

BIZNES

FAOLIYATINING TABIATI

1-ma'ruza darsi



Abdusalim Shavkatov



– Richard Branson

Biznes imkoniyatlari avtobuslarga o'xshaydi, doim keyingisi keladi.

Tadbirkorlik bilan Biznesni qandey farqi bor?

- Biznes va tadbirkorlik o'rtasida muhim farqlar mavjud. Garchi ular ko'pincha bir-biri bilan bog'liq va bir-biriga o'xshash bo'lsa-da, ularning asosiy maqsadlari, faoliyatlari va xavf darajalari bilan farqlanadi.

Biznes:



- **Asosiy maqsad:** Mijozlar ehtiyojini qondirish orqali foyda olish va barqarorlikni ta'minlash.
- **Faoliyat:** Mavjud bozor ehtiyojlarini qondirish uchun mahsulotlar yoki xizmatlarni ishlab chiqarish, sotish va yetkazib berish.
- **Xavf darajasi:** Odatda, tadbirkorlikka qaraganda kamroq xavf bilan bog'liq. Biznes egalari ko'pincha tasdiqlangan biznes modellariga va bozorlarda ishlaydi.
- **Misol:** Mahalliy do'kon, restoran, konsalting firmasi.



Tadbirkorlik:



- **Asosiy maqsad:** Yangilik yaratish, bozorni o'zgartirish va yuqori o'sishga erishish.
- **Faoliyat:** Yangi g'oyalarni ishlab chiqish, yangi bozorlarni yaratish yoki mavjud bozorlarda yangi yondashuvlarni qo'llash.
- **Xavf darajasi:** Ko'pincha yuqori xavf bilan bog'liq. Tadbirkorlar yangi va sinovdan o'tmagan g'oyalar bilan ishlaydi, natijada muvaffaqiyatsizlikka uchrash ehtimoli yuqori.
- **Misol:** Texnologik startaplar, innovatsion mahsulotlar yoki xizmatlarni ishlab chiqaruvchi kompaniyalar.



Qisqacha aytganda:

Biznes - bu asosan foyda olishga qaratilgan faoliyat bo'lib, ko'pincha mavjud bozorlarda va tasdiqlangan biznes modellarida ishlaydi

Tadbirkorlik esa yangilik yaratish, bozorni o'zgartirish va yuqori o'sishga erishishga qaratilgan faoliyat bo'lib, ko'pincha yuqori xavf bilan bog'liq

Shuni ta'kidlash kerakki, ba'zi biznes egalari ham tadbirkorlik ruhini namoyon qilishi mumkin, masalan, yangi mahsulotlar yoki xizmatlarni ishlab chiqish yoki yangi bozorlarga kirish orqali. Biroq, tadbirkorlik odatda yuqori darajadagi innovatsiya va xavf bilan ajralib turadi.



Xomashyodan mahsulotgacha – biznes qanday ishlaydi?

Biznes – bu tovar yoki xizmatlarni ishlab chiqarib, ular orqali odamlarning ehtiyojlarini qondiradigan tashkilotdir.

Oddiy misol, siz muzqaymoq yegingiz kelganida o'zingiz uyda tayyorlamaysiz, do'kondan sotib olasiz. Do'kon bu yerda biznesdir – u sizga tayyor mahsulotni taklif qilib, ehtiyojingizni qondiradi.

Biznesning asosiy maqsadlaridan biri – xomashyoga qiymat qo'shishdir. Xomashyo o'z-o'zidan iste'molchi uchun qiziq bo'lmasligi mumkin, ammo unga ishlov berish va uni foydali mahsulotga aylantirish biznesning asosiy vazifasi hisoblanadi.



Xomashyodan mahsulotgacha: qiymat qanday qo'shiladi?

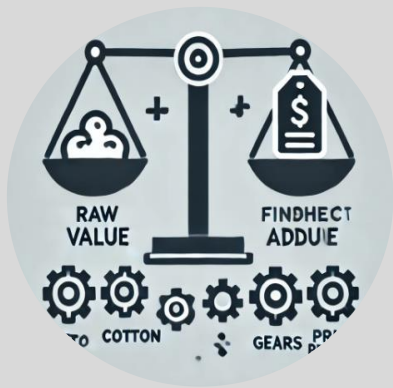
Keling, shokolad tayyorlash jarayonini ko'rib chiqaylik. Shokoladning asosiy tarkibi kakao daraxtidan olinadigan kakaodir. Xomashyo bo'lgan kakaoni o'z holida iste'mol qilish juda qiyin va yoqimsiz. Ammo, kakaoga turli ingredientlar qo'shib, uni qayta ishlash natijasida biz mazali va jozibador shokolad olamiz. Bu jarayonda xomashyoga qiymat qo'shiladi va mahsulot iste'molchi uchun jozibador bo'ladi. Endi u do'kon rastalarida sotiladigan tayyor mahsulotga aylanadi.



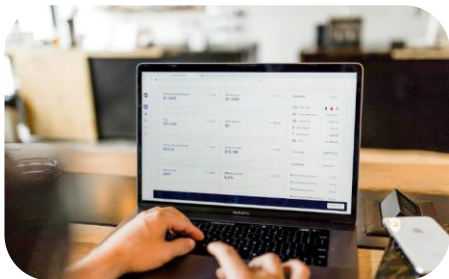


Barcha bizneslar mahsulot va xizmatlar ishlab chiqarish hamda ularni sotib olingan materiallar narxidan yuqori narxda sotish orqali qiymat yaratishga intiladi: bu **qiymat qo'shish** deb ataladi.

Agar mijoz tovar yoki xizmatni ishlab chiqarish uchun ishlatilgan materiallarning narxidan yuqori narxni to'lashga tayyor bo'lsa, u holda biznes qiymat qo'shishda muvaffaqiyatli bo'lgan.



Biznes tomonidan sotilgan mahsulotlarning sotish narxi bilan sotib olingan materiallarning narxi o'rtasidagi farq **qo'shilgan qiymat** deb ataladi.



Biznes qiymat qo'shganida, bu uning sof foyda olganini bildirmaydi. Chunki, biznes o'z faoliyati davomida boshqa ko'plab xarajatlarni ham qoplashiga to'g'ri keladi. Masalan, ishlab chiqarishda ishlatiladigan ishchilarning maoshi, binoning ijara to'lovi, elektr energiyasi kabi xarajatlar bor. Shuning uchun, qo'shilgan qiymat – bu faqat tovar yoki xizmatning o'zi emas, balki u bilan bog'liq xarajatlar ham hisobga olinadi.

Agar biznes o'z xarajatlarini oshirmasdan, qiymatni oshirishning yo'lini topsa, u holda sof foydasi ko'payadi. Masalan, bir kafe yangi shirinlik tayyorlaydi va mijozlar uni yoqtirib, yuqori narxda sotib olishga tayyor bo'lishadi. Lekin kafe bu shirinlikni tayyorlashda qo'shimcha xarajat qilmasa, ya'ni ishchilarga qo'shimcha ish haqi to'lamasa yoki qo'shimcha materiallar xarid qilmasa, sof foydasi oshadi. Bu biznes uchun juda qulay usuldir.



Iqtisodiy faoliyat va tanlovlar

Iqtisodiy faoliyatning maqsadi – odamlarning xohish-istaklarini qondirishdir.

Masalan, biz oziq-ovqat sotib olish, sayohat qilish yoki yangi kiyim kiyishni xohlaymiz. Ammo bizda har doim yana ko'proq narsaga ega bo'lish istagi qoladi. Faqat bitta yangi telefon sotib olish bilan to'xtamaymiz, tez orada yangi modelni xohlay boshlaymiz.

Biroq, bizning barcha xohish-istaklarimizni bir vaqtda qondira olmasligimiz sababli, **tanlov** qilishga majburmiz.

Nima uchun tanlov qilish muhim?

Tanlov qilish jarayonida biz nimaga ko'proq e'tibor berishimiz kerakligini aniqlaymiz. Masalan, agar bir vaqtning o'zida yangi kiyim yoki kitob sotib olishni xohlasak, ehtiyotkor bo'lib, qaysi biri hozir bizga katta foyda keltirishini o'ylab qaror qabul qilishimiz kerak. Yangi kiyimmi yoki bilim olishmi? Bu qaror tanlov qilish jarayonidir. Oqilona tanlov qilish bizga maksimal foyda keltiradi va resurslarni to'g'ri taqsimlashga yordam beradi.



Tanlov faqat iste'molchilargami?

Tanlov qilish zarurati faqat oddiy iste'molchilargagina tegishli emas. Barcha iqtisodiy qaror qabul qiluvchilar – hukumatlar, bizneslar va ishchilar ham tanlov qilishadi.

Masalan, hukumat sog'liqni saqlash yoki ta'limga ko'proq mablag' ajratishni tanlaydi. Bizneslar esa yangi mahsulot chiqarish yoki mavjud mahsulotni rivojlantirish o'rtasida qaror qilishadi. Ishchilar esa vaqtlarini qanday taqsimlash va qaysi ishga ko'proq e'tibor berishni tanlashadi.

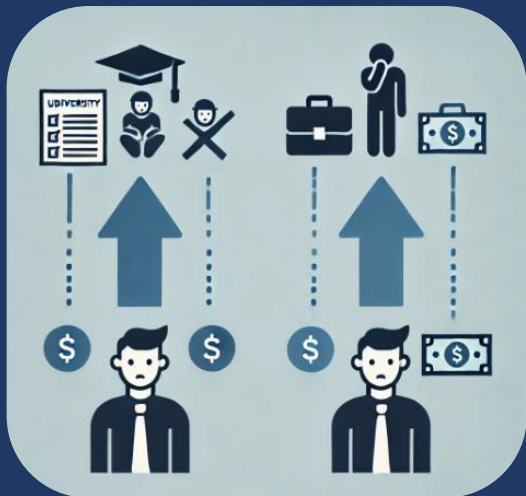
Imkoniyat xarajati nima?



Biror narsani tanlashda, boshqa narsalardan voz kechishimiz kerak bo'ladi. Aynan shu qarorlar **imkoniyat xarajati** tamoyiliga olib keladi.

Misol uchun, sizda faqat 50 000 so'm bor va bu pulga yangi kitob yoki kino bileti sotib olishingiz mumkin. Agar siz kino bileti olsangiz, kitobdan voz kechasiz. Bu kitob imkoniyat xarajati bo'lib, u siz tanlamagan, lekin ko'proq qoniqish keltirishi mumkin bo'lgan boshqa narsadir.

Imkoniyat xarajati qanday ishlaydi?



Imkoniyat xarajati – bu tanlaganimiz sababli yo'qotadigan narsamizdir. Masalan, universitetda o'qishni tanlaganingizda, siz ishlash imkoniyatidan voz kechasiz. Agar ishlaganingizda daromad topish imkoniyatingiz bo'lsa, o'qishni tanlash orqali uni yo'qotgan bo'lasiz. Bu yo'qotilgan imkoniyat **imkoniyat xarajati** deb ataladi.

O'qishni tanlaganingizning foydasi kelajakda kasbingiz bo'yicha katta daromad olishdir, ammo imkoniyat xarajati – o'qish paytida ishlamay qolgan va yo'qotilgan daromaddir.



Imkoniyat xarajati faqat iste'molchilargagina tegishli emas, balki iqtisodiy qaror qabul qiluvchilarning barchasi uchun amal qiladi. Masalan, biznes yangi zavod ochishni tanlaganda, u boshqa investitsion loyihalardan voz kechishi mumkin.

Hukumat esa infratuzilmani rivojlantirish yoki sog'liqni saqlash sohasiga mablag' yo'naltirishda imkoniyat xarajatini hisobga oladi. Agar ular ko'priq qurish uchun mablag' ajratsalar, ehtimol yangi shifoxona qurish imkoniyatidan voz kechadilar.

Mahalliy biznes:

Mahalliy biznes – bu faqat bir shahar yoki qishloq doirasida xizmat ko'rsatadigan yoki tovar sotadigan bizneslar. Ular kichik bo'lib, o'z faoliyatini bitta hudud bilan cheklaydi.



Misol:

Aytaylik, siz yashayotgan shaharda bir kafeteriya bor, bu kafeteriya faqat mahalliy aholi uchun xizmat ko'rsatadi. U o'z mahsulotlarini boshqa shaharlarga sotmaydi va faqat shu joydagi mijozlarni jalb qiladi. Masalan, "Shohjahon choyxonasi" faqat sizning shahringizda faoliyat yuritadi. Bu – mahalliy biznes.

Mahalliy supermarket yoki oziq-ovqat do'koni, masalan, sizning mahalliy bozoringizda joylashgan "Sarvar market" faqat o'sha hududdagi odamlar uchun ishlaydi. U xalqaro miqyosda ishlamaydi.

Milliy biznes:

Milliy biznes – bu butun mamlakat bo'ylab xizmat ko'rsatadigan yoki mahsulot sotadigan kompaniyadir. Ular bir nechta shaharda yoki viloyatlarda o'z filiallari yoki do'konlariga ega bo'ladi.

Misol:

"UzAvto" kabi kompaniyalarni olaylik. Bu kompaniya O'zbekistonda avtomobillar ishlab chiqaradi va butun mamlakat bo'ylab o'z mahsulotlarini sotadi. Ular har bir viloyat yoki shahar bo'ylab mashinalar yetkazib berishadi va xizmat ko'rsatish markazlariga ega.

Milliy miqyosda faoliyat yuritadigan "Artel" kompaniyasi elektronika va maishiy texnika ishlab chiqaradi. U O'zbekistonning turli hududlaridagi do'konlarda mahsulotlarini sotadi. Bu – milliy biznesning yaxshi namunasi.



Xalqaro biznes:

Xalqaro biznes esa bir nechta davlatlar bo'ylab o'z faoliyatini olib boradi. Ular mahsulot yoki xizmatlarni dunyoning turli mamlakatlarida sotishi mumkin.

Misol:

"McDonald's" dunyo bo'ylab taniqli xalqaro restoranlar tarmog'idir. U nafaqat o'z mamlakatida, balki ko'plab boshqa mamlakatlarda ham xizmat ko'rsatadi. Masalan, O'zbekistonga ham kirib kelgan va dunyoning ko'plab mamlakatlarida do'konlari bor.

Yana bir misol:

"KFC" (Kentucky Fried Chicken) kabi xalqaro biznes ham bir nechta davlatlarda xizmat ko'rsatadi. Ular turli mamlakatlarda o'z restoranlarini ochib, xalqaro bozorda o'z o'rnini egallashgan.





Tadbirkorlikka to'siqlar

Tadbirkorlikka to'siqlar – bu biznes ochish yoki rivojlantirish jarayonida yuzaga keladigan qiyinchiliklar va cheklovlardir. Ushbu to'siqlar tadbirkorlarning muvaffaqiyatli bo'lishiga xalaqit berishi mumkin.

1. Moliya va kapital yetishmovchiligi:

Tadbirkorlikka kirishish uchun dastlabki kapital zarur. Ko'pincha tadbirkorlar o'z bizneslarini boshlash uchun yetarli miqdorda mablag' topish qiyinchiligiga duch kelishadi. Banklar yoki investorlar kredit yoki sarmoya ajratishda ehtiyotkor bo'lishlari mumkin.

Misol:

Farhod degan tadbirkor yangi texnologiya do'koni ochmoqchi, lekin bunga katta mablag' kerak. U bankdan kredit olmoqchi bo'ladi, lekin moliyaviy xavflar sabab bank kredit ajratishni rad etadi. Bu moliyaviy to'siq tadbirkorlik yo'lida katta muammo tug'dirishi mumkin.



2. Qonuniy va byurokratik to'siqlar:

Biznesni ro'yxatdan o'tkazish, soliq tartiblariga rioya qilish yoki litsenziyalar olish kabi qonuniy jarayonlar ko'pincha juda murakkab va uzoq vaqt olishi mumkin.

Misol:

Dilnoza o'zining oziq-ovqat kafesini ochmoqchi bo'ladi. Biroq, u kafeni ro'yxatdan o'tkazish uchun bir qancha hujjatlarni tayyorlashi, tegishli idoralardan ruxsat olish jarayonida turli to'siqlarni yengib o'tishi kerak. Bu jarayon vaqt va mablag'ni talab qiladi.



3. Bozor raqobati:

Yangi tadbirkorlar ko'pincha bozorga kirishda kuchli raqobatchilar bilan to'qnash kelishadi. Bozorni egallab olgan yirik kompaniyalar bilan kurashish kichik tadbirkorlar uchun qiyin bo'lishi mumkin.

Misol:

Jasur poyabzal ishlab chiqarish biznesini boshlaydi. Biroq, yirik poyabzal kompaniyalari allaqachon bozorda o'z o'rnini egallagan va ularning marketing byudjetlari katta. Jasur o'z mahsulotlarini targ'ib qilishda muammolarga duch keladi, chunki u yirik kompaniyalar bilan raqobat qilishda moliyaviy jihatdan teng emas.



4. Malaka va tajriba yetishmasligi:

Tadbirkor bo'lish uchun faqat yaxshi g'oya yetarli emas, balki uni amalga oshirish uchun zarur bilim va malakaga ham ega bo'lish lozim. Yangi tadbirkorlar ba'zan tajriba va bilim yetishmovchiligi sababli muvaffaqiyatsizlikka uchraydilar.

Misol:

Saida tadbirkor bo'lishni xohlaydi, lekin moliya boshqaruvi va marketing haqida yetarlicha bilimga ega emas. Shu sababli, u o'z biznesini noto'g'ri boshqarib, xarajatlarni nazorat qila olmaydi va kompaniyasi zarar ko'radi.



5. Infratuzilma yetishmovchiligi:

Ba'zi hududlarda tadbirkorlik faoliyati uchun zarur bo'lgan infratuzilma – transport, elektr energiyasi, internet va boshqa xizmatlar cheklangan bo'lishi mumkin. Bu esa ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish jarayonini sekinlashtiradi.

Misol:

Rustam chekka qishloqda qishloq xo'jaligi mahsulotlarini qayta ishlash fabrikasini ochmoqchi bo'ladi. Lekin bu hududda elektr energiyasi tez-tez uziladi va internet yaxshi ishlamaydi. Bu holat uning biznesini rivojlantirishda katta qiyinchilik tug'diradi.



6. Innovatsiya va texnologiyalarga kirish imkoniyatining cheklanganligi:

Zamonaviy texnologiyalar va innovatsiyalarni qo'llash imkoniyatining cheklanganligi ham tadbirkorlikka to'siq bo'lishi mumkin.

Misol:

Diyor o'zining startap kompaniyasida zamonaviy texnologiyalarni qo'llamoqchi, lekin qimmat texnologik jihozlarni sotib olish uchun yetarlicha mablag' yo'q. Shuningdek, u internet orqali xizmat ko'rsatishni yo'lga qo'yimoqchi, lekin internet sifati past bo'lgani uchun bu uning biznesini cheklab qo'yadi.





Thankyou!



TKTIYF



www.website.com



abdusalimshavkatov9@gmail.com