



ISSN 2091-5187

# СЕРВИС

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ  
ЖУРНАЛ

2023  
1-сон



# СЕРВИС

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ ЖУРНАЛ 2023 йил, 1-сон

Муассис: Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти

Ўзбекистон Матбуот ва ахборот агентлиги томонидан 2008 йил 31 декабрда  
0561-рақам билан рўйхатга олинган.

ЎЗР ОАК Риёсатининг 19.03.2017 й., 239/5-сонли қарори билан эътироф этилган

**Таҳририят ижодий  
жамоаси:**

**Бош муҳаррир:**

и.ф.д. **М.Э.Пўлатов**

**Бош муҳаррир**

**ўринбосари:**

профессор **Д.Х.Асланова**

**Масъул котиб:**

профессор **М.Қ.Пардаев**

**Муҳаррирлар:**

**Ф.А.Сафаров**

**Ш.З.Ўрозов**

**Техник муҳаррир:**

**А.Н.Холиқулов**

**Корректор:**

**С.А.Бабаназарова**

**Саҳифаловчи:**

**Ҳ.Н.Очилова**

1 йилда 4 мартаба  
чоп этилади.

Ўзбекистон ҳудудида  
тарқатилади.

**Таҳририят манзили:**

140100, Самарқанд шаҳар,  
Амир Темур кўчаси, 9-уй,

тел.: +998(66)233-28-38,

факс: +998(366)231-12-53

эл.почта:

[samisiservis@mail.ru](mailto:samisiservis@mail.ru)

**Таҳририят кенгаши раиси:**

**М.Э.Пўлатов** – Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти  
ректори, иқтисод фанлари доктори, профессор

**Таҳририят кенгаши раиси ўринбосари:**

**Д.Х.Асланова** – СамИСИ илмий ишлар ва инновациялар  
бўйича проректори, иқтисод фанлари номзоди, профессор

**Таҳрир кенгаши аъзолари:**

**Б.А.Бегалов** – Ўзбекистон Республикаси Давлат Статис-  
тика кўмитаси раиси, иқтисод фанлари доктори, профессор

**М.Қ.Пардаев** – СамИСИ профессори, и.ф.д.

**Б.К.Ғоибназаров** – иқтисод фанлари доктори, профессор.

**Д.Р.Зайналов** – СамИСИ каф.мудир, профессор, и.ф.д.

**О.М.Муртазаев** – ТДИУ Самарқанд филиали директори,  
иқтисод фанлари доктори, профессор

**М.Р.Болтабаев** – Ўзбекистон Давлат жисмоний тарбия ва  
спорт университети ректори, иқтисод фанлари доктори

**Р.Х.Эргашев** – ҚарМИИ профессори, и.ф.д.

**И.С.Тўхлиев** – СамИСИ профессори, и.ф.д.

**М.М.Мухаммедов** – СамИСИ профессори, и.ф.д.

**К.Б.Уразов** – СамИСИ профессори, и.ф.д.

**Қ.Ж.Мирзаев** – СамИСИ каф. мудир, и.ф.д., профессор

**Б.И.Исроилов** – ТДИУ профессори, и.ф.д.

**Г.М.Шодиева** – СамИСИ профессори, и.ф.д.

**Б.Абдукаримов** – СамИСИ профессори, и.ф.н.

**Р.Қобилов** – Самарқанд вилояти ҳокими ўринбосари

**С.Н.Тошназаров** – СамИСИ кафедра мудир, и.ф.д.

**Р.Н.Нормахматов** – СамИСИ профессори, т.ф.д.

**О.М.Пардаев** – СамИСИ декани, и.ф.д.

**М.Т.Алимова** – СамИСИ профессори, и.ф.д.

**З.Дж. Адилова** – ТДИУ профессори, и.ф.д.

**Ш.О.Қувондиқов** – СамИСИ доценти, и.ф.д.

<b>ХИЗМАТ КЎРСАТИШ ВА СЕРВИС</b>	
<b>Илхом Ачилович Усманов</b> Қурилиш соҳасида ўз-ўзини тартибга солишнинг жаҳон тажрибасини қўллаш	76
<b>Юлдуз Пирназаровна Урунбаева</b> Мухим стратегик вазифаларни ҳал этишда хизмат кўрсатиш соҳасининг ўрни	80
<b>Фарход Анварович Сафаров</b> Хизмат кўрсатиш соҳаси корхоналарида инновацияларни жорий этиш ҳолати ва истиқболлари	85
<b>Насиба Раҳматуллаевна Эргашева</b> Аутсорсинг хизматларининг иқтисодий моҳияти ва аҳамияти	91
<b>ТУРИЗМ ВА МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИГИ</b>	
<b>Зарина Улугбековна Ташкенбаева</b> Важность создания положительного имиджа туристических организаций на рынке	96
<b>Бехзод Бахтиёр ўғли Бекназаров</b> Маданий мерос объектларига ташриф буюрувчилар ҳолати ва таҳлили	100
<b>Adxam Anvarovich Karshiyev</b> Turizm sohasini strategik rivojlantirishning ahamiyati	106
<b>Zokirjon Erkinovich Mamarasulov, Izzatillo Xikmatilloevich Shukurov</b> Turistlar marshrutlari uchun ovqatlanish ratsionini takomillashtirish	110
<b>Бекназар Абдуҳалилович Султонов</b> Самарқанд вилоятида гастрономик туристлар хулқ-атвори таҳлили	115
<b>Азиз Қаҳрамонович Тўхтамишов</b> Туризм соҳасида кластерлар ривожланишининг омиллари ва йўналишлари	119
<b>Хонкул Қаҳхарович Самаров</b> Миллий маданий мерос объектларидан фойдаланиб туризмни ривожлантириш истиқболлари	124
<b>КИЧИК БИЗНЕС ВА ОИЛАВИЙ ТАДБИРКОРЛИК</b>	
<b>Gulnora Mardiyevna Shadiyeva</b> The concept of "family economy", its development	129
<b>МЕНЕЖМЕНТ ВА МАРКЕТИНГ</b>	
<b>Шоира Азимовна Мусаева, Дилфуза Илхомовна Усмонова</b> “Sam antep gilam” МЧЖида маркетингни бошқариш элементларини янада ривожлантириш йўллари	134
<b>Абдуҳолик Эгамович Тангиров</b> Бизнес-моделларини ишлаб чиқиш	140
<b>Наврўзжон Тўхтамишович Маҳкамов</b> Корхоналарни барқарор ривожлантиришда сифат менежменти тизимининг роли	145

бошқаларга нисбатан универсал бўлиб, ишлаб чиқариш корхоналари учун қулай ва самарали ҳисобланади. Машҳур “4P” тамойили деярли барча соҳаларда маркетинг бошқарувининг тимсоли сифатида қабул қилинган. Шу билан бирга охириги йилларда маркетингнинг муомала соҳасига кириб бориши кўшимча тамойилларнинг ривожланишига туртки бўлган, яъни “7P” концепциясига олиб келган.

3. Ўзбекистон тўқимачилик соҳаси мамлакатимиз халқаро рақобатчилигининг драйверларидан бири ҳисобланади. Охириги йилларда пахта хом-ашёсининг ўзимизда қайта ишланиши натижасида тўқимачилик-тикув саноатида катта ўзгаришлар юз берган. Айниқса гилам тўқиш корхоналар сонининг ривожланиши гилам маҳсулотлари бозорида рақобатчилиқнинг кучайишига олиб келмоқда.

4. “SAM ANTEP GILAM” кўшма корхонасида маркетинг фаолиятини бошқариш юқоридаги тамойилларга асосланган бўлиб маҳсулот сифати ва ассортименти, нархи, сотиш технологияси ва товарни бозорда силжитиш жараёнларини қамраб олмақда. Шу билан бирга ишлаб чиқаришга эътиборнинг қаратилиши бозордаги рақобатбардошлигига салбий таъсир кўрсатмоқда.

Юқоридаги олиб борилган назарий ва амалий изланишлар “SAM ANTEP GILAM” кўшма корхонаси маркетинг бошқарувида кўшимча тамойилларга эътибор қаратишни талаб қилмоқда. Бизнинг фикримизча, маркетингни бошқаришнинг бозор сиёсати жиҳатларига, яъни инсонлар, сотиш жараёни ва сотиш муҳитини ривожлантириш каби учта тамойил корхонанинг диққат марказида бўлиши лозим. Таклиф этилаётган тамойилларнинг жорий қилиниши “SAM ANTEP GILAM” кўшма корхонаси фаолиятининг самарадорлиги ва рақобатбардошлигини оширади.

<p><b>Ш.Мусаева, Д.Усмонова</b>  <b>Пути дальнейшего развития элементов управления маркетингом в ООО «Сам Антеп Гилам».</b></p>	<p><b>Sh.Musaeva, D.Usmonova</b>  <b>Ways of further development of marketing management elements in "Sam Antep Gilam" LLC.</b></p>
<p><b>Аннотация:</b> В данной статье анализируются принципы и элементы современного управления маркетингом, изучается становление управления маркетингом, описывается производственная деятельность предприятия, анализируются ассортимент, цена, система движения, качество и конкурентоспособность товаров, выпускаемых на предприятии.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> экономика, рынок, предприятие, конкуренция, товар, ассортимент, качество, анализ.</p>	<p><b>Abstract:</b> This article analyzes the principles and elements of modern marketing management, studies the formation of marketing management, describes the production activities of the enterprise, analyzes the assortment, price, movement system, quality and competitiveness of goods manufactured at the enterprise.</p> <p><b>Keywords:</b> economy, market, enterprise, competition, product, assortment, quality, analysis.</p>

Абдухолик Эгамович Тангиров – СамИСИ доценти, и.ф.н.

### БИЗНЕС-МОДЕЛЛАРИНИ ИШЛАБ ЧИҚИШ

<p><b>Аннотация:</b> мақолада бизнес-моделли моҳияти ва мақсади, компаниянинг бизнес-моделининг мазмунини белгилайдиган асосий элементлари, компания бизнес-моделли ва уни шакллантиришнинг асосий босқичлари каби масалалар ўрганилган.</p> <p><b>Калит сўзлар:</b> бизнес-моделли, режа, ғоя, бошқариш, самарадорлик, баҳолаш, шакллантириш, рақобат, қиймат, фойда.</p>
--

**Кириш.** Бозор рақобати шароитда хўжалик юритувчи субъектларнинг самарали фаолият юритишини таъминлаш алоҳида аҳамиятга эга бўлиб, бу корхонанинг бозор қийматининг ошиши билан тасдиқланади. Корхоналар фаолияти самарадорлигини ошириш масалаларини уларнинг самарали бизнес-моделлини шакллантирмасдан туриб ҳал

этиш мумкин эмас. Рақобатбардошликни сақлаш нуктаи назаридан корхона бизнес-моделини шакллантириш масаласини ўрганиш долзарб муаммолардан бири ҳисобланади.

**Мавзуга оид адабиётлар таҳлили:** Ўрганилган адабиётларда корхоналарда самарали бизнес-моделини танлаш, синаб кўриш ва малакали фойдаланиш компетенцияларини шакллантиришнинг асосий платформаси бўлган корхона бизнес-моделини шакллантиришнинг назарий ва услубий асослари каби масалалар ёритиб берилган[1,2,3,4,5].

**Тадқиқот методологияси.** Тадқиқот жараёнида иқтисодий таҳлил, қиёсий таҳлил ва синтез, индукция ва дедукция, тизимли таҳлил, илмий абстракциялаш ва бошқа усуллардан кенг фойдаланилди.

**Таҳлил ва натижалар.** Бизнес-моделли – бу компания муваффақиятининг асосий омилларини баҳолашга ёрдам берадиган бизнеснинг мантиқий, схематик тавсифи. Бизнес-моделли - бу фақат ташкилотнинг бошқарув жамоаси ишлаб чиқиши мумкин бўлган ўзига хос ташкилий ҳақиқатдир. Бу узок муддатли бўлиши ва саволларга жавоб бериши керак: ким билан? нима? қаерда? қандай тезлик ва миқёсда? каби. Бизнесни моделлаштиришнинг мақсади - бу компания фаолиятининг ишончли, визуал ва тушунарли тавсифини яратишдир. Бу маълум қоидаларга мувофиқ тайёрланган чизма, диаграмма, уч ўлчамли (волуметрик) модел бўлиши мумкин. Энг муҳими, тушунарлилиги ва қўлланилишидир.

Бизнес-моделли - бу компания истеъмолчини қандай танлаши, ўз таклифларини шакллантиради ва чегаралайди, ресурсларни тақсимлайди, у қандай вазифаларни мустақил равишда бажариши мумкинлигини ва қайси бири учун четдан мутахассисларни жалб қилиши кераклигини белгилайди, бозорга киради, истеъмолчи учун қиймат яратади ва ундан фойда олади. Компаниялар маҳсулот, хизматлар ёки технологияларни таклиф қилишлари мумкин, аммо бу таклиф компаниянинг бизнес-моделини ташкил этувчи мураккаб фаолият ва муносабатлар тизимига асосланади.

Бизнес-моделли - бу корхона қандай қилиб пул топиши (ёки ишламоқ)нинг ифодасидир. Бизнес-моделли ташкилотнинг турли мижозларга тақдим этадиган қийматини тавсифлайди, корхонанинг имкониятларини, ушбу қийматни яратиш, илгари суриш ва мижозларга етказиш учун зарур бўлган шериклар рўйхатини, барқарор даромад оқимларини яратиш учун зарур бўлган капитал муносабатларини акс эттиради. Компаниянинг бизнес модели - бу компания қиймат яратиш ва фойда олиш учун фойдаланадиган усул.

Бизнес-моделли - корхонанинг маълум бир аниқликка эга бўлган мураккаб тизим сифатида тавсифи. Бизнес-моделли доирасида барча объектлар (объектлар), жараёнлар, операцияларни бажариш қоидалари, мавжуд ривожланиш стратегияси, шунингдек, тизим фаолияти самарадорлигини баҳолаш мезонлари кўрсатилади.

Шу билан бирга, ҳар қандай компаниянинг бизнес-моделлининг мазмунини белгиладиган асосий элементлари, фикримизга кўра: компания ўз маҳсулоти ва хизматларидан келиб чиқиб таклиф қиладиган ташқи мижозлар учун қиймат; етказиб берувчилар ва мақсадли мижозлар, шунингдек қиймат занжирларини ўз ичига олган ушбу қийматни яратиш тизими; компания қиймат яратиш учун фойдаланадиган активлар; компаниянинг молиявий модели, бу унинг харажатлари таркибини ҳам, фойда олиш йўллари ҳам белгилайди.

Асосли ишлаб чиқилган бизнес-моделли муваффақиятли бизнеснинг кафолатидир. Унда барча позициялар, талаблар ва кутиладиган натижалар аниқланган ва ўйланган бўлади.

Бизга маълумки, бозор ҳолат ҳар куни ўзгариб туради, шунинг учун фойдали бўлган бирор бир дастакни ушлаб олиш қийин. Биринчи навбатда, бизнес- моделини ишлаб чиқиш режасини кўриб чиқайлик.

Бу асос(наъмуна) сифатида қабул қилиниши мумкин бўлган энг кўп қиррали режадир. Моделларингизни ишлаб чиқиш жараёнида бизнесингиз учун нимани эътиборга олиш муҳимлигини ўзингиз аниқлайсиз.

1. Эътиборга олиш керак бўлган биринчи вазифа – бозор бўйича кенг камровли маркетинг тадқиқотларини ўтказиш. Қайси йўналишда ҳаракат қилиш ва бизнесингиз бозор талабларига қандай жавоб беришини аниқлашингиз керак.

2. Барча жорий харажатларни баҳолаш лозим. Бундан ташқари, ҳар бир майда жараёнларни ҳисобга олган ҳолда, уларни босқичма-босқич бўлиб чиқиш мақсадга мувофиқдир. Бизнес-моделларини ишлаб чиқишда тахминларга йўл қўйиш мумкин эмас. Бу аниқ фан, шунинг учун у фақат аниқ мақсадларни ўрганади.

3. Инвестицияларни жалб қилиш схемасини ишлаб чиқиш ва инвестиция эҳтиёжларини баҳолаш зарур. Ҳар бир тадбиркор тушуниши керакки, бизнесда ташқи омиллар таъсирини ҳисобга олмасдан олдинга силжиш жуда қийин. Сиз фаолияти мавҳум бўлган инвесторларни жалб қилмаслигингиз керак. Бунинг учун бизнесга фойдали ва хавфсиз вариантларни танлаш имконини берадиган базани яратишингиз муҳимдир.

4. Хатарларни баҳолаш бизнес-моделларини ишлаб чиқишда энг муҳим нуқталардан биридир. Бизнес ва хавфўзаро боғлиқ тушунчадир, уларни бир-биридан ажратиб бўлмайди. Хатарларни баҳолаш бизнеснинг асосий қондаси ҳисобланади: мумкин бўлган молиявий зарар бизнесменнинг молиявий имкониятларидан ошмаслиги керак. Оддий қилиб айтганда, банкрот бўлишга ҳаққингиз йўқ.

5. Товар ва хизматларингиз тақдим этаётган аудиторияни ўрганишингиз лозим. Бу ерда истеъмолчи талабини эмас, балки истеъмолчининг молиявий қобилиятини ҳисобга олиш муҳимдир. Шунинг учун ўз хизмат ёки маҳсулотларингизни сотмоқчи бўлган худудингизни ҳам таҳлил қилишингиз керак.

Бизнинг тушунишимизча, бизнес-моделли - бу фойда модели бўлиб, у компания қандай пул топиши ёки йўқотиши, ташқи ва ички ресурслардан қандай фойдаланиши, бизнес жараёнлари қанчалик самарали шакллантирилганлигини кўрсатади.

Бундан ташқари, бизнес модели - бу компаниянинг бизнес тузилмасининг кенгайтирилган тавсифи, бошқача айтганда, компания қандай ишлайди. Ўз бизнес-моделингизни тушунишингиз асосий ваколатларни ошириш, бизнес-жараёнларни тўғри йўлга қўйиш, мослашувчанликни ва ташқи муҳит билан ўзаро алоқани барқарорлаштириш, инвестицияларни оптималлаштириш ва харажатларни минималлаштириш компаниянинг рақобатбардошлигини оширишга олиб келади.

Нима учун бизнес-моделли тушунчаси керак? Бу компаниядаги катта ўзгаришлар ҳақида гапиришнинг жуда қулай усули; муҳим бўлмаган ёки стратегик бўлмаган нарсалардан воз кечилади ёки соддалаштирилади; стратегия устида ишлаш учун воситадир.

Шуни таъкидлаш керакки, бизнес юритиш дунёсида технология ва маҳсулотлардан энди самарали ва инновацион бизнес-моделлини бошқаришга эътибор қаратилмоқда. Ўз-ўзидан технология ёки харидоргир маҳсулотга эга бўлиш бизнеснинг қийматини оширмайди ва бундан ташқари, уни рақобатчиларингиз шунчаки кўчириб олишлари мумкин. Технологиялари ва маҳсулотлар ҳисобига компаниянинг капиталлашувини кўпайтириш йўли билан фойдани максималлаштириш вазифасини шу вақтдаги амалга ошириш мумкинки, агарда инновацион бизнес-моделли концепцияси компанияни бошқаришда қўлланилса.

Кўпчиликда қуйидаги савол туғилади: айнан шу бизнес-моделлини қаердан олиш мумкин ёки янги бизнес-моделлари учун ғоялар қандай шаклланади? Бу саволга жавоб беришда шуни таъкидлаш керакки, янги бизнес-моделлари учун ғоялар компаниянинг мослашувчан раҳбарларида босқичма-босқич: синов ва тажриба ўтказиш натижасида пайдо бўлади; ҳаётдаги ҳал этилмаган шахсий ва корпоратив муаммолардан; вақти-вақти билан истеъмолчиларни тадқиқот ва тизим стратегиясини таҳлил қилишдан; нолдан яратиш жараёнида ва мавжудни ўзгартиришни истамасликдан шаклланади.

Халқаро тажрибани ўрганиш, муваффақиятли қўлланилган бизнес-моделлар маҳсулотлар истеъмолчисига ҳам, уларни ишлаб чиқариш соҳасига ҳам энг кучли таъсир ўтказишини кўрсатди. Буларга Швециянинг ИКЕА компанияси, McDonald's корпорациясини ва бошқа бир қатор компаниялар фаолиятида қўлланилган бизнес-моделларни

келтириш мумкин. Бунга биргина мисол. Dell ҳам Toyota компаниясининг бенчмаркинг (benchmarking) амалиётини муваффақиятли қўлламоқда. Товарларнинг катта захиралари компьютер компанияларига Dell бозорга киргунга қадар ўткир муаммо ҳисобланарди, чунки маълум бир вақт ичида сотилмаган ҳамма буюмлар эскирган бўлар эди.

1960 йилларнинг бошларида Toyota томонидан ишлаб чиқилган JIT (Just-in-time) усулини Dell ўз фаолиятида қўлади. Ушбу усулга кўра, компания энди эртага одамлар ундан нимани сотиб олишни хоҳлашларини олдиндан айтишга ҳожат қолмади. Бунинг ўрнига улар ўз захираларини деярли бутунлай тугатди.

JIT усули бевосита истеъмолчига йўналтирилганлиги сабабли бозорда туб бурилиш бўлишига эришди. Натижада, Dell чакана воситачилардан халос бўлишга муваффақ бўлди ва ўз маҳсулотларини бевосита истеъмолчига сотди. Бу харажатларни камайтирди (натижада рақобатбардош нархлар шакллантирилди) ва тезкор хизмат кўрсатишга ҳам эришилди.

Харидор буюртма беради ва тўловни олгандан сўнг компания ўз етказиб берувчиларидан керакли қисмларга буюртма беради ва шахсий компьютерларни ишлаб чиқади. Dell ўз етказиб берувчиларига тўловларини бир ой ичида тўлашни йўлга қўйди, бу вақт ичида эса компания мижозлар тўловларидан фоизларни ҳам олишга муваффақ бўлди. Dell компьютер индустрии тез ва сифатли хизмат кўрсатиши билан бозорда ўзини оқлади ва Apple каби компаниялар бунга эргашади. Dell бизнес-моделлари мижозлар ва етказиб берувчилар билан ҳамкорликни оптималлаштириш ва самарадорлигини ошириш ҳисобига муваффақиятга эришди. Аммо саволлар туғилади, маслаҳатчи янги бизнес-моделини ишлаб чиқиши мумкинми? Сизга бизнес-моделини яратиш жараёнида нима учун стратегия бўйича маслаҳатчи керак? Янги бизнес-моделини шакллантириш тамойиллари қандай? Бизнес-моделлари бошқа компаниялар ва маслаҳатчиларнинг энг яхши тажрибаси ва муваффақиятли тажрибасидан шакллантирилади, компания талабларига мувофиқ ўзгартирилади ва такомиллаштирилади.

Энг муваффақиятли бизнес-моделлари тажрибасини амалда жорий этиш ҳар доим ҳам компаниянинг самарадорлигини оширишга олиб келмайди, у ҳолда ўта муҳими ўз компанияси хусусиятларини тушунишдир.

Кўпинча, гап бизнес-моделининг ўзида эмас, балки тактика ва стратегия даражасида амалга оширишда. Бизнес-моделини шакллантириш конструкторга ўхшайди, у идеал ва тўлиқ "расм"ни олиш учун бизнес-моделининг ҳар бир элементини (асосий ресурслар, сотиш каналлари, қиймат таклифи, асосий шериклар, асосий мижозлар, даромадлар ва харажатлар) аниқ конфигурациясини талаб қилади.

Бизнес-моделлари самарадорлигини, унинг қиймат яратиш қобилиятини баҳолаш учун қуйидаги асосий саволларга жавоб бериш керак: 1. Бизнес-моделлари мавжуд ва прогноз қилинган истеъмолчиларнинг устувор талабларига қай даражада мос келади? 2. Бизнес-моделининг компания учун фойда келтириш қобилияти нимадан иборат?

Саволлар ёрдамида компания бизнес-моделини шакллантиришнинг беш асосий босқични аниқлашни таклиф қиламиз, уларга жавоб бериш орқали компания моделини яратиш ёки мавжудни баҳолаш имкониятига эга бўлади. Соҳа таҳлили: Соҳа қандай тузилган? Қайси турдаги рақобат устунлик қилади? Рақобатчилар томонидан қандай турдаги бизнес моделлари қўлланилади? Қайси бозор ваколатлари асосий ҳисобланади? Раҳбар ким ва унинг етакчилиги ниманинг ҳисобига қўллаб-қувватланилади? Истеъмолчи устуворликлари нималар? Қандай устуворликлар ўзгаради ва истеъмолчиларнинг келажакдаги устуворликларини белгилайди? Компаниянинг таҳлили Компанияда бизнес қандай ишлайди? Компаниянинг бизнес-моделлари қандай тамойилларга асосланади? Бизнес моделининг асосий элементларига қандай устуворликлар мос келади? Қайси устуворликлар етарли даражада қондирилмайди? Бизнес модел самарадорлиги рақобатчилар билан таққослаганда қандай? Бизнес моделининг ўзига хослиги нимада? Бизнес модели қиймат яратадими? Компаниянинг ривожланиш стратегиясининг таърифи? Қандай стратегия амалга оширилмоқда? Компаниянинг стратегияси ва мақсадлари қандай шакллантирилади?

Мавжуд стратегия бизнес-моделига мос келадими? Бошқаларидан кўра кўпроқ қайси бизнес-моделни стратегияга мос келади? Компания жойлашишни аниқлашнинг асосий параметрлари қандай? Янги бизнес- моделини шакллантириш: Янги бизнес-моделни қайси бизнес-моделига (қандай муваффақиятли тажрибага) асосланади? Бизнес-моделнинг афзалликлари ва камчиликлари нималар? Бизнес-модел ишлашининг асосий параметрлари нималар? Бизнес-моделнинг иқтисодий самарадорлиги қандай?

Янги бизнес-моделнинг батафсил таҳлили: Бизнес моделининг барча таркибий қисмлари бир-бири билан қандай боғлиқ? Янги бизнес-моделда эски модел тузилишидан нимани сақлаб қолиши мақсадга мувофиқ? Янги бизнес моделининг бизнес-жараёнларини қандай ташкил қилиш лозим: ишлаб чиқариш, маркетинг, менежмент, логистика ва бошқалар. Бизнес моделининг самарадорлигини таъминловчи механизмлар, тартиб ва иш қодалари нималардан иборат?

Ушбу саволларга жавоб бериш орқали сиз компаниянинг мавжуд бизнес-моделини тавсифлашингиз, барча бизнес билимларингизни тузишингиз ва мижозлар учун қиймат яратадиган янги инновацион бизнес- моделини ишлаб чиқиш имкониятларига эга бўлишингиз мумкин.

**Хулоса ва таклифлар.** Самарали ва инновацион бизнес-моделини бошқариш компаниянинг муҳим вазифасидир; капиталлашувини кўпайтириш йўли билан фойдани максималлаштириш вазифаси шу вақтдаги амалга ошириш мумкинки, агарда инновацион бизнес-моделни концепцияси компанияни бошқаришда қўлланилса; бизнес-моделини яратиш учун унинг режасини ишлаб чиқиш лозим; мижозлар ва етказиб берувчилар билан ҳамкорликни оптималлаштириш ва самарадорлигини ошириш.

Бизнинг тушунишимизча, бизнес-моделни - бу фойда модели бўлиб, у компания қандай пул топиши ёки йўқотиши, ташқи ва ички ресурслардан қандай фойдаланиши, бизнес жараёнлари қанчалик самарали шакллантирилганлигини кўрсатади.

Янги бизнес-моделлари учун ғоялар шакллантиришни босқичма-босқич амалга ошириш; бизнес-моделни самарадорлигини, унинг қиймат яратиш қобилиятини баҳолаш; саволлар ёрдамида компания бизнес-моделини шакллантиришнинг беш асосий босқични аниқлашни таклиф қиламиз.

**Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:**

- 1.Бизнес модели [Электронный ресурс]. <http://www.e-xecuti-ve/ru>
- 2.Бизнес-модель — ключ к развитию бизнеса на основе инноваций [Текст]. Сооляттэ А.Ю. Менеджмент инноваций 01(09)2010 с. 6-15.
- 3.Бизнес-модель и карта управления предприятия [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.orgo.ru/>
- 4.Tangirov A.E. "Model of pasture karakul complex" and its economic efficiency. Zooveterinary 2015y. № 1 and 2. 35-36b. and 42-43 p;
- 5.Tangirov A.E. Service And Its Improvement In Desert Pasture Livestock International journal of trends in business administration ISSN: 2349-4212 2022 year Volume 12, Issue 1 Universal impact factor 7.828 <http://academicjournalonline.org/index.php/ijtba>

<b>А.Тангиров</b>	<b>A.Tangirov</b>
<p style="text-align: center;"><b>Разработка бизнес-моделей</b></p> <p><b>Аннотация:</b> в статье рассматриваются сущность и назначение бизнес-модели, основные элементы, определяющие содержание бизнес-модели компании, бизнес-модель компании и основные этапы ее формирования.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> бизнес-модель, план, идея, управление, эффективность, оценка, формирование, конкуренция, ценность, прибыль.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Development of business models</b></p> <p><b>Abstract:</b> the article discusses the essence and purpose of the business model, the main elements that determine the content of the company's business model, the company's business model and the main stages of its formation.</p> <p><b>Keywords:</b> business model, plan, idea, management, efficiency, evaluation, formation, competition, value, profit.</p>

ISSN 2091-5187

☞ “СЕРВИС” ☞

Журнал Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти таҳририят  
бўлимида нашрга тайёрланди.

9.03.2023 йилда теришга берилди. 22.03.2023 йилда босишга рухсат этилди.  
Офсет босма қоғози. Қоғоз бичими 60x84<sub>1/8</sub>. “Times” гарнитураси. Офсет  
босма усули. Шартли босма табағи 14,6. Ҳисоб-нашриёт  
табағи 12,5. Адади 100 нусха. Буюртма № 0016 А/23.

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институтининг  
матбаа бўлимида чоп этилди.  
Лицензия № 025316.  
Реестр № Х-119112.

Манзил: Самарқанд шаҳри, Шохрух кўчаси, 60-уй.

© Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти, 2023