

KORXONA FAOLIYATIDA BIZNES MODELNING AHAMIYATI

Tursunov Farxod Umirzakovich

SamISI, "Menejment" kafedrasi mudiri, i.f.n., dotsent

Annotatsiya: *Maqolada biznes modellarining nazariy jihatlari ko'rib chiqilgan, biznes modellarining tegishli tasniflari va turlari keltirilgan. Biznes modelini aniqlashda turli xil yondashuvlar mavjud keltirilgan.*

Kalit so'zlar: *biznes modellari, tadbirkorlik, strategiya, bozor, marketing, investor, innovatsiyalar.*

O'z faoliyatini boshlagan har qanday kompaniya mijozlarning yehtiyolarini aniqlash muammosiga duch keladi. Muvaffaqiyatli biznesning asosiy qoidasi shundaki, iste'molchilar kompaniya taklif qilayotgan mahsulot yoki xizmatni sotib olishni xohlashlaridadir, shuningdek, ushbu mahsulot yoki xizmat mijozlarning yehtiyolarini qondirishi kerak. Muvaffaqiyatli biznes yuritish muhim shartlariga mijozlarning yehtiyolarini qondirish qobiliyatining mavjudligi va qanday qilib pul ishlashni aniqlash kabilar kiradi.

"Biznes modeli" atamasi kompaniyaning daromadni oshirish bo'yicha biznes-rejasi bilan bevosita bog'liq bo'ladi. Biznes modeli kompaniyaning biznes-rejaga muvofiq sotmoqchi bo'lgan mahsulot yoki xizmatni aniqlashi, korxonaning maqsadli auditoriyasini, shuningdek, barcha mumkin bo'lgan harajatlarni aniqlashi uchun yordam beradi. Biznes modellarini biznesga joriy yetish nafaqat yangi kompaniyalar, balki mavjud kompaniyalar uchun ham muhimdir.

Mavjud korxonalar o'zlarining biznes modellarini vaqti-vaqti bilan yangilashni ye'tiborsiz qoldirmasliklari kerak. Bu biznesning muvaffaqiyatli mavjudligi uchun muhim nuqta, chunki biznes modelini o'zgartirish orqali kompaniyalar tegishli bozorlarning rivojlanish tendensiyalarini va kelajakda yuzaga kelishi mumkin bo'lgan muammolarni oldindan bilishlari mumkin. Biznes modellari, shuningdek investorlarga o'zlarini qiziqtirgan korxonalarni baholashga yordam beradi va xodimlar kompaniyaning kelajagini va unda ishlash istagini ko'rishadi.

Biznes modellari tadbirkorlarga qaysi strategiya yeng samarali bo'lishini, qaysi bozor tarmoqlariga qarash kerakligini va muvaffaqiyatga yerishish uchun biznes jarayonlarini qanday tashkil qilishni tushunishga yordam beradi. Biznes modellari korxonalar uchun quyidagilarni beradi:

- biznesni qanday qilib daromadli qilishni aniqlash;
- yangi biznesni loyihalash yoki joriy biznesni yaxshilash;
- raqobat afzalliklari va potensial tahdidlarni aniqlash;
- biznes jarayonlarini optimallashtirish orqali biznes samaradorligini oshirish;
- bozor o'zgarishlarini bashorat qilishni va ularga tayyorlanishni;

- biznes qanday ishlashini va foyda olishi yo'llarini, investorlar va sheriklarni jalb qilish;
- kompaniya maqsadi va vazifasini belgilaydigan yo'l haritasi kabi faoliyat prinsiplarini ko'rsatadi.

Biznes modelini aniqlashda turli xil yondashuvlar mavjud. Ulardan ba'zilari quyidagilar:

1. Biznes model - kompaniyaning qanday qilib pul ishlashining tavsifi sifatida. Bunga biznesning barcha jihatlari kiradi: narx siyosati, mahsulot strategiyasi, tarqatish va sotish kanallari, tashkilot tuzilishi va boshqalar.

2. Biznes model - tashkilot o'z mijozlari uchun qanday qilib qiymatni yaratadi va qo'lga kiritadi. Bunga tashkilotning maqsadlarini aniqlash, maqsadli auditoriyani tanlash, resurslarni taqsimlash, shuningdek raqobatdosh ustunliklarni va ularni himoya qilish usullarini aniqlash kiradi.

3. Biznes model - biznesni rivojlantirish va optimallashtirish vositasi sifatida. Bunga biznes bilan bog'liq muammolar va imkoniyatlarni tavsiflash va tahlil qilish uchun shakllar va metodologiyalardan foydalanish, shuningdek yangi modellarni yaratish va sinovdan o'tkazish kiradi.

4. Biznes model - biznes jarayonining barcha ishtirokchilari, shu jumladan mijozlar, yetkazib beruvchilar, sheriklar va investorlar uchun qiymatni yaratish, o'tkazish va saqlash tizimi sifatida. Bunga barcha xavf va foydalarni hisobga olish va ularni taqsimlash mexanizmini aniqlash kiradi.

Umuman olganda, biznes modelini kompaniya faoliyatini tavsiflash uchun ishlatiladigan tahlil birligi sifatida aniqlash mumkin. Biznes modeli ba'zan biznesni tashkil yetuvchi turli tafsilotlarni hisobga oladigan va ularni bir butunga birlashtirgan keng qamrovli tushuncha sifatida taqdim yetiladi. Boshqacha qilib aytganda, biznes modeli korxonaning alohida tarkibiy qismlariga asoslangan faoliyatini aks yettiradi. Zamonaviy dunyoda biznes modellarining o'ziga xos tarkibiy qismlarining yagona konsepsiyasi hali ham mavjud yemas. Shuningdek, u biznes-rejadagi imkoniyatlar va strategiyalar bo'limlariga kiritilgan barcha narsalarni, masalan, maqsadli bozor, qiymat taklifi, marketing va boshqalarni o'z ichiga oladi.

Korxonaning samarali ishlashi uchun yangi biznes modelini yaratish va amalga oshirish shart yemas. Strategiya maqsadli auditoriyaning turli segmentlariga taklif qilinsa, samarali bo'lib qolishi mumkin. Masalan, restoranlar ko'pincha standart biznes modelidan foydalanadilar, lekin o'z strategiyasini turli mijozlarga qaratadilar.

Har bir modeldan faqat ma'lum sharoitlarda foydalanish mumkinligini va o'ziga xos yondashuvni talab qilishini tushunish muhimdir. Shu sababli, mahalliy tadbirkorlikni rivojlantirish uchun maqbul biznes modelini tanlashd bozor va talabni o'rganishga, biznes potensialini va investitsiyalarning mavjudligini tahlil qilishga asoslanishi kerak. Shuni ham ta'kidlash joizki, korxonalarning biznes jarayonlarini raqamlashtirish mahalliy tadbirkorlikni rivojlantirish va shu bilan mehnat unumdorligini oshirishda muhim rol o'ynashi mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Короткова Т.Л. Эволюционное развитие бизнес-моделирования в России // Экономические и социально-гуманитарные исследования. 2019. № 1 (21).
2. Остервальдер А., Пинье И. Построение бизнес-моделей. М.: Альпина Паблишер, 2013.
3. Орехова С.В., Баусова Ю.С. К вопросу о феномене бизнес-модели // Journal of Modern Competition. 2020. Т. 14, № 1 (77).
4. Рогова Т.Н. Концепция общих ценностей в экономике // Экономический анализ: теория и практика. 2016. № 4.
5. Rakhmatov B. B. METHODOLOGICAL APPROACHES TO POVERTY AND ITS ANALYSIS //British View. – 2022. – Т. 7. – №. 2.
29. Rakhmatov B. B. et al. Improving Investment Services in the Digital Economy //JournalNX. – С. 117-120. 24. Rakhmatov B. B. et al. Investment in the Territorial Economy is an Important Condition for Providing Public Employment //JournalNX. – С. 112-116.
30. Tangirov A.E. The essence of enterprise management and its organization in the conditions of economic modernization. International Journal of Economy and Innovation | Volume: 46 | 2024 <https://gospodarkainnowacje.pl>
31. Ugli K. B. K. Analysis of Investment Activity of Insurers Operating in the Insurance Market //EUROPEAN JOURNAL OF BUSINESS STARTUPS AND OPEN SOCIETY. – 2023. – Т. 3. – №. 5. – С. 77-84.
32. Karshievna, U. D., & Khujakulovich, K. B. (2022). ASSESSMENT OF THE SYNERGY EFFECT IN TOURISM. The American Journal of Management and Economics Innovations, 4(02), 19-25.
33. Qilichov B. X. et al. Development of the Insurance Market in the Conditions of Innovative Economy //Academic Journal of Digital Economics and Stability.
- 37.UGLI, K. B. K. (2024). ANALYSIS OF INSURANCE ORGANIZATIONS BY INSURANCE CLASSES. Gospodarka i Innowacje., 46, 181-197..