

ВЛИЯНИЕ БОЛЬШИХ ДАННЫХ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

Кучкоров Тохир Сафарович
д.э.н, профессор ТГЭУ

Кулдашева Наргиза Комолиддин кизи
докторант ТГЭУ

Аннотация

Большие данные произвели революцию в том, как предприятия работают и принимают решения, предоставляя ценную информацию, оптимизируя процессы и повышая эффективность различных бизнес-функций. Возможность собирать, анализировать и использовать большие объемы данных позволила предприятиям оптимизировать операции, улучшить процесс принятия решений и стимулировать инновации. В этой статье мы исследуем влияние больших данных на производительность предприятия и то, как они изменили методы работы организаций в современном мире, управляемом данными.

Ключевые слова: большая база данных, эффективность, предприятия, клиенты, стратегический подход, конкуренция.

Annotatsiya

Katta ma'lumotlar qimmatli tushunchalarni taqdim etish, jarayonlarni optimallashtirish va turli biznes funksiyalari bo'yicha samaradorlikni oshirish orqali korxonalarining ishlashi va qarorlar qabul qilish usullarini inqilob qildi. Katta hajmdagi ma'lumotlarni to'plash, tahlil qilish va ulardan foydalanish qobiliyati korxonalarga operatsiyalarni soddalashtirish, qarorlar qabul qilishni yaxshilash va innovatsiyalarni rivojlantirish imkonini berdi. Ushbu maqolada katta ma'lumotlarning korxona samaradorligiga ta'siri va ma'lumotlarga asoslangan bugungi dunyoda tashkilotlarning ishlash usulini qanday o'zgartirganini o'rganadi.

Kalit so'zlar: katta ma'lumotlar bazasi, samaradorlik, korxonalar, mijozlar, strategik yondashuv, raqobat.

Abstract

Big data has revolutionized the way businesses operate and make decisions by providing valuable insights, optimizing processes and improving efficiency across various business functions. The ability to collect, analyze, and use large amounts of data has enabled businesses to streamline operations, improve decision-making, and drive innovation. In this article, we explore the impact of big data on enterprise performance and how it has changed the way organizations operate in today's data-driven world.

Keywords: big database, efficiency, enterprises, customers, strategic approach, competition.

ВВЕДЕНИЕ

Большие данные — это большие объемы структурированных и неструктурированных данных, генерируемых предприятиями, клиентами и

различными источниками. Эти данные содержат ценную информацию, которая при эффективном анализе выявляет закономерности, тенденции и идеи, которые помогают компаниям принимать стратегические решения и совершенствовать операционную деятельность. Используя возможности анализа больших данных, предприятия могут получить конкурентное преимущество, оптимизировать процессы и повысить эффективность в нескольких ключевых областях.

ЛИТЕРАТУРНЫЙ ОБЗОР И МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Одно из основных воздействий больших данных на производительность предприятия связано с принятием решений на основе данных. Благодаря возможности собирать и анализировать большие наборы данных в режиме реального времени компании могут принимать обоснованные решения на основе информации, основанной на данных, а не полагаться исключительно на интуицию или прошлый опыт. Этот подход, основанный на данных, позволяет организациям оптимизировать стратегии для выявления возможностей, снижения рисков и улучшения бизнес-результатов. Аналитика больших данных позволяет предприятиям повысить операционную эффективность за счет оптимизации процессов, выявления узких мест и повышения эффективности. Анализируя операционные данные, компании могут оптимизировать рабочие процессы, автоматизировать повторяющиеся задачи и более эффективно распределять ресурсы. Это приводит к экономии затрат, повышению производительности и более гибкой и оперативной организации. Большие данные также играют решающую роль в улучшении качества обслуживания клиентов и их вовлеченности, что в конечном итоге способствует повышению производительности предприятия. Анализируя данные, предпочтения и поведение клиентов, компании могут персонализировать взаимодействие, адаптировать продукты и услуги и предвидеть потребности клиентов.

Такой персонализированный подход не только повышает удовлетворенность и лояльность клиентов, но также увеличивает рост доходов и операционную эффективность за счет ориентации на нужных клиентов с правильными предложениями. Помимо операционной эффективности и вовлеченности клиентов, большие данные изменили управление цепочками поставок, управление рисками и маркетинг стратегии и общая эффективность бизнеса внутри предприятий. Используя инструменты и технологии анализа больших данных, организации могут оптимизировать управление запасами, снизить риски, более эффективно нацеливать маркетинговые кампании и стимулировать инновации посредством анализа данных. Влияние больших данных на производительность предприятия является глубоким и всеобъемлющим. Используя возможности анализа данных, компании могут открыть новые возможности, повысить операционные улучшения и оставаться впереди конкурентов в современной быстро меняющейся бизнес-среде, основанной на данных. В следующих разделах мы более подробно рассмотрим конкретные способы, с помощью которых большие данные могут улучшить производительность предприятия в различных функциях и отраслях.

АНАЛИЗ И РЕЗУЛЬТАТ

Большие данные стали переломным моментом для бизнеса во всех отраслях, совершив революцию в том, как предприятия работают и принимают решения. Влияние больших данных на производительность предприятия огромно, что приводит к совершенствованию процессов, более эффективному принятию решений и получению конкурентных преимуществ на рынке. Аналитика больших данных предоставляет предприятиям ценную информацию, полученную в результате анализа больших объемов данных. Это позволяет предприятиям принимать обоснованные решения на основе стратегий, основанных на данных, а не полагаться исключительно на интуицию или прошлый опыт. Используя большие данные, предприятия могут выявлять тенденции, закономерности и корреляции, которые могут быть не видны с помощью традиционных методов, что приводит к более точному и эффективному принятию решений.

Большие данные играют решающую роль в оптимизации операционной эффективности предприятий. Анализируя данные из различных источников, предприятия могут выявить неэффективность, оптимизировать процессы и повысить общую эффективность. Например, прогнозная аналитика может помочь предприятиям прогнозировать спрос, оптимизировать уровень запасов и сократить затраты в цепочке поставок. Используя большие данные для автоматизации рутинных задач и процессов, предприятия могут более эффективно распределять ресурсы и сосредоточиться на стратегических инициативах, способствующих росту. Большие данные позволяют предприятиям глубже понять предпочтения, поведение и потребности клиентов. Анализируя данные о клиентах, компании могут создавать персонализированный опыт, адаптированный к отдельным клиентам, что приводит к повышению удовлетворенности и лояльности клиентов. Например, компании электронной коммерции используют большие данные, чтобы рекомендовать продукты на основе истории посещений клиентов и моделей покупок, улучшая общий опыт покупок.

В современной быстро меняющейся бизнес-среде своевременная и актуальная информация имеет решающее значение для поддержания конкурентного преимущества. Предприятия, которые эффективно используют большие данные, имеют возможность быстро адаптироваться к изменениям рынка, выявлять новые возможности и опережать конкурентов. Используя аналитику больших данных для отслеживания рыночных тенденций, мониторинга активности конкурентов и анализа отзывов клиентов, компании могут принимать стратегические решения, способствующие росту и инновациям. Аналитика больших данных помогает предприятиям выявлять возможности экономии затрат, распределять ресурсы, помогает оптимизировать и сокращать эксплуатационные расходы. Анализируя данные об использовании ресурсов, производственных процессах и операциях цепочки поставок, предприятия могут определить области, где затраты можно минимизировать без

ущерба для качества и эффективности. Например, прогнозное обслуживание с использованием больших данных может помочь предприятиям заранее выявлять сбои оборудования и планировать мероприятия по техническому обслуживанию, сокращая время простоев и затраты на техническое обслуживание.

Аналитика больших данных может значительно улучшить процесс принятия бизнес-решений, предоставляя ценную информацию и полезную информацию в результате анализа больших и сложных наборов данных. Аналитика больших данных позволяет предприятиям получать значимую информацию из больших объемов данных. Анализируя исторические данные и данные в реальном времени, компании могут выявлять тенденции, закономерности и корреляции, которые могут быть не видны традиционными методами. Эти знания помогают лицам, принимающим решения, понять динамику рынка, поведение клиентов и операционную эффективность, что приводит к принятию более обоснованных и стратегических решений. Аналитика больших данных позволяет предприятиям прогнозировать будущие результаты на основе исторических данных и статистических алгоритмов. Используя прогнозную аналитику, компании могут прогнозировать тенденции, предугадывать потребности клиентов и выявлять потенциальные риски и возможности. Такой проактивный подход к принятию решений позволяет бизнесу снижать риски, использовать возможности и опережать конкурентов. Аналитика больших данных предоставляет предприятиям возможность обрабатывать данные в режиме реального времени, позволяя лицам, принимающим решения, использовать актуальную информацию и принимать своевременные решения.

Отслеживая ключевые показатели эффективности (KPI) в режиме реального времени, компании могут быстро реагировать на меняющиеся рыночные условия, предпочтения клиентов и операционные проблемы. Поддержка принятия решений в режиме реального времени позволяет предприятиям оптимизировать процессы, эффективно распределять ресурсы и использовать новые возможности. Аналитика больших данных позволяет предприятиям предоставлять клиентам персонализированные рекомендации и опыт. Анализируя данные о клиентах, компании могут понять индивидуальные предпочтения, модели поведения и историю покупок. Эта информация позволяет предприятиям адаптировать продукты, услуги и маркетинговые кампании для удовлетворения уникальных потребностей каждого клиента, повышая удовлетворенность и лояльность клиентов. Аналитика больших данных может помочь предприятиям выявлять и снижать риски путем анализа данных из различных источников, включая внутренние системы, социальные сети и внешние базы данных.[1]

Выявляя аномалии, модели мошенничества или колебания рынка, компании могут активно управлять рисками и предотвращать потенциальные угрозы. Аналитика больших данных позволяет предприятиям оценивать подверженность рискам, реализовывать стратегии снижения рисков и обеспечивать соблюдение нормативных требований. Аналитика больших данных оптимизирует

операционную эффективность за счет выявления неэффективности, оптимизации процессов и улучшения распределения ресурсов. Анализируя данные о производстве, цепочке поставок и производительности рабочей силы, предприятия могут определить области для улучшения и внести изменения для повышения эффективности и сокращения затрат. Аналитика больших данных позволяет предприятиям автоматизировать рутинные задачи, оптимизировать рабочие процессы и эффективно распределять ресурсы, что приводит к повышению операционной эффективности. Аналитика больших данных позволяет предприятиям принимать решения на основе данных, прогнозировать будущие результаты и обеспечивать доступ к данным и персонализацию в режиме реального времени клиентского опыта, управления рисками и оптимизации операционной эффективности. Используя возможности анализа больших данных, компании могут получить конкурентное преимущество, стимулировать инновации и добиться устойчивого роста в современной динамичной бизнес-среде.[2]

Большие данные играют важную роль, помогая предприятиям создавать персонализированный клиентский опыт, используя данные о клиентах, поведенческую информацию и прогнозную аналитику для адаптации продуктов, услуг и взаимодействий в соответствии с индивидуальными потребностями и предпочтениями клиентов. Аналитика больших данных позволяет компаниям сегментировать свою клиентскую базу на основе демографических данных, поведения, предпочтений и моделей покупок. Анализируя большие объемы данных о клиентах, компании могут выявить общие черты и тенденции среди различных сегментов клиентов. Эта сегментация позволяет компаниям ориентироваться на определенные группы клиентов с помощью персонализированных предложений, рекламных акций и рекомендаций, адаптированных к их уникальным потребностям и предпочтениям. Механизмы рекомендаций, основанные на анализе больших данных, предоставляют клиентам персонализированные рекомендации по продуктам на основе их прошлых покупок, истории просмотров и предпочтений. Анализируя данные о взаимодействии и поведении клиентов, компании могут предлагать соответствующие продуктовые предложения, возможности перекрестных и дополнительных продаж, а также персонализированный контент для улучшения покупательского опыта.[3]

Персонализированные рекомендации стимулируют вовлечение клиентов, повышают коэффициент конверсии и повышают лояльность. Аналитика больших данных позволяет компаниям внедрять стратегии динамического ценообразования, которые корректируют цены в режиме реального времени в зависимости от рыночного спроса, цен конкурентов и поведения клиентов. Анализируя данные о ценах, сегментацию клиентов и рыночные тенденции, компании могут оптимизировать стратегии ценообразования, чтобы предлагать индивидуальные скидки, рекламные акции и ценовые пакеты отдельным клиентам. Динамическое ценообразование, основанное на больших данных, помогает предприятиям максимизировать доходы, повысить ценовую

конкурентоспособность и удовлетворить чувствительность цен клиентов. Аналитика больших данных позволяет компаниям использовать поведенческий таргетинг путем анализа взаимодействия с клиентами, данных о посещениях и активности в социальных сетях, чтобы понять предпочтения и интересы клиентов. Отслеживая поведение клиентов в нескольких точках взаимодействия, компании могут предоставлять клиентам таргетированную рекламу, персонализированный контент и релевантные предложения на основе их активности в Интернете. Поведенческий таргетинг увеличивает вовлеченность клиентов, повышает коэффициент конверсии и повышает рентабельность инвестиций в маркетинг. Аналитика больших данных поддерживает модели прогнозного анализа, которые прогнозируют поведение, предпочтения и будущие потребности клиентов на основе исторических данных и алгоритмов машинного обучения.[4]

Анализируя данные о клиентах, историю транзакций и показатели взаимодействия, компании могут предвидеть потребности клиентов, активно решать проблемы и персонализировать взаимодействие в режиме реального времени. Прогнозная аналитика на основе больших данных позволяет компаниям обеспечивать упреждающее обслуживание клиентов, персонализированные рекомендации и персонализированный опыт, который повышает удовлетворенность и лояльность клиентов. [6]

Большие данные расширяют возможности бизнеса, объединяя данные о клиентах из нескольких каналов, включая веб-сайты, мобильные приложения, социальные сети и офлайн-магазины, обеспечивающие беспрепятственный омниканальный опыт. Консолидируя данные о клиентах в одном представлении, компании могут предоставлять единообразный и персонализированный опыт во всех точках взаимодействия. Омниканальная персонализация на основе больших данных гарантирует, что клиенты будут получать актуальные и своевременные сообщения, предложения и поддержку независимо от того, какой канал они выберут для взаимодействия с бизнесом. Большие данные обеспечивают сегментацию клиентов, персонализированные рекомендации, а динамические методы помогают создавать персонализированный клиентский опыт путем предоставления цен, поведенческий таргетинг, прогнозная аналитика и омниканальная персонализация. Используя возможности анализа больших данных, компании могут углубить отношения с клиентами, повысить их лояльность и дифференцироваться на конкурентном рынке, предоставляя индивидуальный опыт, отвечающий уникальным потребностям и предпочтениям отдельных клиентов.[5]

ЗАКЛЮЧЕНИЕ И РЕКОМЕНДАЦИИ:

В заключение отметим, что влияние больших данных на производительность предприятия неоспоримо. Используя анализ больших данных, компании могут улучшить процесс принятия решений, повысить операционную эффективность, персонализировать обслуживание клиентов, получить конкурентное преимущество и сократить расходы. Поскольку большие

данные продолжают развиваться и расширяться, компании, применяющие стратегии, основанные на данных, будут иметь больше возможностей для достижения успеха в сегодняшней динамичной бизнес-среде.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Андреас Вайгенд: BIG DATA. Вся технология в одной книге. Эксмо, 2020. -384 стр.[1]
2. Макшанов А. В., Журавлев А. Е., Тындыкаръ Л. Н. Большие данные. Big Data. учебник для вузов, 2-е изд., стер. Лань, Планета музыки, 2022.-188 стр.[2]
3. <https://www.comnews.ru/digital-economy/content/218560/2022-01-31/2022-w05/effektivnoe-ispolzovanie-bolshikh-dannykh-2022-godu>
<https://trends.rbc.ru/trends/innovation/5d6c020b9a7947a740fea65c%20/>[3]
4. Абдыкаримова А.Т. Big Data: проблемы и технологии /А. Т. Абдыкаримова //Компьютерные и информационные технологии. - №5. – 2019. – С. 55–57[4]
5. Rajabov N. Zonal policy concept: prospects for effective investment climate management //Экономика и образование. – 2022. – Т. 23. – №. Maxsus son. – С. 212-219.[5]
6. Ражабов Н. Эркин иқтисодий зоналарда инвестицион муҳит жозибдорлигини бошқариш масалалари хусусида: https://doi.org/10.55439/ECED/vol23_iss3/a15 //Экономика и образование. – 2022. – Т. 23. – №. 3. – С. 101-108.[6]