

**STRATEGIK VA TAKTIK MAQSADLARNI BIG DATA YORDAMIDA
SHAKLLANTIRISH VA REJALASHTIRISH**

Tojimatov Israiljon Nurmamatovich

*Farg‘ona davlat universiteti amaliy
matematika va informatika kafedrası katta o‘qituvchisi
israiltojimatov@gmail.com*

Mamarajabova Nozimaxon Imarali qizi

Farg‘ona davlat universiteti 3-kurs talabasi, mamarajabovanozimaxon@gmail.com

Annotatsiya

Ushbu ilmiy maqolada strategik va taktik maqsadlarni belgilash va rejalashtirish jarayonida Big Data texnologiyalaridan foydalanish masalalari tahlil qilingan. Katta hajmdagi ma'lumotlarni tahlil qilish kompaniyalarga bozor tendensiyalarini oldindan bashorat qilish, samaradorlikni oshirish va raqobatbardoshligini ta'minlash imkoniyatini beradi. Maqolada strategik va taktik rejalashtirishdagi Big Data texnologiyalarining nazariy asoslari, chet el amaliyotlari va zamonaviy kompaniyalarning tajribalari yoritilgan. Ilmiy ishda Big Data yordamida qaror qabul qilish jarayonini optimallashtirish bo'yicha tavsiyalar berilgan.

Kalit so'zlar: Big Data, strategik rejalashtirish, taktik qarorlar, katta hajmdagi ma'lumotlar, menejment, raqamli transformatsiya, biznes analitika, ma'lumotlarni tahlil qilish.

Аннотация

В данной научной статье рассматривается использование технологий Big Data в процессе определения и планирования стратегических и тактических целей. Анализ больших объемов данных позволяет компаниям прогнозировать рыночные тенденции, повышать эффективность и укреплять конкурентоспособность. В статье подробно описаны теоретические основы использования Big Data в стратегическом и тактическом управлении, а также представлены примеры их практического применения в современных компаниях. Работа содержит рекомендации по оптимизации процессов принятия решений с использованием больших данных.

Ключевые слова: Big Data, стратегическое планирование, тактические решения, большие данные, управление, цифровая трансформация, бизнес-аналитика, анализ данных.

Annotation

This scientific article examines the use of Big Data technologies in the process of defining and planning strategic and tactical goals. The analysis of large datasets enables companies to predict market trends, improve efficiency, and strengthen

competitiveness. The article provides a detailed description of the theoretical foundations of using Big Data in strategic and tactical management and presents practical examples from modern companies. The research offers recommendations for optimizing decision-making processes through the use of big data.

Keywords: Big Data, strategic planning, tactical decisions, large datasets, management, digital transformation, business analytics, data analysis.

Bugungi raqamli iqtisodiyot sharoitida katta hajmdagi ma'lumotlarni tahlil qilish va ulardan samarali foydalanish har qanday biznes uchun muhim omilga aylanmoqda. Big Data texnologiyalari kompaniyalarga bozor tendensiyalarini bashorat qilish, xaridorlarning ehtiyojlarini chuqur tushunish va samarali qarorlar qabul qilish imkonini beradi. Bunday texnologiyalar strategik va taktik rejalashtirish jarayonlariga katta ta'sir ko'rsatmoqda. Strategik rejalashtirish kompaniyaning uzoq muddatli rivojlanish yo'nalishini belgilaydi va bozor o'zgarishlariga moslashish imkoniyatini yaratadi. Taktik rejalashtirish esa qisqa muddatli operatsion qarorlarni qabul qilishni ta'minlaydi. Ushbu maqolada Big Data texnologiyalarining strategik va taktik rejalashtirishdagi o'rni, ularning boshqaruv jarayonlarini optimallashtirishga qanday hissa qo'shishi va zamonaviy kompaniyalar tomonidan amaliyotda qanday qo'llanilishi keng yoritiladi.

Big Data texnologiyalari boshqaruv tizimlariga chuqur kirib kelib, kompaniyalarning resurslardan foydalanish samaradorligini oshiradi. Strategik qarorlarni qabul qilishda katta hajmdagi ma'lumotlarni tahlil qilish orqali kompaniyalar bozor talablarini oldindan aniqlashi va raqobatchilarga nisbatan ustunlikka ega bo'lishi mumkin. Big Data texnologiyalarining muhim jihatlaridan biri bu real vaqt rejimida ma'lumotlarni tahlil qilish va tezkor qarorlar qabul qilish imkoniyatidir. Masalan, Amazon va Netflix kabi kompaniyalar Big Data yordamida xaridorlarning xatti-harakatlarini kuzatib, ularga individual mahsulot va xizmatlarni taklif qiladilar. Bu kompaniyalarning bozordagi yetakchiligini ta'minlashda muhim ahamiyat kasb etadi.

Strategik rejalashtirishda Big Data orqali kompaniyalar katta hajmdagi turli manbalardan olingan ma'lumotlarni bir joyga to'plab, ularni tahlil qilish orqali bozorning kelajakdagi tendensiyalarini bashorat qiladi. Bu jarayonda deskriptiv, prediktiv va preskriptiv analitika yondashuvlari qo'llaniladi. Deskriptiv analitika orqali kompaniyalar ma'lumotlarning hozirgi holatini tahlil qiladi. Prediktiv analitika yordamida bo'lajak tendensiyalarni bashorat qilinadi, preskriptiv analitika esa yuzaga keladigan muammolarni hal qilish uchun eng samarali qarorlarni tavsiya etadi. Ushbu uch yondashuvning birgalikda qo'llanilishi kompaniyalarga strategik va taktik rejalashtirish jarayonlarini yaxshilashda yordam beradi.

Taktik rejalashtirish qisqa muddatli vazifalarni amalga oshirishga yo'naltirilgan bo'lib, Big Data texnologiyalari bu jarayonda kompaniyalarga katta yordam beradi.

Real vaqt rejimida katta hajmdagi ma'lumotlarni tahlil qilish orqali kompaniyalar operatsion jarayonlarni optimallashtirishi va samarali qarorlar qabul qilishi mumkin. Misol sifatida Tesla kompaniyasini keltirish mumkin. Tesla real vaqt rejimida o'z avtomobillari haqidagi ma'lumotlarni yig'ib, ishlab chiqarish jarayonlarini optimallashtiradi va xaridorlarning ehtiyojlariga moslashtirilgan xizmatlarni taklif qiladi.

Marketing jarayonlarida Big Data texnologiyalari orqali kompaniyalar reklama kampaniyalarini optimallashtiradi va maqsadli auditoriyani aniqlaydi. Netflix kabi kompaniyalar xaridorlarning tomosha qilish odatlarini tahlil qilib, ularga mos kontentni tavsiya etadi. Bu esa kompaniyaning mijozlarga sodiqligini oshiradi va daromadlarini ko'paytiradi. Shu bilan birga, Big Data orqali kompaniyalar xaridorlarning fikr-mulohazalarini tahlil qilib, mahsulot va xizmatlarini doimiy ravishda yaxshilab boradi.

Big Data texnologiyalarining boshqaruv jarayonlariga ta'siri katta. Kompaniyalar intuitiv qarorlar qabul qilishdan voz kechib, ma'lumotlarga asoslangan boshqaruv tizimiga o'tmoqda. Bu esa kompaniyalarning samaradorligini oshirish, xarajatlarni kamaytirish va raqobatbardoshlikni ta'minlash imkonini beradi. Masalan, General Electric kompaniyasi Big Data tahlilidan foydalanib, o'z sanoat jarayonlarini avtomatlashtirdi va xarajatlarni sezilarli darajada kamaytirdi. Bunday yondashuvlar boshqaruv jarayonlarini yanada samarali qilishda muhim rol o'ynaydi.

Xulosa

Big Data texnologiyalari zamonaviy boshqaruv jarayonlarini tubdan o'zgartirib, kompaniyalarning samaradorligini oshirishda, raqobatbardoshligini mustahkamlashda va tezkor qaror qabul qilishda asosiy vositaga aylanmoqda. Ushbu ilmiy maqolada strategik va taktik rejalashtirish jarayonlarida Big Data texnologiyalarining roli, ularning amaliy tatbiqlari va kelajakdagi rivojlanish istiqbollari tahlil qilindi. Big Data orqali kompaniyalar katta hajmdagi turli manbalardan olingan ma'lumotlarni tahlil qilib, real vaqt rejimida tezkor va samarali qarorlar qabul qilishi, bozor tendensiyalarini oldindan bashorat qilishi va xaridorlarning ehtiyojlarini yaxshiroq tushunishi mumkin.

Big Data texnologiyalari yordamida kompaniyalar strategik rejalashtirish jarayonini optimallashtiradi. Ular katta hajmdagi ma'lumotlarni tahlil qilish orqali bozorning o'zgarishlariga moslashish, yangi imkoniyatlarni aniqlash va raqobatchilardan ustun bo'lish imkoniyatiga ega bo'ladi. Maqolada Amazon, Tesla va Netflix kabi kompaniyalar misolida strategik qarorlar qabul qilishda Big Data texnologiyalaridan samarali foydalanish natijalari keltirildi. Bu kompaniyalar real vaqt rejimida xaridorlarning xatti-harakatlarini kuzatib, ularga moslashtirilgan xizmat va mahsulotlarni taklif qilmoqda. Bu yondashuv xaridorlarning qoniqish darajasini oshirish va daromadni ko'paytirishga xizmat qilmoqda.

Taktik rejalashtirishda Big Data texnologiyalari kompaniyalarga qisqa muddatli qarorlarni samarali qabul qilish imkonini beradi. Marketing, logistika, moliyaviy tahlil va ishlab chiqarish jarayonlarini optimallashtirishda katta hajmdagi ma'lumotlardan foydalanish samaradorlikni sezilarli darajada oshiradi. Masalan, Netflix kompaniyasi o'z mijozlari haqidagi ma'lumotlarni tahlil qilib, ularga qiziqarli kontentni tavsiya qiladi, bu esa kompaniyaning global miqyosda muvaffaqiyatga erishishiga yordam bermoqda. Sanoat sohalarida Big Data texnologiyalarining amaliy qo'llanilishi sog'liqni saqlash, moliyaviy xizmatlar, transport va chakana savdo kabi ko'plab sohalarda sezilarli natijalar bermoqda.

Foydalanilgan Adabiyotlar

1. Chen, H., Chiang, R. H., & Storey, V. C. (2012). Business Intelligence and Analytics: From Big Data to Big Impact. *MIS Quarterly*.
2. Davenport, T. H., & Harris, J. G. (2007). *Competing on Analytics: The New Science of Winning*. Harvard Business Press.
3. Gandomi, A., & Haider, M. (2015). Beyond the hype: Big data concepts, methods, and analytics. *International Journal of Information Management*.
4. McAfee, A., & Brynjolfsson, E. (2012). *Big Data: The Management Revolution*. Harvard Business Review.
5. Manyika, J., Chui, M., Brown, B., Bughin, J., Dobbs, R., Roxburgh, C., & Byers, A. H. (2011). *Big Data: The next frontier for innovation, competition, and productivity*. McKinsey Global Institute.
6. Porter, M. E., & Heppelmann, J. E. (2015). *How Smart, Connected Products Are Transforming Companies*. Harvard Business Review.
7. Ortiqovich, Q. R., & Nurmatovich, T. I. (2023). NEYRON TARMOQNI O 'QITISH USULLARI VA ALGORITMLARI. *Scientific Impulse*, 1(10), 37-46.
8. Tojimamatov, I. N., Mamalatipov, O., Rahmatjonov, M., & Farhodjonov, S. (2023). NEYRON TARMOQLAR. *Наука и инновация*, 1(1), 4-12.
9. Tojimamatov, I. N., Mamalatipov, O. M., & Karimova, N. A. (2022). SUN'IY NEYRON TARMOQLARINI O 'QITISH USULLARI. *Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences*, 2(12), 191-203.
10. Muqaddam, A., Shahzoda, A., Gulasal, T., & Isroil, T. (2023). NEYRON TARMOQLARDAN FOYDALANIB TASVIRLARNI ANIQLASH USULLARI. *SUSTAINABILITY OF EDUCATION, SOCIO-ECONOMIC SCIENCE THEORY*, 1(8), 63-74.