Emro Science and Education
International open-access scientific journal
Journal homepage: https://journal.emro.uz

OPEN ACCESS

CONFERENCE PAPER OPEN ACCESS

Vol. 1 No. 1 (2023) · "Axborot oqimlari va intellektual tizimlarning ijtimoiy, iqtisodiy va texnik-texnol... DOI: 10.5281/zenodo.24319188

Xalqaro ilmiy-amaliy anjuman materiallar to'plami *Andijan 2023 yil 10-noyabr*

BIZNES MODELLARI UCHUN ASOSIY SAMARADORLIK KO'RSATKICHLARI: TIZIMLI KO'RIB CHIQISH

Axmatjonov Jamshidbek Maxamadjonovich Andijon mashinasozlik instituti "Axborot texnologiyalari" kafedrasi stajyor-o'qituvchi

ANNOTATION

Organizations constantly adapt and update their business models to stay competitive. Key performance indicators (KPIs) related to business models play an important role in supporting the management of business models throughout their lifecycle.

However, research on business model KPIs is scattered and lacks clarity on how they are identified, defined and managed throughout their lifecycle. Therefore, we conducted a systematic literature review to analyze and synthesize the current state of research on KPIs for business models. We identified 35 relevant publications and classified them in a concept matrix of five categories related to business models and KPI management.

In addition, we synthesized business model KPIs presented in the literature into a catalog organized by business model dimensions. Based on our review and analysis, we formulate avenues for further research on KPIs for business models. Practitioners can use the overview of available approaches for business model KPI management and the catalog of business model KPIs to effectively manage and define KPIs for their organizations' business models.

А Н Н О Т А Ц И Я

Организации постоянно адаптируют и обновляют свои бизнес-модели, чтобы оставаться конкурентоспособными. Ключевые показатели эффективности (KPI), связанные с бизнес-моделями, играют важную роль в поддержке управления бизнес-моделями на протяжении всего их жизненного цикла.

Однако исследования ключевых показателей эффективности бизнес-моделей разрознены и не имеют четкого представления о том, как они идентифицируются, определяются и управляются на протяжении всего жизненного цикла. Поэтому мы провели систематический обзор литературы, чтобы проанализировать и обобщить текущее состояние исследований ключевых показателей эффективности для бизнес-моделей. Мы выявили 35 соответствующих публикаций и классифицировали их в концептуальной матрице из пяти категорий, связанных с бизнес-моделями и управлением KPI.

Кроме того, мы синтезировали ключевые показатели эффективности бизнес-модели, представленные в литературе, в каталог, организованный по измерениям бизнес-модели. На основе нашего обзора и анализа мы формулируем направления дальнейшего исследования ключевых показателей эффективности для бизнес-моделей. Специалисты-практики могут использовать обзор доступных подходов к управлению ключевыми показателями эффективности бизнес-моделей и каталог ключевых показателей эффективности бизнес-

Published: 10.11.2023

Cite this article: Axmatjonov Jamshidbek Maxamadjonovich (2023). Biznes modellari uchun asosiy samaradorlik ko'rsatkichlari: tizimli ko'rib chiqish. Emro Science and Education, 1(1). https://doi.org/10.5281/zenodo.24319188

© 2023 The Author(s). Published by Emro Science and Education. This is an open access article.

моделей для эффективного управления и определения ключевых показателей эффективности для бизнес-моделей своих организаций.

A N N O T A T S I Y A

Tashkilotlar raqobatbardoshlikni saqlab qolish uchun o‘z biznes modellarini doimiy ravishda moslashtiradi va yangilaydi. Biznes modellarini butun hayot aylanish jarayonida boshqarishni qo‘llab-quvvatlash uchun biznes modellari bilan bog'liq asosiy samaradorlik ko‘rsatkichlari (KPI) muhim rol o‘ynaydi.

Biroq, KPI biznes modeli bo‘yicha olib borilayotgan tadqiqotlar tarqoq va ularning hayot aylanishi davomida qanday aniqlanishi, aniqlanishi va boshqarilishi haqida aniqlik yo‘q. Shuning uchun biz biznes modellari uchun KPI bo‘yicha tadqiqotlarning hozirgi holatini tahlil qilish va birlashtirish uchun tizimli adabiyotlarni ko‘rib chiqdik. Biz aniqladik 35 ta tegishli nashrlar va ularni biznes modellari va KPI boshqaruvi bilan bog'liq besh toifadan iborat kontseptsiya matritsasida tasnifladi.

Bundan tashqari, biz adabiyotda keltirilgan biznes modeli KPIlarini biznes modeli o‘lchamlari bo‘yicha tuzilgan katalogga sintez qildik. Ko‘rib chiqish va tahlilimiz asosida biz biznes modellari uchun KPI bo‘yicha keyingi tadqiqotlar uchun yo‘llarni shakllantiramiz. Amaliyotchilar o‘z tashkilotlarining biznes modellari uchun KPI ni samarali boshqarish va aniqlash uchun biznes modeli KPI boshqaruvi uchun mavjud yondashuvlarning umumiy ko‘rinishi va biznes modeli KPI katalogidan foydalanishlari mumkin.

Kalit so‘zlar: Biznes modeli • Biznes modeli boshqaruvi • Biznes modelini baholash•Samaradorlikni o‘lchash • Faoliyatning asosiy ko‘rsatkichlari • Tizimli adabiyotlarni ko‘rib chiqish.

K i r i s h.

Bugungi dinamik ishbilarmonlik muhitida raqobatbardosh bo‘lish uchun tashkilotlar o‘zlarining biznes modellarini doimiy ravishda innovatsiyalar va takomillashtirishga e'tibor berishadi. Biznes modeli tashkilot qanday qilib qiymat yaratishi, etkazib berishi va ushlashini tavsiflaydi. U tashkilotning biznes mantig'ini tushunish, muloqot qilish va boshqarish uchun foydali tushuncha sifatida ishlaydi. Biznes modellarini boshqarish uzluksiz tsikl sifatida ko‘rib chiqiladi va biznes modeli boshqaruvining hayot aylanishi deb ataladi.

Biznes modelini boshqarishning hayot aylanishi odatda beshta asosiy bosqichdan iborat: loyihalash, amalga oshirish, foydalanish, moslashtirish va o‘zgartirish va nazorat qilish. Qaror qabul qiluvchilarga o‘z hayoti davomida tashkilotning biznes modellarini samarali boshqarishda qo‘llab-quvvatlash uchun asosiy samaradorlik ko‘rsatkichlari (KPI) hal qiluvchi rol o‘ynaydi.

KPI - bu tashkilotning hozirgi va kelajakdagi muvaffaqiyati uchun ishlashning eng muhim jihatlarini qamrab oluvchi samaradorlik ko‘rsatkichlari (shuningdek, samaradorlik ko‘rsatkichlari yoki ishlash ko‘rsatkichlari deb ataladi) (Parmenter 2020). Ular tashkilotlarga strategik maqsadlarini amalga oshirish va ushbu maqsadlarga nisbatan qanchalik yaxshi ishlayotganligini baholash imkonini beradi (Domínguez va boshq. 2019). Biznes modellarini boshqarish kontekstida KPIlar

ularning hayot aylanishining barcha bosqichlarida biznes modellarini ishlab chiqish va baholashda rahbarlik qilishda muhim ahamiyatga ega. Dizayn bosqichida tashkilotlar yangi biznes modellari uchun o‘lchanadigan maqsadlarni shakllantirish uchun KPI dan foydalanadilar. Amalga oshirish jarayonida tanlangan KPI yangi modelning ishlashini baholash va kuzatish uchun qo‘shimcha ravishda konkretlashtiriladi. Biznes modeli ishga tushirilgandan so‘ng, tashkilotlar o‘z biznes modeli samaradorligini nazorat qilish va o‘z vaqtida moslashish uchun raqobatchilar bilan taqqoslash uchun KPI dan foydalanadilar.

Akademik adabiyotlarda biznes modeli KPI larini aniqlashga qaratilgan bir qancha tadqiqot hissalari haqida xabar berilgan. Mavjud tadqiqotlar, asosan, tarmoq tashkilotlari uchun KPI yoki elektron biznes modellari kabi muayyan biznes modeli turiga bag'ishlangan KPI ro‘yxatlaridan iborat. Bundan tashqari, biznes modellari uchun KPI ta'rifini qo‘llab-quvvatlash uchun bir qancha usullar va ramkalar ilgari surilgan.

Ushbu hissalarga qaramay, KPI biznes modeli bo‘yicha mavjud bilimlar parchalanib ketgan. Hozirgi vaqtda tadqiqotchilar akademik adabiyotlarda qaysi biznes modeli KPI taklif qilinganligi va mavjud tadqiqotlar tashkilotlarning biznes modeli KPIlarini tizimli ravishda boshqarishda qanday qo‘llab-quvvatlashi haqida umumiy ma'lumotga ega emaslar. Shu bilan birga, amaliyotchilar o‘z tashkilotlarining biznes modellari uchun tegishli KPIlarni aniqlashda hali ham qiyinchiliklarga duch kelishmoqda. To‘g'ri KPI bo‘lmasa, ko‘zda tutilgan biznes modeli dizayni va uni amalga oshirish o‘rtasida bo‘shliq paydo bo‘lishi mumkin, bu esa ko‘plab istiqbolli natijalarga olib keladi.

Ushbu tadqiqot bo‘shlig'ini bartaraf etish uchun biz biznes modeli KPI bo‘yicha adabiyotlarning hozirgi holatini tahlil qilish va birlashtirishni maqsad qildik. Shunga ko‘ra, biz tadqiqotimizni boshqarish uchun quyidagi tadqiqot savolini (RQ) tuzdik:
RQ Biznes modellari bilan bog'liq qaysi KPI akademik adabiyotlarda ko‘rsatilgan va ular qanday boshqariladi?

Bu savolga javob berish uchun biz biznes modeli KPI bo‘yicha mavjud tadqiqotlarni aniqlash uchun tizimli adabiyotlarni ko‘rib chiqdik.
Biz mavjud ishlarni takroriy ravishda kontseptsiya matritsasida tasnifladik, ular biznes modeli KPIlarini boshqarishga qanday hissa qo‘shayotganini tahlil qilish va adabiyotdagi asosiy kamchiliklarni aniqlash. Bundan tashqari, biz tanlangan tadqiqotlarda eslatib o‘tilgan biznes modeli KPIlarini ajratib oldik va ularni biznes modeli o‘lchovlari bo‘yicha tuzilgan katalogga sintez qildik.

Bizning sharhimiz biznes modeli KPI bo‘yicha tadqiqotlarning tizimli umumiy ko‘rinishi va tanqidiy bahosini taqdim etish orqali biznes modelini o‘rganishga hissa qo‘shadi. Shunday qilib, bizning tadqiqotimiz adabiyotdagi biznes modellari uchun KPI va ularni qanday boshqarish mumkinligini o‘rganish bo‘yicha ko‘plab qo‘ng'iroqlarga javob beradi. Adabiyotlarni ko‘rib chiqish va sintez qilish asosida biz biznes modeli KPI va ularning tegishli boshqaruvi bo‘yicha keyingi tadqiqotlar uchun yo‘llarni ishlab chiqdik. Tashkilotlar o‘z hayotlarining barcha bosqichlarida o‘z biznes modellarini samarali boshqarish uchun qabul qilishi mumkin bo‘lgan biznes modeli

KPI boshqaruvi bo‘yicha mavjud yondashuvlarni ko‘rib chiqish orqali amaliyotga hissa qo‘shamiz.

Bundan tashqari, tashkilotlar o‘zlarining biznes modellari uchun KPI ni aniqlash va aniqlash uchun KPI katalogidan foydalanishlari mumkin. Katalog tashkilotning o‘ziga xos konteksti va ehtiyojlariga moslashtirilishi mumkin bo‘lgan biznes modeli KPIlarining keng qamrovli toifalarini taqdim etadi.

So‘nggi yigirma yil ichida biznes modeli kontseptsiyasi axborot tizimlari, strategik menejment, texnologiya va innovatsiyalarni boshqarish kabi bir qancha tadqiqot sohalarida ahamiyat kasb etdi va yaqinda ekologik barqarorlik va ijtimoiy tadbirkorlik. Yillar davomida tadqiqotchilar kontseptsiyaning bir nechta biznes modeli ta'riflari va talqinlarini taklif qilishdi.

Misol uchun, Magretta (2002) ga ko‘ra, biznes modeli tashkilot qanday ishlashini tushuntiruvchi hikoya bilan tavsiflanishi mumkin. Casadesus-Masanell va Ricart (2010) ga ko‘ra, biznes modellari strategik tanlovlar va bu tanlovlarning oqibatlaridan iborat bo‘lib, ular tashkilotning amalga oshirilgan strategiyasini aks ettiradi. Boshqa tadqiqotchilar biznes modellarini faoliyat tizimlari (Zott va Amit 2010), modellar (Baden-Fuller va Morgan 2010) va takrorlanuvchi biznes muammolarini hal qilish uchun konfiguratsiya naqshlari sifatida tekshirdilar.

Ushbu keng ko‘lamli tadqiqotlarga qaramay, tadqiqotchilar hali biznes modeli ta'rifi bo‘yicha kelishuvga erisha olishmadi.

Shunga qaramay, Foss va Saebi (2017) ga ko‘ra, hozirgi adabiyotdagi ko‘pgina ta'riflar biznes modelini "qiymatni yaratish, etkazib berish va ushlash mexanizmlari dizayni yoki arxitekturasi" sifatida belgilaydigan Teece (2010) bilan mos keladi. Biz ushbu konvergentsiyaga amal qilamiz va ushbu tadqiqotda Teece (2010) ta'rifini qabul qilamiz. Yaxshi ishlab chiqilgan biznes modeli tashkilot qanday qiymat taklifini taklif qilishini, maqsadli mijoz kimligini, buni qo‘llab-quvvatlash uchun qanday imkoniyatlar zarurligini va bu bilan qanday xarajatlar va foydalar bog'liqligini tavsiflaydi (Gassmann va boshq. 2014; Turetken va boshq. 2019).

AT nuqtai nazaridan biznes modeli tashkilotning biznes strategiyasi va biznes jarayonlari, shu jumladan uning axborot texnologiyalari (IT) tizimlari o‘rtasida oraliq kontseptual qatlam sifatida ishlaydi (Al-Debei va Avison 2010; Veit va boshq. Ushbu tashkiliy qatlamlar orasidagi asosiy farqlardan biri har bir kontseptsiya taqdim etadigan ma'lumotlarning tabiatidir (Al-Debei va Avison 2010). Biznes strategiyasi tashkilotning ma'lum bir sohada qanday raqobatlashishiga oid yuqori darajadagi tanlovlarni taqdim etsa-da, biznes modeli tashkilotning o‘z mijozlari uchun qanday qiymat yaratishi va undan qanday qiymat olishi haqidagi taktik tanlovlarini tasvirlaydi (Magretta 2002; Casadesus-Masanell va Rikart 2010). Aksincha, biznes jarayonlari tashkilotning operatsiyalari qanday amalga oshirilishini batafsilroq tavsiflaydi (Gordijn va boshq. 2000; Turetken va boshq. 2019). Shunday qilib, biznes modeli tahlil va innovatsiyaning alohida birligi sifatida paydo bo‘ldi (Zott va Amit).

2013 yil; Saebi va boshqalar. 2017) mahsulotlar, xizmatlar va biznes jarayonlari kabi boshqa tushunchalar doirasidan oshib ketadi (Bucherer va boshq. 2012; Frankenberger va boshq. 2013; Lara Machado va boshq. 2022).

Biznes modellarini butun hayot aylanishi davomida boshqarishni qo‘llab-quvvatlash uchun adabiyotda bir nechta ramkalar, usullar va dasturiy vositalar ilgari surilgan (Bouwman va boshq. 2012; Schwarz and Legner 2020). Tadqiqotda ham, amaliyotda ham biznes modelining eng ta'sirli asosi Osterwalder va Pigneur (2010) tomonidan ishlab chiqilgan Business Model Canvas (BMC) hisoblanadi. Dastlab Biznes Modeli Ontologiyasiga (Osterwalder 2004) asoslangan BMC biznes modellarining to‘qqizta asosiy blokidan iborat, ya'ni qiymat takliflari, mijozlar segmentlari, mijozlar bilan munosabatlar, kanallar, asosiy hamkorlar, asosiy faoliyatlar, asosiy resurslar, xarajatlar. tuzilishi va daromad oqimlari (Osterwalder va Pigneur 2010). U kvazi-standart sifatida namoyon bo‘ladi biznes modellarini tahlil qilish va muloqot qilish uchun (Massa va boshq. 2017; Foss and Saebi 2018). Boshqa tez-tez qo‘llaniladigan biznes modeli ramkalari va kontseptualizatsiyalari birlashgan biznes modeli asoslarini (Al-Debei va Avison 2010), STOF modeli (Bouwman va boshq. 2008) va Business Model Navigator (Gassmann va boshq. 2014) o‘z ichiga oladi. Ushbu biznes modeli vositalari manfaatdor tomonlar o‘rtasidagi hamkorlik va biznes modellari bo‘yicha muloqotni osonlashtiradigan chegara ob'ektlari sifatida ishlaydi (Schwarz va Legner 2020).

Amalda, ko‘pchilik tashkilotlar turli mijozlar segmentlari yoki tarmoqlariga mo‘ljallangan bir nechta biznes modellarini qabul qiladilar (Schwarz et al. 2017). Masalan, Mercedes-Benz an'anaviy avtomobil ishlab chiqarish biznes modelini "Share Now" (ShareNow 2022) brendi ostida avtomobil almashish biznes modeli bilan to‘ldirish uchun BMW bilan hamkorlik qilishga qaror qildi. maqsadli mijozlari, qiymat takliflari va ularni amalga oshirish uchun zarur resurslar va tadbirlar nuqtai nazaridan, turli biznes modellari turli xil biznes modeliga ega bo‘ladi.

Tashkilotlar o‘z maqsadlariga qay darajada erishilayotganligini aniqlash uchun o‘z faoliyati va tizimlarini baholashlari kerak. Shuning uchun ular samaradorlikni o‘lchash faoliyatini amalga oshiradilar, buning uchun ular asosiy samaradorlik ko‘rsatkichlari (KPI) deb nomlanuvchi ko‘rsatkichlardan foydalanadilar (Domínguez va boshq. 2019). KPI "tashkilotning joriy va kelajakdagi muvaffaqiyati uchun eng muhim bo‘lgan tashkiliy samaradorlik jihatlariga e'tibor qaratadigan ko‘rsatkichlar" deb ta'riflanadi (Parmenter 2020, p.)

KPI o‘zgarishlarning ta'sirini o‘lchash uchun ishlatiladi va shuning uchun "baholash mezonlari" (samaradorlik o‘zgargan yoki o‘zgarmaganligini baholash uchun foydalaniladi) va "muvaffaqiyat omillari" (samaradorlik ortida turgan omillarni tushuntirish uchun ishlatiladi) kabi boshqa ishlash tushunchalaridan farq qiladi. (Parmenter 2020). Samaradorlikni o‘lchash uchun KPI dan foydalanish amaliyotda qo‘llaniladigan eng keng tarqalgan yondashuv bo‘lib, Advanced Performance Institute (Advanced Performance Institute) tomonidan o‘tkazilgan global so‘rov natijalariga ko‘ra, samaradorlikni baholash, missiya va qarashlar bayonnomalari va Lean/Six Sigma boshqaruvi kabi boshqa usullar va vositalardan ustun turadi. Marr 2012).

KPI turli tashkiliy darajalarda ishlashni o‘lchash uchun ishlatiladi. Strategik darajadagi KPI ko‘pincha tashqi manfaatdor tomonlar nuqtai nazaridan kelib chiqsa-da, taktik darajadagi menejerlar (ya'ni biznes modeli darajasi) resurslarni taqsimlash

va biznes faoliyatini strategik maqsadlarga qarab baholash uchun KPI dan foydalanadilar (Chennell va boshq. 2000; Gunasekaran et al. boshq. 2004). Operatsion darajada, mijozga mahsulot va xizmatlarni etkazib berishni qo‘llab-quvvatlaydigan biznes jarayonlarini baholash uchun operatsion samaradorlik ko‘rsatkichlari va ko‘rsatkichlari qo‘llaniladi (Del-Rio-Ortega va boshqalar.
2013 yil; Van Looy va Shafagatova 2016). Biznes jarayonlari samaradorligini o‘lchash uchun KPI dan foydalanish tadqiqot va amaliyotda yaxshi tasdiqlangan tushuncha bo‘lsa-da (masalan, Wieland va boshq. 2015; Van Looy va Shafagatova 2016), unchalik e'tibor berilmagan.

Biznes modellarining ishlashini o‘lchash va boshqarish uchun tegishli KPIlarni aniqlash uchun to‘lanadi (Nielsen et al. 2018).
Odatda, tegishli KPIlarni aniqlash va tahlil qilish samaradorlikni o‘lchash usullari va tizimlari tomonidan tavsiya etilgan samaradorlikni o‘lchash faoliyatining bir qismidir (Nudurupati va boshq. 2011). Ushbu vositalar tashkilotlarga turli sohalarda, jumladan strategik menejment (Kaplan va Norton 1996), biznes-jarayonlarni boshqarish (Leyer va boshq. 2015), korxona arxitekturasi (Schelp va Stutz 2007) kabi turli sohalarda samaradorlikni o‘lchash faoliyatini rejalashtirish va o‘tkazishda yordam beradi. ta'minot zanjiri boshqaruvi (Gunasekaran va boshq. 2004). Eng mashhur ish faoliyatini o‘lchash tizimlaridan biri Kaplan va Norton (1992, 1996) tomonidan ishlab chiqilgan Balanced Scorecard (BSC) hisoblanadi. BSC tashkilotning strategik maqsadlarini tashkiliy samaradorlikning to‘rtta o‘lchoviga asoslangan o‘lchanadigan natijalarga aylantirish uchun ishlatiladi: moliyaviy, mijozlar, ichki biznes jarayonlari, o‘rganish va o‘sish.

Bu tadqiqot va amaliyotda eng ko‘p qo‘llaniladigan samaradorlikni o‘lchash tizimidir (Neely va boshq. 2005; Bain & Company 2018). Adabiyotda tez-tez muhokama qilinadigan boshqa usullar va tizimlar orasida ishlash piramidasi (Cross and Lynch 1988), unumdorlikni o‘lchash matritsasi (Keegan va boshq.
1989), Maqsad savoliga metrik yondashuv (Basili va boshq. 1994) va ishlash prizmasi (Neely va boshq. 2001).

Biznes modelining ishlashi firma faoliyatidan farq qiladi. Mercedes-Benz avtomobilsozlik kompaniyasi misolida bo‘lgani kabi, mijozning qoniqishini kompaniyaning umumiy strategiyasi va faoliyatini baholash uchun tashkiliy KPI sifatida o‘lchash mumkin (Williams and Naumann 2011). Biroq, Mercedes-Benz bir nechta biznes modellarini parallel ravishda boshqarayotganligi sababli (ya'ni, ishlab chiqarish va avtomashinalarni taqsimlash biznes modeli), tashkilot mijozlarning qoniqishini turli yo‘llar bilan alohida o‘lchashni xohlaydi. mijozlar segmentlari, ular qanday ishlashini boshqarish. Bundan tashqari, turli biznes modellari turli xil biznes modeli KPIlarini talab qiladi. Masalan, Mercedes-Benz o‘zining ishlab chiqarish biznes modelida taklif etayotgan qiymat taklifi uning avtomobil almashish biznes modelining qiymat taklifidan farq qiladi. Ushbu ikki xil biznes modellari, shuningdek, noyob daromad modeli va uni qo‘llab-quvvatlash uchun maxsus biznes jarayonlari va faoliyatiga ega.

Shunday qilib, Mercedes-Benz o‘z ish faoliyatini boshqarish uchun har bir biznes modeli uchun turli KPIlarni belgilashni xohlaydi.

2.3 Biznes modelini baholash va asosiy samaradorlik ko‘rsatkichlari so‘nggi yillarda biznes modelini baholash bilan bog'liq nashrlar sonining ko‘payishi kuzatildi (Budler va boshq. 2021; Gilsing va boshq. 2022). Biznes modellarini baholash biznes-modelni boshqarish hayotiy tsiklining turli bosqichlarida amalga oshiriladi. Dastlabki bosqichlarda (masalan, dizayn) turli xil biznes modeli dizayn muqobillarini baholash va dizayn qarorlarini qo‘llab-quvvatlash uchun baholash tadbirlari amalga oshiriladi (Mateu va Escribá-Esteve 2019; Gils).

Foydalanilgan adabiyotla

1.Afuah A, Tucci CL (2003) Internet business models and strategies: text and cases, 2nd edn. McGraw- Hill, New York

2.Al-Debei MM, Avison D (2010) Developing a unified framework of the business model concept. Eur J Inf Syst 19:359–376. https://doi.org/10.1057/ejis.2010.21

3.Andries P, Debackere K (2007) Adaptation and performance in new businesses: understanding the mod- erating effects of Independence and industry. Small Bus Econ 29:81–99. https://doi.org/10.1007/ s11187-005-5640-2

4.Augenstein D, Fleig C (2018) Designing for Business Model Comprehension - Principles for an extended business model tool. In: ECIS 2018 Proceedings

5.Baden-Fuller C, Morgan MS (2010) Business models as models. Long Range Plann 43:156–171. https:// doi.org/10.1016/J.LRP.2010.02.005

6. Bain & Company (2018) Management Tools & Trends. https://www.bain.com/insights/management- tools-and-trends-2017/. Accessed 18 Sep 2021

7.Bandara W, Miskon S, Fielt E (2011) A systematic, tool-supported method for conducting literature reviews in information systems. In: ECIS 2011 Proceedings

8.Basili VR, Caldiera G, Rombach HD (1994) The goal question metric approach. In: Caldiera G, Rombach DH (eds) Encyclopedia of software engineering. Wiley, New York City, pp 528–532

9.Batocchio A, Ferraz Minatogawa VL, Anholon R (2017) Proposal for a method for business model per- formance assessment: toward an experimentation tool for business model innovation. J Technol Manag Innov 12:61–70. https://doi.org/10.4067/S0718-27242017000100007

10. Bouwman H, van den Ham E (2004) Business models and e-metrics, a state of the art. E-Life after the Dot Com Bust. Physica-Verlag HD, Heidelberg, pp 83–100. https://doi.org/10.1007/ 978-3-662-11659-3_5

11. Bouwman H, de Vos H, Haaker T (2008) Mobile service innovation and business models. Springer, Berlin.

12. Farg‘ona Politexnika instituti Ilmiy-texnika jurnali 2023 yil Tom-27.№2 KPI asosida xodimlarni rag‘batlantirish R.M.Zulunov .J.M.Ahmatjonov 247-251 betlar.