

**ТАДБИРКОРЛИК ФАОЛИЯТИДА АХБОРОТЛАРДАН ФОЙДАЛАНИШ
ХУСУСИЯТЛАРИ**

Эргашева Фотима Ибрагимовна

*Наманган муҳандислик-технология институти "Иқтисодиёт" кафедраси
катта ўқитувчиси, PhD*

Мамажонов Қоплонбек Қаҳрамонжон ўғли

*Наманган муҳандислик-технология институти менежмент йўналиши
талабаси*

Аннотация: Мақолада тадбиркорлик фаолиятида ахборотлардан фойдаланишнинг умумий ва сифат хусусиятлари ёритилган. Шунингдек, тадбиркорлик фаолиятида қайси маълумотларга бўлган талаб ошиб боришининг тадқиқ кўрсаткичлари баён этилган ҳамда соҳада учрайдиган муаммолар, мавжуд муаммоларни бартараф этиш учун тавсиялар келтирилган.

Калит сўзлар: ахборотлар таъминоти, ахборотлар ҳодиса ва жараёнларни акс эттириш воситаси, ахборотдан кўп марта фойдаланиш, ахборотни очиқлиги, ахборотнинг аниқлиги ва индивидуаллиги, тўлиқ ва аниқ ахборотлар билан таъминланмаслик, янги пайдо бўлувчи рақобатчилар тўғрисидаги маълумотлар

Кириш

Тадбиркорлик ишсизликка қарши курашнинг қудратли қуроли бўлиб, аҳолининг ўзини ўзи иш билан таъминлаши учун кенг имкониятлар яратиб, иш ўринларини кўпайтириш учун шароит яратади. Тадбиркорлар эса жамиятнинг алоҳида табақаси бўлиб, уларга қаратилган давлатнинг иқтисодий таъминоти, жамоатчилик назорати ва барқарорлиги тизими шакллантиришга ҳаракат қилинади. Кичик корхоналар маҳаллий давлат ҳокимияти органларининг иқтисодий базасини сезиларли даражада мустаҳкамлайди, қишлоқлар, кичик шаҳарлар ривожига ижобий таъсир кўрсатади, бу эса вилоят ва қолаверса мамлакат иқтисодий муаммоларини ҳал этишга ижобий таъсир кўрсатади.

Тадбиркорликни ривожлантиришда ахборотлар таъминоти алоҳида аҳамият касб этиб, у тўғридан-тўғри тадбиркорликни ривожлантириш ресурсларидан бири ҳисобланади. Ахборотларни ўз вақтида самарали таъминлаш, керакли пайтда тегишли қарорларни қабул қилишда ижобий натижа беради.

Асосий қисм



Тадбиркорликни рағбатлантиришда ахборот таъминоти тадбиркорнинг ижобий қиёфасини яратади. Айрим ҳолларда инсонларда тадбиркорлик билан шуғулланиш хоҳиши заифроқ бўлиб, бу шахсни таваккалчилик қилишда ва янги ижодкорликда иккилантиради. Ривожланган мамлакатларда ишбилармон шахсни ижобий қиёфасини шакллантириш мажбурий бўлишига шубҳа йўқ. Бозор шароитида тадбиркорлар ўртасидаги бундай муносабат ривожланган бозорга хос ёндашув сифатида кўриш мумкин.

Ахборот манбалари ва истеъмолчилари бўлиб аниқ таркибий бўлинмалар, кичик корхоналар ва алоҳида тадбиркорлар ҳисобланади. Ахборот ҳар қандай ижтимоий-иқтисодий меҳнатнинг предмети ҳисобланади. Уни таҳлил қилиш ва қайта ишлаш натижасида тадбиркорлар меҳнатининг маҳсули – фаолиятга доир қарор пайдо бўлади. Тадбиркорлик фаолиятида ахборот қанчалик аниқ, тезкор, тўғри ва объектив бўлса, тадбиркорлик фаолиятида қабул қилинган қарорлар шунчалик асосли бўлади.

Тадбиркорларни ахборот билан таъминлашда маълумотларнинг умумий ва сифат хусусиятларини ҳисобга олиш керак бўлади. Уларнинг асосий хусусиятлари қуйидагилардан иборат бўлади:

- **ахборотлар ҳодиса ва жараёнларни акс эттириш воситаси сифатида қўлланилиши.** Замонавий кичик корхона - бу жуда кўп сонли хизматлар, бўлимлар, цехлар, омборлар ва бошқаларни ўз ичига олган тизимдир. Корхоналарда ишлаб чиқариш муносабатларнинг чуқурлиги ва мураккаблиги, меҳнат тақсимотининг юқори даражаси, барча жараёнларнинг - технологик, иқтисодий, ижтимоий, ташкилий ва бошқаларнинг ривожланиш (ўзгариш) суръати билан тавсифланади. Бундай корхона фаолияти жуда катта жараёнлар, ҳодисалар, воқеалар йиғиндисидан иборат бўлиб, уларнинг ҳар бири ахборот манбаи ҳисобланади.

- **ахборотдан кўп марта фойдаланиш.** Бу ахборотни истеъмол қилишнинг ўзига хос хусусиятлари билан боғлиқ бўлиб, унинг давомида ахборот йўқолмайди. Ушбу хусусият нафақат маълумотларни қайта ишлаш ва сақлаш тизимларини яратиш, балки тадбиркорлар томонидан марказлаштирилган ҳолда фойдаланиш талабларини қўяди.

- **ахборотни очиклиги (бир турдаги ахборотни кўпчилик томонидан талқин этилиши).** Бу шуни англатадики, бир хил маълумот моддийлаштиришнинг турли шаклларида ва турли хил ташувчиларда бўлиши мумкин.

- **ахборотнинг аниқлиги ва индивидуаллиги.** Ишлаб чиқаришда содир бўлаётган жараёнларни акс эттирувчи маълумотлар ўзига хос ва индивидуалдир, яъни маълум бир жараёнга, дастгоҳга, ишчига, хосдир.



Лекин айни пайтда унинг тузилиши ҳодисаларни, воқеаларни, жараёнларни бир бутун сифатида жамоатчилик томонидан баҳолаш имконини беради.

Ахборотларнинг хилма-хиллиги корхона самарадорлигини турли томонлардан баҳолаш имконини беради. Бироқ, тадбиркор бир ахборот турига устунлик бермаслиги керак. Умуман корхонанинг муваффақиятли ишлаши учун ахборотларни таҳлил қилишнинг турли усулларини қўллаган ҳолда маълумотлардан тўлиқ фойдаланиш керак.

Тадбиркорларга ўз фаолиятларида қандай ахборотларни қизиқтириши ва зарурлиги борасида сўровнома ўтказилганда, улар бу борада ўзларини фикрларини билдириб ўтдилар. Сўров давомида ташриф буюрувчиларга иккита савол мурожаат қилинган: қайси маълумотларга бўлган талаб ошиб боради ва тадбиркорларда қайси маълумотларга кўпроқ талаб бор.

Тадбиркорлар томонидан билдирилган фикрларнинг умумлаштирилганда биринчи саволга жавоблар қуйидагича бўлди:

- 67% - тижорат (товарлар, хизматлар, компаниялар манзиллари ҳақида маълумот);
- 53% - маркетинг маълумотлари;
- 51% - норматив-ҳуқуқий ахборот;
- 42% - валюта ва молиявий маълумотлар (котировкалар, валюта курслари, нархлар);
- 37% - расмий маълумотлар, бошқарув органлари ҳужжатлари;
- 30% - маслаҳат маълумотлари (буюртма бўйича маслаҳатчилардан олинади);
- 30% - бизнес янгиликлари;
- 28% - таълимга оид маълумотлар;
- 27% - статистика (иқтисодий, демографик, ижтимоий, прогнозлар);
- 23% - аналитик (бухгалтерия ҳисоби, бошқарув ва бошқа дастурлар ёрдамида олинган);
- 15% - сиёсий янгиликлар;
- 10% - фундаментал ва амалий фанлар, ишлаб чиқариш соҳалари бўйича маълумотлар.

Шундай қилиб, истеъмолчилар учун тижорат, маркетинг, тартибга солиш, алмашиш маълумотлари, шунингдек, расмий ҳужжатлар, республика ва маҳаллий ҳокимият органларининг қарорларига яқин келажақда талаб ортиши мумкин. Бироқ, бу тадбиркорларга бошқа маълумотлар керак эмас деганимасдир. Ҳаммаси сўровномада иштирок этган респондентларнинг фаолият соҳасига боғлиқ бўлади.

Масалан, статистик маълумотлар, шу жумладан демографик маълумотлар кўпинча маиший хизматлар билан боғлиқ бизнес вакилларини қизиқтиради. Тижорат тадбиркорлиги вакиллари, динамикроқ соҳа сифатида,



сиёсий янгиликларга кўпроқ муҳтожлик сезадилар. Ишлаб чиқариш соҳаси тадбиркорларида саноат тадқиқотлари ва ишланмаларининг ахборот эҳтиёжларини яхшироқ қондиришга юқори талаб бўлади.

Иккинчи муҳим савол - ахборот ресурсларини қандай шаклда тақдим этиш ва ахборот хизматларини кўрсатиш масаласи бўлиб, ташриф буюрганларнинг катта қисми (66 фоиз) келажакда талаб энг сўнги технологияларга тегишли, деб ҳисоблайди. Яна 15% яқин келажакда энг янги технологиялар ҳам, анъанавий шакллар ҳам бир хил интенсивлик билан ривожланади, деб ҳисоблайди. Ниҳоят, 13% тадбиркорлар ахборот ва ресурсларнинг анъанавий шакллари самарадорлигига таянади.

Демак, тадқиқотлар тадбиркорлар томонидан керакли ахборотлардан фойдаланиш ва уларни шаклланишида энг сўнги ахборот технологияларини ўзлаштириб бориши натижасида ўз бизнеси қанчалик ўзгариши мумкинлигини кўрсатди.

Шунингдек, олиб борилган тадқиқотлар натижасида тадбиркорлик фаолиятини ахборотлар билан таъминлаш ва улардан фойдаланишда айрим муаммоли ҳолатлар мавжудлиги аниқланиб, уларга қуйидагиларни киритишимиз мумкин:

- ўз вақтида тўлиқ ва аниқ ахборотлар билан таъминланмаслик;
- замонавий ахборот коммуникацион-технологиялардан фойдаланишда катта ёшдаги тадбиркорларда қийинчиликларга дуч келишлари, ундан фойдаланиш кўникмасининг ривожланишини пастлиги;
- тадбиркор бозордаги янги пайдо бўлувчи рақобатчилари тўғрисидаги маълумотларни олдиндан била олмаслиги (рақобатчи бозорга бирдан кириб келиши мумкинлиги сабабли);
- рақобатчи тадбиркорлар бозорда узоқ йиллар фаолият кўрсатган бўлса, керакли ахборотларни топиши ва ундан фойдаланиш тезлиги юқори ҳамда ахборотлар олувчи каналларининг кўплиги сабабли янги тадбиркорлик корхоналарини бозордан сиқиб чиқаришдаги устунлиги ва бошқа шу кабилар.

Хулоса ва тавсиялар

Тадбиркорлик фаолиятида ахборотлардан фойдаланиш ва унинг хусусиятлари бўйича олиб борган тадқиқотлардан келиб чиққан ҳолда қуйидаги тавсияларни берамиз:

- давлат иқтисодий тараққиётининг асоси сифатида тадбиркорлар ғоясини оммавий ахборот воситаларида тарғиб қилиш учун реклама ва тарғибот материалларини тарқатиш;
- тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш бўйича “йўл харитаси”ни ишлаб чиқиш ва давлат томонидан қўллаб-қувватлаш механизмларига бағишланган ягона бизнес порталини ишга тушириш;

- мамлакатимизда фаолиятнинг барча йўналишлари бўйича тадбиркорлар, шунингдек ёш тадбиркорлар ҳақидаги “ёш тадбиркор” телекўрсатувлари туркумини шакллантириш;
 - тадбиркорлар ёки ёшлар томонидан ташкил этилган янги корхонанинг ишга туширилиши ва ривожланиши ҳақида ҳафталик нашр билан шоулар ўтказиш (ёш тадбиркор дуч келадиган барча муаммолар ва эришилган ютуқлар батафсил ёритилиши лозим);
 - таниқли радио тўлқинларида тадбирлик ёки ёшлар тадбиркорлигини кўллаб-қувватлаш тўғрисида ахборот дастурларини бериб бориш;
 - тадбиркорлик тарихи ва жаҳондаги ёш тадбиркорларнинг муваффақиятлари тарихи бўйича дастурлар циклини ишлаб чиқиш;
 - оммавий ахборот воситаларида нашрлар, шу жумладан ёш тадбиркорлар билан суҳбатлар олиб бориш;
 - ёшлар тадбиркорлигини ривожлантириш бўйича бизнес-форум ва конференциялар ўтказишни ривожлантириш ва шу кабилар.
- Юқорида берган тавсияларимиз тадбиркорлик фаолиятида зарур бўлган ахборотлар билан таъминлашда ижобий натижа беради деб ўйлаймиз.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Ibragimovna, F. E. (2019). Innovative technologies in the formation of students' entrepreneurial skills. *Asian Journal of Multidimensional Research (AJMR)*, 8(8), 5-9.
2. Lutfulla Xabibullayevich Ubaydullayev, & Bakhtiyor Nabijanovich Dedajanov. (2021). THE DIGITAL ECONOMY: ADVANTAGES AND RISKS. *Journal of Central Asian Social Studies*, 2(01), 153-159. <https://doi.org/10.37547/jcass/volume02issue01-a23>
3. Лопатина Р.Ф. Социально-культурные условия формирования мотивации студенческой молодежи к предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] // Российская государственная библиотека: [сайт]. — URL: <http://dlib.rsl.ru/01006751585>
4. Убайдуллаев, Л., & Эргашева, Ф. (2021). Development of enterprise products in students-as a factor of production problems for young enterprises. *Общество и инновации*, 2(2/S), 446-456.
5. http://mbm.allmedia.ru/content/document_r_85B79999-E5B2-4187-8AE5-528F7E127A71.html