

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ

НАМАНГАН МУХАНДИСЛИК-ПЕДАГОГИКА ИНСТИТУТИ

ИЎ ТИСОДИЁТ ФАКУЛЬТЕТИ

«МЕНЕЖМЕНТ» ТАЪЛИМ
ЙЎНАЛИШИ ТАЛАБАЛАРИ УЧУН

БИЗНЕС РЕЖА

ФАНИДАН МУАММОЛИ МАЪРУЗАЛАР МАТНИ

Наманган - 2006

Маърузалар матни «Менежмент» таълим йўналишидаги талабалар учун тавсия бўлиниди.

Тузувчи: доц. Б.Умаров
“Менежмент” кафедраси доценти

Таъризчилар: Р.Ахмедов
НамМИИ, “Менежмент” кафедраси
муdiri, доцент, иш тисод фанлари номзоди

Б.Шарипов
НамМИИ, “Молия, бухгалтерия хисоби ва
аудит” кафедраси доценти,
иш тисод фанлари номзоди

Маърузалар матни “Менежмент” кафедрасининг 2006 йил _____даги № _____-сонли йиғилишида мушоақа бўлиниди ва маъбулланди.

Маърузалар матни институт илмий-услубий кенгашининг 2006 йил _____даги йиғилишида кўриб чиқилди ва чоп этишга рухсат этилди.
(Баённома № _____)

1 - маъруза

Мавзу: Кириш. Корхона фаолиятида бизнес режанинг ўрни

Ўқув модули бирликлари:

1. Бизнес режанинг моҳияти ва аҳамияти
2. Бозор иқтисодийёти шароитида корхоналарни ривожланишида бизнес режанинг роли
3. Бизнес режанинг мақсади ва вазифалари

Аниқлаштирилган ўқув мақсадлари (талабанинг вазифалари). Талаба ушбу мавзунини тўла ўзлаштиргандан сўнг:

Бизнес режанинг моҳияти ва аҳамиятини, уни корхоналарни ривожланишидаги ролини, бозор иқтисодийёти шароитида бизнесни қандай режалаштиришни, бизнес режанинг асосий вазифаларини ва қозирги кунда бизнес уни долзарблигини билиб олади.

Муаммо: Бизнес режа нима? Бозор иқтисодийёти шароитида корхоналарни ташкил этиш ва ривожлантиришда бизнес режанинг ўрни ва мақсади нималардан иборат? (мавзунини диққат билан ўқинг ва жавобини топинг)

1.1. Бизнес режанинг моҳияти ва аҳамияти

Мамлакатимизда амалга оширилаётган иқтисодий ислохотларнинг муваффақияти кўп жиҳатдан мулкни давлат тасарруфидан чиқариш, хусусийлаштириш, қўшма корхоналар тузиш, корхоналарни очиқ турдаги акциядорлик жамиятларига айлантириш, айланиш кичик қамда хусусий тадбиркорликни ривожлантиришга боғлиқдир.

Агарда жапон иқтисодийётида XX асрнинг биринчи ярмида ишлаб чиқаришни концентрациялаш, яъни йириклаштириш қолати қузатилган бўлса, унинг иккинчи ярмидан бошлаб эса тескари қолат, яъни кичик ва ўрта бизнесни ривожлантиришга катта аҳамият берилмоқда.

Сўнгги пайтларда кичик ва ўрта бизнес ўзининг бир қатор афзалликлари туфайли ривожланган давлатларнинг иқтисодийётидаги салмоқли тобора ортиб бормоқда. Масалан, Япониянинг кичик корхоналарида барча мамлакат ишчиларининг 80 фоизи ишламоқда. Германия ва Нидерландиядаги кичик ва ўрта корхоналар қиссасига экспорт қилинаётган саноат маҳсулотининг 40% туғри келади. АҚШда эса сўнгги 10 йил ичида кичик корхоналар эвазига 20 млн. янги иш жойи вужудга келтирилди.

Кичик ва ўрта корхоналарни ташкил этиш қамда ривожлантириш учун энг муҳим масалалардан бири улар фаолияти учун инвестициялар (шу жумладан, хорижий инвестициялар)ни жалб қилишдир. Бунинг учун керакли инвестицияларнинг самарадорлигини қар томонлама асослаб берувчи таклифлар ва ҳулосаларни ўзида мужассамлаштирган бизнес режа муҳим аҳамият касб этади.

Бозор муносабатлари ривожланган сари режанинг аҳамияти тобора ортиб боради. Бирон-бир ишлаб чиқариш, хусусан, тижорат қоясини режасиз амалга ошириб бўлмаслиги хорижий ишбилармонлар аллақачон тушуниб етишган. Бу ерда

гап аввалги «беш йиллик» режаларимиз Π а Π ида кетмаяпти. Хорижий мамлакатларнинг «беш йиллик» режалари бутунлай бош Π а ача усулда тузилади.

Бозор и Π тисодиётида бизнес режа тадбиркорликнинг асосини ташкил этади, дейиш мумкин. У фирма ра Π барларининг ўз ма Π садларига Π андай эришишларини, Π илинаётган Π аражатларнинг Π анча ва Π т ичида Π опланишини, ишнинг даромадлигини Π ай даражада бўлишини асослаб беради.

Бизнес-режа корхона (фирма)нинг ривожланиш стратегиясини белгилаб берадиган асосий Π ужжатлардан бири бўлиб, у:

- корхона ра Π барларига стратегия Π олатини ани Π лаб билишга ёрдам бериб фирмани самарали бош Π аришга олиб келади;

- бозор и Π тисодиёти шароитида бизнесни Π андай режалаштириш ва амалга оширишни ўргатади;

- Π а Π и Π ий фаолиятни режалаштирилган кўрсаткичлар билан та Π ослашга Π амда ўз ва Π тида уларга ўзгартиришлар киритишга ёрдам беради;

- корхона фаолияти бўйича керакли ахборотларни банкларга инвесторларга ва кредиторларга таклиф этади.

Яхши ишлаб чи Π илган бизнес режа фирмага ма Π сулот ишлаб чи Π ариш (ёки хизматлар)нинг ўсиб боришини таъминлаш, унинг исти Π болларини белгилаб олиш, янги товарлар ишлаб чи Π иш ва янги хизмат турларини яратиш, товарлар (хизматлар) бозорида ўз мав Π еини эгаллаб олиш ва мўлжалланган бош Π а ма Π садларга эришишга ёрдам беради.

Бизнес режа доимий Π ужжат бўлиб, мунтазам равишда янгиланган борилади, унга Π ам фирмани ичида, Π ам и Π тисодиётдаги шароитларга Π араб ўзгартиришлар киритиб турилади. Одатда Π ар бир фирма бизнес режа тузади, лекин уни тайёрлаш имкониятлари Π амма фирмаларда Π ам мавжуд бўлмаслиги мумкин. Шунинг учун бизнес режани ишлаб чи Π иш учун кичик фирмалар консалтинг ташкилотлари мута Π ассисларини жалб этишлари мумкин.

Бизнес-режа фирманинг муайян бозордаги фаолиятининг ани Π йўналишини ўрганиш ма Π садида ўтказиладиган тад Π и Π отлар ва ташкилий ишнинг натижаси бўлганлиги учун у Π уйидагиларга асосланади:

- муайян товарлар (хизматлар) бозорини янги турдаги буюмлар ёки янги хил хизматлар билан тўлдириш;

- фирманинг заиф ва кучли томонларини ани Π лаб, ўзига хос хусусиятларни ва ўзига ўхшаш бош Π а фирмалардан фар Π ларини билиб олиш ма Π садида Π ар томонлама ўтказиладиган ишлаб чи Π ариш-хўжалик ва тижорат та Π лили;

- ани Π вазифаларни амалга ошириш учун Π ўлланиладиган молиявий, техник-и Π тисодий ва ташкилий механизмлар.

Бизнес-режа фирманинг ривожланиш стратегияси ва исти Π болини белгилаб берадиган асосий Π ужжатдир. Шу билан бирга у стратегиянинг и Π тисодий ва молиявий жи Π атларини бир мунча батафсил баён этади. Ани Π , тайин чоратадбирларни техник-и Π тисодий жи Π атдан асослаб беради. Стратегияни амалга ошириш техник-ташкилий ва и Π тисодий ўзгаришларни маълум ва Π тгача ўзаро бо Π ланган бутун бир тизими сифатида тузилган кенг инвестиция дастурларига асосланади. Бизнес режа инвестицион дастурнинг одатда бир неча йил ичида амалга оширилиши керак бўлган Π исмини ўз ичига олади.

Бизнес-режа бир Π анча вазифаларни Π ал Π илишга имкон беради. Буларнинг асосийлари Π уйидагилардир:

-фирма тарафиди (стратегияси, концепциялари, лойиҳалари) йўналишларининг иқтисодий жиҳатдан маъсадга мувофиқлигини аниқлаш:

-фаолиятдан кутилаётган молиявий натижалар, биринчи навбатда сотув хажмлари, сармоядан олинadиган даромад ва фойданинг миқдорини аниқлаш;

-танлаб олинган стратегияни амалга ошириш учун керакли маблағлар манбаини, яъни молиявий ресурсларини жамлаш усуллари белгилаш;

-мазкур режани амалга оширадиган ходимлар малакаси, сони ва уларга тўланадиган иш ҳақи ва фондини аниқлаш.

Бизнес-режа бўлмаси шериклар билан музокаралар олиб борилаётганда бизнес таклифи учун асос бўлиб хизмат қилади. Шу билан биргаликда у ходимларни фирма фаолиятига жалб қилиш учун ҳам асосдир.

Бизнес-режадан инвесторлар фирмага кредиторларни таклиф қилишда ҳам фойдаланади. Инвесторлар таваккал қилиб сармоя беришдан аввал уни ҳар томонлама ўрганиб, пухта ишлаб чиқилганлигига ишонч ҳосил қилишлари керак. Бизнес-режада асосий муҳим масалалар ёритилган, унинг материаллари раво ва тушунарли қилиб баён этилган бўлиши керак. У ҳар хил тоифадаги одамларга, хатто маъсулот (хизматлар) ва бозор тўғрисидаги билимлари чекланган кишиларга ҳам тушунарли бўлмоғи лозим.

1.2. Бозор иқтисодиёти шароитида корхоналарни ривожланишида бизнес режанинг роли

Мамлакатимизда тадбиркорликни ривожлантириш учун бизнес режанинг муҳимлиги, юқорида кўрсатилганлардан ташқари, яна қуйидаги учта вазият билан белгиланади:

- биринчидан, иқтисодиётимизга янги тадбиркорлар авлоди кириб келмоқда. Уларнинг кўпчилиги ҳеч қачон мустақил иш юритмаганлар, корхона (фирма)ни бошқармаганлар. Шу сабабли улар бозор иқтисодиётида вужудга келадиган муаммоларни тасаввур ҳам қила олмайдилар;

- иккинчидан, бутунлай ўзгариб бораётган ҳўжалик фаолияти соҳаси хатто катта тажрибага эга бўлган рақибларни ҳам ишдаги ҳар бир қадамни бошқача босишни, назоратча бизга ёт бўлган рақобатга тайёр туришни тақозо этади.

- учинчидан, агар биз хориждан инвестиция олмоқчи бўлсак, у ҳолда фикр-мулоҳаза, таклифларимизни бериш қобилиятига эга бўлишимиз, инвестиция маблағларининг ҳар бир жиҳатини хорижий тадбиркорлардан қилишимайдиган даражада ишлаб чиқара олишимиз керак;

Бизнес-режа бу менежернинг бозор иқтисодиётида тадбиркорликнинг шакллари ва фаолият соҳаси ҳамда қўламадан қатъий назар қўллайдиган махсус қуролидир.

Қўйилган маъсадга мувофиқ ишни қандай бошлаш, ишлаб чиқаришни қандай самарали юргизиш ва товарни қай тарзда бозорга олиб чиқиш, қачон дастлабки даромадни олиш, таваккалчилик хавфини қандай камайтириш, рақобат курашида қайси йўл билан ютиб чиқиш каби масалаларнинг ечими тадбиркорнинг бизнес режасида ўзининг ифодасини топган бўлиши керак.

Тадбиркорда янги маъсулот тайёрлашни ўзлаштириш ёки янги хизмат кўрсатишни ташкил этиш фикри пайдо бўлган бўлса, у албатта ўз бизнес режасини ишлаб чиқариши.

Бизнес режани ишлаб чиқишда унинг ҳар томонлама пухта ва асосланган бўлишини таъминлаш бошланаётган ишнинг муваффақиятини ҳал қилувчи даражада белгилаб беради. Шу билан биргаликда бундай режа тадбиркор қоясини (ўйлаган ишини) бошқа манфаатдор кишиларга етказиш воситаси ҳам бўлиб хизмат қилади. Бизнес режасиз тадбиркорлик фаолиятини режалаштириш ва умуман амалга ошириш мумкин эмаслигини алоҳида таъкидлаб ўтиш лозим.

Бизнес-режа корхонанинг иш жараёнини тасвирлаб, корхона рақибларининг ўз мақсадларига қандай эришишларини, биринчи навбатда ишнинг даромад келтиришини қай тариқа ошириш мумкинлигини кўрсатиб беради. Яхши ишлаб чиқилган бизнес режа корхонанинг ўсиб боришига, бозорда янги маҳсулларни қўлга киритишга, ўз тараққиётининг истиқболларини белгилаб олишга, янги товарлар ишлаб чиқариш ва янги хизмат турларини яратишга мўлжалларни амалга оширишнинг мақсадга мувофиқ усулларини танлаб олишга ёрдам беради.

Бизнес режа корхонанинг ички қўлжати бўлибгина қолмасдан, балки ундан инвесторлар ва кредиторларни таклиф қилишда ҳам фойдаланиш мумкин. Инвесторлар таваккал қилиб сармоя беришдан аввал лойиҳанинг пухта ишлаб чиқилганлигига ишонч ҳосил қилишлари ва унинг самарали эканлигидан қабардор бўлишлари керак. Улар сармоя бериш имкониятларини кўриб чиқишдан олдин бизнес-режани синчиклаб ўрганиб чиқишади, сўнгра лойиҳани ишлаб чиққанлар билан учрашадилар.

Жаҳон амалиёти шуни кўрсатмоқдаки бизнес-режа ҳамма учун ўта зарурдир. Унинг долзарблиги қўйидагилар билан белгиланади:

Биринчидан, хўжалик юритувчи субъектлар бозор шароитида вужудга келадиган муаммоларни тасаввур эта олмайдилар. Уларга жавоб бера оладиган даражада тайёр эмаслар.

Иккинчидан, бутунлай ўзгариб бораётган хўжалик фаолияти соҳаси катта тажрибага эга бўлган рақибларнинг ҳам иш юритишда ўзгартириш киритишларини таъқозо этади ва айниқса, қозирги кунда бу нарса-рақибобатга тайёр туришга чақиради.

Учинчидан, хориждан инвестиция олиш зарур, бунинг учун буюртмаларимизни исботлаб бериш қобилиятига эга бўлишимиз, инвестиция маблақларини ҳар бир жиҳатини хорижий тадбиркорлардан қилишмайдиган даражада ишлаб чиқишимизни инвесторларга кўрсата олишимиз керак.

Бу муаммоларни ечиш учун бизнес-режа керак ва у бизга олдинги биз кўниккан техник-иқтисодий асослаш қўлжатини ўрнини босиши керак.

Бизнес-режа қўйидаги вазифаларни ҳал қилишга имкон беради:

-корхона тараққиёти (стратегия, дастур, лойиҳа) йўналишларининг иқтисодий жиҳатдан мақсадга мувофиқлигини асослаш;

-фаолиятнинг кутилаётган молиявий натижаларини, биринчи галда, сотув кўламини, сармоядан олинadиган даромадлар, фойдани қисоблаб кўриш;

-танлаб олинган стратегияни амалга ошириш учун зарур бўлган маблақлар манбаини, яъни молиявий ресурсларни жамлаш усулларини белгилаш;

-мазкур режани амалга оширадиган ходимларни танлаб олиш ва қўладо.

Қўйилган мақсадга мувофиқ, ўз ишини қандай бошлаш, қай усулда ишлаб чиқаришни самарали юргизиш ва товарни бозорга олиб чиқиш мумкин, янги ишлаб чиқаришни ким ташкил этади ва қачон дастлабки даромад олинади, таваккалчиликни қандай камайтириш, оёққа туриб олиш ҳамда рақибобат курашида

ютиб чиқиш мумкин каби саволларга корхона рақбари ёки тадбиркор ўзининг бизнес-режасини ишлаб чиқишда жавоб олади.

Бизнес режани тузишда корхона рақбарининг шахсий иштироки зарурдир. Шунинг учун ҳам кўпинча хорижий мамлакатлар банклари ва инвесторлари агар бизнес-режа бошидан охиригача четдан жалб қилинган консультант томонидан ишлаб чиқилиб, рақбар унга фақат ўл қўйганлигини билиб қолсалар, лойиҳага маблаъ беришдан бош тортадилар.

Бу дегани бизнес-режа ишлаб чиқишда маслаҳатчилар хизматидан фойдаланмаслик керак, дегани эмас, аксинча, инвесторлар томонидан эксперт маслаҳатчиларни хизматидан фойдаланиш қўллаб-қувватланади. Гап бошқа нарсада. Бизнес режани ишлаб чиқишда фирма бошлиқининг ёки иш бошловчининг шахсан ўзи иштирок этиши ишни муваффақиятли бошлаш ҳамда якунланишининг кафолати қисобланади.

Таянч сўз ва иборалар:

- 1.1. Кичик бизнес
- 1.2. Бизнес режа
- 1.3. Янги маълумот тайёрлаш
- 1.4. Жаҳон амалиёти
- 1.5. Уч вазият
- 1.6. Бизнес режанинг вазифалари
- 1.7. Бизнес режа маълумоти
- 1.8. Корхона рақбари

Тавсия этилган адабиётлар

1. А.Абдуллаев, А.Айбешов. Бизнес режа. Тошкент, «Молия», 2002 й. 5-13-бетлар.
2. Т.Любанова, Л.Мясоедова, Т.Грамотенко, Т.Олейникова Бизнес план опўт, проблемў. Москва, «ПРИОР», 2000 г. 3-9 бетлар

2-маъруза

Мавзу: Бизнес режа бўлимларининг тавсифи

Ўқув модули бирликлари:

1. Бизнес режа асосий бўлимлари ва уларнинг тавсифи
2. Бизнес режани амалга ошириш жараёни

Аниқлаштирилган ўқув маълумотлари (талабанинг вазифалари). Талаба ушбу мавзунинг тўла ўзлаштиригандан сўнг:

1. Бизнес режани резюме (хулоса) бўлими ва уни тавсифини билади;
2. Бизнес режанинг корхона ҳақида маълумот бўлими ва уни вазифалари ўрганади;
3. Бизнес режанинг товар, маълумот (ёки хизмат) турлари бўлимида ёритиладиган масалаларни тасаввур қила олади;
4. Сотув бозори бўлими ва унда ёритиладиган масалаларни билади; 5. Маркетинг стратегияси бўлими тўғрисида тасаввурга эга бўлади;
6. Ишлаб чиқариш дастури бўлими ва уни вазифаларини билади;

7. Ишлаб чиқаришни ташкил этиш бўлими бўйича тушунчага эга бўлади;
8. Корхонанинг ташкилий режа шакли бўлими ва уни тавсифини баён қила олади;
9. Бизнес режанинг молиявий режа бўлими қанда тасаввурга эга бўлади;
10. Лойиҳанинг рентабеллиги (фойдалилиги)ни қандай аниқлашни билади.

Муаммо: Бизнес режанинг таркибий тузилиши қандай бўлади у қанда нималарни биласиз ва унинг бўлимларида нималар ёритилади?(мавзуни диққат билан ўқинг ва жавобни топинг)

2.1. Бизнес режа асосий бўлимларининг тавсифи

Кўпгина инвесторлар мазмунини бир ёки икки бетда баён этилган лойиҳанинг муҳим хусусиятларини ва афзалликларини билиб олишга имкон берадиган бизнес-режани ўқиб чиқишни ёқтирадилар. Лекин, бизнес-режани мазмунини қисқа ва лўнда қилиб баён этиш жуда қийин. Бу ишни режада алоқанда урғу бериладиган ва қисқача мазмун баёнига киритиладиган асосий тадбирлар (бир ёки иккита таклиф) равшан бўлиб қолган қолдагина мохирона уддалаш мумкин. Қисқача баён этилган мазмун дастлабки хомаси материал бўлиб, бўлғуси инвесторнинг шунга қараб фикр юритишини назарда тутиш керак.

Бизнес-режанинг бирон бир қатъий шаклдаги таркибий тузилиши талаб этилмайди, у қар хил шаклда қанда таркибий тузилишда бўлиши мумкин. Аммо унда қуйидаги масалалар албатта ёритилган бўлиши шарт. Хусусан:

- бизнеснинг мақсади ва асосий қояси;
- ишлаб чиқарадиган мақсулотнинг ўзига хос хусусияти ва улар билан бозор эҳтиёжини қондириш;
- айрим бозор ўзгаришларида фирманинг ҳуқуқ-атвори стратегияси;
- ишлаб чиқаришнинг таркибий тузилиши;
- ишнинг молиявий лойиҳаси (шу жумладан молиялаштириш стратегияси ва инвестициялаш бўйича таклифлар);
- фирмани ривожлантириш истиқболлари.

Таклиф этилаётган лойиҳа (қандай мақсулот ишлаб чиқариш ёки хизмат тури)га қараб бизнес режанинг бўлимлари турлича бўлиши мумкин. Аммо унинг таркибий тузилиши озми-кўпми муайян андозага тушиши керак. Хусусан, қуйидаги бўлимларсиз бизнес-режа олдида қўйилган мақсадларга эришиб бўлмайди:

1. Резюме (Хулоса). Бу бизнес режанинг бошланувчи ва энг қисқа бўлими бўлиб, у ўздан кейин келадиган барча бўлимларнинг умумий хулосасини мужассамлаштиради. Сармоядорлар (уларнинг аксарияти тадбиркорлардир) бизнес режанинг қисқача мазмунини акс эттирувчи 1-2 варақли ушбу бўлимни ўқини мақсул қўрадилар. Чунки улар бу орқали лойиҳанинг энг керакли хусусиятларини ва афзал томонларини қўрадилар. Қисқача мазмунли бу бўлимни тайёрлаш жуда мушкул ишдир ва у бизнес режани тайёрловчи ходимлардан катта маҳорат қанда билимларни талаб қилади.

Бу бўлим бизнес режанинг барча бўлимлари ишлаб чиқилгандан сўнг, улардан олинган хулосаларга таяниб, тайёрланади.

Тадбиркор шу нарсани ёдда тутиши лозимки, мазкур бўлимнинг мазмуни ва ёзилиш сифатига қараб сармоядор (инвестор) лойиҳа қанда қукм чиқаради.

Хулосада жуда қисқа тарзда қуйидагилар ёритилади:

- лойиҳанинг мазмуни, унинг мақсади ва самарадорлиги;
- муайян бозор шароитларидан келиб чиқиб, лойиҳани амалга ошириш мумкинлиги;
- лойиҳани ким ва қандай амалга ошириши;
- лойиҳани молиялаштириш манбалари;
- лойиҳани инвестициялаш (маблағ сарф қилиш)дан келадиган потенциал фойдалар: сотув қажми, ишлаб чиқариш ва сотиш қаражатлари, фойда нормаси, инвестиция маблағларини қайтариш ва қаражатларни қоплаш муддатлари.

2. Корхона қанда маълумот. Бу бўлим доимо бизнес режанинг резюме (хулоса) қисмидан сўнг келтирилади ва унда қуйидагилар ёритилади:

- корхона (фирма)нинг ташкил этилган вақти;
- рўйхатдан ўтганлиги;
- фирма капиталининг структураси;
- фирмага хизмат кўрсатадиган банк;
- фирма рақобарияти қанда маълумот;
- фирманинг ташкилий-бошқарув тузилиши;
- қаридорларнинг фирма қандаги фикри, фирманинг бошқа худди шундай фирмалардан афзаллик томонлари, кимлар унинг товаридан ёки хизматидан фойдаланиши, фирманинг савдо белгиси, асосий қаридорлари ва х.к.

3. Товар, мақсулот (ёки хизмат) турлари. Бу бўлимда қуйидагиларга тўхталиб ўтилади:

- таклиф этилаётган мақсулот ёки хизмат қандай эҳтиёжларни қондиради;
- бозорда қозирги кунда мавжуд бўлган худди шундай мақсулот ёки хизматдан мазкур мақсулот (ёки хизмат)нинг афзалликлари;
- таклиф этилаётган мақсулот ёки хизмат қандай муаллифлик ҳуқуқлари билан химоя қилинади. Таклиф этилаётган мақсулот ва хизматнинг нархлари қандай бўлиши мумкин ва рақобатга қанчалик бардош беради.
- мақсулот ва хизматни сотиш натижасида қанчалик фойда нормасига эришиш мумкин.

4. Сотув бозори. Бунда қуйидагилар ёритилади:

- мақсулотлар ёки хизматларнинг қаридорлари кимлар;
- қозирги пайтда қанда келажакда сотув ҳажми қандай бўлиши мумкин;
- асосий рақобатчилар кимлар, уларнинг сотув ҳажми қанча, маркетинг стратегияси ва даромадлари қандай;
- рақобатчилар мақсулотининг асосий тавсифномаси қанда сифат даражаси қандай;
- рақобатчилар мақсулотлари ёки хизматларини қайси нархларда сотмоқдалар, уларнинг нарх сиёсатлари қандай.

5. Маркетинг стратегияси. Бунда қуйидагиларга тўхталиб ўтилади:

- ички ва ташқи бозорларда худди шундай мақсулот ёки хизматни таклиф этаётган корхона (фирма)лар;
- сотув нархи ва нархни ташкил этиш тизими;
- реклама бўйича керакли чора-тадбирлар, таклиф этилаётган реклама воситалари қанда уларга келадиган қаражатларнинг тузилиши;
- сотишга қўмаклашадиган чора-тадбирлар, қаридорлар учун қўшимча имтиёзлар, сотувдан сўнги хизмат кўрсатиш ва х.к.

6. Ишлаб чиқариш дастури. Бу бўлимда қуйидагиларга ёритилади:

- маълум сулот (ёки хизмат)нинг ишлаб чиқаришни таъсирда ташкил этилиши;
- янги ишлаб чиқариш шувватларини ташкил этиш лозимми ёки корхонанинг ишлаб турган шувватларидан (айта шуввалантириб) фойдаланиш мумкинми;
- режалаштирилаётган корхонада ишлаб чиқаришни энг маълум бул хажми шандай бўлиши керак;
- оптимал шувватларга эришиш учун шандай инвестициялар зарур;
- корхона хом-ашё, бутловчи маълум сулотар шамда бошқала ишлаб чиқариш ресурслари билан шандай таъминланади.
- шандай технология ва воситалардан фойдаланилади;
- корхона бошқала корхоналар билан кооперация усулида ишлайдими ёки шамма нарсани ўзи ишлаб чиқарадими ва х.к.

7. Ишлаб чиқаришни ташкил этиш. Бу бўлимда шуйидагилар ёритилиши керак:

- режалаштирилаётган корхонанинг ташкилий тузилиши;
- корхонани кадрлар билан таъминланганлик даражаси, зарур мутахассислар руйшати, уларнинг малакаси, иш тажрибаси;
- турли категорияда ишловчиларнинг ижтимоий имтиёзларини шўшган шолда иш шали шакллари ва даражаси шандай бўлади;
- корхонанинг технологик чизмаси.

8. Корхонанинг ташкилий режа шакли.

- режалаштирилаётган корхонанинг мулк шакли шамда шувшувий маълуми (хусусий корхона, шиссадорлик жамияти, ижара корхонаси, шўшма корхона ва х.к.);
- корхонада потенциал инвестор шандай шувшувларга эга бўлади (бошқаришда шатнашиши, акциялар пакетидаги шиссаси ва х.к.);
- режалаштирилаётган корхонанинг хомийлари (спонсорлари) ёки инвесторлари кимлар (давлат ташкилоти, банк, хусусий корхона ва бошқалар);
- мавжуд хомийлар ёки инвесторлар учун шандай шувшувлар берилган (бошқариш, молиявий назорат ва бошқала масалалар бўйича);
- ушбу мулк шаклидаги корхона шандай юридик шувшувларга эга (корхонанинг шувшувий статусини тартибга соладиган нормаларини шисшача ёритади), потенциал инвестор, унга бериладиган шувшувларга эга бўлиш учун шандай юридик шолатларни амалга ошириш керак (биргаликда эгалик шилиш, хомийлик, акционер) ва бу жойдаги миллий шонунлар бўйича шандай шувшувий жавобгарликка эга ва х.к.

9. Молиявий режа бу бўлимида шуйидагилар ёритилиши керак.

- корхонани ташкил шилиш учун шанча мишдорда умумий инвестиция (сармоя) керак;
- молиялаштириш манбалари шандай (акциялар сотиш, шимматбапо шолшозлар чиқариш, банк кредитини олиш, корхонани ташкил этаётганларнинг ўз маблаши ва х.к.);
- узоқ муддатли инвестицияларга ва айланма капиталга бўлган штиёжларни шондириш учун шандай шартлар асосида молия маблашлари жалб этилади.

10. Лойишанинг рентабеллиги (фойдалилиги). Бу бўлимда шуйидагилар ёритади:

- корхонани ташкил этиш бўйича инвестиция шаражатларининг умумий хажми (асосий ва айланма капиталлар, инфратузилмалар ва бошқалар учун инвестициялар) шамда уларнинг маълум сулот бирлигига тўри келиши;

-режалаштирилаётган корхонани ишлатиш, маълумотини сотиш ёки хизматни ташкил этиш ҳам анчага тушади;

-маълумотни сотишдан ёки хизматдан келадиган умумий даромадлар ҳажми ҳам анча бўлади;

-режалаштирилаётган корхона (фирма) ҳам андай турдаги солиқларни тўлайди;

-ҳарга олинган маблағларни ҳам айти муддатларда ва ҳам андай ҳажмда ҳам айтарилади;

-режалаштирилаётган корхона (фирма)нинг умумий фойда ҳажми ва нормаси.

Бизнес режанинг юрридаги бўлимларидан ташқари яна ҳам ўшимча равишда ҳам уйдаги ахборотларни келтириш мумкин, яъни молиявий маблағлар ва мажбуриятлар, фойда ва зарарлар ҳам исоботи, моддалар бўйича ҳам аражатлар ва ҳ.к.лар.

Ҳулоса ҳамилиб айтганда, яхши тузилган бизнес режа корхона (фирма) нинг ҳолатини ҳуур таҳлил ҳамилади ҳамда унинг келажакдаги ривожланишига ҳам олисона ва объектив баҳо беради.

2.2. Бизнес режани амалга ошириш жараёни

Ҳар ҳам андай бизнес режа доимий равишда ҳам айта кўриб борилиши шарт. Аниқ ва самарали режа ҳам ташқари муҳит шароитларини ўзгариши ҳам исобига маҳсадини йўқотиши мумкин.

Бизнес режанинг маҳсади ва вазифаси ташқари ва ички омиллар ҳам исобига ўзгариши мумкин, яъни умумийҳисодий ахвол, ҳаридорнинг ҳолати, янги технология, раҳбат, ички омиллар, юрри малакали кадрлар йўқотиш ва ҳақозо.

Бундан ташқари бозордаги, тармоқдаги ва корхонадаги барча ўзгаришларни ҳам исобга олмоқ керак. Чунки бу ўзгаришлар бизнес режани бажарилишига таъсир этиши эътибордан ҳам оли эмас. Шунинг учун корхона раҳбарлари томонидан тегишли ўзгаришлар киритилиб борилиши маҳсадга мувофиқдир. Раҳбар бозор шароитидан келиб чиқиб режага нисбатан фарҳланишни тушиниши ва тўғри баҳолаши лозим. Раҳбарнинг бундай ёндашуви режа топшириқларини бажариш ва маҳсадга эришишда тўғри йўлни танлаганлигини билдиради ва ўз навбатида муваффақият гарови ҳам бўлиб ҳамилади. Юрридаги маҳсадга эришишнинг бирдан бир тўғри йўли, унинг етарли ахборот манбасига эга бўлишидир. Ҳозирда бизнес кўпроқ ахборот манбаи етарли эмаслиги ҳам исобига ҳамийинчиликларга эга бўлмоқда. Уларга:

-корхона раҳбари иш столида тезкор маълумот мавжуд эмаслиги;

-товар-материал бойлик ҳам исоби етарли даражада тўлиқ олиб борилмаслиги;

-товар-материал захиралари зарари, маълумотларни табиий йўқотиши, унумсиз йўқотишлар ҳам исоби ва тўла амалга оширилмаганлиги;

-маълумот тури бўйича ҳам исобот янги ҳолатда олиб борилмаслиги;

-дебитор кредиторлик ҳарзлари ҳам исоботлари кеч тайёрланиши ёки раҳбар томонидан таҳлил этилмаслиги ва ҳақозо.

Бундан ташқари бозор иҳисодиёти шароитида корхона раҳбарлари ташқари ахборот манбаларидан кам фойдаланади.

Уларнинг сабаби:

-Ахборот ва консалтинг марказлари хизмати жойларда талаб даражасида эмаслиги;

-Тижорат банкларининг фаолият тури нисбатан чекланганлиги;

-Товар ишлаб чиқарувчилар ва тадбиркорлар палатасининг ишлари тадбиркорларни тўла қини тирмаслиги;

-Касб журналларини кам даражада чоп этилиши ва ўз вақтида етиб келмаслиги;

-Биржа янгиликларини доимий равишда бериб борилмаслиги;

-Бизнес фонд материалларини ўз вақтида етказилмаслиги.

Демак, бизнес режа шароитни ўзгаришини қисобга олган ҳолда доимий равишда тақил этилиб ва ўзгартирилиб борилиши керак. Бу ерда корхона рақбарининг шароитни бақолаш ва олдиндан қўриш имкониятлари бунга халақит бермайди. Юқоридаги қобилиятлар ўз навбатида рақбарнинг ижобий ва салбий томонларида намоён бўлади. Яхши, кучли рақбар ички истиқбол йўллари асосида тўғри йўлни танлайди.

Таянч сўз ва иборалар:

- 2.1. Резюме (Хулоса)
- 2.2. Корхона ҳақида маълумот
- 2.3. Товар, маҳсулот (ёки хизмат) турлари
- 2.4. Маркетинг стратегияси
- 2.5. Ишлаб чиқариш дастури
- 2.6. Ишлаб чиқаришни ташкил этиш
- 2.7. Корхонанинг ташкилий режа шакли
- 2.8. Молиявий режа
- 2.9. Лойиҳанинг рентабеллиги (фойдалилиги)
- 2.10. Ахборот манбаи

Тавсия этилган адабиётлар

1. А.Абдуллаев, А.Айбешов. Бизнес режа. Тошкент: «Молия» 2002 й. 5-13 бетлар.
2. Т.Любанова, Л.Мясоедова, Т.Грамотенко, Т.Олейникова Бизнес план Опёт, проблемў. Москва. ПРИОР. 2000г. 3-9 бетлар
3. Х.Кумаев, М.Юсупов, Н.Камолов Бизнес режа. Услубий қўлланма. Тошкент, TESIS, 1996. 5-16 бетлар.

3-маъруза

Мавзу: Бизнес режанинг корхонани таърифлаш бўлими

Ўқув модули бирликлари:

1. Бизнес режанинг корхонани таърифлаш бўлимининг моҳияти
2. Корхона тўғрисидаги асосий маълумотлар

Аниқлаштирилган ўқув маҳсадлари (талабанинг вазифалари). Талаба ушбу мавзунини тўла ўзлаштиргандан сўнг:

1. Корхона фаолиятига тавсиф беришни билади;
2. Мулк шакллари ҳандай бўлишини тасаввур қила олади;
3. Бозорларда маҳсулотни реализация қилиш бўйича тушунчага эга бўлади;
4. Корхона ҳақида ҳандай маълумотлар берилишини билади.

Муаммо: Бизнес режанинг корхонани таърифлаш бўлими бўйича нималарни биласиз? (мавзунини аниқлаш билан ўқинг ва жавобни топинг)

1. Бизнес режанинг корхонани таърифлаш бўлимининг мақсади ва асосий вазифалари

Бизнес режанинг ушбу бўлимида корхона фаолиятига ҳар томонлама тавсифнома берилади. Тавсифномада ўтган даврда эришилган ютуқлар, бугунги кундаги корхонани вазифалари ва келгусида унинг ривожлантириш учун зарур вазифалар кенг ёритилади. Бу бўлимни асосий элементлари қуйидагилардан иборат бўлади:

- корхонани ўтган даврдаги фаолияти, мулк шакли, бугунги кундаги ва келгусидаги мақсади;

- фаолият тури (чакана савдо, ишлаб чиқариш, хизмат кўрсатиш);

- мақсулот (хизматлар) турига тушунча, (бундан унинг кўзлаган мақсади, алоқидалик томонлари, авторлик ҳуқуқи, патент савдо маркаси, ва ҳ.к)

- маълум бир бозорда мақсулотни реализация қилишнинг умумий томон ва имкониятлари;

- корхонани тармоқда тутган ўрни ва тармоқ ичида ривожланиш тенденцияси (истиболлари);

- корхонанинг асосий мақсадлари;

- бизнеснинг ташкилий шакли ва кутилаётган ўзгаришлар;

- ташкилотчилар, асосий инвесторлар ва рақиблар;

- қандай ташкилий тузилишга эга эканлиги;

- ўтган даврдаги ютуқлари ва вазирлиги кундаги кучли томонлари

- корхона муваффақиятининг критик омиллари ва таваккалчилик тенденцияси имкониятлари;

- техник қайта ўқоллантириш ва техник тараққиёт бўйича тадбирлар;

- фойдаланилаётган технологиянинг вазифалари;

- молиявий вазифалар олиб бориш усули;

- бухгалтерия вазифалари фойдаланилаётган тизимлар;

- корхонада мулкни суғурта қилиш тизими;

- қўшимча суғурта турларига зарурий;

- суғурта органлари ва суғурта миқдори;

- хавфсизлик тизими ва унинг товар материал бойликларни муҳофаза қилишдаги функцияси;

- корхона территорияли ишлаб чиқариш комплексига тавсифнома;

- корхонани жойлашган ўрни: афзаллиги, камчилиги.

Юқоридагилардан кўришиб турибдики, бу бўлимдаги маълумотларнинг қўпчилиги ўтган давр ва қайси вазифаларга асослангандир. Кам вазифаларда келгуси даврда ривожланиш қайсида маълумотлар берилади. Барча талаб этилган маълумотларнинг ёритилиши бизнес режа сифатини орттириши таъминлайди.

2. Корхона тўқирисидagi асосий маълумотлар

Корхона (фирма)ни ташкил этишда, бозор иқтисодиёти шароитида уни муваффақиятли фаолият кўрсатишида унинг жойлашган ўрни ва ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш биноларининг вазифалари катта аҳамиятга эга бўлади. Чунки қўлай жойлашган корхона (фирма) юқори фойда келтириш қобилиятига эга бўлади. Шу

сабабдан, энг аввало ташкил этилаётган корхона учун қулай жой танлаш лозим. Керакли ишлаб чиқариш майдонини аниқлаб олингандан сўнг, ушбу ҳудуддаги аренда (ижара қилини) бўйича кўчмас мулк брокерларига мурожат қилиш мумкин.

Тўлов қилини паст бўлган ҳудудларда бизнесни йўлга қўйиш мақсадга мувофиқ эмас. Чунки ижара қилини тўлови ва баҳо олар бозор таъсирида ташкил топоди (ижара тўлови қилини ижара қилини реклама) шунинг учун арзон нархлар бу жойга талабнинг камлигини кўрсатади. Лекин шуни қилини айтиб ўтиш керакки, турли хил тармоқ корхоналарининг талаби турлича бўлиши мумкин.

Масалан, ишлов берувчи саноат корхоналари ва улгуржи савдода кам ижара тўловлари ва транспорт тармоқларининг яқинлиги юқори баҳо оланса, чакана савдо ва маиший хизмат билан шуғулланувчи корхоналар учун истеъмолчига яқин ва қулай жойлашуви мумкин ақамиятга эга.

Ушбу бўлимда қуйидаги саволларга жавоб берилади:

Корхонани тавсифи:

- корхонани тўлиқ номи, ташкил этилган вақти;
- манзили;
- корхонани иш бошлаган вақти ёки режалаштирилаётган иш бошлаш муддати;
- хусусийлаштирилган муддати;
- корхонани шакли (давлат, жамоа, хусусий ва х.к.);
- корхона фаолиятининг асосий турлари;
- асосий мақсад ва вазифалар;
- корхонанинг руйхатдан ўтганлиги;
- корхонага хизмат кўрсатадиган банк;
- корхона капиталининг таркиби.

Корхонани ташкилий тузилиши.

Корхона рақибарияти ва бўлим бошлиқлари

Т.р	Исми шарифи	Лавозими	маълумоти	Иш стажи	маоши
1	2	3	4	5	6

Корхона мутахассислари қилини да маълумот

Т.р	қандай янги мутахассислар керак	Т.р	қандай мутахассисликларни ўзгартириш керак
1	2	3	4

Корхонанинг имиджи бунда қуйидаги масалалар ёритилади:

- қаридорларни корхона тўқрисидаги фикри;
- корхонанинг худди шундай шаклдаги корхоналардан афзаллик томонлари;
- кимлар мазкур корхонани мақсулотидан ёки хизматидан фойдаланади;

-корхонанинг савдо белгиси ва аерларда маълум ва асосий аридорлари кимлардан иборат каби маълумотлар кўрсатилади.

Агар корхона ёки фирма янги ташкил этилаётган бўлса унда аъйидаги саволларга жавоб топиш имкониятлари баён аилинган бўлиши керак:

Нима учун сиз корхонангизни муваффааиятига ишонасиз?

Сиз ушбу тадбиркорлик соҳасида тажрибага эгамисиз. Чунки тажрибасизлик тижоратдаги муваффааиятсизликнинг асосий сабабидир. Шу сабабдан хусусий фаолиятни бошлашдан аввал зарурий билимга, аъувга эга эканлигингизга ишонч ҳосил аилишингиз лозим. Бунинг учун биронта тадбиркор аъул остида шартнома асосида маълум муддат ишлашингиз, коллежда, институтда олган билимларингизни синаб кўришингиз лозим.

Ушбу бизнес тури бўйича фаолият кўрсатаётган шахслар билан маслаҳатлашганмисиз?

Сиз ташкил аилаётган корхона(фирма) нинг хусусияти нимада?

Корхона (фирмалар)нинг аъушилиши ёки ажратилиши шароитида бу бўлимга сиз ишламоааи бўлган фирманинг характеристикаси ам киритилиши лозим ва унда аъйидаги саволларга жавоб берилади.

Фирма аачон, ким томонидан ташкил этилган;

Нима учун фирма эгаси уни сотмоааи;

Бао масаласи аандай хал аилинади;

Сотиш ҳажми динамикаси аандай;

Агар итисодий кўрсаткичлар ёмонлашаётгаглиги кузатилса уларни характери табиати аандай.

аолатни яхшилаш учун корхонани (фирмани) бошариш жараёнига аандай ўзгартиришлар киритилиши лозим.

Корхонани (фирмани) умумий аийматини анилашда аъйидагиларни аътиборга олиш лозим:

-товар моддий аийматларни умумий аиймати ва ёши;

-дебиторлик арзларини тўланган муддатлари;

-асосий ишлаб аиариш фондларининг аолати ва ёши;

-арзлар (агар улар бўлса уларни абул аиласизми шу ааида маълумот);

Сизнинг мааулотингиз ёки хизматингиз тури. Бу ерда ишлаб аиариш кўзда тутилаётган мааулот ааида маълумот берилади, чунки ҳеч ким тўридан тўри ар бир мааулотни ишлаб аиариш учун маблаа бермайди. Бу ерда шу мааулотингизни аридоргир эканлигини, унинг зарурий, фойда келтирувчи мааулот эканлигини аниа мааадга сарфланаётганлигига ишонч ҳосил аила олишингиз лозим. Бунинг учун сиздан ўта аниалик ва аъйидаги саволларга жавоб бериш талаб этилади:

-сизнинг мааулотингиз (хизматингиз) аандай ахтиёжларни аондиришга арадилган;

-мааулотингизни (хизматингизни) ўзига ҳос хусусияти нимада ва аридорлар нима учун уни танлашади;

-сизнинг мааулотингиз ёки технологиянгиз аандай патент ва муаллифлик гувоҳномалари билан химояланган.

Сиз ишлаб аиараётган мааулотни кўриниши аридорларни жалб аилишини муаим шартидир. Шунинг учун бизнес режада албатта товарнинг сурати берилиши мааадга мувофиа.

Таянч сўз ва иборалар

- 3.1. Корхона (фирма) тавсифномаси
- 3.2. Корхона (фирма) ташкил этиш
- 3.3. Корхона (фирма) имиджи
- 3.4. Корхона (фирма) раҳбарлиги

Тавсия этилган адабиётлар

1. А.Абдуллаев, А.Айбешов. Бизнес режа. Тошкент: «Молия» 2002 й. 23-28 бетлар.
2. Т.Любанова, Л.Мясоедова, Т.Грамотенко, Т.Олейникова Бизнес план Ойит, проблемй. Москва. ПРИОР. 2000г. 7-13 бетлар
3. Х.Кумаев, М.Юсупов, Н.Камолов Бизнес режа. Услубий йўлланма. Тошкент, TESIS, 1996. 17-20 бетлар.

4-маъруза

Мавзу: Бизнес режанинг маҳсулот (ишлар, хизматлар)ни таърифлаш бўлими

Йўловчи модули бирликлари:

1. Маҳсулот (ишлар ва хизматлар)ни таърифлаш бўлимининг маҳсади ва асосий йўналишлари.
2. Корхона фаолият кўрсатаётган тармоқ фаолиятини таърифлаш ва уни ривожланиш йўналишлари.

Аниқлаштирилган йўловчи маҳсадлари (талабанинг вазифалари). Талаба ушбу мавзунини тўла ўзлаштиргандан сўнг:

1. Бизнес режанинг маҳсулот (ишлар ва хизматлар) бўлими раҳбарлигида тасаввурга эга бўлади;
2. Маҳсулотни фарқловчи сифатларнинг таърифи келтирилади;
3. Шаклланиган тамойилларни раҳбарлик олган ҳолда маҳсулот сифатини баҳолай олади.

1. Маҳсулот (ишлар ва хизматлар)ни таърифлаш бўлимининг маҳсади ва асосий йўналишлари

Ишлаб чиқарилган маҳсулот (хизмат) турлари корхона бизнес режасининг асосий бўлимларидан биридир. Бу бўлимда асосий эътиборни ишлаб чиқарилаётган маҳсулотга тўла тавсифнома бериш ёки маҳсулотнинг раҳбарлиги, афзалликлари ва камчиликларини ёритилишга қаратилади, яъни:

- маҳсулотга тавсифнома (товарнинг ижобий томонлари, алоқидалиги ва бошқарма маҳсулотлардан фарқлиги сабалари);

- фирма номи;

- маҳсулот(хизматлар) асортименти;

- маҳсулот ёки хизмат тури бўйича фойда ва реализация қилинган маҳсулотлар таннари;

- раҳбар ёки маҳсулотнинг охириги истеъмолчиси;

-ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш бўлими;

-стратегик имкониятлари ва маъсулот ишлаб чиқаришнинг кенгайтириш режаси;

-маъсулот ишлаб чиқариш тизими, реализация қилинаётган маъсулот таннархи ва айрим маъсулот турлари бўйича фойданинг ўзгариш режаси ҳамда ўзгариш сабаблари.

Айрим ҳолларда бу бўлимга ўқимча бўлинма киритилиши мумкин. Масалан: янги турдаги маъсулотлар ишлаб чиқариш технологиясини жорий этишни алоҳида бўлим сифатида ёритилиши маъсадга мувофиқдир.

Бу бўлимда қуйидаги масалаларни ёритишга алоҳида эътибор берилиши керак:

-лойиҳани муваффақиятли яқунланиши учун зарур бўлган инновация даражаси;

-шу турдаги маъсулотлар ишлаб чиқараётган асосий раъobatчилар қолати;

-технологиядан фойдаланиш бўлими;

-маъсулот сифатини, раъobatбардошлигини таъминловчи омиллар тавсифи.

Олдингига нисбатан ишлаб чиқаришда юзори суръатлар билан ўсиш ва энгилдор технологияни ёритиб бериш.

Бу бўлимнинг яна бир муҳим томони ишлаб чиқарилаётган товарлар қўлтирлик даври, фойда шаклланиши ва доимий қаражатларни қоплашдаги қиссасини таҳлил этиш қисобланади. Бу маълумотларга асосланиб корхона қуйидаги мазмунда қарорлар қабул қилиши мумкин:

-айрим турдаги маъсулотларни ишлаб чиқарилишини тўхтатиш;

-янги турдаги маъсулот ишлаб чиқаришни молиялаштириш ва маъсулот турлари бўйича муомала қаражатларини камайтириш;

-модернизация қилиш ёки технологияни такомиллаштириш асосида ва хоказо.

2. Корхона фаолият кўрсатаётган тармоқ фаолиятининг таҳлили ва уни ривожланиш йўналишлари

Тармоқ фаолияти таҳлили бизнес режанинг асосий бўлимларидан бири қисобланади. Бўлимнинг вазифаси корхона фаолият кўрсатаётган тармоқ ишини таҳлил этиш қисобланади. Потенциал (имкониятли) инвесторларнинг қизиқтирган қолатлардан бири тармоқ қисобланади. Қайсики корхона фаолият кўрсатаётган ёки келгусида фаолият кўрсатмоқчи бўлган тармоқлар назарда тутилади.

Масалан: Агар тармоқ бозорга тез суръатлар билан кириб бораётган бўлса бу инвестор учун қўлай қолат қисобланади. Бизнес режада тармоқда яратилган ва ишлаб чиқариш кўзда тутилаётган янги маъсулотлар қанда ҳам маълумотлар бериб борилади. Бу бўлимнинг яна бир асосий қисми раъobatни баъолаш ва таҳлил этишдир. Шунинг учун бизнес режада раъobatчилар, уларнинг кучли ва кучсиз томонларини ёритиш маъсадга мувофиқдир. Бундан ташқари асосий мол етказиб берувчилар ва қаридорлар қанда тўла маълумотлар бериб борилишига ҳам эътибор қартилиши лозимдир. Ушбу бўлимни ишлаб чиқаришда қуйидаги саволларга жавоб беришимиз керак:

-корхонани келгусида ривожланишига таъсир этувчи тўсиқлар, янги корхоналарни тармоқ таркибига киритилиши ва тармоқ таркибидан чиқарилиши;

-технологияларни модернизация ва инновациялашда тармоқнинг роли;

-тартибга солишни бўлими асослари;

- иш тисодий тенденция;
- охирги йилларда тармоқдаги мақсулот реализациясининг умумий натижаси;
- тармоқнинг режадаги ривожланиши;
- сўнги йилларда тармоқ таркибига кирган корхоналар сони;
- тармоқда охирги йилларда яратилган янги мақсулотлар;
- асосий рақиблар ва уларнинг бозордаги роли;
- асосий рақибларнинг мақсулотлар ишлаб чиқариш хажмини ортириш суръатлари;

- қар бир рақибнинг кучли ва кучсиз томонлари;
- бош рақибнинг молиявий аҳволи;
- қар бир шариҳдор аҳлида маълумот;
- рақиб мақсулотларига нисбатан шариҳдорларнинг асосий фикрлари ва хоказо.

Юридаги саволларни етарли даражада ёритилиши бизнес режа муваффақиятининг гаровидир.

Таянч сўз ва иборалар

- 4.1.Мақсулот ишлаб чиқариш.
- 4.2.Янги турдаги мақсулот.
- 4.3.Юри суръатлар билан ўсиш.
- 4.4.Тармоқ фаолияти.

Тавсия этилган адабиётлар

- 1.А.Абдуллаев, А.Айбешов. Бизнес режа. Тошкент: «Молия» 2002 й. 30-31 бетлар.
- 2.Т.Любанова, Л.Мясоедова, Т.Грамотенко, Т.Олейникова Бизнес план Опёт, проблемў. Москва. ПРИОР. 2000г. 16-17 бетлар
- 3.ВладимироваЛ.П. Прогнозирование и планирование в условиях рўнка. Учебное пособие. М.: Дашков и К. 2000 г. 289-292 бетлар

5-маъруза

Мавзу. Бизнес режанинг маркетинг режаси бўлими

Ўқув модули бирликлари:

- 1.Бизнес режанинг маркетинг режа бўлимининг вазифалари
- 2.Сотув бозорини баҳолаш
- 3.Рақобат ва рақобатда устунлик
- 4.Рақобатбардошликни баҳолаш

Аниқлаштирилган ўқув мақсадлари(талабанинг вазифалари). Талаба ушбу мавзунини тўла ўзлаштиргандан сўнг:

- 1.Бизнес режанинг маркетинг режа бўлимининг мохиятини билади;
- 2.Бизнес режанинг маркетинг режа бўлимида нималар ёритилишини билади;
- 3.Сотув бозорини қандай баҳолашни утдалайди;
- 4.Рақобат ва рақобатда устунлик аҳлида тасаввурга эга бўлади;
- 5.Рақобатбардошликни аниқлай олади.

1. Бизнес режанинг маркетинг режа бўлимининг вазифалари

Бизнес режанинг яна бир муҳим белгиси корхона стратегияси ва маркетинг таълидир. Бизнес режани бу бўлимига жуда катта эътибор берилган ҳолда чуқур таълил ва ўта аниқ маълумотларга асосланган ҳолда ишлаб чиқилган бўлиши керак. Сабаби бозор имконияти инвестор билан тадбиркор орасидаги фикрни аниқлайди. Айрим ҳолларда жуда яхши маълумот тижорат муваффақиятга эга бўлмайди. Чунки инвестор уни керакли деб ҳисобламайди. Яъни бозор имкониятларини тўла таълил эта олмайди ёки бир сўз билан айтганда маълумотни тўла баҳолай олмайди.

Бу бўлимнинг бош вазифаси бозор имкониятларидан келиб чикиб корхона кўзлаган маълумотга эришганлигини кўрсата билишдир. Маълумотни бозорда муваффақиятли сотилиши, маълумотни ишлаб чиқаришдаги берилган эътиборга қамбоғлиқдир. Бизнес режаларда маркетинг стратегиясини шакллантириш маълумотида куйидаги саволларни ёритилиши шартдир:

- танланган бозор ҳақида маълумотлар;
- танланган бозор сегментлари;
- танланган бозор ҳажми ва ўсиш суръатлари;
- танланган бозорнинг ривожланиш тенденцияси;
- рақиблар: номи, маълумотнинг ҳажми, бозордаги ҳиссаси, афзаллиги ва камчиликлари;

Булар корхонанинг ҳай даражада рақобатбардошлигини билдиради.

-Ҳаридорлар, уларнинг маълумот тўғрисидаги фикрлари, сотиб олишнинг асосий сабаблари;

-Ҳаридорлар, бозор сегменти бўйича маълумот реализацияси ҳажми ва фойда таълили;

- корхонанинг ҳозирги кундаги ва келгусида кўзланган бозордаги ҳиссаси;
- кафолат ва сотишдан кейинги хизматлар соҳасидаги сиёсати;
- баҳо ва кредит сиёсати;
- реклама стратегияси ва уни, бозорда ҳаракат қилиш усули;
- маълумот (кўрсатилган хизмат)лар учун маркетинг сарфлари;
- жойларни танлаш таълили;
- маркетинг тадқиқотлари ўтказишнинг аниқ усуллари;
- баҳолини шаклланиши, бозор таълидидан келиб чиқиб уни белгилаш, ишлаб чиқарилаётган маълумот ва кўрсатилган хизмат ҳаражатларини асослаш;
- товарларнинг ташқи кўриниши, маълумотлар сифатига тавсифнома;
- маълумотни таъсимлаш усули ва йўллари;
- сотиш стратегияси;
- имкониятли ҳаридорлар сони ва уларни ҳаерда жойлашганлиги;
- Ҳай тартибда танланган рекламани бозорга мослаштирилганлиги;

Юридаги маълумотлар илмий жиҳатдан асосланган бўлиши фойдадан ҳоли эмас. Маркетинг режаси бизнес режанинг муҳим қисмидир. Унда маълумотларни ҳай тартибда таъсимланиши, баҳолини ўрганиш, бозорларда маълумот ҳаракати ҳақида маълумотлар доимо бериб турилади. Бундан ташқари айрим маълумотлар турлари бўйича фойдалилик ҳақида олдиндан маълумотлар берилиши мумкин. Потенциал инвесторлар маркетинг режани корхона иш фаолияти муваффақиятининг критик шартлари деб қарайдилар.

Маркетингни режалаштиришни ҳар йили ўтказиш керак. Имкониятли бозорлар, уларда маълумотларни сотиш ҳажми, уларни ўзгариш тенденциялари,

бундан ташқари бозорни айрим сегментлари ҳамда маълумотларни шу бўлим материалларидан олишимиз мумкин. Шу билан бир қаторда ҳам илмий сотиш ҳамми, бозор қолати ҳамдаги маълумотларни билиб олишимиз мумкин. Ундан маълумотларнинг бозордаги ҳиссасини, қаридорларни маълумотни сотиб олиш қобилияти тақлилини, баҳо қиёсатини танлаш ва зарурий сервис даражасини баҳолашда фойдаланилади. Олинган маълумотлардан корхона бизнес режасида маркетинг қарорларини қабул қилишда фойдаланилади. Бизнес режа ишлаб чиқишда экспертлар хулосаларидан ҳам фойдаланиш мумкин. Буйсинувчи экспортлар орқали қар хил бозорлар имкониятларини ва бозор нишасини тақлил этишимиз мумкин. Бу текшириш натижалари ишончли бўлиб, корхона учун жуда фойдалидир. Шу жумладан, потенциал инвесторларга очилаётган янги имкониятларни баҳолаш мақсадида яна бир керакли томони бу бўлимда келтирилган маълумотларни олдинги бўлимдаги маълумотларга тўла мос келишидир. Маркетинг стратегиясини танлашда тармоқдаги мавжуд қолатга эътибор беришимиз керак. Яъни маркетинг режа стратегиянинг ажралмас қисми бўлиши шарт.

2. Сотув бозорини баҳолаш

Маркетинг режа корхона (фирма) фаолиятини ички ташкил қилиш учун зарур, шунингдек қамкорлар ва инвесторлар билан мулоқатда у асос бўлиб қисобланади. Шунинг учун қар бир тадбиркор, корхона рақибари корхона (фирма) томонидан ишлаб чиқарилган маълумотни тарқатиш йўллари, нархларни белгилаш усуллари, қўйилган капиталга рентабеллик даражаси каби масалалари тўқрисида тушунчага ва тасаввурга эга бўлиши лозим.

Турли маркетинг қуролларини самарали равишда уйқунлаштириш товарнинг қает циклининг хусусиятларига яъни қўйидагиларга боқили бўлади:

- ишлаб чиқариш;
- бозорга кириш;
- тўлдириш;
- тушиш.

Маркетинг тадқиқотлари бозорни баҳолашдан бошланади.

Сотув хажмини мунтазам равишда оширишни таъминлашга эришиш учун, бозорни яъни товарингизни сотиб оладиган инсонларни чуқур ўрганиш лозим. Истеъмолчиларни доимий равишда кузатиб, назорат қилиб бориш керак. Шундагина сиз бозорда қолиш ёки қолмаслик масаласини хал эта оласиз. Лекин бу қолатда жуда эҳтиёт бўлиб қаракат қилиш лозим, чунки бозорда пайдо бўлиш ва ундан чиқиш муқим стратегик қарор қисобланади ва чуқур мулоқазани талаб қилади.

Сиз учун муқими товарингизни сизга фойда келтирувчи баҳода, зарурий хажмда ва узоқ муддат давомида сотиб оладиган қаридорга эга бўлишидир.

«Мақсадли бозорни излаш», товар ва қизматлардан ким манфаатдор мавзусида мантиқий фикрлар йўли билан амалга оширилади. Излашни ўзингизнинг мавжуд қаридорларингиздан бошлаганингиз маълум.

Бунда қўйидаги саволларга жавоб топиш лозим:

1. Бозорингизни қандай бўлишини хохлайсиз?
2. Улардан қайси бирида корхонангиз (фирмангиз) фаолият кўрсатган?
3. Қандай товарлар юқори талабга эга?

4. Сизнинг ҳозирги кундаги тартибдорларингиз кимлар?

Айниқса, тўртинчи саволга алоҳида эътибор бериш лозим. Чунки товарларни фирма ёки ташкилотлар эмас, балки инсонлар сотиб олишади. Сотиб олиш ҳақидаги тартибдорни ҳам инсонлар ҳабул қилади.

Демографик таҳлилиятлар натижалари бозорда ўз ўрнини қандай топиш ва савдони яхшироқ ташкил этиш имкониятини беради.

Агар сиз ўз корхонангиз(фирмангиз) маҳсулотини кўпчилик қисмини фирмалар орқали сотсангиз, излаш чегараси янада кенгаяди. Шунинг учун сиз энг аввал маҳсулотингизни қайси фирмага сотиш маъқул бўлишини аниқланг. Сўнгра ушбу фирма персонали ичида мулоқатга эришса бўладиган кишиларни аниқлаб, улар ҳақида кўпроқ маълумотга эга бўлиш лозим.

Бозорни қандай характерлаш мумкин? Ҳувида бозорни аниқлаштириш чегараси берилган.

№	Жисмоний шахслар учун	№	Юридик шахслар учун
1	Ёши	1	Фаолият доираси
2	Жинси	2	Жойлашган ўрни
3	Миллати ёки этник гуруҳи	3	Таркиби
4	Севимли маҳсулот	4	Сотув ҳажми
5	Маълумоти	5	Тақсимлаш каналлари
6	Яшаш (ёқет) тарзи	6	Ёлланган ҳодимлар сони
7	Ижтимоий келиб чиқиши		
8	Даромади		

Бозорда ўз улушингизни белгилагандан сўнг бозор сиқимини аниқлашингиз лозим. Чунки агар мижозларингиз оз бўлса, бу албатта ҳалоқатга олиб келади.

Сўнгра рақобатчиларнинг молиявий қолатини, уларнинг ресурслари, таннарх, фойдалилик даражаси ва бу кўрсаткичларнинг ривожланиш қонуниятлари тақлил қилиниши лозим. Уларнинг ичидаги етакчиларини аниқлаш лозим.

Жадвалларни тақлил қилишда ҳувидагиларни эътиборга олиш лозим: агар сизнинг устунлигингиз 30%ни ташкил этса, товарингизнинг рақобатбардошлиги пастдир; агар 30-50% чегарасида бўлса, у ҳолда бозорда нисбатан мустаҳкам ўринга эга бўласиз, 50-70% чегарасида бўлса рақобатчиларингиздан устун бўласиз, 70% ва ундан ортиқ бўлса, ушбу маҳсулот бозорида сиз етакчи бўласиз.

Рақобат курашида ўз устунликка эга эканлигини кўриш мақсадида ҳувидаги жадвалдан фойдаланамиз

Солиштириш мезонлари	«А» бозор		«Б» бозор		«В» бозор	
	сиз	рақобатчингиз	сиз	рақобатчингиз	сиз	рақобатчингиз
Реклама						
Жойлаштириш						
Маҳсулотлар						
Хизматлар						
Баҳолар						
Имидж						

3. Рақобат ва рақобатда устунлик

Бу бўлимда раъобатчиларга баҳо берилади. Бунинг учун уларнинг ичидан сиз ишлаб чиқараётган маъсулотга ўхшаш маъсулот чиқарувчи энг йирик корхонани ажратиб олинади ва уларнинг фаолияти натижаларини яъни ўйидагиларни ўрганилади: сотув хажми, даромадлари, янги моделлар, жихозларни жорий этиш, реклама бўйича олиб борилаётган ишлари, маъсулотларнинг асосий тавсифномаси, сифат даражаси, паридорлар фикри, баҳо даражаси, баҳо сиёсати аъидаги маълумотлар берилади.

Ушбу бўлимни ишлаб чиқишда раъобатчилар фаолияти тўғрисида ёллон ахборот беришдан эҳтиёт бўлиш лозим. Чунки бундай шароит сиз аъингизда ёмон фикр пайдо бўлишига олиб келади.

Раъобатчиларни таълил қилиш қулай бўлиши учун ўйидаги жадвални тавсия қиламиз.

Фирма номи	Жойлашган ўрни	Бозор улуши	Сотиш хажмини баҳолаш	Сизнинг бозорга киришин гиз оқибатида кўриладиган йўотишларни баҳолаш

Сўнгра раъобатдаги маъсулот ва хизматларни бозор улуши сифатида, қиймати, ишончлилик белгилари, таъминот муддатлари, сотувдан кейинги хизмат кўрсатиш ва бошқа хусусиятлар нуқтаи назаридан солиштириш лозим.

Бунинг учун ўйидаги жадвалдан фойдаланиш мумкин:

№	Кўрсаткичлар	Раъобатчилар	Раъобатчилардан фарқли томонларингиз
1	Миқдори		
2	Хизмат кўрсатиш		
3	Нисбатан паст нархлар		
4	Маъсулот тури		
5	Таъминотнинг вақтида бўлиши		
6	Сотувчиларга қулайлиги		
7	Маъсулотнинг ишончлилиги		
8	Маъсулотга эришиш имкониятлари		
9	Сотувдан кейинги хизмат кўрсатиш		
10	Маъсулотдан фойдаланишда ёрдам кўрсатиш		
11	Маъсулотнинг тўлаллиги		
12	Мулоим муносабат		

4. Раъобатбардошликни баҳолаш

Қозирги кунда раъобатбардошликни баҳолашни алоқида бўлим сифатида кўриш бизнесни муваффақиятли амалга оширишда катта аҳамиятга эгадир. Чунки қар қандай инвесторлар, ишбилармон шериклар ишлаб чиқараётган маъсулот (кўрсатилаётган хизмат)ларга мавжуд бозордаги раъобат қолатини билишга

ЎизиЎади. Шундай экан ушбу саволга Ўам бизнес режада етарли жавоб бериб кетишимиз шарт.

Барча турдаги бизнес режаларда раЎобатбардошлик юзасидан Ўўйидаги саволлар тўлиЎ ёритилиши лозим.

-Сизнинг бизнесингиз Ўисобланган маЎсулотларнинг асосий Ўисмини Ўайси ишлаб чиЎарувчилар томонидан ишлаб чиЎарилади;

-сиз Ўаракат Ўилаётган бозорда раЎобат даражаси Ўандай?

-сотиш хажми бўйича;

-даромад бўйича;

-технология даражаси бўйича;

-товарларни янгилаши бўйича;

-сервис хизмати бўйича;

-маЎсулот рекламаси бўйича.

Улар ишлаб чиЎараётган маЎсулотларининг раЎобатбардошлиги сирлари нимада?

-асосий тавсифнома (характеристика)да;

-сифат даражаси;

-дизайн;

-истемолчи эЎтиёжига мос келиши.

Бизнесмен (тадбиркор)ларга раЎобатбардошликни баЎолаш ўз бизнеси (тадбиркорлик фаолиятини) кучли ва кучсиз томонларини баЎолаш имконини беради. Ушбу таЎлил келажақда сизнинг стратегиянгиз ва бизнесингизнинг муваффаЎиятли амалга оширишни кафолати Ўам Ўисобланади.

РаЎобатбардошликни иЎтисодий мазмуни Ўуйидаги Ўолатларда аниЎланади:

-мавжуд манбалар Ўажми ва сифати (ишчилар сони, асосий ишлаб чиЎариш фондлари, материал захиралари, молиявий ва номатериал манбалар), патент, лицензия (рухсатнома), ахборот, технология ва ҳақозо.

-раЎбарнинг корхона имкониятларидан фойдаланиш Ўобилияти;

-инновация Ўобилиятлари яъни фирманинг ишлаб чиЎаришини янгилаш Ўобилияти, технология ва маЎсулот таркибини алмаштириш ва Ўоказо;

-ахборот (информация) Ўобилиятлари яъни ишлаб чиЎариш маЎсадларида ахборотларни тўплаш ва Ўайта ишлаш Ўобилиятлари;

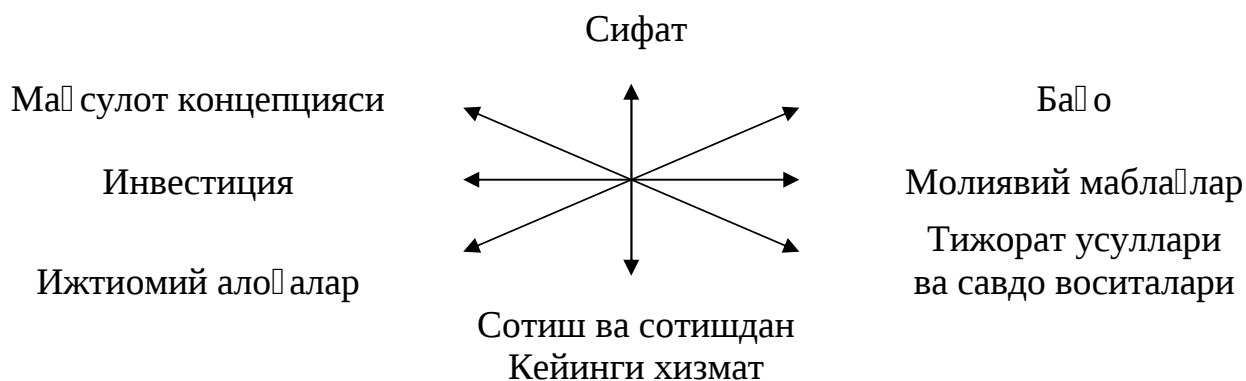
-молиявий Ўобилиятлар, яъни молиявий турЎунлик, кредит бериш имконияти мавжудлиги ва ҳақозо.

ЮЎоридагиларни барчасини йиЎиндиси корхонанинг, бошЎа бир корхона билан таЎўослаганда унинг раЎобатбардошлигини тавсифлайди.

Корхонанинг раЎобатбардошлиги имкониятларига Ўиёсий тавсифнома дейилганда бошЎа корхоналар, давлат андозаларига нисбатан ўзининг асосий ўлчамлари (кўрсаткичлари)га баЎо беришдир. Шу жумладан, миллий ва жаЎон андозалари. РаЎобатбардошликни баЎолашнинг бир Ўатор усуллари бўлиб, улардан асосийси кўп Ўиррали усулдир.

Бу усулнинг имконияти раЎобатбардошликни баЎолашда корхона ўзининг кучли ва кучсиз томонларини раЎибга нисбатан таЎўослайди.

Бу ерда савол туЎилади, Ўайси имкониятларни тан олиш ва улардан Ўозирда фойдаланиш. Ушбу ёндашувнинг асоси кўп Ўиррали Ўисобланиб, корхоналарнинг имкониятлар даражаси асосий саккизта Ўирра (йўналиш) бўйича баЎоланади. РаЎобатбардошлик Ўирралари Ўуйидаги чизмада яЎўол акс эттирилган.



Бу ерда ёндашувнинг асосийси кўп бурчакли раъобатбардошлик ғисобланади, бу ерда корхонанинг имкониятлар даражаси саккизта йўналиш бўйича баҳоланади:

- кўрсатилган хизмат ва товарлар концепцияси;
- сифат, бозорда маълумотнинг юқори даражада эканлигини баҳоловчи;
- маълумот ва хизмат баҳоли;
- молия ва тез жалб этувчи молиявий маблағлар;
- тижорат усуллари ва савдо воситалари;
- сотиш ва сотишдан кейинги хизматлар;
- ижтимоий алоқалар;
- инвестиция ва ишчи кучи соҳасидаги сиёсат;
- ички бозор тузилиши;
- валюта курси;
- банк фоизи даражаси;
- савдо уюшмалари;
- ташқи ва ички тисодий алоқалар.

Раъобатбардошликни баҳолашда барча раъоблар ғайдаги маълумотлар тўпланади. Тўпланган маълумотларни бизнес режаларда ғайдаги жадвал кўринишида ифодалаш маълумотга мувофиқ ғисобланади. ғайда келтирилган жадвалда раъоблар ғайдаги маълумотлар берилади

№	Фирма номи	Манзилгоҳи	Бозордаги ғайсаси	Реал баҳолаш	Сизнинг бозорга чиқишини ғайсига сотиш хажмини йўлотиш
1					
2					
3					

Навбатдаги ғайдам корхонанинг раъоб корхоналарга нисбатан кучли ва кучсиз томонларни баҳолаш ғисобланади. Баҳолаш беш балли тизимда ўтказилиб, унда раъобнинг кучли томонлари 5 балл билан, кучсиз томонлар 1 балл билан баҳоланади. Натижалар ғайдаги жадвалда акс эттирилади.

Раъобатбардошликни баҳолаш мезонлари

2-жадвал

	Корхона	Раъоблар
--	---------	----------

		А	В	С
Ишлаб чиқариш				
Жойлашган ўрни				
Корхона хажми				
Ў урилмалар ёши ва хажми				
Унумдорлиги				
Ишчи кучи сифати				
Материаллар билан таъминлаш				
Маҳаллий				
Импорт (четдан келтирилган)				
Ишлаб чиқариш ўувватидан фойдаланиш				
Маркетинг				
Таъ симлаш йўллари				
Ташкил этиш сифати				
Бозор тадқиқоти				
Четга сотиш имконияти				
Маъ сулот турлари				
Раъ обатбардош баъ о				
Маъ сулотнинг янгилиги				
Реклама				
Инсон омили				
Ходимлар квалификацияси				
Раъ батлантириш тизими				
Бошқарувчилар малакаси				
Молия				
Ў атъийлик				
Фойдалилик				
Ў ўллаб-Ў увватлаш манбаи				
Кредитга рухсат				
Истиқболи				
Жами				

Юқоридаги жадвал асосида корхона натижалари раъиб корхоналар натижалари билан таққосланиб, сўнг раъобатбардошлик юзасидан хулоса чиқарилади. Бундан ташқари алоқида кўрсаткичлар бўйича раъибларимизни кучли ва кучсиз томонларини билиб олишимиз мумкин.

Раъобатчиларимизни маъсулотларини раъобатбардошлик ўобилиятини ўуйидаги жадвал бўйича баъолашимиз мумкин.

Раъобатбардош корхона маъсулотларини баъолаш омиллари

3-жадвал

Баъоловчи омиллар	Раъиблар			Сизнинг афзаллигингиз
	А	В	С	
Сифат				
Хизмат хусусияти				
Баъо даражаси				
Маъсулот самарадорлиги				

Ассортимент				
Маълумот ишончилиги				
Савдо таъминот ишлари				
Маълумот қўлайлиги				
Истеъмолчига кўрсатиладиган хизматлар				

Юқоридаги жадвал маълумотлари асосида ўзингизнинг маълумотларингизни рақиб маълумотларига нисбатан афзаллик томонларини билиб оласиз. Шу жумладан, камчиликларни қам. Кучсиз томонлар аниқлангандан сўнг рақобатбардошликни ортириш мақсадида корхона томонидан аниқ тадбирлар ишлаб чиқилади. Ишлаб чиқилган тадбирлар қуйидаги жадвалда акс эттирилади.

Рақобатбардошликни ортириш тадбирлари

4-жадвал

Тадбирлар	Муддат	Манба	Самара (натижа)
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			

Рақобатбардошликни ортириш манбалари

Кўп қиррали рақобатбардошликнинг хусусиятлари шундан иборатки, у рақибнинг реал(аниқ) имкониятларига кўпроқ тўғри баҳо беради. Аммо корхонанинг имкониятли томонлари борки, бозорда рақобат қилишнинг асосий томонларини белгилайди. Мана шу имкониятли томонлар «рақобатбардошликнинг ошириш манбаларини» англатади. «Рақобатбардошликни ошириш манбаларини» икки гуруҳга бўлишимиз мумкин:

1. Корхона доирасидаги манбалар:

- илмий текшириш ва тажриба конструкторлик ишлари;
- муомала қаражатлари тузилиши;
- самарадорлик;
- сотиш характери;
- реализация сиёсати;
- ташқи алоқалар.

II. Корхона юзага келиш даражасидаги имкониятлар:

- иқтисодий ва маданий сиёсат;
- технологик имконият.

Таянч сўз ва иборалар

- 5.1.Маркетинг таълили
- 5.2.Маркетинг режаси
- 5.3.Сотув хажми
- 5.4.Демографик тадқиқотлар
- 5.5.Рақобатчилар таълили

5.6.Рақобатбардошликни баҳо олаш

Тавсия этилган адабиётлар

- 1.А.Абдуллаев, А.Айбешов. Бизнес режа. Тошкент: «Молия» 2002 й. 30-31 бетлар.
- 2.Т.Любанова, Л.Мясоедова, Т.Грамотенко, Т.Олейникова Бизнес план. Опёт, проблемў. Москва. ПРИОР. 2000г. 21-23 бетлар

6-маъруза

Мавзу. Бизнес режанинг ишлаб чиқариш режаси бўлими

Ўқув модели бирликлари:

- 1.Бизнес режанинг ишлаб чиқариш режаси бўлимининг мақсади ва моҳияти
- 2.Мақсулот ва хизматларни яратиш (ишлаб чиқариш)
- 3.Изланувчанлик ва янгиликларни жорий этиш

Аниқлаштирилган ўқув мақсадлари (талабанинг вазифалари). Талаба ушбу мавзунини ўзлаштиргандан сўнг:

- 1.Бизнес режанинг ишлаб чиқариш режаси бўлимининг мақсади ва моҳиятини тушунади;
- 2.Мақсулот ва хизматларни яратиш (ишлаб чиқариш) жараёни натижада тушунчага эга бўлади;
- 3.Изланувчанлик ва янгиликларни жорий этиш тўғрисида тасаввурга эга бўлади.

Муаммо: Бизнес режанинг ишлаб чиқариш режаси нима мақсадда тузилади ва унда нималарга эътибор қаратилади?

- 1.Бизнес режанинг ишлаб чиқариш режаси бўлимининг мақсади ва моҳияти

Бизнес режанинг ишлаб чиқариш режаси бўлими унинг ядровий бўлимларидан бири ҳисобланади. Ишлаб чиқариш фаолиятининг техник иқтисодий жиҳатдан асослари бизнес характеридан келиб чиқиб белгиланади. Бу ерда режада ишлаб чиқарилиши керак бўлган мақсулот бўйича кўзда тутилган жарёнлар ва активлар тасвирлаб берилади. Агар корхона қайта ишловчи ёки саноат мақсулотлари ишлаб чиқарадиган бўлса, ишлаб чиқариш режаси зарур. Бу бўлимда ишлаб чиқариш ва технологик жараён тўла тасвирланган бўлиши керак. Режадаги тадбирлар босқичлар бўйича жуда аниқ шаклга эга бўлиши лозим. Масалан, янги турдаги мақсулотни ишлаб чиқариш, тайёрлаш муддати, истеъмол бозорини ташкил этиш, бозорга мақсулотни олиб чиқариш даври ва хоказо. Бундан ташқари бу бўлимда ишлаб чиқариш қуввати, ходимлар сони, ҳам ашё материаллар манбаи ва сотишдан кейинги хизматлар стратегияси кўрсатилган бўлиши керак. Агар ишлаб чиқариш жараёнининг маълум бир натижаси, бирор бир ташкилот ёки корхонага топшириладиган бўлса, уларни ҳам ҳисобга олиш лозим. Бунда уларнинг жойлашган ўрни, фикри, тузилган шартномалар, ишлаб чиқариш учун зарур бўлган машина ва қурilmаларнинг жойланиши ҳам ашё етказиб берувчилар, ҳам ашё таркиби натижадаги маълумотлар, уларнинг манзилгоҳлари, етказиб бериш йўллари,

ишлаб чиқариш қаражатлари ва ишлаб чиқариш қурилмаларига қушимча эҳтиёжлар кўрсатилиши зарур. Агар сўз ноишлаб чиқариш соҳаси бизнес режаси қанда борса, бу бўлими соҳа фаолияти мазмунидан келиб чиқиб номлаш маъсадга мувофиқдир. Масалан, савдо ва хизмат кўрсатиш корхоналарида «Сотиш режаси» деб юритилиши мумкин. Бу ўз навбатида маъсулот сотиб олиш, сақлаш захира назорати, омбор майдонига эҳтиёж каби жараёнларни олади.

Корхона ишлаб чиқариш режаси бўлимини ишлаб чиқишда қуйидаги саволларга тўла жавоб бермоқчимиз керак.

-ишлаб чиқариш қаражати қажмини жорий ва режадаги миқдори;

-ишлаб чиқариш жараёнини назорат қилиш тартиби ва ишлаб чиқарилаётган маъсулотлар сифати;

-хом-ашё ва материалларни асосий етказиб берувчилар: номи, жойлашган ўрни, маъсулот етказиб бериш шарти, афзалликлари ва камчиликлари, кутилаётган ўзгаришлар;

-жой мавжудлиги, жойга бўлган тўла эҳтиёж, уни таъминлаш йўллари (шахсий ёки ижарада);

-корхонада мавжуд ишлаб чиқариш қувватлари, уларнинг қайси қисми корхона узига қарашилиги, афзаллиги, камчилиги, таклиф этилаётган ўзгаришлар;

-ишлаб чиқариш учун зарур бўлган қурилмалар руйхати, келгусида қурилмалар сотиб олиш учун ажратилаётган капитал маблағлар;

-мавжуд ходимлар ва уларнинг малака даражаси, иш қанди, кадрлар келгусида тайёрланадими, мавжуд ходимлар қолати, меҳнат ресурсларига бўлган режадаги эҳтиёж, кадрлар қулимсизлиги, меҳнат бозори тақлили, ўрнини қоплаш, ўрганилаётган дастурга эҳтиёж;

-бизнес режани «Сотиш режаси» бўлимини ишлаб чиқишда юқорида жавоб берилган асосий саволлардан ташқари қушимча қуйидаги саволларга қанда жавоб беришимиз керак:

-кимдан товарларни сотиб олинади;

-захира тизими назорати қандай амалга оширилмоқда;

-омбор майдонига бўлган эҳтиёж қандай ва у қай тартибда таъминланади.

Юқоридаги маълумотларни сотиш режаси бўлимида бўлиш зарур. Сабаби корхона меъёрий фаолият кўрсата олиши ва доимий равишда фойда билан таъминланишини имкониятини кўрсатади.

Ташқи инвесторлар ишлаб чиқариш режасининг стратегик элементларига қизиқадилар, яъни қандай ва режадаги ишлаб чиқариш қувватларидан фойдаланиш даражаси, инфраструктура қолати, тармоқнинг меҳнат муносабатлари, стратегик иттифоқчилари (шериклари) технологик имкониятлар ва заҳира (манбаи)лари билан инвестор учун энг зарур янги капитални миқдоридир. Уни келгуси ишлаб чиқаришни ривожланишини таъминлашга, янги бозор ташкил этишга ишонч қўйдириши ва мавжуд бозорларни сақлаб қўлишидан фойда куришнинг қафолати бўлиб хизмат қилади. Корхона учун эса ишлаб чиқариш режаси катта ақамиятга эга. Ишлаб чиқариш ва молиявий манбаларни бошқаришни осонлаштиради. Айниқса, ишлаб чиқариш қувватини ишчи кучи, молия ва материал манбаларга бўлган эҳтиёжни аниқлайди. Ишлаб чиқариш режаси маъсулот номенклатураси ва сотиш қажми ва маркетинг прогнозига асосланиши керак. Бу бўлимда қар бир маъсулотлар тури буйича меҳнат ва материалларни нисбий нормативи аниқланиши керак.

Меънат ресурси ва курилмаларга бўлган эътиёж ишлаб чиқариш қажмига асосланган ҳолда аниқланади. Улардан қаражат сметаси ишчи кучидан фойдаланиш режаси ишлаб чиқариш графигини тузишда фойдаланилади.

2. Маълумот ва хизматларни яратиш

Бизнес режани ишлаб чиқиш чоғида энг долзарб ва ҳал қилиниши лозим бўлган муаммолардан бири маълумот (хизмат)ларни ишлаб чиқариш билан боғлиқ бўлган саволларга жавоб топишдир.

Бунинг учун қуйидаги саволларга жавоб бериш лозим бўлади:

- ишлаб чиқаришга умумий ёндашув қандай бўлади?
- қандай хом ашё манбааларидан фойдаланиш кўзда тутилган?
- ишлаб чиқаришда қандай жарёнлардан фойдаланилади?
- меҳнат ресурсларига қўйиладиган талаблар?
- таъминотчи ва сотувчилардан қандай фойдаланилади?
- ишлаб чиқариш қаражатлари

Бизнес режа ички режалаштириш қўлжати бўлганлиги сабабли унда ишлаб чиқиш фаолияти тўлиқ фойдаланиши лозим. Бу ўз навбатида тадбиркорга жуда кўп муаммони ишлаб чиқариш бошланмасдан олдин бартараф этиш имконини беради. Шунинг эътиборга олиш керакки бу бўлимни ортиқча мураккаб қилиб тузиш рецензент учун ноқулай бўлиши мумкин. Шунинг учун режа тузилаётган пайтда яхшилаб ўйлаб, таъқослаб бу бўлимни мазмун рецензентга тушунарлими? бўлимни мазмун бизнес режани баҳолашда қай даражада муҳим? деган саволларга жавоб бериш лозим.

Ишлаб чиқиш режасида қуйидаги иккита муаммо ҳал этилади.

1. Маълумот яратиш
2. Маълумот ишлаб чиқиш

Маълумотларни ишлаб чиқиш ва яратиш фирма (компания) фаолиятини исталган босқичида олиб борилиши мумкин. Ушбу жараён фирма фаолиятининг бошланғич босқичига ёки айтири ривожланиб бораётган даврига тегишли бўлиши мумкин. Қарайси шароитда қам фирма маълумотларини бозорда қаракатини таъминлашга қаратилган тадбирларни қамраб олиш ва ёритиш зарур. Бу санъат асари даражасида юқори технологияга эга бўлган маълумотларни яратишда ҳал қилувчи ақамиятга эгадир. Яратилаётган янгиликлар бевосита маълумотга ёки уни ишлаб чиқиш технологиясига тегишли бўлиши мумкин.

Масалан, полиграфия компанияси ўз маълумотини ишлаб чиқишда замонавий териш компьютерларидан фойдаланиши натижасида маълумотни сифатини яхшилашга, унумдорлик даражасини оширишга эришиши мумкин.

Чакана савдо ёки хизмат кўрсатиш билан шуғулланувчи компаниялар қам фаолиятларини яхшилашга, унумдорлик даражасини оширишга эришиш мумкин.

Масалан, супермаркет истеъмолчилар ва бевосита ўз ходимлари томонидан амалга ошириладиган ўқирликлар натижасида пайдо бўладиган товар моддий қийматлар миқдорини камайишини олдини олишга қаратилган назорат тизимини ишлаб чиқиши ва уни ўқллаши мумкин.

Маълумот яратиш билан боғлиқ масалаларни қал қилишда қуйидагиларга ақамият бериш лозим.

1. Янги таклиф этилган маълумот конструкцияси ва реал (ақлий) маълумот ўртасида катта фарқ бўлиши мумкин. Бундай шароитда режада ана шу фарқни бартараф этиш йўллари аниқ кўрсатиш лозим. Чунки пул берувчи кредиторлар фақат овозда фойда келтирувчи маълумотлар ишлаб чиқаришни молиялаштиришни хохламайдилар.

2. Маълумот яратишга қаратилган бўлим илмий асарга айланиб қолмаслиги лозим. Тадбиркор ўз фаолиятини фақат умумий тарзда бериши, зарур бўлган ҳолларда эса чуқурроқ изолашган техник материаллар ўшимча информация сифатида берилиши керак.

3. Баъзи ҳолларда тадқиқотлар мазмунини ёритиш ўрнига, уларни амалга оширган мутахассислар тўғрисида маълумот берилса, фойдалироқ бўлади. Чунки уларнинг қобилиятлари ва эришган ютуқлари рецензентлар томонидан яхшироқ бабул қилиниши мумкин.

4. Маълумотларни ишлаб чиқариш бўлимида маълумотларни ишлаб чиқариш йўллари берилади ва бақоланади. Ишлаб чиқариш фаолиятининг асосий ташкил этувчилари бўлиб, ресурслар, технологик жараёнлар ва ишлаб чиқариш хажми қисобланади. Ресурслар ишлаб чиқариш бинолари, жихозлари ва ходимлар қисобланиб, уларнинг ишлаб чиқаришдаги келиб чиқиши, белгилари, хусусиятлари ва ақамияти ёритилади. Бундан ташқари, ишлаб чиқариш объектлари, уларнинг катталиги, жойлашган ўрни, транспортнинг етиб бориш имконияти, юклаш-тушириш ишлари учун зарурий майдоннинг мавжудлиги, темир йўлга, аэропорт, сув транспортига яқинлиги ҳақида ҳам маълумотлар берилади.

Мехнат ресурсларини малака даражаси, уларга қўйиладиган умумий ва махсус талаблар нуқтаи назаридан кўриб чиқилади. Мехнат ресурслари ҳақидаги тўлиқ маълумот талаб этилмайди. Ишлаб чиқариш элементлари билан таништирилгач, ишлаб чиқариш жараёни кўриб чиқилади. Бу ўринда ишлаб чиқариш операциялари кетма кетлиги схемасини бериш ҳамда ишлаб чиқаришни ташкил этиш усуллари ёритиш зарур. Бундан ташқари қайси ишлар бевосита корхонада (фирмада), қайси ишлар контракт (шартнома) асосида четда ажарилиши кўзда тутилганлиги ҳам аниқ кўрсатилади. Мавжуд ишлаб чиқариш қувватлари, уларнинг қолати, унумдорлиги, сифат назоратини ташкил этиш масалалари ҳам қисқача ёритилиши лозим.

Инвесторлар, айниқса кредиторлар тадбиркордан капиталга бўлган эҳтиёжни аниқ белгилашни талаб этадилар. Чунки молиявий ресурсларнинг тақчиллиги корхона учун ноқулайлик туғдириши табиийдир. Шу сабабдан ишлаб чиқариш режасида ишлаб чиқариш учун зарур бўладиган хом ашё материалларини ва уларнинг қийматини аниқ белгилашлари зарур.

Ишлаб чиқариш режасини тузишда маълумот ишлаб чиқаришнинг ўсишини ишлаб чиқариш операцияларига таъсирини ҳам кўриб чиқиш талаб этилади. Шунинг учун ишлаб чиқариш режасида ишлаб чиқариш учун зарур бўладиган хом-ашё материалларини ва уларнинг қийматини аниқ белгилаш лозим.

3. Изланувчанлик ва янгиликларни жорий этиш

Агар ишлаб чиқариладиган маълумотлар ёки кўрсатиладиган хизматларни келгусида янада такомиллаштириш зарур бўлса, бизнесни доимий равишда илмий изланиш ва тажриба конструкторлик ишлари билан боғлиқ равишда олиб борилиши

шартдир. Шу маъсадда асосий эътиборни изланувчанлик ва янгиликларни жорий этиш бўлимида ўйидаги масалаларни ёритишга аратмоғимиз лозим:

-Жорий этиш ва ишлаб чиқиш жараёнининг озирги олати;

-Иш ўқми, жараёни якунлаш учун зарур бўлган ходим, моддий техника база, аражат ва молиялаштириш манбалари ва кутилаётган муаммолар;

-Кузда тутилаётган ва ўтказилаётган янги илмий изланишлар: вазифа, маблаъ, эътиёж, аражат ва молиялаштириш манбалари ва ундан кутилаётган ютуқлар.

Маълумотлар раъобатбардошлигини оширишдаги илмий изланиш ва тажриба конструкторлик ишлари аҳамиятини аниқ кўрсата билиш зарур. Янги турдаги маълумот ёки янги технология жараёнлари яратилишини, мавжуд маълумотларни модернизация ва модификация қилишни алоҳида ажратиб кўрсатиш лозим.

Таянч сўз ва иборалар

6.1.Ишлаб чиқариш режаси

6.2.Сотиш режаси

6.3.Стратегик элементлар

6.4.Маълумот ва хизматлар яратиш

6.5.Изланувчанлик ва янгиликларни жорий этиш

Тавсия этилган адабиётлар

1.А.Абдуллаев, А.Айбешов. Бизнес режа. Тошкент: «Молия» 2002 й. 33-37 бетлар.

2.Т.Любанова, Л. Мясоедова, Т. Грамотенко, Т. Олейникова. Бизнес план Опёт, проблемў. Москва. ПРИОР. 2000г. 16-20 бетлар

3.Владимирова Л.П. Прогнозирование и планирование в условиях рўнка. Учебное пособие. М.: Дашков и К. 2000 г. 301-303 бетлар

7-маъруза

Мавзу. Бизнес режанинг ташкилий режа ва менежмент бўлими

Ўқув модели бирликлари:

1.Корхона (фирма)ни бошқаришни ташкилий тузилмасини белгилайдиган омиллар

2.Корхона (фирма)да ходимларни бошқариш

3.Корхона (фирма)да меънатни ташкил қилиш ва бошқариш

Аниқлаштирилган ўқув маълумотлари (талабанинг вазифалари). Талаба ушбу мавзунини ўзлаштиргандан сўнг:

1.Корхона (фирма)ни бошқаришни ташкилий тузилмасини белгилайдиган омилларни мохиятини тушунади;

2.Корхона (фирма)да ходимларни бошқариш жараёни алоҳида тушунчага эга бўлади;

3.Корхона (фирма)да меънатни ташкил қилиш ва бошқариш тўғрисида тасаввурга эга бўлади.

Муаммо: Бизнес режанинг ташкилий режа ва менежмент бўлими нима маъсадда тузилади ва унда нималарга эътибор аратилади?

1. Корхона (фирма)ни бошқаришни ташкилий тузилмасини белгиладиган омиллар

Корхоналар (фирмалар)ни бошқаришни ташкилий тузилиши, ходимларни шахсий тавсифлари ва малакаси, нуқуний ва банк хизмати шакллари-фаолиятининг якуний муваффақиятининг муқим омилидир. Кичик бизнеснинг ўзига хос хусусияти шундаки, ташкилий нуқтаи назардан фирманинг тузилиши асосий (етакчи) ходимларнинг тавсифномаларига ва уларга ўйиладигин талаблар билан уйғунлашиб кетади. Бошқарув тузилишини тузишда инсон омили муқим аамиятга эга бўлади. Шунинг учун фаолиятнинг бошланғич босқичиданоқ рақбарлар ва мутахассисларнинг шахсий ва гурухли қизиқишлари, тажриба ва удумлари, малака ва ижтимоий-психологик тавсияномалари қисобга олиниши лозим. Ташкилий тузилишни тузишда яна бошқаришнинг самарали тузилишини асосий тамойиллари яъни қуйидагиларга диққатни жалб этиш талаб этилади:

- мажбуриятларни оптимал тақсимлаш;
- рақбарни ахборот билан таъминоти;
- ижрочининг ўз иш натижасидан мафаатдорлиги;
- назоратнинг мавжудлиги;
- яккабошчилик.

Корхонани ташкилий тузилишини тузиш учун бошқаришнинг намунавий:

- қизиқли;
- қизиқли штабли;
- функционал;
- дастурли мақсадли;
- матрицали, ташкилий тузилишларидан кенг фойдаланиш мумкин.

Ишлаб чиқариш манфаатлари, шахсий манфаат ва ходимлар манфаати ўзаро мослаштирилгандагина корхона ходимларининг фаолияти самарали бўлади.

Бизнес режани бу бўлимида қуйидаги масалалар ёритилиш лозим;

- бошқарув тузилиши қандай бўлади?
- бошқарув командасининг асосий аъзолари орасида вазифалар қандай тақсимланади?
- улар бир-бирларини қандай тўлдиришади?

Бу ерда корхонани ташкилий тузилишини (схемасини) келтириш мақсадга мувофиқ бўлади. Бундан ташқари бошқарувчилар (ташкилотчилар) руйхати, ушбу соҳадаги иш тажрибалари, мажбурият ва жавобгарлик, маоши, корхона эга бўлган ресурслар қайсида қам маълумот берилади. Таклиф этилган тузилиш (схема) қуйидаги пунктлардан ташкил топади.

А)Ташкилий тузилиш-бунда бошқарув командасининг барча мансабларининг ташкилий тузилиши келтирилади. Агар мансаблар устама қаражатларни ўзгартирмай тўлдириш имконияти бўлмаса, у қолда ушбу функциялар ким томонидан қай тарзда бажарилиши (четдан ходимларни, консультантларни жалб қилиш ёки функцияларни қўшиб олиб боришни йўлга қўйиб) ва ушбу мансаблар доимий ходимлар билан қачон тўлдирилиши аниқланиши талаб этилади.

В)Корхона (фирманинг) бошқарувчилари

Бу ерда бошқарув аппарати қар бир аъзосининг нуқуний ва мажбуриятлари ифодаланиши лозим:

- Ким қандай вазифаларни бажаради?

-Ким кимга буйсилади?

-Ким якуний Ҷарор чи Ҷаради?

Ҷар бир ра Ҷарга ишчанлик хусусияти, эришган натижалар ну Ҷаи назаридан ба Ҷо бериш талаб этилади. (резюме тарзида)

Резюме Ҷуйидаги Ҷисмлардан ташкил топади:

1.Исми, шарифи;

2.Адреси;

3.Телефон;

4.Мансаб;

5.Ҷис Ҷаха характеристика (ёши, Ҷобилияти, Ҷизи Ҷиши, малакаси);

6.Иш тажрибаси;

7.Маълумоти;

8.Оилавий шароити;

9.Рекомендация;

В)Мулкчилик масалалари. Бош Ҷарув командасининг Ҷар бир аъзосининг иш Ҷаи ми Ҷори. Иш Ҷаи ми Ҷори шу ходимнинг охирги иш жойида олган маоши ми Ҷорида белгиланади. Агар фирма акционерлик жамияти сифатида режалаштирилса, бош Ҷарувчилар Ҷанча акцияга эга ва ишга Ҷанча капитал Ҷўшгани Ҷам кўрсатилади.

Г)Бош Ҷа инвесторлар. Бу ерда фирма(корхона)нинг бош Ҷа инвесторлари Ҷаида маълумот бериш, уларни сони, акциялари улуши, сотиб олган муддати ва Ҷар бир акция Ҷиймати ифодаланиши керак.

Д)Ишчилар ёллаш, бош Ҷа келушувлар, акциялар ва мукофот режалари. Бош Ҷарув командасини ёллаш шартларини ифодалаш; акцияларни сотиб олиш ва капитал Ҷуйилмаларга Ҷўйиладиган чекланишлар ва мукофотлар тизими Ҷаида маълумот берилади.

Е)Директорлар кенгаши. Бу ўринда корхонанинг директорлар кенгаши структураси ва сони Ҷаидаги Ҷарори, унинг аъзоларининг таркиби ва корхонага келтирадиган нафи Ҷаида маълумот берилади.

Ж)Бош Ҷа акциядорлар. Бош Ҷа акциядорлар(бош Ҷарув командасидан таш Ҷари) таркиби, уларнинг Ҷу Ҷу ва мажбуриятлари, ёзма равишдаги гарантиялар санаб ўтилади.

Профessional масла Ҷатчилар ва хизматлар. Барча корхоналар (фирмалар) катта кичиклигидан Ҷатий назар бухгалтер, Ҷу Ҷу шунос, банклар, су Ҷурта агенти ёки брокер хизмати ва бош Ҷалар хизматидан фойдаланадилар. Шунинг учун Ҷам бу бўлимда аудиторлик хизмати, реклама, Ҷу Ҷу, банк операциялари бўйича ёлланадиган мутахассисларнинг номлари ва ишлайдиган ташкилотларини санаб ўтиш лозим.

Кичик корхона ва фирмаларнинг муваффа Ҷиятсизликка учрашига олиб келадиган омиллар та Ҷлил Ҷилинганда шу нарсани ани Ҷландики, 98% муваффа Ҷиятсизлик нотўри бош Ҷарув натижасида ва 2% уларга бо Ҷли бўлмаган сабабларга кўра рўй берар экан. Ушбу бўлимни тузишда ана шу шароитни албатта инобатга олиш лозим. Кўпгина корхоналар (фирмалар)нинг банкротга учрашининг кенг тар Ҷалган сабабларидан Ҷуйидагиларни ажратиб кўрсатиш мумкин.

1. Бош Ҷарув билимининг етишмаслиги 45%

2. Ма Ҷсулот ишлаб чи Ҷаришдаги тажрибани етишмаслиги 9%

3. Бош Ҷарув тажрибасининг етишмаслиги 18%

4. Тор мутахассислик 20%
5. Зиммага олинган мажбуриятларни бажарилмаслиги 3%
6. Алдаш 2%
7. Бахтсиз ходиса 1%

Жами 98%

2. Корхона (фирма)да ходимларни бошқариш

Корхона (фирма)ларда ходимларни бошқариш жуда мураккаб жараён бўлиб, ҳаммамнинг ўлидан келавермайди. Шу сабабдан ходимларни бошқариш тизимини йўлга қўйиш, кадрларни ёллаш, тайёрлашни ташкил этиш, уларни бошқариш усуллариغا ўргатишга ёрдам берувчи мутахассисни ёллаш мақсадга мувофиқдир. Бу юзакни қараганда ҳаммамга тушадиган истакка ўхшайди. Лекин чуқурроқ таққил қилинганда, ходимларни нотўғри танлаш натижасида юзага келувчи қаражатлар бундан ҳам ортиқ бўлиши мумкин. Шу сабабдан ходимларни бошқариш чуқур режалаштиришга мухтождир шунинг учун бу ерда қуйидаги саволларга жавоб бериш талаб этилади:

Яъни келажакда яъни 5 йил давомида

1) қанча ходимлар талаб қилинади?

2) қандай мутахассислар зарур?

3) Шу мутахассисларга эгамисиз?

4) Улар қандай шартлар асосида ишга қабул қилинадилар (доимий ёки вақтинча)?

5) Улар меҳнати қандай тақдирланади? (қатъий маош ёки соатбай тўлов)?

6) қандай қўшимча тўловларни кўзда тутасиз?

7) Ишдан ташқари вақтда ишлаганлиги учун қўшимча тўлов назарда тутилادими?

8) Кадрлар тайёрлаш билан шуғулланасизми? Бу сизнинг корхонангиз (фирмангизга) қанчага тушади?

Шуни унутмаслик керакки қўшимча ходимларни жалб этиш корхона даромадини оширишга сезиларли таъсир кўрсатади. Ҳар бир иш жойига номзодларни чуқур текшириш ва суриштириш орқали танлаш яхши натижа беради.

3. Корхонада (фирмада) меҳнатни ташкил қилиш ва бошқариш

Корхона (фирма)ларда меҳнатни ташкил қилиш ва бошқариш бизнес режанинг муҳим бўлиmlаридан биридир.

Бизнес режанинг ушбу бўлимида корхонанинг ташкилий бошқарув тузилиши ва асосий рақобларига тавсифнома берилади. Бошқарув тизимини қизма кўринишда тасвирлаш мақсадга мувофиқдир. Бу ерда ҳар бир рақобнинг қўқўий бурчи ва жавобгарликлари кўрсатилиши керак. Бу бўлимда қуйидаги саволларга жавоб беришимиз керак деб қисоблаймиз:

- қозирги ташкилий тизим ва кутилаётган ўғаришлар;

- Корхонани ташкилий қўқўий даражаси ва мулк шакли;

- Агар корхона ўртоқлик уюшмаси бўлса-шериклар ва уларнинг асосий шартлари;

-Агар   иссадарлик жамияти бўлса – ким асосий   иссадор, унинг акциясидаги   иссаси(улуши);

-Чи  арилган акция тури, ми  дори, овозга эга ва эга эмаслиги;

-  арор   абул   илиш жараёни ва унинг умумий тартиби;

-Асосий ра  барлар ва мулк эгалари: маълумоти, мутахассислиги, тажрибаси, бурчи ва жавобгарлиги, та  дирлаш;

-Директорлар иттифо и аъзолари; номлари, манзилго и, ме нат фаолияти.

-Тўлов  ужжатларини назорат  илишга ким  а ли эканлиги.

-Менежерлар командаси  а идаги асосий биографик маълумотлар (маълумоти, ёши, ало ида имкониятлари ва маълумотномаси ва бош алар);

- ар бир менежерлар командасининг роли ва  у у  доираси;

- ар бир менежернинг ойлик иш  а и, мукофотлари ва бош а турдаги та -дирланишлари.

Кўп  олларда  арз (ссуда) айрим ша сларга берилади, яъни жаъмиятда ало ида ўрин тутган, маълум бир обрўга эга бўлган, хужаликни муваффа иятли бош ара оладиган ва хоказо. Имкониятли инвесторлар корхона бош арув командасини ўрганади. Команда бош арув шу жумладан, илмий изланишлар олиб бориш, маркетинг, молия ва ишлаб чи ариш со аларида маълум бир тажриба ва билимларига эга бўлиши керак. Шунинг учун бизнес режанинг ушбу бўлимида бош ариш командаси  а ида тўла маълумот берилиши фойдадан  оли бўлмайди.

Шу жумладан оддий  одимлар  а ида  ам маълумотлар берилиши керак, чунки улар ушбу режани бажаради. Ушбу бўлимда мутахассислар таркиби кўрсатилади, уларнинг жавобгарлик со алари, шунга мос равишда иш  а и ми дори белгиланади. Бундай та лил менежерларга кадрлар сиёсатини режалаштиришга имкон берибгина  олмай, балки имкониятли инвесторларда бизнес режани  ар бир асосий муаммоларига эътибор  аратилганлигини  ам кўрсатади. Асосий эътибор бу бўлимда ташкилий тузилиш ва бизнес вазифасига  аратилиши керак. Бу ерда барча имкошниятлардан о илона фойдаланиш керакки, у келгусида юзага келиши мумкин бўлган но уш  олатларни олдини олиши лозим.

Таянч сўз ва иборалар

7.1.Бош аришни ташкилий тузилиши

7.2.Корхонани ташкилий тузилиши

7.3.Профессионал бош арувчилар

7.4.Ходимларни бош ариш

7.5.Мехнатни ташкил  илиш

Тавсия этилган адабиётлар

1.А.Абдуллаев, А.Айбешов. Бизнес режа. Тошкент: «Молия» 2002 й. 33-37 бетлар.

2.Т. Любанова, Л. Мясоедова, Т. Грамотенко, Т. Олейникова. Бизнес план Оп т, проблем . Москва. ПРИОР. 2000г. 16-20 бетлар

3. Владимирова Л.П. Прогнозирование и планирование в условиях р нка. Учебное пособие. М.: Дашков и К. 2000 г. 301-303 бетлар

8-маъруза

Мавзу. Бизнес режанинг молиявий режа бўлими

Ўшув модули бирликлари:

1. Корхона молиявий режасини мохияти ва аҳамияти;
2. Капиталга бўлган эҳтиёж ва унинг манбалари
3. Зарарсизлик таълили

Аниқлаштирилган ўшув маҳсадлари (талабанинг вазифалари). Талаба ушбу мавзунини тўла ўзлаштиргандан сўнг:

- 1) Корхона бизнес режасининг молиявий режа бўлимини мохияти ва аҳамиятини ва унда нималар ёритилишини тушуниб етади;
- 2) Корхонани молиявий маблағларга бўлган эҳтиёжи ва улар билан таъминлаш манбаларини билиб олади;
- 3) Корхонани зарарсиз ишлашини таълил қила олади, доимий ва ўзгарувчан шаражатлар тўқисидан тушунчага эга бўлади.

Муаммо! Бизнес режанинг молиявий режа бўлимида нималар ёритилади, корхонани капитал маблағларга бўлган эҳтиёжи қандай аниқланади, зарарсизлик қандай таълил қилинади?

1. Корхона молиявий режасини мохияти ва аҳамияти

Молиявий режа ишлаб чиқаришни ташкил этиш ва маркетинг режа каби бизнес режанинг асосий бўлимларидан биридир. У ишлаб чиқариш ва бизнес учун зарур бўладиган имкониятли инвесторларни аниқлайди ва шу билан бир шаторда бизнес режани иқтисодий жиқатдан бажарилиши мумкин эканлигини кўрсатади.

Бизнес режа тузишдан аввал рақбар корхонанинг фойдали эканлигига тўла бақо бериши керак. Бу бақо биринчи навбатда имкониятли инвесторлар учун қам зарур. Бизнес фойдалими? Қанча маблағ зарур бўлади, бизнесни бошлаш ва қисқа муддатли молиявий эҳтиёжни қондиришда қай йўл билан бу пул олиниши мумкин? Юқоридаги муаммоларнинг барчаси бизнес режанинг молиявий режа бўлимида қал этилади.

Бизнес режани бажарилишини бақолашда молиявий ахборотларни уч манбаи мавжуд:

- 1) Яқин уч йилга кутилаётган реализация ва шаражатлар қажми;
- 2) Яқин уч йил ичида пул оқимлари (мавжуд маблағлар қарақати таълили).
- 3) Жорий йил баланси ва яқин уч йил ичида кутилаётган баланс қолатлари.

Молиявий қисобот ва прогнозлар корхонанинг ўтган фаолияти ва келгуси ташкил этиш режаларини қисқача тасвирлайди.

Қар бир молиявий қужжатлар бизнес режада текст шаклида келтирилади, улар бизнес режага ва унинг иловаларига мос келиши керак. Молиявий қисоботлар тегишли қужжат ва тушунтириш хатлари билан биргалиқда олиб борилиши маҳсадга мувофиқ қисобланади.

Мақсулот ишлаб чиқаришнинг кутилаётган қажми ва ўша даврга мос шаражатлар уч йилга умумлаштирилган бўлиши керак, биринчи йилнинг кўрсаткичлари ойларга бўлиб кўрсатилиши шарт. Бу ерда мақсулот таннарни, умумий ва маъмурий шаражатлар қисобланиши зарур. Шундан сўнг белгиланган солиқлар тартиби ва ставкалари асосида корхонанинг солиқдан сўнги соф фойдасини аниқлашимиз шарт. Кутилаётган мақсулотларни сотиш қажми ва

Аражатлар суммасини биринчи ўн икки ойга ва кейинги йилларга аниқлашда бозордаги маълумотларга таяниш керак. Молиявий соҳадаги ахборотнинг иккинчи асосий томони, бу икки, уч йил ичидаги пул оқимларини олдиндан билиш учун бошланғич нақд пул маблағларига кутилган дебиторлик қарз суммаси ва бошқа тушумларни, жумладан ойлар бўйича йил давомида барча тўловлар қам аниқланиши шарт. Тўловлар йилнинг қар хил муддатларида амалга оширилар экан, нақд пулга бўлган эҳтиёж ойлар бўйича аниқланиши зарур, айтиқса биринчи йилда мақсулотни сотиш бир текисда амалга ошмайди, мижозлар ўз вақтида мақсулотлар қийматини тулай олмасликлари мумкин, шунинг учун доимий аражатларни қоплаш мақсадида, яъни иш қайи, хизмат сафари аражатлари каби тўловларни тўлаш учун қисқа муддатли қарз олишни қам қўзда тутиш керак.

Бизнес режанинг молиявий режа бўлимидаги маълумот (ахборот)ларнинг охирги асосий элементи-кутилаётган баланслар қисобланади. Улар корхонанинг маълум бир даврдаги молиявий қолатини кўрсатади.

Баланслар корхона активлари, мажбуриятлари, инвесторлар (инвестиция эгалари) ва айрим шериклар қайида, шу жумладан, тақсимланмайдиган фойда ва зарарлар тўқрисида умумлашган маълумот беради. Имтиёзли инвесторга барча маълумотлар кўрсатилиши шарт, чунки унинг асосида бизнес режанинг бошқа бўлимлари тузилади.

Бизнес режанинг молия бўлимига қуйидаги молиявий режа ва қисоботлар киритилиши шарт:

- Корхонанинг ўтган даврдаги қолати бўйича молиявий маълумотнома;
- Охирги уч йил бўйича фойда ёки зарар қисоботлари;
- Корхонанинг охирги уч йилдаги баланслари;
- Келгуси уч йилда кутилаётган фойда ёки зарар қисоботи (ойлар ва кварталлар бўйича);
- Келгуси уч йил бўйича кутилаётган мавжуд маблағлар қисоботи;
- Корхонанинг охирги уч йилдаги баланслари;
- Зарарсизлик нуқтаси тақили;
- Ўтган ва кутилаётган молиявий коэффицентлар(ушбу тармоқ ўртача кўрсаткичига тақослаган қолда);
- Молиявий қисоботларни олдиндан белгилашда фойдаланилган қўжатлар;
- Барча олдиндан қисобланган қисобот шакллари бўйича илова ва қисоблар;
- Молиявий режага асосланган бухгалтерия қисоби шакли;
- Аудитор хулосаси;

2. Капиталга бўлган эҳтиёж ва унинг манбалари

Бизнес режанинг ушбу бўлимида тадбиркорлар ўз корхоналарининг қўққий шаклини(мулкчилик шакли бўйича корхона тури) ва капитал билан таъминланиш шароитини аниқлайдилар. Ушбу бўлим қисқа ва аниқ тайёрланиши лозим. Бизнес структурасини аниқлаш - унинг энг яхши шаклига нисбатан қам, унда капитал манбаларининг иштирокига нисбатан қам - мутахассислар фикрига таянишни талаб этадиган соҳалардан бири қисобланади. Шунинг учун четдан мутахассисларни консультант сифатида таклиф этишда қуйидагиларга эътибор берилиши лозим.

1. Тадбиркор юри малакали, халол, ишончли ушунос ва бухгалтерларни топиши, амда уларни мажбуриятлар, солилар ва бошмасалаларни хал этишга жалб этиши лозим.

Баъзи оларда тадбиркор иложсиз шароитга тушиб олади; бир томондан мутахассисларни таклиф иилишга маблаларнинг етишмаслиги, иккинчи томондан эса фирманинг муваффаияти учун уларнинг ёрдами зарур эканлигини хис этади. Лекин булар тадбиркорни тўхтата олмаслиги керак, чунки кўпчилик мутахассислар улар билан ишлашга тайёрлар. Шу сабабли, улар ўз хизмат алари (гонорарлари) суммасини пасайтиришга ва хаттоки корхонада улушга эга бўлиш исобидан ам ишлашга рози бўладилар. Тадбиркорлар бундай шароитда хеч иккиланмай бундай мутахассислар билан музокурага киришишлари лозим.

2. амкорлик борасида ва гонарар миёдори бўйича шартнома тузишда тадбиркорлар жуда эътиборли бўлишлари лозим. Масалан, тадбиркор фирмани 20% ни 2 млн. сўмга сотишни таъкидлаб туриб, шу суммани консультациялар учун тўловларни юри чегараси деб тушуниши мумкин. Консультант эса буни бошача яъни, агар корхона оир шароитга тушиб олса, корхонанинг 20% ни 2 млн. сўмга олиши мумкин деб тушунади. Яъни у тўлов борасида тортишади.

Фирмаларнинг капиталга бўлган эhtiёжини ани белгилаш одатда тадйотлар ва хис иилишни ўзаро мослаштиришга асосланади шунингдек, капиталнинг зарурий миёдорига таъсир кўрсатувчи келгуси ходисалар прогнознинг омад даражасига ам боли бўлади. Ушбу бўлимдаги ва молиявий режадаги кўрсаткичлар ўзаро мос келиши лозим. Ушбу шарт, айнаса, балансда кўрсатиладиган маълумотларга тегишли бўлади. Чунки балансда капитал маблаларнинг ва унинг ишлатиш йўналишлари анилангач, уларни кўзда тутилган манбаларини кўрсатиш керак. Бунда биринчи оида шундан иборатки, барча йўналишлар ва барча манбалар бўйича олинган капитал хажми суммаси ўзаро мос келиши лозим.

Иккинчи оида шуни кўзда тутадик, бизнес режада музокара предметига айланувчи хеч нарсa бўлмаслиги керак. Тадбиркор капитал манбаларини умумий тарзда ифодалаши мумкин. Тадбиркор потенциал манбаларни диат билан ўрганиши лозим. андайдир венчур капитал фонди бошланйч фаолият босйида бўлган фирма ўз маблаларини жалб этишга рози бўлмаслиги, айси бир банк, ссуда беришдан олдин акциялар улушини талаб этиши мумкин. Потенциал молиялаштириш манбаи билан алоа ўрнатишда ўйидаги маслахатларга амал иилиш фойдадан оли бўлмайди:

- агар иложи бўлса тавсифномалар ййиш;

- бизнес режани турли хил капитал манбаларига оммавий тарзда жўнатиш ўрнига, ишончли манбаларни танлаб мурожат иилиш;

- бизнес структураси бирдан орти молиялаштириш манбаи иштирокини кўзда тутса, барча манбаларга бир вагда бизнес режани жўнатиш орали уни ўрганишни тезлатиш мумкин;

- талабга жавоб бермайдиган молиялаштириш ташкилотини танлаш ва белгилаш етарли эмас. Тадбиркор унда зарурий шахсни топишга аракат иилиши керак. Капитални топиш-бирмунча вагда талаб этадиган мураккаб жараёндир. Бу тадбиркор учун жиддий тўси исобланади. Демак, ишнинг муваффаияти учун самарали аракат иилиш лозим.

Корхонани ӯй-ўй шаклини танлашда тадбиркор корхона андай турда бўлишини хал қилиши керак. Бу ерда мавжуд маблақлар, шунингдек жалб этилиши лозим бўлган маблақлар манбалари кўрсатилади. Тадбиркор потенциал капитал таъминотларига жуда кенг вариантларни яъни акциялар, қарз мажбуриятлари ёки конвертацияланган қарз каби гибрид шакллардан фойдаланишни таклиф этиш мумкин. Корхона ӯй-ўй шаклининг нисбатан кенг тарқалган шакллариغا қуйидагилар қисобланади:

1. Тезкор ссуда. Ссуда-асосий қарз ва фоиз тўловларини маълум белгиланган давр мобайнида тўлаш шварти билан қарз олиш туридир. Бунда фоиз ставкаси аниқ белгиланади ёки ўзгарувчан бўлиши мумкин.

2. Кредитли линия – компаниянинг бозор қийматидаги айланма капиталини молиялаштириш борасидаги келишув.

Оддий акцияларнинг икки тури мавжуд «овозга эга акциялар»-акциядорлар қийлишида овоз бериш ӯй-ўйига эгалар. «Овозга эга бўлмаган акциялар», бунда акциядорлар овоз бериш ӯй-ўйига эга эмаслар.

3. Зарарсизлик тақлили

Бозор иқтисодиёти шароитида қар андай тадбирлик фаолиятининг бош мақсади самарали (фойдали) қаракат қилиш қисобланади. Шунинг учун қам, тадбиркор асосий эътиборни биринчи навбатда юқори даромад ва унинг юксалишига қаратмоқчи лозим. Шу мақсадда, зарарсизлик тақлил этилади. Тақлилда қуйидаги тушунчаларга алоқида ақамият берилади:

- зарарсизлик тақлили усули;
- доимий, ўзгарувчан ва аралаш қаражатлар;
- зарарсизлик тақлилининг график усули;
- зарарсизлик нуқтаси ва унинг моқияти;
- ялпи фойда;
- бошқарув усули;
- зарарсизлик зонаси.

Қозирги бозор иқтисодиёти шароитида бизнесни бошқарувчилар, тадбиркорлар зарарсизликни тақлил этиш қобилиятига эга бўлишлари лозим. Буларга:

- бизнес режалаштириш;
- мақсадли фойда тақлили;
- ишлаб чиқаришда оптимал технологияни танлаш ва қозоқозо.

Зарарсизликни тақлил этиш орқали қар бир менежер(бошқарувчи) бизнесда ишбилармонлик соқасидаги ўзгаришларни бақолай олиш имкониятига эга бўлади. Бизнесга кириш стратегиясини танлашда корхона фойдалилиги етакчи ўрин тутати. Шундай экан менежерлар ўзгаришлар таъсирини бақолашга муқтож бўлади. Бу вақтда асосий эътиборни қуйидагиларга қаратмоқчимиз лозим:

- ишлаб чиқарилаётган(ёки ишлаб чиқариш кўзда тутилаётган) мақсулотга бўлган бозор талаби;
- мақсулот ишлаб чиқариш учун кетадиган зарурий қаражатлар;
- ишлаб чиқариш қаражатларининг тузилиши ва таркиби;
- ишлаб чиқариш технологиясининг янгиланиши (ўзгариши)ни корхона самарадорлигига (фойдалилигига) таъсири;

Шуни унутмаслик керакки, ҳар қандай бизнесни ёки тадбиркорлик фаолиятини ташкил этишда бир қатор муаммолар юзага келади. Уларга:

- а) қандай ҳажмда маҳсулот ишлаб чиқариш зарурлиги;
- б) товар баҳосини қандай белгилаш кераклиги;
- в) ўзгарувчи қаражатлар даражаси қандай бўлиши лозимлиги;
- г) арзон қўл меҳнатини ёки ишлаб чиқаришни механизациялашни танлашлиги;
- д) маҳсулот сотишни 20% га ортиши корхона фойдалилигига қандай таъсир этиши;

ж) ишлаб чиқариш қувватидан фойдаланишни қай даражага кўтарганимизда иш фойда бера бошлаши ва қозо.

Ушбу муаммоларни ҳар томонлама чуқур ўрганиш тадбиркорга фаолият юзасидан тўғри қарор қабул қилишига олиб келибгина қолмай бозорда муваффақиятли фаолият кўрсатиши ва ўз ўрнига эга бўлишини кафолатлайди.

Шунинг учун ҳам бошқарув қарорларини қабул қилишнинг асоси зарарсизликни таълил этиш қисобланади.

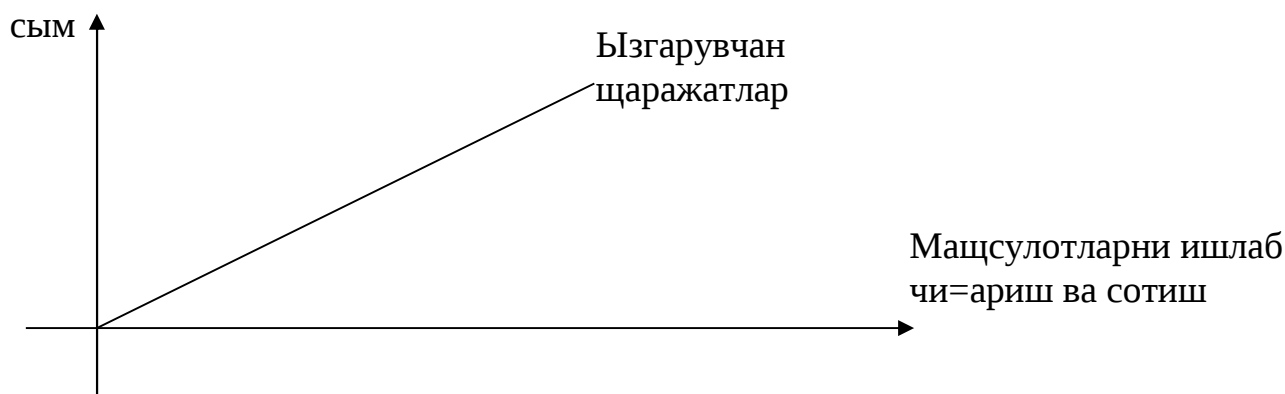
Зарарсизлик таълили – корхона маҳсулотининг баҳоси, ишлаб чиқариш ҳажми, маҳсулот бирлигига тўғри келувчи ўзгарувчи қаражат, доимий қаражат ва фойдалиликни ўрганувчи усулдир.

Зарарсизлик таълилининг энг асосий томони бу қаражатларни икки гуруҳга бўлиб ўрганишдир:

1. Доимий қаражатлар;
2. ўзгарувчан қаражатлар.

Ўзгарувчан қаражатлар маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми ортиши ва камайишига қараб ортиб ёки камайиб боради.

График кўринишида уни қуйидагича тасвирланади:

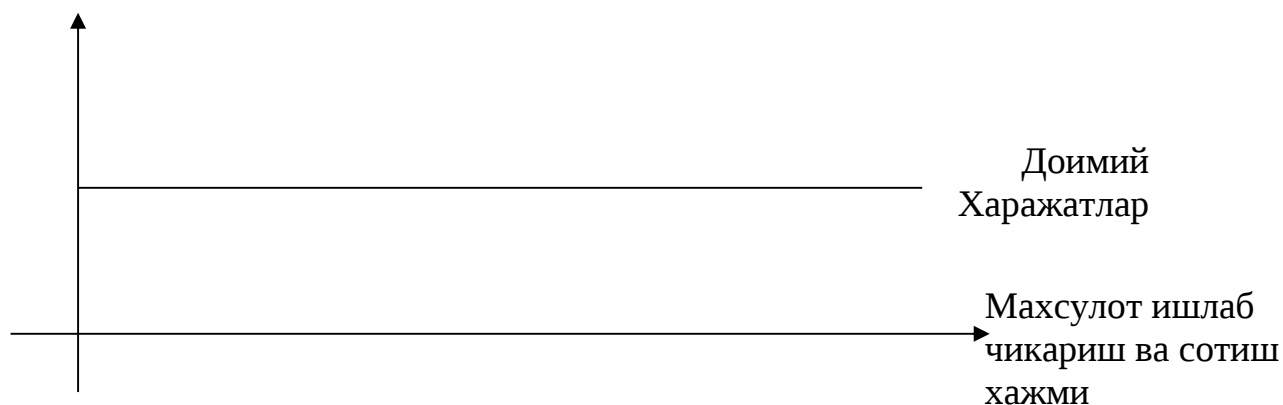


Буларга хом ашё ва материаллар, иш қўли, техник хизмат кўрсатиш, мукофотлар ва бошқа ўзгарувчан қаражатлар киради.

Доимий қаражатлар бу маҳсулот ишлаб чиқариш ва сотиш ҳажмига боғлиқ бўлмаган қаражатлардир.

Доимий қаражатлар график кўринишида қуйидагича тасвирланади:

Қаражатлар

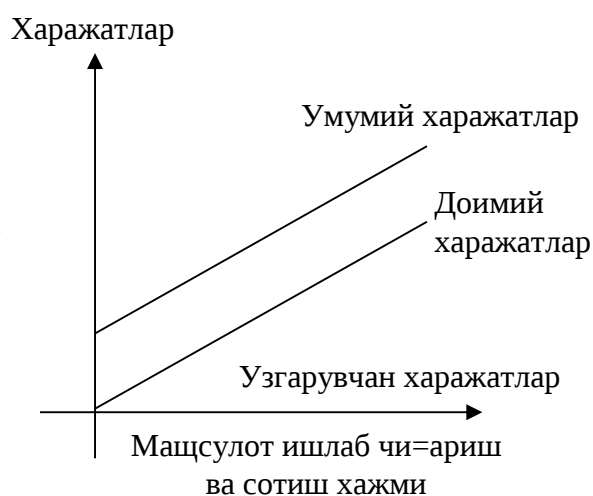
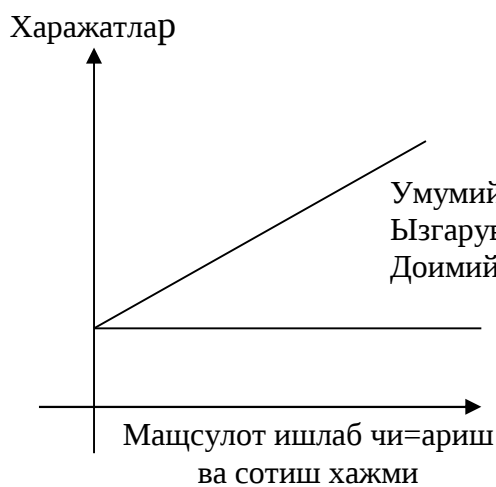


Бу $\square$ аражатларга ижара тўлови, доимий маошлар, йиллик реклама $\square$ аражатлари, коммунал хизмат тўловлари, су $\square$ урта суммаси ва бош $\square$ алар киради.

Ю $\square$ оридаги $\square$ аражатларни ўзгариши корхона(фирма)ни молиявий $\square$ олатини ўзгаришига олиб келади.

Зарарсизлик ну $\square$ таси-бу ма $\square$ сулот сотишдан тушган тушумни уни ишлаб чи $\square$ ариш ва сотиш учун $\square$ илинган $\square$ аражатларга тенг бўлиши ёки фойда суммасини нолга тенглигидир.

Корхоналар умумий $\square$ аражатларини ма $\square$ сулот ишлаб чи $\square$ ариш ва сотишга бо $\square$ ли $\square$ лиги $\square$ уйидаги кўринишни олади:



$\square$ ар бирлик тушум $\square$ исобига ма $\square$ сулот ишлаб чи $\square$ аришнинг ортишида бир хил суммага ўзгарувчан $\square$ аражатлар ортади. Бундан таш $\square$ ари доимий ми $\square$ дор $\square$ ам ортади.

$\square$ ар бир ма $\square$ сулот бирлигида сотиш ба $\square$ оси билан ўзгарувчан $\square$ аражатлар орасидаги фар $\square$ ўзгармас ми $\square$ дор бўлиши керак. Бу фар $\square$ ялпи фойда деб юритилади.

Мисол:

Ма $\square$ сулот ба $\square$ оси – 50 сўм

Ўзгарувчан $\square$ аражатлар $\square$ иссаси – 28 сўм

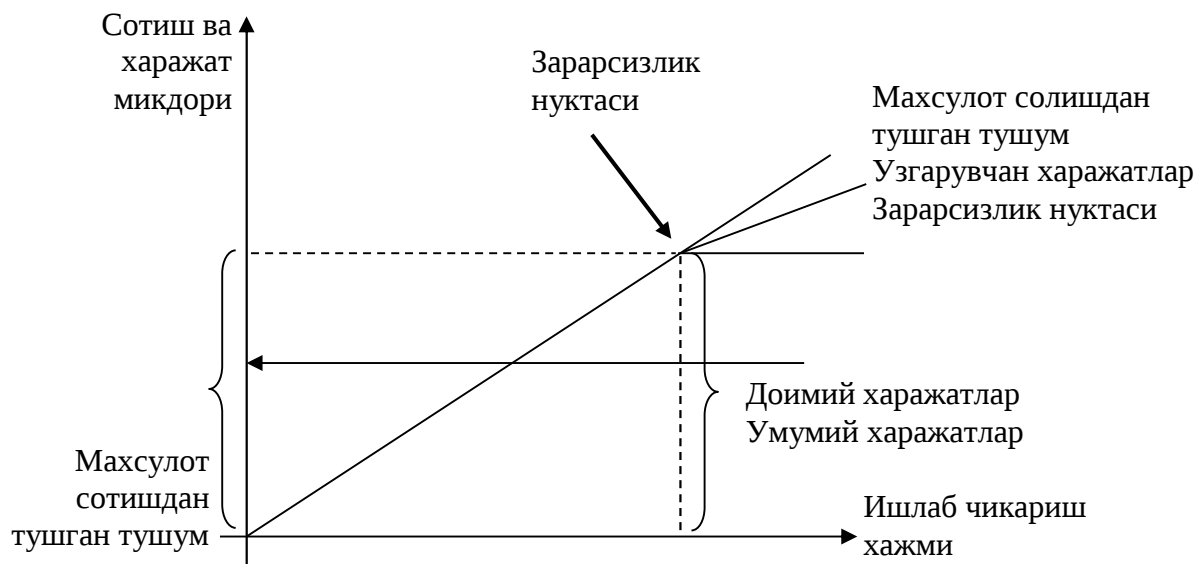
Доимий $\square$ аражатлар – 11000 сўм

Битта ма $\square$ сулот $\square$ исобига ялпи фойда $50 - 28 = 22$ сўм

Маълумот ишлаб чиқариш хажми - 3000 дон
 Ялпи фойданинг умумий хажми – $22 \times 3000 = 66000$ сўм
 Маълумот сотишдан тушган тушум- $50 \times 3000 = 150000$ сўм
 Ўзгарувчан қаражатлар чегирилиб ташланади. $28 \times 3000 = 84000$ сўм
 Ялпи фойда 66000 сўм.

Ялпи фойда қ доимий қ аражатлар қ фойда

Ялпи фойдадан (66000 сўм) доимий қ аражатларни (11000 сўм) айриб ташласак 5000 сўм фойда қ олади.



Зарарсизликни таъминлаш учун ялпи фойда миқдори доимий қ аражатларни қ оплашга тенг бўлиши лозим.

Мисол:

Маълумот бирлигига ўзгарувчан қ аражатлар 30 сўм
 Реализация (сотиш) баъоси 36 сўм
 Доимий қ аражатлар 110000 сўм

Битта маълумот фойдаси $(36-30) \times 6$ сўм

Зарарсизлик нуқтаси қ $\frac{110000}{6}$

Маълумот сотишдан тушган тушум
 Ўзгарувчан қ аражатлар
 Ялпи фойда

Доимий   аражатлар 110000 с м
Фойда 0

Зарарсизлик ну таси хусусиятлари –  ар  андай зарарсизлик н  тасидан ю ори   шмча ишлаб чи арилган ма сулот фойда беради. Зарарсизлик н  таси доимий  исобланмайди, у сотиш ба оси  згариши билан  згариб боради.

Зарарсизлик та лили ма сулот сотиш хажмини ба олашда   лланиши мумкин, чунки у фирмани ма садли фойда олишини та минлайди.

Тушум   фойда    згарувчан   аражатлар   доимий   аражатлар.

Тушум -  згарувчан   аражатлар   фойда   доимий   аражатлар.

Талаб этилаётган ялпи фойда ми дори ма садли фойдани та минлаш ва доимий   аражатларни  оплашга етарли б улиши керак.

Ма сулот сотишнинг зарурий хажми

Фойда (ма садли)   доимий   аражатлар

N   -----

Ма сулот бирлигига ялпи фойда

Мисол:

Ма сулот ба оси 30 с м

 згарувчан   аражатлар 10 с м

Доимий   аражатлар 60000 с м

Корхона 50000 с м фойда олиши учун ма сулот ишлаб чи ариш хажми  андай б улишини   йидагича ани лаймиз

Ягона ялпи фойда 20 с м (30-20)

50000   60000 110000
N   -----   -----   5500 дона
20 20

Таянч с з ва иборалар

8.1. Молиявий режа

8.2. Капиталга б улган эхти ж

8.3. Корхонанинг  у у ий шакли

8.3. Зарарсизлик та лили

Тавсия этилган адабиётлар

1.А. Абдуллаев, А.Айбешов. Бизнес режа. Тошкент: «Молия» 2002 й. 33-37 бетлар.

2.Т. Любанова, Л. Мясоедова, Т. Грамотенко, Т. Олейникова. Бизнес план Оп т, проблем . Москва. ПРИОР. 2000г. 16-20 бетлар

3. Владимирова Л.П. Прогнозирование и планирование в условиях р унка. Учебное пособие. М.: Дашков и К. 2000 г. 301-303 бетлар

Мундарижа

- 1-маъруза. Мавзу: Кириш. Корхона фаолиятида бизнес режанинг ўрни
- 2-маъруза. Мавзу: Бизнес режа бўлимларининг тавсифи
.....
- 3-маъруза. Мавзу: Бизнес режанинг корхонани таърифлаш бўлими
- 4-маъруза. Мавзу: Бизнес режанинг маълумот (ишлар, хизматлар)ни
таърифлаш бўлими
.....
- 5-маъруза. Мавзу: Бизнес режанинг маркетинг режаси бўлими
- 6-маъруза. Мавзу: Бизнес режанинг ишлаб чиқариш режаси бўлими ...
- 7-маъруза. Мавзу: Бизнес режанинг ташкилий режа ва менежмент
бўлими
.....
- 8-маъруза. Мавзу: Бизнес режанинг молиявий режа бўлими