlab, dastlabki rejalarga sezilarli o'zgarishlar kiritish hamda biznes modellarini qo'llash ko'rib chiqilgan.

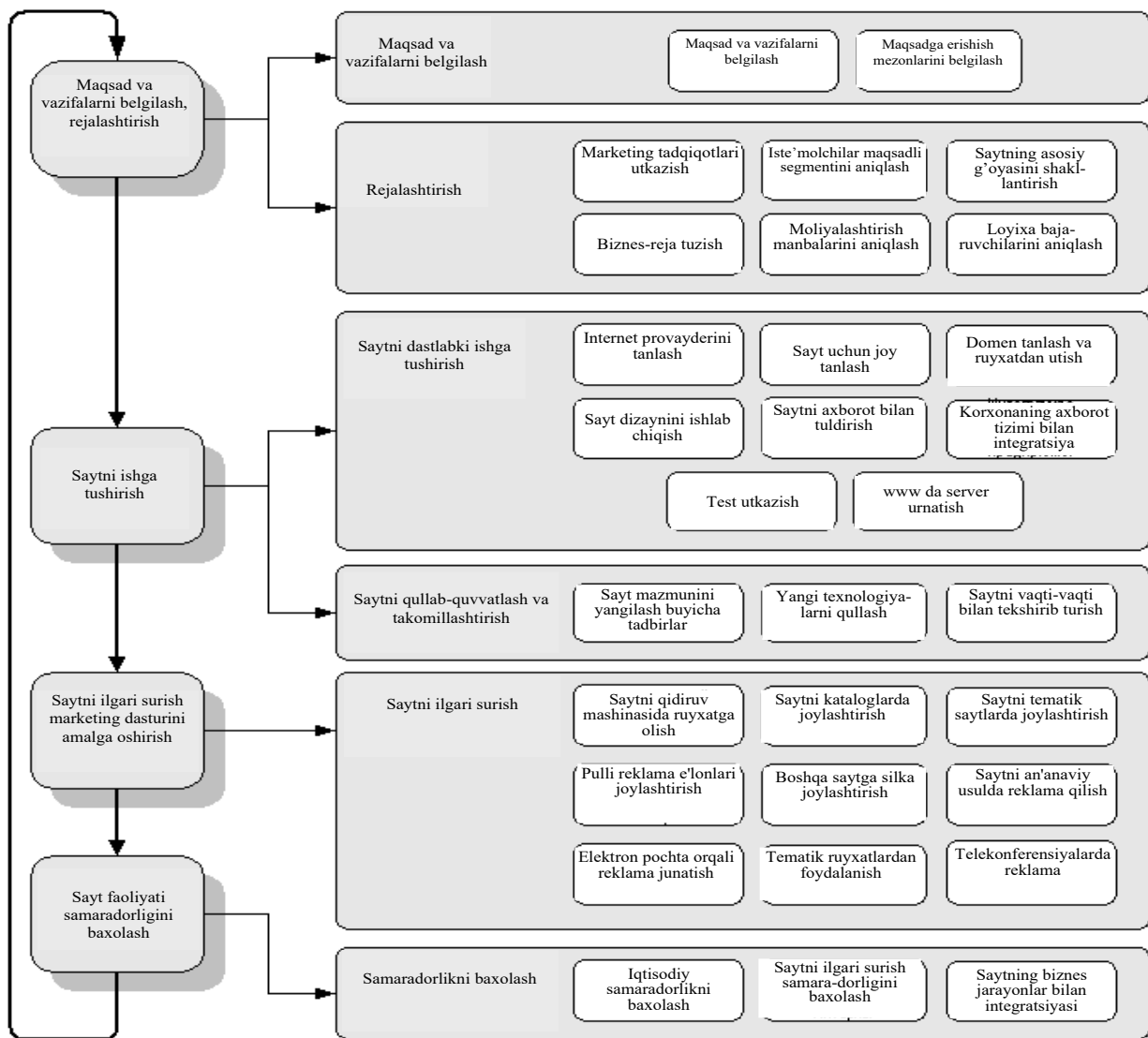
Kalit so'zlar: axborot-kommunikatsiya texnologiyalari, reklama faoliyati, sun'iy intellekt.

Mamlakatimizda bugungi shiddat bilan rivojlanib borayotgan raqamli iqtisodiyot sharoitida iqtisodiyotning barcha tarmoq va sohalariga zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan (AKT) keng foydalanish muhim o'rin ahamiyat kasb etmoqda.

Respublikamizda iqtisodiy, ijtimoiy, xalq xo'jaligi va boshqa sohalarda korporativ boshqarishga AKTlari qo'llanilmoqda. Jumladan, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021 yil 17 fevraldagi "Sun'iy intellekt texnologiyalarini jadal joriy etish uchun shart-sharoitlar yaratish chora-tadbirlari to'g'risida" PQ-4996-son [1] qarori qabul qilindi.

«Raqamli O'zbekiston — 2030» Strategiyasiga muvofiq hamda sun'iy intellekt texnologiyalarini jadal joriy etish va ularni mamlakatimizda keng qo'llash, raqamli ma'lumotlardan foydalanish imkoniyatini va ularning yuqori sifatini ta'minlash, ushbu sohada malakali kadrlar tayyorlash uchun qulay shart-sharoitlar yaratish maqsadida aholi manfaatlari yo'lida davlat xizmatlari ko'rsatish sifatini yaxshilash, shuningdek, ma'lumotlarni qayta ishlashda davlat organlarining samaradorligini oshirish uchun sun'iy intellekt (SI) texnologiyalaridan keng foydalanish hamda mahalliy korxonalar va mutaxassislarning SI sohasidagi axborot resurslari va bilimlardan foydalanish imkoniyatini ta'minlash, shuningdek, zarur ta'lim muhitini rivojlantirish kabi vazifalar belgilangan.

Mazkur vazifalarni samarali amalga oshirish, jumladan, korxonada boshqaruvi uchu SI texnologiyalari orqali reklama faoliyatini samarali tashkil etish bugungi kunning muhim masalalaridan biri hisoblanadi.



1-rasm. Web-saytni yaratish blok-sxemasi

Reklama nuqtai nazaridan web-sayt, bu maqsadli muloqot doirasining bitta yoki bir nechta segmenti bilan o'zaro aloqa o'rnatish uchun axborot bloklari va vositalari to'plamidir. Unda qanday axborot taqdim etiladi, qaysi vositalardan foydalaniladi, ular o'zaro qanday aloqada bo'ladi — bularning barchasi tanlab olingan biznes modeli, uzoq muddatli va qisqa muddatli vazifalarga, shuningdek, maqsadli muloqot doirasi turiga va u bilan u yoki bu usulda muloqot qilish imkoniyatiga bog'liq bo'ladi.

Birinchi bosqich — maqsadlar va ularga erishish yo'llarini aniqlash, marketing tadqiqotlari o'tkazish, zarur tadbirlar rejasini ishlab chiqish. Bu bosqich asosiy ahamiyatga ega, chunki unda olingan ma'lumotlar va ular asosida qabul qilingan qarorlarga butun tizimni qurish samaradorligi va uning yashovchanligi bog'liq bo'ladi.

Keyingi bosqich web-saytni ishga tushirish hisoblanadi. Bu bosqichda serverni joylashtirish uchun joy tanlash, Internet xizmatlari ta'minotchisini tanlash, server dizayni va strukturasi ishlab chiqish, uni dastlabki axborotlar bilan to'ldirish masalalari hal etilishi, korxonaning mavjud axborot tizimi bilan birlashtirish masalalari ko'rib chiqilishi lozim[2, 3]. Sinov tariqasida tekshirib ko'rilgandan so'ng web-server Internetda joylashtirilishi mumkin.

1-rasmda web-sayt yaratishning umumiy blok-sxemasi keltirilgan bo‘lib, u to‘rtta asosiy bosqichni qamrab oladi.

Uning menyu qismi quyidagi bo‘limlardan tashkil topgan:

- bosh sahifa;
- mahsulotlar;
- guruhlar;
- kompaniya haqida;
- kompaniya haqida fikrlar;
- Manzil va aloqa.

Shundan so‘ng saytga foydalanuvchilarni ma’suliyati cheklangan jamiyatning hozirgi va potensial mijozlarini jalb qilish masalasini hal etish talab qilinadi. Shu sababli keyingi bosqich foydalanuvchilarni serverga jalb qilish bo‘yicha chora-tadbirlar majmuini o‘tkazish hisoblanadi. Mazkur bosqich Internetdagi barcha reklama vositalaridan bannerlarda joylashtirishdan tortib to telekonferensiyalarda qatnashish va jo‘natmalar ro‘yxatidan foydalanishgacha foydalanishni nazarda tutadi.

Ko‘rsatilgan uchta bosqichni yakunlovchi to‘rtinchi bosqichda olingan natijalarni oldindan belgilangan ko‘rsatkichlar bo‘yicha rejalashtirilgan natijalar bilan taqqoslash asosida xulosa chiqariladi.

Internetdan foydalanib biznes yuritishga to‘g‘ri yondashilgan holatda u takomillashib va rivojlanib boradi [4]. Masalan, birinchi natijalar olingandan so‘ng umumiy maqsad va vazifalarga o‘zgartirish kiritish mumkin bo‘lib, bu marketing dasturining birinchi bosqichi masalalarini qayta ko‘rib chiqishga olib kelishi mumkin. Yakuniy foydalanuvchi nuqtai nazaridan sayt dizayni muvaffaqiyatsiz bo‘lib chiqishi yoki tashrif buyuruvchilarning soni kamligi natijasida web-server samaradorligi past bo‘lgan hollarda mos keluvchi o‘zgartirishlar kiritish uchun ikkinchi yoki uchinchi bosqichga qaytish zarur.

Dastlabki rejalariga sezilarli o‘zgarishlarni Internet muhitining o‘zi ham kiritishi mumkin bo‘lib, uning rivojlanish yuqori dinamikasi qo‘llanuvchi usul va vositalarni muntazam takomillashtirib borishni talab qiladi. Shunday qilib, web-server asosida marketing dasturini yaratish Internetning rivojlanishi bilan birga harakatlanuvchi integratsion jarayon hisoblanadi.

Biznes modellari har qanday web-saytning faoliyat ko‘rsatishi va rivojlanishi, aniqroq aytadigan bo‘lsak, web-saytga asoslangan holda Internetdan tijorat faoliyatida foydalanish ma’lum bir biznes modeliga asoslanishi lozim.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021 yil 17 fevraldagi “Sun’iy intellekt texnologiyalarini jadal joriy etish uchun shart-sharoitlar yaratish chora-tadbirlari to‘g‘risida” PQ-4996-son qarori <https://lex.uz/docs/5297046>

2. Alimov R.X., Xodiyev B.YU., Alimov Q.A. va boshqalar. Milliy iqtisodda axborot tizimlari va texnologiyalari. O‘quv qo‘llanma. / S.S. G‘ulomovning umumiy tahriri ostida. – T.: Sharq, 2004. – 320 b.

3. Bagiyev G.L., Tarasevich V.M., Ann X. Marketing. ucheb. - SPb.: Piter, 2008. - 736s. 2 ekz.

4. Begalov B.A., Musaliyev A.A. Informatcionno-kommunikatsionnye

KORXONA BOSHQARUVIDA ZAMONAVIY AXBOROT-KOMMUNIKATSIYA TEXNOLOGIYALARINI QO‘LLASH JARAYONLARI

Abdullayev Munis Kurbonovich

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti

Raqamli iqtisodiyot va axborot texnologiyalari kafedrasini mudiri, PhD, dotsent

m.abdullayev@tsue.uz

Ortikov Uchqun Toshbotirovich

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti magistranti

Annotatsiya

Ushbu maqolada bugungi kunda shiddat bilan rivojlanib borayotgan raqamli iqtisodiyot sharoitida korxonada boshqaruvida raqamli texnologiyalar orqali reklama faoliyatini samarali tashkil etish jarayonlari ko‘rib chiqilgan. Reklama faoliyatini sayt yaratishdan boshlab, dastlabki rejalar sezilarli o‘zgarishlar kiritish hamda biznes modellarini qo‘llash ko‘rib chiqilgan.

Kalit so‘zlar: axborot-kommunikatsiya texnologiyalari, reklama faoliyati, sun‘iy intellekt.

Bugungi kunda foyda har qanday tijorat tashkiloti faoliyatining asosiy maqsadi hisoblanadi. Foyda olish istagi tadbirkorni o‘z biznesini ochishga, yangi ish o‘rinlari, yangi qadriyatlar yaratishga, yangi mahsulot va xizmatlar ishlab chiqarishga majbur qiladi. Doimiy ravishda tobora murakkab biznes muammolarini hal qilib, tadbirkor rivojlanadi, shaxsiy samaradorligini oshiradi va shaxsiy o‘shish bilan shug‘ullanadi. Shu bilan birga, u doimo oldinga intilishi, o‘z tashkilotining rivojlanishiga sarmoya kiritishi va u yerda hech qachon to‘xtab qolmasligi kerak.

Biznesni rivojlantirish bevosita tashkilotni boshqarish samaradorligiga bog‘liq. Shuning uchun tashkilotni boshqarish jarayonini avtomatlashtirish tashkilot rahbarlari birinchi navbatda hal qilishi kerak bo‘lgan muhim vazifalardan biridir. “Oddiy biznes” biznes-jarayonlarini avtomatlashtirish tizimini joriy etish ushbu muammoni hal qiladi, shuningdek, menejerga tashkilotni boshqarish bo‘yicha o‘z ishida ko‘plab xatolar va muvaffaqiyatsizliklardan qochishga yordam beradi.

Biznes-jarayonlarini avtomatlashtirish xodimlarning jamoaviy ishlashi samaradorligini sezilarli darajada oshiradi, bu borada menejer kelishilgan muddatda yuqori sifatli natijalarga erishadi. Shuningdek, xodimlar yagona axborot makonida hujjatlar bilan ishlash, hamkasblar va mijozlar bilan zamonaviy biznes aloqa vositalaridan foydalangan holda muloqot qilish imkoniyatiga ega bo‘ladilar. “Oddiy biznes” biznes-jarayonlarini avtomatlashtirish tizimi yordamida tashkilot mavjud mijozlarning sodiqligini oshirish va o‘z foydasini oshirish imkoniyatiga ega bo‘ladi.

Agar menejer o‘z biznesining uzoq muddatli rentabelligini ta‘minlashni istasa va buning uchun uning rivojlanishiga sarmoya kiritisa, uning foyda olish istagi to‘liq