

**KATTA MA'LUMOTLARDAN FOYDALANISH, REJALASHTIRISH,
STRATEGIYANI MUHOKAMA QILISH.**

Umarov Begzod Azizovich

Farg'ona davlat universiteti katta o'qituvchisi

ubaumarov@mail.ru

Ergasheva Mahliyoixon Nuriddin qizi

Farg'ona davlat universiteti 3 – kurs talabasi

mahilyoyoqubova@gmail.com

Annotatsiya: Ushbu maqola katta ma'lumotlardan foydalanish, katta ma'lumotlar strategiya, katta malumotlar strategiyasini rejalashtirish va katta ma'lumotlar strategiyasini aniqlash haqida.

Kalit so'zlar: operatsiya, korporativ, innovatsiya, barqarorlik

Annotation: This article is about big data usage, big data strategy, big data strategy planning and big data strategy definition.

Key words: operation, corporate, innovation, sustainability

Аннотация: Эта статья посвящена использованию больших данных, стратегии больших данных, планированию стратегии больших данных и определению стратегии больших данных.

Ключевые слова: эксплуатация, корпоративность, инновации, устойчивое развитие

Katta ma'lumotlar strategiyasi:

Katta ma'lumotlar strategiyasi - bu tashkilot o'z maqsadlariga erishish uchun katta hajmdagi ma'lumotlarni qanday boshqarishi, saqlashi, tahlil qilishi va foydalanishini tavsiflovchi keng qamrovli rejadir. Bularning barchasi murakkab ma'lumotlar to'plamini - tranzaksiya yozuvlari, ijtimoiy media o'zaro ta'siri, sensor ma'lumotlari va veb-sayt jurnallari kabi qimmatli ma'lumotlarga aylantirishni o'z ichiga oladi.

Big Data strategiyasi bu qoidadan istisno emas. Hatto shuni aytish mumkinki, Big Data strategiyasini amalga oshirish Big Dataga xos bo'lgan texnik murakkabliklarni hisobga olgan holda ancha murakkab. Muvaffaqiyatli amalga oshirish uchun strategiyani shakllantirishning o'zi etarli emas, qo'shimcha imkoniyatlar talab qilinadi.

Katta ma'lumotlar strategiyalarini amalga oshirish haqida gap ketganda, etakchilik va qaror qabul qilish muhim ro'l o'ynaydi. Texnologik, insoniy va madaniy to'siqlar tufayli tashkilot rahbariyati oxir-oqibat Big Data strategiyasining muvaffaqiyati yoki muvaffaqiyatsizligi uchun javobgardir. Alohida rahbarlar

tashkilotning qarashlarini yaratishi va qo'llab-quvvatlashi va keyinchalik kerakli imkoniyatlarni yaratishi talab qilinadi.

Katta ma'lumotlar, biz ushbu katta hajmdagi ma'lumotlarni tavsiflash uchun ishlatadigan atama, daromadlarni oshirish va operatsiyalarni yaxshilashga intilayotgan tarmoqlar uchun oltin kondir. Ammo ushbu ma'lumotlardan qanday foydalanish bo'yicha qat'iy strategiyasiz, siz oxirigacha internetni o'rganishingiz mumkin va hali ham hech qanday foyda ko'rmaysiz.

Katta ma'lumotlar sohasiga kirishdan oldin, katta ma'lumotlar strategiyasi qanday ko'rinishi bilan tanishib chiqqan ma'qul. Keyin, siz ko'rish to'g'ri yo'naltirilganligini va kerakli qiymatni yetkazib berishga tayyorligini ta'minlash uchun o'lchovli qadamlarni qo'yishingiz mumkin.

Katta ma'lumotlar strategiyasiga yondashishning eng yaxshi usullari.

1. Ko'p tarmoqli jamoani to'plash.

Katta ma'lumotlar nafaqat IT loyihasi, balki biznes tashabbusidir. Jamoada korporativ texnologiyalar guruhidan ko'ra biznes bo'limlari vakillari ko'proq bo'lishi kerak.

A'zolar odatda moliya, biznesni rivojlantirish, operatsiyalar, ishlab chiqarish, tarqatish, marketing va IT sohasidagi bilimlilar yoki menejerlarni o'z ichiga oladi. Jamoa a'zolari operatsion va biznes razvedka tizimlarining joriy hisobotlari bilan tanish bo'lishi kerak. Har bir jamoa a'zosi ishlash ko'rsatkichlari, trend tahlillari va ma'lumotlar elementlari haqida o'z ishiga foydali bo'lishi mumkin bo'lgan, lekin ular hali foydalana olmaydigan g'oyalarni olib keladi. Eng muhimi shundaki, ular nima uchun bu ma'lumotlarga ega bo'lish nafaqat o'zlarining biznes bo'linmalari, balki butun tashkilot uchun qiymat qo'shishini bilishadi.

2. Muammo va maqsadlarni aniqlash.

O'zingiz hal qilmoqchi bo'lgan uchta muammoni oling va ularni savollarga aylantiring. Boshlash uchun o'zingizni uchtagacha cheklang. Javob berish uchun har doim ko'proq savollar bo'ladi. Ularning barchasini birdaniga hal qilishga urinmang.

Ushbu savollarni uchta elektron pochtaga mavzu sifatida yozing. Ularni ko'p tarmoqli jamoaning barcha a'zolariga yuboring. Javoblar o'rganishning boshlang'ich doirasini kengaytirish uchun toraytirish bo'yicha harakatlaringizga yordam beradi.

Bu yerda to'pni aylantirish uchun bir nechta savollar mavjud.

- Nimani bilmoqchisiz (auditoriyangiz, jarayonlaringiz, daromadlaringiz va boshqalar haqida)?
- Berilgan xizmat yoki mahsulot bo'yicha hoshiyani oshirish uchun qaysi omillar eng muhim hisoblanadi?
- Ijtimoiy tarmoqlar biznesingizdagi so'nggi faollikni qanchalik aks ettiradi?
- Qaysi natijalarni bashorat qilishni xohlaysiz?

Korxonadagi barcha mijozlarning 360 graduslik ko‘rinishini ishlab chiqish dastlabki loyiha uchun juda ambitsiyali bo‘lishi mumkin. Ammo beshta asosiy geografik bozorlarda bir nechta biznes yo‘nalishlaridan mahsulot sotib olgan tijorat mijozlarining xususiyatlarini topish darvozadan tashqarida boshqariladigan doira bo‘lishi mumkin. Ushbu yondashuv bilan, rivojlanishdagi takrorlashlar kompaniyaning ish sur‘atlariga mos ravishda biznesning barcha yo‘nalishlarini yoki barcha bozorlarni kengaytirishni ta‘minlaydi.

3. Ichki ma‘lumotlar manbalarini aniqlash

Texnik begona o‘tlarga kirishdan oldin, siz funksional nuqtai nazardan ichki ma‘lumotlar mavjudligini bilishingiz kerak. Bo‘shliqlarni tahlil qilish to‘liq bo‘lmagan ma‘lumotlarni ochib beradi va profillash ma‘lumotlar sifati bilan bog‘liq muammolarni ochib beradi. Sizning birinchi qadamingiz faqat sizda qanday foydali ma‘lumotlar mavjudligini aniqlashdir.

Agar biznesning bir yo‘nalishi bo‘yicha mijozlar eskirgan CRMda joylashgan bo‘lsa va biznesning yangi yo‘nalishi uchun mijozlar zamonaviy tizimda topilsa, o‘zaro savdo imkoniyatlari tahlili ushbu ma‘lumotlar manbalarini birlashtirish zarurligini ko‘rsatadi.

Agar shakllantirishda strategiya bo‘lsa, jamoa sotuvchi shartnomalari, mijozlar ro‘yxati, istiqbollar ro‘yxati, avtomobil asbob - uskunalari, AR/AP/GL, manzillar va ma‘lumotlar olinadigan maqsad yoki tizimni tavsiflovchi boshqa atamalar kabi ma‘lumotnomalarga ega bo‘lishni xohlaydi. Keyinchalik texnologlar uchun ro‘yxat kengaytirilishi mumkin.

4. Tegishli tashqi ma‘lumotlar manbalarini topish.

Agar savollaringizga javob berish uchun ichki ma‘lumotlaringiz yetarli bo‘lmasa, tashqi ma‘lumotlar manbalari sizda mavjud bo‘lgan narsalarni ko‘paytirishi mumkin. Data gov, AQSh kabi ommaviy axborot saytlari. Aholini ro‘yxatga olish byurosi va mehnat statistikasi departamentining iste‘mol narxlari indeksi qidiruv funksiyasini boshqara oladigan har bir kishi uchun juda ko‘p ma‘lumotlarga ega, faqat Data gov 100 000 dan ortiq ma‘lumotlar to‘plamiga ega, ba‘zilar yillar va o‘n yilliklarni qamrab olgan millionlab qatorlarni o‘z ichiga oladi.

Ijtimoiy media - bu boshqa bebaho ma‘lumotlar manbai, qaysi sohada bo‘lishidan qat’i nazar, Twitter, Facebook va Pinterest postlari sizning faoliyatingizga siz tushunganingizdan ham ko‘proq ta’sir qilishi mumkin. Jamoaning bir nechta a’zolari dastlabki tadqiqotga qo‘shish uchun ijtimoiy media manbalaridan ma‘lumotlarni olishlariga ishonch hosil qiling.

5. Tashkiliy tizimni ishlab chiqish

Katta ma‘lumotlar strategiyasining eng muhim elementlaridan biri siz to‘playdigan ma‘lumotlarni tartibga solishdir.

Analitik asboblarni paneli yoki to‘liq ishlab chiqilgan ma’lumotlar tizimi bo‘ladimi, ularni tahlil qilish uchun ma’lumotlarni tartibga solish usuli kerak bo‘ladi. Ma’lumotlarning qanday va qayerda yashashini, unga qanday kirish mumkinligini va unga kim kirishini hal qiling.

Esda tutingki, siz ma’lumotni qanchalik demokratlashtirsangiz, jamoangiz ushbu ma’lumotlarni o‘qish va qayta ishlashda shunchalik qulay bo‘ladi va siz shunchalik ko‘p tushuncha to‘plashingiz mumkin. Biroq, bu ma’lumotlar xavfsizligini ta’minlash uchun sizga kuchli boshqaruv tizimi kerak bo‘ladi.

6. Tajribali rahbarlik qilish.

Ma’lumotlar strategiyasi va amalga oshirish orqali boshqalarga rahbarlik qilgan tajribali jamoani jalb qilish strategiyangizni tezda boshlashingizga yordam beradi.

Katta ma’lumotlarni boshqarish bo‘yicha malakali tashqi resurs kompaniyangizga ko‘plab vazifalarni hal qilishda muammosiz rivojlanishini ta’minlashi mumkin. Yo‘lboshchingiz tushunarli va kompaniyalararo tahliliy natijalarni, jumladan hisobotlar, diagrammalar, grafiklar, ko‘rsatkichlar va boshqa vizualiztsiyalarni yaratish uchun kalit bo‘lgan biznes ma’lumotlari elementlari yoki BDE lar haqida keng ma’lumotlarga ega bo‘lishi kerak. Ayniqsa sizning tashkilotingizda ma’lumotlar lug‘ati, tarmoq ma’muriyati yoki yangi texnologiyalar bo‘yicha bilimlari bo‘lmasa, yo‘l-yo‘riq so‘rang, chunki ularni amalga oshirish juda texnik va ko‘p vaqt talab qilishi mumkin.

Katta ma’lumotlar strategiyangizni rejalashtirish.

Katta ma’lumotlar strategiyasini rejalashtirish sizning biznesingizni boshqarish, boshqarish va tahlil qilish usullarini qayta ko‘rib chiqishni talab qiladi. Ammo to‘g‘ri yo‘l-yo‘riq va vositalar yordamida siz kompaniyangizni o‘sish va muvaffaqiyatga yo‘naltiradigan samarali strategiyani ishlab chiqishingiz mumkin.

Katta ma’lumotlar strategiyasini aniqlash.

Katta ma’lumotlar strategiyasi - bu tashkilot o‘z maqsadlariga erishish uchun katta hajmdagi ma’lumotlarni qanday boshqarishi, saqlashi, tahlil qilishi va foydalanishini tavsiflovchi keng qamrovli rejadir. Bularning barchasi murakkab ma’lumotlar to‘plamini – bitim yozuvlari, ijtimoiy media o‘zaro ta’siri, sensor ma’lumotlari va veb-sayt jurnallari kabi qimmatli ma’lumotlarga aylantirishni o‘z ichiga oladi.

Ma’lumotlarni boshqarish ma’lumotlarni qayta ishlash, saqlash, qayta ishlash va xavfsizlikning texnik jihatlariga e’tibor qaratadi. Bu ma’lumotlarning mavjudligi, aniqligi va xavfsizligini ta’minlash haqida. Bular hal qiluvchi elementlar bo‘lsa-da, ular tenglamaning faqat bir qismidir. Boshqa tomondan, ma’lumotlar strategiyasi yaxlit ko‘rinishga ega. Unda ma’lumotlar qanday qilib biznes natijalariga olib kelishi va uni umumiy biznes strategiyasiga qanday kiritish mumkinligi ko‘rib chiqiladi.

Yaratilgan ma'lumotlar miqdorini saqlab qolish uchun katta ma'lumotlar strategiyasini ishlab chiqishdan voz kechish oson bo'lishi mumkin. Biroq, sizning biznesingiz muvaffaqiyatli bo'lishi uchun nima kerakligini bilmasdan to'g'ridan-to'g'ri ma'lumotlar tahlili va texnologiyalariga sarmoya kiritishga o'tish noto'g'ri. Tashkilotingiz to'plagan ma'lumotlardan maksimal darajada foydalanish uchun avvalo katta ma'lumotlar strategiyasini ishlab chiqish zarur. Katta ma'lumotlar strategiyasi ma'lumotlardan amalda qanday foydalanishni va kompaniyaning aniq maqsadlariga erishish uchun qanday turdagi ma'lumotlar kerak bo'lishi mumkinligini aniqlaydi.

Katta ma'lumotlar strategiyasi qobiliyati tashkilotdagi har bir kishi uchun diqqatni jamlash va yo'l-yo'riq beradi, bu tashkilotlar o'z kuchlari va investitsiyalarini qayerga yo'naltirishlari kerakligini va o'rta va uzoq muddatli maqsadlar nima ekanligini aniqlashga yordam beradi, bu orqali tashkilot raqobatchilardan ustun bo'lishi mumkin. So'nggi o'n yillikda tahliliy va Big Data yechimlarining katta o'sishi va mashhurligiga qaramay, ma'lumotlar raqobatdosh ustunlikka erishish yo'lini ta'minlaydigan qiymatni o'z ichiga olganligini anglab yetishiga qaramay, bir nechta tadqiqot hisobotlari ko'p hollarda muvaffaqiyatsizlikka uchraganini ko'rsatmoqda, bunda muvaffaqiyatsizlik darajasi 85% ga yetadi. Boshqacha qilib aytganda, ular Big Datadagi muvaffaqiyatni qanday o'lchash kerakligini aniqlamadilar va Big Data strategiyasiga ega emaslar.

Ushbu yuqori muvaffaqiyatsizlik ko'rsatkichlarini to'g'ri talqin qilish va kelajakda buni oldini olish (ya'ni, qobiliyatni yaratish) bo'yicha boshqalarga ko'rsatmalar berish uchun katta ma'lumotlarning samarali strategiyasi shunchaki yozma hujjat emasligini ta'kidlash muhimdir. Shakllangan Big Data strategiyasi hujjati samaradorlik sari ajoyib birinchi (va zarur) qadam bo'lsa-da, tuzilgan Big Data strategiyasi mazmunli, bajariladigan va innovatsion bo'lishi ham muhimdir.

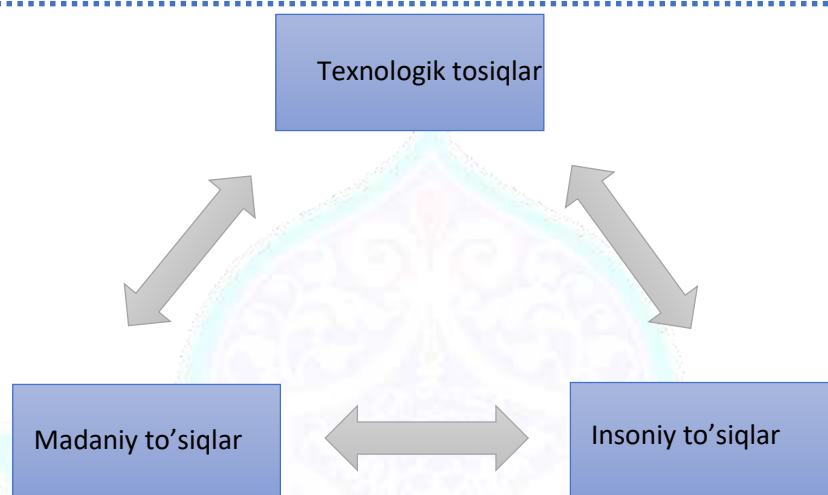
Samarali katta ma'lumotlar strategiyasi shunchaki hujjat emas, chunki Big Data strategiyasi qobiliyati 1-rasmda ko'rsatilganidek, bir nechta mikro imkoniyatlarga bo'lingan. Strategiyani shakllantirish muhim mikro qobiliyat bo'lishi ajablanarli emas. Biroq, mustahkam va raqobatbardosh strategiya uchun tashkilotlar innovatsiyalarni boshqarish, yetakchilik va boshqaruv, barqarorlik va aloqani ham hisobga olishlari kerak. Agar ushbu mikro imkoniyatlar samarali birlashtirilgan taqdirdagina tashkilot kelajakda katta ma'lumotlar strategiyasiga ega ekanligini da'vo qilishi mumkin.



Samarali Big Data strategiyasi uchun to‘siqlar.

Ko‘pgina tashkilotlar Big Data strategiyasini amalga oshirish bilan kurashmoqda va natijada ko‘plab Big Data tashabbuslari muvaffaqiyatsizlikka uchraydi. Ushbu muammoni bartaraf etishga yordam beradigan imkoniyatlarni joriy qilishdan oldin, bir qadam orqaga chekinish va Big Data strategiyalari muvaffaqiyatsizlikka uchragan asosiy sabablarni ko‘rib chiqish tavsiya etiladi.

Yillar davomida ko‘plab tashkilotlar Big Data muvaffaqiyati uchun umumiy to‘siqlarni tushunishga harakat qilishdi. Umumiy tasnif bu to‘siqlarni 2-rasmda ko‘rsatilganidek, texnologik to‘siqlar, insoniy to‘siqlar va madaniy to‘siqlarga bo‘lishdir. Ushbu tasnif to‘liq tugallanganmi yoki ba’zi qo‘shimcha ingibitorlar mavjudmi, strategiya nuqtai nazaridan juda qiziq muhokama emas. Asosiy nuqta - bu to‘siqlardan o‘rganish, qaysi imkoniyatlar tashkilotlarga Big Data strategiyasida muvaffaqiyatsizlikni yengishga yordam berishini aniqlashdir. Muvaffaqiyat yo‘lidagi to‘siqlarni diqqat bilan ko‘rib chiqsak, biz har qanday taqiqlarni yengish uchun zarur bo‘lgan muhim qobiliyatlarni aniqlashimiz mumkin.



Ushbu to'siqlarning har birining qiyinligi shundaki, ularni bir-biridan ajratib bo'lmaydi. Masalan, ko'nikmalar yetishmasligini (inson to'sig'ini) hal qilish uchun o'quv dasturlarini o'tkazish ma'lum bir guruh uchun mahorat darajasini oshiradi, ammo katta ma'lumotlar dasturi keyinchalik muvaffaqiyatli bo'lishiga kafolat emas. Xuddi shunday, muvaffaqiyatli Big Data strategiyasini alohida ko'rish mumkin emas. Bu bir necha xil komponentlarning (biz ularni mikro-qobiliyatlar deb belgilaganmiz) natijasidir, ular birgalikda izchil ishlashlari kerak bo'ladi.

Natija:

Xulosa:

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. <https://www.n-ix.com/big-data-strategy/~:text=A%20Big%20Data%20strategy%20is,website%20logs%2Dinto%20valuable%20information.>
2. <https://digital.neweratech.com/articles/steps-for-planning-your-big-data-strategy>
3. <https://intelliarts.com/blog/building-big-data-strategy/>