

İDARƏETMƏ SİSTEMLƏRİNDƏ VƏ BİZNES MODEL SEÇİMİNDƏ RƏQƏMSALLAŞMA

İdarəetmə sistemlərində innovasiyalar hazırda bu və ya digər dərəcədə rəqəmsallaşma ilə əlaqədardır. Əşyaların internetinin fəaliyyət dairəsinin genişlənməsi idarəetmədə rəqəmsallaşmanın prioritetlərindən biri kimi diqqəti cəlb etməkdədir. Eyni zamanda, sənayedə istehsal innovasiyalarının texnoloji proseslərə aidiyyəti dərəcəsinin biznes proseslərinin idarə edilməsində süni intellektual sistemlərin tətbiqi səviyyəsi ilə uzlaşdırılması məsələləri gündəliyə çıxmaqdadır. Qeyd olunan və bir sıra digər meyllər idarəetmə sistemlərində yaxın perspektivdə baş verməsi gözlənilən meyllərin rəqəmsallaşma ilə əlaqədar olacağını söyləməyə kifayət qədər əsas verir. Strateji baxımdan idarəetmə sistemlərində rəqəmsallaşmanın tempi və miqyası iqtisadi məqsəduyğunluq amili ilə şərtlənir. Başqa sözlə, unutmamaq olmur ki, istənilən məqsədyönlü fəaliyyətdə hər hansı ciddi dəyişiklik özünü iqtisadi cəhətdən doğrultmalıdır. Yəni, istehsalın və ya idarəetmənin təkmilləşdirilməsinə (yenilənməsinə) qoyulan vəsaitin məqbul müddətdə ödənilməsi zəruri şərtidir. İdarəetmə sistemlərində səmərəliliyi xarakterizə edən mühüm göstəricilər qismində xərclərin səviyyəsi xüsusilə diqqəti cəlb edir. Rəqəmsal mühitin əsas indikatorlarından biri transaksiya xərcləridir. Mübadilə prosesində mülkiyyət hüququnun bir tərəfdən digərinə verilməsi ilə bağlı olan xərclər kimi transaksiya xərcləri tərəf-müqabillərlə qarşılıqlı münasibətlərin səmərəliliyinə mane olan amillərin aradan qaldırılmasına sərf olunur. Əsasən, nətamam informasiya mühitində meydana gələn bu xərclər bazarın fəaliyyəti üçün zəruri olan xərclər kimi qəbul edilir.

Müasir dövr üçün rəqəmsal bazarların inkişafı, ideya və təcrübələrin mübadiləsi prosesinin sürətlənməsi xarakterikdir. Belə vəziyyət mahiyyətcə yeni biznes modellərinin yaradılması, onların kifayət qədər geniş arealda yayılması və istifadəsi proseslərini də sürətləndirir. Biznes modelə konseptual çərçivə kimi baxılması halında onun dəyər zəncirini, demək olar ki, başdan-başa əhatə etməsi nəzərdə tutulur. Rəqəmsal idarəetmə mühitində səmərəli biznes model seçiminə təsir edən amillər qismində ilk növbədə, normativ-hüquqi bazanın vəziyyəti, iqtisadi fəaliyyət və onun tənzimlənməsi sisteminin texnoloji dəyişikliklərə reaksiyasının xarakteristikaları, verilənlərin kapitala çevrilməsi proseslərini səciyyələndirən amillər, insan resurslarının kəmiyyətcə ifadə oluna bilən keyfiyyət xarakteristikaları, informasiya selinin və informasiya qıtlığının doğurduğu fəsadların nəticələri, infrastrukturun innovasiyalı modernləşdirilməsini zəruri edən rəqəmsal texnologiyaların payı qeyd edilməlidir. Nəticə etibarilə haqqında danışılan proseslər rəqəmsal bazarlarda rəqabətə yeni yanaşmaları formalaşdırmaqdadır.

Rəqəmsal bazarlarda rəqabətin özünəməxsus cəhətlərindən biri biznes modellərin öz aralarında və onlarla internet platformalar arasında rəqabət mübarizəsində üzə çıxır. İlk təcrübənin təhlili böyük ehtimalla belə deməyə əsas verir ki, biznes modellər və internet platforma



malar arasında rəqabət gec-tez sonuncunun qələbəsi ilə başa çatır. Odur ki, platformada üstünlük qazanmağa yönəlmiş biznes model daha perspektivli hesab edilə bilər. Rəqəmsal bazarlarda rəqabətin digər özünəməxsusluğu bazarda əhəmiyyətli (və ya ümumiyyətlə) payı olmayan şirkətlərin üstünlük əldə edə bilməsindədir. Onların kreativliyi əsasən yeni çağırışlara əlüstü reaksiya verməkdə ifadə olunur. Rəqəmsal iqtisadiyyatın idarə edilməsi sistemlərində biznes-model seçimində alternativlərin mövcudluğu təkcə imkanların deyil, habelə problemlərin artmasını şərtləndirir. Məsələ ondadır ki, zəruri resurslara və məqbul gəlirə malik müəssisə (şirkət) səviyyəsində təcrübədə sınaqdan çıxmış biznes-modellərdən imtina edilməsi heç də asan proses deyildir. Sazlanmış sistemin üstünlüklərindən faydalanmaq əvəzinə, daha böyük fayda və risk vəd edən biznes-modellərə üstünlük verilməsi sonuncuların aşkar iqtisadi və ümumi cəlbədiciliyi halında mümkündür. Hesab edilir ki, rəqəmsal iqtisadiyyat şəraitində güclü və resurslarla təmin olunmuş şirkətlərin əsas problemləri təcrübədə yoxlanmış biznes-modellərdən imtina etməyin mürəkkəbliyi ilə əlaqədar olacaqdır; eyni zamanda, stereotiplərlə bağlı olmayan yeni şirkətlər istehlakçılar haqqında daha keyfiyyətli verilənlərlə və daha çevik idarəetmə texnologiyalarına müraciət imkanı əldə edə bilərlər. Məhz istehlakçılar daha yaxşı tanımaq imkanı (rəqəmsal texnologiyalar sayəsində) şirkətlər üçün geniş perspektivlər açacaqdır, hərçənd bunun üçün dəyər yaradılması zəncirində çox sayda elementlərin dəyişdirilməsi tələb olunacaqdır.

Rəqəmsallaşma iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrinə nüfuz edir. Bu prosesdəki fərqlər müxtəlif sahələri təmsil edən şirkətlərdə rəqəmsallaşma və biznes modellərin elementləri arasında qarşılıqlı əlaqələrdə təzahür edir. Müvafiq meyllər, habelə aşağıdakı mənbədə avtomobil və media sənayesi sahələrində biznes-modellər və rəqəmsallaşmanın xarakteristikaları arasında əlaqələrin müqayisəli surətdə öyrənilməsi sayəsində aşkar edilmişdir. Tədqiqatlar göstərir ki, rəqəmsallaşmanın biznes modellərin elementlərinə təsiri və nəticə etibarilə optimallaşdırma potensialı əhəmiyyətli dərəcədə şirkətin mənsub olduğu sahədən asılıdır. Bundan başqa, avtomobil və media sənayesi sahələrində rəqəmsallaşma mövcud təşkilati

strukturu, interfeysləri, infrastrukturunu və digər imkanları şübhə altına alır.

Müəssisə səviyyəsində idarəetmə sistemlərinin səmərəliliyi infrastruktur amilindən həlledici dərəcədə asılıdır. Rəqəmsal mühitdə bu asılılıq informasiya infrastrukturuna istisna olmaqla bir qədər zəifləsə də, idarəetmə qərarlarının qəbulu prosesində infrastruktur amilinin rolunu sərf-nəzər etmək düzgün olmaz. İnnovasiyalı intensiv inkişafa adekvat idarəetmə sisteminin tələblərinə cavab verən informasiya təminatının formalaşması və zənginləşdirilməsi günümüzdə rəqəmsallaşma imkanlarını nəzərə almalıdır. Başqa sözlə, innovasiyalı intensiv inkişafa adekvat idarəetmə sisteminin tələbləri kəmiyyət ifadələrində təqdim olunmalıdır. İnformasiya təminatının innovasiyalı intensiv inkişafa adekvat idarəetmə sisteminin tələblərinə cavab verməsi üçün müşahidə və qeydiyyat proseslərindən başlayaraq informasiyanın son istifadəçiyə çatdırılmasına qədər bütün mərhələlərdə həmin tələblər formallaşmalı, başqa sözlə, kəmiyyət ifadəsində təqdim olunmalı, informasiyaya qoyulan semantik tələblərə riayət edilməsi səviyyəsi sintaksis və pragmatik tələblərə riayət edilməsi səviyyəsinə yaxınlaşdırılmalıdır.

Rəqəmsal iqtisadiyyatda idarəetmənin özünəməxsusluğu, burada demək olar ki, müntəzəm olaraq yeniliklərlə rastlaşma və onların idarə edilməsi üçün kreativ yanaşmaya ehtiyacın yaranmasıdır. Bu halda menecer təcrübə və səviyyəsindən asılı olmayaraq, tez-tez orijinal qərarlar qəbul etmək məcburiyyətindədir. Qarşıya çıxan yeni idarəetmə məsələləri müxtəlif səviyyələrdə idarəetmənin prinsiplərinə və vəsitələrinə kreativ münasibət tələb edir. Eyni zamanda, menecerin verilənləri idarə etmək üzrə funksiyaları artır, onlarla işin xarakterində ciddi dəyişikliklər baş verir.

Milli iqtisadiyyat səviyyəsində rəqəmsal mühitdə idarəetmənin prioritetlərinin əsaslandırılması zamanı resurslara qənaət və məşğulluq meyarları arasında maneəvərmək lazım gəlir. Qabaqcıl texnologiyalar digər resurslarla yanaşı, əmək resurslarına qənaətə nəzərdə tutduğu kimi, rəqəmsal innovasiyalar şəraitində idarəetmə qərarları yeni iş yerlərinin açılması imkanlarını da reallaşdırmalıdır. İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatının sənədlərində göstərilirdiyi kimi, rəqəmsallaşma şəraitində məsulluğun xarakterində vaxsılasmaya üçün

xüsusi imkan yaranır. Kreativliyi, çevikliyi və məqsədyönlülüüyü ön plana çəkən iş yerlərinin artması müqabilində təhlükəli, çirkləndirici işlərin həcmi kəskin surətdə azalır. Qeyri-bərabərliyi azaldan və rifahı yüksəldən gələcək işlərin meydana çıxması üçün imkanlar açılır. Bu məqsədə nail olmaq üçün bütün maraqlı tərəflər, xüsusilə direktiv orqanlar baş verən dəyişiklikləri dərk etməli, mövcud imkanlardan istifadə və yaranan problemləri həll etməklə arzuolunan nəticələrin əldə edilməsini planlaşdırmalıdır.

İdarəetmənin prinsiplərinə münasibətdə yaradıcı yanaşma rəqəmsal iqtisadiyyatda səmərəliliyi yüksəltməklə yanaşı, müxtəlif xarakterli risk ehtimalını da artırır. Bu səbəbdən rəqəmsal mühitdə risklərin idarə edilməsi məsələləri, demək olar ki, gündəlikdən düşmür. Haqqında danışılan risklər sırasında inteqrasiya edilmiş rəqəmsal sistemlərin etibarlılığının arzuolunan səviyyədə olmamasının səbəbi həmin sistemlərdə gözlənilməz kənarlaşmaların baş verməsi ehtimalının yüksək olmasıdır. Həmin risklərin, habelə müəssisə səviyyəsində təşkilati yenedənqurma tələb edən rəqəmsal texnologiyaların tətbiqi ilə əlaqədar risklərin qarşılınması və neytrallaşdırılması üçün, zənnimizcə, məhz rəqəmsal mühitin səfərbər edilmiş texnoloji imkanlarının reallaşdırılması üçün əlverişli iqtisadi-hüquqi sistem formalaşdırılmalıdır.

Yeni biznes modellərin strukturu onların müştəri yönümlüyü ilə, daha doğrusu, müştərinin rəqəmsal portretinə əsaslanması ilə müəyyən edilir. Müştəri barədə verilənlərin çoxkanallı sistemindən omnikanal sistemə keçilməsi yeni biznes modellərin özünəməxsusluğunu şərtləndirən mühüm xassədir.

Rəqəmsal texnologiyaların, xüsusilə əşyaların interneti texnologiyalarının geniş tətbiqi biznes modellərin aşağıdakı növlərinin inkişafını şərtləndirir: rəqəmsal platformalar; servis biznes modelləri, ideyalar da daxil olmaqla kənarından ən müxtəlif resursların cəlb edilməsinə əsaslanan raudsorsinq modeli və s.

Bu modellər resurslara sahiblik əvəzinə, resurslardan istifadəyə əsaslanır, əmtəələrin və xidmətlərin fərdiləşməsinə nəzərdə tutur, məhsulu arzuolunan nəticə üçün zəruri həcmdə istehlak etməyə imkan verir - müştəri üçün qiymətəmələgəlmə əsasında nəticə və səmərə əldə edilməsinə, o cümlədən kompleks məhsul və xidmət istehlakına əsaslanan biznes model. Bu model aqrar fəaliyyətin təchizatında rəqəmsal texnologiyalardan istifadə zamanı uğurla sınaqdan çıxmışdır. Deyək ki, tanınmış BASF kimya şirkəti (Almaniya) gübrə satışını həyata keçirməklə yanaşı, torpağın monitorinqi, bitkilərin sağlamlığı, hava şəraiti barədə verilənlər nəzərə alınmaqla, həmin gübrələrin hansının, nə vaxt, nə miqdarda istifadəsi barədə də müştərilərə əhatəli informasiya verir.

Rəsul Balayev,
iqtisad üzrə elmlər doktoru,
Azərbaycan Dövlət İqtisad Universitetinin
"Rəqəmsal texnologiyalar və tətbiqi
informatika" kafedrasının professoru