

BİZNES MODELƏRİNİN RƏQƏMSAL TRANSFORMASIYASI: TƏSİREDİCİ FAKTORLAR VƏ ƏSAS TENDENSIYALAR

Məhəmməd Elnur oğlu Mustafayev

Odlar Yurdu Universiteti

Mehammed99986@gmail.com

Xülasə. Biznes proseslərinin rəqəmsal transformasiyası prosesi məhz təşkilatların bütün səviyyələrində ənənəvi, daha doğrusu, analoq fəaliyyət metodlarının istifadəsindən – rəqəmsal texnologiyaların və alətlərin tətbiqinə keçid etmək deməkdir. Bu, fəaliyyətin effektivliyini və onun keyfiyyətini yüksəltməyə, əməliyyatlara çəkilən müvafiq xərcləri aşağı salmağa, reallaşdırılan proseslərin icra sürətini artırmağa və biznes iştirakçıları ilə müştərilərin arasındakı qarşılıqlı kommunikasiya və əlaqəni yaxşılaşdırmağa imkan formalaşdırır. Biznes modellərinin rəqəmsal transformasiyasına nail olunmasından ötrü Əşyaların İnterneti (IoT), süni intellekt, blokçeyn, habelə verilənlərin analitikası kimi olduqca yeni və aktual texnologiyalardan istifadə edilməkdədir. Bununla yanaşı, biznes modellərinin rəqəmsal transformasiyası yalnızca texnoloji dəyişikliklər ilə məhdudlaşmır, belə ki o, həm də idarəetməyə, biznes proseslərinin təşkilatçılığına və müəssisənin müştəriləri ilə olan qarşılıqlı əlaqələrinə mövcud yanaşmaların dəyişdirilməsini də əhatə edir.

Məqalədə biznes modellərinin rəqəmsal transformasiya tendensiyalarına toxunulmuşdur. Məqalənin əsas məqsədi biznes proseslərinin rəqəmsal transformasiyasının əhəmiyyətini araşdırmaq və bu prosesi tətikləyən əsas faktorları araşdırmaqdır. Bu məqsədlə növbəti vəzifələr irəli sürülərək yerinə yetirilmişdir: biznes modeli konsepsiyasının tədqiqi; biznes modellərinin transformasiyası zərurətinin öyrənilməsi; rəqəmsal transformasiya tendensiyalarının araşdırılması; biznes modellərinin çevikliyinin əsas faktorlarının nəzərdən keçirilməsi. Məqalə mövzusu son dövrlərdə aktual olan məsələləri əhatə edir. Məqalədə cavab verilən əsas tədqiqat sual növbətidir: “Təşkilatlar rəqəmsallaşma tendensiyalarına necə reaksiya verməlidirlər?” Tədqiqatda sistemləşdirmə, ümumiləşdirmə, induksiya və statistik təhlil metodlarından istifadə edilmişdir. Məqalə həm rəqəmsallaşmaya dair tədqiqatlar həyata keçirən müəlliflər üçün resurs rolunu oynaya bilər və həm də müəssisədə biznes modelinin rəqəmsal transformasiyasını həyata keçirməyə çalışan menecerlər tərəfindən istifadə oluna bilər.

Açar sözlər: rəqəmsallaşma, rəqəmsal tendensiyalar, biznes modelləri, biznesin rəqəmsallaşması, rəqəmsal modellər.

Giriş. Bir elmi konsepsiya kimi biznes modelləri məhsul və ya xidmətin arxitekturasını və müxtəlif biznes qurumlarının və onların rollarının təsviri daxil olmaqla informasiya axınlarını təşkil edir. Biznes modelləri məhz gəlir mənbələrinin təsviri ilə yanaşı müxtəlif sahibkarlıq subyektləri üçün potensial faydaları ilə seçilməkdədir. Ümumiyyətlə, biznes modeli formalaşdırarkən məhz növbəti əsas suallara cavab verməlidir [1]:

- Bu model çərçivəsində hansı dəyər təklifi irəli sürülür?;
- Bu biznesin müştəriləri kimlər olacaq?;
- Bu biznesin fəaliyyətində əməliyyatlar necə işləyəcək?;
- Biznes modelinin qurulması sahibkarlıq fəaliyyətinə maliyyə yönündən hansı faydalar gətirəcək?.

Müasir dövrdə rəqəmsal texnologiyalardan istifadə zərurəti getdikcə daha çox aktuallaşır. Rəqəmsal texnologiyalar biznes fəaliyyətinə daha aktiv bir şəkildə nüfuz edir və firmalar yeni test edilərək ictimaiyyətə təqdim edilən texnologiyaların tərəqqisinə investisiyalar yatırılırlar.

Robototexnika, əşyaların interneti, bundan başqa, biznes analitikası, habelə bulud hesablamaları, həmçinin, virtual pullar – bütün bunlar modern inkişafın aparıcı innovativ alətləri rolunda çıxış etməklə hər gün daha çox populyarlaşırlar. Məhz sadalanan bütün bu innovasiyaların hesabına milli iqtisadiyyatın demək olar ki, bütün sahələrində köklü dəyişikliklər baş verdi və baş verməyə davam edir [2, s.330-331].

Təqribən son 10 ildə iqtisadiyyatın rəqəmsallaşması tendensiyası elə bir səviyyəyə gəlib çatıb ki, biznes fəaliyyətinin həyata keçirilməsi forması və metodları demək olar bütünlüklə dəyişikliyə uğrayıb. Cari şirkətlərin biznes proseslərinin əhəmiyyətli hissəsinin elektron müstəviyə keçid etməsi ənənəvi biznes modellərinin transformasiya olunmasına əhəmiyyətli dərəcədə təsir etmiş, biznesin reallaşdırılmasının yeni formalarına, eləcə də biznes subyektlərinə yeni imkanların və yeni risklərin ortaya çıxmasına səbəb olmuşdur. Rəqəmsal biznes transformasiyasının tendensiyaları demək olar ki, bütün sənaye sahələrində müşahidə etmək mümkündür; bu, müsbətlə yanaşı, həm də mənfi inkişaf faktorlarına malik olan bir çox sektora aiddir [3].

Rəqəmsal biznes modellərinin inkişafı amilləri. Biznes modellərinin rəqəmsallaşdırılması və həmçinin rəqəmsal biznes modelləri modern iqtisadiyyatın əhəmiyyətli komponentləri sayılır. Biznes modellərinin rəqəmsallaşdırılması mövcud cari biznes modelinin günün tendensiyalarına uyğun dəyişdirilməsi, habelə biznes əməliyyatlarının səmərəliliyinin yüksəldilməsi və yeni gəlir mənbələrinin formalaşdırılması məqsədi ilə rəqəmsal texnologiyalardan istifadəyə əsaslanır. Buraya avtomatlaşdırma sistemlərinin, verilənlər analitikasının və müştərilər və tərəfdaşlarla qarşılıqlı əlaqə üçün onlayn platformaların tətbiqi daxil edilir. Rəqəmsal biznes modellərinin əsas prioritetləri sırasında çevikliyi, miqyaslılığı, çevik innovasiyalar edə bilməyi və həmçinin müştərilərlə birbaşa əlaqə qurmaqla daha səmərəli kommunikasiya yaratmaq imkanını sadalamaq olar. Rəqəmsal biznes modelləri məhz beş əsas elementə əsaslanan funksional görünüş üzərində qurulmalıdır ki, bunlar da aşağıdakılardır [4]:

- insanlar (istifadəçilər);
- biznes (biznes ekosistemini formalaşdıran rəqəmsal müəssisələrdən istifadə edən xidmətlərin əhatə dairəsi);
- əşyalar (rəqəmsal əşyalar);
- verilənlər;
- bulud hesablamaları.

Rəqəmsal biznes modelləri idarəetmə proseslərinə yanaşmada inqilab etməkdədir. Artıq ənənəvi dəyər zənciri fərziyyələrinə əsaslanan cari biznes formulları innovativ texnologiyaların formalaşması fonunda öz aktualılıqlarını itirirlər. Rəqəmsal inqilab biznes modellərini daha da dinamik bir şəkildə təkmilləşdirir. Rəqəmsal iqtisadiyyatın potensialının dərk edilməsi iqtisadi və sosial dəyər yaratmaq üçün imkanlar ortaya qoyur. Qlobal bazarda işləmək üçün bu cür formullar biznes modellərinin qurulmasına “köhnə” yanaşmadan əhəmiyyətli dərəcədə fərqlənir. Hal-hazırda, maraqlı tərəflər üçün cəlbedici dəyər yaratmaq lazımdır - əksər hallarda sosial xarakterli və buna görə də iqtisadi fayda. Bu baxımdan simbiotik yanaşma mümkündür. Bununla belə, aydınlaşdırmaq lazımdır ki, pul qazanmaq istənilən biznes modelinin açıq tələbidir. Effektiv biznes modellərinin konfigurasiyası müştərinin identifikasiyası, müştərinin əldə edilməsi, dəyər zənciri əlaqələri və obyektiv monetizasiya ilə bağlı məqsədlər ətrafında qruplaşdırıla bilən bir-birindən asılı fəaliyyətlər toplusunu əhatə etməlidir. Monetizasiya rəqəmsal biznes modellərinin inkişaf məqsədlərinə nail olmaq üçün zəruridir və dizayn edilmiş biznes modelinin əməliyyat məntiqinə daxil edilməlidir [4].

Biznes modellərinin çevikliyi biznes modeli performansının aşağıdakı iki əsas faktoruna əsaslanmalıdır [4]:

- biznes modelinə daxil edilmiş dəyər yaratma şəbəkəsinin iştirakçıları arasında münasibət rejimində qarşılıqlı əlaqənin dinamikası;
- yaradılmış dəyərin monetizasiyası üçün qəbul edilmiş sxemlə stimullaşdırılan dinamika.

Yeni biznes modellərinin meydana çıxması təsərrüfat subyektlərinə onların biznes fəaliyyətini reallaşdırmaları üçün fərqli üstünlüklər qazandırdı. Texnologiyalardan daha geniş bir miqyasda istifadə

olunması biznes subyektləri üçün bazar rəqabətinə tab gətirməyi asanlaşdırmış və onların gəlirlərini əhəmiyyətli dərəcədə artırmışdır. Rəqəmsallaşmanın bir digər vacib özəlliyi ondan ibarətdir ki, biznes subyektləri üçün indi innovativ fəaliyyətlə məşğul olmaq və qarşıya qoyulmuş innovativ layihələr üzrə planların icrasını reallaşdırmaq daha əlçatan olub.

Bundan başqa, qeyd etməliyik ki, sosial şəbəkələrin populyarlaşması ilə şirkətlərin hədəflənmiş marketing strategiyalarını həyata keçirmələri bir zərurət halını almış oldu. Bu tendensiya müəssisələrə daha böyük sayda potensial müştərilərə çatmağa və firmanın öz brendinin/məhsulunun əhatəliliyini genişləndirməyə şərait yaradır. Hazırki mərhələdə demək olar ki, əksər müəssisələr böyük verilənlər dəstlərini daha səmərəli idarəetmək məqsədi ilə bulud hesablaşma texnologiyasına keçid etməkdədirlər. Süni intellektin və onunla paralel olaraq digər informasiya texnologiyalarının tətbiqi ilə hazırda iqtisadi mühitin bütünlüklə dəyişdiyi bir tendensiya izlənməkdədir.

Biznes modellərinin rəqəmsallaşdırılması prosesinin əsas məqsədləri aşağıdakılardan ibarətdir [5]:

- müəssisənin istehsal prosesi və həmçinin, digər proseslərinin avtomatlaşdırılması;
- məhsulun (yaxud da xidmətin) təkmilləşdirilməsi, həmin xidmət ya da məhsulun keyfiyyətinin, müştərilər üçün cəlbediciliyinin, istifadəsinin rahatlığını, çatdırılması imkanlarının və sairə şərtlərinin yaxşılaşdırılması;
- daxili/xarici kommunikasiyanın sadələşdirilməsi.

Rəqəmsal transformasiya yalnızca bir irəliləyiş və ya texnologiya inkişafı deyildir. Rəqəmsal transformasiya dedikdə, müəssisələrdə korporativ dəyərlərin, işçilərin özünün, texnologiyaların və emal olunan müvafiq informasiyaların çevikliyinin artırılması başa düşülür. Biznes modellərinin rəqəmsal transformasiyası əsas parametrlərin (yəni, biznes modelinin komponentlərinin) adaptasiyası mərhələsi ilə başlayır. Rəqəmsal transformasiya biznes mühitində yeni imkanlar formalaşdırmaqla yanaşı, həm də ortaya yeni problemlər də çıxarır. Onlayn satışlar, böyük verilənlər, maşın öyrənməsi, süni intellekt (AI) və Əşyaların İnterneti (IoT) kimi bir-biri ilə əlaqəli tendensiyalar iqtisadiyyatda məhsuldarlığın əhəmiyyətli dərəcədə yüksəlməsinə səbəb ola bilməkdədir. Ənənəvi biznes modellərinin, eləcə də həmin model əsasında fəaliyyət göstərən sferaların bazarlarının dağılması nəticəsində həm sahibkarlar bazarda rəqabətə davam gətirə bilmir və həm də işçi sinfinin nümayəndələri arasında kütləvi ixtisarlar baş verir. Rəqəmsallaşmanın gətirdiyi biznes modelindəki dəyişikliklərdən maksimum şəkildə müsbət yöndə faydalanmaq üçün düzgün siyasət tətbiq etmək və güclü bir planlaşdırma həyata keçirmək lazımdır [6].

Elektron kommertiya rəqəmsal transformasiyanın nümunələrindən biri kimi. Biznes proseslərinin rəqəmsal transformasiyasına populyar nümunə kimi biz elektron kommertiyanı qeyd edə bilərik. Elektron kommertiya – telekommunikasiya şəbəkələri vasitəsilə məhsulların istehsalı, onların reklam olunması, habelə satışı proseslərinin həyata keçirilməsi fəaliyyətidir. Başqa sözlə desək, elektron kommertiya – kompüter şəbəkəsi üzərindən mallardan (habelə xidmətlərdən) istifadə etmək və ya ona sahib olmaq hüququnun bir şəxsədən başqasına keçdiyi əməliyyatlar prosesidir. Elektron kommertiya və ya elektron ticarət məhz ənənəvi ticarət modelinin struktur blokları üzərində formalaşdırılır və mövcud biznes modellərinin təkrar şəkildə müəyyən edilməsi ilə əməliyyatları təkmilləşdirən, əhəmiyyətli xərclərə qənaət edilməsinə səbəb olan və həmçinin, rəqabət qabiliyyətini və effektivliyi yüksəldən elektron şəbəkə çevikliyi təmin edir. Elektron ticarət modern informasiya texnologiyalarına – qlobal elektron əməliyyatlara, elektron şəbəkə məkanına, həmçinin, virtuallaşdırma proseslərinə və bulud hesablaşmalarına, böyük verilənlərin (Big Data) emal edilməsi texnologiyalarına və şəbəkə dillərinə əsaslanır. Elektron kommertiya – məhz ənənəvi və eyni zamanda ən geniş yayılan biznes modellərindən bir dənəsidir [7, s.166-167].

Ümumilikdə, yerinə yetirdiyi funksiyalardan asılı olaraq e-kommertiya məhz aşağıdakılara bölünür [8]:

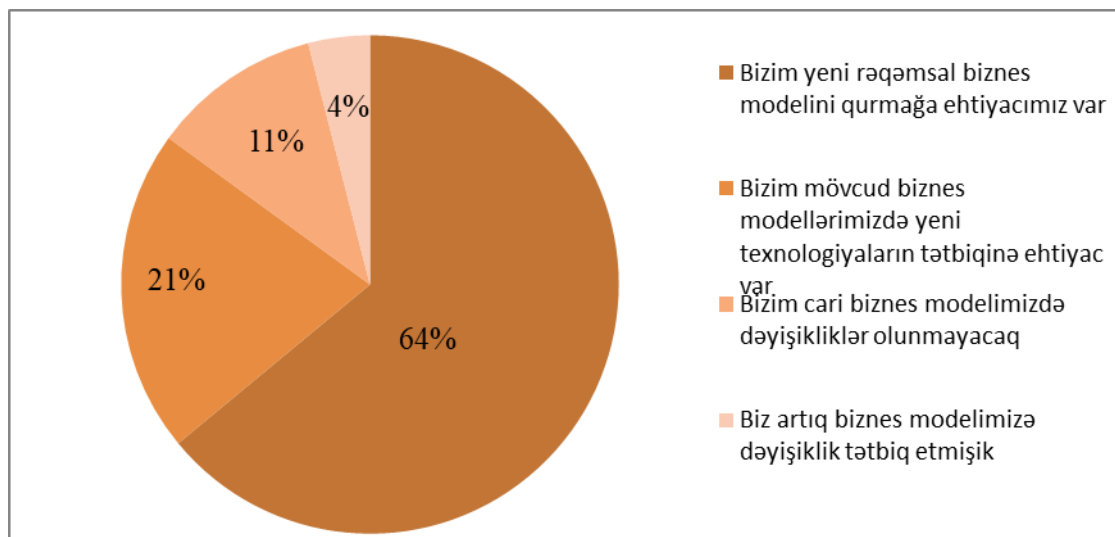
- onlayn mağazalar. Onlayn mağazalar elektron ticarət fəaliyyətinə əsaslanan və eyni zamanda həm də ənənəvi xidmət formasına malik mağazalara xas funksiyaları yerinə yetirən, müvafiq

avtomatlaşdırılmış sistemlərlə təhciz edilmiş və həmin sistemdən müştərilərlə alış-veriş, habelə kommunikasiya məqsədləri üçün istifadə edilən mağazalardır;

- onlayn auksionlar – bunlar auksion ticarətinin prinsiplərini tənzimləyən avtomatlaşdırılmış sistemlərdir (məsələn, eBay);
- elektron birja – malların daimi olaraq topdansatış elektron bazarının formasıdır;
- elektron bazarlar;
- iri mallarla əməliyyatların bağlanması və maliyyə və ticarət əməliyyatlarının aparılması üçün elektron vasitəçi.

Rəqəmsal biznes modelinin yaranmasına təsir göstərən faktor və tendensiyalar. Beləliklə, yeni rəqəmsal biznes modellərinin formalaşmasına təsir göstərən əsas faktor və tendensiyaları aşağıdakı kimi göstərə bilərik:

- 1) internet və xüsusən də sosial media istifadəçilərinin sayının fəal şəkildə artması;
- 2) genişzolaqlı internetdən istifadə imkanlarının coğrafi məkan, yaş, cins və sairə kimi demografik xüsusiyyətlərdən asılı olmayaraq hər kəs üçün əlçatanlığının artması;
- 3) yeni bazarların meydana gəlməsi və onların dinamik olaraq inkişafı;
- 4) biznesin reallaşdırılması və istehlakçılarla kommunikasiyanın formalaşdırılması məqsədi ilə müxtəlif yeni rəqəmsal platformaların qurulması və köhnə platformaların təkmilləşdirilməsi;
- 5) dövlət təşkilatları da daxil olmaqla biznes fəaliyyəti üçün müxtəlif yeni rəqəmsal xidmətlər sektorunun yaradılması və təkmilləşdirilməsi;
- 6) koronavirus pandemiyası ilə bağlı təcrübənin yuxarıdakı prosesləri sürətləndirilməsi.



Statistanın 2023-cü ildə müxtəlif təşkilatlar arasında biznes modelinin rəqəmsal transformasiyası ilə bağlı keçirdiyi sorğunun nəticələri

Mənbə: diaqram [9] əsasında müəllif tərəfindən qurulmuşdur.

Statista 2023-cü ildə təşkilatlar arasında onların biznes modellərinin transformasiyasına dair yanaşmalarını qeydə alan anket sorğusu keçirmişdir. Nəticələrə əsasən, respondentlərin 64 %-i hesab edirdi ki, onlar yeni rəqəmsal biznes modelləri formalaşdırmalı olduqlarını, 21 %-i isə məhz cari biznes modellərinə rəqəmsal texnologiyaları tətbiq edərək onları təkmilləşdirməli olduqlarını qeyd etmişdilər. Sorğu keçirilən şirkətlərin yalnız 11%-i onların hazırkı biznes modelinin 2023-cü ilə qədər olduğu kimi iqtisadi cəhətdən etibarlı qalacağını düşünür və təkmilləşdirilməsinə gərək duymur. Gördüyümüz kimi, çox az qism şirkət menecerləri biznes modellərinin transformasiya edilməməli və rəqəmsallaşmaya ehtiyacı olmadığını düşünür.

Biznes proseslərində baş verməkdə olan müvafiq dəyişikliklər təbii olaraq biznes modelinin özünün transformasiyasına birbaşa təsir edir. Xüsusilə, pandemiyadan sonrakı dövrdə bütünlüklə rəqəmsal platforma üzərindən fəaliyyət göstərən şirkətlər meydana gəlməyə başlamışdır. Ümumilikdə,

rəqəmsal biznes modelləri transformasiyasının qlobal təcrübəsinə əsaslanaraq, 2022-ci ildə Avropa Parlamenti və həmçinin, Avropa Şurası tərəfindən razılaşdırılıraq qəbul olunan Avropa Birliyinin Rəqəmsal Bazarlar Aktı (DMA – Digital Markets Act) barəsində bəhs edək. Bu qanun qlobal rəqəmsal gündəmə yeni anlayış olan “qapı gözetçiləri (qeytkiperlər – gatekeepers)” anlayışını təqdim edir. Qeytkiperlər məhz aşağıda göstərilən müvafiq meyarlara cavab verən rəqəmsal platformalar sayılırlar [10, s.330-331]:

- rəqəmsal xidmətlərin təqdim olunması meyarı;
- böyük müştəri bazasına malik olması meyarı;
- və Avropa İqtisadi Zonasında (AİZ) ildə ən aşağısı 7,5 milyard avro gəlir əldə etməsi, yaxud da onun son maliyyə ilində bazar dəyəri minimum 75 milyard avronu keçməsi meyarı.

Mütəxəssislər hesab edirlər ki, DMA qısa zamanda bütün rəqəmsal bazarı dəyişəcəkdir, belə ki, qeytkiperlərə platformalarda öz xidmətlərinə və mallarına prioritet vermələri qadağan olunacaq və platformalardan onlardan daha kiçik müəssisələrlə informasiya mübadiləsinin aparılması tələb ediləcəkdir. Mütəxəssislər düşünürlər ki, Google böyük istifadəçi məlumatlarını kiçik Fransız Qwant kimi rəqib axtarış sistemləri ilə paylaşmalı olacaq [10, s.331].

Qeyd edilməlidir ki, DMA-dan təcrid oluna bilməyən digər qanun Rəqəmsal Xidmətlər Qanunudur. Rəqəmsal Xidmətlər Qanunu müdaxilə edən reklam məsələlərinə aiddir və internet məkanında şəffaflığın və istehlakçıların müdafiəsinin təmin olunması məqsədləri üçün nəzərdə tutulmuşdur. Bu qanun həm də rəqəmsal platformanın növü və ölçüsündən asılı olaraq aşağıda göstərilən müxtəlif səviyyəli tənzimləmələri əhatə edir:

- onlayn platformalar – burada qanunsuz malların və xidmətlərin onlayn satışı fəaliyyəti ilə mübarizə məqsədilə yaradılan platformalar nəzərdə tutulur;

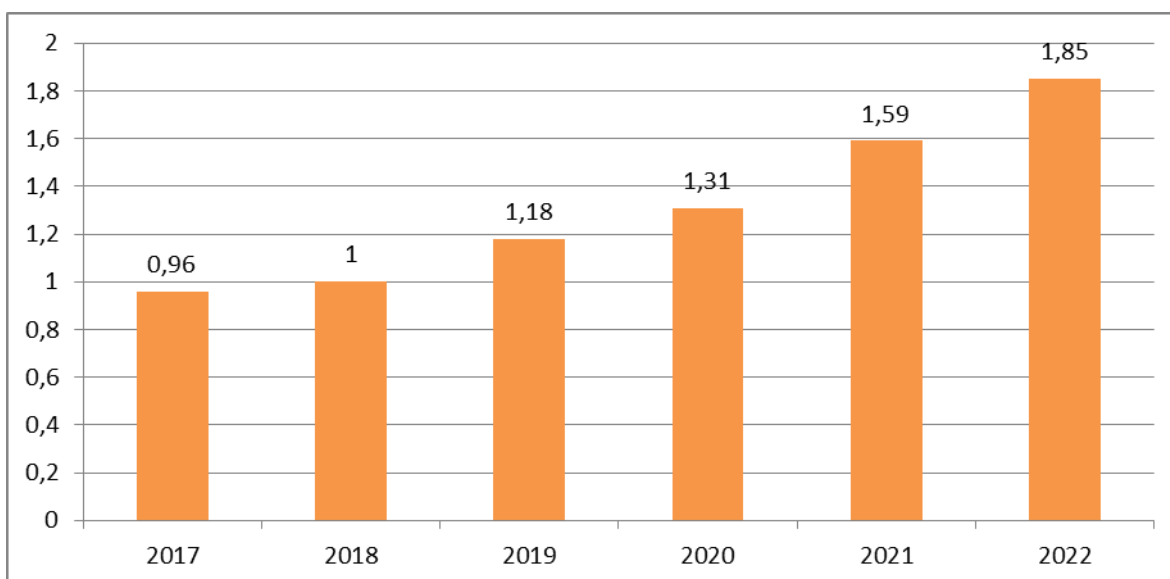
- öhdəliklərin tətbiqi – burada məhz internetdə qeyri-qanuni məzmunların paylaşılmasına qarşı mübarizə mexanizmlərinin müəyyən olunması və platformaların fundamental hüquqlara riayət etməklə operativ reaksiya verməsi prosesləri nəzərdə tutulur;

- Aİ-də aylıq 45 milyon aktiv istifadəçiləri olan VLOP və VLOSE axtarış sistemləri – bunlar isə platformaların universal şəkildə müstəqil olaraq yoxlanılmasını, dezinformasiya risklərinin azaldılmasını təmin etməlidirlər.

Müasir reallıqlarda rəqəmsal transformasiya əmək bazarına təsir edir və müasir şəraitdə biznesin yenidən qurulmasına təsir göstərir. Zyfra rəqəmsal transformasiyanın nəticələrindən təsirlənən şirkətlərdən biridir. O, sənayenin rəqəmsallaşdırılması baxımından Rusiya bazarının lideridir. Şirkət 2017-ci ilin noyabrında təsis edilib, Rusiya Federasiyası İqtisadi İnkişaf Nazirliyinin “Özəl yüksək texnologiyalı aparıcı şirkətlərə dəstək” prioritet layihəsinin iştirakçısıdır və eyni zamanda İT sənayesində əsas təşkilatdır. Şirkət IoT platformasına əsaslanan öz ZIIoT platforması əsasında sənaye rəqəmsal həllər hazırlayır və həmin həlləri tətbiq edir. Platformanın tətbiqi inkişaf mühitinə çıxışı təmin edir, robot sənaye nəqliyyatı sənayesini inkişaf etdirir, sistem inteqratorları, İT şirkətləri, infrastruktur təminatçıları və ekspertiza mərkəzləri ilə fəal əməkdaşlıq edir [11].

Rəqəmsal iqtisadiyyatda informasiya xidmətlərinə olan obyektiv zərurət, əvvəllər bir neçə məşin tələb edən yüksək dəqiqliklə əməliyyatları yerinə yetirmək qabiliyyətinə malik bu cür universal məşinləri bazara təqdim etməyə imkan verən elektron, həmçinin intellektual idarəetmə sistemlərinin tərəqqisinə təsir göstərməkdədir. Məşinin özü, ilk növbədə, informasiyanı qəbul etmək, onu emal etmək və çıxarmaq qabiliyyətinə malik bir kompüter sayılır, ikincisi isə, məşin həm də mürəkkəb istehsal zəncirlərinin təşkilini özündə ehtiva edən mini zavoddur. Bu texnologiya meylləri istehsal sənayesində çox universaldır və ümumiyyətlə məlumdur. Bunlardan biznes modellərinin formalaşdırılması üçün üstünlüklər tərtib edilir. Bu, təkcə müasir bir dəzgahın bu gün elektron formada təqdim olunan istehsal məlumatlarını ehtiva edən bir kompüter kimi xarakterizə edilməsi deyil. İdarəetmə nöqtəyi-nəzərindən bu paylanmış, lakin sərbəst əlaqəli mühitdə əsas vəzifələrdən biri istehsal zəncirlərinin məntiqi təşkili, yəni informasiya ilə kommersiya işidir.

Rəqəmsal transformasiya ilə əlaqəli aşağıdakı qrafik (Qrafik 1) əsasında son 5 illik rəqəmsal transformasiya texnologiyaları və xidmətlərinə çəkilən xərclər statistikasını nəzərdən keçirək.



2017-ci ildən 2022-ci ilə qədər bütün dünya üzrə rəqəmsal transformasiya texnologiyalarına və həmçinin xidmətlərinə çəkilən ümumi xərclər (trilyon ABŞ dolları ilə ifadəsində)

Mənbə: Bu qrafik [12] veb ünvanında yer alan verilənlər əsasında tərtib edilmişdir

Qrafik 1.1 2017-2022-ci illər arasında “dünya üzrə rəqəmsal transformasiya texnologiyalarına və həmçinin xidmətlərinə çəkilən ümumi xərclər”in dinamikasını əks etdirir. Gördüyümüz kimi, 2020-ci ilə qədər stabil artımla inkişaf edən tendensiya 2020-ci ildə pandemiya ilə əlaqədar artım sürətlənmişdir.

2017-ci ildə rəqəmsal transformasiya üzrə xidmətlər və texnologiyalara əgər 960 milyard ABŞ dolları həcmində ümumi xərclər çəkilmişdirsə, bu məbləğ 2022-ci ildə 2 dəfədən çox artaraq 1,85 trilyon ABŞ dollarına çatmışdır. 2022-ci ildəki göstərici 2021-dəki ilə müqayisədə 16,35% artmışdır.

Nəticə

Beləliklə, biznes modellərinin rəqəmsal transformasiyası prosesi günümüzdə dəyişən bazar ehtiyaclarına, həmçinin, texnoloji tərəqqi tendensiyalarına və ən əsası, müştəri tələblərinə cavab formasında firmanın fəaliyyəti tərzinin dəyişdirilməsi prosesidir. Transformasiyanın reallaşdırılması məqsədi biznesin səmərəliliyini və bazardakı rəqəbətliyini yüksəltmək, onun satış əhatəsini daha da genişləndirmək, proseslərə çəkdiyi müvafiq xərcləri optimallaşdırmaq və müştərilərlə, həmçinin, tərəfdaşlarla olan qarşılıqlı əlaqəsini asanlaşdırmaqla əlaqəlidir.

Biznes sektorlarının yeni rəqəmsal texnologiyalara keçid etməsi prosesi həm də yeni məhsulun və ya xidmətin formalaşdırılması, həmçinin, o məhsulun və xidmətin bazara çıxarılmasının bütün mərhələlərini təkrar düşünməyi və onları dəyişdirməyi tələb edir. Biznes modellərinin rəqəmsal transformasiyası müəssisə menecerlərindən daha çox diqqətli olmağı, tez-tez proses və tendensiyaları analiz etməyi və mütəmadi olaraq məhsul-xidmətləri təkmilləşdirməyi tələb edən kompleks və eyni zamanda çoxşaxəli bir prosesdir. Robototexnika, maşın öyrənməsi (ML), süni intellekt (AI), habelə blokçeyn texnologiyaları, şirkətin ekosisteminin inkişafı kimi bu və ya digər innovasiyalar biznes proseslərinin avtomatlaşdırılmasına və onların optimallaşdırılmasına yeni imkanlar formalaşdırır. Bununla belə, düzgün strategiyanın tətbiqi və vaxtında tədbirlərin görülməsi şirkətə öz səmərəliliyini əhəmiyyətli dərəcədə artırmağa və bazarda rəqəbət qabiliyyətini artırmağa imkan verə bilər.

ƏDƏBİYYAT

10. Wirtz B.W., Pistoia A., Ullrich S., & Göttel V. "Business models: Origin, development and future research perspectives." *Long range planning*, 49(1), 2016, p.36-54.
11. Ширшова Л.В., & Микушина А.И. "К вопросу о цифровой трансформации бизнес-моделей". Российская академия народного хозяйства при Президенте Российской Федерации, 2023, стр.330-334.
12. Нирода И.В., & Анисимов А.Ю. "Трансформация традиционных бизнес-моделей в условиях цифровизации". *Вестник Волгоградского государственного университета*, 25(2), 2023, стр.82-91.
13. Jablonski M., Jabłoński A., & Szpitter A. "Dynamics of enterprise business models in the digital economy – monetization perspective." *Strategic management in the era of digital network economy*, Publishing House of the University of Łódź, 2020, p.295-314.
14. Ritter T., & Pedersen C.L. "Digitization capability and the digitalization of business models in business-to-business firms: Past, present, and future." *Industrial Marketing Management*, 86, 2020, p.180-190.
15. Mishra S., & Tripathi A.R. "AI business model: an integrative business approach." *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 10(1), 2021, p.18-38.
16. Исмаилова М. М., Куразова М.А., & Куразова Д.А. "Влияние цифровой экономики на новые бизнес-модели". Ответственный редактор, 2023, стр.164-168.
17. Rot A., & Sobinska M. "Challenges for Knowledge Management in Digital Business Models." 10th International Conference on Advanced Computer Information Technologies (ACIT), 2020, p.555-558.
18. <https://www.statista.com/statistics/1248716/companies-digital-business-model-changes/>
19. Ширшова Л.В., & Микушина А.И. "К вопросу о цифровой трансформации бизнес-моделей". РанХПРФ, 2023, стр.330-334.
20. <https://iot-analytics.com/iot-platforms-company-list-2017-update/>
21. <https://www.statista.com/statistics/870924/worldwide-digital-transformation-market-size/>

UDC 334.7

Digital transformation of business models: influencing factors and key trends**M.E. Mustafayev**

Summary. The digital transformation of business processes refers to the shift from old or analog methods of conducting activities to the use of digital technology and tools across all organizational levels. This enables the enhancement of activity efficiency and quality, reduction of associated operational expenses, acceleration of process execution, and improvement of communication and connectivity between business participants and customers. To facilitate the digital transformation of business models, contemporary and significant technologies such as the Internet of Things (IoT), artificial intelligence, blockchain, and data analytics are being employed.

In the article, the trends of digital transformation of business models are touched upon. The main purpose of the article is to investigate the importance of digital transformation of business processes and to examine the main factors that trigger this process. For this purpose, the following tasks were put forward and fulfilled: the study of the business model concept; study of the need to transform business models; exploring digital transformation trends; review of key factors of flexibility of business models. The topic of the article covers issues that have become relevant in recent times. The main research question answered in the article is: "How should organizations respond to digitization trends?"

Systematization, generalization, induction and statistical analysis methods were used in the research. The article can serve as a resource for authors conducting research on digitalization, and can be used by managers trying to implement digital transformation of the business model in the enterprise.

Keywords: digitalization, digital trends, business models, business digitalization, digital models.

УДК 334.7

Цифровая трансформация бизнес-моделей: факторы влияния и ключевые тенденции

М. Э.Мустафаев

Резюме.Цифровая трансформация бизнес-процессов подразумевает переход от старых или аналоговых методов ведения деятельности к использованию цифровых технологий и инструментов на всех организационных уровнях. Цифровая трансформация позволяет повысить эффективность, а также качество деятельности, снизить сопутствующие операционные расходы, ускорить выполнение процессов, улучшить коммуникацию и связность между участниками бизнеса и клиентами. Для облегчения цифровой трансформации бизнес-моделей используются современные и важные технологии, такие как Интернет вещей (IoT), искусственный интеллект, блокчейн и анализ данных. Тем не менее, цифровизация бизнес-моделей выходит за рамки простого технического прогресса и включает в себя модификацию преобладающих методологий управления, реорганизацию процедур компании и реконфигурацию контактов с клиентурой предприятия.

В статье были затронуты тенденции цифровой трансформации бизнес-моделей. Основная цель статьи — исследовать важность цифровой трансформации бизнес-процессов и рассмотреть основные факторы, запускающие этот процесс. Для этого были поставлены и решены следующие задачи: исследование концепции бизнес-модели; исследование необходимости трансформации бизнес-моделей; изучение тенденций цифровой трансформации; обзор ключевых факторов гибкости бизнес-моделей. Тема статьи охватывает вопросы, актуальные в последнее время. Основной вопрос исследования, на который дан ответ в статье: «Как организациям следует реагировать на тенденции цифровизации?» В исследовании использовались методы систематизации, обобщения, индукции и статистического анализа. Статья может служить ресурсом для авторов, проводящих исследования в области цифровизации, а также может быть использована менеджерами, пытающимися реализовать цифровую трансформацию бизнес-модели на предприятии.

Ключевые слова: цифровизация, цифровые тренды, бизнес-модели, цифровизация бизнеса, цифровые модели.

Redaksiyaya daxilolma: 20.02.2024

Çapa qəbul olunma: 27.03.2024

