

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY VA O‘RTA MAXSUS TA’LIM VAZIRLIGI
TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI**



“KORPORATIV BOSHQARUV” KAFEDRASI

N.T. O‘rmonov., H.Q. Quvnoqov., B.N. Urinov

**“korporativ boshqaruv jarayonlarini
iqtisodiy matematik modellashtirish”
FANI BO‘YICHA
O‘QUV-USLUBIY MAJMUA**

Ma’ruza mashg‘uloti uchun

Toshkent – 2018

UDK: 330.115

Urmonov N.T., Quvnoqov H.Q., Urinov B.N. **“Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirish”** o‘quv-uslubiy majmua. Ma’ruza mashg‘uloti uchun. – Toshkent: Iqtisodiyot, 2017 yil, 183 bet.

G‘oya muallifi: iqtisod fanlari doktori, professor B.YU. Xodiev

Taqrizchilar:

D. Begmatova – TDIU, “Korporativ boshqaruv” kafedrası mudiri.

A. Ishnazarov – TDIU, “Ekonometrika” kafedrası mudiri.

“Korporativ boshqaruv” kafedrasining 2018 yil ____iyuldagi ____-sonli majlisida muhokama qilingan.

O‘quv-uslubiy majmua Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti o‘quv uslubiy Kengashining 2018 yil “____” _____dagi ____-sonli qaroriga muvofiq o‘quv jarayoniga tatbiq etish uchun tavsiya etilgan.

O‘QUV-USLUBIY MAJMUANING TARKIBIY TUZILISHI

(ma’ruza mashg‘uloti uchun)

№	Majmuaning tarkibiy qismlari	betlar
	Majmuaning qisqacha annotatsiyasi.....	5
I.	Fanning me’yoriy-uslubiy ta’minoti	
1.	O‘quv dasturi.....	7
2.	O‘quv kursi prospekti.....	18
3.	Ma’ruza mashg‘ulotlari rejasi.....	30
II.	Fanning mazmuni va axborot-resurs ta’minoti	
1.	Mavzular bo’yicha matn annotatsiyasi va oxirgi yangiliklar (<i>Mavzuga oid adabiyotlar, jurnallar va internet tarmog‘idan olingan tarqatma materiallar, maqolalar</i>).....	45
2.	Mavzular bo’yicha taqdimot slaydlari va video roliklar.....	155
III	Fanni o‘qitishning interaktiv texnologiyalari	
1.	Qo‘llaniladigan pedagogik texnologiyalar sharhi.....	191
2.	Mustaqil ta’limga oid topshiriqlar.....	205
3.	Glossariylar.....	207
4.	Tavsiya etiladigan elektron jurnallar va internet saytlar.....	214

MAJMUANING QISQACHA ANNOTATSIYASI

O‘quv-uslubiy majmua – Toshkent davlat iqtisodiyot universitetida bakalavriat va magistratura ta‘lim bosqichilarining O‘quv rejalarida aks etgan fanlar bo‘yicha professor-o‘qituvchining dars jarayoniga o‘quv-uslubiy tayyorligini tasdiqlovchi eng muhim mezon, me‘yoriy-uslubiy hujjatdir.

Majmuaning asosiy maqsadi – avvalombor fanning o‘qituvchisi, xuddi shuningdek talaba uchun, fanni har tomonlama sermazmun, chuqur nazariy, uslubiy va amaliy tarzda etkazish (talaba uchun – o‘zlashtirish) uchun yagona o‘quv-uslubiy va axborot-resurs manbaini yaratish hisoblanadi.

O‘quv-uslubiy majmua Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti bakalavriat ta‘lim yo‘nalishlari uchun mo‘ljallangan bo‘lib, u jumladan quyidagi tarkibiy tuzilishga ega:

- *fanning me‘yoriy-uslubiy ta‘minoti,*
- *fanning mazmuni va axborot-resurs ta‘minoti,*
- *fanni o‘qitishning interaktiv texnologiyalari,*
- *talabalarining bilimni baholash uslubiyoti,*
- *qo‘shimcha elektron ta‘lim resurslarini o‘z ichiga olgan.*

Ilg‘or xorijiy tajriba bilan uzviylik.

Mazkur majmua ilg‘or xorijiy tajribani keng o‘rganish, umumlashtirish va undan ta‘lim va tadqiqotlar jarayonida samarali foydalanish mahsulidir.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti tomonidan 2017 yil 20 aprelda imzolangan “Oliy ta‘lim tizimini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”¹gi qarorda “har bir oliy ta‘lim muassasasi jahonning etakchi ilmiy-ta‘lim muassasalari bilan yaqin hamkorlik aloqalari o‘rnatish, o‘quv jarayoniga xalqaro ta‘lim standartlariga asoslangan ilg‘or pedagogik texnologiyalar, o‘quv dasturlari va o‘quv-uslubiy materiallarini keng joriy qilish, o‘quv-pedagogik faoliyatga, master-klasslar o‘tkazishga, malaka oshirish kurslariga xorijiy hamkor ta‘lim muassasalaridan yuqori malakali o‘qituvchilar va olimlarni faol jalb qilish, ularning bazasida tizimli asosda respublikamiz oliy ta‘lim muassasalari magistrant, yosh o‘qituvchi va ilmiy xodimlarining stajirovka o‘tashlarini, professor-o‘qituvchilarni qayta tayyorlash va malakasini oshirishni tashkil qilish”¹ vazifalari alohida ta‘kidlangan.

Ushbu qarorda belgilangan vazifalarni amalga oshirish maqsadida ta‘lim va tadqiqotlarning mazkur axborot-resurs manbaini ishlab chiqishda Germaniyaning Bremerxafen Universiteti, Bremen Universiteti, Karlov Universiteti, Vaseda Universiteti (YAponiya), Marilend Universiteti (AQSH), Shanxay Universiteti (XXR) va boshqa etakchi xorijiy universitetlar boy ijobiy tajribasidan samarali foydalanildi.

¹ Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 20 апрелдаги “Олий таълим тизimini янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 2909-сонли Қарори. “Халқ сўзи” газетаси, 2017 йил 21 апрель.

Majmuani takomillashtirish masalalari.

Elektron o'quv-uslubiy majmua o'quv yili mobaynida xalqaro va milliy iqtisodiyot tizimidagi o'zgarishlar va tendensiyalar, yangi qabul qilingan qonunlar, farmonlar va qarorlarni, xorijda va respublikada chop etilgan yangi o'quv va ilmiy adabiyotlarni, fan-texnika va texnologiya borasida erishilgan yangi yutuqlarni hisobga olgan holda muntazam takomillashtirilib boriladi.

Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirish fani o'z ichiga quyidagi vazifalarni oladi:

- ***birinchidan***, Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirish fanining mazmuni mohiyatini, shu qatirda korporativ tuzilmalar biznes jarayonlarining o'ziga xos xususiyatlarini o'rganish;

- ***ikkinchidan***, kompaniyalar faoliyatini samarali tashkil qilishning tahlil qilish yo'llarini va usullarini bilish;

- ***uchinchidan***, korporativ boshqaruv jarayonlarini tahlil qilish va iqtisodiy matematik modellashtirishni amalga oshirish yo'llarini;

- ***to'rtinchidan***, Korporativ boshqaruvning – boshqaruv qarorlarini optimallashtirish va modellashtirishni amalga oshirishni;

Shuningdek, "Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirish" fani fundamental fanlardan biri bo'lib, boshqa iqtisodiy fanlarni chuqur o'rganishda asos bo'lib xizmat qiladi.

O‘QUV DASTURI

Kirish

O'zbekiston Respublikasida aksiyadorlik jamiyatlarini samarali boshqarish tizimini tashkil etishda korporativ boshqaruvni zamonaviy rivojlantirish yo'llari, korporatsiya amaliyotida korporativ boshqaruv standartlarini kiritishda rag'batlantirish masalalariga alohida e'tibor qaratilmoqda.

Jumladan, mamlakatimizda amalga oshirilayotgan tarkibiy o'zgarishlar va yuksak texnologiyalarga asoslangan zamonaviy aksiyadorlik jamiyatlarni yanada rivojlantirish dasturidagi vazifalaridan kelib chiqqan holda aksiyadorlik jamiyatlariga zamonaviy texnologiyalarni keng joriy etish, investitsiyalarni jalb etish, innovatsion jarayonlarni rivojlantirish korporativ boshqaruv tizimini yanada takomillashtirish zarurligini ko'rsatmoqda.

Bugungi kunda ko'plab rivojlangan va jahon iqtisodiyotida etakchi o'rin tutadigan mamlakatlar tajribasi shuni so'zsiz isbotlab bermoqdaki, raqobatdoshlikka erishish va dunyo bozorlariga chiqish, birinchi navbatda iqtisodiyotni izchil isloh etish, tarkibiy jihatdan o'zgartirish va diversifikatsiya qilishni chuqurlashtirish, yuqori texnologiyalarga asoslangan yangi korxona va ishlab chiqarish tarmoqlarining jadal rivojlanishini ta'minlash, faoliyat yuritayotgan quvvatlarni modernizatsiya qilish va texnik yangilash jarayonlarini tezlashtirish hisobidan amalga oshirilishi mumkin.

Korporativ boshqaruvning samarali rivojlanishiga erishish uning asl mohiyatini chuqur anglash va tushunishni, uning ilmiy soha sifatida shakllanishiga imkon bergan ilmiy-nazariy èndashuvlarini tadqiq qilishni taqozo etadi.

Shuni ham aytish joizki, mulkni davlat tasarrufidan chiqarish va xususiyalashtirish natijasida tashkil etilgan aksiyadorlik jamiyatlarida xalqaro aloqalarning mustahkamlanib borishi samarali korporativ boshqaruv tizimi kengroq joriy qilinishini talab etmoqda. Demak, aksiyadorlik jamiyatlarida korporativ boshqaruv tizimini yanada takomillashtirish iqtisodiyotning barcha sohalariga investitsiyalarni jalb etishning muhim omili hisoblanadi. Shu bois O'zbekiston Respublikasida o'z milliy korporativ boshqaruv modelini shakllantirish jarayoni boshlang'ich bosqichlarida turganligi sababli korporativ boshqaruvni tadbiq etish va uni kelajakda istiqbolli rivojlantirish, iqtisodiyotning u yoki bu modeli muammolarini hal etishga qaratilishi kursning asosiy vazifalaridan hisoblanadi.

Bugungi kunda mamlakatni modernizatsiyalash sharoitida aksiyadorlik jamiyatlar iqtisodiy negizi keskin o'zgarib bormoqda. Ko'p ukladli iqtisodiyot bo'lganligi uchun turli mulk shakllariga asoslangan aksiyadorlik jamiyatlar amaliy faoliyat olib bormoqdaki, ularning tahlilini olib borish, baholash, ular tuzilmasidagi o'zgarishlarni keng ilmiy tadqiq etish, ular faoliyatiga ta'sir qiluvchi omillarni o'rganish muhim ahamiyat kasb etadi.

Ushbu fan dasturi korporativ boshqaruv yo'nalishi talabalarini amaliy va kasbiy tayyorlash uchun belgilangan o'quv rejasi bo'yicha bosqichma-bosqich amalga oshirishni hamda tizimli etkazib berishni ta'minlaydi.

I. O‘quv fanining dolzarbligi va oliy kasbiy ta’limdagi o‘rni

Ushbu fan jamiyatning iqtisodiyotni yangilash va modernizatsiyalash sharoitida kompaniyalar faoliyatida korporativ boshqaruvning mohiyati, iqtisodiyotni modernizatsiyalash sharoitida monopolistik faoliyatni cheklashning ahamiyati, korporatsiyalar raqobatdoshligini oshirishda davlatning monopoliyaga qarshi siyosati, korporatsiyalarda sog‘lom raqobat muhitini shakllantirishning zarurligini ko‘rib chiqqan holda talabalarda shu sohada nazariy va amaliy professional bilim va ko‘nikmani shakllantirishdir. Mamlakatni demokratlashtirish va iqtisodiyotni bozor tamoyillari asosida isloh qilish jarayonlarining mohiyatini tushunishda talabalarni zarur bo‘lgan bilimlar bilan qurollantiradi.

“Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirish” fani ixtisoslik fanlar blokiga kiritilgan kurs hisoblanib, 4-kursda o‘qitilishi maqsadga muvofiq. “Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirish” fani gumanitar va ijtimoiy-iqtisodiy fanlar turkumiga kiradi va Korporativ boshqaruv bakalavriat ta’lim yo‘nalishida o‘qitiladi. Mazkur fan Korporativ boshqaruv yo‘nalishidagi fanlarning nazariy va uslubiy asosini tashkil qilib, o‘z rivojida aniq yo‘nalishdagi iqtisodiy fanlar uchun zamin bo‘lib xizmat qiladi.

II. O‘quv fanining maqsadi va vazifasi

Fanni o‘qitishdan maqsad – talabalarga korporativ tuzilmalarning biznes-jarayonlarining asosiy tushunchalari, korporativ tuzilmalar biznes-jarayonlarining ichki va tashqi muhiti, korporativ tuzilmalar biznes-jarayonlari reinjiningi, korporativ tuzilmalarning biznes-jarayonlarini modellashtirish tamoyillari, korporativ tuzilmalarning biznes-jarayonlari tahlilida miqdoriy usullardan foydalanish, korporativ tuzilmalar biznes-jarayonlarini ekonometrik usullar asosida modellashtirish, korporativ boshqaruvning – boshqaruv qarorlarini optimallashtirish va modellashtirish, korporativ tuzilmalar biznes-jarayonlarining axborot ta’minoti ahamiyatini tushuntirish hamda mos keluvchi mutaxassisliklar bo‘yicha malakalarni oshirishdan iboratdir.

Ushbu maqsadga erishish uchun fan talabalarni Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirish, korporativ tuzilmalar ishlashining mexanizmlari va ularning xususiyatlari o‘rganish to‘g‘risida ilmiy dunyoqarashini shakllantirish vazifalarini bajaradi.

Fan bo‘yicha talabalarning bilim, ko‘nikma va malakalariga qo‘yilgan talablar qo‘yiladi. **Talaba:**

- Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirish fanining vazifalari, korporativ tuzilmalarning biznes-jarayonlarining asosiy tushunchalari mohiyatini, korporativ tuzilmalarning biznes-jarayonlari tahlilida miqdoriy usullardan foydalanish asosiy yo‘nalishlari va xususiyatlari to‘g‘risida **tasavvurga ega bo‘lishi;**

- korporativ tuzilmalar biznes-jarayonlarini ekonometrik usullar asosida modellashtirish, korporativ boshqaruvning – boshqaruv qarorlarini optimallashtirish

va modellashtirish, korporativ tuzilmalar biznes-jarayonlarining axborot ta'minotini ***bilishi va ulardan foydalana olishi***;

- talaba korporatsiyalarning tashqi rivojlanish imkoniyatlari, firma nazariyasi baholash, kompaniya iqtisodiy faoliyatini aniqlash, korporativ tuzilmalar biznes-jarayonlari reinjiniringi, korporativ tuzilmalarning biznes-jarayonlarini modellashtirish bo'yicha ***ko'nikmalariga ega bo'lishi kerak***.

III. Asosiy nazariy qism (ma'ruza mashg'ulotlari)

1-mavzu. "Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirish" faniga kirish

Fanning maqsadi, vazifalari, predmeti. Tavakkalchilik va noaniqlik. Korporativ tuzilmalar. Korporativ boshqaruv jarayonlari. An'anaviy va jarayonli boshqarish usullari. Globallashtirish va integratsiya jarayonlari. Iqtisodchi olimlarning korporativ tuzilmalar biznes – jarayonlari bo'yicha bergan ta'riflari. Korporativ boshqaruv qonun va qonuniyatlari. Miqdoriy o'lchovlar va ularning o'zaro bog'liqlilari.

2-mavzu. Korporativ tuzilmalarning biznes – jarayonlari asosiy tushunchalari

Korporativ boshqaruv iqtisodiy jarayon sifatida. Korporativ tuzilmalarning biznes jarayonlari. Biznes – jarayonlar to'g'risida asosiy tushunchalar. Korporativ tuzilmalarning biznes jarayonlarining tasnifi. Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirish uslubiyati.

3-mavzu. Korporativ tuzilmalarda jarayonli boshqaruv

Korporativ tuzilmalarda mavjud boshqaruv tizimi. Jarayonli boshqaruvning mohiyati. Jarayonli boshqaruvning turlari. Jarayonli boshqaruvning turlarining tasnifi. Asosiy va yordamchi jarayonlar. Jarayonni boshqarish sikli.

4-mavzu. Korporativ tuzilmalar biznes – jarayonlarining ichki va tashqi muxiti

Korporativ boshqaruvda hamkorlik va uni rivojlantirishning ahamiyati. Korporativ tuzilmalar faoliyatida investitsiyalarni jalb etishning jahon amaliyoti. Korporativ tuzilmalar biznes – jarayonlarining ichki va tashqi muxiti. Biznes jarayonlarga ta'sir etadigan makro va mikro darajadagi omillar. Biznesning ijtimoiy – madaniy muhiti.

5-mavzu. Korporativ tuzilmalar biznes – jarayonlari reinjiniringi

Korporativ tuzilmalar biznes – jarayonlari reinjiniringi mohiyati va zaurati. Reinjiniring turlari. Inqirozli va rivojlanish reinjiniringi. Reinjiniring o'tkazish bosqichlari. Reinjiniringni amalga oshirish tamoyillari. Korporativ tuzilmalar biznes – jarayonlari reinjiniringni tashkil etish.

6-mavzu. Korporativ tuzilmalarning mikro va makro darajadagi biznes – jarayonlar

Korporativ tuzilmalar biznes – jarayonlarida marketing mohiyati. Biznes – jarayonlarida marketingning tamoyillari. Makro va mikro darajada marketing tadqiqotlarini tashkil etish. Korporativ tuzilmalar faoliyatida marketing faoliyatini rivojlantirish.

7-mavzu. Korporativ tuzilmalarning biznes – jarayonlari modellashtirish tamoyillari

Korporativ tuzilmalarning biznes – jarayonlari modellashtirishning uslubiy yondashuvlari va tamoyillari. Korporativ tuzilmalarning biznes – jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirishning roli va ahamiyati. Korporativ tuzilmalarning biznes – jarayonlari modellashtirish afzalliklari. Korporativ tuzilmalarning biznes – jarayonlarida qo`llaniladigan modellar.

8-mavzu. Korporativ tuzilmalarning biznes – jarayonlari tahlili va sintezida qo`llaniladigan usullar

Korporativ tuzilmalarning biznes faoliyati natijalari tahlili. Korporativ tuzilmalarning ishlab chiqarish xarajatlari tahlili. Foyda biznes faoliyatining asosiy maqsadi. Raqobat yutug'i tahlili. biznes – jarayonlari tahlilining ikki turi: strategik va operativ.

9-mavzu. Korporativ tuzilmalarning biznes – jarayonlari tahlilida miqdoriy usullardan foydalanish

Korporativ tuzilmalarning biznes – jarayonlarida matematik usullar va modellardan foydalanish zarurati. Korporativ tuzilmalarning biznes – jarayonlarida matematik modellarni tuzish bosqichlari. Optimal dasturlash usulining asosiy masalalari. Ikkilangan masalalarning iqtisodiy mohiyati, matematik modellari va ularni shakllantirish.

10-mavzu. Korporativ tuzilmalarning biznes – jarayonlarini ekonometrik usullar asosida modellashtirish

O'zaro bog'lanish haqida tushuncha va ularning turlari. To'g'ri chiziqli regressiya tenglamasini aniqlash. egri chiziqli regressiya tenglamalarini aniqlash. Bir omilli regressiya tenglamasini baholash va tahlil qilish. Juft korrelyatsiya koeffitsienti. Ko'p o'lchovli korrelyatsiya. Muhim va mohiyatli omillarni tanlash. Korrelyatsion-regressiya modellaridan biznes-jarayonlarining iqtisodiy tahlili va prognozlashda foydalanish yo'llari.

11-mavzu. Korporativ boshqaruvning – boshqaruv qarorlarini optimallashtirish va modellashtirish

Korporativ tuzilmalar faoliyatini rejalashtirish va rejalashtirishning asosiy elementlari. Korporativ tuzilmalar faoliyatini rejalashtirish bosqichlari va uning turlari. Biznes rejaning mohiyati, mazmuni hamda uni ishlab chiqish. Biznes rejani tayyorlash va uning tamoyillari.

12-mavzu. Korporativ tuzilmalar biznes – jarayonlarining axborot ta`minoti

Korporativ tuzilmalar biznes – jarayonlarida axborotning ahamiyati. Biznes – jarayonlarida axborot turlari. Korporativ tuzilmalar biznes – jarayonlarida axborot tizimi. Biznes tadqiqotlari tizimining tarkibi. Korporativ boshqaruvda axborot bilan ta`minlashni tashkil etish va uning o`ziga xosligi.

IV. Amaliy mashg`ulotlar bo'yicha ko'rsatma va tavsiyalar

Amaliy mashg`ulotlar uchun quyidagi mavzular tavsiya etiladi:

1. “Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirish” faniga kirish
2. Korporativ tuzilmalarning biznes – jarayonlari asosiy tushunchalari
3. Korporativ tuzilmalarda jarayonli boshqaruv
4. Korporativ tuzilmalar biznes – jarayonlarining ichki va tashqi muhiti
5. Korporativ tuzilmalar biznes – jarayonlari reinjinirovi
6. Korporativ tuzilmalarning mikro va makro darajadagi biznes – jarayonlar
7. Korporativ tuzilmalarning biznes – jarayonlari modellashtirish tamoyillari
8. Korporativ tuzilmalarning biznes – jarayonlari tahlili va sintezida qo`llaniladigan usullar
9. Korporativ tuzilmalarning biznes – jarayonlari tahlilida miqdoriy usullardan foydalanish
10. Korporativ tuzilmalarning biznes – jarayonlarini ekonometrik usullar asosida modellashtirish
11. Korporativ boshqaruvning – boshqaruv qarorlarini optimallashtirish va modellashtirish
12. Korporativ tuzilmalar biznes – jarayonlarining axborot ta`minoti

Amaliy mashg`ulotlar multimedia qurilmalari bilan jihozlangan auditoriyada bir akademik guruhga bir o`qituvchi tomonidan o`tkazilishi lozim. Mashg`ulotlar faol va interfaol usullar yordamida o`tilishi, mos ravishda munosib pedagogik va axborot texnologiyalar qo`llanilishi maqsadga muvofiq.

V. Mustaqil ta'lim va mustaqil ishlar

Mustaqil ta'lim uchun tavsiya etiladigan mavzular:

1. Korporativ boshqaruv jarayonlarini matematik modellashtirish
2. Korporativ boshqaruv jarayonlarini optimallashtirishning amaliy modellari
3. Korporativ boshqaruv jarayonlarini chiziqli modellashtirish
4. Korporativ boshqaruv jarayonlarini chiziqli modellashtirish masalalarini echishda EXCEL axborot texnologiyalaridan foydalanish
5. Korporativ boshqaruv jarayonlarni chiziqli modellashtirishning ikkiyoqlama nazariyasi

6. Korporativ boshqaruvda jarayonlarini bashoratlash
7. Korporativ boshqaruvda iqtisodiy statistik usullar va ekonometrik modellar
8. Korporativ boshqaruvning – boshqaruv qarorlarini optimallashtirish va modellashtirish
9. Korporativ tuzilmalar biznes – jarayonlari reinjiningi
10. Korporativ tuzilmalar biznes – jarayonlarining axborot ta'minoti
11. Korporativ tuzilmalar biznes – jarayonlarining ichki va tashqi muxiti
12. Korporativ tuzilmalarda jarayonli boshqaruv
13. Korporativ tuzilmalarning biznes – jarayonlari asosiy tushunchalari
14. Korporativ tuzilmalarning biznes – jarayonlari modellashtirish tamoyillari
15. Korporativ tuzilmalarning biznes – jarayonlari tahlili va sintezida qo'llaniladigan usullar
16. Korporativ tuzilmalarning biznes – jarayonlari tahlilida miqdoriy usullardan foydalanish
17. Korporativ tuzilmalarning biznes – jarayonlarini ekonometrik usullar asosida modellashtirish
18. Korporativ tuzilmalarning mikro va makro darajadagi biznes – jarayonlar
19. Korporativ tuzilmalarning nazariy modellari

Mustaqil o'zlashtiriladigan mavzular bo'yicha talabalar tomonidan referatlar tayyorlash va uni taqdimot qilish tavsiya etiladi.

O'quv rejada fan bo'yicha kurs ishi rejalashtirilmagan.

VI. Asosiy va qo'shimcha o'quv adabiyotlar hamda axborot manbaalari

Asosiy adabiyotlar

1. Bob Tricker, Oxford. Corporate governance: Principles, Policies, and Practices. 3th edition. UK, 2014.
2. Hammer, Michael & Champy, James. Reengineering the Corporation: A Manifesto For Business Revolution. –N-Y.: Harper-Collins, 2007. –580 p.
3. Шеер А.В. Моделирование бизнес-процессов. Учебник. –М.: ЮНИТИ, 2010. – 420 с.
4. Ходиев Б.Ю., Беркинов Б.Б. “Корпоратив бошқарув ва рақобатни ривожлантириш” Ўқув қўлланма. -Т.: 2011 й.
5. Ходиев Б.Ю., Карлибаева Р.Х., Акрамова Н.И. Ўқув қўлланма.-ТДИУ, 2010. – 280 бет.
6. Зайнутдинов Ш.Н. Корпоратив бошқарув асослари. Ўқув қўлланма. -Т.: Ўзбекистон, 2008. – 260 б.

7. Печерских И. А., Семенов А. Г. МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ В ЭКОНОМИКЕ. Учебное пособие. – Кемерово, 2011. – 191 стр.
8. Ҳабибуллаев И. Иқтисодий математик усуллар ва моделлар. Ўқув қўлланма. – Т.: «Tafakkur-bo'stoni», 2012. 112 бет.

Qo'shimcha adabiyotlar

1. 6. Мирзиёев Ш.М. “Эркин ва фаровон демократик Ўзбекистон давлатини биргаликда барпо этамиз”. Ўзбекистон Республикаси Президенти лавозимидаги киришиш тантанали маросимида бағишланган Олий мажлис палаталарининг қўшма мажлисидаги нутқи/ Ш.Мирзиёев. Тошкент: Ўзбекистон, 2016.-56 б.
2. Мирзиёев Ш.М. Танқидий таҳлил, қатъий тартиб-интизом ва шахсий жавобгарлик – ҳар бир раҳбар фаолиятининг кундалик қондаси бўлиши керак. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2016 йил якунлари ва 2017 йил истиқболларига бағишланган мажлисидаги Ўзбекистон Республикаси Президентининг нутқи. // Халқ сўзи газетаси. 2017 йил 16 январь, №11.
3. Мирзиёев Ш.М. “Қонун устуворлиги ва инсон манфаатларини таъминлаш юрт тарққиёти ва халқ фаровонлигининг гарови”. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси қабул қилинганининг 24 йиллигига бағишланган тантанали маросимидаги маъруза.
4. Мирзиёев Ш.М. “Буюк келажагимизни мард ва олийжаноб халқимиз билан бирга курашимиз”. Мазкур китобдан Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг 2016 йил 1 ноябрдан 24 ноябрга қадар Қорақалпоғистон Республикаси, вилоятлар ва Тошкент шаҳар сайловчилари вакиллари билан ўтказилган сайловолди учрашувларида сўзлаган нутқлари ўрин олган. Ш.Мирзиёев. Тошкент “Ўзбекистон”, 2017 – 488 б.
5. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси – Т.: Ўзбекистон, 2014. – 46 б.
6. Ўзбекистон Республикаси Президентининг Фармони ПФ №4720 “Акциядорлик жамиятларида замонавий корпоратив бошқарув услубларини жорий этиш чора-тадбирлари тўғрисида”, 2015 йил 24 апрел;
7. Ўзбекистон Республикаси Қонуни №233-И “Акциядорлик жамиятлари ва акциядорларнинг ҳуқуқларини ҳимоя қилиш тўғрисида (янги таҳрири)”, 1996 йил 26 апрел. Янги таҳрири ЎРҚ-370 сон билан 2014 йил 06 майда тасдиқланган.

8. Ўзбекистон Республикаси Қонуни №310-ИИ «Масъулияти чекланган ҳамда қўшимча масъулиятли жамиятлар тўғрисида», 2001 йил 06 декабр;
9. Ўзбекистон Республикаси Қонуни “Рақобат тўғрисида”, 2012 йил 6 январ.
10. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси Қарори №207 “Давлат улуши бўлган аксиядорлик жамиятлари ва бошқа хўжалик юритувчи субъектлар фаолияти самарадорлигини баҳолаш мезонларини жорий этиш тўғрисида”, 2015 йил 28 июл.
11. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси Қарори №215 “Устав фондида давлат улуши бўлган корхоналарнинг самарали бошқарилишини ва давлат мулкнинг зарур даражада ҳисобга олинишини таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида”, 2006 йил 16 октябр.
12. Корпоратив бошқарув кодекси – Халқ сўзи, 2016 йил 11 март.

Internet saytlari

12. www.gov.uz – O‘zbekiston Respublikasi hukumat portali.
13. www.lex.uz – O‘zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari ma’lumotlari milliy bazasi.
14. www.economist.com
15. www.worlddeconomics.com
16. www.tradingeconomics.com
17. <http://grad-schools.usnews.rankingsandreviews.com / best-graduate-schools / top-humanities-schools/economics-rankings>
18. www.ereport.ru - Obzornaya informatsiya po mirovoy ekonomike
19. www.stplan.ru - ekonomika i upravlenie
20. www.catback.ru - научные стати i учебные материалы po ekonomike

FANNING PROSPEKTI

FANNING PROSPEKTI

(2018/2019 o‘quv yili)

Fanning to‘liq nomi:	Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirish		
Fanning qisqacha nomi:	KBJIMM	Kod: KBJIMM	
Kafedra:	Korporativ boshqaruv		
Professor-o‘qituvchi haqida ma’lumot:	B.N. Urinov	boburmirzo2004@mail.ru	
Semestr va o‘quv kursining davomiyligi	7 semestrlarda		
O‘quv soatlari xajmi:	jami:	192	
	shuningdek:		
	ma’ruza	54	
	seminar	54	
	amaliy		
	mustaqil ta’lim	84	
Yo‘nalish nomi va shifri	Korporativ boshqaruv		
Fanning statusi	Ixtisoslik fanlar bloki		
Dastlabki tayyorgarlik:	Kurs “Korporativ boshqaruv nazariyasi”, “Korporativ boshqaruv: prinsipi va amaliyoti”, “Zamonaviy korporativ boshqaruv”, “Biznes jarayonlarini matematik modellashtirish” fanlaridan o‘zlashtirilgan bilimlarga asoslanadi.		
Fanning predmeti va mazmuni: talabalarga iqtisodiy bilimlarning nazariy asoslarini, iqtisodiyotning asosiy tushunchalari va kategoriyalarini, iqtisodiy qonunlar va tamoyillarini o‘rgatish hamda ularni amalda tatbiq etish ko‘nikmasini hosil qilishning nazariy va amaliy tomonlarini o‘rganishga yo‘naltirilgan.			
Fanni o‘qitishdan maqsad talabalarga korporativ tuzilmalarning biznes-jarayonlarining asosiy tushunchalari, korporativ tuzilmalar biznes-jarayonlarining ichki va tashqi muhiti, korporativ tuzilmalar biznes-jarayonlari reinjiningi, korporativ tuzilmalarning biznes-jarayonlarini modellashtirish tamoyillari, korporativ tuzilmalarning biznes-jarayonlari tahlilida miqdoriy usullardan foydalanish, korporativ tuzilmalar biznes-jarayonlarini ekonometrik usullar asosida modellashtirish, korporativ boshqaruvning – boshqaruv qarorlarini optimallashtirish va modellashtirish, korporativ tuzilmalar biznes-jarayonlarining axborot ta‘minoti ahamiyatini tushuntirish hamda mos keluvchi mutaxassisliklar bo‘yicha malakalarni oshirishdan iboratdir.			
Fanning vazifalari – Ushbu maqsadga erishish uchun fan talabalarni Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirish, korporativ tuzilmalar ishlashining mexanizmlari va ularning xususiyatlari o‘rganish to‘g‘risida ilmiy dunyoqarashini shakllantirish vazifalarini bajaradi.			
Fan bo‘yicha talabalarning bilim, ko‘nikma va malakalariga qo‘yidagi talablar qo‘yiladi.			
Talaba:			
- Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirish fanining vazifalari, korporativ tuzilmalarning biznes-jarayonlarining asosiy tushunchalari mohiyatini, korporativ tuzilmalarning biznes-jarayonlari tahlilida miqdoriy usullardan foydalanish asosiy yo‘nalishlari va xususiyatlari to‘g‘risida <i>tasavvurga ega bo‘lishi</i> ;			
- korporativ tuzilmalar biznes-jarayonlarini ekonometrik usullar asosida modellashtirish, korporativ boshqaruvning – boshqaruv qarorlarini optimallashtirish va modellashtirish, korporativ tuzilmalar biznes-jarayonlarining axborot ta‘minotini <i>bilishi va ulardan foydalana olishi</i> ;			

- talaba korporatsiyalarning tashqi rivojlanish imkoniyatlari, firma nazariyasi baholash, kompaniya iqtisodiy faoliyatini aniqlash, korporativ tuzilmalar biznes-jarayonlari reinjiningi, korporativ tuzilmalarning biznes-jarayonlarini modellashtirish bo'yicha *ko'nikmalariga ega bo'lishi kerak*.

Fanning tematik tarkibi va mazmuni

№	Mavzular nomi	Auditoriya soatlari				Mustaqil ish	Jami
		Jami	Shu jumladan:				
			Ma’ruza	Amaliy (seminar)	Tajriba		
1	2	3	4	5	6	7	8
7-semestr							
1.	Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirish faniga kirish	4	2	2		2	6
2.	Korporativ tuzilmalarning biznes-jarayonlarining asosiy tushunchalari	8	4	4		6	14
3.	Korporativ tuzilmalarda jarayonli boshqaruv	8	4	4		6	14
4.	Korporativ tuzilmalar biznes-jarayonlarining ichki va tashqi muhiti	8	4	4		6	14
5.	Korporativ tuzilmalar biznes-jarayonlari reinjiningi	8	4	4		6	14
6.	Korporativ tuzilmalarning mikro va makro darajadagi biznes-jarayonlar	8	4	4		6	14
7.	Korporativ tuzilmalarning biznes-jarayonlarini modellashtirish tamoyillari	8	4	4		6	14
8.	Korporativ tuzilmalarning biznes-jarayonlari tahlili va sintezida qoʻllaniladigan usullar	8	4	4		6	14
9.	Korporativ tuzilmalarning biznes-jarayonlari tahlilida miqdoriy usullardan foydalanish	12	6	6		8	20
10.	Korporativ tuzilmalar biznes-jarayonlarini ekonometrik usullar asosida modellashtirish	12	6	6		8	20
11.	Korporativ boshqaruvning – boshqaruv qarorlarini optimallashtirish va modellashtirish	12	6	6		8	20
12.	Korporativ tuzilmalar biznes-jarayonlarining axborot taʼminoti	12	6	6		8	20
Jami		108	54	54		84	192

1-mavzu. “Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirish” faniga kirish

Fanning maqsadi, vazifalari, predmeti. Tavakkalchilik va noaniqlik. Korporativ tuzilmalar. Korporativ boshqaruv jarayonlari. An'anaviy va jarayonli boshqarish usullari. Globallashtirish va integratsiya jarayonlari. Iqtisodchi olimlarning korporativ tuzilmalar biznes –

jarayonlari bo'yicha bergan ta'riflari. Korporativ boshqaruv qonun va qonuniyatlari. Miqdoriy o'lchovlar va ularning o'zaro bog'liqliklari.

2-mavzu. Korporativ tuzilmalarning biznes – jarayonlari asosiy tushunchalari

Korporativ boshqaruv iqtisodiy jarayon sifatida. Korporativ tuzilmalarning biznes jarayonlari. Biznes – jarayonlar to'g'risida asosiy tushunchalar. Korporativ tuzilmalarning biznes jarayonlarining tasnifi. Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirish uslubi.

3-mavzu. Korporativ tuzilmalarda jarayonli boshqaruv

Korporativ tuzilmalarda mavjud boshqaruv tizimi. Jarayonli boshqaruvning mohiyati. Jarayonli boshqaruvning turlari. Jarayonli boshqaruvning turlarining tasnifi. Asosiy va yordamchi jarayonlar. Jarayonni boshqarish sikli.

4-mavzu. Korporativ tuzilmalar biznes – jarayonlarining ichki va tashqi muxiti

Korporativ boshqaruvda hamkorlik va uni rivojlantirishning ahamiyati. Korporativ tuzilmalar faoliyatida investitsiyalarni jalb etishning jahon amaliyoti. Korporativ tuzilmalar biznes – jarayonlarining ichki va tashqi muxiti. Biznes jarayonlarga ta'sir etadigan makro va mikro darajadagi omillar. Biznesning ijtimoiy – madaniy muhiti.

5-mavzu. Korporativ tuzilmalar biznes – jarayonlari reinjiningi

Korporativ tuzilmalar biznes – jarayonlari reinjiningi mohiyati va zaurati. Reinjining turlari. Inqirozli va rivojlanish reinjiningi. Reinjining o'tkazish bosqichlari. Reinjiningni amalga oshirish tamoyillari. Korporativ tuzilmalar biznes – jarayonlari reinjiningni tashkil etish.

6-mavzu. Korporativ tuzilmalarning mikro va makro darajadagi biznes – jarayonlar

Korporativ tuzilmalar biznes – jarayonlarida marketing mohiyati. Biznes – jarayonlarida marketingning tamoyillari. Makro va mikro darajada marketing tadqiqotlarini tashkil etish. Korporativ tuzilmalar faoliyatida marketing faoliyatini rivojlantirish.

7-mavzu. Korporativ tuzilmalarning biznes – jarayonlari modellashtirish tamoyillari

Korporativ tuzilmalarning biznes – jarayonlari modellashtirishning uslubi yondashuvlari va tamoyillari. Korporativ tuzilmalarning biznes – jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirishning roli va ahamiyati. Korporativ tuzilmalarning biznes – jarayonlari modellashtirish afzalliklari. Korporativ tuzilmalarning biznes – jarayonlarida qo'llaniladigan modellar.

8-mavzu. Korporativ tuzilmalarning biznes – jarayonlari tahlili va sintezida qo'llaniladigan usullar

Korporativ tuzilmalarning biznes faoliyati natijalari tahlili. Korporativ tuzilmalarning ishlab chiqarish xarajatlari tahlili. Foyda biznes faoliyatining asosiy maqsadi. Raqobat yutug'i tahlili. biznes – jarayonlari tahlilining ikki turi: strategik va operativ.

9-mavzu. Korporativ tuzilmalarning biznes – jarayonlari tahlilida miqdoriy usullardan foydalanish

Korporativ tuzilmalarning biznes – jarayonlarida matematik usullar va modellardan foydalanish zarurati. Korporativ tuzilmalarning biznes – jarayonlarida matematik modellarni tuzish bosqichlari. Optimal dasturlash usulining asosiy masalalari. Ikkilangan masalalarning iqtisodiy mohiyati, matematik modellari va ularni shakllantirish.

10-mavzu. Korporativ tuzilmalarning biznes – jarayonlarini ekonometrik usullar asosida

modellashtirish

O'zaro bog'lanish haqida tushuncha va ularning turlari. To'g'ri chiziqli regressiya tenglamasini aniqlash. egri chiziqli regressiya tenglamalarini aniqlash. Bir omilli regressiya tenglamasini baholash va tahlil qilish. Juft korrelyatsiya koeffitsienti. Ko'p o'lchovli korrelyatsiya. Muhim va mohiyatli omillarni tanlash. Korrelyatsion-regressiya modellaridan biznes-jarayonlarining iqtisodiy tahlili va prognozlashda foydalanish yo'llari.

11-mavzu. Korporativ boshqaruvning – boshqaruv qarorlarini optimallashtirish va modellashtirish

Korporativ tuzilmalar faoliyatini rejalashtirish va rejalashtirishning asosiy elementlari. Korporativ tuzilmalar faoliyatini rejalashtirish bosqichlari va uning turlari. Biznes rejaning mohiyati, mazmuni hamda uni ishlab chiqish. Biznes rejani tayyorlash va uning tamoyillari.

12-mavzu. Korporativ tuzilmalar biznes – jarayonlarining axborot ta'minoti

Korporativ tuzilmalar biznes – jarayonlarida axborotning ahamiyati. Biznes – jarayonlarida axborot turlari. Korporativ tuzilmalar biznes – jarayonlarida axborot tizimi. Biznes tadqiqotlari tizimining tarkibi. Korporativ boshqaruvda axborot bilan ta'minlashni tashkil etish va uning o'ziga xosligi.

Ta'lim berish va o'qitish turlari (metodlari):	Ma'ruza, amaliy mashg'ulotlar, mustaqil ishlar (aylana stol, keys stadi, master-klasslar)		
Mustaqil ishlar:	O'quv loyihalar, guruhli taqdimot, referatlar, keyslar, dokladlar, krossvordlar, poster, prospekt, esse va x.z.		
Maslahatlar va topshiriqlarni topshirish vaqti	Seshanba Payshanba	14.30-15.30 14.30-15.30	Aud. 1/338 Aud. 1/338

Bilimlarni baholash turlari, mezonlari va tartibi:

Baholash shakllari	Testlar, yozma ishlar, og'zaki so'rov, prezentatsiyalar va h.z.
Baholash mezonlari	86-100 ball "a'lo" 71-85 ball "yaxshi" 55-70 ball "qoniqarli" 0-54 ball "qoniqarsiz"

Axborot-resurs baza:

Asosiy adabiyotlar:	1. Bob Tricker, Oxford. Corporate governance: Principles, Policies, and Practices. 3th edition. UK, 2014. 2. Hammer, Michael & Champy, James. Reengineering the Corporation: A Manifesto For Business Revolution. –N-Y.: Harper-Collins, 2007. –580 p. 3. Шер А.В. Моделирование бизнес-процессов. Учебник. – М.: ЮНИТИ, 2010. – 420 с. 4. Ходиев Б.Ю., Беркинов Б.Б. "Корпоратив бошқарув ва рақобатни ривожлантириш" Ўқув қўлланма. -Т.: 2011 й. 5. Ходиев Б.Ю., Карлибаева Р.Х., Акрамова Н.И. Ўқув қўлланма.- ТДИУ, 2010. – 280 бет. 6. Зайнутдинов Ш.Н. Корпоратив бошқарув асослари. Ўқув қўлланма. -Т.: Ўзбекистон, 2008. – 260 б. 7. Печерских И. А., Семенов А. Г. МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ В ЭКОНОМИКЕ. Учебное пособие. –
----------------------------	---

	Кемерово, 2011. – 191 стр. 8. Ҳабибуллаев И. Иқтисодий математик усуллар ва моделлар. Ўқув қўлланма. – Т.: «Tafakkur-bo'stoni», 2012. 112 бет.
<i>Qo'shimcha adabiyotlar:</i>	9. Мирзиёев Ш.М. “Эркин ва фаровон демократик Ўзбекистон давлатини биргаликда барпо этамиз”. Ўзбекистон Республикаси Президенти лавозимида киришиш тантанали маросимида бағишланган Олий мажлис палаталарининг қўшма мажлисидаги нутқи/ Ш.Мирзиёев. Тошкент: Ўзбекистон, 2016.-56 б. 10. Мирзиёев Ш.М. Танқидий таҳлил, қатъий тартиб-интизом ва шахсий жавобгарлик – ҳар бир раҳбар фаолиятининг кундалик қондаси бўлиши керак. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2016 йил якунлари ва 2017 йил истиқболларига бағишланган мажлисидаги Ўзбекистон Республикаси Президентининг нутқи. // Халқ сўзи газетаси. 2017 йил 16 январь, №11. 11. Мирзиёев Ш.М. “Қонун устуворлиги ва инсон манфаатларини таъминлаш юрт тарққиёти ва халқ фаровонлигининг гарови”. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси қабул қилинганининг 24 йиллигига бағишланган тантанали маросимидаги маъруза. 12. Мирзиёев Ш.М. “Буюк келажагимизни мард ва олийжаноб халкимиз билан бирга курашимиз”. Мазкур китобдан Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг 2016 йил 1 ноябрдан 24 ноябрга қадар Қорақалпоғистон Республикаси, вилоятлар ва Тошкент шаҳар сайловчилари вакиллари билан ўтказилган сайловолди учрашувларида сўзлаган нутқлари ўрин олган. Ш.Мирзиёев. Тошкент “Ўзбекистон”, 2017 – 488 б. 13. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси – Т.: Ўзбекистон, 2014. – 46 б. 14. Ўзбекистон Республикаси Президентининг Фармони ПФ №4720 “Аксиядорлик жамиятларида замонавий корпоратив бошқарув услубларини жорий этиш чоратадбирлари тўғрисида”, 2015 йил 24 апрел; 15. Ўзбекистон Республикаси Қонуни №233-И “Акциядорлик жамиятлари ва акциядорларнинг ҳуқуқларини ҳимоя қилиш тўғрисида (янги таҳрири)”, 1996 йил 26 апрел. Янги таҳрири ЎРҚ-370 сон билан 2014 йил 06 майда тасдиқланган. 16. Ўзбекистон Республикаси Қонуни №310-ИИ «Масъулияти чекланган ҳамда қўшимча масъулиятли жамиятлар тўғрисида», 2001 йил 06 декабр; 17. Ўзбекистон Республикаси Қонуни “Рақобат тўғрисида”,

	2012 йил 6 январ. 18. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси Қарори №207 “Давлат улуши бўлган аксиядорлик жамиятлари ва бошқа хўжалик юритувчи субъектлар фаолияти самарадорлигини баҳолаш мезонларини жорий этиш тўғрисида”, 2015 йил 28 июл. 19. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси Қарори №215 “Устав фондида давлат улуши бўлган корхоналарнинг самарали бошқарилишини ва давлат мулкнинг зарур даражада ҳисобга олиншини таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида”, 2006 йил 16 октябр. 20. Корпоратив бошқарув кодекси – Халқ сўзи, 2016 йил 11 март.
Normativ-huquqiy hujjatlar:	21. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni PF №4720 “Aksiyadorlik jamiyatlarida zamonaviy korporativ boshqaruv uslublarini joriy etish chora-tadbirlari to‘g‘risida”, 2015 yil 24 aprel; 22. O‘zbekiston Respublikasi Qonuni №233-I “Aksiyadorlik jamiyatlari va aksiyadorlarning huquqlarini himoya qilish to‘g‘risida (yangi tahriri)”, 1996 yil 26 aprel. Yangi tahriri O‘RQ-370 son bilan 2014 yil 06 mayda tasdiqlangan. 23. O‘zbekiston Respublikasi Qonuni №310-II «Mas’uliyati cheklangan hamda qo‘shimcha mas’uliyatli jamiyatlar to‘g‘risida», 2001 yil 06 dekabr; 24. O‘zbekiston Respublikasi Qonuni “Raqobat to‘g‘risida”, 2012 yil 6 yanvar. 25. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi Qarori №207 “Davlat ulushi bo‘lgan aksiyadorlik jamiyatlari va boshqa xo‘jalik yurituvchi sub’ektlar faoliyati samaradorligini baholash mezonlarini joriy etish to‘g‘risida”, 2015 yil 28 iyul. 26. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi Qarori №215 “Ustav fondida davlat ulushi bo‘lgan korxonalarining samarali boshqarilishini va davlat mulkining zarur darajada hisobga olinishini ta’minlash chora-tadbirlari to‘g‘risida”, 2006 yil 16 oktyabr. 27. Korporativ boshqaruv kodeksi – Xalq so‘zi, 2016 yil 11 mart.
Ilmiy jurnallar:	28. “Ekonomicheskoe obozrenie”, “Iqtisodiyot va ta’lim”, “Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar”,
Davriy nashrlar:	29. “Xalq so‘zi”, “Upravlenie predpriyatiem”
Statistik nashrlar:	30. Statisticheskii ejegodnik regionov Uzbekistana. 2015. –T.: Goskomstat Uzbekistana. 2015. - 130 str. 31. Statisticheskoe obozrenie Uzbekistana. 2008-2015. 32. Uzbekistan v sifrax. 2015. – T.:, Goskomstat Uzbekistana 2015. – 188 str.

<i>Internet resurslari:</i>	33. www.gov.uz – O‘zbekiston Respublikasi hukumat portali. 34. www.lex.uz – O‘zbekiston Respublikasi Qonun hujjatlari ma’lumotlari milliy bazasi. 35. www.economist.com 36. www.worlddeconomics.com 37. www.tradingeconomics.com 38. http://grad-schools.usnews.rankingsandreviews.com / best-graduate-schools / top-humanities-schools/economics-rankings 39. www.ereport.ru - Obzornaya informatsiya po mirovoy ekonomike 40. www.stplan.ru - ekonomika i upravlenie 41. www.catback.ru - научные стати i учебные материалы po ekonomike
---	--

MA'RUZA MASHG'ULOTLARI REJASI

MA'RUZA MASHG'ULOTLARI REJASI

1-MAVZU. KORPORATIV BOSHQARUV JARAYONLARINI IQTISODIY MATEMATIK MODELLASHTIRISH FANIGA KIRISH

Reja:

1. Fanning predmeti, vazifasi va o'rganish usullari
2. Fan bo'yicha adabiyotlar tahlili
3. Fanning boshqa fanlar bilan aloqasi

Mashg'ulot maqsadi: «Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirish» fani bo'yicha umumiy tasavvurlarni shakllantirish.

Mavzuni o'rganish natijasida talaba:

- “Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirish” fanini o'qishni maqsad va vazifalarini aytadi;
- Fan bo'yicha asosiy adabiyotlar va ulardagi yondashuvlarni bayon eta oladi;
- Fanning boshqa fanlar bilan aloqasini aytadi va tavsif eta oladi.

Qo'llaniladigan pedagogik texnologiyalar: dialogik yondashuv, muammoli ta'lim, bingo, blits-so'rov, munozara, o'z-o'zini nazorat.

Mavzu bo'yicha tavsiya etilgan adabiyotlar:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining “Axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalari sohasini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida” gi 2018 yil 19 fevraldagi Farmoni.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining “O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha harakatlar strategiyasi to'g'risida» gi №PF-4947 sonli Farmoni. //Xalq so'zi. 2017 yil 8 fevral.
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "2017-2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlanishining beshta ustuvor yo'nalishlari bo'yicha Harakatlar strategiyasini kelgusida amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida" gi 2017 yil 15 avgustdagi №3-5024 sonli Qarori.
4. Sh. M.Mirziyoyev. Tanqidiy tahlil, qat'iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik - har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo'lishi kerak . Tashkent : O'zbekiston, 2017 y.,104 b.
5. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoev tomonidan 2017 yil 22 dekabr kuni birinchi marta mamlakatimiz parlamenti – Oliy Majlisga Murojaatnomasidan o'rin olgan 2017 yil – Xalq bilan muloqot va inson manfaatlari yilida amalga oshirilgan ishlar, erishilgan natijalar va yutuqlar to'g'risida.
6. Bob Tricker, Oxford. Corporate governance: Principles, Policies, and Practices. 3th edition. UK, 2014.
7. Hammer, Michael & Champy, James. Reengineering the Corporation: A Manifesto For Business Revolution. –N-Y.: Harper-Collins, 2007. –580 p.

8. Шеер А.В. Моделирование бизнес-процессов. Учебник. –М.: ЮНИТИ, 2010. – 420 с.
9. Зайнутдинов Ш.Н. Корпоратив бошқарув асослари. Ўқув қўлланма. - Т.: Ўзбекистон, 2008. – 260 б.
10. Печерских И. А., Семенов А. Г. МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ В ЭКОНОМИКЕ. Учебное пособие. – Кемерово, 2011. – 191 стр.
11. Ҳабибуллаев И. Иқтисодий математик усуллар ва моделлар. Ўқув қўлланма. – Т.: «Tafakkur-bo'stoni», 2012. 112 бет.
12. Shodiev T. va boshqalar. Biznes-jarayonlarini modellashtirish. –Т.: TDIU, 2007. -170 б.
13. Харрингтон Дж., Эсселинг К.С., Нимвеген Х.В. Оптимизация бизнес-процессов. Учебник. –М.: Азбука, 2007. – 570 с.
14. www.webofscience.com - Xalqaro ilmiy maqolalar platformasi

2-MAVZU. KORPORATIV TUZILMALARNING BIZNES-JARAYONLARINING ASOSIY TUSHUNCHALARI

Reja:

- 1. Korporativ tuzilmalarning biznes-jarayonlari**
- 2. Korporativ tuzilmalarning biznes-jarayonlari to'g'risida asosiy tushunchalar**
- 2. Korporativ tuzilmalarning biznes-jarayonlarining tasnifi**
- 3. Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirish uslubi**

Mashg'ulot maqsadi: Korporativ tuzilmalardagi biznes – jarayonlari to'g'risida asosiy tushunchalarni shakllantirish.

Mavzuni o'rganish natijasida talaba:

- Korporativ tuzilmalardagi biznes – jarayonlar to'g'risidagi asosiy tushunchalarni aytishi;
- Korporativ tuzilmalardagi biznes – jarayonlar to'g'risidagi asosiy tushunchalar tasniflay oladi;
- Ushbu jarayonlarni matematik modellashtirish to'g'risida tushunchaga ega bo'ladi va ularni tavsif etishi.

Qo'llaniladigan pedagogik texnologiyalar: dialogik yondashuv, muammoli ta'lim, T-sxemasi, blits-so'rov, munozara, o'z-o'zini nazorat.

Mavzu bo'yicha tavsiya etilgan adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining “O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha harakatlar strategiyasi to'g'risida» gi №PF-4947 sonli Farmoni. //Xalq so'zi. 2017 yil 8 fevral.

2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "2017-2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlanishining beshta ustuvor yo'nalishlari bo'yicha Harakatlar strategiyasini kelgusida amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida" gi 2017 yil 15 avgustdagi №3-5024 sonli Qarori.

3. Sh. M.Mirziyoyev. Tanqidiy tahlil, qat'iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik - har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo'lishi kerak . Tashkent : O'zbekiston, 2017 y.,104 b.

4. Bob Tricker, Oxford. Corporate governance: Principles, Policies, and Practices. 3th edition. UK, 2014.

5. Hammer, Michael & Champy, James. Reengineering the Corporation: A Manifesto For Business Revolution. –N-Y.: Harper-Collins, 2007. –580 p.

6. Шееп А.В. Моделирование бизнес-процессов. Учебник. –М.: ЮНИТИ, 2010. – 420 с.

7. Ходиев Б.Ю., Беркинов Б.Б. “Корпоратив бошқарув ва рақобатни ривожлантириш” Ўқув қўлланма. -Т.: 2011 й.

8. Ходиев Б.Ю., Карлибаева Р.Х., Акрамова Н.И. Ўқув қўлланма.- ТДИУ, 2010. – 280 бет.

9. Зайнутдинов Ш.Н. Корпоратив бошқарув асослари. Ўқув қўлланма. - Т.: Ўзбекистон, 2008. – 260 б.

10. Печерских И. А., Семенов А. Г. МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ В ЭКОНОМИКЕ. Учебное пособие. – Кемерово, 2011. – 191 стр.

11. Ҳабибуллаев И. Иқтисодий математик усуллар ва моделлар. Ўқув қўлланма. – Т.: «Tafakkur-bo'stoni», 2012. 112 бет.

12. Shodiev T. va boshqalar. Biznes-jarayonlarini modellashtirish. –Т.: TDIU, 2007. -170 б.

13. Харрингтон Дж., Эсселинг К.С., Нимвеген Х.В. Оптимизация бизнес-процессов. Учебник. –М.: Азбука, 2007. – 570 с.

14. www.webofscience.com - Xalqaro ilmiy maqolalar platformasi

3-MAVZU. KORPORATIV TUZILMALARDA JARAYONLI BOSHQARUV

Reja:

- 1. Korporativ tuzilmalarda mavjud boshqaruv tizimi**
- 2. Jarayonli boshqaruvning mohiyati**
- 3. Jarayonli boshqaruv turlari**
- 4. Jarayonli boshqaruv turlarining tasnifi**

Mashg'ulot maqsadi: Korporativ tuzilmalardagi jayaronli boshqaruv masalalari, ularning mohiyati va turlari to'g'risida umumiy tasavvurlarni shakllantirish.

Mavzuni o'rganish natijasida talaba:

- Korporativ tuzilmalarda jarayonli boshqaruv masalalarini aytib bera oladi;
- Jarayonli boshqaruv mohiyati va uninig turlarini bayon etadi va tavsiflay oladi.

Qo'llaniladigan ta'lim texnologiyalari: dialogik yondashuv, muammoli ta'lim, T-sxemasi, blits-so'rov, munozara, o'z-o'zini nazorat.

Mavzu bo'yicha tavsiya etilgan adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha harakatlar strategiyasi to'g'risida» gi №PF-4947 sonli Farmoni. //Xalq so'zi. 2017 yil 8 fevral.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "2017-2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlanishining beshta ustuvor yo'nalishlari bo'yicha Harakatlar strategiyasini kelgusida amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida" gi 2017 yil 15 avgustdagi №3-5024 sonli Qarori.
3. Sh. M.Mirziyoyev. Tanqidiy tahlil, qat'iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik - har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo'lishi kerak . Tashkent : O'zbekiston, 2017 y.,104 b.
4. Bob Tricker, Oxford. Corporate governance: Principles, Policies, and Practices. 3th edition. UK, 2014.
5. Hammer, Michael & Champy, James. Reengineering the Corporation: A Manifesto For Business Revolution. –N-Y.: Harper-Collins, 2007. –580 p.
6. Шерп А.В. Моделирование бизнес-процессов. Учебник. –М.: ЮНИТИ, 2010. – 420 с.
7. Ходиев Б.Ю., Беркинов Б.Б. "Корпоратив бошқарув ва рақобатни ривожлантириш" Ўқув қўлланма. -Т.: 2011 й.
8. Ходиев Б.Ю., Карлибаева Р.Х., Акрамова Н.И. Ўқув қўлланма.- ТДИУ, 2010. – 280 бет.
9. Зайнутдинов Ш.Н. Корпоратив бошқарув асослари. Ўқув қўлланма. - Т.: Ўзбекистон, 2008. – 260 б.
10. Shodiev T. va boshqalar. Biznes-jarayonlarini modellashtirish. –Т.: TDIU, 2007. -170 b.
11. www.webofscience.com - Xalqaro ilmiy maqolalar platformasi

4-MAVZU. KORPORATIV TUZILMALAR BIZNES-JARAYONLARINING ICHKI VA TASHQI MUHITI

Reja:

1. Korporativ boshqaruvda hamkorlik rivojlanishning muhim omili
2. Korporativ tuzilmalar faoliyatiga investitsiyalarni jalb qilishda jahon amaliyoti
3. Biznes-jarayonlari ichki va tashqi muhitini tahlili

Mashg'ulot maqsadi: Korporativ tuzilmalarda biznes – jarayonlarining ichki va tashqi muhiti to'g'risida umumiy tasavvurlarni shakllantirish.

Mavzuni o'rganish natijasida talaba:

- Korporativ boshqaruvda hamkorlik va uni rivojlantirishning asosiy omillarini bayon eta oladi;
- Korporativ tuzilmalar faoliyatida investitsiyalarni jalb qilishning xorij tajribasi biladi;
- Korporativ tuzilmalarda biznes – jarayonlariga ta’sir etadigan ichki va tashqi muhitni tavsif eta oladi.

Qo’llaniladigan ta’lim texnologiyalari: dialogik yondashuv, muammoli ta’lim, T-sxemasi, blits-so‘rov, munozara, o‘z-o‘zini nazorat.

Mavzu bo‘yicha tavsiya etilgan adabiyotlar

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “O‘zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo‘yicha harakatlar strategiyasi to‘g‘risida» gi №PF-4947 sonli Farmoni. //Xalq so‘zi. 2017 yil 8 fevral.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "2017-2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlanishining beshta ustuvor yo'nalishlari bo'yicha Harakatlar strategiyasini kelgusida amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida" gi 2017 yil 15 avgustdagi №3-5024 sonli Qarori.
3. Sh. M.Mirziyoyev. Tanqidiy tahlil, qat'iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik - har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo‘lishi kerak . Tashkent : O‘zbekiston, 2017 y.,104 b.
4. Bob Tricker, Oxford. Corporate governance: Principles, Policies, and Practices. 3th edition. UK, 2014.
5. Hammer, Michael & Champy, James. Reengineering the Corporation: A Manifesto For Business Revolution. –N-Y.: Harper-Collins, 2007. –580 p.
6. Шерп А.В. Моделирование бизнес-процессов. Учебник. –М.: ЮНИТИ, 2010. – 420 с.
7. Ходиев Б.Ю., Беркинов Б.Б. “Корпоратив бошқарув ва рақобатни ривожлантириш” Ўқув қўлланма. -Т.: 2011 й.
8. Ходиев Б.Ю., Карлибаева Р.Х., Акрамова Н.И. Ўқув қўлланма.- ТДИУ, 2010. – 280 бет.
9. Зайнутдинов Ш.Н. Корпоратив бошқарув асослари. Ўқув қўлланма. - Т.: Ўзбекистон, 2008. – 260 б.
10. www.webofscience.com - Xalqaro ilmiy maqolalar platformasi

5-MAVZU. KORPORATIV TUZILMALAR BIZNES-JARAYONLARI REINJINIRINGI

Reja:

1. Reinjiniringning mohiyati va zarurligi
2. Reinjiniring turlari
3. Reinjiniring o‘tkazish bosqichlari
4. Korporativ tuzilmalarda biznes-jarayonlari reinjiniringini tashkil etish

Mashg'ulot maqsadi: Korporativ tuzilmalar biznes – jarayonlari reinjiningi to'g'risida tasavvur shakllantirish.

Mavzuni o'rganish natijasida talaba:

- Korporativ tuzilmalar biznes – jarayonlari reinjiningi zaruratini ayta oladi;
- Reinjining turlarini tasniflab bera oladi va uning bosqichlarini sanab bera oladi;
- Korporativ tuzilmalar biznes – jarayonlari reinjiningini tashkil etishni bayon eta oladi.

Qo'llaniladigan ta'lim texnologiyalari: dialogik yondashuv, muammoli ta'lim, T-sxemasi, blits-so'rov, munozara, o'z-o'zini nazorat.

Mavzu bo'yicha tavsiya etilgan adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha harakatlar strategiyasi to'g'risida» gi №PF-4947 sonli Farmoni. //Xalq so'zi. 2017 yil 8 fevral.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "2017-2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlanishining beshta ustuvor yo'nalishlari bo'yicha Harakatlar strategiyasini kelgusida amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida" gi 2017 yil 15 avgustdagi №3-5024 sonli Qarori.
3. Sh. M.Mirziyoyev. Tanqidiy tahlil, qat'iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik - har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo'lishi kerak . Tashkent : O'zbekiston, 2017 y.,104 b.
4. Bob Tricker, Oxford. Corporate governance: Principles, Policies, and Practices. 3th edition. UK, 2014.
5. Hammer, Michael & Champy, James. Reengineering the Corporation: A Manifesto For Business Revolution. –N-Y.: Harper-Collins, 2007. –580 p.
6. Зайнутдинов Ш.Н. Корпоратив бошқарув асослари. Ўқув қўлланма. - Т.: Ўзбекистон, 2008. – 260 б.
7. Тельнов Ю.Ф. Реинжиниринг бизнес-процессов. Компонентная методология. –М.: Финансы и статистика, 2007. – 340 с.
8. Ойхман Е.Г., Попов Э.В. Реинжиниринг бизнеса. –М.: Финансы и статистика, 2007. – 386 с.
9. Николаев Е.П. Реинжиниринг бизнес-процессов. –М.: ДиС, 2007. – 420 с.
10. www.webofscience.com - Xalqaro ilmiy maqolalar platformasi

6-MAVZU. KORPORATIV TUZILMALARNING MIKRO VA MAKRO DARAJADAGI BIZNES-JARAYONLAR

Reja:

1. Korporativ tuzilmalar biznes-jarayonlarida marketingning mohiyati
2. Korporativ tuzilmalar biznes-jarayonlarida marketingning asosiy tamoyillari
3. Mikro darajada marketing tadqiqotlarini tashkil etish
4. Korporativ tuzilmalarda marketing faoliyatini rivojlantirish

Mashg'ulot maqsadi: Korporativ tuzilmalarning mikro va makro darajadagi biznes – jarayonlari to'g'risida umumiy tasavvurni shakllantirish.

Mavzuni o'rganish natijasida talaba:

- Korporativ tuzilmalar biznes – jarayonlarida marketing mohiyati va asosiy tamoyillarini aytadi va tavsif eta oladi;
- Mikro darajada marketing tadqiqotlarini tashkil etish bosqichlarini bayon eta oladi;
- Korporativ tuzilmalarda marketing faoliyatini rivojlantirish yo'nalishlarini tariflab bera oladi.

Qo'llaniladigan ta'lim texnologiyalari: dialogik yondashuv, muammoli ta'lim, T-sxemasi, blits-so'rov, munozara, o'z-o'zini nazorat.

Mavzu bo'yicha tavsiya etilgan adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha harakatlar strategiyasi to'g'risida» gi №PF-4947 sonli Farmoni. //Xalq so'zi. 2017 yil 8 fevral.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "2017-2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlanishining beshta ustuvor yo'nalishlari bo'yicha Harakatlar strategiyasini kelgusida amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida" gi 2017 yil 15 avgustdagi №3-5024 sonli Qarori.
3. Sh. M.Mirziyoyev. Tanqidiy tahlil, qat'iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik - har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo'lishi kerak . Tashkent : O'zbekiston, 2017 y.,104 b.
4. Шерп А.В. Моделирование бизнес-процессов. Учебник. –М.: ЮНИТИ, 2010. – 420 с.
5. Печерских И. А., Семенов А. Г. МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ В ЭКОНОМИКЕ. Учебное пособие. – Кемерово, 2011. – 191 стр.
6. Ҳабибуллаев И. Иқтисодий математик усуллар ва моделлар. Ўқув қўлланма. – Т.: «Tafakkur-bo'stoni», 2012. 112 бет.
7. Shodiev T. va boshqalar. Biznes-jarayonlarini modellashtirish. –Т.: TDIU, 2007. -170 b.
8. Харрингтон Дж., Эсселинг К.С., Нимвеген Х.В. Оптимизация бизнес-процессов. Учебник. –М.: Азбука, 2007. – 570 с.
9. www.webofscience.com - Xalqaro ilmiy maqolalar platformasi

7-MAVZU. KORPORATIV TUZILMALARNING BIZNES-JARAYONLARINI MODELLASHTIRISH TAMOYILLARI

Reja:

- 1. Korporativ tuzilmalar faoliyatini modellashtirishning uslubiy yondashuvlari**
- 2. Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirishning roli va ahamiyati**
- 3. Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirishning afzalliklari**
- 4. Korporativ tuzilmalar biznes-jarayonlarida qo'llaniladigan modellar**

Mashg'ulot maqsadi: Korporativ tuzilmalarning biznes – jarayonlarini modellashtirish tamoyillari to'g'risida tushuncha shakllantirish.

Mavzuni o'rganish natijasida talaba:

- Korporativ tuzilmalar faoliyatini modellashtirishning uslubiy yondashuvlarini bayon eta oladi;
- Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirishning ahamiyati va rolini tavsirlab bera oladi;
- Korporativ tuzilmalar biznes – jarayonlarida qo'llaniladigan modellar tavsif eta oladi.

Qo'llaniladigan ta'lim texnologiyalari: dialogik yondashuv, muammoli ta'lim, T-sxemasi, blits-so'rov, munozara, o'z-o'zini nazorat.

Mavzu bo'yicha tavsiya etilgan adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha harakatlar strategiyasi to'g'risida» gi №PF-4947 sonli Farmoni. //Xalq so'zi. 2017 yil 8 fevral.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "2017-2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlanishining beshta ustuvor yo'nalishlari bo'yicha Harakatlar strategiyasini kelgusida amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida" gi 2017 yil 15 avgustdagi №3-5024 sonli Qarori.
3. Sh. M.Mirziyoyev. Tanqidiy tahlil, qat'iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik - har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo'lishi kerak . Tashkent : O'zbekiston, 2017 y.,104 b.
4. Bob Tricker, Oxford. Corporate governance: Principles, Policies, and Practices. 3th edition. UK, 2014.
5. Hammer, Michael & Champy, James. Reengineering the Corporation: A Manifesto For Business Revolution. –N-Y.: Harper-Collins, 2007. –580 p.
6. Шеер А.В. Моделирование бизнес-процессов. Учебник. –М.: ЮНИТИ, 2010. – 420 с.
7. Печерских И. А., Семенов А. Г. МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ В ЭКОНОМИКЕ. Учебное пособие. – Кемерово, 2011. – 191 стр.

8. Ҳабибуллаев И. Иқтисодий математик усуллар ва моделлар. Ўқув қўлланма. – Т.: «Tafakkur-bo'stoni», 2012. 112 бет.

9. Shodiev T. va boshqalar. Biznes-jarayonlarini modellashtirish. –Т.: TDIU, 2007. -170 б.

10. Харрингтон Дж., Эсселинг К.С., Нимвеген Х.В. Оптимизация бизнес-процессов. Учебник. –М.: Азбука, 2007. – 570 с.

11. www.webofscience.com - Xalqaro ilmiy maqolalar platformasi

8-MAVZU. KORPORATIV TUZILMALARNING BIZNES-JARAYONLARI TAHLILI VA SINTEZIDA QO‘LLANILADIGAN USULLAR

Reja:

- 1. Korporativ tuzilmalarda biznes faoliyati natijalari tahlili**
- 2. Ishlab chiqarish xarajatlari tahlili**
- 3. Foyda - biznes faoliyatining asosiy maqsadi**
- 4. Raqobat yutug‘i tahlili**

Mashg‘ulot maqsadi: Korporativ tuzilmalarning biznes – jarayonlari tahlil va sintezida qo‘llaniladigan usullar to‘g‘risida umumiy tasavvur shakllantirish.

Mavzuni o‘rganish natijasida talaba:

- Korporativ tuzilmalarda biznes faoliyati natijalari tahlilini bajara oladi;
- Ishlab chiqarish xarajatlari tahlilini bajara oladi;
- Raqobat yutug‘i tahlilini amalga oshirishni va natijalarini bayon etishni biladi.

Qo‘llaniladigan ta’lim texnologiyalari: dialogik yondashuv, muammoli ta’lim, T-sxemasi, blits-so‘rov, munozara, o‘z-o‘zini nazorat.

Mavzu bo‘yicha tavsiya etilgan adabiyotlar

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “O‘zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo‘yicha harakatlar strategiyasi to‘g‘risida» gi №PF-4947 sonli Farmoni. //Xalq so‘zi. 2017 yil 8 fevral.

2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "2017-2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlanishining beshta ustuvor yo'nalishlari bo'yicha Harakatlar strategiyasini kelgusida amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida" gi 2017 yil 15 avgustdagi №3-5024 sonli Qarori.

3. Sh. M.Mirziyoyev. Tanqidiy tahlil, qat'iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik - har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo‘lishi kerak . Tashkent : O‘zbekiston, 2017 y.,104 b.

4. Зайнутдинов Ш.Н. Корпоратив бошқарув асослари. Ўқув қўлланма. - Т.: Ўзбекистон, 2008. – 260 б.

5. Печерских И. А., Семенов А. Г. МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ В ЭКОНОМИКЕ. Учебное пособие. – Кемерово, 2011. – 191 стр.

6. Ҳабибуллаев И. Иқтисодий математик усуллар ва моделлар. Ўқув қўлланма. – Т.: «Tafakkur-bo'stoni», 2012. 112 бет.

7. Shodiev T. va boshqalar. Biznes-jarayonlarini modellashtirish. –Т.: TDIU, 2007. -170 б.

8. Харрингтон Дж., Эсселинг К.С., Нимвеген Х.В. Оптимизация бизнес-процессов. Учебник. –М.: Азбука, 2007. – 570 с.

9. www.webofscience.com - Xalqaro ilmiy maqolalar platformasi

9-MAVZU. KORPORATIV TUZILMALARNING BIZNES-JARAYONLARI TAHLILIDA MIQDORIY USULLARDAN FOYDALANISH

Reja:

1. Korporativ tuzilmalar biznes-jarayonlarida matematik usullar va modellardan foydalanish zarurligi

2. Korporativ tuzilmalar biznes-jarayonlarida matematik modellarni tuzish bosqichlari

2. Optimal dasturlash usulining asosiy masalalari

3. Ikkilangan masalalarning iqtisodiy mohiyati

5. Ikkilangan masalalarning matematik modellari

6. Ikkilangan masalalarning matematik modellari shakllantirish

Mashg'ulot maqsadi: Korporativ tuzilmalarning biznes – jarayonlari tahlilida miqdoriy usullardan foydalanish bo'yicha umumiy tasavvurlarni shakllantirish.

Mavzuni o'rganish natijasida talaba:

- Korporativ tuzilmalar biznes – jarayonlarida matematik usullar va modellardan foydalanish ahamiyatini tushuntirib bera oladi;

- Optimal dasturlash usulining asosiy masalalarini bayon eta oladi;

- Ikkilangan masalalarning iqtisodiy mohiyatini tavsif eta oladi.

Qo'llaniladigan ta'lim texnologiyalari: dialogik yondashuv, muammoli ta'lim, T-sxemasi, blits-so'rov, munozara, o'z-o'zini nazorat.

Mavzu bo'yicha tavsiya etilgan adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha harakatlar strategiyasi to'g'risida» gi №PF-4947 sonli Farmoni. //Xalq so'zi. 2017 yil 8 fevral.

2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "2017-2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlanishining beshta ustuvor yo'nalishlari bo'yicha Harakatlar strategiyasini kelgusida amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida" gi 2017 yil 15 avgustdagi №3-5024 sonli Qarori.

3. Sh. M.Mirziyoyev. Tanqidiy tahlil, qat'iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik - har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo'lishi kerak . Tashkent : O'zbekiston, 2017 y.,104 b.

4. Шерп А.В. Моделирование бизнес-процессов. Учебник. –М.: ЮНИТИ, 2010. – 420 с.

5. Зайнутдинов Ш.Н. Корпоратив бошқарув асослари. Ўқув қўлланма. - Т.: Ўзбекистон, 2008. – 260 б.

6. Печерских И. А., Семенов А. Г. МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ В ЭКОНОМИКЕ. Учебное пособие. – Кемерово, 2011. – 191 стр.

7. Ҳабибуллаев И. Иқтисодий математик усуллар ва моделлар. Ўқув қўлланма. – Т.: «Tafakkur-bo'stoni», 2012. 112 бет.

8. Shodiev T. va boshqalar. Biznes-jarayonlarini modellashtirish. –Т.: TDIU, 2007. -170 б.

9. Харрингтон Дж., Эсселинг К.С., Нимвеген Х.В. Оптимизация бизнес-процессов. Учебник. –М.: Азбука, 2007. – 570 с.

10. www.webofscience.com - Xalqaro ilmiy maqolalar platformasi

10-MAVZU. KORPORATIV TUZILMALAR BIZNES-JARAYONLARINI EKONOMETRIK USULLAR ASOSIDA MODELLASHTIRISH

Reja:

- 1. O'zaro bog'lanishlar haqida tushuncha va ularning turlari.**
- 2. To'g'ri chiziqli regressiya tenglamasini aniqlash.**
- 3. Egri chiziqli regressiya tenglamalarini aniqlash.**
- 4. Bir omilli regressiya tenglamasini baholash va tahlil qilish. Juft korrelyatsiya koeffitsiyenti**
- 5. Ko'p o'lchovli korrelyatsiya. Muhim va mohiyatli omillarni tanlash.**
- 6. Korrelyatsion-regression modellardan biznes-jarayonlarining iqtisodiy tahlili va prognozlashda foydalanish yo'llari.**

Mashg'ulot maqsadi: Korporativ tuzilmalar biznes – jarayonlarini ekonometrik usullar asosida modellashtirish bo'yicha umumiy tasavvurni shakllantirish.

Mavzuni o'rganish natijasida talaba:

- O'zaro bog'lanishlar haqida biladi va ularning turlarini tavsiflab bera oladi;
- To'g'ri chiziqli regressiya tenglamasini shakllantira oladi;
- Egri chiziqli regressiya tenglamasini anqlay oladi;
- Bir omilli regressiya va ko'p omilli regressiya tenglamasini tuza oladi;
- Korrelyatsion-regression modellardan biznes – jarayonlarining iqtisodiy tahlili va prognozlashda foydalanish yo'llarini biladi.

Qo'llaniladigan ta'lim texnologiyalari: dialogik yondashuv, muammoli ta'lim, T-sxemasi, blits-so'rov, munozara, o'z-o'zini nazorat.

Mavzu bo'yicha tavsiya etilgan adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha harakatlar strategiyasi to'g'risida» gi №PF-4947 sonli Farmoni. //Xalq so'zi. 2017 yil 8 fevral.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "2017-2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlanishining beshta ustuvor yo'nalishlari bo'yicha Harakatlar strategiyasini kelgusida amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida" gi 2017 yil 15 avgustdagi №3-5024 sonli Qarori.
3. Sh. M.Mirziyoyev. Tanqidiy tahlil, qat'iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik - har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo'lishi kerak . Tashkent : O'zbekiston, 2017 y.,104 b.
4. Hammer, Michael & Champy, James. Reengineering the Corporation: A Manifesto For Business Revolution. –N-Y.: Harper-Collins, 2007. –580 p.
5. Шерп А.В. Моделирование бизнес-процессов. Учебник. –М.: ЮНИТИ, 2010. – 420 с.
6. Печерских И. А., Семенов А. Г. МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ В ЭКОНОМИКЕ. Учебное пособие. – Кемерово, 2011. – 191 стр.
7. Ҳабибуллаев И. Иқтисодий математик усуллар ва моделлар. Ўқув қўлланма. – Т.: «Tafakkur-bo'stoni», 2012. 112 бет.
8. Shodiev T. va boshqalar. Biznes-jarayonlarini modellashtirish. –Т.: TDIU, 2007. -170 b.
9. Харрингтон Дж., Эсселинг К.С., Нимвеген Х.В. Оптимизация бизнес-процессов. Учебник. –М.: Азбука, 2007. – 570 с.
10. www.webofscience.com - Xalqaro ilmiy maqolalar platformasi

11-MAVZU. KORPORATIV BOSHQARUVNING – BOSHQARUV QARORLARINI OPTIMALLASH VA MODELLASHTIRISH

Reja:

- 1. Korporativ tuzilmalar faoliyatini rejalashtirish va rejalashtirishning asosiy elementlari**
- 2. Korporativ tuzilmalar faoliyatini rejalashtirishning asosiy elementlari**
- 3. Rejalashtirish bosqichlari va uning turlari**
- 4. Biznes-rejaning mohiyati, mazmuni hamda uni ishlab chiqish**
- 5. Biznes-rejani tayyorlash**
- 6. Biznes-rejadan foydalanish tamoyillari**

Mashg'ulot maqsadi: Korporativ boshqaruvning – boshqaruv qarorlarini optimallashtirish va modellashtirish bo'yicha umumiy tasavvurlarni shakllantirish.

Mavzuni o'rganish natijasida talaba:

- Korporativ tuzilmalar faoliyatini rejalashtirish va rejalashtirishning asosiy elementlarini bayon eta oladi;

- Rejalashtirish bosqichlari va uning turlari tavsif eta oladi;
- Biznes – rejaning mohiyati, mazmuni, uni ishlab chiqarish, undan foydalanish bo'yicha aniq qarashlarga ega bo'ladi.

Qo'llaniladigan ta'lim texnologiyalari: dialogik yondashuv, muammoli ta'lim, T-sxemasi, blits-so'rov, munozara, o'z-o'zini nazorat.

Mavzu bo'yicha tavsiya etilgan adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha harakatlar strategiyasi to'g'risida» gi №PF-4947 sonli Farmoni. //Xalq so'zi. 2017 yil 8 fevral.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "2017-2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlanishining beshta ustuvor yo'nalishlari bo'yicha Harakatlar strategiyasini kelgusida amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida" gi 2017 yil 15 avgustdagi №3-5024 sonli Qarori.
3. Sh. M.Mirziyoyev. Tanqidiy tahlil, qat'iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik - har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo'lishi kerak . Tashkent : O'zbekiston, 2017 y.,104 b.
4. Bob Tricker, Oxford. Corporate governance: Principles, Policies, and Practices. 3th edition. UK, 2014.
5. Шеер А.В. Моделирование бизнес-процессов. Учебник. –М.: ЮНИТИ, 2010. – 420 с.
6. Печерских И. А., Семенов А. Г. МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ В ЭКОНОМИКЕ. Учебное пособие. – Кемерово, 2011. – 191 стр.
7. Ҳабибуллаев И. Иқтисодий математик усуллар ва моделлар. Ўқув қўлланма. – Т.: «Tafakkur-bo'stoni», 2012. 112 бет.
8. Shodiev T. va boshqalar. Biznes-jarayonlarini modellashtirish. –Т.: TDIU, 2007. -170 b.
9. Харрингтон Дж., Эсселинг К.С., Нимвеген Х.В. Оптимизация бизнес-процессов. Учебник. –М.: Азбука, 2007. – 570 с.
10. www.webofscience.com - Xalqaro ilmiy maqolalar platformasi

12-MAVZU. KORPORATIV TUZILMALAR BIZNES-JARAYONLARINING AXBOROT TA'MINOTI

Reja:

1. Korporativ tuzilmalarda biznes-jarayonlarida axborotning ahamiyati
2. Korporativ tuzilmalarda biznes-jarayonlarida axborot turlari
3. Korporativ boshqaruv tizimining axborot tizimi
4. Biznes tadqiqotlar tizimining tarkibi
5. Korporativ boshqaruv axborot bilan ta'minlashni tashkil etish
6. Axborot bilan ta'minlashni tashkil etishning uziga xosligi

Mashg'ulot maqsadi: Korporativ tuzilmalarda biznes – jarayonlarida axborot ta'minoti va uning ahamiyati bo'yicha tasavvur shakllantirish.

Mavzuni o'rganish natijasida talaba:

- Korporativ tuzilmalarda biznes – jarayonlarida axborotning ahamiyati va axborot turlarini tavsif eta oladi;
- Korporativ boshqaruv axborot tizimi bayon eta oladi;
- Korporativ boshqaruv axborot bilan ta'minlashni tashkil etish jarayonini tasvirlay oladi.

Qo'llaniladigan ta'lim texnologiyalari: dialogik yondashuv, muammoli ta'lim, T-sxemasi, blits-so'rov, "Klaster", munozara, o'z-o'zini nazorat.

Mavzu bo'yicha tavsiya etilgan adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha harakatlar strategiyasi to'g'risida» gi №PF-4947 sonli Farmoni. //Xalq so'zi. 2017 yil 8 fevral.

2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "2017-2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlanishining beshta ustuvor yo'nalishlari bo'yicha Harakatlar strategiyasini kelgusida amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida" gi 2017 yil 15 avgustdagi №3-5024 sonli Qarori.

3. Sh. M.Mirziyoyev. Tanqidiy tahlil, qat'iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik - har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo'lishi kerak . Tashkent : O'zbekiston, 2017 y.,104 b.

4. Bob Tricker, Oxford. Corporate governance: Principles, Policies, and Practices. 3th edition. UK, 2014.

5. Ходиев Б.Ю., Беркинов Б.Б. "Корпоратив бошқарув ва рақобатни ривожлантириш" Ўқув қўлланма. -Т.: 2011 й.

6. Зайнутдинов Ш.Н. Корпоратив бошқарув асослари. Ўқув қўлланма. - Т.: Ўзбекистон, 2008. – 260 б.

7. Печерских И. А., Семенов А. Г. МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ В ЭКОНОМИКЕ. Учебное пособие. – Кемерово, 2011. – 191 стр.

8. Ҳабибуллаев И. Иқтисодий математик усуллар ва моделлар. Ўқув қўлланма. – Т.: «Tafakkur-bo'stoni», 2012. 112 бет.

9. Shodiev T. va boshqalar. Biznes-jarayonlarini modellashtirish. –Т.: TDIU, 2007. -170 b.

10. www.webofscience.com - Xalqaro ilmiy maqolalar platformasi

**MAVZULAR BO‘YICHA MATN
ANNOTATSIYASI VA OXIRGI YANGILIKLAR**

1-MAVZU. KORPORATIV BOSHQARUV JARAYONLARINI IQTISODIY MATEMATIK MODELLASHTIRISH FANIGA KIRISH

Reja:

- 1. Fanning predmeti, vazifasi va o'rganish usullari**
- 2. Fan bo'yicha adabiyotlar tahlili**
- 3. Fanning bosha fanlar bilan aloqasi**

1. Fanning predmeti, vazifasi va o'rganish usullari

“Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirish” fani korporativ tuzilmalarda asosiy va yordamchi biznes-jarayonlarini tahlil qilish, inqirozli va rivojlantiruvchi reinjiniring o'tkazish, biznesning yangi modelini yaratishda iqtisodiy-matematik va ekonometrik usullar va modellar hamda zamonaviy kompyuter texnologiyalarini qo'llashni o'rganadi.

“Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirish” fani noaniqlik va tavakkalchilik sharoitida korporativ tuzilmalarda biznes-jarayonlarini iqtisodiy-matematik, ekonometrik va boshqa zamonaviy usullar yordamida tahlil qilish, ushbu jarayonlarni kompyuter texnologiyalari asosida turli xil modellarini yaratish, yaratilgan modellar asosida rivojlanish strategiyalarini belgilab olish hamda barqaror faoliyat olib borish uchun biznes subyektlariga optimal qaror qabul qilishning asosiy yo'nalishlari, shakllari va usullarini o'rganadi.

Fanning predmeti bo'lib, korporativ tuzilmalarda biznes-jarayonlari, biznes modeli va ularni yaxshilash masalalarini o'rganish hisoblanadi.

Fanni o'qitishdan maqsad – noaniqlik va tavakkalchilik sharoitida korporativ tuzilmalar tomonidan qo'yilgan maqsadga erishishda biznes-jarayonlari sohasida matematik modellashtirish bo'yicha nazariy va amaliy professional bilimlarini shakllantirishdan iborat.

Fanni o'qitishning asosiy vazifasi bo'lib, korporativ boshqaruv jarayonlarining iqtisodiy mohiyatini ochib berish, korporativ boshqaruv jarayonlarini amalga oshirish mexanizmini tushuntirib berish, korporativ boshqaruv jarayonlarini modellashtirishda iqtisodiy-matematik, ekonometrik va boshqa zamonaviy usullar va modellar hamda axborot texnologiyalaridan samarali foydalanishni, samarali qaror qabul qilish usullarini o'rgatishdan iborat.

3. Fan bo'yicha adabiyotlar tahlili

"Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirish" fani bo'yicha AQSH, Yevropa va Rossiyada bir qator adabiyotlar nashr qilingan. Jumladan, Bob Tricker², Hammer M., Champy J³, Jacobson I., Ericsson M., Jacobson A⁴, Willoch B.E.⁵, Davenport T.H.⁶, Harrington J.⁷

² Bob Tricker, Corporate governance: Principles, Policies, and Practices. 3th edition. UK, 2014.

³ Hammer M., Champy J. *Reengineering the Corporation: A Manifesto for Business Revolution*. -N-Y: Harper-Collins, 1997.

⁴ Jacobson I., Ericsson M., Jacobson A. *The Object Advantage. Business-Process Reengineering with Object technology*. ASM Press. -Addison-Wesley Publishing. -N-Y: 2005.

⁵ Willoch B.E. *Business-Process Engineering*. -Norway, Fagbogforlaget, 2004.

Bulardan Bob Trickerning *Corporate governance: Principles, Policies, and Practices* asarida korporativ boshqaruv jarayonlari, ularning xususiyatlari va ta'sir omillari bo'yicha yo'nalishlar keltirilgan. "Hammer M., Champy J. *Reengineering the Corporation: A Manifesto for Business Revolution.*" va "Harrington J. *Business-Process Improvement.*" adabiyotlarida biznes-jarayonlarining asosiy tushunchalari, korporatsiyalarda mavjud boshqaruv tizimidan jarayonli boshqaruv tizimining ustun tomonlari, biznes-jarayonlarining tasnifi, injiniring, reinjiniring tushunchalarining ma'nosi va qaysi paytda korporatsiyalarning biznes-jarayonlarini bo'yicha reinjiniring o'tkazish tamoyillari yoritib o'tilgan va ular qolgan mualliflar uchun dastlabki manba hisoblanadi.

Davenport T.H.⁸, Willoch B.E.⁹, Jacobson I., Ericsson M., Jacobson A.¹⁰ asarlarida AQSH va Yevropa mamlakatlari korporatsiyalarida Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirishda axborot texnologiyalarini qo'llash masalalari keng yoritib o'tilgan. Ushbu adabiyotlarda AQSH va Yevropadagi korporatsiyalarni boshqarish va Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirishda qo'llaniladigan *BPwin*, *Workflow Analyzer*, *ReThink*, *All Fusion Modeler*, *ARIS*, *G2*, *Process Modeler*, *Workflow BPR* kompyuter tizimlari hamda ularda ishlash bo'yicha tavsiyalar keltirib o'tilgan.

Ushbu adabiyotlardan tashqari Rossiyada Ойхман Е.Г., Попов Э.В.¹¹, Карминский А.М., Нестеров П.В.¹², Маклакова С.В.¹³, Оболенский Н.¹⁴, Тельнов Ю.Ф.¹⁵, Щенников С.Ю.¹⁶ va biznes-jarayonlarini modellashtirish, jarayonli boshqaruv, reinjiniring masalalariga bag'ishlangan ko'plab ilmiy adabiyotlar nashr etilmoqda.

Biznes-jarayonlari, injiniring, reinjiniring tushunchalari, ularning tasnifi; reinjiniringning kompaniyaga ta'siri, kompaniyaning biznes-modelini tuzish, biznes-jarayonlari reinjiniringini asosiy bosqichlari; kompaniyadagi joriy biznes va yangi biznes modellari, biznes-jarayonlarini qo'llab-quvvatlovchi axborot

⁶ Davenport T.H. *Business Innovation, Reengineering Work through Information Technology.* - Boston: Harvard Business School Press, 2003.

⁷ Harrington J. *Business-Process Improvement.* N-Y: McGraw-Hill, 2001.

⁸ Davenport T.H. *Business Innovation, Reengineering Work through Information Technology.* - Boston: Harvard Business School Press, 2003.

⁹ Willoch B.E. *Business-Process Engineering.* -Norway, Fagbogforlaget, 2004.

¹⁰ Jacobson I., Ericsson M., Jacobson A. *The Object Advantage. Business-Process Reengineering with Object technology.* ASM Press. -Addison-Wesley Publishing, N-Y: 2005.

¹¹ Ойхман Е.Г., Попов Э.В. *Реинжиниринг бизнеса.* -М.: Финансы и статистика, 1997.

¹² Карминский А.М., Нестеров П.В., *Информатизация бизнеса.* - М.: Финансы и статистика, 2004.

¹³ Маклакова С.В. *Моделирование бизнес-процессов с All fusion Process Modeler.* -М.: Диалог-МИФИ, 2004.

¹⁴ Оболенский Н. *Практический реинжиниринг бизнеса. Инструменты и методы для эффективного изменения.* -М.: Лори, 2004.

¹⁵ Тельнов Ю.Ф. *Реинжиниринг бизнес-процессов. Компонентная методология.* -М.: Финансы и статистика, 2004.

¹⁶ Щенников С.Ю. *Реинжиниринг бизнес-процессов. Экспертное моделирование, управление, планирование и оценка.* -М.: Ось-98, 2004.

tizimini yaratishi uslubiyatlari Ойхман Е.Г., Попов Э.В. *Реинжиниринг бизнеса.*, Оболенский Н. *Практический реинжиниринг бизнеса. Инструменты и методы для эффективного изменения.* qo'llanmalarida yoritib o'tilgan.

Korxonalarda jarayonli boshqaruv konsepsiyasi va axborot tizimlari asosida iqtisodiy-tashkiliy bo'linmalarni tizimli tahlil va sintez qilish bo'yicha nazariy masalalar batafsil yoritib o'tilgan. Ushbu qo'llanmada Rossiyadagi korxonalarni sifat jihatdan qayta qurish, ularning imitatsion modellarini yaratish, biznes-jarayonlarini reinjiningini o'tkazish texnologiyasi, biznes-jarayonlarini tashkil etishda qiymatli tahlil masalalari har tomonlama misollar yordamida keltirib o'tilgan.

Korxonalarda Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirish orqali rejalashtirish, biznes-ko'rsatkichlari va ularning o'zaro bog'liqligi, rejalashtirish uchun ekspert modellashtirish texnologiyasi, ekspert modellashtirish uchun vositalar, ko'p agentli rejalashtirish masalalari Щенников С.Ю. *Реинжиниринг бизнес-процессов. Экспертное моделирование, управление, планирование и оценка.* nomli qo'llanmasida keltirib o'tilgan. Qo'llanmada biznesni rejalashtirish va masalalarni yechishni avtomatlashtirishga ekspert modellashtirish uslubi keng yoritib o'tilgan. Ekspert modellashtirishning mohiyati – korxona eksperti tomonidan korxona uchun adekvat (mos keluvchi) faoliyat modelini yaratishdan iborat. Ekspert ushbu modelni korxona faoliyatini tahlil qilish uchun, biror-bir rejalashtirilayotgan ko'rsatkichni o'zgartirganda, modelning bu o'zgarishlarga ta'sirini tekshirish uchun zarur deb hisoblaydi. Qo'llanmada ekspert modellashtirishning umumiy tamoyillari, ekspert modellarni tuzish usullari hamda korxonalar bo'yicha turli xil misollar berilgan.

Biznes-jarayonlarida axborot texnologiyalarini qo'llash masalalariga Маклакова С.В. *Моделирование бизнес-процессов с All fusion Process Modeler.* qo'llanmasi bag'ishlangan. Ushbu qo'llanmada biznes-jarayonlarining tasnifi asosida har bir jarayonning alohida modelini olish, biznes-jarayonining "kirish" va "chiqish" kanallari, umumlashtirilgan biznes-jarayonini modellashtirish masalalari keng yoritib o'tilgan. Ushbu qo'llanma asosan tajribali dasturchi va menejerlarga bag'ishlab yozilgan. Bundan tashqari ushbu qo'llanmaning boshqa qo'llanmalardan afzal tomoni shundan iboratki, unda *All fusion Process Modeler* tizimida ishlash bo'yicha ko'plab tavsiyalar berib o'tilgan. Har bir biznes-jarayonining modeli diagrammalar, jadvallar, grafiklar va tarmoqli modellar yordamida ko'rgazmali holda keltirilgan.

Харрингтон Дж., Эсселинг К.С., Нимвеген Х.В. *Оптимизация бизнес-процессов. Документирование, анализ, управление, оптимизация* deb nomlangan o'quv qo'llanmasida biznes-jarayonlarida zarur bo'lgan hujjatlarni tayyorlash, ularning har bir jarayonda qanday harakatlanish yo'nalishlari, biznes-jarayonlarini optimallashtirish hamda boshqarish masalalari keltirib o'tilgan.

Bundan tashqari Internet tarmog'ida Rossiyaning "Intalev"¹, Ukrainaning "Management"² kompaniyalarining web-saytlarida Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirish bo'yicha ko'plab zamonaviy maqolalar mavjud.

3. Fanning boshqa fanlar bilan aloqasi

"Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirish" – iqtisodiyotning barcha tarmoqlarida faoliyat olib borayotgan korporativ tuzilmalar mahsulot (xizmat) ishlab chiqarishning "hayot sikli" dagi barcha jarayonlarni mantiqiy ketma-ketlikda modellashtirish jihatlarini o'rganuvchi fandir.

Bozor munosabatlari murakkab jarayon bo'lib, unga tavakkalchilik va noaniqlik elementlari xosdir. Shuning uchun ham ushbu omillarni hisobga olib korxonalar va firmalarda har bir ishlab chiqarish "zanjiri" ni to'g'ri tashkil etish, korxoning pirovard natijalariga erishishida yordam beradi. Shu munosabat bilan zamonaviy korxonalarda moliyaviy-xo'jalik faoliyatini modellashtirishning matematik va instrumental usullarini qo'llab, ilmiy asoslangan qayta tashkil etish uslubiyatini yaratishning ahamiyati ortib bormoqda.

Iqtisodiyotning bozor munosabatlariga o'tishi bilan jamiyatda bozor iqtisodiyotining amal qilish mexanizmini, turli mulkchilikka asoslangan korxonalarning (firmalarning) xo'jalik yuritish faoliyatini, ularning bozor sharoitidagi harakatini, chegaralangan ishlab chiqarish resurslaridan oqilona foydalanish yo'llarini va shu asosda ularning samarali faoliyat yuritishlarini iqtisodiy-matematik usullar va modellar yordamida o'rgatuvchi bilimga bo'lgan ehtiyoj ortib boradi. Bu masalalarni hal qilishda "Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirish" fanining ahamiyati katta, chunki bu fan iqtisodiyot fanining tarkibiy qismi bo'lib, u korporativ tuzilmalar, birlashmalar va bozor iqtisodiyoti sharoitida respublikamiz iqtisodiyotining quyi bo'g'inida faoliyat ko'rsatayotgan barcha bozor subyektlarining biznes-jarayonlarini keng miqyosda tahlil etish va matematik modellarini tuzish asosida tegishli xulosalar chiqarib, optimal qarorlar qabul qilish imkonini yaratadi.

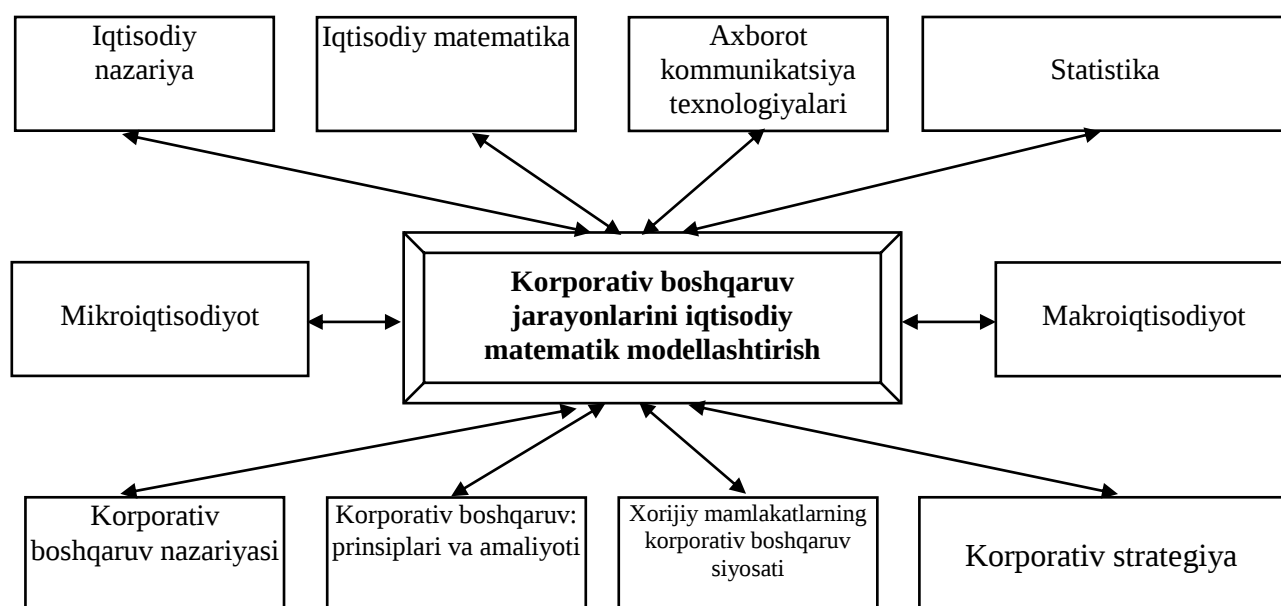
Korporativ tuzilmalarda biznes-jarayonlarini tahlil etish va modellashtirishda ular faoliyatiga bevosita ta'sir etuvchi talab va taklif, ishlab chiqaruvchilarning bozordagi narxlariga munosabati, raqobat shakllari, ishlab chiqarish omillari va ulardan oqilona foydalanish yo'llari, iqtisodiy-matematik va iqtisodiy-statistik usullardan keng foydalaniladi. Aniq Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirishda zamonaviy axborot texnologiyalaridan, jumladan, firmalarda chegaralangan resurslardan optimal foydalanish, assortiment masalalarini yechishda PER, EXCEL dasturlaridan; korporativ tuzilmalarning asosiy ko'rsatkichlarni tahlil qilish va ularni istiqbolga

¹ www.intalev.ru/b_p/publication/

² www.management.ua/business_process/

prognozlashda maxsus TSP, EXCEL, STATA, EVEIWS dasturlaridan samarali foydalaniladi.

"Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellash" fani bir qator fanlar bilan aloqada bo'ladi.



1-rasm. Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellash fanining boshqa fanlar bilan aloqasi¹⁷

"Iqtisodiy nazariya" fani bilan korxona va tashkilotlardagi ishlab chiqarish munosabatlari, xodimlarga ish haqi to'lash tizimi, mehnat munosabatlari, asosiy fondlardan foydalanish va boshqalar bilan aloqada bo'ladi.

"Korporativ boshqaruv nazariyasi" fani bilan korporativ tuzilmalardagi ishlab chiqarish munosabatlari, boshqaruv xodimlarga ish haqi to'lash tizimi, mafaatdor guruxlar o'rtasidagi mehnat munosabatlari va boshqalar bilan aloqada bo'ladi.

"Iqtisodiy matematika" fani bilan korxona va tashkilotlardagi ijtimoiy va ishlab chiqarish munosabatlarida vujudga keladigan holatlarni hisoblash, qonuniyatlarni aniqlash kabi masalalarni hal qilishda o'zaro aloqador bo'ladi.

"Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari" fani bilan korxona va tashkilotlardagi barcha jarayonlarni avtomatlashtirishda vujudga keladigan munosabatlarni shakllantirish, dasturiy ta'minotni tanlash, kirish va chiqish hujjatlarini qayta ishlash, ma'lumotlar bazasini shakllantirish, ichki va tashqi axborot almashinuvini yo'lga qo'yishda aloqador bo'ladi.

"Korporativ boshqaruv: prinsiplari va amaliyoti" fani bilan korporativ tuzilmalardagi quyi va yuqori darajadagi boshqaruv jarayonlarini amalga oshirish, har bir bo'linmaning faoliyatini mos keluvchi usullar yordamida boshqarish, funksional va jarayonli boshqaruvni amalga oshirish va boshqalarda aloqada bo'ladi.

¹⁷ O'rmonov N., Quvnoqov H., Urinov B. "Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellash" fanidan O'quv uslubiy majmua. –T.: Iqtisodiyot, 2018. – 223 bet.

"Mikroiqtisodiyot" fani bilan korxona va tashkilotlardagi ishlab chiqarish, xarajatlar, biznes-rejani bajarish, resurslardan samarali foydalanish, raqobatbardoshlikni oshirish kabi masalalarda aloqador bo'ladi.

"Makroiqtisodiyot" fani bilan korxona va tashkilotlarning davlat siyosatini amalga oshirish, turli davlat tashkilotlari, ya'ni banklar, soliq idoralari, ish bilan bandlikni ta'minlovchi tashkilotlar bilan aloqalarini o'rganadi.

2-MAVZU. KORPORATIV TUZILMALARNING BIZNES-JARAYONLARINING ASOSIY TUSHUNCHALARI

Reja:

- 1. Korporativ tuzilmalarning biznes-jarayonlari**
- 2. Korporativ tuzilmalarning biznes-jarayonlari to'g'risida asosiy tushunchalar**
- 2. Korporativ tuzilmalarning biznes-jarayonlarining tasnifi**
- 3. Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirish uslubiyati**

1. Korporativ tuzilmalarning biznes-jarayonlari

O'zbekistonda amalga oshirilayotgan tub iqtisodiy islohotlar korxonalardan sifatli, raqobatbardosh, iste'molchilarning talablariga javob beruvchi mahsulotlar ishlab chiqishning ustuvor tamoyillariga asoslanadi.

Bozor munosabatlari sharoitida iqtisodiyotda faoliyat olib boruvchi har bir subyekt o'zining samarali ishlashini ta'minlashi lozim. Chunki, bozor iqtisodiyotiga xos bo'lgan tavakkalchilik va noaniqlik elementlari ta'sirida bo'lgan iqtisodiy subyektlar bozorining talabalariga to'liq javob berishlari kerak. Raqobat sharoitlariga barcha ishlab chiqarish subyektlari javob bera olmaydilar, javob bera oladiganlari esa, korxonalarining ichki muhitini tashqi, ya'ni bozor muhitiga moslashtirib olib boradilar.

Xo'sh, bugungi kunda korporativ tuzilamalarning raqobat sharoitida samarali faoliyat olib borishlarini ta'minlaydigan sharoitlar, usullari va vositalar nimalardan iborat? Ushbu savolga javob sifatida AQSH, Yevropa davlatlari va Rossiyada rivojlanib borayotgan, korporativ tuzilamlarning biznes-jarayonlarini to'g'ri yo'lga qo'yish hisoblanadi.

Korporativ tuzilmalarning biznes-jarayonlari tushunchasi nima? Rivojlangan davlatlardagi korporatsiyalar va kompaniyalar nima sababdan an'anaviy boshqarish usullaridan voz kechib, boshqarishning yangi – jarayonli boshqarish usullarini qabul qildilar? Bunga asosiy sabablar quyidagilardir: jahonda globallashtirish va integratsiya jarayonlarining tezlashuvi, xalqaro raqobatning keskinlashuvi, texnologiyalarning tezlik bilan o'zgarib borishi, bozor va iste'molchilar tomonidan korporatsiyalar va kompaniyalar ishlab chiqarayotgan mahsulot (xizmat) ga talablarning o'zgarishidir.

1990 yillardan boshlab, boshqarish tizimlarida jarayonli tashkil etish masalalarini o'rganuvchi va ularni tuzish bo'yicha yechimlar beruvchi biznes-

jarayonlari reinjiningi uslubiy yo‘nalish hisoblanadi (Biznes-jarayonlari reinjiningi – *Business Process Reengineering BPR*). Biznes-jarayonlari reinjiningi tushunchasi birinchi marotaba M.Xammer va J.Champi tomonidan foydalanilgan. Ularning fikricha, korxonalarda yangi biznes-jarayonlarini “toza varaqdan” boshlash lozim, ya’ni mavjud funksional boshqaruv tizimidan voz kechib, jarayonli boshqaruvga o‘tish lozim.

Korxonalarda biznes-jarayonlari reinjiningi o‘tkazishga ikkinchi yondoshuv T.Deyvenport tomonidan amalga oshirilgan. Uning fikricha, yangi biznes-jarayonini loyihalashga kirishishdan avval, mavjud biznes-jarayonini o‘rganish va uni aniq tasavvur etish kerak.

Reinjining konsepsiyasi manbalari XIX asrda ishlab chiqilgan boshqarish nazariyasiga borib taqaladi. XIX asrning 80-yillarida Teylor menejerlarga tashkilot faoliyati jarayonlarini eng yaxshi ishlab chiqish yoki unumdorlikni optimallashtirishda bunday jarayonlarni qayta qurish uchun jarayonli reinjining usullaridan foydalanishni taklif etgan.

XX asr boshlarida Fayol reinjining konsepsiyasini ishlab chiqdi. Unga asosan – qo‘yilgan vazifalarga mos ravishda barcha foydalanilishi mumkin bo‘lgan resurslardan optimal naflik olish yo‘li bilan o‘z faoliyatini amalga oshirish zarur.

Biznes-jarayonlari reinjiningining zamonaviy konsepsiyasi biznesni transformatsiyasi va qaytadan o‘ylab ko‘rishini, uning funksional qismlari faoliyatini chambarchas tashkil etish va tez moslashuvchanligini oshirishni talab qiladi.

Ilmiy adabiyotlarda biznes-jarayonlari reinjiningining asosiy kategoriyasi – “biznes-jarayonlari” tushunchasining ko‘plab ta’riflari va izohlari mavjud. Asosiy ta’riflardan ba’zilarini keltirib o‘tamiz.

Biznes-jarayoni – bu:

1. Iste’molchi uchun naflik kasb etuvchi, “kirishda” bir yoki bir necha resurslardan foydalanib, ushbu faoliyat natijasida “chiqishda” mahsulotlar (xizmatlar) yaratiladigan turli xil faoliyatlar to‘plamidir.

2. Biznes – faoliyatning aniq natijasi uchun bajariladigan mantiqiy o‘zaro bog‘liq harakatlar to‘plamidir¹.

3. Aniq iste’molchi yoki bozor uchun, o‘ziga xos mahsulot (xizmat) ishlab chiqarishni loyihalashtirib, tartiblangan hamda tugallangan harakatlar to‘plamidir².

4. Kirish va chiqish nuqtalari, interfeyslar va tashkiliy qurilmalar orqali aniqlanadigan, ishlab chiqarilgan tovar xizmatining qiymatini o‘sishini ta’minlovchi, tovar/xizmat iste’molchisining qurilmasini qisman ishga tushiruvchi mohiyatdir.

¹ Davenport T.H. *Business Innovation, Reengineering Work through Information Technology*. - Boston: Harvard Business School Press, 2003. p. 7.

² Davenport T.H. *The new Industrial Reengineering: Information Technology and Business-process Redesign*. –Sloan Management Review, 2000, p.p. 10-11.

5. Mijozga zarur bo'lgan va qiymati, uzoq muddat xizmat qilishi, servis hamda sifati bilan uning ehtiyojlarini qondiruvchi, bir yoki bir necha kirishlardan boshlanib va mahsulot yaratish bilan tugallanuvchi faoliyatning ko'plab ichki qadamlari (turlari). Yoki – tizimda qanday qilib mijoz biznesni boshlashi, olib borishi va yakunlashini ifodalovchi hodisalarning to'liq oqimlaridir.

6. Yaqin kelajakda buyurtmachi uchun foydali bo'lgan mahsulot yoki xizmatni yaratish uchun korxona resurslaridan foydalanuvchi mantiqiy o'zaro bog'liq harakatlar majmuasidir³.

7. Tashkilotlarning ishida istalgan faoliyat turlaridir⁴.

8. O'ziga xos natija keltiruvchi, funksional operatsiyalarni bajarishning tizimli ketma-ketligidir.

9. Kirish elementlarini chiqish elementlariga aylantiruvchi, o'zaro bog'liq resurslar va faoliyatlar to'plamidir.

10. Kirishlarni chiqishlarga aylantiruvchi o'zaro bog'liq faoliyatlar turlarining ketma-ketligidir.

Biznes jarayonlari reinjiningiga bag'ishlangan ilmiy ishlarda mualliflar "biznes-jarayoni" tushunchasini turli yondashuvlar asosida ta'riflashadi. Qo'yilgan masalaga qarab, mualliflar "biznes-jarayonlari" ning bir yoki bir necha xususiyatlariga urg'u berishadi. Masalan, biznes-jarayonlari – maqsadli tashkiliy faoliyat (harakatlar) sifatida; jarayonning asosiy maqsadlaridan biri – mahsulot (xizmatlar/tovar) olish; biznes-jarayonlari – tizim sifatida; biznes-jarayonlari – qo'shimcha qiymat olish mexanizmi va hokazo. Ammo keltirilgan barcha ta'riflarda biznes-jarayonlarining asosiy xususiyatlari to'liq yoritib o'tilmagan.

2. Korporativ tuzilmalarning biznes-jarayonlari to'g'risida asosiy tushunchalar

Korporativ tuzilmalarning "biznes-jarayonlari" tushunchasiga oydinlik kiritish uchun, unda foydalaniladigan ayrim tushunchalarni ko'rib chiqamiz.

Biznes injiniringi – kompaniya tomonidan o'z maqsadlariga mos ravishda, biznesni loyihalashtirishda qo'llaniladigan usullar va yondashuvlar to'plamidir.

Reinjining – bu korxona faoliyatini yaxshilash uchun keskin, sakrash yo'li bilan ishbilarmon jarayonlarni qayta qurish, yoki qayta loyihalashtirishdir.

Axborot texnologiyalari – biznes jarayonlarini amalga oshirishda ma'lumotlarni yig'ish, qayta ishlash, saqlash va uzatishning kompleks vositalari.

Funksiya – bu qisqartirilgan biznes-jarayoni bo'lib, u o'zining yetkazib beruvchi va iste'molchilariga, kirish va chiqishiga ega hamda o'z navbatida keyingi darajadagi funksiyalar bilan tushuntirib berilishi va ifodalanishi mumkin.

³ Зиндер Е.З. *Новое системное проектирование: информационные технологии и бизнес-реинжиниринг*. // СУБД. 2004. №1, 55-67 с.

⁴ Deming W.E. *Quality, productivity and competitive position*. – Cambrage, MA: Massachusetts Institute of Technology. 2002. p. 373.

Jarayon – “kirish”larni “chiqish”larga aylantiruvchi o‘zaro bog‘liq yoki o‘zaro ta’sir qiluvchi faoliyat turlari to‘plami (ISO 9000:2000 termini bo‘yicha).

Jarayonli boshqaruv – korxonada mavjud biznes-jarayonlarni ma’lum ketma-ketlikda amalga oshirish tartibi.

Samaradorlik – bu korxonada biznes-jarayonlarini to‘g‘ri tashkil etish natijasida daromadlarning xarajatlardan yuqori bo‘lish ko‘rsatkichidir.

Biznes modeli – bu korxonaning real mavjud yoki ko‘zda tutilayotgan faoliyatni aks ettiruvchi, biznes-jarayonlarining formallashtirilgan (grafikda, jadvalda, matnda, belgilarda) ifodasidir.

Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirish – korxonaning pirovard maqsadlariga erishish uchun yangi biznes modelini tuzish jarayoni.

Asosiy jarayonlar – qiymat qo‘shadigan jarayonlardir (marketing, yetkazib berish, ishlab chiqarish va mahsulotga servis xizmat ko‘rsatish).

Ta’minlovchi jarayonlar – biznes-jarayonlariga xizmat qilish bo‘yicha, tashkilot ichki masalalarini yechishni pirovard maqsad qilib qo‘ygan jarayondir.

Biznes-tizim – bu pirovard maqsadi mahsulot ishlab chiqarish hisoblangan biznes-jarayonlarining o‘zaro bog‘liq to‘plamidir.

Model – bu korxona faoliyati to‘g‘risida soddalashtirilgan tasavvur bo‘lib, korxonada bo‘lib o‘tadigan barcha jarayonlarning prinsipial xossalarini o‘zida namoyon qiladi.

Jarayonlarni modellashtirish – biznes-jarayonlar tarkibini hujjatlashtirish, tahlil qilish va ishlab chiqarish, jarayonlari bajarish uchun zarur resurslar bilan ta’minlashni o‘zaro bog‘lashdir.

Yuqorida keltirilgan ta’riflar va tushunchalar asosida “Biznes-jarayonlar” atamasiga quyidagicha umumlashtirilgan ta’rif berish mumkin.

Biznes-jarayon – bu operatsiyalar tizimiga kiritilgan operatsiya bo‘lib, uning maqsadi tizimga kiruvchi operatsiyalarga hamda boshqa tizimlarga tovarlar/xizmatlar ishlab chiqarish va yetkazib berish hisoblanadi.

Keltirilgan ta’rif shundan dalolat beradiki, biznes-jarayonlari “operatsiya” tushunchasi xususiyatlariga asosan har doim matematik model – maqsad funksiya va ko‘plab chegaraviy shartlar bilan ifodalanishi mumkin.

Biznes-jarayonlari korxonada bajariladigan har bir jarayonni mantiqiy ketma-ketlikda bajarish sxemasini tashkil etadi. Zamonaviy korxonalarda biznesni rivojlantirish hamda raqobatga bardosh berish uchun turli xil usullar va vositalardan foydalaniladi. Ma’lum vaqt davomida foydalanib kelinayotgan biznes-modellarni o‘zgartirish, muhitga moslashtirish, yangi modelni ishlab chiqish yoki bo‘lmasa, mavjudlarini takomillashtirish talab etiladi.

Tashkilot (korxona)ning biznes-jarayonlarini yaxshilashga o‘z diqqatini jalb qilishga undaydigan asosiy omillar quyidagilar:

- iste’molchilar va davlat tomonidan qo‘yiladigan talablar;
- xarajatlarni yoki siklning muddatini qisqartirish zarurati;
- sifatni boshqarish dasturlarini tadbiq etish;
- ikki yoki undan ortiq tashkilotning birlashishi;
- tashkilot ichidagi ziddiyatlar.

Yaxshilanishi lozim bo'lgan jarayonni tanlash, har bir korxona uchun individual tarzda amalga oshiriladi. Korxona uchun ustuvor muammolarni tanlash, ya'ni biznes-jarayonlaridagi eng zaif sohani belgilashda korxonaning oliy boshqaruv xodimlari bilan birgalikda bo'limlar va xizmatlar rahbarlari o'rtasida intervyu o'tkazish muhim ahamiyatga ega.

Biznes-jarayonlarini quyidagicha takomillashtirish mumkin:

- biznes-jarayonlarini audit tekshiruvidan o'tkazish.
- biznes-jarayonlarini yaxshilashning asosiy tamoyillarini qo'llash;
- ilg'or texnologiyalarni qo'llash;
- "nou-xau" elementlariga ega bo'lgan, faqat aniq, noyob holatlarga qo'llaniladigan innovatsion yechimlar.

Korxonalarda biznes-jarayonlarini takomillashtirishning birinchi yondashuvi – *biznes-jarayonlari reinjiningi* deb ataladi. Uning mohiyati korxona faoliyatida "kuchli" inqilobiy o'zgarishlarni o'tkazish texnologiyalari hisoblanadi. Ushbu yondashuvning asoschilari bo'lgan M.Xammer va J.Champi fikricha, "bizning davrimizda biznes-jarayonlarini" keskin o'zgartirish, eng samarali usul bo'lib, kompaniyalarning o'z raqobatbardoshliklarini oshirishga imkon beradi".

Boshqa mutaxassislarining fikricha, kompaniyalarning raqobatbardoshligini uncha katta bo'lmagan, lekin biznes-jarayonlarini doimiy yaxshilab turish maqsadga muvofiq deb hisoblaydilar. Ular sifatni boshqarishning umumiy konsepsiyasi – *TQM (Total Quality Management)* ni ishlab chiqdilar. Ushbu konsepsiyaning asosida tashkilot faoliyatini evolyutsion takomillashtirish tamoyili yotadi. Ushbu konsepsiya turli maktablar maslahatchilari tomonidan ishlab chiqilgan va amaliyotda qo'llanilayotgan, biznes-jarayonlarini yaxshilashga bo'lgan quyidagi yondashuvlarni birlashtirdi:

- BPI – Business Process Improvement – Biznes-jarayonlarini yaxshilash;
- CPI – Continues Process Improvement – Jarayonlarini doimiy yaxshilash;
- ISO 9000:2000 – ISO 9000:2000 seriyasi standartlari va boshqalar.

Biznes-jarayonlarini yaxshilashga qaratilgan yondashuvlardagi tafovutlar qaramasdan, ular bir-biriga mos va korxona faoliyatini optimallashtirish amaliyotida ham evolyutsion, ham inqilobiy yondashuvlarda foydalaniladi.

2. Korporativ tuzilmalarning biznes-jarayonlarining tasnifi

Biznes-jarayonlari murakkab tarkibga ega bo'lib, qat'iy mantiqan ketma-ketlikni talab qiladi. Korxonalar (firmalar) ning asosiy maqsadi – foyda olish ekanligini hisobga olgan holda biznes-jarayonlarini tasniflash zarur.

Har bir biznes-jarayon⁵:

- o'zining chegaralariga ega;
- pirovard iste'molchisiga ega (boshqa jarayon uchun yoki aniq pirovard iste'molchi);
- o'zining egasiga ega.

⁵ <http://csm.ru/encyclopedia/analysbp/> - Моделирование бизнес-процессов.

Biznes-jarayonlarini chegarasini aniqlashda quyidagi yondashuvlardan foydalaniladi:

1. Korxonaning mavjud tarkibi bo'yicha.
2. Biznes-jarayon natijasi – mahsulot bo'yicha.
3. Qiymatni yaratish zanjiri bo'yicha.

Birinchi yondashuvda yuqori darajadagi tarkibiy bo'limlarning yiriklashtirilgan jarayonlari, keyinchalik esa ushbu jarayonlarning har biri pastroq darajadagi jarayonlar to'plami sifatida ifodalanadi va hokazo.

Ikkinchi yondashuvda, birinchi navbatda korxonada yaratilayotgan mahsulotning butun "hayot sikli" ifodalanadi.

Uchinchi yondashuvda M.Porter tomonidan ifodalangan qiymatlar yaratish zanjiriga asoslanadi. Unda mahsulotning iste'mol qiymatini yaratishni ta'minlovchi asosiy (birlamchi) biznes-jarayonlari va qo'llab-quvvatlovchi (yordamchi) biznes-jarayonlar ajratib olinadi.

Istalgan biznes-jarayonlar kirish, chiqish, boshqarish va resurslarga ega.

- kirish – natija (chiqish) olish uchun biznes-jarayoni tomonidan foydalaniladigan yoki o'zgartiriladigan resurslar (material) yoki axborotlardir;

- boshqarish – biznes-jarayoni amal qiladigan qoidalar, texnologiyalar va standartlardir;

- chiqish – biznes-jarayoni tomonidan ishlab chiqariladigan mahsulot yoki axborotdir;

- resurslar – bu korxonadagi mavjud personal, jihozlar, instrumentlar, materiallar va h.k.

Korporativ tuzilmalarda biznes-jarayonlari tizimi quyidagicha:

- 1) Xo'jalik faoliyati va boshqaruv qarorlari qabul qilishni tahlil qilishning biznes-jarayonlari.

- 2) Marketing va sotish bo'yicha biznes-jarayonlar.

- 3) O'ziga tegishli bo'lgan resurslarni boshqarish bo'yicha biznes-jarayonlar.

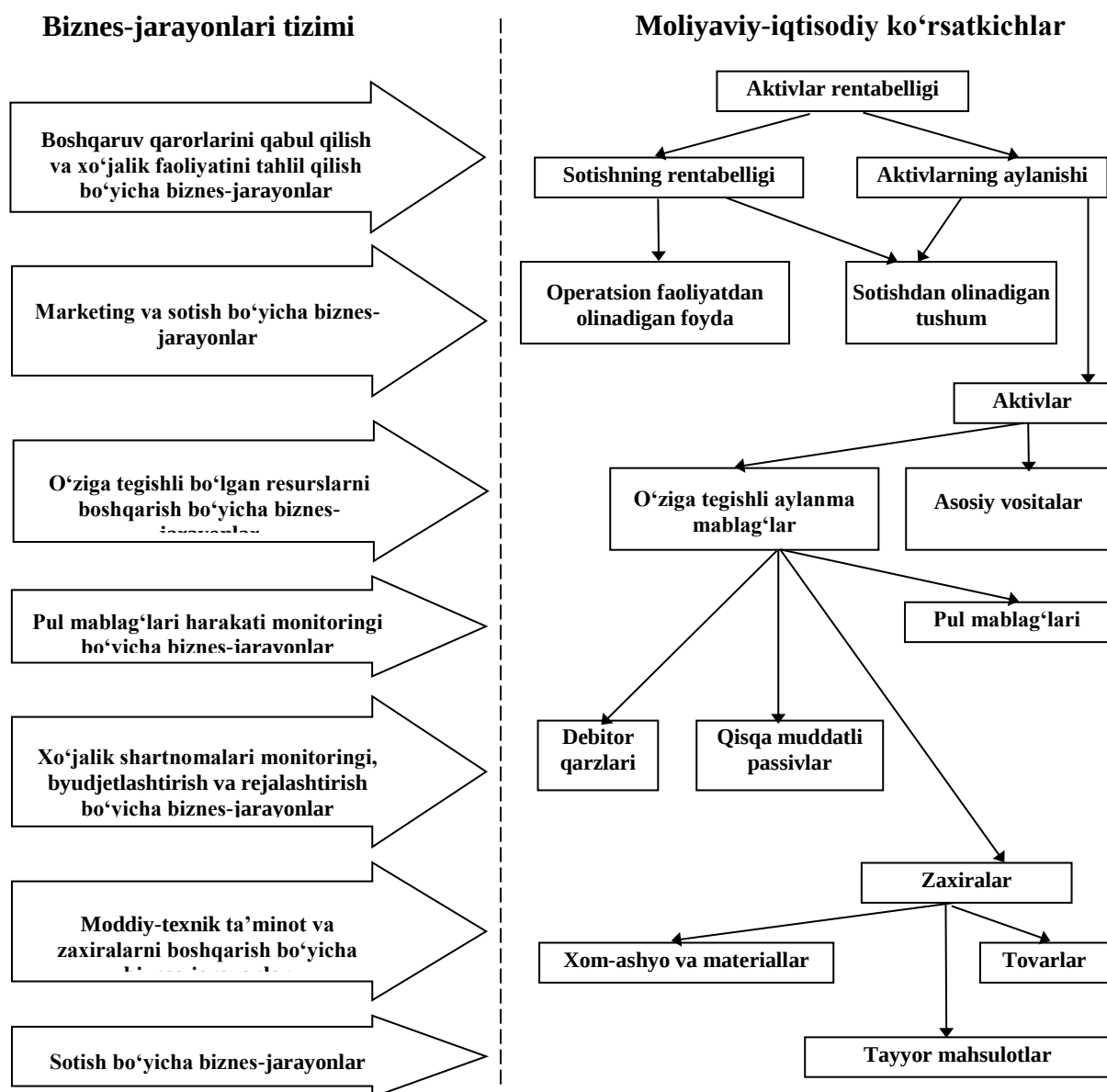
- 4) Pul mablag'lari harakati monitoringi bo'yicha biznes-jarayonlar.

- 5) Xo'jalik shartnomalarini bajarish monitoringi, byudjetlashtirish va rejalashtirish bo'yicha biznes-jarayonlar.

- 6) Moddiy-texnik ta'minot va zaxiralarni boshqarish bo'yicha biznes-jarayonlar.

- 7). Sotish bo'yicha biznes-jarayonlar.

Korporativ tuzilmalardagi biznes-jarayonlari tizimi moliyaviy-iqtisodiy tizim bilan bog'langanligini quyidagi 1-rasmda ko'rish mumkin.



1-rasm. Biznes-jarayonlari va moliyaviy-iqtisodiy ko'rsatkichlar orasidagi bog'liqlik⁶

Ushbu rasm korxonaning moliyaviy-iqtisodiy ko'rsatkichlariga erishish uchun qaysi biznes-jarayonlarini tanlashni aniq belgilab beradi. Ko'rib o'tilgan chizma orqali korxona biznes-jarayonlarining "qanday bo'lishi kerak?" modelini yaratishga olib keladi.

Biznes-jarayonlari quyidagi shartlar bajarilganda tugallangan hisoblanadi:

- ma'lum natijaga erishishga yo'naltirilgan, ijrochilar uchun aniq bo'lgan o'zaro bir-biri bilan bog'liq ishlar to'plami paydo bo'lganda;
- har bir ishning pirovard natijasi va unga erishish usullari tushunarli bo'lganda;
- ishlarni bajarilishining vaqtli xarakteristikali va javobgarligi qat'iy aniqlangan bo'lganda.

⁶ <http://csm.ru/encyclopedia/analysbp/> - Моделирование бизнес-процессов.

3. Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellash tirish uslubiyati

Tashkilot (korxona) lar faoliyatini samarali takshil etishda modellash tirish muhim rol o'ynaydi. Zamonaviy korxonalar faoliyatini modellash tirish quyidagi 3 ta yo'nalishda olib boriladi:

1) Biznes-funksiyalar (avtomatlashtirish sohalari modeli – moliya, buxgalteriya, ishlab chiqarish, omborxona hisobi va h.k).

2) Biznes-jarayonlar (korxonadagi asosiy ishbilarmon va ishlab chiqarish jarayonlari).

3) Tashkiliy tuzilmalar (korxona bo'linmalari tarkibi).

Ushbu yo'nalishlar bir-biri bilan o'zaro bog'liq bo'lib, ularning birgalikdagi harakatlari natijasida korxonaning yalpi samaradorligiga erishish imkonini beradi.

Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellash tirishning muhim jihatlari quyidagilar⁷:

1) Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellash tirishni butun korxonani qay tarzda ishlayotganini, u tashqi tashkilotlar, buyurtmachilar va yetkazib beruvchilar bilan qanday o'zaro aloqadaligi hamda har bir ish joyining faoliyati qanday tashkil etilganligini tahlil qilish imkonini beradi.

2) Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellash tirish – bu korxona rahbariga ishchilarning qanday ishlayotganligini, ular faoliyati pirovard natijaga qanday yo'naltirilganligini ko'rsatuvchi biznes-jarayonlarining ifodasidir.

3) Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellash tirish – bu korxona faoliyatini yaxshilash imkoniyatlarini qidiruvchi samarali vosita.

4) Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellash tirish – bu korxona faoliyatini qayta tashkil etishning turli bosqichlarida vujudga keladigan tavakkalchiliklarini ko'rishga va kamaytirishga imkon beruvchi vosita.

5) Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellash tirish – bu korxonaning faoliyat olib borishi, boshqarish, samaradorlik, faoliyatining pirovard natijalariga va mijozlarning qoniqish darajasi tomonidan qo'yiladigan talablar bo'yicha, korxonaning joriy faoliyatiga baho berishga imkon beruvchi usuldir.

6) Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellash tirish – bu korxonada alohida olingan har bir jarayonga va jami biznes-jarayonlarga qiymatli baho berishga imkon beruvchi usuldir.

7) Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellash tirish – bu korxonada joriy muammolar aniqlash va kelajakdagilarini oldindan ko'rishning ishonchli usulidir.

Zamonaviy korxonalar o'z faoliyatlarini doimiy yaxshilashga majburdirlar. Bu biznesni yuritishning yangi texnologiyalari va usullarini, faoliyatining

⁷ <http://valex.net/articles/process.html> - Методология моделирование бизнес-процессов.

pirovard natijalari sifatini oshirishni hamda koxona faoliyatini tashkil etish va boshqarishning yangi, samaraliroq usullarini qo'llashni talab qiladi.

Buning uchun esa korxona rahbarlari uchun korxona qanday ishlayotgani, tashqi yetkazib beruvchilar va buyurtmachilar qanday o'zaro bog'langanligi, alohida olingan ishchi o'rinlarida faoliyat qanday tashkil etilganligi to'g'risidagi axborot zarur va yetarli hisoblanadi.

Ushbu axborotlar asosida faoliyat olib borayotgan korxona modeli yaratiladi. Model asosida korxona faoliyatini har tomonlama tahlil qilish, "ko'zga ko'rinmaydigan" qirralarini bilib olish mumkin bo'ladi.

Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirish g'oyasi shunday dalolat beradiki, korxona rahbarlari va undagi barcha ishlovchilar o'z faoliyatini, eng muhimi uning pirovard natijalarini aniq ko'rishi kerak.

Korxonalarining Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirish va optimallashtirishga undaydigan asosiy sabablar quyidagilar hisoblanadi: xarajatlarni kamaytirish, ishlab chiqarish siklini qisqartirish, davlat va iste'molchilar tomonidan quyiladigan talablar, sifatni boshqarish dasturlarini tadbiq etish, kompaniyalarining birlashishi, korxona ichidagi ziddiyatlar va boshqalar bo'lishi mumkin.

Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirish – bu korxona faoliyatini optimallashtirishning yo'llarini qidirishning samarali vositasi, korxonani qayta tashkil etishning turli bosqichlarida yuzaga keladigan tavakkalchiliklarni kamaytirishni bashoratlovchi uslub hisoblanadi. Ushbu usul har bir hamda ayrim jarayonga va korxona biznes-jarayonlarining barchasiga birgalikda qiymatli baho berishga imkon beradi. Jarayonlar modelining qiymatli tahlili asosida quyidagi vazifalarni hal etish mumkin:

- mahsulot ishlab chiqarishni haqiqiy qiymatini aniqlash;
- mijozlarni qo'llab-quvvatlashning haqiqiy qiymatini aniqlash;
- birinchi navbatda yaxshilanishi zarur bo'lgan ishlarni aniqlash;
- ushbu ishlarni yaxshilash uchun chora-tadbirlar tuzilishi ishlab chiqish va moliyalashtirish.

Biznes-jarayonlarini modelini yaratish uslubiyati deganda, korxonada bo'ladigan barcha jarayonlarning ketma-ketligini ta'minlaydigan, korxona uchun samarali pirovard maqsadga erishishga olib keluvchi usullar va yondashuvlarining to'plami tushuniladi.

Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirish va sifatni boshqarish uslubiyatlari o'zining rivojlanishi bosqichida bir necha marta o'zgartirilgan va quyidagi ketma-ketlikda amalga oshirilgan. (1-jadval).

1-jadval.

**Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik
modellashtirish va sifatni boshqarish uslubiyatlarining rivojlanish
bosqichlari¹⁸**

¹⁸ O'rmonov N., Quvnoqov H., Urinov B. "Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirish" fanidan O'quv uslubiy majmua. –T.: Iqtisodiyot, 2018. – 223 bet.

Davr	Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellash tirish uslubi yati	Sifatni boshqarish
1940-60 y.y.	Ifodalashning algoritmik tillarini paydo bo'lishi	Milliy dasturlar
1960 y.	SADT - tarkibiy tahlil va loyihalashtirish uslubiyatining paydo bo'lishi	Turli sohalarda, jumladan mahsulot sifatini nazorat qilish sohasida standartlarning rivojlanishi
1970-80 y.y.	IDEF - (IDEF0, IDEF3, IDEF1X) tipidagi uslubiyatlarning paydo bo'lishi	1988 yilda ISO 9000 seriyasini qabul qilinishi
1990 y.	ARIS - (Integrirlashgan axborot tizimlari arxitekturasi), UML (modellash tirishning universal tili) uslubiyatlarining paydo bo'lishi	1994 yilda 9000 seriyadagi MS ISO ni (standartlarda jarayonli yondashuv asoslari kiritilgan) qabul qilinishi.
2000 y.	2000 yilda 9000 seriyali MS ISO ni qabul qilinishi va korxonani boshqarishga jarayonli yondashuvning qo'llanilishi.	

Biznes-model – bu biznes-jarayonlarining oddiylashtirilgan (grafik, jadval, matnli, belgili) ifodasidir. Uning yordamida korxonaning joriy yoki kelgusidan faoliyatini tahlil qilish asosida, samarali biznes qarorlarini qabul qilish mumkin.

Oddiy holda biznes-model yagona diagrammadan tashkil topishi mumkin, lekin bu amaliyotda qo'llanilishi qiyin, chunki qoidaga ko'ra biznes-jarayonlari juda murakkab va serqirradir. Jarayonlarning bunday modeli o'z ichiga quyidagilarni oladi⁸.

- **Taqdimotlar.** Har bir taqdimot biznes-jarayoning aniq qirrasini ifodalaydi.

- **Diagrammalar.** Har bir taqdimot biznes-jarayonini tarkibiy va dinamik qirrasini ifodalovchi turli tipdagi qator diagrammalar tashkil topadi.

- **Obyektlar va jarayonlar.** Obyektlar jarayonlarda foydalaniladigan resurslarni (moliyaviy, moddiy, inson, axborot) ifodalaydi.

Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellash tirish maqsadlari quyidagicha shakllantiriladi:

- Korxona tarkibini tushunishni va unda bo'layotgan jarayonlar dinamikasini ta'minlash;

- Korxonaning joriy muammolarini tushunish va ularni yechish imkoniyatlarini ta'minlash;

- Buyurtmachilar, foydalanuvchilar va mutaxassislarning korxona maqsadi va vazifalarini birdek tushunishga ishonch hosil qilish;

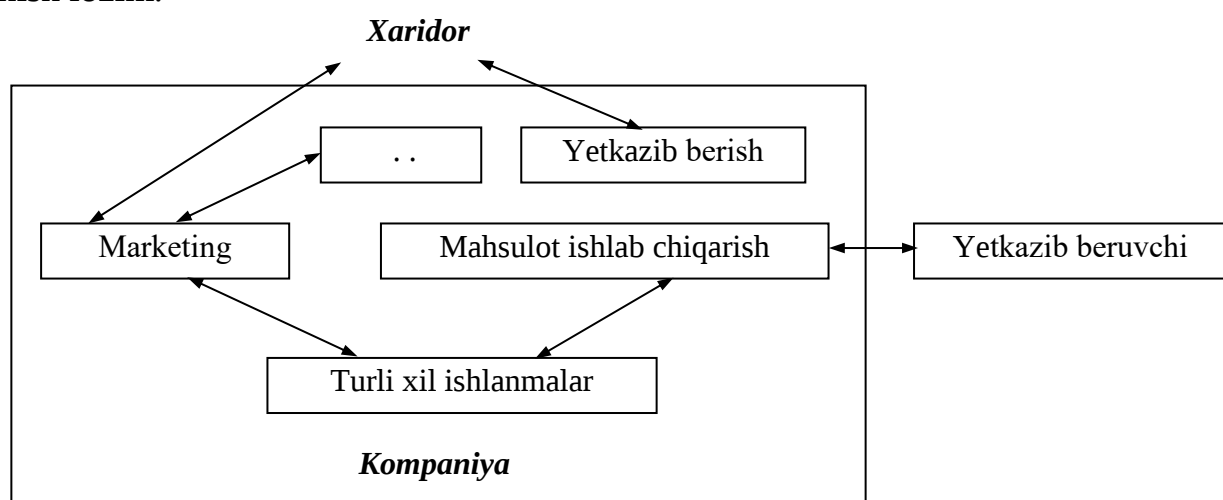
- Korxona biznes-jarayonlarini avtomatlashtiruvchi dasturiy ta'minotga bo'lgan talablarni shakllantirish uchun baza yaratish.

⁸ Евдокиенко В. Бизнес процессы: Основные понятия. // Эксперт, 2004, № 5. 42-48 с.

Biznes-modellarini qo'llashning asosiy sohasi - bu biznes-jarayonlari reinjiningidir.

Korxonalarda qo'llaniladigan eng oddiy biznes-modeli quyidagi 2-rasmda keltirilgan.

Shu bilan birga joriy va istiqboldagi faoliyat modelini hamda birinchi holatdan ikkinchi holatga o'tishning rejasi va dasturlarini tuzish ko'zda tutiladi. Shuning uchun ham "AS-IS" (qanday edi?) va "AS-TO-BE" (qanday bo'lishi kerak?) nomli modellarni yaratishning asosiy g'oyasi, korxonaning o'z maqsadlariga erishish uchun qarab chiqilayotgan korxona nima qilmoqda (nima qilmoqchi?) va u qanday faoliyat olib borayotganligini (faoliyat olib bormoqchi) tushunish lozim.



2-rasm. Turli funksiyalarning jarayonni bajarilishini ta'minlashini ifodalovchi model⁹

Shuni qayd qilish kerakki, biznes-jarayonlari modeli oraliq natija bo'lmay, balki katta amaliy ahamiyatga ega bo'lgan mustaqil natijadir.

Biznes-jarayoni modeli quyidagi savollarga javob berishi lozim:

- 1) Berilgan pirovard natijalarni olish uchun qanday proseduralarni (funksiyalar, ishlar) bajarish lozim?
- 2) Ushbu proseduralar qaysi ketma-ketlikda bajarilishi kerak?
- 3) Ko'rib chiqilayotgan biznes-jarayon doirasida nazorat va boshqarishning qanday mexanizmlari mavjud?
- 4) Jarayon proseduralarini kim bajaradi?
- 5) Jarayonning har bir prosedurasini qaysi kiruvchi hujjatlar (axborotlar) dan foydalanadi?
- 6) Jarayon prosedurasini qaysi chiquvchi hujjatlar (axborotlar) ni jamlaydi?
- 7) Jarayonning har bir prosedurasini bajarish uchun qanday resurslar zarur?
- 8) Prosedurani bajarilishini qaysi hujjat (sharoit) chegaralaydi?

⁹ Евдокиенко В. Бизнес процессы: Основные понятия. // Эксперт, 2004, № 5. 42-48 с.

3-MAVZU. KORPORATIV TUZILMALARDA JARAYONLI BOSHQARUV

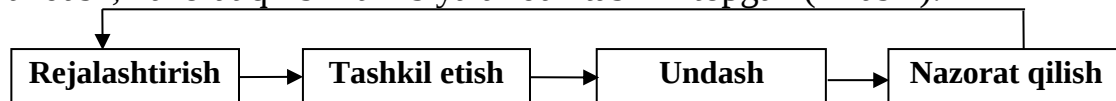
Reja:

1. Korporativ tuzilmalarda mavjud boshqaruv tizimi
2. Jarayonli boshqaruvning mohiyati
3. Jarayonli boshqaruv turlari
4. Jarayonli boshqaruv turlarining tasnifi

1. Korporativ tuzilmalarda mavjud boshqaruv tizimi

Zamonaviy korxonalarni bozor munosabatlari sharoitida boshqarish murakkab jarayondir. Chunki, korxona menejeri ichki va tashqi muhit ta'sirlarini hisobga olishi lozim. Korxona uchun ichki muhit bo'lib, uning resurslari, personal, texnologiyalari, ishlab chiqarish fondlari va ular bilan bog'liq munosabatlar tizimi bo'lsa, tashqi muhiti bo'lib, yetkazib beruvchilar, bozor konyunkturasi, raqobatchilar, resurslar bozori holati, iste'molchilar hisoblanadi. Korxonalar uchun ichki muhit bilan tashqi muhit holatini bilish hamda prognozlash muhim hisoblanadi. Tashqi muhit doimo o'zgaruvchan bo'lib, u noaniqlik va tavakkalchilikka bog'liq bo'ladi.

Umuman olganda korxonalarni boshqarish jarayonlari rejalashtirish, tashkil etish, undash, nazorat qilish funksiyalaridan tashkil topgan (1-rasm).



1-rasm. Boshqarish funksiyalari¹⁹

Ushbu birlamchi to'rtta funksiya kommunikatsiya va qaror qabul qilishning bog'lovchi jarayonlari bilan birlashtirilgan.

Korxonalarda rahbarlik (yetakchilik) qilish mustaqil faoliyat sifatida qaraladi. U ayrim ishchi va ishchilar guruhiga korxonaning maqsadlariga erishish yo'nalishida ishlashlari uchun alohida ta'sir etish imkoniyatini ko'zda tutadi.

Quyida korxonalarni boshqarish jarayoni funksiyalarini qisqacha tavsiflab o'tamiz.

Boshqarish jarayoni bir-birini taqozo etuvchi, o'zaro bog'liq, uzluksiz, doimo yangilanib turuvchi, teskari aloqaga ega bo'lgan rejalashtirish, tashkil etish, undash va nazorat qilish funksiyalaridan iborat.

Rejalashtirish. Rejalashtirish funksiyasi korxonaning maqsadlari qanday bo'lishi kerak va ushbu maqsadlarga erishish uchun korxona a'zolari nimalarni bajarishi kerakligini ko'zda tutadi. O'z mohiyatiga ko'ra rejalashtirish funksiyasi quyidagi uchta asosiy savolga javob beradi.

1. *Hozirgi vaqtda biz qayerdamiz?* Rahbarlar korxonaning moliyalari, marketing, ishlab chiqarish, ilmiy tadqiqot va ishlanmalari, mehnat resurslari kabi muhim sohalaridagi kuchsiz va kuchli tomonlarini holisona baholashlari

¹⁹ Тельнов Ю.Ф. Реинжиниринг бизнес-процессов. Компонентная методология. -М.: ФиС, 2004. - 274 с.

lozim. Bularning barchasi korxonaning haqiqatda nimalarga erishishi mumkinligi maqsadida amalga oshiriladi.

2. *Biz qayerga harakatlanishga yo‘nalish olmoqchimiz?* Korxonani o‘rab turuvchi muhitdagi tahdidlarni, ya‘ni raqobatchilar, mijozlar, qonunlar, siyosiy omillar, iqtisodiy sharoitlar, texnologiya, ta‘minot, ijtimoiy o‘zgarishlarni va o‘z imkoniyatlarini baholash orqali rahbariyat korxonaning maqsadi qanday bo‘lishi va ushbu maqsadlarga erishishda nimalar halaqit berishini aniqlaydi.

3. *Biz maqsadlarni qanday amalga oshiramiz?* Korxona oldiga qo‘yilgan maqsadlarga erishish uchun har bir xodim, ishchilar guruhi aniq nima ishlar qilishini rahbariyat hal etishi lozim.

Rejalashtirish orqali korxona rahbariyati korxonaning barcha a‘zolari uchun yagona bo‘lgan maqsadlarni ta‘minlovchi asosiy yo‘nalishlarni belgilashga va maqbul qaror qabul qilishga intiladilar.

Korxonalarda rejalashtirish jarayoni alohida yoki bir martalik hodisa emas. Buning ikkita sababi bor.

Birinchisi, ayrim korxonalar o‘z maqsadlariga to‘liq erishganlaridan so‘ng, faoliyatlarini to‘xtatadilar, ko‘pchiligi esa yanada uzoqroq muddat faoliyat ko‘rsatishga intiladilar. Shuning uchun ular dastlabki maqsadlariga erishgan bo‘lsalar, o‘z maqsadlarini o‘zgartiradilar yoki yangi maqsadlarni belgilaydilar.

Ikkinchisi, rejalashtirishni uzluksiz amalga oshirish – bu kelajakning doimiy noaniqligidir. Atrof-muhitdagi o‘zgarishlar ta‘sirida yoki tasavvurlardagi xatoliklar hisobiga (masalan, sotish miqdorini oshirish), hodisalar boshqa yo‘nalishlarda rivojlanishi mumkin. Shuning uchun ham rejalarini haqiqatga mos kelishini doimo nazorat qilib turish kerak. Masalan, korxona o‘z foydasini o‘rishini hisobga olib, besh yildan so‘ng yangi sexlar qurishni rejalashtiradi. Agar korxonaning foydasi haqiqatda ko‘zda tutilganidek oshmasa, korxona o‘z rejalarini qaytadan ko‘rib chiqishi kerak va ma‘lum o‘zgartirishlarni kiritishga majbur bo‘ladi.

Tashkil etish. Tashkil etish deganda, boshqariladigan qandaydir tarkibni tuzish demakdir. Korxona o‘z rejalarini bajarishi va o‘z maqsadlariga erishishi uchun tarkiblashtirilishi lozim bo‘lgan ko‘plab elementlar mavjuddir. Shunday elementlardan biri bo‘lib, ishlar, korxonaning aniq vazifalari, ya‘ni korxonalarni qurish, detallarni yig‘ish, hayotni sug‘urtalashni ta‘minlash hisoblanadi.

Sanoatdagi o‘zgarishlar shuni ko‘rsatadiki, ishlarni ma‘lum bir shakllar va usullarda tashkil etish, ishchining va ishchilar guruhlarining ko‘proq samaradorlikka erishishlariga imkon beradi. Korxonalarda ishlarni odamlar bajarishini hisobga olib, aniq har bir ishni kim bajarishini belgilash tashkil etish funksiyasining boshqa muhim jihati hisoblanadi.

Rahbar har bir aniq ish uchun ishchilar tanlaydi va korxonadagi mavjud resurslardan foydalanish uchun ularga ma‘lum vakolatlar beradi. Ushbu vakolatli xodimlar o‘z majburiyatlarini muvaffaqiyatli bajarishlari uchun ma‘lum javobgarliklarni oladilar. Bunday holda ular rahbarga nisbatan bo‘ysunuvchi bo‘lishga rozi bo‘ladilar. Xodimlarga vakolat berish – bu rahbariyatning boshqa shaxslar yordamida ishlarni amalga oshirish vositasidir.

Undash. Undash funksiyasining vazifasi bo'lib, rejada belgilangan maqsadlarga erishish uchun korxona a'zolari ularga berilgan vakolatlariga mos ravishda ishlarni bajarish hisoblanadi. Korxonada xodimlarning yaxshiroq ishlashga undash uchun rahbarlar rag'batlantirish tizimini ishlab chiqadilar. Xodimlarning samarali va pirovard natijalarga erishganligi uchun, rahbarlar rag'batlantirish ishlarini olib borishlari lozim. Rag'batlantirish – xodimlarni yangi ishlarni samarali, sifatli va vijdonan bajarishga undaydi.

Nazorat qilish. Korxonada rejalashtirilgan, tashkil etilgan ishlarni bajarish davomida turli holatlar yuz berishi mumkin. Chunki, yuqorida ko'rib o'tganimizdek, korxonaning tashqi muhiti noaniqlik va tavakkalchilik bilan bog'liq.

Nazorat qilish – bu korxonaning o'z maqsadlariga haqiqatda erishishini ta'minlovchi jarayondir. Boshqaruv nazoratining uchta jihati mavjud.

1) *Standartlarni o'rnatish* – ma'lum vaqt oralig'ida erishilishi lozim bo'lgan maqsadlarni aniqlashdir. Bu rejalashtirish jarayonida ishlab chiqilgan rejalarga asoslanadi.

2) Ma'lum vaqtda haqiqatda erishilganlarni *o'lchash* va erishilganlarni kutilayotgan natijalar bilan *taqqoslash*. Agar bu ikki faza to'g'ri bajarilgan bo'lsa, unda korxona rahbariyati vujudga kelgan muammoni bilishdan tashqari, uning manbasini ham bilib oladi.

3) Dastlabki rejada bo'lgan chetlanishlarni tuzatish uchun zarur bo'lgan *harakatlarni qo'llash*. Mumkin bo'lgan harakatlarning bittasi – bu maqsadlarni real holatga to'g'ri kelishi va yanada haqiqiyroq bo'lishi uchun qayta ko'rib chiqishdir.

Yuqorida ko'rib o'tilgan boshqaruvning ushbu to'rtta funksiyasi – ikkita umumiy xarakteristikaga ega: ularning barchasi uchun axborotlar almashinuvida kommunikatsiya zarur va barchasi qaror qabul qilishni talab qiladi. Ushbu xarakteristikalar, ya'ni kommunikatsiya va qaror qabul qilish – bog'lovchi jarayonlar deb ataladi.

Qaror qabul qilish – bu nimani va qanday qilib rejalashtirish, tashkil etish, undash va nazorat qilishni tanlash hisoblanadi.

Obyektiv va samarali qaror qabul qilishning asosiy talabi bo'lib, aniq va mos keluvchi axborotning mavjudligi hisoblanadi. Bunday axborotni olishning yagona manbai bo'lib, kommunikatsiya hisoblanadi.

Kommunikatsiya – bu ikki va undan ortiq odamlar orasida axborot almashinuv jarayonidir. Kommunikatsiya jarayonida axborot faqatgina qaror qabul qilish uchungina emas, balki uni bajarish uchun ham uzatiladi.

2. Jarayonli boshqaruvning mohiyati

Zamonaviy korxonalar ko'p profilli faoliyati, bo'linmalarining hududlar bo'yicha joylashganligi, sheriklar bilan ko'p sonli kooperativ aloqalariga ega bo'lgan murakkab tarkibga egadir. Shuning bilan birga bozor talablarining doimiy o'zgarishi, tovar va xizmatlarni ishlab chiqarishini iste'molchilar va mijozlarning individual ehtiyojlariga qaratilganligi, texnik imkoniyatlarni uzluksiz takomillashtirish va kuchli raqobat korxonalarning moliyaviy-xo'jalik

faoliyati dinamikligini oshiradi va korxonadan bozor talablariga moslasha oladigan menejment tizimini yaratishga undaydi.

Korxona faoliyat turi quyidagi farqli belgilarga ega:

- Aniq shakllantirilgan maqsadlar doirasida mahsulotlar (xizmatlar) sotish yo‘li bilan bozor vazifalarini mustaqil hal etadi;

- qat’iy belgilangan tashqi raqobatchilarga ega;

- asosiy xo‘jalik funksiyalarini amalga oshirishda nisbiy xo‘jalik mustaqilligiga ega (ishlab chiqarish, sotish).

Korxonalarning faoliyat turi tarkibi va mohiyatini aniqlashda asos bo‘lib, “qo‘shimcha qiymat yaratish zanjiri” konsepsiyasi hisoblanadi (*value-add chain*). Qo‘shilgan qiymatni yaratish zanjiri korxona tarkibiy bo‘linmalarining funksiyalari ketma-ketligini xuddi aniq iste‘mol qiymatini yaratishda bajariladigandek tartibda o‘z ichiga oladi. Istalgan asosiy faoliyat turi uchun qo‘shilgan qiymat yaratilishi zanjirining o‘ziga xos funksiyalari bo‘lib harid qilish, ishlab chiqarish, yetkazib berish, mahsulot sotish va xizmat ko‘rsatish funksiyalari hisoblanadi. Qo‘shilgan qiymat zanjirini – foyda markazi huquqiga ega bo‘lgan korxona amalga oshiradi. Qo‘shilgan qiymat yaratish zanjirining ayrim funksiyalarini xarajatlar markazi deb nomlangan tarkibiy bo‘limlar bajaradilar.

Korxonalarda jarayonli boshqaruvni qo‘llash zarurligi shundaki, uning yordamida biznes-jarayonlarining masalalarini shunday hal qilish kerakki, natijada korxonaning strategik maqsadlariga erishish mumkin bo‘lsin. Biznes-jarayonlarini ajratib olish, ularning chegaralarini, funksiyalarni bajargan bo‘linmalarining tashkiliy javobgarligini, o‘zaro bog‘liqligini shakllantiruvchi funksiyalar tarkibini aniqlaydi. Biznes-jarayonlarini ajratib olish quyidagi belgilarda aks etadi.

- Biznes-jarayoni egasi (menejer) – jarayon natijalari va tashkil etishga hamda uning tarkibini o‘zgartirishga mas‘ul shaxs hisoblanadi;

- biznes-jarayoni oqimi – jarayonning kirish (dastlabki obyektlar) va chiqishi (natijalar)ni aniqlaydi;

- jarayonning tashqi muhiti. Istalgan biznes-jarayonning yetkazib beruvchilari, ya’ni ular jarayon kirishiga dastlabki material yetkazib beradilar va chiqish natijalarini iste‘mol qiluvchi ma’lum mijozlar mavjud. Yetkazib beruvchilar va mijozlar ham ichki, ham tashqi bo‘lishi mumkin;

- biznes-jarayoni interfeysi – biznes-jarayonning boshqa jarayonlar bilan birgalikda faoliyat olib borishga ko‘maklashuvchi obyektlar to‘plami.

Xalqaro ISO standartining 9000:2000 seriyasida “jarayonli yondashuv” (process approach) termini kiritilgan bo‘lib, unda “jarayonli yondashuvga” quyidagi ta’rif berilgan: "Agar faoliyat va u bilan bog‘liq resurslar jarayonlar sifatida boshqarilsa, kutilgan natijaga yanada samaraliroq erishiladi”.

ISO 9000:2000 standartida "jarayon" atamasiga quyidagicha ta’rif berilgan: “Kirishlarni chiqishlarga o‘zgartirishda resurslardan foydalanadigan istalgan faoliyat turi yoki faoliyat turlari to‘plami jarayon sifatida qaralishi mumkin”.

Korxonalarda jarayonli boshqaruvni qo'llashning asosiy maqsadi²⁰ "...“ortiqcha” operatsiyalarni bartaraf qilish, biznesni olib borish jarayonlarini kamaytirish va mijoz uchun iste'mol qiymatini yaratuvchi birinchi kategoriyali biznes-jarayonlarini bajarilish samaradorligini oshirishdir”.

Jarayonli boshqarish asosiga qo'yilgan imkoniyatlarni amalga oshirish uchun quyidagi tadbirlar samarali hisoblanadi:

- soddalashtiruvchi biznes-jarayonlar (hujjatlarni uzatish vaqtini qisqartirish, oddiy bog'liqliklar ustuvorligi);
- birlashtiruvchi funksiyalar (muvofiglashtirish funksiyalarini ma'lum darajada qisqartirish, axborot uzatish vaqtini qisqartirish);
- nazoratning kamayuvchi funksiyasi (bajariladigan ishga mas'uliyatni aniq o'rnatish, holatlarni kamaytirish).

Xalqaro standartlar turli xil korxonalarda jarayonli boshqarish uslubiyatini qo'llashni taklif etadilar. Bular:

A) “Korxonada jarayonlarni identifikatsiyalash (bixillashtirish)”

- 1) Korxona maqsadini aniqlash.
- 2) Korxona vazifalari va siyosatini aniqlash.
- 3) Korxonadagi jarayonlarni aniqlash.
- 4) Jarayonlar ketma-ketligini aniqlash.
- 5) Jarayonlar egalarini aniqlash.
- 6) Jarayonlar bo'yicha hujjatlarni aniqlash.

B) “Jarayonni rejalashtirish”.

- 1) Jarayon doirasida ishlarni aniqlash.
- 2) O'lchovlar va monitoringga bo'lgan talablarni aniqlash.
- 3) Zarur resurslarni aniqlash.
- 4) Qo'yilgan maqsadlarga qarab jarayon va uning ishlarini tekshirish.

3. Jarayonli boshqaruv turlari

Korxonalarda Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirish, tahlil qilish va prognozlash asosida uning qanchalik samarali faoliyat yuritayotganligini aniqlash zarur.

Jarayonli boshqaruvning korxonalarda tadbiq etilishi, har bir jarayonning chegarasi, reglamenti, iste'molchisi va egasini aniq belgilab beradi.

Jarayonli boshqaruvning quyidagi turlari mavjud²¹: loyiha ustida ishlash bilan bog'liq jarayonlar, ishlab chiqarish jarayonlari, taqsimot jarayonlari va mijozlarga xizmat ko'rsatish jarayonlari.

Loyiha ustida ishlash bilan bog'liq jarayonlar. Qoidaga ko'ra, bunday jarayonlar bir kishi yoki odamlar guruhi tomonidan bajariladi. Bunga misol bo'lib, yangi mahsulotni ishlab chiqarish va ma'muriy jarayonlar xizmat qiladi. Odatda, bunday jarayonlar tahlili loyihalarni boshqarish usullaridan foydalanib olib boriladi. Shunga qaramasdan, tahlil natijasida olinadigan resurslarga

²⁰ Флорова Г.Н. Сущность процессного подхода. /Менеджмент, №5, 2004. 57-70 с.

²¹ <http://www.consulting.ru/> К.Тумай. Имитационное моделирование бизнес-процессов. Как отображаются характеристики процессов при моделировании?

bo'lgan talablar va jarayon to'liq siklini baholash ko'plab o'zaro bog'liq jarayonlarning paydo bo'lishiga olib keladi.

Loyihaning aniq modelini yaratishda birinchi navbatda quyidagi elementlarni modellashtirish qarab chiqiladi: ustuvor yo'nalishlar, darhol qilinishi lozim bo'lgan ishlarni bajarish, ishlarni smenalarga bo'lish, ishlarni nazorat qilish.

Ishlab chiqarish jarayonlari. Ishlab chiqarish jarayonlarining natijasi bo'lib, guruhlariga bo'lingan, katta hajmdagi turli xil mahsulotlar hisoblanadi. Bularga buyurtmalarni bajarish, to'lov schyotlari bo'limi va buyurtmalarni qayta ishlash bo'limining faoliyati misol bo'la oladi.

Guruhlariga bo'lish, guruhlarni birlashtirish, detallarni yig'ish, montaj qilish, sifatni nazorat qilish va brakni bartaraf etish ishlab chiqarish jarayoni tomonidan amalga oshiriladigan odatdagi funksiyalar hisoblanadi. Ushbu funksiyalarni aniq modellashtirish uchun oqimlarning alohida obyektlari va ularning belgilari to'g'risidagi axborotni doimo kuzatib borish mumkin.

Ishlab chiqarish jarayonlarini modellashtirishdan maqsad, qoidaga ko'ra tizimni barqarorlashtirishdan iborat, chunki ishlab chiqarilayotgan mahsulot ketma-ketligi takrorlanib turadi. Samaradorlikni tahlil etish jarayonida muhim vazifa bo'lib, ishlarning beqarorlik davrini aniqlash va buzilishlar, chetga chiqishlarni bartaraf etish hisoblanadi.

Taqsimlash jarayonlari. Taqsimlash jarayonlari yuklarni transportda tashish va yetkazib berishni o'z ichiga oladi. Ushbu holda mahsulotlarning taqsimlash tarmog'ida turli nuqtalar orasida ko'chib yurishi yuz beradi. Transportirovkaning yetkazib berishdan asosiy farqi shundaki, transportirovkada oqim obyektlari – bu tovarlar emas, balki odamlardir.

Transportirovkaning an'anaviy jarayonlarini jamoat transporti tizimidan topish mumkin. Yetkazib berishning an'anaviy jarayonlariga ishlab chiqarilgan mahsulotni sotish, pochta va tovarlarni iste'molchilarga yetkazib berish kiradi.

Mijozlarga xizmat ko'rsatish jarayonlari. Mijozlarga xizmat ko'rsatish jarayonlari Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirishda eng muhim soha hisoblanadi. Chunki, xizmat ko'rsatish jarayonida kutish vaqti ishlov berish umumiy vaqtining 95% ga yetishi mumkin.

Jarayon - bu o'zaro bog'liq faoliyat turlarining tartiblashtirilgan, maqsadga muvofiq to'plami bo'lib, ma'lum texnologiya bo'yicha kirishlar va resurslarni chiqishlar (mahsulotlar) ga aylantiradi hamda iste'molchi uchun afzallik va qadriyat kasb etadi.

Asosiy va yordamchi jarayonlar. Har bir korxona faoliyati marketing, rejalashtirish, sotish va sotishdan keyingi xizmat ko'rsatish jarayonlari ketma-ketligidan iborat. Barcha jarayonlar quyidagi ajralib turuvchi xususiyatlarga ega:

- Jarayon egasi – jarayonni borishi va natijalariga mas'ul mansabdor shaxs;
- Resurslar – jarayonni o'tkazish uchun uning egasi ixtiyoriga ajratilgan resurslar; u o'z ichiga – jihozlar (ishlab chiqarish, nazorat-o'lchov, ofis va boshqalar), personal, alohida bino, materiallar, moliyaviy mablag'lar, hujjatlarni olishi mumkin;

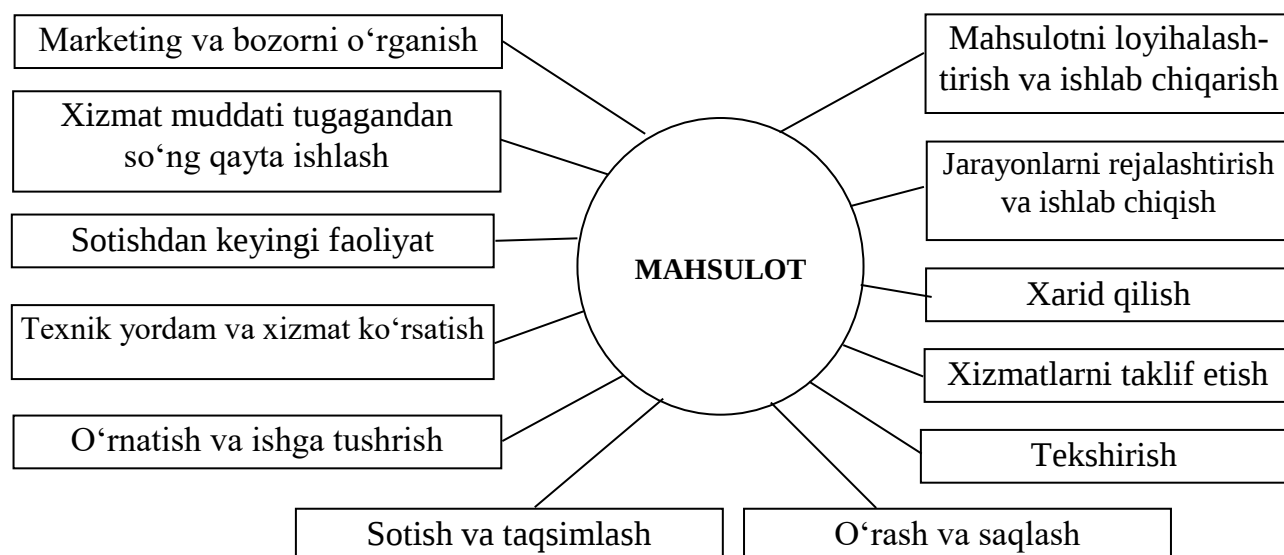
- Jarayon parametrlari – jarayon qanchalik samarali bajarilayotgani to‘g‘risidagi xarakteristika (axborot);
- Iste‘molchi – jarayon samaradorligini baholash uchun mo‘ljallangan, jarayon natijalari iste‘molchisi (ichki va tashqi);
- Jarayon kirishlari - resurslar yoki axborot ko‘rinishida aks etadi.
- Jarayon chiqishlari – mahsulot yoki axborot ko‘rinishida aks etadi. Ko‘p hollarda bir jarayonning kirishi boshqa jarayonning chiqishi hisoblanadi
- Korxona jarayonlari tarmog‘i – korxona o‘zaro bog‘liq va o‘zaro kelishgan jarayonlarini bir tizimga keltirilgan to‘plami hisoblanadi.

Korxonadagi har bir jarayon bir necha kichik jarayonlarga bo‘linishi mumkin. Bunday holda jarayonlarni tahlil qilishda asosiy jarayonning mohiyati to‘liq aniqlab olinadi. Korxonalardagi barcha jarayonlarni ikki guruhga bo‘lishi mumkin:

1. Asosiy jarayonlar.
2. Yordamchi jarayonlar.

4. Jarayonli boshqaruv turlarining tasnifi

Asosiy jarayonlar. Korxonadagi asosiy jarayonlar mahsulotni yaratish va ishlab chiqarish davrida yuzaga keladi. Jarayonlar dastavval loyiha, marketing axboroti, keyinchalik esa moddiy obyekt (detallar, tovarlar, dasturiy mahsulotlar va hokazo) ko‘rinishida bo‘ladi. Asosiy jarayonlarni yordamchi jarayonlardan ajratilgan sxemasi sifatida mahsulotning "hayotiy sikli" sxemasidan foydalanish mumkin (2-rasm).



2-rasm. Mahsulotning hayotiy sikli²²

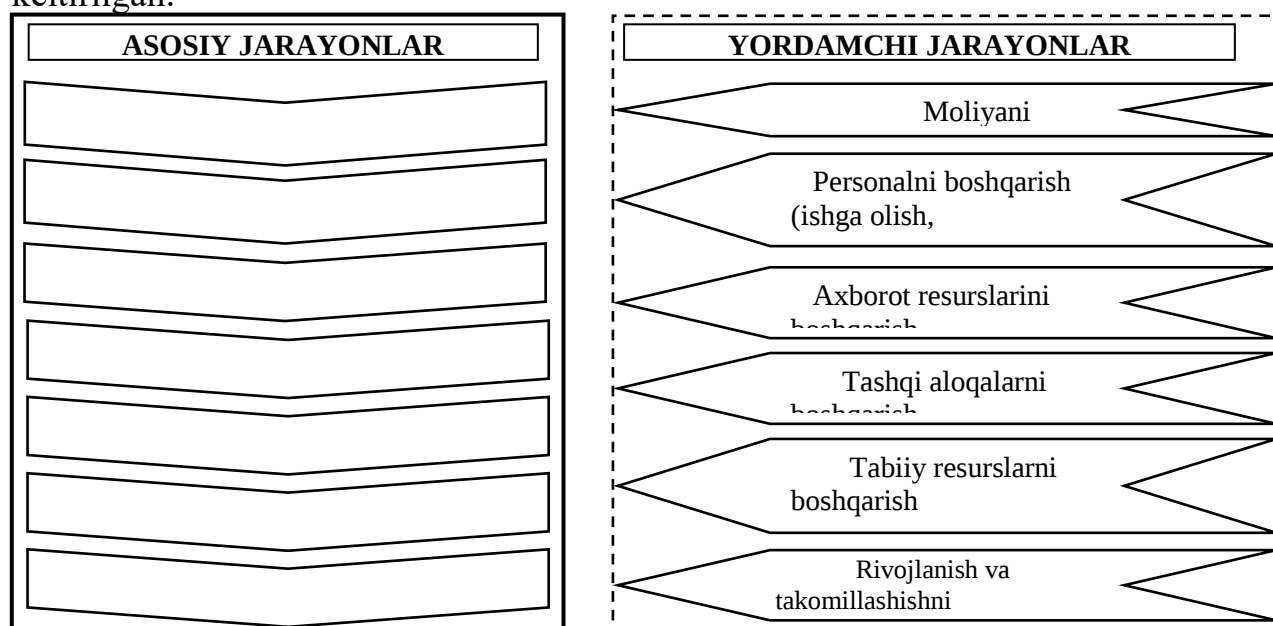
Yordamchi jarayonlar. Ushbu jarayonlar mahsulotni yaratishga bevosita ta‘sir ko‘rsatmaydilar, lekin asosiy jarayonlarning bir maromda faoliyat olib

²² Харрингтон Дж., Эсселинг К.С., Нимвеген Х.В. Оптимизация бизнес-процессов. Документирование, анализ, управление, оптимизация. Учебник. -М.: Азбука, 2002. - 356 с.

borishini ta'minlash uchun mo'ljallangan. Bunday jarayonlarga quyidagilar kiradi:

- personalni tayyorlash, o'qitish va attestatsiyadan o'tkazish;
- hujjatlarni boshqarish jarayoni. Ushbu jarayon korxonadagi barcha jarayonlarning ishini samarali ta'minlashda qatnashuvchi ayrim tarkibiy bo'linmalar hamda butun korxona faoliyatini muvofiqlashtiruvchi hujjatlarni ishlab chiqish, tasdiqlash va yuritishning tartib va qoidalarini o'rnatadi;
- ta'minlash jarayonlari. Yordamchi jarayonlar asosiy jarayonlarning ishini ta'minlaydi (jihozlarga servis xizmat ko'rsatish, energoresurslar va ishlab chiqarish muhiti bilan ta'minlash, ofis ishini ta'minlash, axborot bilan ta'minlash, moliyaviy ta'minlash va boshqalar).

Asosiy va yordamchi jarayonlarning bo'linishi quyidagi 3-rasmda keltirilgan.



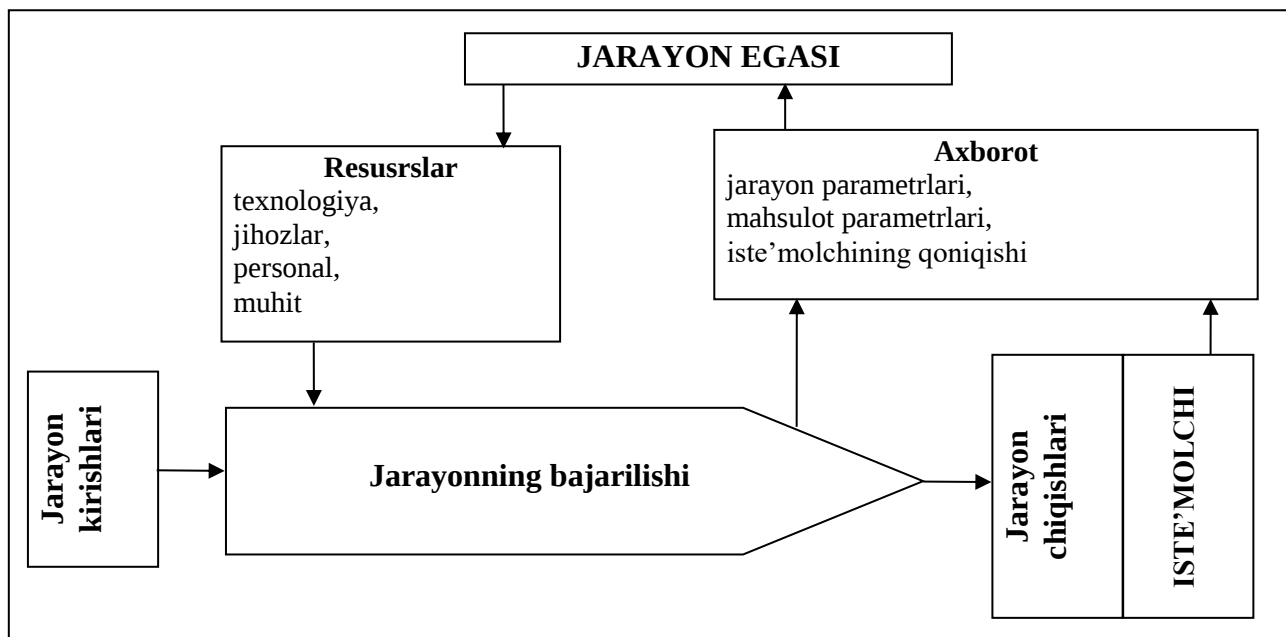
3-rasm. Korxonada jarayonlar tarmog'ini ajratish²³.

3-rasmda keltirilgan jarayonlarni ajratish tahlil masalalari uchun qulay hisoblanadi, ammo amaliyotda ushbu jarayonlar bir-birlari bilan o'zaro bog'lanib ketgan va doimo bir-birini taqozo etib turadi.

Ma'lumki, har bir jarayon boshqa bir jarayon bilan to'g'ridan-to'g'ri aloqada bo'ladi. Biror jarayonning kirishi boshqa jarayonga chiqish bo'lib xizmat qiladi. Ammo dastlabki jarayondan olingan natija keyingi jarayonga ta'sirini qanday aniqlash mumkin? – degan savol paydo bo'ladi. Buni aniqlash uchun esa teskari aloqa tamoyilidan foydalaniladi.

Jarayonlarda teskari aloqalarning soddalashtirilgan sxemasi quyidagi 4-rasmda keltirilgan.

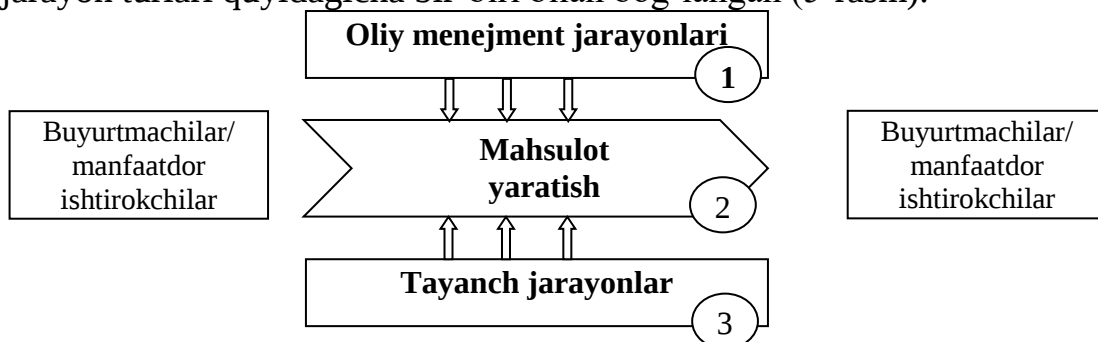
²³ Портер М.Э. Конкуренция. /Пер. с англ. -М.: Изд. дом Вильямс, 2003. - 540 с.



4-rasm. Jarayon va teskari aloqaning soddalashtirilgan sxemasi²⁴

4-rasmda keltirilgan sxema deyarli barcha ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish korxonalarida doimiy ravishda amalga oshiriladi. Bu yerda teskari aloqa sifatida jarayonning chiqishlaridan va iste'molchidan kelayotgan axborot hisoblanadi. Ushbu axborotlar asosida jarayon egasi jarayonning qanday borayotganligini va qanday natija bilan tugaganligini aniqlashi mumkin hamda jarayon to'g'risida boshqaruv qarorini qabul qiladi.

Korxona menejmenti tizimida jarayonlarning quyidagi uchta turi mavjud²⁵. Ushbu jarayon turlari quyidagicha bir-biri bilan bog'langan (5-rasm).



- ① – Strategik rejalashtirish, moliyaviy menejment...
- ② – Marketing, shartnomalar tuzish, xarid qilish, ishlab chiqarish...
- ③ – resurslarni boshqarish, jihozlarga xizmat ko'rsatish, axborot

5-rasm. Korxonalarda jarayonlarning o'zaro bog'liqligi sxemasi²⁶

1. Oliy menejment jarayonlari.
2. Mahsulot yaratish jarayonlari.
3. Tayanch jarayonlar.

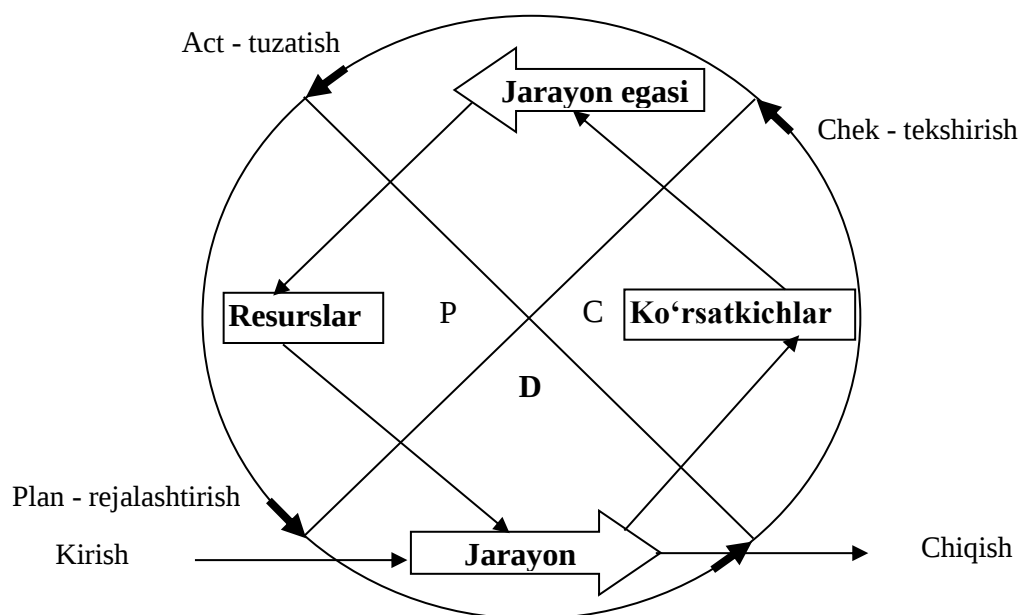
²⁴ <http://www.management.ua/> Кугаенко В. "Процессный подход – революция в управлении?"

²⁵ <http://www.management.ua/> Кугаенко В. "Процессный подход – революция в управлении?"

²⁶ O'sha yerda

Albatta, korxonalar uchun asosiy maqsad mahsulotlar ishlab chiqarib, iste'molchilarning ehtiyojlarini qondirishdir. Shuning uchun ham oliy menejment jarayonlari va tayanch jarayonlar mahsulot yaratish jarayonlariga xizmat qiladilar.

Yuqorida ko'rib o'tilganidek, jarayonlarni boshqarish murakkab vazifa hisoblanadi. Chunki ko'pchilik jarayonlar siklli xarakterga ega, ya'ni ular doimiy ravishda takrorlanib turadi. Quyidagi 6-rasmda jarayonni boshqarish sikli keltirilgan.



6-rasm. Jarayonni boshqarish sikli²⁷

6-rasmdan ko'rish mumkinki, rejalashtirish bosqichida (Plan) jarayon egasi korxona maqsadlari va mijozlar talabiga mos ravishda jarayonning reja ko'rsatkichlarini bajarilishini ta'minlash uchun aniq maqsadlar qo'yadi va buning uchun resurslarni taqsimlaydi. D - bu jarayonning bajarilishi. Bajarilish vaqtida mahsulot va jarayon monitoringi o'tkaziladi, mahsulotga bo'lgan talablar va maqsadlarga bo'lgan munosabatlar bo'yicha natijalar o'lchanadi. Me'yordan chetga chiqish yuz berganda, jarayon egasi va uning xodimlari ularning paydo bo'lish sabablarini tahlil qiladilar (Chek). Jarayon egasi o'tkazilgan tahlil asosida me'yordan chetga chiqish sabablarini aniqlaydi va ularni tuzatish tadbirlarini (Act) ishlab chiqadi. Ushbu tadbirlar me'yordan chetga chiqishlarni bartaraf etadi, bu esa jarayonning yaxshilanishiga olib keladi.

Barcha turdagi korxonalar, firmalar va tashkilotlardagi asosiy va yordamchi jarayonlar boshqariluvchi jarayonlar hisoblanadi. Jarayonlarning boshqaruvchanligi negizida quyidagilar yotadi:

- Jarayon egasini tayinlash;
- jarayon egasi tomonidan jarayonni muvaffaqiyatli bajarilishi uchun barcha resurslarni olishi;

²⁷ <http://www.management.ua/> Кугаенко В. "Процессный подход – революция в управлении?"

- jarayon egasi tomonidan jarayon borishi to'g'risida, mahsulot parametrlari va iste'molchining qoniqishi to'g'risida obyektiv axborot to'plash tizimini yaratish;

- jarayonning pirovard natijalari bo'yicha maksimal samaradorlikka erishish uchun jarayon egasi tomonidan boshqarish ta'sirlarini (resurslarni boshqarish) ishlab chiqishi va qabul qilishi.

6-rasm istalgan darajadagi jarayonni tavsiflash uchun qo'llanilishi mumkin.

4-MAVZU. KORPORATIV TUZILMALAR BIZNES-JARAYONLARINING ICHKI VA TASHQI MUHITI

Reja:

- 1. Korporativ boshqaruvda hamkorlik rivojlanishning muhim omili**
- 2. Korporativ tuzilmalar faoliyatiga investitsiyalarni jalb qilishda jahon amaliyoti**
- 3. Biznes-jarayonlari ichki va tashqi muhitini tahlili**

1. Korporativ boshqaruvda hamkorlik rivojlanishning muhim omili

Iqtisodiyoti rivojlangan mamlakatlardan farqli o'laroq O'zbekistonda davlat mulki iqtisodiyotning "bozor kamchiliklariga" duchor bo'lgan qismiga nisbatan kengroq sohasining ishlashiga ta'sir qiladiki, bu davlat mulkini xususiyashtirish jarayonining tugallanmaganligi bilan bog'liqdir. Oqibatda, aksiyalari to'liq yoki qisman davlat ixtiyorida bo'lgan aksiyadorlik jamiyatlar bilan birgalikda, ustav fondida davlatning ishtiroki vaqtincha bo'lgan korxonalar soni ham ko'p. Masalan, xususiyashtirilishi kerak bo'lgan ko'pchilik korxonalar ularni rekonstruksiya qilish uchun katta hajmdagi investitsiyalarga muhtojdir. Ularning aksiyalari, nafaqat aksiyalarni sotib olishga, balki ishlab - chiqarishni rivojlantirishga ham investitsiya kiritishga tayyor bo'lgan strategik investorlarga sotilishi nazarda tutiladi. Bunday investorlarni topish oson bo'lmaydi va ma'lum bir vaqt talab qilinadi.

01.01.2015 yil holatiga ko'ra O'zbekiston Markaziy depozitariy hisobida mingdan ortiq aksiyadorlik jamiyatlar qayd qilingan bo'lib, shulardan 426 tasida davlat ulushi bor edi. 463 ta aksiyadorlik jamiyatlaridagi davlat ulushi aksiyalari xolding, davlat-aksiyadorlik va aksiyadorlik kompaniyalari ustav fondlariga berildi. Bundan tashqari 600 dan oshiq mas'uliyati cheklangan jamiyatlarida (MCHJ) davlat ulushi bor edi.

Respublikamiz barcha aksiyadorlik jamiyatlari chiqargan aksiyalar umumiy miqdori 2,1 mlrd. donadan, ularning jami nominal qiymati 3,0 trln. so'mdan oshib ketdi. Ulardan turli kompaniyalar emissiya qilgan 2,4 trln. so'mlik (80,0%) 1,3 mlrd.dona (61,9%) aksiyalar davlat yoki davlat tomonidan nazorat qilinadigan turli kompaniyalar ixtiyorida edi. Strategik ahamiyatga ega bo'lgan korxonalar, hamda deyarli barcha xolding, davlat - aksiyadorlik va

aksiyadorlik kompaniyalari aksiyalarining 51% va undan ortiq ulushlari doimiy ravishda davlat mulkchiligida saqlab qolinadi. Ushbu AJ aksiyalarini davlat qanday boshqarishi ko'p jihatdan mamlakatning butun iqtisodiyoti rivojlanishi darajasini belgilaydi.

Kompaniya menejerlarining «tashkilot faoliyatning qanday turlari bilan shugullanmoqchi va kelajakda qanday bo'lmoqchi?» - degan masalaga qarashlari strategik ko'rish deyiladi. Strategik ko'rish - «biz kimmiz, nima qilyapmiz, nima qilmoqchimiz» degan savollarga javob beradi. Ba'zan kompaniyalar o'zining vazifasini noto'g'ri belgilab, uni faqat foydada ifodalaydilar. Biroq foyda kompaniya bajaradigan ishning natijasidir. Faqat foyda olishga qaratilgan kompaniyaning missiyasi korxonalarni bir-biridan farqlash imkonini yo'qotadi. Vaxolanki, xar bir kompaniya o'zining qiyofasiga - imidjiga ega bo'lishi kerak.

Yaxshi o'ylab ko'rilgan strategik ko'rish va kompaniya missiyasini asoslash quyidagi 3 ta jixatdan iborat²⁸:

- 1) kompaniya biznesning qaysi sohasida ishlayotganligini tushunish;
- 2) kompaniyaning strategik ko'rish va missiyasini aniq, lo'nda va ilxom bilan tushuntirib berish;
- 3) kompaniya strategik ko'rish va missiyasini o'zgartirish xaqida o'z vaqtida qaror qabul qilish;

Faoliyat doirasini to'g'ri aniqlash uchun quyidagi omillarni xisobga olish lozim:

- 1) axolining extiyoji, ya'ni nima ishlab chiqarish kerak
- 2) xaridorlar guruxi, yoki tovarni kim uchun ishlab chiqaramiz
- 3) texnik va funksional ijro, ya'ni xaridorlar extiyojini qanday qondiramiz

Shunday qilib, birinchi masalani to'g'ri xal kilish uchun «nimaga bo'lgan extiyojni, qanday qilib va kimning extiyojini qondiramiz» - degan savollarga javob topish lozim.

Faoliyat doirasini belgilash 2 xil bo'ladi:

- 1) umumiy
- 2) detallashtirilgan

Umumiy belgilashga misol: ichimliklar, mebel, xalqaro pochta xizmati, sayoxatlar va turizm. Detallashtirilgan belgilashga misol: alkogolsiz ichimliklar, sport poyafzali, ofis uchun mebel, jo'natmalarni tunda etkazib berish, Karib dengizida plyaj tashkil etish va xokazo.

2. Korporativ tuzilmalar faoliyatiga investitsiyalarni jalb qilishda jahon amaliyoti

²⁸ Strategic Management concepts and cases. Arthur A. Thompson. Jr. A.J Strikland. p.34

Korporativ boshqaruvning amerika tizimi

Korporativ boshqaruvning amerika tizimi xususiyatlari AQSHda aksiyadorlik mulkchilikning xususiyatlariga bevosita bog'liqdir. Xususan, amerika korporatsiyalariga boshqa investorlardan ko'ra o'z ta'sirini kuchliroq o'tkaza oladigan yirik investorlarning yo'qligi xosdir.

Amerika korporatsiyalarining aksiyadorlik kapitali yuqori darajada kichik paketlarga tarqab ketgan bo'lib, AQSH korporatsiyalari aksariyatining reestrlarida umumiy kapitalning bir foizidan oshig'iga egalik qiluvchi birorta xususiy shaxs yoki institutsional investor qayd qilinmagan. Natijada aksiyadorlarning birorta guruhi direktorlar kengashiga a'zolik qilishga alohida da'vogar bo'la olmaydi. Ikkinchi muhim xususiyat shundaki, xususiy shaxslarga qarashli bo'lmagan aksiyalarning ko'pchiligi institutsional investorlar – nafaqa va o'zaro yordam (paychilik) fondlari qo'lida jamlangandir. Bu investorlar qo'llarida 50%dan oshiq kapitalni jamlaydi, ko'proq moliyaviy menejer sifatida qatnashishga moyilroq bo'lib, direktorlar kengashi ishida qatnashishga intilmaydilar va odatda o'zlari yirik paketga egalik qilgan kompaniyalar uchun mulkchilik huquqidan kelib chiqadigan mas'uliyatni o'z zimmlariga olishdan o'zlarini olib qochadilar.

Aksiyadorlik kapitalining maydalangani bir mulkdordan ikkinchisiga aksiyalarning o'tishini osonlashtiradi. Mayda aksiyador o'ziga qarashli aksiyalarni sotish haqida qarorni nisbatan oson qabul qilishi mumkin, aksincha yirik aksiyador uchun paketning sotilishi odatda strategik rejalarning o'zgarishidan dalolat berishi va sotiladigan aksiyalarning kurs qiymati tushib ketishi oqibatida (bozordagi taklifning ortib ketishi sababli) yo'qotishlarga olib kelishi mumkin.

Amerika qimmatli qog'ozlar bozorining yuqori samaraliligi va likvidligi bilan ajralib turishi mayda investorlar uchun paketlarni sotish ishini tez va texnik jihatdan oson amalga oshadigan qilib qo'yadi. Kompaniyalarning qo'shilishi, qo'shib olinishi, egallanib olinishi va sotib olinishlari amerika fond bozorining keng tarqalgan amaliyoti bo'lib, bu esa fond bozorini aksiyadorlar tomonidan menejerlar faoliyatini nazorat qilishning juda samarali va oson amalga oshirishga imkon beruvchi quroli qilib qo'yadi.

O'zbekiston Respublikasi hukumatining qaroriga asosan joriy qilinadi va mamlakatning iqtisodiy manfaatlarini himoya qilinishini ta'minlaydi.

"Oltin aksiya" qiymatga ega emas, boshqa shaxsga berilmaydi hamda arovga qo'yilmaydi, ustav fondi miqdorini belgilashda va dividendlarni hisoblashda inobatga olinmaydi.

"Oltin aksiya" ustav fondida davlat ulushi bo'lmagan yoki bu ulush yigirma besh foizdan oshmaydigan aksiyadorlik jamiyatlarida joriy etilishi

mumkin. Davlatning "oltin aksiya"dan foydalanish tartibi O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi tomonidan belgilanadi.

"Oltin aksiya" aksiyadorlik jamiyatining kuzatuv kengashi tarkibiga davlat vakilini (bundan buyon matnda davlat vakili deb yuritiladi) tayinlash vositasida realizatsiya qilinadi. Davlat vakili aksiyadorlarning umumiy yig'ilishida va kuzatuv kengashi majlislarida ushbu qonunning 65-moddasi birinchi qismining ikkinchi-to'rtinchi, ettinchi, sakkizinchi, o'n sakkizinchi, o'n to'qqizinchi xatboshilarida, shuningdek 82-moddasi birinchi qismining ettinchi, yigirma ikkinchi-yigirma to'rtinchi xatboshilarida ko'rsatilgan masalalar bo'yicha veto qo'yish huquqi bilan majburiy tartibda ishtirok etadi. Veto qo'yish ushbu qarorlar qabul qilingan kuni yozma shaklda amalga oshiriladi.

3. Biznes-jarayonlari ichki va tashqi muhitini tahlili

Biznes ochiq tizim hisoblanadi va doimo tashqi muhit bilan o'zaro munosabatda bo'lib keladi. Biznesning tashqi muhiti deganda, korxonaning faoliyat ko'rsatishiga ta'sir etuvchi barcha shartlar va tashqi muhit omillariga tushuniladi. Biznes ochiq tizim sifatida tashqi muhitdan resurslarni yetkazib berish, energiya, kadrlar va iste'molchilarga bog'liq bo'ladi. Biznesning tashqi muhiti quyidagi xususiyatlarga ega:

1. *Omillarning o'zaro bog'liqligi*: bitta omilning o'zgarishi boshqalarning o'zgarishiga olib keladi.
2. *Murakkabligi*: ko'plab omillarning o'zgarishiga ta'siri.
3. *Dinamikligi*: tashqi muhitning nisbatan o'zgarish tezligi.
4. *Noaniqlik*: muhit to'g'risida axborotning nisbiy miqdori va uning aniqligi to'g'risida ishonchlilik.

Biznesning tashqi muhiti tarkibini 2 ta guruh omillarga bo'lish mumkin: biznesga bevosita ta'sir va bilvosita ta'sir etuvchi²⁹

O'zgaruvchan makroiqtisodiy omillar

ICHKI	TASHQI
• inflyatsiya va ishsizlik darajasi; • kapital quyilmalar va YaMM dinamikasi; • kreditlarga bo'lgan imkoniyatlar; • soliqqa tortish darajasi	• tashqi savdo va to'lov balansining holati; • tovar va kapitalni olib kirish va chiqishning erkinlik darajasi; • valyuta kurslari; • jahon bozorlarining kon'yukturasi

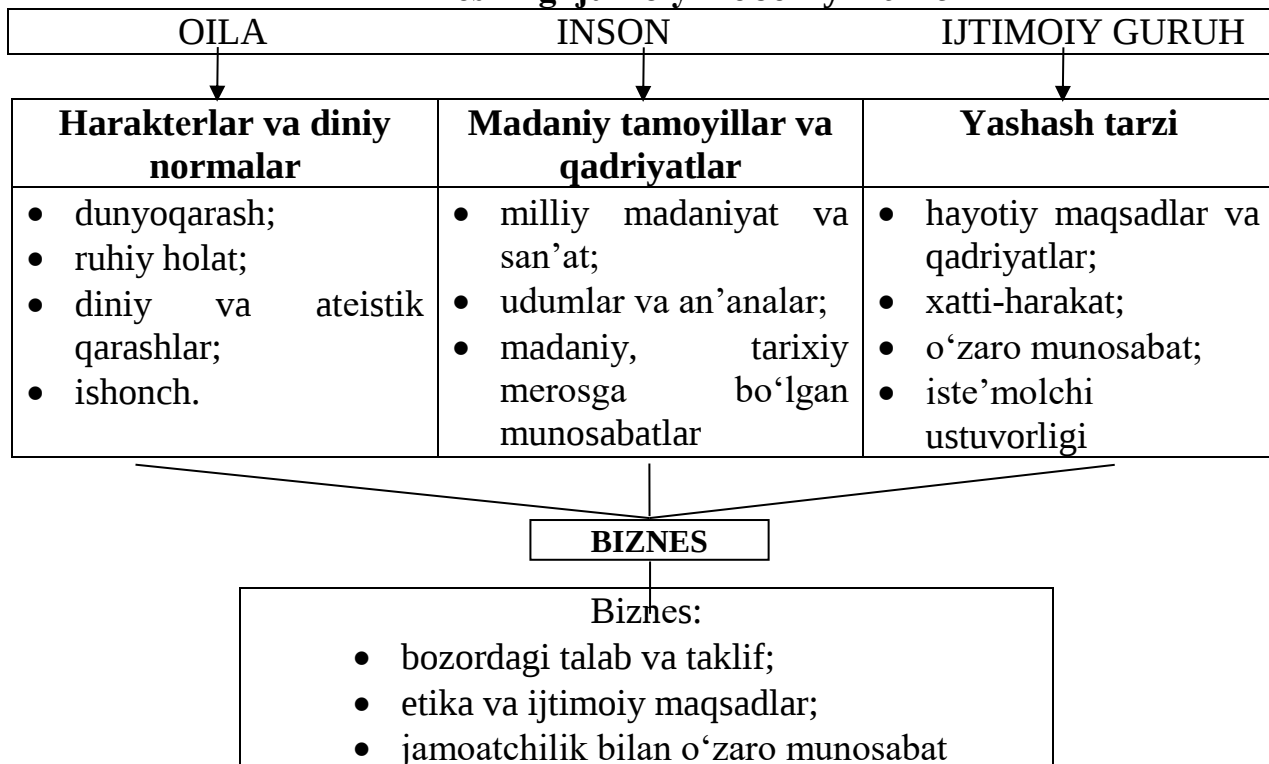
Biznesning siyosiy va huquqiy muhiti

Siyosiy va huquqiy muhit

²⁹ O'rmonov N., Quvnoqov H., Urinov B. "Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirish" fanidan O'quv uslubiy majmua. –T.: Iqtisodiyot, 2018. – 223 bet.

ichki va tashqi siyosat	konstitutsion va iqtisodiy huquq
SUBYEKTLAR	INSTRUMENTLAR
• qonun chiqaruvchi, ijro etuvchi va sud hokimiyati; • siyosiy partiyalar va jamoat tashkilotlari.	• qoidalar va qarorlar; • normalar va tartiblar; • dasturlar.
Hududiy va mahalliy	

Biznesning ijtimoiy-madaniy muhiti



5-MAVZU. KORPORATIV TUZILMALAR BIZNES-JARAYONLARI REINJINIRINGI

Reja:

1. Reinjiniringning mohiyati va zarurligi
2. Reinjiniring turlari
3. Reinjiniring o'tkazish bosqichlari
4. Korporativ tuzilmalarda biznes-jarayonlari reinjiniringini tashkil etish

1. Reinjiniringning mohiyati va zarurligi

Bozor munosabatlari sharoitida har bir korxona o'z faoliyatini, boshqaruv tizimini, mahsulot ishlab chiqarishni bozor talablari asosida qurishi lozim. Chunki, raqobat, bozor elementlarining o'zgarishi, iste'molchilarning talablari, texnologiyalardagi o'zgarishlar barcha turdagi korxonalarni dinamik yangilanib, mahsulot ishlab chiqarishda va menejmentda yangi usullarni tadbiq etishni talab etmoqda.

Rivojlangan mamlakatlarda korporatsiyalar va kompaniyalarni boshqarishda, mahsulot ishlab chiqarishni yaxshilashda, raqobatchilardan ortda qolib ketmaslik, bozordagi o'z o'rnini mustahkamlashda yangi yondashuvlardan foydalanilmoqda. Ushbu yondashuvlar "integratsion" xarakterga ega bo'lib, menejmentning asosiy tamoyillariga tayangan holda, zamonaviy axborot texnologiyalarini qo'llash asosida kompaniya va korporatsiyalarni samarali faoliyat yuritishlariga olib kelmoqda.

XX asrning 90-yillaridan boshlab, menejment va axborot texnologiyalari sohasidagi mutaxassislar o'rtasida biznes-jarayonlari reinjiningi (BJR) katta qiziqish uyg'otmoqda.

"Reinjining" atamasi muallifi M.Xammer biznes-jarayonlari reinjiningi paydo bo'lishini biznesda inhiolob sifatida qaraydi. Uning fikricha, bundan 200 yil avval A.Smit taklif etgan funksional boshqaruvdan chetga chiqib, biznes-jarayonlari reinjiningi – biznesni konstruktisyalash injenerlik faoliyatiga aylantiradi. Bunday inqilobning bo'lishi, birinchi navbatda axborot texnologiyalari sohasida erishilgan yutuqlar bilan asoslanadi.

M.Xammer va J.Champi o'z ishida "Reinjining – bu qiymat, sifat, servis va sur'atlar kabi kompaniya faoliyatining zamonaviy, hal qiluvchi ko'rsatkichlarini yaxshilashga keskin va sakrash yo'li bilan erishish uchun ishbilarmon jarayonlarni tubdan qayta loyio'lashtirish va fundamental qayta anglashdir"- deb ta'riflagan. Shu bilan birga reinjining zamonaviy kompaniyalarning jahon bozoridagi keskin raqobat kurashida "yashab qolish" usuli sifatida qaraladi.

Reinjiningning zarurligi zamonaviy biznesning yuqori dinamik rivojlanishi bilan bog'liqdir. Texnologiyalar, sotish bozorlari va mijozlar ehtiyojlaridagi uzluksiz va muhim o'zgarishlar oddiy hol bo'lib bormoqda, shuning uchun ham kompaniyalar o'zining raqobatbardoshligini saqlab qolishga intilib, korporativ strategiyasi va taktikalarini uzluksiz qayta qurishga majburlirlar.

Biznes-jarayonlari reinjiningining mohiyati, avvalo – bu korxonani tubdan qayta qurishdir. J. Morganning fikricha reinjining "kompaniyani mashinaga aylantiradi"¹.

Qoidaga ko'ra, biznes-jarayonlari reinjiningi loyihasi oldiga bir yoki qolgan barcha pirovard maqsadlarga erishish vazifasi quyiladi, ya'ni:

- 1) xizmat ko'rsatish darajasini ko'tarish;
- 2) jarayon siklining umumiy muddatini qisqartirish;
- 3) unumdorlikni oshirish;
- 4) kutish vaqtini qisqartirish;
- 5) faoliyatlarni amalga oshirish xarajatlarini qisqartirish;
- 6) tovar-moddiy zahiralarni saqlash xarajatlarini qisqartirish.

Biznes-jarayonlari reinjiningi boshqaruv (menejment) va informatika faoliyat sohalarining kesishgan joyida paydo bo'ldi.

Biznes-jarayonlari reinjiningining asosiy xususiyatlaridan biri bo'lib, reinjining funksiyaga emas, balki jarayonlarga yo'naltirilgan bo'ladi.

¹ Морган Ж. *Рейнжининг в компаниях*. –М.: Альпина Публицер, 2002. - 348 с.

Rossiyada ilk bor reinjiniring sohasi bo'yicha ilmiy ishlar muallifi E.G.Oyxmanning fikricha "Reinjiniring – bu eng yangi ishbilarmon maqsadlarga erishish uchun eng so'nggi axborot texnologiyalaridan foydalanishdir²".

Reinjiniring asosiga quyidagi asosiy tamoyillar qo'yilgan:

- bir necha ishchi proseduralar bittaga birlashtiriladi, ya'ni jarayonning gorizontal siqilishi yuz beradi (mavjud baholarga ko'ra, gorizontal siqish jarayonlarni bajarilishini taxminan 10 martaga jadallashtiradi);

- ijrochilar mustaqil qaror qabul qiladilar, ya'ni jarayonlarni faqat gorizontal emas, balki vertikal siqish ham amalga oshiriladi (xodimlarga katta vakolatlarni berish va ularning har birini rolini oshirish, ko'proq qaytim berish samarasiga ega bo'ladi);

- jarayon qadamlari tabiiy tartibda bajariladi;

- jarayonlar turli xil bajarish variantiga ega (u yoki bu variant aniq holatdan kelib chiqqan holda tanlanadi);

- ish shunday paytda bajariladiki (bo'linma, bo'lim), uning u yerda bajarilishi maqsadga muvofiq bo'ladi (ortiqcha integratsiya bartaraf qilinadi, bu esa jarayonning samaradorligini oshirishga olib keladi);

- tekshirishlar va boshqaruv ta'sirlari miqdori kamayadi;

- kontaktning tashqi nuqtalarini kamaytirish yo'li bilan kelishuvlar miqdori kamaytiriladi;

- kontaktning yagona nuqtasi vakolatli menejer tomonidan ta'minlanadi (jarayonlar juda murakkab bo'lgan holda).

Biznes-jarayonlari reinjiniringi – bu keskin raqobat kurashining oqibati bo'lib, korxona faoliyatini samaradorligi va unumdorligini oshirishning vositasi bo'lgan ko'p bilimlarni talab qiluvchi innovatsion texnologiyalarni tadbiq etishni talab qiladi.

Biznes injiniringi – bu kompaniya tomonidan o'z maqsadlariga mos ravishda biznesni loyihalash uchun foydalaniladigan yondashuvlar va usullar to'plamidir.

Biznes injiniringi kompaniyaning berilgan maqsadlarini qondiruvchi, biznesni loyihalashtirish uchun foydalaniladigan uslublar yig'indisi hisoblanadi. Ushbu uslublar o'z ichiga quyidagilarni oladi:

- 1) biznesni loyihalashtirish uchun qadamli protseduralar;

- 2) biznesni loyihalashtirishni tasniflovchi belgilashlar tizimi;

- 3) aniqlangan maqsadlarga loyihalashtirilgan biznesning mos kelish darajasini o'lchashga imkon beruvchi evristik va pragmatik yechimlar.

Shunday qilib, biznes injiniringi raqobatchilik asosida tijorat tadbirkorligini tashkil etishga yo'naltirilgan faqat injiniring kompaniyani tashkil etishga injenerlik faoliyati sifatida qarashni nazarda tutadi.

2. Reinjiniring turlari

² Ойхман Е.Г., Попов Э.В. *Рейнжиниринг бизнеса*. -М.: Финансы и статистика, 1997. - 427 с.

Reinjiniring – bu korxonadagi murakkab jarayonlarni turli grafiklar, diagrammalar, jadvallar shaklida aks ettirilishidir.

Umuman korxonalarda reinjiniringni o‘tkazishning 2 xil turi mavjud:

1. Inqirozli reinjiniring.

2. Rivojlanish reinjiniringi.

Inqirozli reinjiniringni (biznes-jarayonini qayta loyihalash va reinjiniringi) korxonaning ishlari yomon ahvolga kelib qolganda va yechilishi tezda lozim bo‘lgan murakkab muammolarni hal qilishda kompleks chora-tadbirlar ishlab chiqish orqali qo‘llaniladi.

Rivojlanish reinjiniringida (biznes-jarayonlarini takomillashtirish) korxonaning rivojlanish dinamikasi yomonlashganda, ba’zi bir iqtisodiy ko‘rsatkichlari bo‘yicha raqobatchilardan ortda qolayotgan paytda qo‘llaniladi.

Reinjiniring masalalariga bag‘ishlangan ko‘plab adabiyotlarda korxonalarda o‘tkaziladigan rivojlanish reinjiniringi ayrim jarayonlarda sezilarli natijalarga olib kelishi mumkin. Lekin bu faqat mavjud biznesning “o‘sish” ko‘rsatkichlariga ta’sir ko‘rsatadi. Bunday takomillashish korxona unumdorligini oshirishga va talab qilinadigan resurslarni tejash maqsadida kam qiymatli qo‘shimcha faoliyat turlaridan voz kechish, bo‘linmalarni birlashtirish, xodimlar vakolatlarini kengaytirish orqali amalga oshiriladi.

Korxonalarda faoliyatlarni oddiy takomillashtirishga qarama-qarshi holda reinjiniring tub o‘zgarishlarni amalga oshirishni ko‘zda tutadi. Bu korxonaning butun biznes-jarayonlarini hamda yetkazib beruvchilar va iste’molchilar o‘rtasidagi o‘zaro munosabatlarni tubdan o‘zgartirish zarurligini anglatadi. Korxonalarni bunday qayta tarkiblashtirish mavjud kamchiliklarni, personal, jarayonlar, axborotlar va texnologiyalardagi yashirin, foydalanilmayotgan imkoniyatlarni chuqur va har tomonlama tadqiq qilishdan hamda yangi usullarning o‘zaro harakat samaradorligini qayta o‘ylab ko‘rgandan keyin amalga oshiriladi.

Shunday qilib, ayrim biznes-jarayonlarini amalga oshirish tezligiga va sifatiga avval ketma-ket bajarilayotgan ishlarni parallel bajarish orqali erishish mumkin.

Ko‘pchilik korxonalarning faoliyatini ta’minlash uchun 3 tadan 10 tagacha asosiy biznes-jarayonlari yetarli hisoblanadi. Odatda biznes-jarayonlarining quyidagi 3 turini ajratish mumkin: strategiyani ishlab chiqish, yangi tovarni ishlab chiqarish, buyurtmalarni bajarish.

Reinjiniring dasturining ko‘lami korxonada qancha biznes-jarayonlarini qamrab olinganligiga bog‘liq bo‘ladi.

Biznes-jarayonlarini qayta loyihalash va reinjiniringi korxonaga yetkazib beruvchilar va buyurtmachilar o‘rtasidagi o‘zaro mustahkam bog‘liqliklarni yaratish imkonini beradi.

Reinjiniring jarayoni ikkita asosiy tushuncha: “korxonaning kelgusidagi obrazi” va “biznes modeli” ga asoslanadi.

Korxonaning kelgusidagi obrazi – bu orginalning soddalashtirilgan obrazi bo‘lib, u korxonaning asosiy qirralarini aks ettiradi va ikkinchi darajali ishlarni hisobga olmaydi.

Biznes modeli – bu korxonaning ishbilarmon muhitida o‘zaro ta’sir qiluvchi asosiy xo‘jalik jarayonlarining aks ettirilishidir. Modellar maxsus kompyuter dasturlari yordamida tuziladi va hisob-kitob qilinadi. Biznes modellari har bir asosiy ishbilarmon jarayonlar xarakteristikalarini aniqlashga va ularni qayta qurish – reinjinirig o‘tkazish zarurligiga imkon beradi.

Shunday qilib, reinjiniring obyekti bo‘lib, korxonadagi vazifalar emas, balki jarayonlar hisoblanadi. Korxonalar o‘zining sotish yoki ishlab chiqarish bo‘limlarini emas, balki ushbu bo‘limlar personalni bajarayotgan ishlarni reinjiniringini o‘tkazadilar.

3. Reinjiniring o‘tkazish bosqichlari

Korxonalarda reinjiniringning o‘tkazilishi zarurligini hisobga olib, ma’lum tayyorgarlik ishlari olib boriladi. Reinjiniringni o‘tkazishning asosiy bosqichlari quyidagilar:

I. Korxonaning kelgusidagi obrazi shakllantiriladi. Korxonaning kelgusidagi obrazi uning strategiyasini ishlab chiqish, asosiy yo‘nalishlar va ularga erishish usullari doirasida amalga oshiriladi.

II. Korxonaning real yoki mavjud biznesining modeli yaratiladi. Bu yerda korxonaning o‘z maqsadlarini amalga oshiruvchi ishlar, harakatlar tizimi tiklanadi. Korxonaning asosiy operatsiyalarini amalga oshirish bo‘yicha hujjatlar juda batafsil yoritiladi va ularning samaradorligi baholanadi.

III. Yangi biznesning modeli ishlab chiqiladi. Bevosita reinjiniring orqali joriy biznesni qayta loyihalashtirish amalga oshiriladi.

Yangilangan biznesning modelini yaratish uchun quyidagi harakatlar amalga oshiriladi:

1) Tanlangan xo‘jalik jarayonlari qaytadan loyihalashtiriladi. Eng samarali ishchi proseduralar yaratiladi (biznes-jarayonlarini tashkil etuvchi vazifalar). Ularni qo‘llash texnologiyalari (shu jumladan, axborot texnologiyalari) va usullari aniqlanadi.

2) Personalning yangi funksiyalari (vazifalari) shakllantiriladi. Mansab yo‘riqnomalari qayta tuzib chiqiladi, mehnatga undashning yangi, optimal tizimi aniqlanadi, ishchi jamoalar tashkil etiladi, mutaxassislarni tayyorlash va qayta tayyorlash dasturlari ishlab chiqiladi.

3) Reinjiniringni amalga oshirish uchun zarur axborot tizimlari yaratiladi: texnik vositalar va dasturiy ta’minot aniqlanadi, biznesning maxsus axborot tizimi shakllantiriladi. Reinjiniring uchun zarur axborot ta’minoti darajasi – reinjiniring loyihasining har bir a’zosi, har bir ish joyidagi zarur axborotlarga hech qanday to‘siqsiz ega bo‘lishini ko‘zda tutadi.

4) Yangi modelni tekshirishdan o‘tkazish, uni chegaralangan ko‘lamda (korxonaning ayrim bo‘linmalari doirasida) tadbiq etib ko‘rish.

IV. Biznesning yangi modelini korxonaning butun xo‘jalik faoliyatiga tadbiq etish.

Yuqorida ko‘rib o‘tilgan reinjiniring bosqichlari har bir korxonaning xususiyatlaridan kelib chiqqan holda amalga oshiriladi. Korxonada reinjiniringni samarali tashkil etishda yuqori boshqaruv sohasi xodimlari har tomondan tayyor

bo'lishlari va reinjiniring o'tkazuvchi jamoalarga o'z vaqtida, aniq axborotlarni taqdim etishlari zarur.

Korxonada biznes-jarayonlari reinjiniringi o'tkazilgandan so'ng, uning faoliyati barcha ko'rsatkichlari optimallasadi va pirovard maqsadga erishiladi.

4. Korporativ tuzilmalarda biznes-jarayonlari reinjiniringini tashkil etish

Biznes-jarayonlari reinjiniringi (BJR) ilg'or axborot texnologiyalaridan foydalanib, biznes-jarayonlarini amalga oshirish konsepsiyasini ishlab chiquvchi mutaxassislar jamoasini ijodiy faoliyatini ifodalaydi. BJR jarayonida yechiladigan innovatsion xarakterdagi masalalar korxona faoliyati samaradorligini keskin oshishini ta'minlaydi, injenering bo'yicha mutaxassislarning ishtirokidagi yangi tashkiliy formalarni ishlab chiqishni shart qilib qo'yadi.

BJR amalga oshiruvchi loyihada ishtirok etuvchi jamoalarga quyidagi talablar qo'yiladi:

- Biror boshqaruv rahbari (loyiha yetakchisi) boshchiligida BJR loyihasini nazorat qilish va qo'llab-quvvatlash uchun boshqarish qo'mitasi tashkil etiladi. Yuqori boshqaruv bo'g'inidan vakillarning yoki loyiha yetakchilarning biznes-jarayonlari barcha bosqichlarida ishtirok etishi shart, chunki ular BJR bo'yicha qarorlarni ishlab chiqish va amalga oshirishda javobgar hisoblanadilar;

- qayta loyhalanuvchi biznes-jarayonlari mohiyatini aniqlash bo'yicha foydalanuvchilar (biznes-jarayonlar egalari) va reinjiniring guruhi (jamoasi)ning birgalikda faoliyat olib borishi;

- malakali, o'qitilgan, yaxshi boshqariladigan jamoalarni shakllantirish. Chetdan taklif etiladigan maslahatchilarni test asosida reinjiniring guruhiga kiritish;

- barcha bo'linmalar biznes-jarayonlarida ishtirok etuvchi vakillarini reinjiniring guruhi ishtirokchilari tarkibiga kiritish;

- BJR davrida reinjiniring guruhi ishtirokchilarini asosiy ishdan to'liq yoki jalb qilish;

- tuzilgan loyihani bajarilishi va amalga oshirilishini reinjiniring guruhi tomonidan nazorat qilish;

- loyihani amalga oshirish uslubiyatini tanlash va unga rioya qilish;

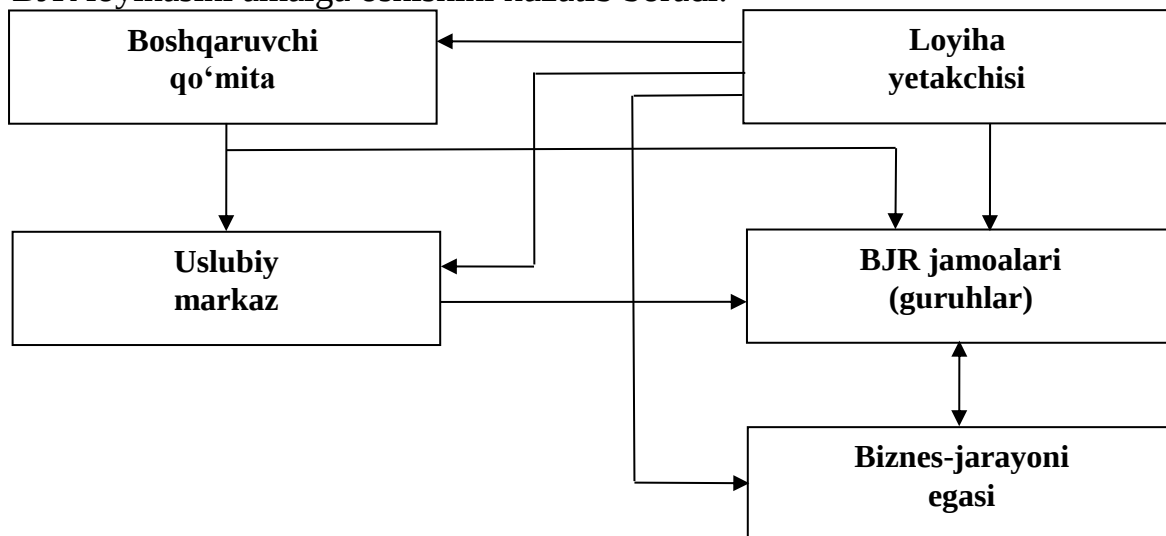
- loyiha maqsadi, resurslar, chegaralar va yutuqlarni aniqlovchi aniq hujjatlarni yaratish (texnik-iqtisodiy asoslash va texnik masalalar). Boshqaruv qo'mitachi tomonidan biznes-jarayonlari ishi rivojlantiriladi va uzluksiz nazorat etib boriladi.

Yuqorida keltirilgan talablarga mos ravishda biznes-jarayonlari reinjiniringi loyihasi tashkiliy tuzilishi quyidagi 1-rasmda keltirilgan.

Boshqaruvchi qo'mita reinjiniring o'tkazish uchun korxonaga resurslar ajratadi va ishlar ishlab chiqilgan reja-grafikka mos ravishda birga bosqichlarning bajarilishini nazorat qiladi. Shunday qilib, boshqaruvchi qo'mita – loyiha yetakchisi boshqaradigan nazorat-taqsimot organidir.

Boshqaruv qo‘mitasi loyihasi tashqi boshqarishni amalga oshiradi:

- Qayta tashkil etiluvchi biznes-jarayonlar sohasini aniqlaydi;
- BJR maqsadlarini strategik maqsadlar bilan bog‘laydi;
- BJR uchun resurslar ajratadi;
- loyiha yetakchisini tayinlaydi;
- BJR loyihasini korxona rivojlanish dastur bilan birlashuvini ta’minlaydi;
- korxona aksiyadorlari va mijozlariga o‘tkazilayotgan o‘zgarishlar to‘g‘risida axborot beradi;
- takliflar, loyiha hujjatlarini tasdiqlaydi;
- BJR loyihasini amalga oshishini kuzatib boradi.



1-rasm. BJR loyihasining tashkiliy tuzilishi¹

Loyiha yetakchisi – bu biznes-jarayonlari reinjiningini barcha bosqichlarda boshqarish vakolatlariga ega bo‘lgan yuqori boshqaruv bo‘g‘inining menejeri bo‘lib, BJR o‘tkazishda shaxsan javobgardir. loyiha yetakchisi reinjining masalalarini, ularning murakkab va ko‘p mehnat talab qilishini to‘liq holda anglab yetadi; ko‘p hollarda uning tirishqoqligi va qobiliyatiga qarab BJR loyihasi muvaffaqiyali amalga oshadi.

Loyiha yetakchisiga quyiladigan muhim talablar bo‘lib quyidagilar hisoblanadi: korxonada biznes tashkil etishni aniq bilishi, barcha qayta tashkil etiluvchi biznes-jarayonlari modellarini birlashtira olishi lozim. Shuning uchun ham loyiha yetakchisi bo‘lib, moliya bo‘limi, reja-iqtisod boshqarmasi, logistika xizmati boshliqlari bo‘lishi mumkin, ya’ni undan barcha asosiy moddiy va moliyaviy oqimlar o‘tuvchi bo‘lishi kerak. Boshqa tomondan, loyiha yetakchisi BJR o‘tkazish ishlarida korxona ishchilarini ham jalb etish qobiliyatiga ega bo‘lishi kerak.

BJR yetakchisi vazifalariga boshqaruv qo‘mitasi talablariga mos ravishda BJR jamoalari ishini koordinatsiyalash ham kiradi, ya’ni:

- Reinjiningning barcha bosqichlarida shaxsan qatnashishi va qo‘llab-quvvatlashi, istalgan vaqtda qaror qabul qilish qobiliyati;

¹ Ойхман Е.Г., Попов Э.В. *Рейнжиниринг бизнеса*. -М.: Финансы и статистика, 1997. - 427 с.

- resurslarni olish va taqsimlash;
- reinjiniring jamoalari va jarayonlar egalari o'rtasidagi ziddiyatlar va tushunmovchiliklarni bartaraf etish;
- ichki va tashqi kreditorlar bilan bo'ladigan o'zaro harakatlarni boshqarish;
- yangi jarayonlarga mos holda korxona tashkiliy tuzilmasidagi jiddiy o'zgarishlarni boshqarish, personalni o'qitish.

Loyiha yetakchisi ishining asosiy usullari quyidagi tadbirlarni bajarishga olib keladi:

- Korxona ishchilari jamoasi bilan reinjiniring masalasi qo'yilgan yig'ilish o'tkazish; BJRda xodimlarning ishtiroki va roli tushuntiriladi;
- kadrlarni tanlash va ishini nazorat qilish (jarayon egasi, reinjiniring guruhi, uslubiy markaz);
- BJRni amalga oshirish jarayonida muvofiqlashtiruvchi yig'ilishlar o'tkazish;
- boshqaruv qumitasida BJR ishlarini rejalashtirishi, nazorat qilish va qabul qilish bo'yicha yig'ilishlarida qatnashish.

Biznes-jarayonlari egalari – bu jarayonlarning bo'lg'usi administratorlari bo'lib, loyiha doirasi reinjiniring boshlanishida har bir biznes-jarayonlarini barcha zarur resurslar bilan ta'minlaydi odatda loyiha yetakchisi biznes-jarayonlari egalarini funksional bo'limlar boshliqlaridan tayinlaydi.

Reinjiniring guruhi va korxonada faoliyati davom ettirayotgan bo'linmalar jamoasi o'rtasidagi vositachilik biznes-jarayoni egasining roli hisoblanadi.

Xususan, biznes-jarayoni egasi reinjiniring guruhi a'zolarini korxona faoliyati to'g'risidagi barcha zarur axborotlar bilan ta'minlaydi va qo'l ostidagi ishchilariga ishlash texnologiyasini o'zgarish mohiyatini tushuntiradi.

BJR jamoasi (loyiha guruhi) jarayonlarini kichik jarayonlarga bo'ladi, ularning alternativlarini yaratadi, samaradorlik ko'rsatkichlarini aniqlaydi, jarayonni amalga oshirish rejasini ishlab chiqadi. BJR jamoasi tarkibiga yangi jarayon egalari, mol yetkazib beruvchilar, maslahatchilar, vakillar kiritilishi mumkin. Jamoa a'zolari 50% dan ortiq vaqtini BJRga bag'ishlashlari shart.

BJR jamoasi loyiha ishlab chiqadilar va biznes-jarayonlari reinjiniringini bajaradilar. BJR jamoasi tarkibiga insayderlar biznes-jarayonlarida ishtirok etuvchi tarkibiy bo'linmalar va korxona ishchilari hamda autsayderlar - umumtizim bo'linmalari ishchilari, masalan, axborot texnologiyalari, rejalashtirish, logistika yoki tashqi maslahatchilar kiradi. Reinjiniring guruhi a'zolaridan boshliq tanlanadi va u loyiha ishlarini bajarilishini muvofiqlashtiradi.

Reinjiniring jamoasida 7-10 kishi bo'lishi va insayder hamda autsayderlarning nisbati 3:1 bo'lishi tavsiya etiladi.

BJR guruhining asosiy ishlash uslubi bo'lib, takliflarni generatsiyalash va ularni tanqidiy muhokama qilib, jamoaviy loyiha yechimini ishlab chiqishdan iborat.

BJR loyihasini amalga oshirish paytida, xususan axborot tizimini yaratishda BJR jamoasi ishlarni bajarilishini axborot tizimini yaratuvchilar tomonidan nazorat qiladi va o'zlariga tizim buyurtmachisi funksiyasini oladilar.

Tizimni korxonada qo'llash paytida BJR jamoasi axborot tizimini tekshiruvdan o'tkazish funksiyasini va jarayonli guruhlar a'zolarini yangi sharoitlarda ishlashni o'rgatish funksiyasini bajaradi.

Uslubiy markaz ko'plab BJR jamoasi ishini muvofiqlashtiradi va ularni zarur uslublar, instrumentlar, yechimlar bilan ta'minlaydi hamda, odatda korxona umumtizim bo'linmalari (axborot texnologiyalari, rejalashtirish va kontrolling bo'limlari) vakillari tomonidan yoki konsalting firma vakillari tomonidan shakllantiriladi.

Uslubiy markaz ishining asosiy usuli bo'lib loyihani ishlab chiqish paytida qayta tashkil etilayotgan Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashirish asosida samaradorligini tahlil etish va loyihani qo'llash vaqtida faoliyat ko'rsatayotgan axborot tizimidan olinadigan statistik ma'lumotlarni o'rganish hisoblanadi.

Qayta tashkil etilayotgan biznes-jarayonlaridagi barcha qarama-qarshiliklar BJR jamoasi va jarayon egalari darajasidagi muvofiqlashtiruvchi yig'ilishlarda bartaraf etiladi. Uslubiy markaz BJR jamoasini loyihalashtirishning usullari va instrumental vositalariga o'qitishni amalga oshiradi.

Shunday qilib, BJR muvaffaqiyatining asosiy shartlari bo'lib quyidagilar hisoblanadi:

- Korxona rahbariyati tomonidan BJR loyihani vazifalarini boshidan oxirigacha to'g'ri tushunib olishlari;
- korxona xodimlarini o'sishga, faoliyatni kengaytirishga, vakolatlarini ko'paytirishga va ularning mehnatini ijodiy xarakterda ekanligiga rag'batlantirishni ta'minlash;
- korxona faoliyatini boshqarishni yaxshi yo'lga qo'yilganligini;
- BJRni o'tkazishda ilmiy asoslangan uslubiy asosning mavjudligi, korxonani qayta tashkil etishda konsalting tashkilotlari va zamonaviy axborot texnologiyalari orqali jamlangan tajribadan foydalanish.

6-MAVZU. KORPORATIV TUZILMALARNING MIKRO VA MAKRO DARAJADAGI BIZNES-JARAYONLAR

Reja:

- 1. Korporativ tuzilmalar biznes-jarayonlarida marketingning mohiyati**
- 2. Korporativ tuzilmalar biznes-jarayonlarida marketingning asosiy tamoyillari**
- 3. Mikro darajada marketing tadqiqotlarini tashkil etish**
- 4. Korporativ tuzilmalarda marketing faoliyatini rivojlantirish**

1. Biznes-jarayonlarida marketingning mohiyati

Korporativ tuzilmalarda biznes-jarayonlarini tahlil qilish, rivojlantirish va strategiyalarini belgilashda marketingning ahamiyati tobora ortib bormoqda.

Chunki, marketing orqali bozor konyunkturasi, iste'molchilarning ehtiyojlari o'rganiladi va tahlil qilinadi.

Marketing – bu muhtojlikni va ehtiyojni ayirboshlash orqali qondirishga qaratilgan inson faoliyatining turidir.

Marketing vujudga kelishini asosiy sabablaridan biri, bu korxonalarda biznes-jarayonlarining murakkablashuvi – ishlab chiqarishni ko'lami va hajmini ortib borishi, yangi tarmoqlarni vujudga kelishi, tovar turlarini ko'payishi va tadbirkorlar o'rtasida mahsulotni sotish muammosini vujudga kelishidir.

Marketing – firmaning uzoq muddatli, yuqori darajali foyda olishi niyatida faqat iste'molchiga qaratilgan maqsadli ishlab chiqarish va sotish faoliyati hisoblanadi. Marketingning asosiy obyektlari bo'lib bozor, tovar, xizmat, baho, tovar harakati, reklama, sotish, uni rag'batlantirish hisoblanadi.

Marketingning asosiy subyektlari esa quyidagilardan iborat: ishlab chiqaruvchi yoki xizmat ko'rsatuvchi tashkilotlar, iste'molchi tashkilotlar, ulgurji savdo, chakana savdo, pirovard iste'molchi, marketing bo'yicha mutaxassislar.

2.Korporativ tuzilmalar biznes-jarayonlarida marketingning asosiy tamoyillari

Marketingning hozirgi davrdagi asosiy tamoyillari quyidagilardan iborat:

- 1.Bozorni o'rganish va iqtisodiy konyunktura.
- 2.Bozor segmentatsiyasi.
- 3.Ishlab chiqarishni tezkorlik harakati.
- 4.Innovatsiya.
- 5.Rejalashtirish.

Bu tamoyillarni birma-bir ko'rib chiqadigan bo'lsak, bozorni chuqur va har tomonlama o'rganish bozor ehtiyojlarini, bozor muhitining past-balandlarini har taraflama tadbirkorni bozor holatini o'rganishni ko'zda tutadi.

Narx siyosati, bozor sig'imi, tovarlarning iste'mol xususiyatlari, savdoni tashkil qilish, sotish kanallari, talabni shakllantirish va sotishni rag'batlantirishni tahlil qilish kerak bo'ladi.

Segmentlash harakatning samaradorligi va maqsadga qaratilganligini oshiradi, keladigan bozor segmenti, iste'molchilarning aniq guruhini aniqlash kerak. Ishlab chiqarish va sotishning faol va salohiyatli ehtiyoj talabiga epcchillik bilan javob berish korxona ishlab chiqarish-sotish faoliyatini bozor holati va aniq iste'molchilar ehtiyojlariga bog'liq holda boshqarishning jadalligi va moslashuvini ko'zda tutadi.

Yangilik kiritish - zamonaviylashtirilib, yangilangan tovarning doimiy takomillashuvi yangi tovarlar, yangi texnologiyani yaratish va ilmiy-tadqiqot va konstruktorlik ishlarida yangiliklar kiritishni ko'zda tutadi.

Rejalashtirish – moslashish tamoyilining mantiqiy davomi va qo'shimchasi bo'ladi. Bu tamoyil bozor va prognozlarni ishlab chiqishga asoslangan marketingning ishlab chiqarish-sotish dasturlarini ko'zda tutadi.

Marketing asosida bozorni har tomonlama o'rganish yo'nalishlarining asosiylaridan quyidagilarni ko'rsatib o'tish zarur:

- a) talabni o'rganish;
- b) bozor tarkibini o'rganish;
- v) tovarni o'rganish;
- g) raqobat sharoitlarini tadqiq etish;
- d) sotish shakli va uslublarini tadqiq etish.

Bozor talabi o'zgaruvchan xususiyatga ega bo'lganligi uchun, unga demografik, umumiy iqtisodiy, ijtimoiy, madaniy, psixologik va boshqa omillar ta'sirini hisobga olgan holda, bozorda aholining soni, jinsi, yoshi, daromadi, mahsulot sifati va narxigacha tahlil qiladi.

Har qanday firma iqtisodiyotda samarali harakat qilishi, o'zining oldiga qo'ygan maqsadlariga erishishi, biznes-jarayonlarini optimallashtirish uchun o'zi marketing strategiyasini tanlab olishi lozim.

Marketing strategiyasi deganda, korxonaning imkoniyatlarini bozor talabiga muvofiqlashtirib borish tushuniladi. Marketing strategiyasi bozorni tadqiq qilish va istiqbolni belgilash, talab va iste'molchilarni hamda raqobatchilarni o'rganish asosida ishlab chiqiladi.

Bozorni o'rganish, bilish va ishlab chiqarishni boshqarish bugungi kunga kelib, har bir tadbirkorning eng asosiy vazifalaridan biri bo'lib qolmoqda.

Mamlakatimiz bozor iqtisodiyotiga o'tish munosabati bilan tadbirkorlikka keng yo'l ochib berilganligi, yurtimizda faoliyat ko'rsatayotgan ko'plab firma va korxonalar uchun ishlab chiqarishni boshqarish, mahsulotni sotish yo'llarini, maqsad va vazifalarini marketing asosida tahlil etishi uchun sharoitlar yaratildi.

3. Mikro darajada marketing tadqiqotlarini tashkil etish

Zamonaviy bozor sharoitida muvaffaqiyatga erishish, fan-texnika taraqqiyoti natijasida firmaning ishlab chiqarish, moliyaviy va texnologik salohiyati bilan emas, balki marketing tadqiqotlari o'tkazishdagi faollik, tashabbuskorlik va tajribasi bilan aniqlanadi, degan fikr-mulohazalar hukm surmoqda. Buni tasdiqlovchi haqiqat shuki, keyingi 10-15 yilda marketing tadqiqotlari zamonaviy biznes tizimi va biznes-jarayonlarining katta mustaqil sohasiga aylanib ketdi.

Ma'lumotlarga ko'ra 50 foizdan ko'p amerikalik, 86 foiz yevropalik va 60 foiz yaponiyalik biznesmenlar, firma va kompaniyalarida marketing tadqiqotlarini o'z kuchlari bilan olib bordilar. Qolganlari esa maxsus marketing tadqiqotlari olib boruvchi muassasalarga murojaat qilishadi. Hozir marketing tadqiqotlari bilan juda ko'p ilmiy-tekshirish byurolari, firmalari, agentliklari, universitetlar, davlat muassasalari shug'ullanmoqda. Masalan, G'arbiy Germaniyada 120 dan ko'proq 3 ming kishilik ilmiy xodimlari bo'lgan tashkilotlar marketing tadqiqoti olib bormoqda. Fransiyada bunday muassasalar 100, Angliyada 200, AQSHda 800 dan ko'proq bo'lib, ular bir yilda 1 mlrd. dollar atrofida mablag' aylantiradi.

Marketing tadqiqotlariga shunday qiziqishning asl ma'nosi - bozorda raqobat shaklining o'zgarib borishi va aholi talabiga ilmiy-texnik yutuqlarning katta ta'sir o'tkazishidir. "Baholar urushi" deb atalgan raqobat uslublari o'rnini

mahsulotning tayyorlanish sifati, assortimentining tez o'zgarishi, sotishdan keyingi servis va texnik xizmat ko'rsatishlar egallamoqda.

Bozorni segmentlarga ajratish - uning iste'molchilarini maxsus guruhlash demakdir.

Marketing amaliyotida bozorni segmentlarga bo'lishda uch xil yondashish ishlab chiqilgan.

Birinchidan - ommaviy bozor. Korxona unga kirishda, keng xaridorlar ommasiga qaratilgan bir xil marketing dasturlariga ega bo'ladi.

Ikkinchidan - segmentlashgan bozor. Korxona unda, asosiy e'tiborini alohida belgilariga ega bo'lgan bir xil segmentlarga qaratadi. Ana shu segment uchun maxsus dastur ishlatiladi.

Uchinchidan - ko'pchilik ko'rsatkichlari bilan tabaqalashgan bozor. Bunda o'z xususiyatlari bilan farqlanadigan bir yoki ikki xil segmentga alohida ishlab chiqiladi. Bozor segmentlari doimiy emas. Har doim korxona o'zining imkoniyatlari va maqsadlariga mos holda bozorni quyidagi segmentlarga bo'lish mumkin. Masalan, iste'mol tovarlari bozorida quyidagi segmentlar mavjud:

- xaridorlar segmentlari (iste'molchilar, ularning talablari, xatti-harakatlari va boshqa belgilar);

- tovarlar segmentlari (ommaviy va arzon, qiymat va maxsus kundalik, yangi va h.k.);

- savdo segmentlari (tovar harakati, sotish usullari va boshqalar);

- geografik segmentlar (iqtisodiy rivojlanish darajasi bo'yicha tuman, shahar, viloyatlar) aholi soniga va joylashishiga qarab bo'linadi.

Amaliyotda albatta bozorni yuqoridagi va boshqa belgilariga qarab segmentlanadi. Ammo, hamma vaqtda segmentlar orasida tafovut ajralib turishi, aksincha haridorlarda esa o'xshashlik bo'lishi shart. Korxona o'zi tanlagan segmentlari xususiyatlarini va talablarini o'lchay olishi va ularga chiqish yo'llarini egallashi lozim. Segmentlar keraklixa keng hajmli va kelajagi porloq bo'lishi kerak.

Iste'molchilar sifatida, bozorda ishlab chiqaruvchilar, ulgurji va chakana savdo, davlat va boshqa notijorat muassasalari qatnashishlari mumkin. Iste'molchilarning asosiylari - tovarlar va xizmatlarning shaxsiy va oilaviy ehtiyojlarini qondirish uchun harid qiluvchi kishilardir.

Marketingda tadqiqotlar o'tkazish va segmentlashning asosiy maqsadi ana shu iste'molchilarning bozordagi xatti-harakatlarini chuqur o'rganib, ularning obrazini (modelini) yaratish va kelajakdagi ehtiyojlarini (talab) tasavvur qilishdan iborat. Marketing konsepsiyasi (tamoyili) ga asosan, har qanday korxona, bozorda muvaffaqiyatga erishish uchun eng avvalo iste'molchilar tilak-istaklarini nazarda tutish kerak.

Marketing nazariyasi va amaliyoti iste'molchilar talablarini o'rganishda, ularning ijtimoiy-iqtisodiy va demografik tavsiflariga ko'ra (daromad, yashash joyi va sharoiti, oila tarkibi, jinsi, yoshi, mashg'uloti va boshqalar) darajalab turlarga bo'lish uslubini ishlab chiqqan. Shu bilan birga iste'molchilar xatti-harakatini psixografika asosida tahlil qilinishi (qiziqishlari - xobbi, yangiliklarga progressiv va konservativ qarashlari, hayotiy mujizalar to'g'risidagi fikrlari va

boshqalar) orqali, ularni empirik turlarga ajratish keng rivojlanmoqda. Natijada iste'molchilar, ijtimoiy-iqtisodiy va demografik o'xshashlariga qarab "Modani kuruvchilar", "programmachilar", "nafosatshunoslar", "texnikasevarlar" va boshqalarga bo'linadi.

Bozorlarni segmentlashda uslubiy va axborot to'plash hamda turlarga bo'lish asosi bo'lib panelli o'rganish hisoblanadi. Iste'molchilar panelli - oldindan tayyorlangan dastur asosida doimo kuzatib boriladigan tanlama iste'molchilar guruhi (oilalar) yoki qishloq, mahalla, ovul, tuman va shahar bo'lishi mumkin.

Iqtisodiyoti rivojlangan mamlakatlarda iste'molchilarning madaniy saviyasi yuqorilashib borgan sari, ularning o'z huquqlarini bozorda himoya qilishlari uchun kurash ham kuchayib bormoqda. **"Konsyumerizm"** deb ataluvchi ana shunday ittifoqlar 60-yillarda vujudga keldi. Ular bozorda paydo bo'lib qolayotgan, tekshirilmagan dorilar, sabzavot, poliz ekinlari va hokazolarga qarshi kurashmoqdalar. Hozir iste'molchilar huquqini himoyalash kurashi keng rivojlangan. Ularning talablari bilan iste'molchilarga atalgan jurnallar, reklama, maslahatlar, tovarlarni ekspertiza qilish va sifatsiz mahsulot ishlab chiqaruvchilarni javobgar qilishgacha bo'lgan tadbirlar amalga oshirilmoqda.

4. Korporativ tuzilmalarda marketing faoliyatini rivojlantirish

Marketingni tashkil etish deganda uning vazifalarini bajaruvchi tarkibiy bo'linmalarining tuzilishi va ularning o'zaro mas'uliyatlarini hamda bog'liqliklarini ifodalovchi tizimni yaratish tushuniladi. Bunday tizim oddiy firmadan tortib bozorda ishtirok etayotgan barcha subyektlar, davlat yoki nodavlat, tijorat yoki notijorat, tuman, shahar, viloyat va respublika miqyosida faoliyat ko'rsatayotgan muassasa va tashkilotlarda tuzilgan marketing xizmatlarini o'z ichiga oladi.

Marketing xizmati vazifalari uning o'ziga xos tamoyillari asosida kelib chiqadi. Bunga quyidagilar kiradi:

- korxonalarda ishlab chiqarilgan mahsulotlar va bozor haqidagi axborotlarni to'plash va tahlil qilish;
- korxonaning mahsulot ishlab chiqarish savdo va xo'jalik faoliyatini reklama qilish, moliyaviy va boshqa jihatlari bo'yicha manfaatlarga mos qaror qabul qilish uchun zarur hisob-kitob ko'rsatkichlarini tayyorlash; talab shakllanishini faollashtirish va sotishni tezlashtirish.

Marketing xizmati korxonalarda iqtisodiy ahvol o'zgarib borayotgan bozordagi iste'molchilarning talabi bilan korxona ishlab chiqarishi savdo va xo'jalik faoliyati munosabatlarini muvofiqlashtirish uchun tashkil qilinadi.

Marketing xizmati bu bozor iqtisodiyotiga o'tish sharoitida korxona boshqaruvi uchun yetishmay turgan shunday bir faoliyat turiki, u ishlab chiqarish moliya, savdo, xo'jalik, texnologik kadrlar masalasi va boshqa sohalarda bozor zahiralarni qondirish va foyda olishga asoslangan yo'nalishlar jarayonini yaratadi.

Bozor sharoitida haridorga bo'lgan e'tibor katta ahamiyatga ega bo'lib, marketingning ustunlaridan biri hisoblanadi. Korxona (firma, birlashma)

bozorda o'z o'rnini egallab, uni mustahkamlashga, mahsulotining raqobatbardosh va haridorgir bo'lishini hamda olayotgan daromadining hajmi oshishini maqsad qilib qo'ygan bo'lsa, marketing faoliyati doim to'g'ri va sifatli olib borilishi lozim.

Korporativ tuzilmalarda marketingning asosiy maqsadi berilgan vaqt chegarasida va faoliyati mablag'lar bilan ta'minlanishi doirasida rentabellikni ta'minlash va belgilangan xo'jalik hisobidagi foydani olishdan iborat.

Marketingni tashkil etishda ikki jihat muhim: maqsadlar va marketing xizmati maqomi e'tiborga olinadi.

Maqsadni tanlash. Ko'pgina rahbarlar hozirgi paytda o'z korxonalarining asosiy maqsadi sifatida eng yuqori foyda olishni ko'rsatadilar. Lekin bu tanlov unchalik maqbul emas. Aytaylik, agar korxona uzoq kelajakni ko'zlab ish yuritayotgan bo'lsa, marketing faoliyati aynan mablag'ni NIOKRga, asosiy sarmoyaga, ishlab chiqarish tayyorligiga va kadrlar malakasini oshirishga sarflashi kerak. Bu tadbirlarning hammasi ishlab chiqarish xarajatlarini ko'paytiradi va foydaning kamayishiga olib keladi. Katta foyda olish haqida ham, yaqin kelajakda foydani ko'paytirish haqida ham hamisha gapiravermaslik kerak. Masalan, agar korxona yangi bozorga kirib bormoqchi bo'lsa, avval boshda hech qanday foyda olmasligi, aksincha, ko'pincha hatto zarariga ishlashi mumkin. Bundan tashqari, ko'pgina mamlakatlarda qabul qilingan foydaga qarab soliqning ortib borishi korxonaga rejalab qo'yilganidan ortiqcha foyda olish maqbul emasligini isbotlaydi. Yaponiyadagi mashhur "Matsusita Denki" firmasining asoschisi Konosuke Matsusitaning fikricha, faqat unchalik yuqori emas, unchalik kam ham emas, balki oqilona miqdorda foyda olgandagina korxona o'z faoliyatini kengaytirishi mumkin¹.

Marketing tashkil etishga kirishgan korxonaning maqsadlari qanday bo'lishi kerak? Marketingning tan olingan peshqadamlari bo'lmish yaponlar tajribasidan kelib chiqadigan bo'lsak, asosiy maqsadlar (afzalligi tartibiga qarab) quyidagilardan iborat:

- sotish hajmi;
- o'sish sur'atlari (sotuv yoki foyda hajmi);
- bozordagi hissasi;
- rejalashtirilgan foyda, bu foydaning hajmi, foydaning sotuv hajmiga nisbati, barcha sarmoyaga foyda me'yori, foydaning hissadorlik sarmoyasiga nisbati va boshqalarda aks etishi mumkin;
- sarmoyaning tarkibi, ya'ni faollarning umumiy summasiga yordam shaklidagi sarmoyaning nisbati (bu Yaponiyada taxminan 20% ga teng).

Bu ro'yxatni boshqa turlicha maqsadlar bilan ham to'ldirish mumkin. Masalan, mahsulot sifatini oshirish, xarajatlarni kamaytirish va shu kabilar.

Maqsadlarni ishlab chiqishda ular korxona xodimlarining niyatlarini aks ettirishi zarurligiga alohida e'tibor berish kerak. Aks holda ishlovchilarning ishlab chiqarish jarayonidan "ichki uzilish" ro'y beradi. Har bir yapon ishchisi

¹ www.cis2000.ru/publish/books/book_56/ch32.shtml. Firmalarda marketingdan foydalanish bo'yicha ma'lumotlar olishni ta'minlaydi.

o'zi ishlaytgan firmaning vazifalarini osongina aytib bera oladi, chunki bu vazifalarning bajarilishidan u nihoyatda manfaatdor.

Shuni anglash mumkinki, korxonada marketingning chinakamiga joriy qilinishi uchun unda tegishli xizmatni tuzishning o'zi yetarli emas.

Marketing bo'limi diqqat markaziga mahsulotning pirovard iste'molchilari bilan bog'liq barcha muammolar tushadi. Bu paytda boshqa bo'linmalar o'z e'tiborini turli juz'iy vazifalarga qaratgan bo'ladi. Shuning uchun ham marketing bo'limi butun faoliyatni muvofiqlashtirib turishini tan olish mutlaqo tabiiydir. U ishlab chiqarish jarayonida yetakchi bo'lishi uchun uning maqomini boshqa bo'linmalar ichida eng yuqori qilib belgilash lozim.

7-MAVZU. KORPORATIV TUZILMALARNING BIZNES-JARAYONLARINI MODELLASHTIRISH TAMOYILLARI

Reja:

- 1. Korporativ tuzilmalar faoliyatini modellashtirishning uslubiy yondashuvlari**
- 2. Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirishning roli va ahamiyati**
- 3. Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirishning afzalliklari**
- 4. Korporativ tuzilmalar biznes-jarayonlarida qo'llaniladigan modellar**

1. Korporativ tuzilmalar faoliyatini modellashtirishning uslubiy yondashuvlari

Bozor iqtisodiyoti sharoitida biznes korxonalari faoliyatini tahlil qilishda iqtisodiy-matematik modellar va usullarning roli beqiyosdir. Biznes korxonalari ishlab chiqarish masalalarini matematik modellashtirish va kompyuterdan foydalanish muhim ahamiyat kasb etadi, chunki hozirgi bozor iqtisodiyoti sharoitida ma'lumotlar banki juda katta hajmda bo'lganligi tufayli, iqtisodiy jarayonlarni tahlil qilish va ular asosida boshqarishni bashorat qilish muammosi turadi. Bu muammolarni hal qilish uchun yechiladigan masala aniq matematik ko'rinishni olishi kerak.

Korporativ tuzilmalar faoliyatini tahlil qilishda foydalaniladigan iqtisodiy-matematik model, tekshirilayotgan iqtisodiy masalaning barcha talab va shartlarini tenglamalar yoki tengsizliklar sistemasi ko'rinishida ifodalaydi. Bu yerda masalani yechishda iqtisodiy maqsadni ifodalovchi funksiyaning xususiyatini aniqlash asosiy talablardan biri bo'lib, u modelning omillari bilan miqdorlarning qiymatlarini matematik nuqtai nazardan bog'lovchi vazifasini bajaradi.

Iqtisodiy-matematik modellar yechilayotgan iqtisodiy masalani buzmasdan uni imkon boricha to'g'ri ifodalab, kompyuter yordamida eng muqobil, ya'ni optimal yechimini topib berishi kerak va bu olingan natijani biznes korxonalari faoliyatini o'rganishda hamda amaliyotga qo'llashga qulay bo'lishi kerak.

Matematikadan iqtisodiyotda foydalanish ustida gap ketganda turli iqtisodiy hisoblashlar ustida emas, balki matematikadan iqtisodiy qonuniyatlarni

o'rganish, ya'ni nazariy xulosalar chiqarish nazarda tutiladi¹. Matematikaning afzalligi, tekshirilayotgan obyekt o'rnini ma'lum ma'noda egallashi mumkin bo'lgan matematik modellar bilan almashtirish mumkinligidadir. Iqtisodiy jarayonlarning asosiy xususiyatlarini matematik munosabatlar yordamida aks ettiruvchi iqtisodiyotning matematik modellari murakkab iqtisodiy muammolarni tekshirishda samarali vosita va matematik modellashtirishning qo'llanishini kompyuterlarning rivojlanishidagi yangi sahifa deb qaraluvchi fikr noto'g'ridir.

Korporativ tuzilmalar faoliyatini o'rganish va tahlil qilishda iqtisodiy-matematik izlanishlar muhim uslubiy iqtisodiy savollariga javob berishi, matematik usullar qo'llanishidagi ko'plab xatolarning oldini olishi, iqtisodiyotda matematik modellashtirish imkoniyat va istiqbollarini to'g'ri baholashi, iqtisodiy izlanishlarning samarali yo'nalishlarini tanlash imkoniyatlarini ochib beradi. Matematik modellashtirish usullarini bozor iqtisodiyoti sharoitida qo'llash bilan bog'liq bo'lgan ko'pgina ilmiy natijalar haligacha o'z kuchini va dolzarbligini yo'qotgan emas.

Respublikamizda bozor munosabatlariga o'tishda fan-texnika taraqqiyoti natijasida milliy iqtisodiyotni rivojlantirish vazifalarining anchagina qismi zamonaviy kompyuterlar zimmasiga yuklatilganligi murakkab bo'lgan iqtisodiy jarayonlarni modellashtirish imkonini beradi. Iqtisodiyotning barcha tarmoqlarini bozor iqtisodiyotiga xos bo'lgan tavakkalchilik va noaniqlik sharoitida optimal rivojlantirish uchun iqtisodiy-matematik modellardan keng ko'lamda foydalanilmoqda. Modellashtirish murakkab ishlab chiqarish jarayonida ko'plab qo'llaniladi. Iqtisodiy ishlab chiqarish tizimlariga mansub bo'lgan biznes korxonalari faoliyatida matematikani tadbiq etishda va bu tizimlarni boshqarishda iqtisodiy kibernetikaning modellari va usullari muhim rol o'ynaydi.

Iqtisodiy-matematik modellar va usullarning iqtisodiy tizimlarga tadbiq etuvchi tarmog'i, murakkab iqtisodiy tizimlarni boshqarish uslublarini nazariy, ya'ni umumkibernetik ishlab chiqarish vositalari yordamida o'rganadi. Bunday vositalarga, avvalo, ishlab chiqarish jarayonlarini matematik modellashtirish va o'zaro iqtisodiy aloqalarni modellar yordamida tekshirish, murakkab tizimlarni oddiy tizimlarga keltirib tahlil qilish, turli obyektlardagi o'zaro bog'lovchi axborot aloqalarini o'rganish hamda iqtisodiy tizimlarni rostdash uslublari kiradi.

Kuzatilayotgan obyektlarni chuqur va har tomonlama o'rganish maqsadida tabiatda va jamiyatda ro'y beradigan jarayonlarning modellari yaratiladi. Buning uchun obyektlar hamda ularni xossalari kuzatiladi va ular to'g'risida dastlabki tushunchalar hosil qilinib, turli xil shakldagi modellari yaratiladi. Keng ma'noda model biror obyektning yoki obyektlar sistemasini namunasidir.

Modelning hayotiyligi uning modellashtiriladigan obyektga qanchalik mos kelishiga bog'liq. Bitta modelda obyektning hamma tomonini aks ettirish qiyin bo'lganligidan unda obyektning eng xarakterli va muhim belgilariga aks

¹ www.solver.ru/products/itprod/. - Korxonalarda matematik modellardan foydalanish masalalari bayon etilgan.

ettiriladi. Shuni ham ta'kidlab o'tish kerakki, ortiqcha soddalashtirilgan model qo'yilgan talablarga yaxshi javob bera olmaydi, o'ta murakkab, model esa masalani yechish jarayonida qiyinchiliklar tug'diradi.

Demak, modelning haqiqiyligi modellashtirilayotgan obyekt bo'yicha to'plangan ma'lumotlar hajmiga, bu axborotlarning aniqlik darajasiga, tadqiqotchining malakasiga va modellashtirish jarayonida aniqlanadigan masalaning xarakteriga bog'liq bo'ladi.

2. Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirishning roli va ahamiyati

Iqtisodiy-matematik usullar va modellarning tadbirkorlik korxonalari faoliyatidagi biznes-jarayonlarni tahlil qilish va rivojlantirishdagi ahamiyatini quyidagilarda ko'rish mumkin:

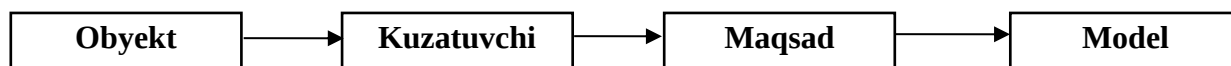
- Iqtisodiy-matematik usullar va modellar qo'llanilishi natijasida moddiy, mehnat va moliyaviy resurslardan oqilona foydalanishga erishiladi;
- iqtisodiy-matematik usullar va modellar biznes korxonalari faoliyatini o'rganadigan va uni rivojlantirishga hissa qo'shadigan iqtisodiy va tabiiy fanlarni rivojlantirishda yetakchi vosita bo'lib xizmat qiladi;
- iqtisodiy-matematik usullar va modellar yordamida biznes korxonalari faoliyati bo'yicha tuzilgan prognozlarga, ularni amalga oshirish vaqtida ayrim tuzatishlarni kiritish mumkin bo'ladi.
- iqtisodiy-matematik usullar va modellar yordamida iqtisodiy jarayonlar faqatgina chuqur tahlil qilibgina qolmasdan, balki ularning yangi o'rganilmagan qonuniyatlarini ham ochish imkoni yaratiladi. Shuningdek, ular yordamida iqtisodiyotning kelgusidagi rivojlanishini oldindan aytib berish mumkin bo'ladi;
- iqtisodiy-matematik usullar va modellar hisoblash ishlarini mexanizatsiyalash va avtomatlashtirish bilan birga, aqliy mehnatni yengillashtiradi va iqtisodiy xodimlarning mehnatini ilmiy asosda tashkil etadi va boshqaradi.

Model shunday moddiy yoki hayolan tasavvur qilinadigan obyekt, u tahlil qilish jarayonida haqiqiy obyektning o'rnini shunday bosadiki, uni bevosita o'rganish haqiqiy obyekt haqida yangi bilimlar beradi.

Jamiyatdagi va iqtisodiyotdagi obyektlarni matematik modellar yordamida kuzatish mumkin. Bu tushuncha modellashtirish deyiladi.

Modellashtirish deganda, modelni tuzish, o'rganish va foydalanish jarayoni tushuniladi. Modellashtirishning asosiy xususiyati shuki, bu xayoliy obyekt yordamida vositali o'rganish usulidir. Model kuzatuvchining o'zi va obyekt o'rtasidagi shunday o'ziga xos vositadirki, uning yordamida kuzatuvchi o'zini qiziqtirayotgan obyekt, u o'rganadi.

Ifodalangan model yordamida kuzatilayotgan obyekt, u bilish modellashtirish deyiladi. Modellashtirish jarayonining sxemasi quyidagicha (1-rasm):



1-rasm. Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirish jarayonining sxemasi².

Bu sxemani asosiy bloki “maqsad” bloki hisoblanadi, chunki qo‘yilgan maqsadga ko‘ra bitta obyektning har xil modellari tuzilishi mumkin. Obyekt sifatida biror bir kichik yoki o‘rta korxonani olsak, agar kuzatuvchini maqsadi - bu obyektning ishlab chiqarish jarayonini o‘rganish bo‘lsa, bu holda modelning parametrlariga korxonaning quvvati, ishlab chiqarish omillari, xom-ashyo, ishchilar soni, asosiy fondlar, ishlab chiqarish dasturi va boshqalar kiradi va model ishlab chiqarish funksiyasi ko‘rinishida ifodalanadi.

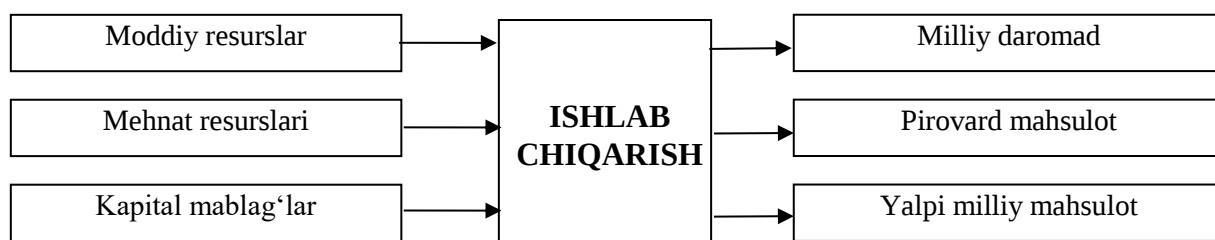
Agar kuzatuvchini maqsadi ushbu kichik biznes korxonasini ijtimoiy tomonlarini o‘rganish bo‘lsa, unda sotsiologik-matematik model tuzilib, xususiylar bilan yechiladi. O‘rganilayotgan modelning parametrlari sifatida: ishlab chiqarishda ishlayotgan ishchilarning soni, turmush darajasi, oladigan daromadi, ish sharoitlari, demografik tarkibi va parametrlari qo‘llaniladi.

Agar kuzatuvchini ekologiya muammolari qiziqтира, unda tabiatni zararlanishi, sarflangan suv miqdori, ishlab chiqarish dasturi va hokazo parametrlar sifatida qo‘llaniladigan ekologik-matematik model tuziladi.

3. Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirishning afzalliklari

Bozor iqtisodiyoti sharoitida biznes korxonalari faoliyatini modellashtirishning universal usul sifatida boshqa usullarga qaraganda afzalliklari quyidagilardan iborat:

1) Avvalo, modellashtirish katta va murakkab sistemani oddiy model yordamida ifodalashga imkoniyat beradi. Masalan, milliy iqtisodiyot bu o‘ta murakkab tizim, uni oddiy “qora quti” sxemasi orqali ifodalash mumkin (2-rasm).



2-rasm. Iqtisodiyotdagi jarayonlarni modellashtirishda “qora quti” sxemasi³

yoki:

$$F = f(x_1, x_2, \dots, x_n)$$

Albatta, bu yerda ko‘p muammolar tug‘iladi. Masalan, modelni qanchalik soddalashtirish mumkin? O‘ta soddalashtirilgan model kuzatuvchi tomonidan

² www.solver.ru/products/itprod/.- Korxonalarda matematik modellardan foydalanish masalalari bayon etilgan.

³ www.solver.ru/products/itprod/.- Korxonalarda matematik modellardan foydalanish masalalari bayon etilgan.

qo'yilgan talablarga javob bermasligi mumkin va uning yordamida qilingan hisoblar noto'g'ri chiqishi mumkin. O'ta murakkab model esa, masalani yechish jarayonida ko'plab qiyinchiliklarni tug'dirishi mumkin. Shuning uchun ham modelga faqat obyektning eng asosiy xarakterli tomonlarini ifodalaydigan, modelni yechishda muhim hisoblanadigan omillar va parametrlar kiritilishi zarur.

2) Model tuzilishi bilan kuzatuvchiga tajribalarni amalga oshirish uchun keng maydon yaratiladi. Modelning parametrlarini bir necha marta o'zgartirib, obyekt faoliyatining eng optimal holatini aniqlab, undan keyin real hayotda qo'llash mumkin bo'ladi. Real obyektlar ustida eksperiment qilish ko'plab xatolarga va katta xarajatlarga olib kelishi mumkin. Model yordamida o'tkaziladigan tajriba va eksperimentlar esa bunday xarajatlarni oldini olishi mumkin.

3) Model sistemaning turli xil holatlarini matematik formulalar yordamida shakllantirishga imkoniyat beradi va kompyuter yordamida sistemani boshqarishga yordam beradi.

4) Modellashtirish o'rganish va bilish jarayonini kengaytiradi. Model hosil qilish uchun obyekt har tomonlama o'rganiladi, tahlil qilinadi. Model tuzilganidan so'ng uning yordamida obyekt to'g'risida yangi ma'lumotlar olish mumkin. Shunday qilib, model yordamida ishlab chiqarish obyektlarini o'rganish, bilish jarayoni to'xtovsiz jarayonga aylanadi.

Modellashtirish usuli istalgan tabiatli obyektlarni tekshirish uchun qo'llanilishi mumkin bo'lganidek, o'z navbatida istalgan obyekt modellashtirish vositasi bo'la oladi.

Turli xil jarayonlarni tadqiq va tahlil qilishda foydalaniladigan barcha modellar 2 ta katta sinfga bo'linadi:

1. Moddiy modellar.

2. Xayoliy modellar.

Moddiy modellar biror bir moddiy (tabiiy) obyektga mujassamlashtirish, xayoliy modellar inson tafakkurining mahsulidir.

Moddiy modellar sinfiga fizik modellar ajralib turadi. Ular original obyekt tabiatidagi modellardir. Original va modelning o'xshashligi ikkalasining ham ma'lum qonuniyatlarga bo'ysunishidir. Fizik modellashtirish, ayniqsa, texnik fanlarda keng tarqalgan. Iqtisodiyotda esa fizik modellashtirishga real iqtisodiy tajriba tushunchasi, to'la bo'lmasda, mos keladi. Masalan, ma'lum bir korxonadagi tajriba butun bir tarmoqqa, ya'ni iqtisodiy jihatdan yaqin bo'lgan obyektlar majmuiga ko'chiriladi. Lekin iqtisodiyotda fizik modellashtirish imkoniyatlari chegaralangandir. Buning sabablari bir qanchadir; milliy iqtisodiyotning ayrim tarmoqlarini o'rganish iqtisodiy tizim haqida to'la va aniq tasavvur bera olmaydi, ulkan real tajribalar juda katta moddiy xarajatlarni talab qiladi.

Xayoliy modellar sinfi juda ham turli-tuman modellarni birlashtiradi. Ilmiy izlanishlarda xayoliy modellarning asosiy ko'rinishi bo'lib aniq formal tilni qo'llovchi belgili modellar hisoblanadi.

O‘z navbatida matematika va logika tilida tavsiflanuvchi mantiqiy matematik modellar belgili modellarning asosiy ko‘rinishi hisoblanadi.

Iqtisodiyotda biznes korxonalari faoliyatini o‘rganish va tahlil qilishda eng keng qo‘llaniladigan usullardan biri bu iqtisodiy-matematik modellardir. Matematik modellashtirish - iqtisodiy jarayonlarni tenglamalar, tengsizliklar, funksional, mantiqiy sxemalar orqali ifodalash deb tushuniladi.

Matematik modellashtirish keng ma’noda o‘z tabiatiga ko‘ra turli, lekin o‘xshash matematik bog‘lanishlar bilan tasvirlanuvchi jarayonlar o‘rganuvchi tekshirish va izlanishlar usulidir. Zamonaviy ilmiy-texnik, ijodiy faoliyatda matematik modellashtirish va uning muhim iqtisodiy izlanishlar va rejalashtirish hamda boshqaruv tajribasida esa asosiy yetakchi ko‘rinishi hisoblanadi. O‘z rivojining yangi bosqichida matematik modellashtirish bilan uzviy bog‘langandir. Obyektning matematik modeli aniq matematik masala (“model-masala”) kabi kamida 2 guruh elementlarini o‘z ichiga oladi:

1) aniqlash kerak bo‘lgan obyekt xarakteristiqali (noma’lum kattaliklar) – $y=(y_i)$ vektor komponentlari;

2) modellashtirilayotgan obyektga nisbatan hisoblanadigan tashqi o‘zgaradigan shartlar xarakteristiqasi – $x=(x_i)$ vektor komponentlari.

4. Korporativ tuzilmalar biznes-jarayonlarida qo‘llaniladigan modellar

“Model-masala” obyekt ichki parametrlari yig‘indisi A ni ham o‘z ichiga oladi. X va A bilan belgilanuvchi shart va parametrlar ekzogen (ya’ni, modeldan tashqarida aniqlanuvchi), Y vektorni tashkil etuvchi miqdorlar esa endogen (ya’ni, model yordamida aniqlanuvchi) deb qaraladi. Tashqi shartlar ichki parametrlar va izlanayotgan miqdorlar o‘rtasidagi munosabatni aks ettirish usuliga ko‘ra matematik modellar 2 asosiy turga bo‘linadi.

1. Tarkibiy.

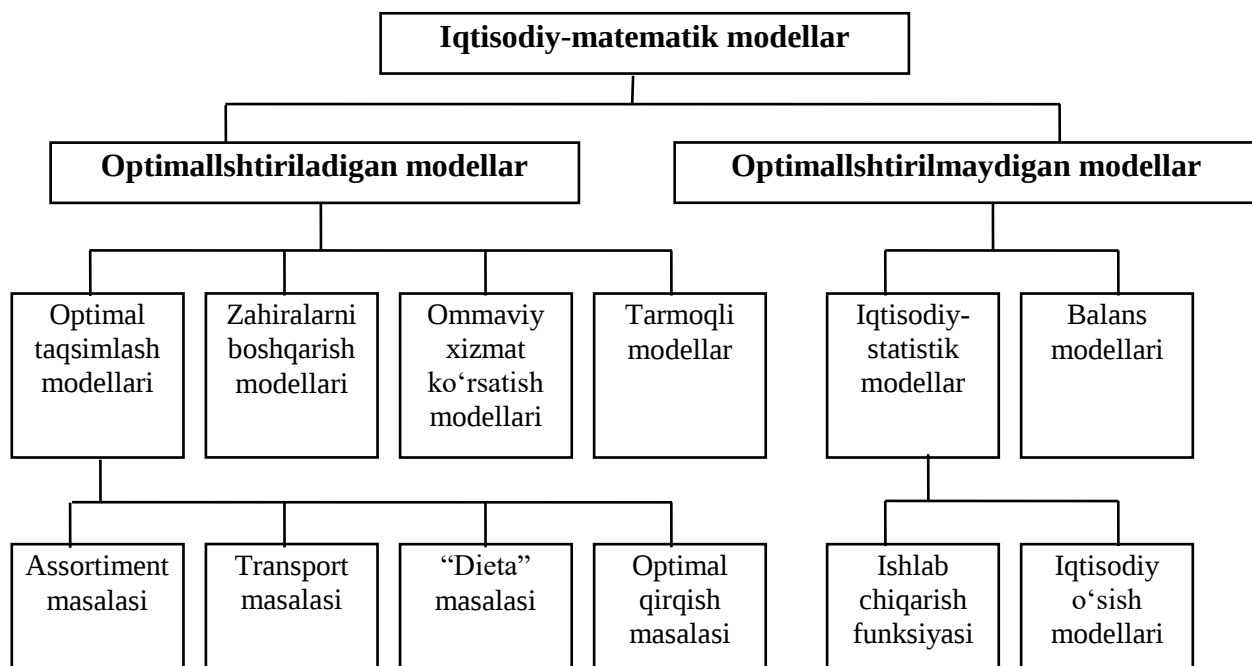
2. Funksional.

Tarkibiy modellar murakkabroq bo‘lib, tizimni ichki strukturasini ifodalab, ichki aloqalarni aks ettiradi. Modellar statik va dinamik, chiziqli va chiziqsiz, deterministik va stoxastik bo‘lishi mumkin.

Deterministik modellar o‘z navbatida:

1. Balanslashtiruvchi.

2. Optimallashtiruvchi modellarga bo‘linadi.



3-chizma. Kichik biznes va xususiy korxonalarda masalalarini yechish modellari⁴

Balans yoki muvozanat holatidagi modellar ishlab chiqarish topshiriqlarini belgilashga ba'zi masalalarni hal etishga yordam beradi. Mahsulotning ayrim ishlab chiqarish tarmog'i bilan bog'liqligini aniqlash modellari, tarmoqlararo bog'lanishlanishni ifodalaydigan modellar, mahsulotlarni ishlab chiqarish va taqsimlash, kapital jamg'arma balanslari kabilar shunday modellar jumlasidandir.

Bu modellarda ishlab chiqarishning optimal maqsadi topilmaydi, ulardan mehnat, moddiy va tabiiy resurslarning ishlab chiqarishiga muvofiq sarflanishi asoslab berish uchun foydalaniladi.

Optimal modellar ishlab chiqarishni tashkil qilishning optimal variantini topishga xizmat qiladi. Boshqacha qilib aytganda, ular optimallik mezonlari bo'yicha maqsad funksiyasiga maksimal yoki minimal qiymat bera oladi.

Optimallik modellari ikki qismdan iborat:

1) Cheklanishlar sistemalari yoki iqtisodiy tizim o'zgarishini shart-sharoitlari;

2) Optimallik mezon. Bu mezon iqtisodiy sistema mumkin bo'lgan holatining samaradorlik darajasini aniqlash, taqqoslash va ular orasidan eng qulayini tanlash uchun ishlatiladi.

Funksional (yoki kibernetik) modellarning asosiy vazifasi obyekt mohiyatini shu mohiyat namoyon bo'lishining muhim ko'rinishlari bo'lgan faoliyat, ishlash jarayoni, hulqi orqali aniqlashdir. Bunda ichki struktura o'rganilmaydi, ichki stuktura haqidagi axborotdan esa foydalanilmaydi. Funksional model obrazi qilib "qora quti"ni olish mumkin. Bunda "kirish" X

⁴ www.solver.ru/products/itprod/ - Korxonalarda matematik modellardan foydalanish masalalari bayon etilgan.

qiymatini berib, “chiqish” Y qiymatini olish mumkin. Funksional modelni qurishda X va Y ni bog‘lovchi D operatorni topish demakdir:

$$Y=D(X) \quad (1)$$

Strukturaviy modellar obyektning ichki tuzilishini aks ettiradi: uning asosiy tashkil etuvchi qismlari, ichki parametrlari, ularning “kirish” va “chiqish” bilan aloqalari va hokazolar.

Strukturaviy modellarning quyidagi 2 turi keng tarqalgandir:

1. Barcha no‘malumlar obyektning tashqi shartlari va ichki parametrlarining funksiyasi ko‘rinishida tasvirlanadi:

$$y_i=f_i(A, X), y \in J. \quad (2)$$

2. Noma’lumlar birgalikda i -turdagi munosabatlar sistemasi asosida aniqlanadi (tenglamalar, tengsizliklar va h.k.):

$$\varphi_i(A,X,Y)=0, i \in I \quad (3)$$

Funksional va strukturaviy modellar bir-birini to‘ldiradi. Bir tomondan funksional modellarni o‘rganishda obyekt ichki strukturasi haqida gipotezalar yuzaga keladi va strukturaviy modellashirishga yo‘l ochadi. Ikkinchi tomonidan esa strukturaviy modellar tahlili obyektning tashqi shartlar o‘zgarishiga munosabati haqida axborot beradi.

Stoxastik modellarga ehtimollar nazariyasi qonuniyatlariga bo‘ysunuvchi tasodifiy jarayonlarni ifodalovchi modellar kiradi. Bu modellarda izlanayotgan natijaviy ko‘rsatkichning aniq ko‘rinishda topilmasdan, balki unga ta’sir etuvchi omillar orqali statistiq funksiya shaklida ifodalanadi. Qat’iy funksional bog‘liqlarda bo‘lmagan modellar va imitatsion modellarni ham shu turkumga kiritish mumkin.

Iqtisodiy-statistik modellar o‘zgaruvchi omilning miqdor qiymatini aniqlab, unga ta’sir etuvchi omillar orqali bog‘lanishini ifodalaydi. Bu bog‘lanishlar korrelyatsiya va regressiya tenglamalari orqali ko‘rsatiladi.

8-MAVZU. KORPORATIV TUZILMALARNING BIZNES-JARAYONLARI TAHLILI VA SINTEZIDA QO‘LLANILADIGAN USULLAR

Reja:

- 1. Korporativ tuzilmalarda biznes faoliyati natijalari tahlili**
- 2. Ishlab chiqarish xarajatlari tahlili**
- 3. Foyda - biznes faoliyatining asosiy maqsadi**
- 4. Raqobat yutug‘i tahlili**

1. Korporativ tuzilmalarda biznes faoliyati natijalari tahlili

Biznes faoliyati natijalari sistematik va kompleks tahlil qilinadi. Sistematik tahlilda doimo o‘zgarib turadigan bozor muhitini tahlil qilishdan, korxonani foydali va raqobatbardosh bo‘lishini ta’minlash uchun tahlil qilinadi.

Har qanday korxona o‘zini katta kichikligiga, faoliyat yo‘nalishiga foydali yoki zarar ko‘ruvchi ekanligidan qat’iy nazar bozor muhiti bilan o‘zaro harakat qiluvchi murakkab tizimdir. Korxona faoliyatini birgina ko‘rsatkich bilan, ya’ni masalan, foyda ko‘rsatkichi bilan ifodalash mumkin emas. U ko‘rsatkichlar

tizimiga asoslanadi. Bunday ko'rsatkichlarga - foyda, sotilgan mahsulot hajmi yoki ko'rsatilgan xizmat hajmi, moddiy xarajatlar, mehnat haqi fondi, ishchilar soni va hokazolar, ya'ni korxona faoliyatini oxirgi natijalarini xarakterlovchi ko'rsatkichlar kiradi¹.

Korporativ tuzilmalar faoliyatini baholashni eng oddiy usuli haqiqiy ko'rsatkichlarni reja (normativ) ko'rsatkichlariga solishtirish bo'lib hisoblanadi. Korxona faoliyati samaradorligini baholashni murakkab uslubi esa oxirgi faoliyat natijalarini o'zaro aloqalarini, xarajatlar bilan resurslarni, shuningdek turli omillar ta'sirini baholashdan iborat.

Bozor iqtisodiyotiga o'tish munosabati bilan tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanayotgan korxonalarni ish sifatini oshirish, mavjud imkoniyatlardan oqilona foydalanish asosiy fondlardan foydalanish samardorlik darajasini yanada oshirish, mehnat unumdorligini har taraflama o'stirish, kelgusida respublika aholisini oziq-ovqatga va boshqa tovarlarga bo'lgan talabini yanada yuksaltirishni ko'zlab iqtisodiy tejashni kuchaytirish sohasidagi vazifalarni ommaviy hal qilish lozim. Bu vazifalarni bajarish uchun avvalo har bir tadbirkorlikni xo'jalik faoliyatini atroflicha chuqur tahlil qilish asosida ichki xo'jalik imkoniyatlaridan imkon boricha yaxshiroq foydalanishga, kamroq xarajat qilib, yuqori natijalarga erishishga alohida e'tibor berish kerak.

Biznes-jarayonlari amaliyotida ikkita tahlil turini farqlash mumkin, ya'ni²:

1. Strategik tahlil.
2. Operativ tahlil.

Strategik tahlil korxonani kuchli va ojiz tomonlarini, imkoniyatlarini va xavf-xatarlarini aniqlashga yo'naltirilgandir. Strategik tahlil asosan korxonani sifat xarakteristikalarini (tavsifnomasini) beradi.

Operativ tahlil korxonani faoliyat natijalarini baholashga yo'naltirilgan bo'ladi. Operativ tahlil mahsulot sifatini ta'minlashda va xarajatlarni optimallashtirishda muhim rol o'ynaydi, u resurslarni boshqarishni samarali vositasi bo'lib xizmat qiladi. Operativ tahlil ishlab chiqarish xo'jalik faoliyatini barcha tomon va jihatlariga taalluqli bo'lib, quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- korxona faoliyati natijalarini tahlil qilish;
- ishlab chiqarish xarajatlari tahlili;
- mahsulot tahlili.

Korxona faoliyatini baholashni eng oddiy usuli haqiqiy ko'rsatkichlarni reja (normativ) ko'rsatkichlariga solishtirish bilan hisoblanadi.

Korxona faoliyatini samaradorligini baholashni murakkab uslubi esa oxirgi faoliyat natijalarini o'zaro aloqalarini, xarajatlar bilan resurslarni, shuningdek turli omillar ta'sirini baholashdan iborat.

2. Ishlab chiqarish xarajatlari tahlili

¹ www.1c-audit.ru/misc/review/modeling_business_processes.htm. Biznes faoliyati va uning natijalari to'g'risida ma'lumotlar olishni ta'minlaydi.

² www.interface.ru/rtds/cs018-06.html. Biznes-jarayonlarini tahlil qilish usullari to'g'risida ma'lumotlar olishni ta'minlaydi.

Tadbirkorlik faoliyatining asosiy iqtisodiy ko'rsatkichlaridan biri ishlab chiqarish xarajatlaridir. Chunki hech qanday xarajatlarsiz bu faoliyatni amalga oshirib bo'lmaydi. Har qanday iqtisodiy faoliyat uchun ma'lum miqdordagi resurslarni jalb qilishga to'g'ri keladi. O'z navbatida bu resurslarni u yoki bu ishga jalb qilish uchun ularni sotib olish, demak mablag' sarf qilish kerak. Ushbu resurslardan foydalanish jarayonida ularni harid qilish uchun sarflarning bir qismi tadbirkorlikning ishlab chiqarish xarajatlariga aylanadi. Shunday qilib, tovarlarni ishlab chiqarish va ularni sotish jarayonida ishlab chiqarish omillaridan foydalanishning puldagi ifodasi korxonaning ishlab chiqarish xarajatlari deb ataladi.

Hozirgi paytda ularning tarkibiga quyidagi xarajatlar kiradi:

1) Materiallar sarfi. Ularga xom-ashyo, yarim fabrikatlar, xarid qilingan mahsulotlar, yoqilg'i va energiya, boshqa korxonalar tomonidan bajarilgan, ishlab chiqarish xususiyatiga ega ishlar va xizmatlar kiradi.

2) Tabiiy boyliklardan foydalanish xarajatlari. Ularga quyidagilar kiradi:

1. Yer osti boyliklaridan foydalanish bilan bog'liq xarajatlar.
2. Yerdan foydalanish xarajatlari.
3. Limitlar miqyosida suv, undan suv xo'jaligiga to'langan mablag'lar.
4. Atrof muhitga tashlangan ishlab chiqarish qoldiqlari uchun to'langan mablag'lar.

3) Asosiy aktivlarning yemirilishi, eskirishi.

4) Mehnatga haq to'lash xarajatlari. Ularga quyidagilar kiradi:

1. Ishbay to'lovlar, tarif setkalari, oylik okladlar asosida to'langan ish haqi.
2. Ishlab chiqarish ilg'orlariga yillik ish yakunlari bo'yicha va boshqa mukofotlar.

3. Kompensatsiya to'lovlari (mehnat ta'tili haqi, uzaytirilgan ish kuni, bekor turib qolish).

4. Rag'batlantiruvchi to'lovlar (turli faxriy unvonlar uchun rag'batlantiruvchi to'lovlar).

5) Sug'urta to'lovlari (nafaqa fondiga ajratmalar, bandlik fondi, ijtimoiy sug'urta).

6) Joriy ta'mirlash xarajatlari.

7) Texnologik jarayonlarni rivojlantirish va mahsulotlar ishlab chiqarishni joriy etishga sarflangan xarajatlar.

8) Qisqa muddatli omonatlar uchun to'langan foizlar.

9) Soliqlar, shu jumladan mulk solig'i, avtomobil yo'llaridan foydalanish solig'i, xususiy transport vositalari uchun to'langan soliqlar, yer solig'i va boshqalar.

10) Boshqa xarajatlar, ya'ni xizmat sarflari, telefon va aloqa hamda shunga o'xshash xarajatlar.

Tadbirkorlarning xarajatlarini belgilariga ko'ra turlicha tavsiflash mumkin.

Birinchidan, tadbirkorning xarajatlari smeta bo'yicha ularning elementlari va kalkulyatsiya moddalariga qarab turlarga bo'linadi.

Xarajatlar smetasi korxona byudjetini aniqlash va aylanma aktivlarga ehtiyoj miqdorini rejalash uchun tuziladi.

Kalkulyatsiya moddalari umumlashma, majmua ko‘rinishiga ega bo‘lib, o‘z ichiga, xom-ashyo va materiallarni, yoqilg‘i va energiyani, tabiiy boyliklardan foydalanishi bo‘yicha xarajatlarni, ish haqini, jihozlarni saqlash va ulardan foydalanish xarajatlarini, noishlab chiqarish xarajatlari va boshqalarni o‘z ichiga oladi.

Ikkinchidan, tadbirkorning xarajatlari ishlab chiqarish hajmiga bog‘liqligiga qarab shartli-doimiy va shartli-o‘zgaruvchan xarajatlarga bo‘linadi.

Ishlab chiqarish hajmining o‘zgarishi bilan deyarli o‘zgarmaydigan xarajatlar shartli doimiy, xarajatlar deyiladi.

Ularga binolarni saqlash, xizmat safarlari xarajatlari, telefon va aloqa xarajatlari, ijara xarajatlari, ishlab chiqarish bilan band bo‘lmagan ishchilarga to‘langan ish haqi va boshqalar kiradi. Ishlab chiqarish hajmi oshganda shartli doimiy xarajatlar miqdori deyarli o‘zgarmaydi, natijada ularning darajasi, ya’ni o‘rtacha bir so‘mlik tovarga to‘g‘ri keladigan xarajatlar pasayadi. Ishlab chiqarish hajmi kamayganda buning aksi yuz beradi.

Ishlab chiqarish hajmining o‘zgarishiga mos ravishda o‘zgaruvchan xarajatlar deyiladi. Ularga xom-ashyo va material, yoqilg‘i va energiya, ishlab chiqarish bilan band ishchilarga to‘lanadigan ish haqi, kreditlar uchun to‘lanadigan foizlar, transport xarajatlari va boshqalar kiradi.

3. Foyda - biznes faoliyatining asosiy maqsadi

Tadbirkorlik faoliyatini yuritishdan ko‘zlanadigan asosiy maqsad foyda olishdir. Binobarin foyda tadbirkorlik faoliyatining yakuniy ko‘rsatkichi hisoblanadi. Tadbirkorlar foydani maksimallashtirishga intiladi. Savdo tashkilotlari daromadining asosiy qismi tovarlarning sotib olish va sotish o‘rtasidagi farq hisobidan yuzaga keladi. Hozirgi paytda nafaqat tovarlar, balki xom-ashyo, materiallar va jihozlar ham savdo korxonalari tomonidan erkin ayirboshlanmoqda. Bulardan tashqari daromadlar quyidagi manbalardan yuzaga keladi:

- hamkorlikda tashkil etilgan korxonalardan tushadigan daromadlar;
- aksiyalardan olinadigan dividendlar va boshqa qimmatbaho qog‘ozlardan tushgan foyda;
- depozitlar bo‘yicha bank foizlari;
- ijaraga berilgan mulk uchun ijara haqi;
- hamkorlikdan shartnoma shartlarini to‘liq bajarmaganligi uchun undirilgan jarimalar, tovar yetkazib berish muddatini kechiktirgani uchun undirilgan jarima, shartnomani bajargani uchun undirilgan qoplamalar yig‘indisi.

Yalpi daromad korxonaning tovar sotish hajmiga, sotilgan tovarlarning tarkibi va ularda rentabelli tovarning salmog‘iga, hamkorlarning shartnoma shartlarini to‘liq bajarishiga, korxonani faoliyat madaniyati va ishbilarmonligiga hamda ko‘plab boshqa omillarga bog‘liq.

Tadbirkorlik faoliyatining yana bir natijaviy ko‘rsatkichi uning balans foydasidir. Balans foyda korxona faoliyatining barcha sohalarida tushgan foyda bo‘lib, quyidagilarni o‘z ichiga oladi:

- tovar-moddiy boyliklarni sotish, tovar ishlab chiqarish, xizmat ko'rsatishdan tushgan foyda, ya'ni sotilgan tovarlar qiymatidan uni sotib olishga va sotishga sarflangan mablag'larni ayirib tashlagach qolgan qismi;

- undirib olingan jarimalarning to'langan jarimalardan ortiq qismi.

Balans foydadan to'lanadigan soliqlardan olingan ssudalar uchun foizdan va nobyudjet fondlariga turli to'lovlardan qolgan qismi sof foydadir. Sof foyda korxonaning xohishi bilan quyidagi to'rtta yo'nalishga sarflanishi mumkin.

1. Aksiyalar bo'yicha dividendlar, obligatsiyalar bo'yicha foizlar va MCHJlarda a'zolik badallari uchun foizlar to'lashga.

2. Ishlab chiqarishni rivojlantirish fondini yuzaga keltirishga. Ushbu fondni shakllantirish tartibi va ajratmalar me'yori korxona nizomida ko'rsatilishi shart. ICHRF ni shakllantirish manbalariga sof foyda va asosiy vositalar hamda nomaterial aktivlar yemirilishiga sarflangan mablag'lar kiradi.

ICHRF asosan quyidagi maqsadlarga sarflanadi:

a) asosiy aktivlarni yangilash va kengaytirish;

b) nomaterial aktivlarni - patentlarni, litsenziyalarni va boshqalarni sotib olish;

c) korxonaning aylanma aktivlarini ko'paytirish;

d) ilmiy-tekshirish va tajriba-konstruktorlik ishlarini tashkil etish;

e) ishlab chiqarishga yangiliklarni joriy etish;

f) marketing izlanishlarini tashkil etish.

3. Ijtimoiy taraqqiyot fondini vujudga keltirish. U quyidagi maqsadlarga sarflanadi:

- uy joy qurishga;

- ijtimoiy-maishiy obyektlarni qurishga;

- ijtimoiy-maishiy muassasalarni moliyaviy ta'minlashga;

- oshxonalarga dotatsiya berishga;

- dori-darmonlar sotib olishga;

- ishchi-xizmatchilarning o'qishi, uy joy qurilishi va yosh oilalari xo'jaligini tiklab olishiga pul mablag'larini ajratishga;

- narx oshishi tufayli yuzaga kelgan qo'shimcha xarajatlarni qoplash uchun kompensatsiya to'lash.

4. Rezerv fondini vujudga keltirishga sarflanadi. Ushbu fond:

- xom-ashyo, energiya va materillar narxining kutilmaganda oshib ketishi tufayli yuzaga keladigan qo'shimcha xarajatlarni qoplash;

- ish tashlashlar, valyuta kursining o'zgarishi, tabiiy ofatlar natijasida yuzaga kelgan ziyonlarni qoplash va boshqa maqsadlarga sarflanishi mumkin.

Korxona rentabelligini oshirishning asosiy yo'nalishlariga quyidagilar kiradi:

I. Mahsulot tannarxini pasaytirish. Buning uchun:

1. Materiallar sarfini qisqartirish maqsadida mahsulot konstruksiyasini ratsionallashtirish, samarali texnologiyalarni qo'llash, chig'indilarni qayta ishlash va sotishni yo'lga qo'yish va boshqa choralarni ko'rish lozim.

2. Mahsulot birligiga sarflanadigan ish haqi xarajatlarini kamaytirish.

3. To'planma xarajatlarini tejash.

II. Ishlab chiqarish va sotish tartibini takomillashtirish. Unga:

1. Bozor konyunkturasini hisobga olgan holda haridorgir tovarlarni ishlab chiqarishni yo'lga qo'yish, tovarlar assortimentini takomillashtirish, rentabelligi nisbatan baland bo'lgan tovar ishlab chiqarish va sotishni yo'lga qo'yish.

2. Mahsulot sifatini yaxshilash va haridorlarga qo'shimcha xizmat ko'rsatishni yo'lga qo'yish, baho siyosatini oqilona boshqarish.

3. Samarali investitsiya loyihalarini sotish kabilar kiradi.

III. Ishlatilmayotgan yoki kam samarali aktivlarni sotish. Unga:

1. Ortiqcha jihozlar va tovar-moddiy boyliklarni sotish.

2. O'z jihozlarini lizing shartnomasi asosida olingan jihozlar bilan almashtirish.

3. Daromadsiz soha va korxonalarni yopish, ularning jihozlarini sotib yuborish va yangi korxonalarni ochish kabilar kiradi.

Foyda va zararlarning hisobi quyidagicha ifodalanadi. U quyidagi ma'lumotlarni o'z ichiga oladi:

1. Sotilgan tovar, ko'rsatilgan xizmat, bajarilayotgan ish hajmi.

2. Sotilgan mahsulotlar tannarxi, shu jumladan:

a) bevosita material sarfi;

b) bevosita mehnatga haq to'lash xarajatlari;

c) to'planma xarajatlari.

3. Yalpi daromad. (1-2).

4. Asosiy vositalar va nomaterial aktivlarning yemirilish xarajatlari.

5. Mahsulotni sotish va umumboshqaruv faoliyati bilan bog'liq xarajatlar.

6. Asosiy faoliyatdan tushgan foyda (3-4-5).

7. Dividendlar va berilgan qarzlarni uchun olingan haq.

8. Olingan qarzlarni uchun to'langan haq.

9. Soliq tortiladigan foyda (6-7-8).

10. Daromadlarga solingan soliqlar.

11. Ko'zda tutilmagan ziyonlar.

12. Sof, balans foyda (9-10-11).

Harajat va natijalariga nisbatan korxonani samarali ishini ko'rib chiqib, xarajatlarni baholash va ikkinchidan tashqi muhitida bo'layotgan o'zgarishlarni hisob olish zarur. Bundan kelib chiqib, oxirgi natijalarga ikkita sharoit ta'sir qiladi:

1. Ichki tashkiliy-iqtisodiy omillar.

2. Tashqi yoki bozor sharoitlari.

Bu sharoitlardan ichki omillari tadbirkorni o'z faoliyati bilan bog'liq bo'lib, ya'ni unga mehnat unumdorligini o'zgarishi, ishlab chiqarishni tashkil etish usullari, uni texnik xarakteristikalar va boshqalar kiradi. Tashqi sharoitlar esa tadbirkorlarga bog'liq bo'lmagan omillarni o'z ichiga oladi. Tashqi omillarni asosiylaridan biri narxni o'zgarishi hisoblanadi. Bir tomondan korxona mahsulot ishlab chiqarish uchun foydalanadigan resurslar (ish kuchi, xom ashyo, materiallar, yoqilg'i, energiya va h.k.) narxini, boshqa tomondan esa bozordagi talab va taklifni nisbatan o'zgarishi mumkin bo'lgan tayyorlanayotgan mahsulot narxini o'zgarishiga bog'liq.

Korxona faoliyatini samaradorligi ko'rsatkichlari quyidagicha ifodalanadi:

$$\text{Samaradorlik} = \frac{\text{Mahsulot sotish qiymati}}{\text{Mahsulot ishlab chiqarish hajmi}}$$

Mahsulot sotish = Ishlab chiqarilgan bitta mahsulot qiymati X mahsulot soni uchun narx.

4. Raqobat yutug'i tahlili

Raqobat yutug'i tahlilida bozordagi ulush, mahsulot sifati, marketing uchun xarajatlar, korxona kattaligi, bozordagi ulush va NIOKR xarajatlari kabi omillar tahlil qilinadi.

Rentabellikka ta'sir etuvchi muhim omil bo'lib, bozor ulushi hisoblanadi. Son jihatdan bu ko'rsatkichning bog'liqligi shundan iboratki, bozor ulushini har 10% ga o'sish uchun rentabellik 3,5% o'sadi.

Foydaga ta'sir etuvchi ikkinchi omil bo'lib mahsulot sifati hisoblanadi. Tadqiqotlar ko'rsatadiki, yuqori sifat - bozorda yuqori ulushni saqlash uchun ishonchli kafolatdir. Mahsulotni differensiatsiyasi (turli xil) va yuqori sifatli mahsulotni bozorda yuqori ulushiga ega bo'lishining eng optimal variantlari bo'lib hisoblanadi. Bu ikki ko'rsatkich bozordagi ulush va mahsulot sifati bir-biri bilan o'zaro uzviy bog'liq bo'lib, birini biri to'ldiradi.

Marketing uchun ketgan xarajatlar bilan mahsulot sifati ustida aniq bog'liqlik mavjud. Sifati past bo'lgan mahsulotlarga marketing uchun mablag' ketgazishga asos yo'q.

Rentabellik umumiy sotish hajmidagi marketing uchun xarajatlar ulushi va mahsulot sifatining o'zaro ta'siriga bog'liqdir. Mahsuloti yuqori sifatli bo'lishi marketing uchun sarf xarajatlar minimal bo'lsa ham (oborotga nisbatan 6% tartibida) yuqori foyda olishni kafolatlaydi.

Korxona foydasi korxona kattaligi (o'lchami) bilan o'zaro bog'liqligi bo'ladi. Yirik korxonalar (startegik xo'jalik zonalari bilan shug'ullanuvchi) katta foydaga ega bo'ladi. Kichik korxonalar esa, yaxshi natijalarni ko'rsatib, uning afzalligi tor bozor chuqurchasini maxsus tovarlar bilan ta'minlash imkoniyatidan iborat.

Korxona foydasi bozordagi ulush kombinatsiyasidan tortib, ilmiy tadqiqot va ishlab chiqarish xarajatlari bilan bog'liqdir. Bozor iqtisodiyoti sharoitida ko'pgina korxonalar faoliyati shuni ko'rsatadiki, bozorga yuqori ulushga ega bo'lgan korxonalar bundan yuqori foyda olib ilmiy ishlab chiqishga mablag'lar kiritishi mumkin. Hisob-kitoblar shuni ko'rsatadiki, agar kompaniya NIOKRga oborotni 3% ni sarflasa, u 26% rentabellik darajasi bilan ishlashi mumkin. NIOKRga xarajatlar kamaytirilsa, rentabellki darajasi pasayadi (taxminan 22%). Shuning uchun tadbirkor mahsulot sifati jihatidan lider-mavqeini egallashi afzaldir, bozorda sotish ulushini ko'paytirish bu foydani yuqori bo'lishiga olib keladi.

Kichik korxonalar bozorda kichik ulushga ega bo'lgan korxonalar bo'lib, ilmiy tadqiqot uchun katta mablag'ga ega bo'lmagan holda ular tadqiqot va

ishlab chiqishga o'z mablag'larini iqtisod qilib, litsenziya bo'yicha mahsulot ishlab chiqishga majbur. Yuqori narxli texnologiya agar yangi ishlab chiqarish quvvatini to'liq ta'minlay olmasa, yirik korxonada foydani tushib ketishiga olib keladi. Anologik ish kapital quyilma bilan bog'liq. Holatdan chiqishning boshqa yo'li zamonaviy texnologiya ijarasi (lizing) hisoblanadi, o'z mablag'larini iqtisod qilib boshqa yetarli afzalliklarni beradi. Yangi texnologiya sifatli mahsulot ishlab chiqarishni ta'minlaydi, o'z navbatida bozordagi ulushni o'sishga olib keladi.

Korxona faoliyatini tahlil qilish ishlab chiqarish faoliyatini yanada takomillashtirish uchun dastur ishlab chiqarishga olib keladi.

9-MAVZU. KORPORATIV TUZILMALARNING BIZNES-JARAYONLARI TAHLILIDA MIQDORIY USULLARDAN FOYDALANISH

Reja:

1. Korporativ tuzilmalar biznes-jarayonlarida matematik usullar va modellardan foydalanish zarurligi

2. Korporativ tuzilmalar biznes-jarayonlarida matematik modellarni tuzish bosqichlari

2. Optimal dasturlash usulining asosiy masalalari

3. Ikkilangan masalalarning iqtisodiy mohiyati

5. Ikkilangan masalalarning matematik modellari

6. Ikkilangan masalalarning matematik modellari shakllantirish

1. Korporativ tuzilmalar biznes-jarayonlarida matematik usullar va modellar qo'llashning zarurligi

Biznes-jarayonlarini modellashtirishda qo'llaniladigan matematik usullar ana'anviy usullarni inkor etmasdan, balki ularni yanada rivojlantirishga va obyektiv o'zgaruvchan natija ko'rsatkichlarini boshqa ko'rsatkichlar orqali muayyan tahlil qilishga yordam beradi. Matematik usullar va kompyuterlarining milliy iqtisodiyotni boshqarishda afzalliklaridan biri shundaki, ular yordamida modellashtiruvchi obyektga omillarning ta'sirini, natija ko'rsatkichiga resurslarning o'zaro munosabatlarini ko'rsatish mumkin. Bu esa unlab tarmoqlar va minglab korxonalarda xo'jaligini ilmiy asosda prognozlash va boshqarishga imkon beradi.

Matematik usullar va modellar ahamiyati quyidagilarda ko'rish mumkin:

1. Matematik usullar va modellar iqtisodiy va tabiiy fanlarni rivojlantirishda yetakchi vosita bo'lib xizmat qiladi.

2. Matematik usullar va modellar yordamida tuzilgan prognozlarga umumiy amalga oshrish vaqtida ayrim tuzatishlarni kiritish mumkin bo'ladi.

3. Iqtisodiy-matematik modellar yordamida biznes-jarayonlar faqat chuqur tahlil qilibgina qilmasdan, balki ularning yangi o'rganilmagan qonuniyatlarini ham ochish imkoniyati yaratiladi. Shuningdek, ular yordamida iqtisodiyotning kelgusidagi rivojlanishini oldindan aytib berish mumkin.

4. Iqtisodiy-matematik usullar va modellar hisoblash ishlarini avtomatlashtirish bilan birga, aqliy mehnatni yengillashtiradi va iqtisodiy soha xodimlarning mehnatini ilmiy asosda tashkil etadi va boshqaradi.

Iqtisodiy-matematik usullarning tahlil obyekti bo'lib iqtisodiyot hisoblanadi. Boshqa iqtisodiy fanlarga qaraganda, iqtisodiyotni har xil matematik usullar bo'yicha kompleks tahlil qiladi.

Model so'zi lotincha **modulus** so'zidan olingan bo'lib, o'lchov, me'yor degan ma'noni anglatadi.

Jamiyatdagi va iqtisodiyotdagi obyektlarni matematik modellar yordamida kuzatish mumkin. Bu tushuncha modellashtirish deyiladi.

Iqtisodiy model - iqtisodiy obyektlarning soddalashtirilgan nusxasidir. Bunda modelning hayotiyligi, uning modellashtiriladigan obyektga aynan mos kelishi muhim ahamiyatga egadir. Lekin yagona modelda o'rganilayotgan obyektning hamma tomonini aks ettirish mumkin. Shunda jarayonning eng xarakterli va eng muhim belgilari aks ettiriladi. Demak, modelning haqiqiyligi to'plangan ma'lumotlar hajmiga, aniqlik darajasiga, tadqiqotchining malakasiga va modellashtirish jarayoniga aniqlanadigan masalaning xarakteriga bog'liq ekan. Shuni ham unutmash kerakki, juda soddalashtirilgan model quyilgan talablarga to'la javob bermaydi va aksincha, murakkab model esa uni yechish jarayonida qiyinchiliklar tug'diradi.

2. Korporativ tuzilmalar biznes-jarayonlarida matematik modellarni tuzish bosqichlari

Iqtisodiy-matematik modellarni tuzish bir qancha bosqichlardan tashkil topadi. Ularni alohida ko'rib chiqamiz.

Birinchi bosqich. Biznes-jarayonlar har tomonlama nazariy sifat jihatdan tahlil qilinadi va uning parametrlari, ichki va tashqi informatsion aloqalar, ishlab chiqarish resurslari, rejalashtirish davri kabi ko'rsatkichlar aniqlanadi.

Ikkinchi bosqich. Bu bosqichda izlanayotgan noma'lum o'zgaruvchilar nima, qanday maqsadni ko'zda tutadi, natija nimalarga olib keladi kabi savollar aniqlangan bo'lishi kerak.

Uchinchi bosqich. Modellashtirilayotgan jarayonning iqtisodiy-matematik modeli tenglamalari va tengsizliklar tizimi shaklida ifodalanadi.

To'rtinchi bosqich. Tuzilgan iqtisodiy-matematik modelning miqdoriy yechimini aniqlaydigan usul tanlanadi.

Beshinchi bosqich. Masalani yechish uchun kerak bo'lgan barcha iqtisodiy ma'lumotlar to'planadi.

Oltinchi bosqich. Olingan ma'lumotlar statistik tahlil qilinib, kompyterda tanlangan usul orqali qo'yilgan masala yechiladi.

Yettinchi bosqich. Olingan natija iqtisodiy tahlil qilinadi va optimal variant tanlanadi.

Yuqorida sanab o'tilgan bosqichlar bir-biri bilan chambarchas bog'liq va biri ikkinchisini to'ldirib, yagona maqsadni amalga oshirish uchun xizmat qiladi.

3. Optimal dasturlash usulining asosiy masalalari

a) Chiziqsiz dasturlash usulini asosiy masalasini qo'yilishi. Har bitta ishlab chiqarish jarayonini matematik formula bilan yozib chiqish mumkin. Masalan, bir nechta tarmoqlarda ($j=1,2,...,n$) korxonalar bor ($i=1,2,...,m$). Ularning har bittasi X_{ij} miqdorda mahsulot chiqaradi. Mahsulotni sotishdan oladigan daromadni C_{ij} deb belgilaymiz. Undan keyin yalpi daromad $C_{ij} X_{ij}$ ga teng bo'ladi. U daromadni albatta iloji boricha ko'p olish kerak. Ya'ni $C_{ij} X_{ij} \rightarrow \max$ taxminan birlashadi.

$$\sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n c_{ij} x_{ij} \rightarrow \max$$

Bu maqsad funksiyasi.

Bu maqsadga yetish uchun bir nechta shartlar bajarilish kerak. Ya'ni:

1) ishlatiladigan resurslar korxonada resurslarni bor zahirasiidan ko'p bo'lishi kerak emas.

$$a_{ij} x_{ij} \leq b_{ij},$$

bu yerda a_{ij} - har bitta mahsulotga i -korxonada j -tarmoqda ketadigan xarajat normativlari.

$$X_{ij} \geq 0.$$

Chiziqli dasturlashning umumiy masalasini yozib chiqamiz:

$$\begin{aligned} \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n c_{ij} x_{ij} &\rightarrow \min(\max) \\ \sum a_{ij} x_{ij} &\leq b_{ij}, \\ x_{ij} &\geq 0. \end{aligned}$$

Chiziqli dasturlashning umumiy masalasi ikkita usul yordamida hal etilmoqda. Bulardan birinchisi – simpleks usuli yoki rejani ketma-ket yaxshilash usulidir.

Ikkinchi usul – bu taqsimlash usulidir. Chiziqli dasturlashning bu usuli bajaradigan asosiy vazifa – transport masalasini bo'lib hisoblanadi. Taqsimlash usuli yuk tashishni samarali tashkil etishda qo'llanilgan, keyinchalik bu masalani transport masalasi deb ko'rib chiqamiz.

Agar noma'lum o'zgaruvchilar m shartlar tengsizliklarga n teng bo'lsa, unda masalada bitta optimal yechimi bor.

Ko'pincha $m < n$ tenglamalar sistemasi quriladi. Unda masalada bir nechta yechimi bor. Bizning asosiy vazifamiz - bir nechta yechimidan optimal yechimini topish.

Kasr - chiziqli dasturlash.

Bu usul matematik dasturlashning bir bo'limi bo'lib, quyidagi ko'rinishdan ekstremal masalalarni tekshiradi.

$$F(x) \rightarrow \max$$

Shartlar bo'yicha

$$\begin{aligned} g(x) &\leq b, \\ x &\geq 0, \end{aligned}$$

bu yerda $F(x)$ maqsad funksiyasi bildiradi. U kasr chiziqli funksiya orqali ifodalanadi.

- $g(x)$ shartlar funksiyasi.
- **b chegaralanish vektori**

Bu masalada maqsad funksiyasi chiziqli usulda yozilsa, shartlar tizimi kasr chiziqli usulda yozilishi mumkin.

Butun sonli dasturlash.

Bu turdagi dasturlash chiziqli dasturlashning bir ko'rinishidir. Bunda masalaning bajarilishi mumkin bo'lgan shartlariga yana bitta shart, ya'ni o'zgaruvchilar faqatgina butun sonli qiymatlarni qabul qilishi sharti qo'shiladi. Chunki ayrim masalalarning mohiyatiga ko'ra o'zgaruvchilar faqatgina butun son bo'lgandagina ma'noga ega bo'ladi. Masalan, avtomobillarning reyslari, korxonani joylashtirish.

4. Ikkilangan masalalarning iqtisodiy mohiyati

Har qanday chiziqli dasturlash masalasi ikkilangan masala deb ataluvchi boshqa bir masala bilan uzviy bog'liq bo'ladi. Masalalar orasidagi bog'lanish shundan iboratki, ulardan ixtiyoriy birining yechimini ikkinchisining yechimida foydalanib aniqlash mumkin. O'zaro bog'liq bo'lgan bunday masalalarni birgalikda ikkilangan masalalar deb ataladi.

Misol sifatida ishlab chiqarishni rejalashtirish masalasini ko'ramiz. Korxonada n xil mahsulot ishlab chiqarilsin. Bu mahsulotlarni ishlab chiqarish uchun korxonada m xil ishlab chiqarish vositalari b_i ($i=1, m$) miqdorlarda mavjud bo'lsin. Har bir j xil ($j=1, n$) mahsulotning bir birligini ishlab chiqarish uchun sarf qilinadigan i -vositaning miqdori a_{ij} birlikni tashkil qilsin. Ishlab chiqarishni shunday rejalashtirish kerakki, natijada chegaralangan vositalardan foydalanib pul ifodasida (c_j) maksimal mahsulot ishlab chiqarilsin.

Ishlab chiqarilishi kerak bo'lgan j -xil mahsulotning miqdorini x_j bilan belgilaymiz. U holda masalaning matematik modeli quyidagi ko'rinishga ega bo'ladi:

$$\begin{cases} a_{11}x_1 + a_{12}x_2 + \dots + a_{1n}x_n \leq b_1 \\ a_{21}x_1 + a_{22}x_2 + \dots + a_{2n}x_n \leq b_2 \\ a_{m1}x_1 + a_{m2}x_2 + \dots + a_{mn}x_n \leq b_m \end{cases} \quad (1)$$

$$x_j \geq 0, (j = \overline{1, n}) \quad (2)$$

$$Y_{\max} = C_1X_1 + C_2X_2 + \dots + C_nX_n \quad (3)$$

Endi mahsulot ishlab chiqarish uchun sarf qilinadigan vositalarni baholaymiz. Vositalarning bahosi va ishlab chiqariladigan mahsulotning bahosi bir xil o'lchov birligiga ega deb faraz qilamiz.

ω_i ($i=1, m$) bilan i -xil vositaning bir birligining bahosini belgilaymiz. U holda barcha j -xil mahsulotlarni ishlab chiqarish uchun sarf qilinadigan ishlab chiqarish vositalarining bahosi $\sum_{j=1}^n a_{ij}\omega_i$ birlikni tashkil qiladi. Sarf qilingan barcha vositalarning bahosi ishlab chiqarilgan mahsulot bahosidan oshmasligi kerak, ya'ni

$$\sum_{j=1}^n a_{ij}\omega_j \geq C_i, (i=1,2,...,n).$$

Barcha mavjud vositalarning bahosi $\sum_{j=1}^m b_j\omega_j$ orqali ifodalanadi. Shunday qilib, berilgan (1) - (2) masalaga ikkilangan masalaning matematik modeli quyidagi ko‘rinishga ega bo‘ladi:

$$\begin{cases} a_{11}\omega_1 + a_{12}\omega_2 + \dots + a_{1n}\omega_n \leq c_1 \\ a_{21}\omega_1 + a_{22}\omega_2 + \dots + a_{2n}\omega_n \leq c_2 \\ a_{m1}\omega_1 + a_{m2}\omega_2 + \dots + a_{mn}\omega_n \leq c_m \end{cases} \quad (4)$$

$$Z_{\min} = b_1\omega_1 + b_2\omega_2 + \dots + b_m\omega_m \quad (5)$$

Berilgan masala va unga ikkilangan masala iqtisodiy nuqtai nazardan quyidagicha interpretatsiya qilinishi mumkin:

Berilgan masala. Chegaralangan b_i ($i=1,m$) vositalardan foydalanib qaysi mahsulotdan qancha ($x_i, (j=1,n)$) ishlab chiqarilganda (mahsulotning $c_j, (j=1,n)$, bahosi berilganda ishlab chiqarilgan barcha mahsulotlarning pul ifodasi maksimal bo‘ladi?

Ikkilangan masala. Chegaralangan b_i ($i=1,m$) vositalardan foydalanib, mahsulot birligining C_j ($j=1,n$) bahosi berilganda umumiy xarajatning pul ifodasi minimal bo‘lishi uchun har bir birlik vositaning bahosi ω_i ($i=1,m$) qanday bo‘lishi kerak?

Ikkilangan masaladagi ω_i o‘zgaruvchilar i -vositaning bahosi deb ataladi. Ko‘rinadiki, berilgan va ikkilangan masalalarning matematik modellari orasida o‘zaro bog‘lanish bor. Berilgan masaladagi koeffitsiyentlardan tashkil topgan A matritsa ikkilangan masalada transponirlangan matritsa bo‘ladi, berilgan masaladagi chiziqli funktsiyaning C_j koeffitsiyentlari ikkilangan masalada ozod hadlardan, berilgan masala shartlaridagi ozod hadlar ikkilangan masalaning chiziqli funktsiyasining koeffitsiyentlaridan iborat bo‘ladi.

Masalalar berilishiga qarab, simmetrik va simmetrik bo‘lmagan ikkilangan masalalarga bo‘linadi.

Simmetrik bo‘lmagan ikkilangan masalalar. Simmetrik bo‘lmagan ikkilangan masalalarda berilgan masaladagi chegarlovchi shartlar tenglamalardan, ikkilangan masaladagi chegarlovchi shartlar esa tengsizliklardan iborat bo‘ladi. Masalan, simmetrik bo‘lmagan ikkilangan masalalarning matritsali ifodasi quyidagicha bo‘ladi.

Берилган масала:

$$AX = b \quad (1)$$

$$X \geq 0 \quad (2)$$

$$Y_{\min} = CX \quad (3)$$

ya’ni (1) va (2) shartlarni qanoatlantiruvchi shunday $x=(x_1, x_2, \dots, x_n)$ vektor uchun topish kerakki, u (3) chiziqli funktsiyaga minimal qiymat bersin.

Ikkilangan masala:

$$WA \leq C \quad (4)$$

$$Z_{\max} = WB \quad (5)$$

ya'ni (4) shartlarni qanoatlantiruvchi shunday $W=(\omega_1 \dots \omega_m)$ vektor qatorni topish kerakki, u (5) chiziqli funksiyaga maksimal qiymat bersin.

Ikkala masalada ham $C=(C_1, C_2, \dots, C_n)$ vektor qator, $b=(b_1, b_2, \dots, b_m)$ vektor ustun, $A=(a_{ij})$ chegaralovchi shartlarning koeffitsiyentlaridan tashkil topgan matritsa. Bu masalalarning optimal yechimlari o'zaro quyidagi teorema asosida bog'langan.

Teorema. Agar berilgan masala yoki unga ikkilangan masaladan birortasi optimal yechimga ega bo'lsa, u holda ikkinchisi ham yechimga ega bo'ladi hamda bu masalalardagi chiziqli funksiyalarning ekstremal qiymatlari o'zaro teng bo'ladi, ya'ni

$$Y_{min}=Z_{max} \quad (6)$$

Agar bu masalardan birining chiziqli funksiyasi chegaralanmagan bo'lsa, u holda ikkinchi masala ham hech qanday yechimga ega bo'lmaydi.

Simmetrik ikkilangan masalalar. Simmetrik ikkilangan masalalarning simmetrik bo'lmagan ikkilangan masalalardan farqi shundaki, berilgan va ikkilangan masaladagi chegaralovchi shartlar tengsizliklardan iborat bo'ladi va ikkilangan masaladagi noma'lumlarga manfiy bo'lmalik sharti quyiladi.

Berilgan masala.

$$AX \geq b \quad (1)$$

$$X \geq 0 \quad (2)$$

$$Y_{min}=CX \quad (3)$$

(1) va (2) shartlarni qanoatlantiruvchi shunday $x=(x_1, x_2, \dots, x_n)$ vektor ustunni topish kerakki, u (3) chiziqli funksiyaga minimal qiymat bersin.

Ikkilangan masala.

$$WA \leq C \quad (4)$$

$$W \geq 0 \quad (5)$$

$$Z_{max}=Wb \quad (6)$$

(4) va (5) shartlarni qanoatlantiruvchi shunday $W=(\omega_1 \dots \omega_m)$ vektor topish kerakki, u (6) chiziqli funksiyaga maksimal qiymat bersin. Tengsizliklar sistemasini qo'shimcha o'zgaruvchilar yordami bilan tenglamalar sistemasiga aylantirish mumkin. Shuning uchun simmetrik ikkilangan masalalarni simmetrik bo'lmagan ikkilangan masalaga aylantirish mumkin. Demak, simmetrik bo'lmagan ikkilangan masalalarning yechimlari haqidagi teorema simmetrik ikkilangan masalalar uchun ham o'z kuchini saqlaydi.

5. Ikkilangan masalalarning matematik modellari

Yuqoridagilardan xulosa qilib, ikkilangan masalalarning matematik modellarini quyidagicha ifodalash mumkin.

Simmetrik bo'lmagan ikkilangan masalalarda:

1. Berilgan masala.

$$AX=b$$

$$X \geq 0$$

$$Y_{min}=CX$$

Ikkilangan masala.

$$WA \leq C$$

$$Z_{max}=Wb$$

2. Berilgan masala.

Ikkilangan masala.

$$AX=b$$

$$X \geq 0$$

$$WA \leq C$$

$$Z_{\min} = Wb$$

Simmetrik ikkilangan masalalarda:	
3. Berilgan masala.	Ikkilangan masala.
$AX \geq b$	$WA \leq C$
$X \geq 0$	$W \geq 0$
$Y_{\min} = CX$	$Y_{\max} = Wb$
4. Berilgan masala.	Ikkilangan masala.
$AX \leq b$	$WA \geq C$
$X \geq 0$	$W \geq 0$
$Y_{\max} = CX$	$Y_{\min} = Wb$

Quyidagi masalaga ikkilangan masala tuzamiz.

Masalaning shartlari tengsizliklardan iborat, demak, berilgan masalaga simmetrik bo'lgan ikkilangan masala tuzish kerak. Buning uchun berilgan masalani 3-formaga keltirish kerak, bunga erishish uchun 1-tengsizlikni -1 ga ko'paytirib chiqish kerak. Natijada quyidagi simmetrik ikkilangan masalalarni hosil qilamiz.

$$\begin{cases} x_1 - x_2 - x_3 \leq 4 \\ x_1 - 5x_2 + x_3 \geq 5 \\ 2x_1 - x_2 + 3x_3 \geq 6 \end{cases}, \quad \begin{matrix} x_j \geq 0 \\ y = 1, 2, 3 \\ Y_{\min} = 2x_1 + x_2 + 5x_3 \end{matrix}$$

Berilgan masala:

$$\begin{cases} -x_1 + x_2 + x_3 \geq 4 \\ x_1 - 5x_2 + x_3 \geq 5 \\ 2x_1 - x_2 + 3x_3 \geq 6 \end{cases}$$

$$x_j \geq 0$$

$$j = 1, 2, 3$$

$$Y_{\min} = 2x_1 + x_2 + 5x_3$$

Ikkilangan masala:

$$\begin{cases} -\omega_1 + \omega_2 + 2\omega_3 \leq 2 \\ \omega_1 - 5\omega_2 - \omega_3 \leq 1 \\ \omega_1 + \omega_2 + 3\omega_3 \leq 5 \end{cases}$$

$$\omega_i \geq 0$$

$$i = 1, 2, 3$$

$$Z_{\max} = -4\omega_1 + 5\omega_2 + 6\omega_3$$

10-MAVZU. KORPORATIV TUZILMALAR BIZNES-JARAYONLARINI EKONOMETRIK USULLAR ASOSIDA MODELLASHTIRISH

Reja:

- 1. O‘zaro bog‘lanishlar haqida tushuncha va ularning turlari.**
- 2. To‘g‘ri chiziqli regressiya tenglamasini aniqlash.**
- 3. Egri chiziqli regressiya tenglamalarini aniqlash.**
- 4. Bir omilli regressiya tenglamasini baholash va tahlil qilish. Juft korrelyatsiya koeffitsiyenti**
- 5. Ko‘p o‘lchovli korrelyatsiya. Muhim va mohiyatli omillarni tanlash.**
- 6. Korrelyatsion-regression modellardan biznes-jarayonlarining iqtisodiy tahlili va prognozlashda foydalanish yo‘llari.**

1. O‘zaro bog‘lanishlar haqida tushuncha va ularning turlari

Belgilar o‘rtasidagi bog‘lanishlar xarakteriga qarab ikki turga bo‘linadi:

- 1) funksional bog‘lanish;
- 2) korrelyatsion bog‘lanish.

Funksional bog‘lanish - bu shunday to‘liq bog‘lanishki, unda bir belgi yoki belgilar o‘zgarish qiymatiga har doim natijaning ma‘lum me‘yorda o‘zgarishi mos keladi.

Omil belgining har bir qiymatiga natijaviy belgining har doim bitta yoki bir necha aniq qiymati mos kelsa, bunday munosabat funksional bog‘lanish deyiladi. Funksional bog‘lanishning muhim xususiyati shundan iboratki, bunda barcha omillarning to‘liq ro‘yxatini va ularning natijaviy belgi bilan bog‘lanishini to‘la ifodalovchi tenglamani yozish mumkin.

Korrelyatsion bog‘lanish - bu shunday to‘liqsiz bog‘lanishki, unda omillarning har bir qiymatiga turli zamon va makon sharoitlarida natijaning har xil qiymatlari mos keladi. Bu holda omillar to‘liq soni noma‘lumdir.

Omillarning soniga qarab funksional bog‘lanishlar bir yoki ko‘p omilli bo‘ladi. Ulardan ijtimoiy fanlarga nisbatan aniq fanlarda juda keng foydalaniladi, chunki funksional bog‘lanishlar tabiiy hodisalar orasida ko‘p uchraydi.

Omillarning har bir qiymatiga turli zamon va makon sharoitlarida natijaviy belgining aniq qiymatlari emas, balki har xil qiymatlari mos keladigan bog‘lanish korrelyatsion bog‘lanish yoki munosabat deyiladi. Korrelyatsion bog‘lanishning xarakterli xususiyati shundaki, bunda omillarning to‘liq soni noma‘lum bo‘ladi.

Bir belgi X ning har bir qiymatiga ikkinchi o‘zgaruvchan Y belgining taqsimoti mos kelsa, bunday munosabat korrelyatsion bog‘lanish deb yuritiladi.

O‘rganilayotgan to‘plam taqsimoti normal taqsimotga mos yoki unga yaqin shaklda bo‘lsa, korrelyatsion jadval o‘rtasida joylashgan X va Y ning juft qiymati odatda eng katta takrorlanish soniga ega bo‘ladi. Unga qarab jadval to‘rtta kataklarga bo‘linadi. Birinchi katak jadvalning chap tomoni yuqori qismida joylashgan X va Y larning qiymatlari va ularning takrorlanish sonlaridan tarkib topadi. Undan past qismda ikkinchi, o‘ng qismda esa uchinchi kataklar o‘rnashadi. Ikkinchi katak X ning katta qiymatlariga mos keladigan Y ning

nisbatan kichik qiymatlari va ularning juftlari uchun takrorlanish sonlarini o'z ichiga oladi. Uchinchi katak esa, aksincha, X ning nisbatan kichik qiymatlariga mos keladigan Y ning katta qiymatlari va ularni juftlikda takrorlanish sonlarini qamrab oladi. Va nihoyat, to'rtinchi katak birinchi katakning qarama qarshi holati bo'lib, u X va Y larning o'zaro mos keladigan katta qiymatlari va ularni takrorlanishi sonlaridan tuziladi.

Bog'lanish o'zgarish yo'nalishlariga qarab to'g'ri yoki teskari bo'ladi. Agar belgining ortishi (yoki kamayishi) bilan natijaviy belgi ham ortib (yoki kamayib) borsa, ular o'rtasidagi bog'lanish to'g'ri bog'lanish deyiladi.

Analitik ifodalarining ko'rinishiga qarab bog'lanishlar to'g'ri chiziqli (yoki umuman chiziqli) va egri chiziqli (yoki chiziqsiz) bo'ladi. Agar bog'lanishning tenglamasida omil belgilar ($X_1, X_2, \dots, X_k$) faqat birinchi daraja bilan ishtirok yetib, ularning yuqori darajalari va aralash ko'paytmalari qatnashmasa, ya'ni,

$y = a_0 + \sum_{i=1}^K a_i X_i$ ko'rinishda bo'lsa, chiziqli bog'lanish yoki xususiy holda, omil bitta bo'lganda $y = a_0 + a_1 x$ to'g'ri chiziqli bog'lanish deyiladi.

Ifodasi to'g'ri chiziqli tenglama bo'lmagan bog'lanish egri chiziqli (yoki chiziqsiz) bog'lanish deb ataladi. Xususan,

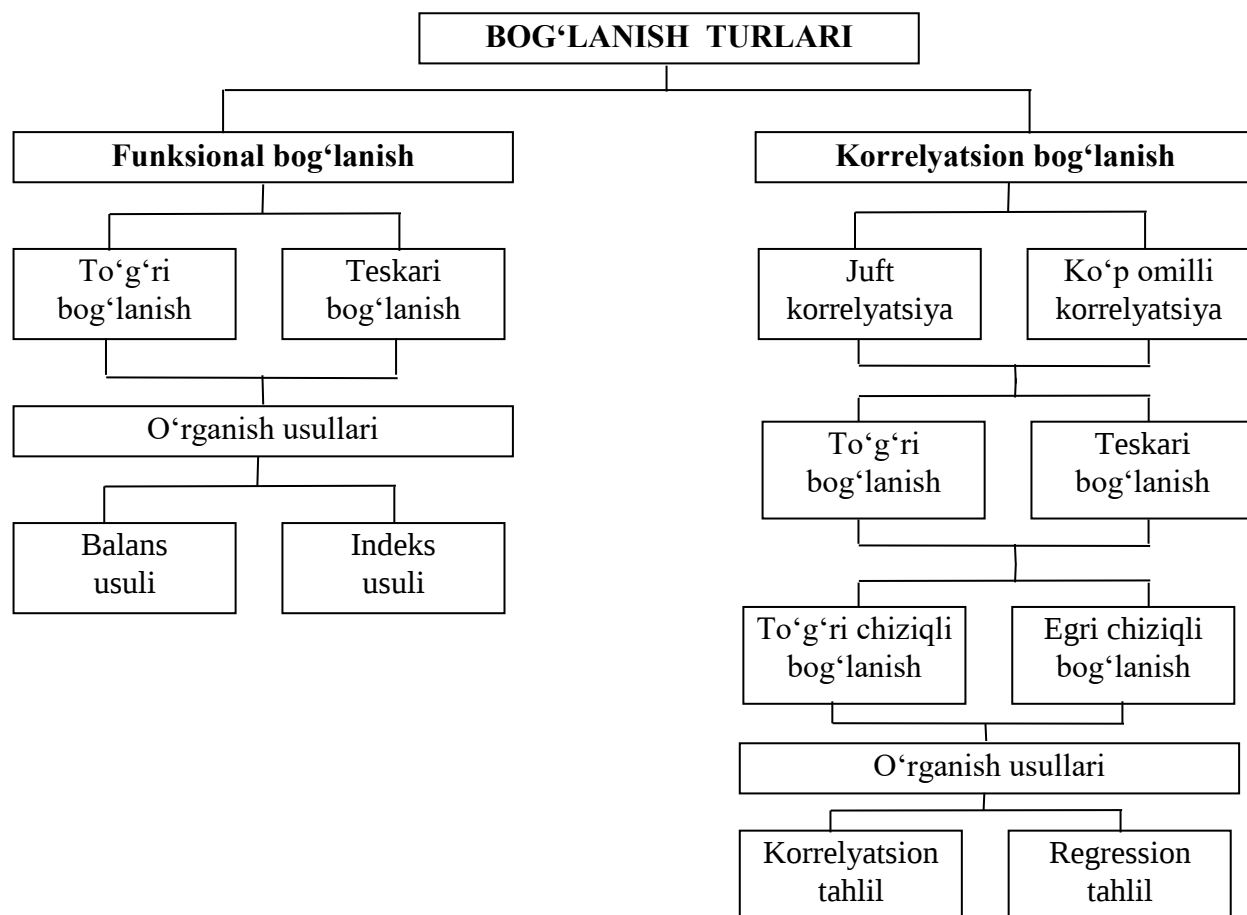
$$\text{- parabola } y = a_0 + a_1 x + a_2 x^2 \text{ yoki } y = a_0 + \sum_{i=1}^K a_i x_i + \sum_{i=1}^K b_i x_i^n \quad n = \overline{1, \dots, s}$$

$$\text{- giperbola } y = a_0 + \frac{a_1}{x} \quad \text{ёки} \quad y = a_0 + \sum_{i=1}^K \frac{a_i}{x_i}$$

$$\text{- ko'rsatkichliy} = a_0 x^a \text{ yoki } y = a \prod_{i=1}^K x_i^{a_i}$$

va boshqa ko'rinishlarda ifodalanadigan bog'lanishlar egri chiziqli (yoki chiziqsiz) bog'lanishga misol bo'la oladi.

Quyidagi 1-rasmda yuqorida bayon etilganlarni umumlashgan holda yaqqolroq tasvirlaydi.



1-rasm. Hodisalar orasidagi o'zaro-bog'lanish turlari va ularni o'rganish usullari³⁰

Korrelyatsion bog'lanishlarni o'rganishda ikki toifadagi masalalar ko'ndalang bo'ladi. Ulardan biri o'rganilayotgan hodisalar (belgilar) orasida qanchalik zich (ya'ni, kuchli yoki kuchsiz) bog'lanish mavjudligini baholashdan iborat. Bu korrelyatsion tahlil deb ataluvchi usulning vazifasi hisoblanadi.

Korrelyatsion tahlil deb hodisalar orasidagi bog'lanish zichlik darajasini baholashga aytiladi.

Korrelyatsion tahlil korrelyatsiya koeffitsiyentlarini aniqlash va ularning muhimligini, ishonchliligini baholashga asoslanadi.

Korrelyatsiya koeffitsiyentlari ikkiyoqlama xarakterga ega. Ularni hisoblash natijasida olingan qiymatlarni X bilan Y belgilar yoki, aksincha, Y bilan X belgilar orasidagi bog'lanish me'yori deb qarash mumkin.

Korrelyatsion bog'lanishni tekshirishda ko'zlanadigan ikkinchi vazifa bir hodisaning o'zgarishiga qarab, ikkinchi hodisa qancha miqdorda o'zgarishini aniqlashdan iborat. Afsuski, korrelyatsion tahlil usuli - korrelyatsiya koeffitsiyentlari bu haqida fikr yuritish imkonini bermaydi. Regression tahlil deb nomlanuvchi boshqa usul mazkur maqsad uchun xizmat qiladi.

Regression tahlil natijaviy belgiga ta'sir etuvchi omillarning samaradorligini aniqlab beradi. Regression tahlil amaliy masalalarni yechishda

³⁰ O'rmonov N., Quvnoqov H., Urinov B. "Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirish" fanidan O'quv uslubiy majmua. –T.: Iqtisodiyot, 2018. – 223 bet.

muhim ahamiyat kasb etadi. U natijaviy belgiga ta'sir etuvchi belgilarning samaradorligini amaliy jihatdan yetarli darajada aniqlik bilan baholash imkonini beradi. Shu bilan birga regression tahlil yordamida iqtisodiy hodisalarning kelajak davrlar uchun istiqbol miqdorlarini baholash va ularning ehtimol chegaralarini aniqlash mumkin. Regression va korrelyatsion tahlilda bog'lanishning regressiya tenglamasi aniqlanadi va u ma'lum ehtimol (ishonch darajasi) bilan baholanadi, so'ngra iqtisodiy-statistik tahlil qilinadi.

Shu sababli ham regression va korrelyatsion tahlil quyidagi 4 bosqichdan iborat bo'ladi:

- 1) masala qo'yilishi va dastlabki tahlil;
- 2) ma'lumotlarni to'plash va ularni o'rganib chiqish;
- 3) bog'lanish shakli va regressiya tenglamasini aniqlash;
- 4) regressiya tenglamasini baholash va tahlil qilish.

To'g'ri chiziqli regressiya tenglamasining $y=a_0+a_1x$ parametrlari (a_0, a_1) o'rtacha arifmetik miqdorning quyidagi xossasiga asoslanib "eng kichik kvadratlar" usuli bilan topiladi. Bundan regressiya tenglamasining parametrlarini aniqlash uchun quyidagi normal chiziqli tenglamalar tizimi kelib chiqadi:

$$\begin{aligned} na_0 + a_1 \sum x &= \sum y \\ a_0 \sum x + a_1 \sum x^2 &= \sum xy \end{aligned} \quad (10.1)$$

bu yerda: n - to'plamning hajmi (birliklar soni);

$x_1, x_2, \dots, x_n$ - omil belgining haqiqiy qiymatlari;

$y_1, y_2, \dots, y_n$ - natijaviy belgining haqiqiy qiymatlari.

Sistemaning parametrlarga nisbatan umumiy yechimi ushbu ko'rinishda yoziladi:

$$a_0 = \frac{\sum y \cdot \sum x^2 - \sum xy \cdot \sum x}{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \quad (10.2)$$

$$a_1 = \frac{n \sum y - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \quad (10.3)$$

Regressiya koeffitsiyenti omil x belgining samaradorligini belgilaydi. Regressiya tenglamasida X omil belgi oldidagi a_1 koeffitsiyent iqtisodiy tahlil uchun katta ahamiyatga ega. U regressiya koeffitsiyenti deb nomlanadi va X omilning samaradorligini ko'rsatadi: omil bir birlikka oshganda natija o'rtacha qancha miqdorga oshishi (yoki pasayishi)ni ifodalaydi.

To'g'ri chiziqli bog'lanishning zichlik darajasi korrelyatsiya koeffitsiyenti bilan baholanadi:

$$\begin{aligned} r_{xy} &= \frac{\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y})}{\sqrt{\sum (x - \bar{x})^2 \sum (y - \bar{y})^2}} = \frac{[\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y})]}{n \sigma_x \sigma_y} = \frac{\bar{xy} - \bar{x} \bar{y}}{\sigma_x \sigma_y} = \\ &= \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}} \end{aligned} \quad (10.4)$$

Korrelyatsiya koeffitsiyenti -1 bilan +1 orasida yotadi. Musbat ishora to'g'ri bog'lanish, manfiy ishorada esa teskari bog'lanish ustida so'z boradi.

Korrelyatsiya va regressiya koeffitsiyentlari orasidaya quyidagicha o‘zaro bog‘lanish mavjud:

$$r_{xy} = a_1 \frac{\sigma_x}{\sigma_y} \text{ yoki } a_1 = r \frac{\sigma_y}{\sigma_x} \quad (10.5)$$

r_{xy}^2 - determinatsiya koeffitsiyenti deb nomlanib, natijaviy belgi o‘zgaruvchanligining qaysi qismi x omil ta’siri ostida vujudga kelishini ko‘rsatadi. Korrelyatsiya koeffitsiyentining kvadrati determinatsiya koeffitsiyenti deb ataladi va u natijaviy belgi umumiy o‘zgaruvchanligining qaysi qismi o‘rganilayotgan omil x hissasiga to‘g‘ri kelishini ko‘rsatadi.

2. To‘g‘ri chiziqli regressiya tenglamasini aniqlash

Hisoblash ishlarining hajmini kamaytirish maqsadida to‘plam birliklari omil (x) va natijaviy (y) belgilar bo‘yicha kombinatsion shaklda guruhlanadi va natijada korrelyatsion jadval hosil qilinadi. So‘ngra uning ma’lumotlari asosida regressiya tenglamasining parametrlari aniqlanadi.

1-jadval

Regressiya tenglamasini parametrlarini aniqlash uchun kerakli jamlama axborotlarni tayyorlash³¹

Paxta hosildorligi bo‘yicha guruhlar, s/ga		20-26	26-32	32-38	Jami $\sum nx$	$\sum x n_x$	$\sum x^2 n_x$	Ham-masi
1 ga mineral o‘g‘it sarfi bo‘yicha guruhlar	Oraliq o‘rtacha qiymati $\bar{y}$ $\bar{x}$	23	29	35				$\sum x y_{yx}$
	$x \ y$							
2-4	3	69	87	105	15	45	135	1125
		10	5	0				
		690	435	0				
4-6	5	115	145	175	30	150	750	4530
		2	20	8				
			2900	1400				
6-8	7	161	203	245	25	175	1225	
		0	15	10				

³¹ O‘rmonov N., Quvnoqov H., Urinov B. ”Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirish” fanidan O‘quv uslubiy majmua. –T.: Iqtisodiyot, 2018. – 223 bet.

				0			3045			245 0				5495
Жами	n_y	12	40	18	70	370	2110	1115 0						
	$\sum y n_y$	276	1160	630	2066	-	-	-						
	$\sum y^2 n_y$	6348	33640	22050	62038	-	-	-						
	$\hat{y}_x$	26.11	29,09	32,07	29,4	-	-	-						
	$\sum \hat{y}_x n_y$	313.32	1163,60	577,26	2054, 2	-	-	-						
	$\sum \hat{y}_x^2 n_x$	8180.79	33849,12	18512,73	60542 ,6	-	-	-						

1-jadvalda oraliqlar o'rtachalarini belgi variantlari deb qabul qilib, jadvalning har bir katagida 3 ta ma'lumot yozamiz.

Chunonchi, katakning o'rtasida guruh takrorlanish (xo'jaliklar) soni n_{xy} , yuqori chap burchagida xy ko'paytma, pastki o'ng burchakida esa ularning n_{xy} ga ko'paytmasi xyn_{xy} ko'rsatiladi (xususan 1-qator va 1-ustunga mos kelgan katakda $n_{xy}=10$, $xy=3*23=69$, $xyn_{xy}=69*10=690$). Bulardan tashqari, jadvalda yig'indi va ko'paytma ko'rinishida umumiy ifodalar berilgan. Masalan,

$$nx_1 = \sum n_{xy} = 10 + 5 + 0 = 15$$

$$ny_1 = \sum n_{yx} = 10 + 2 + 0 = 12$$

1-jadval ma'lumotlariga asoslanib regressiya tenglamasining parametrlari bunday aniqlanadi:

$$a_0 = \frac{\sum y n_{xy} * \sum x^2 n_x - \sum \sum x y n_{xy} * \sum x n_x}{N \sum x^2 n_x - (\sum x n_x)^2} = \frac{2066 * 2110 - 11150 * 370}{70 * 2110 - 370 * 370} = 21,644; \quad (10.9)$$

$$a_1 = \frac{N \sum \sum x y n_{xy} - \sum y n_y * \sum x n_x}{N \sum x^2 n_x - (\sum x n_x)^2} = \frac{70 * 11150 - 2066 * 370}{70 * 2110 - 370 * 370} = 1.48 \quad (10.10)$$

$$\text{Demak, } \hat{y}_x = 21,644 + 1,489x.$$

Guruhlangan ma'lumotlar bo'yicha regressiya tenglamasi parametrlarini hisoblash ularning aniqlik darajasini pasaytiradi, chunki bunda belgi qiymatlari uchun taqriban oraliqlar o'rtachasi olinadi. G'o'za mineral o'g'itlar bilan oziqlantirilmaganda xo'jaliklarda o'rtacha hosildorlik 21,644 s/ga bo'lishi mumkin edi. Har gektar g'o'zaga berilgan qo'shimcha o'g'it hosildorlikni o'rtacha 1,5 s (ga oshiradi).

3. Egri chiziqli regressiya tenglamalarini aniqlash

Belgilar orsidagi munosabat barqarorlikka intiluvchi nisbiy me'yorlar bilan ifodalansa, bu holda egri chiziqli regressiya tenglamalari qo'llanadi.

1. Omillar o'rtasidagi teskari korrelyatsion bog'lanishni giperbola ko'rinishida ifodalash mumkin:

$$y = a_0 + a_1 / x$$

Agar regressiya koeffitsiyenti a_1 musbat ishoraga ega bo'lsa, omil belgi x qiymatlari oshgan sari natijaviy belgi kichiklasha boradi va shunisi e'tiborliki, kamayish sur'ati doimo sekinlashadi va $x \rightarrow \infty$ cheksizlikka intilganda natijaviy belgi o'rtacha qiymati a_0 teng bo'ladi, ya'ni $\hat{y}_x = a_0$. Agar regressiya koeffitsiyenti a_1 manfiy ishoraga ega bo'lsa, omil qiymati oshishi bilan natijaviy belgi qiymatlari kattalashadi, ammo o'sish sur'ati sekinlasha boradi va $x \rightarrow \infty$ $y = a_0$.

Giperboloid regressiya tenglamasi $\hat{Y}_x = a_0 + \frac{a_1}{x}$ dagi $\frac{1}{x}$ ni z bilan almashtirib, uni to'g'ri chiziqli ko'rinishga keltirish mumkin. Natijada, kichik kvadratlar usuliga binoan, normal tenglamalar quyidagi shaklga ega bo'ladi:

$$\begin{aligned} na_0 + a_1 \sum z &= \sum y \\ a_0 \sum z + a_1 \sum z^2 &= \sum yz \end{aligned}$$

II. Regressiya tenglamasi parabola $\hat{Y}_x = a_0 + a_1 x^2$ ko'rinishda ifoda qilinsa, xuddi yuqoridagiga o'xshash $x^2 = z$ almashtirish qo'llanilib, parametrlarni aniqlash formulalari hosil qilinadi:

$$a_0 = \frac{\sum y \sum x^4 - \sum yx^2 \sum x^2}{n \sum x^4 - (\sum x^2)^2} \quad (10.14); \quad a_1 = \frac{n \sum yx^2 - \sum y \cdot \sum x^2}{n \sum x^4 - (\sum x^2)^2} \quad (10.15).$$

Ikkinchi tartibli parabola shaklidagi regressiya tenglama quyidagi ko'rinishga ega:

$$\hat{Y}_x = a + b_1 x + b_2 x^2 \quad (10.16)$$

Agar omil o'zgarishi bilan natija dastlab tez sur'atlar bilan o'zgarib, so'ngra tezligi so'na borsa, u holda korrelyatsiya paraboloid shaklga ega bo'ladi.

Agar to'g'ri chiziqli bog'lanishda omil o'zgaruvchanligi ko'lami chegarasida uning bir birligiga nisbatan natijaviy belgi o'rtacha o'zgarishi o'zgarmas miqdor bo'lsa, paraboloid korrelyatsiyada esa Y - belgi bir birligiga nisbatan X belgi o'zgarishi omil qiymati o'zgarishi bilan bir me'yorda ketadi. Oqibatda bog'lanish hatto o'z ishorasini qarama-qarshisiga almashtirib, to'g'ri bog'lanishdan teskari yoki teskaridan to'g'riga aylanishi mumkin. Bunday xususiyat ko'pchilik tizimlarga xosdir.

Ikkinchi tartibli parabola uchun, kichik kvadratlar usuliga binoan, normal tenglamalar tizimi quyidagicha:

$$\begin{cases} na + b_1 \sum x + b_2 \sum x^2 = \sum y \\ a \sum x + b_1 \sum x^2 + b_2 \sum x^3 = \sum yx \\ a \sum x^2 + b_1 \sum x^3 + b_2 \sum x^4 = \sum yx^2 \end{cases} \quad (10.17).$$

III. Regressiya tenglamasini ko'rsatkichli funksiya ko'rinishda $\hat{Y}_x = a_0 x^{a_1}$ aniqlash uchun avval uni logarifmlab $\ln \hat{Y}_x = \ln a_0 + \ln x a_1$ so'ngra $\ln \hat{Y}_x = \hat{U}_z$, $\ln a_0 = b$, $\ln x = z$ almashtirishlar yordamida chiziqli tenglama hosil qilinadi: $\hat{U}_z = b + a_1 z$. Yuqoridagi formulalarga asosan a_1 va b aniqlab va kiritilgan almashtirishlardan foydalanib quyidagini yozish mumkin:

$$b = \ln a_0 = \frac{\sum \ln y \sum (\ln x)^2 - \sum \ln y \cdot \ln x \sum \ln x}{n \sum (\ln x)^2 - (\sum \ln x)^2}; \quad (10.18),$$

$$a_1 = \frac{n \sum \ln y \ln x - \sum \ln y \sum \ln x}{n \sum (\ln x)^2 - (\sum \ln x)^2}; \quad (10.19)$$

U holda $a_0 = e^{\ln a_0}$.

4. Bir omilli regressiya tenglamasini baholash va tahlil qilish.

Juft korrelyatsiya koeffitsiyenti

Korrelyatsion bog‘lanish kuchini baholashda korrelyatsiya indeksidan foydalaniladi:

$$i = \sqrt{\frac{\sigma_{\hat{y}_x}^2}{\sigma_y^2}} = \sqrt{1 - \frac{\sigma_\varepsilon^2}{\sigma_y^2}} \quad (10.20)$$

Bu koeffitsiyentning kvadrati determinatsiya indeksi deb ataladi.

Xususan, bog‘lanishning shakli to‘g‘ri chiziqli bo‘lganda determinatsiya va korrelyatsiya indeksleri mos ravishda chiziqli determinatsiya va korrelyatsiya koeffitsiyentlari (r^2 va r) deb yuritiladi.

Guruhlangan to‘plam uchun korrelyatsiya koeffitsiyenti bunday hisoblanadi:

$$r = \frac{n \sum y x n_{yx} - \sum y n_y \sum x n_x}{\sqrt{[n \sum y^2 n_y - (\sum y n_y)^2][n \sum x^2 n_x - (\sum x n_x)^2]}}. \quad (10.21)$$

Korrelyatsiya koeffitsiyentining kattaligi esa regressiya tenglamasining funksional bog‘lanishga yaqinligini ko‘rsatadi. Bu yerda kuzatilgan taqsimot belgilari orasida to‘la adekvat bog‘lanish mavjud deb hisoblanayotir. Ammo hayotda bunday to‘liq moslik bo‘lmaydi. Shu sababli korrelyatsiya indeksi bilan korrelyatsiya koeffitsiyenti orasidagi farq haqiqiy bog‘lanish shakli qanchalik to‘g‘ri chiziqli bog‘lanishga mos kelishini baholaydi.

Aniqlangan regressiya va korrelyatsiya ko‘rsatkichlari har doim mohiyatli bo‘lavermaydi. Shuning uchun ularning mohiyatli ekanligini tekshirib ko‘rish zarur. Regressiya va korrelyatsiya ko‘rsatkichlarining mohiyatligi Styudent (t), Fisher (F) va boshqa mezonlar yordamida baholanadi.

Korrelyatsiya indeksining mohiyatli ekanligi Fisher mezoni bilan tekshiriladi. Kriteriyaning F_{haq} haqiqiy qiymati:

$$F_{haq.} = \frac{i^2}{1-i^2} - \frac{n-m}{m-1} \quad (10.22)$$

bu yerda: n - to‘plam soni; m - tenglama parametrlari soni.

Korrelyatsiya koeffitsiyentining mohiyatlilik darajasini Styudent t -mezon bilan ham tekshirish mumkin. Agar ushbu tengsizlik

$$t_{haq.} = r \sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}} \geq t_{jadval} \quad (10.23)$$

o‘rinli bo‘lsa, korrelyatsiya koeffitsiyenti mohiyatli bo‘ladi.

Ko‘p o‘lchovli regressiya tenglamalarini baholash va tahlil qilish.

Yuqorida ko‘p o‘lchovli regressiya tenglamasini baholash bilan bog‘liq bo‘lgan birinchi masala - determinatsiya va korrelyatsiya koeffitsiyentlarini aniqlash usullarini ko‘rib chiqdik. Bunday baholashning ikkinchi masalasi regressiya tenglamalarini yechish natijalari va korrelyatsiya koeffitsiyentlarini ehtimollik jihatdan muhimligi, ishonchliligini aniqlashdan iborat. Bu masala juft regressiya tenglamasi va korrelyatsiya koeffitsiyentlarini baholashdagi usullar yordamida ya’ni t -Styudent va F -Fisher mezonlaridan foydalanib yechiladi.

$$t_j = \frac{\beta_j \sqrt{n-k-1}}{\sqrt{(1 - \sum \beta_j r_{0j}) C_{jj}}} \quad (10.27)$$

bu yerda $j = \overline{1...k}$ K -omillar tartib raqami, n -to‘plam hajmi, k -omillar soni, r_{0j} -har bir omilning juft korrelyatsiya koeffitsiyenti, “0”-natijaviy belgi indeksi (nishoni) c_{jj} -normal tenglamalar tizimidagi koeffitsiyentlardan tuzilgan matritsaga $B=(b_{ej})$ teskari bo‘lgan matritsaning $B^{-1}=(C_{ej})$ diagonal elementi.

Ko‘p o‘lchovli korrelyatsiya koeffitsiyentining o‘rtacha xatosi quyidagi formula bo‘yicha aniqlanadi:

$$\sigma_R = \frac{1-R^2}{\sqrt{n-k-1}} \quad (10.28)$$

Uning muhimligini aniqlash uchun Styudent t -mezonining haqiqiy qiymati hisoblanadi va t -taqsimotning jadvalidagi kritik qiymati bilan taqqoslanadi.

Ko‘p o‘lchovli korrelyatsiya koeffitsiyenti uchun t -mezon bu koeffitsiyentning haqiqiy qiymatini uning o‘rtacha hatosiga bo‘lishi hosilasidir.

$$t_R = \frac{R}{\sigma_R} = \frac{R\sqrt{n-k-1}}{1-R^2}. \quad (10.27)$$

Agar mazkur korrelyatsiya koeffitsiyentining qiymati birga yaqin bo‘lsa, uning baholari taqsimoti normal yoki Styudent taqsimotidan farq qiladi, chunki u bir soni bilan chegaralangan. Bunday hollarda korrelyatsiya koeffitsiyentlarining muhimligi F -Fisher mezoni bilan baholanadi:

$$F = \frac{R^2}{1-R^2} * \frac{n-k-1}{k}, \quad (10.28)$$

bu yerda k - omillar soni, $K= m-1$ m – regressiya tenglamasidagi hadlar soni.

Bir va ko‘p omilli bog‘lanish natijalarini tarkibiy qismlarga ajratish usullari.

Juft regressiya koeffitsiyentini sof omil samarasi bilan bir qatorda omillarning o‘zaro bevosita va bilvosita ta’sirida hosil bo‘lgan samaralarga ajratish mumkin.

Ko‘p o‘lchovli korrelyatsiya umumiy natijasida ayrim omillar hissasini ajratma determinatsiya koeffitsiyentlari yordamida aniqlash mumkin: $d_j^2 = r_{0j} \beta_j$.

6. Korrelyatsion-regression modellardan biznes-jarayonlarining iqtisodiy tahlili va prognozlashda foydalanish yo‘llari

Korrelyatsion-regression model - bu o‘rganilayotgan hodisalar orasidagi bog‘lanishni natijaviy belgi bilan muhim omillar o‘rtasidagi ishonchli miqdoriy nisbatlar orqali ifodalashdir.

Korrelyatsion-regression model deb shunday regressiya tenglamasiga aytiladiki, u o'rganilayotgan hodisalar orasidagi o'zaro bog'lanishlarni natijaviy belgi bilan muhim omillar o'rtasidagi ishonchli miqdoriy nisbatlar orqali ifodalab beradi. Uning determinatsiya va regressiya koeffitsiyentlari mohiyatan bog'lanishning sotsial-iqtisodiy tabiati haqidagi ilmiy nazariyaga to'la mos bo'lib, ishonchli oraliq ehtimoliga ega bo'ladi.

Korrelyatsion-regression modellarni tuzish uchun statistika nazariyasi va amaliyoti tomonidan qator tavsiyalar ishlab chiqilgan:

- omil sifatida olinadigan belgilar natijaviy belgi bilan sabab-oqibat bog'lanishda bo'lishi kerak;
- omil qilib olinayotgan belgilar natijaviy belgining tarkibiy elementi yoki uning funksiyasi bo'lmashligi lozim;
- omil sifatida olinayotgan belgilar bir birini takrorlamasligi, ya'ni kolleniear bo'lmashligi kerak (korrelyatsiya koeffitsiyenti $>0,8$ bo'lmashligi shart);
- natijaviy belgi qanday to'plam birligiga tegishli bo'lsa, omil belgilarni ham unga nisbatan olish ma'qul;
- regressiya tenglamasiga kiritiladigan omillar soni " m " to'plam birliklar soni " n " dan kam bo'lishi kerak. Odatda, ko'p o'lchovli regressiya tenglamalari uchun $m/n \geq 11$ bosh komponentlar usuli uchun $m/n \geq 7$ tavsiya etiladi.

Regressiya tenglamasining matematik shakli bog'lanish tabiatiga to'la mos bo'lishi kerak.

Regressiya tenglamasini matematik ifodalash shakli real sharoitda omillar bilan natija orasidagi bog'lanish tabiatiga to'la mos bo'lishi, uyg'unlanishi lozim. Agar omillar va natijalar orasida additiv bog'lanish bo'lib, biror omil

bo'lmaganda ham natija ro'yobga chiqaversa, tenglama $\hat{Y}_{1...k} = a_0 + \sum_{j=1}^k a_j x_j$

shaklda, agar biror omilsiz natija yuzaga chiqa olmasa, tenglama multiplikativ

shaklda $\hat{Y}_{x_j} = a_0 \prod_{j=1}^k a_j x_j$ bo'lishi lozim.

Istiqbolni belgilash uchun regression modeldan foydalanish bashorat qilishda kutiladigan omil qiymatlarini tenglamaga qo'yishdan iboratdir. Istiqbolni belgilash uchun korrelyatsion-regression modeldan foydalanish regressiya tenglamasiga omil birliklarning prognoz qilishda kutiladigan qiymatlarini qo'yib, natijaviy belgining bashoriy ko'rsatkichlarini yoki berilgan ehtimol bilan ular yotadigan ishonchli kenglikni hisoblashdan iboratdir. Tenglamani hisoblash asosi bo'lib xizmat qilgan axborotda faktor belgi ega bo'lgan qiymatdan katta darajada farqlanuvchi bashariy qiymatlarini tenglamaga qo'yish noto'g'ri bo'ladi, chunki omilning boshqa sifatga tegishli darajalarida tenglama parametrlari o'zgacha qiymatlarga ega bo'lishi mumkin.

Istiqbolni nuqtali prognozlashning amalga oshish ehtimoli kichik. Regressiya tenglamasiga omillarning kutiladigan qiymatlarini qo'yib aniqlangan prognoz (istiqbol daraja) nuqtali prognoz (istiqbolni baholash) deb ataladi. Bunday istiqbol baholashning amalga oshish ehtimoli juda kichikdir. Shuning uchun istiqbol baholashni uning o'rtacha xatosini yoki yetarli darajada katta

ehtimol bilan prognozning ishonchli kengligi (oralig'i)ni aniqlash bilan birga olib borish kerak. Omil belgi qiymati X_k ga teng bo'lganda regressiya chizig'ining bosh to'plamdagi holatining o'rtacha xatosi quyidagi formula yordamida aniqlanadi:

$$M\hat{y}_{\bar{x}} = \delta_{xy} \sqrt{\frac{1}{n} + \frac{(x_k - \bar{x})^2}{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}} \quad (10.29)$$

bu yerda $M_{\hat{y}_x}$ - regressiya chizig'ining bosh to'plamdagi holatining o'rtacha xatosi $x=x_k$ ga teng bo'lganda; n - tanlanma hajmi; x_k - omilning kutiladigan qiymati;

δ_{qoldiq} - erkin darajalar soni bilan bosh to'plamdagi regressiya chizig'i natijaviy belgi o'rtacha kvadratik tafovutining baholanishi, ya'ni:

$$\delta_{qoldiq} = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (y_i - \hat{y}_{x_i})^2}{n - m}}$$

m - tenglama parametrlari (koeffitsiyentlari) soni.

Regressiya chizig'i istiqbolining ishonchli chegaralarini aniqlash uchun uning o'rtacha xatosini erkin darajalar soni $n-m$ va ishonchli ehtimol 0,95($\alpha=0,05$) bilan aniqlangan t -Styudent mezonining kritik (jadval) qiymatiga

ko'paytirish kepak $\Delta_{prognoz} = t_{jad} * M_{\hat{y}_{x_k}}$.

11-MAVZU. KORPORATIV BOSHQARUVNING – BOSHQARUV QARORLARINI OPTIMALLASH VA MODELLASHTIRISH

Reja:

1. Korporativ tuzilmalar faoliyatini rejalashtirish va rejalashtirishning asosiy elementlari
2. Korporativ tuzilmalar faoliyatini rejalashtirishning asosiy elementlari
3. Rejalashtirish bosqichlari va uning turlari
4. Biznes-rejaning mohiyati, mazmuni hamda uni ishlab chiqish
5. Biznes-rejani tayyorlash
6. Biznes-rejadan foydalanish tamoyillari

1. Korporativ tuzilmalar faoliyatini rejalashtirish va rejalashtirishning asosiy elementlari

Har qanday korporativ tuzilmalar o'zini faoliyat yo'nalishidan qat'iy nazar rejalashtirish bilan shug'ullanish kerak.

Rejalashtirish deganda korporativ tuzilmalarni aniq kelajakdagi maqsadini aniqlash, ularni amalga oshirish usullarini tahlili va resurslar bilan ta'minoti tushuniladi.

Tadbirkor faoliyatini rejalashtirish ko'pgina afzalliklarga ega:

- u rahbar va mutaxassislarni doimo kelajak uchun fikrlashga rag'batlantiradi;
- rejalarni ishlab chiqarish va bajarish jarayonida korxona tomonidan qilinayotgan ishlarni aniq muvofiqlashtirish amalga oshiriladi;
- u tashkilot o'z vazifalarini aniq belgilashga majbur qiladi;
- rejalashtirish tashkilotlarni tusatdan bo'ladigan o'zgarishlarga tayyor qiladi, mansabdor shaxslar vazifalarini, o'zaro munosabatlarini ko'rgazmali ravishda namoyon qiladi.

F.Kotlarning fikricha, istiqbolni rejalashtirish bu firmalar maqsadlari, uning marketing sohasidagi potensial imkoniyatlarni va imkonlar orasidagi strategik muvofiqlarni qo'llashni taqqoslovchi boshqaruv jarayonidir.

Yangi qonun chiqaruvchi hujjatlardi ko'rsatib o'tilganki, korxona o'z faoliyatini mustaqil holda rejalashtiradi va rivojlanish istiqbollari ishlab chiqarish mahsulotlar, ishlar, xizmatlarga ehtiyoj va korxona ishlab chiqarish va ijtimoiy rivojlanishni ta'minlash zaruriyati, uning xodimlari shaxsiy daromadlarni oshishi kelib chiqqan holda belgilaydi.

2. Korporativ tuzilmalar faoliyatini rejalashtirishning asosiy elementlari

Maqsadlar va vazifalarni belgilash. Bozorga o'tish sharoitida mustaqil xo'jalik subyektlari bo'ladi va rivojlanishni o'z-o'zini mablag'lar bilan ta'minlash uchun yetarli bo'lgan foyda olish maqsadida mahsulotlar ishlab chiqarish va sotish, bozordagi ulushni o'stirish yoki saqlab qolish, avvalgi davrga nisbatan mahsulotlarni sotish yoki ishlab chiqarishni o'sishini ta'minlashni amalga oshiradi.

Resurslar. Hammadan ilgari moddiy, moliyaviy va mehnat resurslariga bo'lgan ehtiyojlarni aniqlash va uning tuzilishini muvofiqlashtirish talab etiladi. Faoliyat turini tanlashni va samaradorligini baholashni foydaning asosiy jamg'armalar va aylanma mablag'larga munosabati bo'lib, amalga oshirish maqsadga muvofiq.

Mutanosiblik o'rganish. Rejani ishlab chiqishda ko'rsatkichlarni barobarlashtirilganligini ta'minlashni talab qiladi. Shaxsiy aylanma mablag'larni ularning yig'ini miqdoridagi eng oz ulushini, MTB rivojlanishini transport xizmatlari bilan ta'minlanishi va hokazolarni aniqlash muhim ahamiyatga ega.

Rejani bajarilishini tahlil qilish. Iqtisodiy ehtiyojlarni to'liq ta'minlash va foyda omiliga qaratilgan iqtisodiy va tashkiliy-texnik choralarini aniqlash yoki belgilangan maqsadlarga erishish yo'llari va vositalar haqida boradi.

Rejani bajarilishini nazorat qilish. Rejani bajarilishini doimiy o'z vaqtida tekshirish iqtisodiy jarayonni maqsadga muvofiq rivojlanishni ta'minlash, o'z vaqtida kamchiliklarning oldini olish, ilg'or tajribalarni qo'llash va samaradorlikni aniqlashga yo'naltiriladi. Masalan, savdo korxonalarida chakana tovar aylanmasi hajmi daromadlar, xarajatlar, foyda, tovar zahiralar va ba'zi bir ko'rsatkichlar.

Strategik rejalashtirishning tarkibiy tuzilishidan ko‘rinib turibdiki, strategik rejalashtirish asosida avvalo maqsad va vazifalar bilan bir qatorda strategiya mushtarak hal etiladi. Keyingi bosqichda joriy va strategik dasturlarni tuzish orqali byudjetni rejalashtirish va uni ruyobga chiqarish tadbirlari amalga oshiriladi.

Rejalashtirishning asosiy elementlari quyidagilar hisoblanadi:

- prognoz qilish;
- vazifani qo‘yish (umumiy vazifalarni shakllanishi, prognoz asosida kelib chiqadi);
- rejani to‘g‘rilash (bajarilish muddati aniqlanadi)
- byudjetni tuzish (byudjetning son ko‘rinishidagi rejasi bo‘lib, daromadlar va xarajalar balansi pul va natural ko‘rinishda);
- rejani aniqlashtirish (yakunlovchi bosqich - quyi bug‘inlarga qabul qilingan qarorlar tarqatiladi va rejani amalga oshirish boshlanadi).

3. Rejalashtirish bosqichlari va uning turlari

Rejalashtirish jarayoni uch bosqichni o‘z ichiga oladi:

1. Strategik muammolarni tahlili.
2. Faoliyatni kelgusi sharoitini prognoz qilish va vazifalarni aniqlash.
3. O‘z imkoniyatlarini optimal variantini tanlash.

Firmaning istiqbolini tahlil qilishda asosiy tashqi xavf-xatarlar, imkoniyatlar, “favqulodda” holatlarni vujudga kelishi va ularni bartaraf etish imkoniyatlari hal etiladi.

Birinchi bosqichda korxona ish yuritadigan bozorda tahlil qilinadi. Tahlil ikki tomonlama bo‘lib, bozor muhitidagi pozitiv va negativ holatlar haqida o‘ylash kerak bo‘ladi. Shuni hisobga olish kerakki, tadbirkorlikni rivojlantirish jarayonida bir muammoga ruxsat etilishi bilan boshqasi kelib chiqadi. Ehtiyoj va haridor xohishi o‘zgaradi, fan-texnikani yangi yutuqlari joriy etiladi, ishlab chiqarishning rivojlanish darajasi o‘sadi, bozor va raqobatchilar strategiyasi o‘zgaradi, moliyaviy qiyinchiliklar tug‘iladi. Shuning uchun o‘z faoliyatini 1-5 yillarga prognoz qilishga harakat qiladi.

Ikkinchi bosqichda, korxonaning ichki imkoniyatlarini aniqlash zarur. Bu o‘rinda korxonani bozor muhitini o‘zgarishiga qarab ishlab chiqarishdagi, bozordagi, iqtisodiyotdagi, boshqarishdagi, resurslardagi korxonaning kuchli va kuchsiz tomonlari aniqlanadi. Shular asosida maqsadga erishishdagi eng muhim vazifalari aniqlanadi. Bu bosqichda firmaning qaysi yo‘nalishlarida “raqobatchilik stretegiyasini takomillashtirib, firmani yalpi ish faoliyatini qanday yaxshilash mumkin?” degan savolga javob topiladi.

Uchinchi bosqichda uch muhim ko‘rsatkich tahlil qilinadi:

1. Korxonani bozordagi o‘rni.
2. Tarmoqqa korxonani mosligi.
3. Ishlab chiqarish dasturini assortiment tuzilishi.

Bu bosqichda firmaning turli faoliyat yo‘nalishlari bilan istiqbolini qiyoslash, tanlangan strategiyani amalga oshirishda turli faoliyat yo‘nalishlari bo‘yicha ustuvor va resurslarni taqsimlash asosiy o‘rin egallaydi.

Rejalashtirishning quyidagi turlari mavjud bo'lib, ular:

- uzoq muddatli rejalashtirish;
- o'rta muddatli rejalashtirish;
- qisqa muddatli rejalashtirishdir.

Korxona faoliyatini rejalashtirishda muhim maqsad bo'lib, tovarlarni sotish hajmi, foyda va bozordagi ulush hisoblanadi.

Uzoq muddatli rejalashtirish 3 yoki 5 yillik muddatni o'z ichiga oladi. Dunyo amaliyotida uzoq muddatli rejalashtirish keng qo'llaniladi. Xorijda, masalan, Yaponiyada yirik korporatsiyalarning 70-80% uzoq muddatli rejalashtirishdan foydalaniladi. Uzoq muddatli rejalashtirish o'z ichiga o'rta va qisqa muddatli rejalashtirishni ham oladi. Uzoq muddatli rejalashtirishda "mahsulot-bozor" yangi strategiyalari ishlab chiqiladi. "Mahsulot-bozor" yangi strategiyasini axtarish o'z ichiga yangi ishlab chiqarishni rivojlanish imkoniyatlari tahlilini, vertikal integratsiyalarni, xorijiy filiallarni tashkil etishni o'z ichiga oladi. Ushbu bosqichda ishlab chiqarishni kengaytirish va xarajatlarni kamaytirish variantlari urganiladi.

O'rta muddatli rejalar, odatda 2 yoki 3 yillarga tuziladi. O'rta muddatli rejalashtirishda raqiblarni kurash strategiyalarni o'zgarishi va nomenklaturani o'zgarishi natijasida har bir mahsulot guruhi uchun rejalar tuziladi.

O'rta muddatli rejalar qabul qilish jarayoni uch bosqichni o'z ichiga oladi:

- o'zining maxsus ma'lumotlari asosida o'z ishini bashorat qilish;
- prognozlar solishtiriladi;
- korxona rahbariyati o'z ishini umumiy ko'rinishini ishlab chiqaradi va yuqori tashkilotga beriladi.

Qisqa muddatli rejalashtirish 1 yilga, yarim yilga, va bir necha oylarga muljallangan bo'ladi. Qisqa muddatli rejalar 1 yilga ishlab chiqarish hajmini, foydani rejalashtirishni o'z ichiga oladi.

Byudjetlar rejalashtirish tizimining muhim vositasi bo'lib hisoblanadi. Byudjet o'z ko'rinishicha xarajatlar va daromadlar rejasini ko'rsatib beradi. Byudjet qiymat va natural ko'rinishda bo'lishi mumkin.

Byudjetning ikki turini ajratib ko'rsatish mumkin:

- kapital xarajatlari byudjeti;
- joriy operatsiyalar byudjeti.

Kapital xarajatlar byudjeti uzoq muddatli rejalashtirishni baholash va nazorat qilish uchun ishlatiladi.

Joriy operatsiyalar byudjeti har kungi ishlab chiqarish va sotish faoliyatini rejalashtirish va nazorat qilish uchun ishlatiladi.

4. Biznes-rejaning mohiyati, mazmuni hamda uni ishlab chiqish

O'zbekiston iqtisodiyotida ro'y berayotgan to'xtovsiz o'zgarishlar va raqobat darajasining o'sib borish sharoitida faqat mashaqqatli mehnat orqali biznesda muvaffaqiyatga erishish mumkin, deyish qiyin. Muvaffaqiyatli bo'lishi uchun biznesimiz aniq maqsadga va unga erishish uchun esa, yaxshi rivojlangan

strategiyaga ega bo'lish lozim. Boshqacha qilib aytganda, bizga biznes-reja zarur.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida biznes-reja tadbirkorlikning hamma sohalarida qo'llaniladigan. U firmaning ish jarayonini tasvirlab, firma rahbarlarining o'z maqsadlariga qay tariqa erishishlarini, birincha galda ishning daromadlilikini qay tariqa oshirish mumkinligini ko'rsatib beradi. Yaxshi ishlab chiqilgan biznes-reja firmaga o'sib borishga, bozorda yangi mavqelarni qo'lga kiritishga, o'z taraqqiyotining istiqbollari belgilab olishga, yangi tovarlar ishlab chiqarish va yangi xizmat turlarini yaratishga hamda mo'ljallarni amalga oshirishning maqsadga muvofiq usullarini tanlab olishga yordam beradi. Biznes-reja doimiy hujjat bo'lib, muntazam ravishda yangilab boriladi, unga ham firmaning ichida, ham umuman iqtisodiyotdagi sharoitlarga qarab ro'y bergan o'zgarishlar kiritiladi. Biznes-reja firma ichi tahlilini maxsus ilmiy tashkilotlar tomonidan amalga oshiriladigan makroiqtisodiy tahlillar bilan bog'laydi. Odatda har bir firma biznes-reja tuzadi, lekin bunday hujjatlarni tayyorlash imkoniyatlari har xil bo'lishi mumkin: Biznes-rejani ishlab chiqish uchun kichik firmalar konsalting tashkilotlarining mutaxassislarini jalb etishlari mumkin.

Biznes-reja firmaning muayyan bozordagi faoliyatning aniq yo'nalishini o'rganish maqsadida o'tkaziladigan tadqiqotlar va tashkiliy ishning natijasi bo'lgan munosabati bilan u quyidagilarga asoslanadi:

- Ma'lum tovarni ishlab chiqarish (xizmatlar ko'rsatish) ning aniq loyihasiga - yangi turdagi buyumlar yaratish yoki yangi xil xizmatlar ko'rsatishga;
- firmaning zaif va kuchli tomonlarini aniqlab olish maqsadida har tomonlama o'tkaziladigan ishlab chiqarish-xo'jalik va tijorat tahliliga;
- aniq masalalarni amalga oshirish uchun qo'llaniladigan moliyaviy, texnik-iqtisodiy va tashkiliy mexanizmlarga.

Biznes-reja firmaning rivojlanish strategiyasini belgilab beradigan asosiy hujjatlarning biridir. Shu bilan birga u firma taraqqiyotining umumiy konsepsiyasiga asoslanadi, strategiyaning iqtisodiy va moliyaviy jihatlarini bir muncha batafsil bayon etadi, aniq-tayin chora-tadbirlarni texnik-iqtisodiy jihatdan asoslab beradi. Strategiyani amalga oshirish texnik, tashkiliy va iqtisodiy o'zgarishlarning ma'lum vaqtgacha o'zaro mahkam bog'langan butun bir tizimi sifatida tug'ilgan keng investitsiya dasturlariga asoslanadi, biznes-reja investitsion dasturning odatda bir necha yil ichida amalga oshirilishi kerak bo'lgan bir qismini o'z ichiga oladi.

Shunday qilib, firmaning strategik ishida quyidagi tartib ko'zga tashlanadi.

- 1- bosqich. Rivojlanish konsepsiyasini ishlab chiqish.
- 2- bosqich. Rivojlanishning investitsion dasturi.
- 3- bosqich. O'rta muddatli davrga biznes-reja tuzish.
- 4- bosqich. Biznes-rejani amalga oshirishga doir chora-tadbirlar.

Biznes-rejaning bir qancha vazifalarni hal qilishga imkon beradi, lekin bularning asosiylari quyidagilardir:

- firma taraqqiyoti (strategiyasi, konsepsiyalari, loyihalari) yo'nalishlarining iqtisodiy jihatdan muvofiqligini asoslash;

- faoliyatining kutilayotgan moliyaviy natijalarini, birinchi galda, sotuv hajmlarini sarmoyadan olinadigan daromadlar, foydani hisoblab ko‘rish;
- tanlab olingan strategiyani amalga oshirish uchun kerakli mablag‘lar manbalarini, ya’ni moliyaviy resurslarni jamlash usullarini belgilash;
- mazkur rejani amalga oshira oladigan xodimlarni tanlab olish.

Rejaning har bir bandini boshqa bandlar bilan mahkam bog‘langan holda olib yechish mumkin xolos. Biznes-rejaning asosiy markazi moliyaviy resurslarni jamlashdir.

Biznes-reja firmaning ichki hujjati bo‘libgina qolmay, balki undan investorlar va kreditorlarni taklif qilishda ham foydalanish mumkin. Investorlar tavakkal qilib sarmoya berishdan avval loyihaning sinchiklab ishlab chiqilganligiga ishonch hosil qilishlari va uning samarali ekanligidan xabardor bo‘lishlari kerak.

Investorlar tavakkal qilib pullarni ishga solishdan avval ularning pulini oluvchi korxona rahbarlari o‘z maqsadlarini har tomonlama o‘ylaganligiga, nima qilish kerakligini ravshan tasavvur qilishlariga, qanday yo‘l tutishligi va nimaga erishmoqligiga yetarlicha ishonch hosil qilish kerak. Investorlarning ko‘pchiligi investitsiya qilishdan avval biznes-rejani talab qiladilar va odatda, usiz tadbirkor bilan hatto gaplashib ham o‘tirmaydilar.

Demak, biznes-reja potensial investor tanishmoqchi bo‘lgan korxona haqidagi dastlabki ma’lumot bo‘lib, agar reja ishonchli bo‘lmasa va investorni jalb qilmasa, shartnoma haqida gap ham bo‘lishi mumkin emas. Shuni esda tutish lozimki, bizdagi yagona imkoniyat bu birinchi uchrashuvdayoq ijobiy taassurot qoldirishdadir!

Boshqacha qilib aytganda biznes-reja quyidagilarni amalga oshiradi:

- korxonamizning kelajagini aniqlab beradi;
- korxonaning ekspluatatsion xarakteristikalarini, ya’ni mavjud ishlab chiqarish quvvatlarini, ishlab chiqarilgan mahsulot va ko‘rsatiladigan xizmat turlarini, xom ashyo va materiallarni olish mumkin bo‘lgan manbalarni, bozorni va sotish strategiyasini bayon qilib beradi va hokazo;
- korxonaning boshqarish tuzilmasini ko‘rsatadi;
- korxonani qanday sarmoyalashni batafsil ko‘rsatib beradi;
- potensial investorlar va kreditorlarga yo‘naltiruvchi vosita bo‘lib xizmat qiladi.

Umuman aytganda, biznes-reja loyihaning muvaffaqiyat darajasini belgilab beruvchi ko‘rsatkich hisoblanadi.

5. Biznes-rejani tayyorlash

Biznes-rejani menejer, tadbirkor, firma, firmalar guruhi, konsalting tashkiloti tayyorlashi mumkin. Menejerda yangi mahsulot tayyorlashni o‘zlashtirib olish, yangi xil xizmat ko‘rsatish fikri paydo bo‘lgan bo‘lsa yoki u o‘z konsepsiyasini mustaqil ravishda amalga oshirishga ahd qilgan bo‘lsa, u o‘z biznes-rejasini yaratadi.

Yirik firma rivojlanishining strategiyasini ishlab chiqish uchun kengaytirilgan biznes-reja tuziladi. Biznes-rejani tayyorlash bosqichidayoq ko‘pincha sherik chiqib qoladi.

Barqaror vaziyatda faoliyat ko‘rsatib kelayotgan va yetarlicha barqaror bozor uchun mahsulot ishlab chiqarayotgan firmalar doim ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirish yo‘llarini izlaydilar. Lekin bunday firmalarning hammasi ishlab chiqarilayotgan o‘z mahsulotlari yoki xizmatlarini zamonaviylashtirish chora-tadbirlarini doimo ko‘zda tutadilar. Doim tavakkal qilib mahsulot chiqaradigan firmalar avvalo yangi turdagi mahsulotlarni o‘zlashtirish, yangi turdagi buyumlarni ishlab chiqarishga o‘tish ustida muntazam ish olib boradilar va hokazo. Firma yangi o‘zlashtirilgan mahsulotlarni ishlab chiqarishni anchagina oshirishni muljallagan bo‘lsa-yu, lekin bo‘larni ishlab chiqarish uchun yetarli quvvatga ega bo‘lmasa, u yo yangi quvvatlarni yuzaga keltirish uchun sarmoyalarni jalb qilish yo‘lidan borishi, yoki ishning bir qismini bajarib beradigan sheriklarni qidirib topish yo‘liga o‘tishi mumkin. Ikkinchi yo‘l, odatda, vazifalarni tezroq hal qilishga imkon beradi va kamroq mablag‘larni talab etadi. Bu holda bo‘lg‘usi ishlab chiqarishga qo‘yiladigan talablar endi biznes-rejani ishlab chiqish bosqichidayoq tayin bo‘lib qoladi.

6. Biznes-rejadan foydalanish tamoyillari

Biznes-rejani yaratishda unda ishtirok etadigan konsepsiya mualliflaridan tashqari kredit bozorining xususiyatlarini, qayerda bo‘sh sarmoyalar borligini, mazkur biznesning tavakkal talab xatarli tomonlarini biladigan moliya xodimlari ham faollik bilan qatnashadilar. Biznes-rejani ishlab chiqadigan mutaxassislar guruhining asosini iqtisodchilar, statistlar, sistemachilar tashkil etadi.

Biznes-rejada vaziyatning firma ichida ham, undan tashqarida ham kelajakda qanday bo‘lishi ifoda etiladi. Biznes-reja mulkka aksionerlar egalik qiladigan sharoitda va ma‘lum darajada, shirkatlar tuzishda qanday yo‘l tutishni bilib olish uchun firma rahbariyatiga zarur bo‘ladi. Ayni shu biznes-reja yordamida firma rahbariyati foydaning qanday qismini jamg‘armani ko‘paytirib berish uchun qoldirish, qanday qismini dividendlar shaklida aksionerlar o‘rtasida taqsimlanish kerakligi xususida qaror qabul qiladi. Biznes-rejadan firmalarning tashkiliy-ishlab chiqarish strukturasini takomillashtirishda ham foydalaniladi.

Biznes-rejadan yangi aksionerlar, kreditorlar, mablag‘ beruvchi xomiyalar va boshqalarni qidirib topishda hammadan ko‘p foydalaniladi. Mavjud firmalar aksiyalarini sotib olib yoki yangi tashkiliy-ishlab chiqarish strukturasini yaratib, ishni kengaytirishni mo‘ljallayotgan yirik korxonalar va firmalarga biznes-reja yordam beradi.

Ko‘pgina investorlar mazmuni bir yoki ikki betda bayon etilgan loyihaning muhim xususiyatlarini va afzalliklarini bilib olishga imkon beradigan biznes-rejani o‘qib chiqishni yoqtiradilar. Mazmuni qisqa va lo‘nda qilib bayon etish juda qiyin. Bu ishni reja boshidayoq ishlab chiqarib, alohida urg‘u beriladigan va qisqacha mazmun bayoniga kiritiladigan asosiy tadbirlar ravshan bo‘lib

qolgan mahaldagina mohirona uddalash mumkin. Qisqacha bayon etilgan mazmun dastlabki material bo‘lib, bo‘lg‘usi investorning shunga qarab fikr yuritishini nazarda tutish kerak.

Biznes-rejaning qisqacha bayon etilgan mazmunidan keyin odatda firma to‘g‘risidagi ma‘lumotlar keltiriladi, bularda kompaniyani boshqarish uchun kerakli va investorlarni qiziqtiradigan tafsilotlar lo‘nda qilib bayon etiladi. Ana shunday materialning quyidagi asosiy bo‘limlarini ajratish mumkin:

1. Firmaning tashkil topishi:

-firma tashkil topgan va kengaytirilgan vaqt (firmaning qachon, qayerda va kim tomonidan ro‘yxatga olingani, qayerda joylashgani);

-firmaning tashkiliy-huquqiy shakli;

-firma sarmoyasining strukturasi (chiqarishga ruxsat etilgan aksiyalarning soni, chiqarilgan va muomalada bo‘lgan aksiyalarning soni, ularning nominal qiymati va birja bahosi);

-firmaning hisob raqami ochilgan asosiy bank;

-firma rahbariyati – raisi, bosh direktori;

-firmaning buxgalteri;

-firmaning yuristi;

-asosiy menejerlari, ularning malakasi, ma‘lumoti, ish staji;

2. Firmaning tashkiliy strukturasi ya‘ni tuzilishi, bunda asosiy tashkiliy-ishlab chiqarish va boshqaruv bo‘linmalari ko‘rsatiladi.

3. Firma imidji, ya‘ni haridorlarning firma to‘g‘risidagi fikri. Bu bo‘limda quyidagi savollarga javob berilgan bo‘lishi zarur:

- Mazkur firma qanday mahsuloti bilan nom chiqargan?;

- bu firma o‘ziga o‘xshagan boshqa firmalardan nimasi bilan farq qiladi?;

- firma tovarini kimlar sotib oladi yoki uning xizmatidan kimlar foydalanadi?;

- firmaning tovar belgisi qayerlarda ma‘lum?;

- doimiy mijozlari kimlar va qancha?;

- firma tovari yoki xizmatlarining ilgarilama harakati qanaqa?

4. Firma faoliyati sharoitlarining tahlili biznes-reja birinchi bo‘limining muhim qismidir. Firma faoliyatining sharoitlari ikki katta qismga bo‘linadi: tashqi va ichki sharoitlar.

Tashqi sharoitlarga firma aytarli ta‘sir ko‘rsata olmaydi, lekin ularni nazarda tutishi kerak bo‘ladi. Bu sharoitlar iste‘molchilar xohish-istaklari va didlarining, bozor talablarining o‘zgarib turishini, ishchi kuchi bor-yo‘qligini, moddiy resurslar manbalarini, buyum (mahsulot, xizmat)ning hayot sikli, ishlab chiqarish sikli, soliqqa tortish tahlili, baholar ustidan nazorat va boshqalarni o‘z ichiga oladi.

Ichki omillar jumlasiga quyidagilar kiradi: ishlatilayotgan texnologiyalar, asbob-uskunalarining xarakteristikasi, tovar (mahsulot, xizmatlar) sifatini va ishlab chiqarish xarajatlarini aniqlash usullari.

Biznes-rejaning tahliliy qismi uning eng ijodiy bo‘limlaridan biridir. Firma bir necha yildan beri ishlab kelayotgan bo‘lsa, tahlilda realizatsiya qilingan mahsulot hajmi va foyda miqdori so‘nggi moliya yillari davomida qay tariqa

o'zgarayotganini ko'rsatishi kerak. Bundan tashqari sanoat istiqbollari mahsulot hajmi bilan assortimentini kengaytirish imkoniyatlari to'g'risida qisqacha aytib o'tish foydali bo'lishi mumkin. Firmaning o'zidagi texnologiyaning afzalligi yoki hatto uning yo'qligi, shuningdek bozorda raqobatga bardosh berish imkonini ochadigan savdo usul-amallari ko'rsatib o'tadi.

Xulosa qismida qancha hajmda mablag' ajratilishi mo'ljallanayotganini qisqacha bayon qilib, ajratiladigan mablag'lar sarmoyaning o'sib borishiga yordam beradigan bo'lishi uchun firmalar nimalar qilmoqchi ekanligini aytib o'tishi zarur.

12-MAVZU. KORPORATIV TUZILMALAR BIZNES-JARAYONLARINING AXBOROT TA'MINOTI

Reja:

- 1. Korporativ tuzilmalarda biznes-jarayonlarida axborotning ahamiyati**
- 2. Korporativ tuzilmalarda biznes-jarayonlarida axborot turlari**
- 3. Korporativ boshqaruv tizimining axborot tizimi**
- 4. Biznes tadqiqotlar tizimining tarkibi**
- 5. Korporativ boshqaruv axborot bilan ta'minlashni tashkil etish**
- 6. Axborot bilan ta'minlashni tashkil etishning uziga xosligi**

1. Korporativ tuzilmalarda biznes-jarayonlarida axborotning ahamiyati

Biznesda juda ko'p miqdorda axborotlar xizmat qiladi. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik doirasida bajarilayotgan ishlarning turli xillariga javob beruvchi axborotlarning shaxsiy massivlari shakllanadi.

Biznes yetarli va aniq axborotlarsiz amalga oshirilishi mumkin emas, bu axborotlar tadbirkorlik faoliyati uchun zarur bo'lgan ma'lumotlar, xabarlar majmuasidan iborat bo'ladi. Axborot - ishlab chiqaruvchilar, tovarni sotuvchilar va haridorlar o'rtasidagi aloqa shaklidir.

Ishbilarmonlar asosan turli xil axborotlar: statistik, operativ, tashkiliy, farmoyishlar, buxgalterlik, moliyaviy, marketing, ta'minot, xodimlarning, ma'lumoti va h.k. bilan ishlaydi.

Axborotlar ichki va tashqi, dasturiy va me'yoriyga bo'linadi.

Ichki axborot kichik korxona yoki savdo tashkiloti ichida aylanib yuradi. U korxona faoliyatini, uning texnik-iqtisodiy ko'rsatkichlarini, moddiy va mehnat xarajatlari hajmini, naqd pul harakatini, debitorlik va kreditorlik qarzlar haqidagi ma'lumotlarni aks ettiradi.

Tashqi axborotlar mahsulot ishlab chiqaruvchilari va iste'molchilari bilan, hokimiyat idoralari, banklar, raqiblar va boshqa tashkilotlar bilan aloqalarni ta'riflaydi. U tovarlarni sotish va harid qilish shartlari haqidagi tashqi muhit xabarlaridan iborat bo'ladi.

Foydalanish vaqti bo'yicha axborotlar: operativ, davriy va uzoq muddatliga, o'zgartirish darajasi bo'yicha birlamchi va ikkilamchiga bo'linadi.

Biznesda iqtisodiy axborotlar yetakchi rol o'ynaydi, chunki ular tovar ishlab chiqarish, moddiy boyliklarni taqsimlash, ayirboshlash va iste'mol qilish jarayonida odamlar o'rtasidagi munosabatlarni aks ettiradi.

Kichik korxonalar uchun ilmiy-texnik axborotlarni roli ham muhim, ular ishlab chiqarishning ilmiy-texnikaning taraqqiyoti asosida rivojlanishini aks ettiradi.

Doimiylik darajasidan axborot doimiy, shartli-doimiy va o'zgaruvchan bo'ladi. Doimiy axborot o'z ma'nosini uzoq vaqt davomida o'zgartirmaydi (shaharlar, korxonalar, savdo nuqtalari nomlari, tovarlar turlari).

Shartli doimiy axborotlar ma'lum vaqt davomida o'z ma'nosini saqlab qoladi. Unga mahsulot tayyorlash uchun texnik shartlar, me'yorlar va normativlar, tarif miqdorlari, lavozim ish haqlari va h.k. kiradi.

O'zgaruvchan axborotlar xarid qilish sotishni o'sishini aks ettiradi. Ular qaror qabul qilish uchun doimo tez qayta ishlashni talab qiladi, aks holda ularni olishdan ma'no qolmaydi.

2. Korporativ tuzilmalarda biznes-jarayonlarida axborot turlari

Har qanday axborot hujjatlarda aks ettiriladi. Hujjat - axborot tarqatuvchi. Har bir hujjatning vazifasi uni shaklida aks ettiriladi. Nafaqat ishbilarmonlar, balki hujjatlarni o'quvchi, foydalanuvchi, qayta ishlovchi va saqlovchi odamlarning mehnat xarajatlari hujjatning shakllariga bog'liq. Biznesda keraksiz hujjatlarni bo'lishi mumkin emas.

Axborot oqimlari muvaffaqiyatli biznes uchun kerakli aloqalarni ta'minlaydi. Bunday aloqalar tovar ishlab chiqaruvchilar va ularning iste'molchilari, mahsulotlarni sotuvchilar va haridorlar, turli muassasalar o'rtasida zarurdir.

Axborot manbalari va qabul qiluvchilar o'rtasida eng soz aloqalarni ta'minlash biznes va xususiy tadbirkorlikni samarali ishlashlarini o'zgarmas shartlaridan biri bo'ladi.

Axborotlarni ayirboshlash kichik va xususiy tadbirkorlikning eng murakkab muammolaridan biri bo'ladi.

Samarali ishlayotgan ishbilarmonlar – aslida aloqa qilishda samaraga ega bo'lgan kishilardir. Ular aloqa qilish jarayonining mohiyatini tushunadilar, og'zaki va yozma muomalani uddasidan chiqa oladilar.

Aloqa qilish jarayoni - ikki yoki undan ortiq kishilar o'rtasida axborot ayirboshlash jarayoni. Aloqa qilish jarayonining asosiy vazifasi - almashuv mavzui bo'lgan axborotni tushunishini ta'minlash. Ammo axborot almashuvini o'zi axborot almashuvida ishtirok etayotgan ishbilarmonlarning aloqalari samaradorligiga kafolat bermaydi.

Bizlarning har birimiz o'rtoqlarimiz, oilamiz, ish joyidagi xodimlar bilan almashgan axborotlarni kam samarali deb o'ylaymiz. Lekin bular ham o'zining ma'lum darajada foydasiga ega.

Axborot almashish jarayonida to'rtta zaminiiy element ishtirok etadi: jo'natuvchi, xabar (axborotni o'zi), kanal-axborotni o'zatuvchi vosita va

oluvchi. Bu zaminiiy elementlarning ishi aniq yo'lga qo'yilgan bo'lishi kerak, axborot buzilgan bo'lmasligi kerak.

Axborot almashuvi chog'ida ikki tomon (sotuvchi va haridor) muhim rol o'ynaydi. Agar sotuvchi tovar narxini aytsa, bu faqat axborot almashuvini boshlanishi xolos. Axborot almashuvi samarali bo'lishi uchun, haridor tovarni shu narxga harid qilishga rozi ekanligini sotuvchiga xabar qilishi lozim.

Agar bir tomon axborotni taqdim etsa va boshqa tomon uni buzmasdan qabul qilgan holda axborot almashuvi sodir bo'ladi. Shuning uchun aloqa qilish jarayoniga diqqat bilan e'tibor berish kerak.

Aloqa qilish texnikasi turli-tumandir. Biznesning aloqa qilish texnikasining turli xillaridan biri - kompyuterlashtirishdir. Kompyuterlashtirishning ahamiyati bozor munosabatlariga o'tish, ishbilarmonlarni jahon bozoriga chiqishi munosabati bilan taqqos qilib bo'lmaydigan holda o'smoqda. Ma'lumki, biznesning jahon amaliyotida kompyuterlashtirish kundalik va muhim texnika bo'lib qolgan. Kompyuterlar yordamida biznes-rejalar tuziladi, mehnatga haq to'lash amalga oshiriladi, bozor tadqiqot qilinadi, chakana va ulgurji savdolar o'rganiladi.

Aytilganlardan kelib chiqadiki, axborot biznesda, kichik va xususiy tadbirkorlikda katta ahamiyatga ega, qabul qilinayotgan qarorlarni manbai bo'ladi. Haqiqatda axborotsiz, kerakli ma'lumotlarsiz hech kim ishlamaydi. Qabul qilinayotgan qarorlarni amaliyligi, kichik va xususiy tadbirkorlikning samaradorligi axborotlar sifati, uni o'z vaqtida yig'ish, uzatish va qayta ishlashga bog'liq.

3. Korporativ boshqaruv tizimining axborot tizimi

Axborotlar majmuasi biznes axborot tizimini tashkil qiladi. Biznesning axborot tizimi, o'z ichiga kerakli axborotlar, hujjatlar, biznes tadqiqotlari tizimi, aloqa kanallari va texnik vositalarni oluvchi, murakkab axborot tuzilmasidir.

Tadbirkorlar o'z ish kunlarini kichik va xususiy korxonalar, savdo nuqtalari ishi haqidagi ma'lumotlar, mahsulotlarga buyurtmalar va ortib jo'natish haqidagi teleks hisobotlari bilan tanishish, haqiqiy va reja ko'rsatkichlarini o'zaro munosabatlarini foizlarda, ishlab chiqarish xarajatlarida o'rganishdan boshlaydilar.

Ular mahsulotlarni joriy va o'tgan vaqtda sotilish, tovar-moddiy zahiralarni, mehnatni tashkil qilish va unga haq to'lash, transportda tashish va aholiga boshqa xizmatlar ko'rsatish haqidagi axborotlarni sanoqli daqiqalarda oladilar. Bunda ularga hisoblash texnikasi va axborotlarni qayta ishlash jarayonini kompyuterlashtirish yordam beradi.

Yig'ilgan va qayta ishlangan axborot tadbirkorga boshqaruv qarori qabul qilishda yordam beradi.

Samarali ishlayotgan korxonalar yig'ilayotgan axborotlar sifatini oshirish va miqdorini ko'paytirishga yetarli darajada kuch sarflaydilar. Ular o'z xodimlarini sodir bo'layotgan voqealarni qayd qilish va ular haqida xabar qilishga o'rgatadilar va buning uchun taqdirlaydilar. Firma ulgurji va chakana sotuvchilar va boshqa ittifoqchilarini unga muhim xabarlarini uzatishga

rag'batlantiradi. Ishbilarmonlarga raqiblari haqida axborotlar zarur. Bunday axborotlarni raqiblar tovarlarini harid qilish, "ochiq eshiklar kuni", ixtisoslashtirilgan ko'rgazmalarga tashrif buyurib olish mumkin. Raqiblar haqidagi ma'lumotlarni, hisobotlarini o'qib va hissadorlar majlislarida ishtirok etsa, raqib korxona xodimlari, raqiblarga mol yetkazib beruvchilar va haridorlar bilan suhbatlashib ham olish mumkin.

Raqiblar reklamalari yig'indisini, ularning reklamaga xarajatlari va ular foydalanayotgan reklama vositalari to'plamini olish uchun gazetadan kesib olingan parchalar byurosining pullik xizmatlariga murojaat qilinadi.

Ishbilarmonlarga mijozlar, dilerlar va bozorda harakat qiluvchi boshqa kuchlar haqida ma'lumotlar kerak. Bozor munosabatlariga o'tish yanada kengroq va yanada sifatliroq axborotlar olish zarurligini shart qilib qo'yadi.

Korporativ tuzilmalar o'z bozorlari hududini doimo kengaytira boradilar va ishbilarmonlar axborotlar qidirib topishning yangi yo'llarini izlab topishga majburlar.

Ishbilarmonlar uchun haridorni tovar xususiyatlariga munosabatlarini oldindan prognoz qilish borgan sari qiyinlashmoqda va ular tadqiqotlarga murojaat qilishmoqdalar. Ishbilarmonlarga borgan sari ko'proq axborotlar kerak bo'ladi, ular doimo yetishmaydi. Shuning bilan bir vaqtda ishbilarmonlar o'zlariga kerakli aniq va foydali ma'lumotlarni yetarli miqdorda yig'a olmayotganliklaridan shikoyat qiladilar.

Ba'zi bir korxonalarda joriy axborotlarni yig'ish va tarqatish bo'yicha maxsus bo'limlar yoki laboratoriyalar mavjud. Bu bo'limlar xodimlar kerakli axborotlarni qidirib topish uchun eng muhim nashrlar, ro'znomalar va jurnallarni ko'zdan kechiradilar va ishbilarmonlarga maxsus tayyorlangan axborot varaqalarini jo'natadilar.

Bunday xizmatlar tadbirkorlarga kelib tushayotgan axborotlar sifatini keskin oshirishga imkon beradi.

Biznes tadqiqotlari tizimining vazifasi muvaffaqiyatli biznes uchun kerakli ma'lumotlar doirasini muntazam aniqlashdan iborat.

Ishbilarmonlarda, qoidaga ko'ra, o'z kuchlari bilan biznes tadqiqotlari o'tkazish uchun na vaqt va na ko'nikma bor, shuning uchun ular bunday tadqiqotlarni buyurishga majburlar. Korxona shartnoma asosida tadqiqot o'tkazishga qandaydir ilmiy-tadqiqot institutiga yoki oliy o'quv yurtiga buyurtma berishi mumkin. Yirik korxonalar o'z tadqiqot bo'limlari va laboratoriyalariga egalik qilishlari mumkin. Bo'lim xodimlari orasida muhandislar, iqtisodchilar, sotsiologlar, psixologlar, biznes bo'yicha mutaxassislar bo'lishi mumkin.

4. Biznes tadqiqotlar tizimining tarkibi

Odatda biznes tadqiqotlar tizimi o'z ichiga quyidagilarni oladi:

- bozorni tadqiq qilish;
- reklama vositasini, reklama e'lonlari samaradorligini;
- xodimlarning ishga faolligini;
- raqiblar tovarlarini;

- narx-navo siyosatini;
- tovar assortimentlarini;
- xalqaro bozorlarni o'rganish;
- rahbarlikni axborotlar bilan ta'minlashni tadqiqot qilish;
- xodimlar bilan ishlash siyosati va xodimlarning faoliyatini baholashni o'rganish;

- sotsiologik tadqiqotlar va h.k.

Tadqiqotchilar muammoni aniq belgilashlari va tadqiqot maqsadini kelishib olishlari kerak. Axborotlarni yig'ish ancha qimmat tushadi va muammoni mujmal yoki noto'g'ri belgilash ishlab chiqarish bilan bog'liq bo'lmagan xarajatlarga olib keladi. "Aniq qo'yilgan maqsad - muammoni hal qilishni yarmi".

Tadqiqotning ikkinchi bosqichida buyurtmachini qiziqtirayotgan axborot turini va uni eng samarali yig'ish yo'lini aniqlash zarur. Tadqiqotchi ikkilamchi yoki birlamchi axborotlarni yoki ikkalasini bir vaqtning o'zida yig'ishi mumkin.

Ikkilamchi axborot - bu avval boshqa maqsadlar uchun yig'ilgan mavjud axborot.

Ikkilamchi axborotlarning manbalari quyidagilar:

- korxonalar hisobotlari;
- bo'lg'usi tadqiqotlar haqidagi hisobotlar;
- davlat muassasalari nashrlari;
- balans hisobotlari;
- statistik ma'lumotnomalar;
- birjalar ma'lumotnomalari;
- ro'znomalar, jurnallar, radio, televidenie va h.k.

Ikkilamchi axborot tadqiqotni boshlang'ich nuqtasi bo'lib xizmat qiladi. U arzon tushishi va olish osonligi bilan boshqasidan foydali farq qiladi. Ammo tadqiqotchiga kerakli ma'lumotlar eskirgan, noaniq, to'liqsiz yoki ishonchsiz bo'lishi mumkin.

Bu holda tadqiqotchiga yanada ko'proq mablag'lar va vaqt sarflash orqali birlamchi axborot yig'ishga to'g'ri keladi.

Birlamchi axborot - aniq maqsad uchun birinchi marta yig'iladigan axborot. Birlamchi axborot yig'ishning uchta uslubi bor:

- 1) kuzatish;
- 2) tajriba;
- 3) so'rov.

Kuzatish - birlamchi axborot yig'ishning ehtimol bo'lgan uslublaridan biri, unda tadqiqotchi odamlar va vaziyat ustidan bevosita kuzatish olib boradi. Kuzatish foydali g'oyalarga, raqiblar tajribasini o'rganishga olib kelishi mumkin.

Ma'lumot yig'ishning ikkinchi uslubi - tajriba.

Tajriba tadqiqotlari o'zaro taqqoslanayotgan subyektlar guruhini tanlash, guruhlar uchun turli xil holatlarni yaratish, taqqoslanayotganlar ustidan nazoratni va kuzatilayotgan farqlarning darajasi va ahamiyatini belgilashni talab qiladi.

Bunday tadqiqotni maqsadi - kuzatish natijalarini ziddiyatli izohlashlarni saralash yo‘li bilan sabab-natija munosabatlarini ochib tashlamoqdan iborat.

So‘rov - kuzatish va tajriba o‘rtasida yarim yo‘lda turadi.

Kuzatish qidiruv tadqiqotlari uchun yaxshiroq to‘g‘ri keladi, tajriba-sabab-natija aloqalarini aniqlash uchun, surov esa tasviriy tadqiqot o‘tkazishda eng qulay.

Biznes tadqiqotchisi ish rejasini ishlab chiqishi kerak, shu tufayli yig‘ilgan axborotlar tadqiqotchilar oldida turgan vazifalarga javob berar edi.

Rejada: Kimdan so‘rash? Qancha miqdordagi odamlardan so‘rash kerak? So‘raluvchilarni qanday tartibda tanlab olish kerak? Ishni bajarish muddati kabilar belgilangan bo‘lishi kerak.

Tadqiqotchi xuddi qanday axborotlar unga zarur va uning xuddi o‘zi ko‘proq kimda bo‘lishini hal qilish kerak.

Tadqiqot rejasini ishlab chiqib, axborotlarni yig‘ish kerak. Qoidaga ko‘ra bu tadqiqotni eng qiyin va qimmat bosqichi. Kerakli axborotlarni qayerdan olishni, birinchi navbatda kimlardan so‘rashni aniqlash kerak bo‘ladi. Ba‘zi bir so‘raluvchilar uyda ham ishda ham bo‘lmashliklari mumkin. Boshqalar so‘rovda ishtirok etishdan bosh tortishlari mumkin. Ba‘zilar esa g‘araz bilan yoki samimiy bo‘lmagan holda javob berishlari mumkin. Belgilangan axborotlarga ega hujjatlar bilan tanishishda ham qiyinchiliklar vujudga keladi.

Tadqiqotning keyingi bosqichi - yig‘ilgan axborotlarni tahlil qilish, ya‘ni olingan ma‘lumotlar majmuasidan eng muhim ma‘lumotlar va natijalarni ajratib olish, yig‘ilgan axborotlarni tahlili olingan ma‘lumotlarni statistik yoki iqtisodiy-matematik uslub orqali qayta ishlash yo‘li bilan o‘tkaziladi.

Qayta ishlashning asosiy natijalari jadvallar va diagrammalarga ko‘chiriladi, rahbarlikka Boshqaruv qarorlari qabul qilish uchun taqdim qilinadi.

5. Korporativ boshqaruv axborot bilan ta‘minlashni tashkil etish

Biznesning axborot bilan ta‘minlanishi barcha martabadagi ishbilarmonlarni sifatli axborotlar bilan o‘z vaqtida ta‘minlanishi tushiniladi. Axborotlarga ehtiyoj kichik va xususiy biznesni axborotlar bilan ta‘minlanishining asosiy sharti bo‘ladi. Axborotlarga ehtiyoj ishbilarmonlar tomonidan bajarilayotgan ishlarni hisobga olgan, kichik va xususiy tadbirkorlikning maqsadlari va vazifalaridan kelib chiqqan holda aniqlanadi. Axborotlar hajmi, ularning turlari, ularda qayd qilingan kerakli hujjatlarning miqdori, ko‘rsatkichlarni aniqlash axborotlar bilan ta‘minlash tizimi tashkilotchilarining birinchi navbatdagi ishi bo‘ladi. Ishbilarmonlar samarali ishlashi uchun yetarli miqdordagi barcha kerakli axborotlar bilan taminlangan bo‘lishlari kerak. Axborot to‘g‘ri, ishonchli, aniq bo‘lishi va o‘z vaqtida kelib tushishi kerak.

Har bir kichik korxonada hujjatlarni o‘rganish jarayonida doimiy, o‘zgaruvchan va hosila axborotlarni, ularni davriyligini, qaror qabul qilish uchun ishlatilishini aniqlash kerak. Hujjatlarni biznesning bajarilayotgan u yoki bu xizmatlariga tegishli ekanligini aniqlash uchun hujjatlarni yo‘nalishlari:

texnik, rejaviy, moliyaviy, me'yoriy, dasturiy va h.k. bo'yicha guruhlarga ajratiladi.

Hujjatlarni bunday turkumlash hujjatlar harakatining umumiy qonuniyatini aniqlashga, hujjatlarni tuzilishi, ma'lumotlarni qayta ishlashning ketma-ketligini va xodimlarni ish bilan band qilish darajasini, hamma hisoblash texnikasini belgilashga imkon beradi.

Shunday turkumlashga muvofiq hujjatlar aylanuvining mavjud tasvirining tahlili o'tkaziladi, ma'lumotlarni qayta ishlash tizimining umumiy doiralarini aniqlashga va uni takomillashtirish bo'yicha tavsiyalar ishlab chiqishga imkon beradi. Hujjatlarni shakllanishi va harakati qonuniyatini hisobga olgan holda hujjatlar aylanuvi tasvirini ko'rish mumkin. Hujjat aylanuvi tasvirlari hujjatlar tarkibi va qayta ishlanishini batafsil tadqiqot qilish natijalarini umumlashtirish bo'ladi. Ular bajarilayotgan ishlar turlari, hujjatlar shakllari va xodimlar vazifalari orasida mavjud bo'lgan aloqalar va o'zaro bir-birlarini almashtirishni grafik shaklida ko'rgazmali taqdim qilishga imkon beradi.

Ayrim hujjatlardan foydalanish tezligi, ularning ko'rsatkichlari va shakllarini aniqlash hujjatlar va ko'rsatkichlar sonini qisqartirishga imkon beradi.

Axborot oqimlarini tashkil qilish o'z ichiga:

- axborotlar manbalari va iste'molchilarni aniqlash;
- hujjatlar aylanuvini ishlab chiqish;
- axborotlarni yig'ish, uzatish, qayta ishlash va saqlash uchun texnik vositalarni aniqlash hamda hujjatlarni tuzish;
- rasmiylashtirish, ro'yxatdan o'tkazish, muvofiqlashtirish va tasdiqlash tartiblarini belgilash.

Korporativ tuzilmalarni axborot bilan ta'minlashni tashkil qilishda mavjud hisoblash, axborotlarni yig'ish, qayta ishlashning avtomatlashtirilishi va mexanizatsiyalashtirilishi darajasidan kelib chiqish kerak.

Texnik vosita qanchalik mukammal bo'lsa, biznes, ishbilarmon mehnatini tashkil qilish shunchalik samaralidir. Texnik faqat hisoblash mashinalari va kompyuterlarni kiritish mumkin emas. Birinchi marta texnik vositalar yuz yildan ortiq vaqt mobaynida paydo bo'lgan. Ularning barcha ko'p turililigini, ya'ni ruchka, chizg'ich va eng oddiy varaqdan tortib to EHM gacha ikki asosiy sinfga bo'lish mumkin: tashkil qilish texnik vositasi va hisoblash mashinalari.

Tashkil qilish texnik vositasiga axborotlarni olish va qayta ishlash, nusxa ko'chirish va ularni ko'paytirish uchun uskunalar, moslamalar, mashinalar, hamda aloqa vositalari kiradi. Bunga yana axborot tashuvchilar va xizmat ko'rsatish vositalari, xizmat xonalari asbob-uskunalarini ham kiritish mumkin. Ishbilarmonlar o'z ishlarida juda katta miqdordagi oddiy qurol va moslamalardan: qalamlar, ruchkalar, schyotlar, idora daftarlari, jadvallar, grafiklar va ko'pgina o'quv qurollaridan foydalanadilar.

Korporativ tuzilmalarni axborot bilan ta'minlanishini tashkil qilish yana hujjatlarni saqlash vositalari: tokchalar, javonlar, kartotekalar, magnit tasmlari, magnit va lazer disklerini mavjudligini ko'zda tutadi. Aloqa vositalarining: telefonlar, telekslar, ATS, direktorlik va dispetcherlik kommutatorlari,

radioaloqa, chaqirish va avariya signal berish qurilmalari va h.k. larning mavjudligi ham juda muhim.

Biznesda o'lov idishlari, tarozilar, soatlar, hisoblagichlar va axborotlar datchiklari, turli xil o'lov asboblari, yozuv va nusxa ko'chirish mashinalari muhim ahamiyatga ega.

Biznesda texnik vositalarda foydalanishni tashkil qilish shakllari turli-tuman. Kichik korxonalarda mashina-hisoblash stansiyalari tashkil qilinadi.

Ko'pgina ishbilarmonlar axborot - hisoblash markazlari xizmatlaridan xo'jalik shartnomalari asosida foydalanadilar.

6. Axborot bilan ta'minlashni tashkil etishning uziga xosligi

Axborotlar bilan ta'minlashni tashkil qilish axborotlarni yig'ish, uzatish va qayta ishlash bilan mashg'ul xodimlar mehnatini ham tashkil qilishni ko'zda tutadi. Umumli mehnat uchun quyidagilar zarur:

- ishchi o'rinlarini tashkil qilish va ularga xizmat ko'rsatish;
- mehnatni aniq taqsimlash va birlashtirish;
- mehnat jarayonlarini mexanizatsiyalashtirish va avtomatlashtirish, xodimlar mehnati va turmushining qulay sanitariya-gigiyena sharoitlarini yaratish.

Tadbirkor ishida axborot boshqaruv qarorini asoslash vositasi bo'ladi. Qabul qilingan qarorlarning sifati, biznesning samaradorligini oshiradi.

Axborot bo'yicha ish ishbilarmonga kelib tushayotgan axborotlarning sifatini pastligi va o'z vaqtida emasligi ishchining vaqtini o'g'iraydi. Tadqiqotlar ko'rsatadiki, ishbilarmonlar 50 foizgacha biznes uchun kerakli axborotlarni oladilar. Ular axborot oqimida ortiqcha bo'ladi. Ishbilarmonga axborot xizmati ko'rsatish axborotga ehtiyojlarni tadqiqot qilishga asoslanadi.

Tadbirkor vazifasining tahlili, u tomonidan qabul qilinayotgan boshqaruv qarorlari xususiyatlarining tahlili tadbirkorning axborotga bo'lgan ehtiyojini aniqlash uchun obyektiv asos bo'ladi. Qaror qabul qilish uchun turli-tuman axborotlar kerak. Bu, hammadan avval, biznesni ta'riflovchi ichki axborot. Bu moddiy va mehnat zahiralari, ishlab chiqarish texnologiyasi, mahsulotlarni tannarxi, kichik korxona ichida yuklarni tashish, xodimlar mehnatiga haq to'lashni tashkil qilish, ularning malakalarini oshirish haqida va h.k. axborotlar bo'lishi mumkin.

U operativ xarakterga ega va hammadan avval, mahsulot ishlab chiqarish va sotish suratini hamda biznesni iqtisodiy ko'rsatkichini aks ettiradi.

Ichki axborotdan tashqari tadbirkorga tashqi axborot ham kerak bo'ladi. Ishbilarmonga bozor, tovarlar narxlari, transport xarajatlari haqida ishonchli ma'lumotlar kerak. Tadbirkor eng yangi uskunalar va ilg'or texnologiya, biznes sohasidagi fan va amaliyot yutuqlari haqidagi ma'lumotlarsiz ishlay olmaydi, yana unga raqiblari, ularning yutuqlari va xatolari haqidagi ma'lumotlar ham kerak.

Hech bir ishbilarmon soliq solinishi to'g'risidagi tovarlar narxlari haqidagi ma'lumotlarsiz ishlay olmaydi. U tadbirkorlik haqidagi qonunlar mehnat qonunchiligini va boshqa me'yoriy hujjatlarni yaxshi bilishi kerak.

Ishlab chiqarish xususiyatidagi boshqaruv qarorlari qabul qilishda mahsulot iste'molchilari biznesning ushbu sohasini rivojlanishi sur'ati, reklama va reklama beruvchilar va ko'pgina boshqalar haqida ma'lumotlar kerak.

Tadbirkorga yana ijtimoiy-psixologik axborotlar zarur:

- tabiat muhitning ekologik holati;

- mahsulot iste'molchilarining yashashi va maishiy sharoitlari haqida axborotlar ham kerak.

Tadbirkorning saviyasi keng bo'lishi, odamlarni haqiqiy ehtiyojini, haridorlarning intilishlari, talablarini bilishi kerak. U xodimlarining va mahsulotlar xizmatlar iste'molchilarini cheksiz ishonchlariga sazovor bo'lishi kerak.

Tadbirkor o'z qo'ygan vazifalaridan kelib chiqib, eng zarur axborotlarni tanlab olishi, ular bilan tanishini keraksiz va kam ahamiyatga ega ma'lumotlarni tashlab yuborishi va u yoki bu masala bo'yicha boshqaruv qarorini ishlab chiqishi kerak.

Ishbilarmon axborot bilan bitadigan o'z ishini hamda unga axborotlarni tayyorlovchi o'z xodimlari mehnatini muvofiq tashkil qilishi kerak. Tasodifiy ma'lumotlar rahbargacha yetib bormasligi kerak. Pastroq darajadagi xodimlar qaror qabul qilishlari mumkin bo'lgan axborotlar rahbarga yetib borishiga yo'l qo'ymaslik kerak. Tadbirkorga axborot xizmatini ko'rsatishni tashkil qilishda eng asosiysi - ortiqcha ma'lumotlarni saralovchi ishonchli filtrni yaratish. Tadbirkorning yordamchilari ana shunday filtr bo'lishlari kerak.

**MAVZUGA OID ADABIYOTLAR,
JURNALLAR VA INTERNET TARMOG‘IDAN
OLINGAN TARQATMA MATERIALLAR**

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR, JURNALLAR VA INTERNET TARMOG'IDAN OLINGAN TARQATMA MATERIALLAR

1. Steen Thomsen & Martin Conyon – Corporate Governance, mechanisms and systems. McGraw-Hill Higher Education UK, 2012 – 367pp.
2. Bob Tricker – Corporate Governance, Principles, Policies and Practices, 3rd edition, Oxford online resources center, 2012 – 904pp.
3. Kuznetsov S.V., Rastova YU.I., i Tyutikov YU.P. – Korporativnoe upravlenie (uchebnoe posobie dlya bakalavrov) – Izdanie SPbGEU, 2013 – 260 s.
4. Zaynutdinov SH.N. Korporativ boshqaruv asoslari. O'quv qo'llanma. - T.: O'zbekiston, 2008. – 260 b.
5. Xodiev B.YU., Berkinov B.B. “Korporativ boshqaruv va raqobatni rivojlantirish” O'quv Qo'llanma. -T.: 2011 y.
6. Xodiev B.YU., Karlibaeva R.X., Akramova N.I. Korporativ boshqaruv. O'quv qo'llanma. – TDIU, 2010. – 280 bet.
7. SHixverdiev A.P. – Korporativnoe upravlenie: uchebnoe posobie – Izdatelstvo SGU, 2015 – 241s.
8. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni PF №4720 “Aksiyadorlik jamiyatlarida zamonaviy korporativ boshqaruv uslublarini joriy etish chora-tadbirlari to'g'risida”, 2015 yil 24 aprel;
9. O'zbekiston Respublikasi Qonuni №233-I “Aksiyadorlik jamiyatlari va aksiyadorlarning huquqlarini himoya qilish to'g'risida (yangi tahriri)”, 1996 yil 26 aprel. Yangi tahriri O'RQ-370 son bilan 2014 yil 06 mayda tasdiqlangan.
10. O'zbekiston Respublikasi Qonuni №310-II «Mas'uliyati cheklangan hamda qo'shimcha mas'uliyatli jamiyatlar to'g'risida», 2001 yil 06 dekabr;
11. O'zbekiston Respublikasi Qonuni “Raqobat to'g'risida”, 2012 yil 6 yanvar.
12. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi Qarori №207 “Davlat ulushi bo'lgan aksiyadorlik jamiyatlari va boshqa xo'jalik yurituvchi sub'ektlar faoliyati samaradorligini baholash mezonlarini joriy etish to'g'risida”, 2015 yil 28 iyul.
13. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi Qarori №215 “Ustav fondida davlat ulushi bo'lgan korxonalarning samarali boshqarilishini va davlat mulkining zarur darajada hisobga olinishini ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida”, 2006 yil 16 oktyabr
14. Korporativ boshqaruv kodeksi – Xalq so'zi, 2016 yil 11 mart.

JURNALLAR VA INTERNET TARMOG'IDAN OLINGAN TARQATMA MATERIALLAR

<https://www.youtube.com/watch?v=y81kijng3g0> - berkeley middle east inc. usa, corporate governance video

<https://www.youtube.com/watch?v=0reumep1wwk> -online corporate governance training

<https://www.youtube.com/watch?v=cbltIm80kxa> - leksiya sergeya gurieva "korporativnoe upravlenie: sovetы direktorov" iz kursa resh "finansы: prosto o slojnom"

<https://www.youtube.com/watch?v=cfoph8nf5n8> - «korporativnoe upravlenie», leksiya professora resh sergeya stepanova iz kursa «finansы: prosto o slojnom» pri podderjke kompanii ernst&young.

<http://lectoriy.mipt.ru/lecture/business-markcapfininst-l04-kontor-140227> - sliyaniya, pogloщeniya i korporativnoe upravlenie

https://www.youtube.com/watch?v=fkd_1zb_6i4 - Korolyov v.a. «korporativnoe upravlenie dlya «nekorporatsiy» kak instrument realizatsii strategii»

<https://www.youtube.com/watch?v=innjfuubmkm> - korporativnoe upravlenie: mejdu anekdotom i jiznyu (a.d. berlin)

<http://www.investopedia.com/video/play/corporate-governance/> - corporate governance

<https://www.youtube.com/watch?v=dx7peke7wja> - corporate governance learning lecture

<https://www.youtube.com/watch?v=s5eoy988728> - corporate governance - what do shareholders really value? (lecture only)

<https://www.youtube.com/watch?v=gp3yqeodua0> - ouhk - corporate governance - principles, policies and practices lecture

MAQOLALAR

A.Murych

ev

PhD(History),FirstExecutiveVice-President,RussianUnionof
IndustrialistsandEntrepreneurs

CORPORATE MANAGEMENT QUALITY AS AFACTORINFLUENCING COMPETITIVENESSLEVELINCREASE

It is well-known that the strategy chosen, management competences, valuable resources and a market niche availability are not the only factors any company's operations depend upon. A company's success is impossible without an access to the investment fund capital. It is necessary to be aware of the fact that the investors would not invest substantial funds into a company lacking an efficient management system and an operational monitoring system. The investors are ready to pay a big bonus for the shares of a company which has a clear-cut corporate management system. Corporate management quality is now one of the decision-making process when the investors are concerned.

Malaxov D.A.

Magistrant, Mejdunarodnaya

Akademiya Biznesa

PONYATIE I SUIZHNOST KORPORATIVNOGO UPRAVLENIYA V KOMPANII

Annotatsiya

Na segodnya o stroit vopros o sootnoshenii individualnykh i kollektivnykh form khozyaystvovaniya i upravleniya. Sodnoy storony, figury predprinimatel'ya i upravleniya stupayut vo vsem bogatstve individualisticheskikh sennostey, s drugoy-

Sovremennyye biznes i upravlenie, osobennyye sluchayax itam, gde masshtaby prevyshayut roven melkogo proizvodstva i kommersii, nevozmojny bez gruppye dinomyshlennikov, libo, pomenshey mere, lyudey, dobrovolno rabotayuyix na lidera.

Klyuchevyye slova: menedjment, upravlencheskaya komanda

Malahov D.A.

Magistrate,
International
Academy of
Business

CONCEPT AND ESSENCE OF CORPORATE GOVERNANCE

Abstract Today is an issue of the relationship between individual and collective forms of management and governance. On the one hand, an entrepreneur and manager appear in all their richness of individualistic values, on the other – in modern business and management, especially in those cases where the scale of production and commerce, are impossible without a group of like-minded, or at least, people who volunteer their time on the leader.

Keywords: management, management team

V kazaxstanskom zakonodatelstve otsutstvuet takaya organizatsionno-pravovaya forma, kak korporatsiya. Korporatsiya-eto ne konkretnaya organizatsionno-pravovaya forma predprinimatelskix organizatsiy, a nekiy splav organizatsionno-pravovykh form yuridicheskogo litsa, kotorye obladaet osobym institutsionalno-pravovym statusom v sovremennom obshchestve. Poetomu v literature chasto v kachestve sinonima korporatsiya upotrebyaetsya termin- kompaniya, chto pozvolyaet traktovat kompaniyu (korporatsiyu) kak samo upravlyayemyuyu sotsialno-ekonomicheskuyu (khozyaystvennuyu) sistemu, osnovannuyu na baze yuridicheskogo litsa, v opredelennoy organizatsionno-pravovoy forme.

S tochki zreniya korporativnogo menedjmenta, spetsifichnost korporatsiy pozvolyaet govorit o sozdanii korporativnogo menedjmenta, kak otnositelno samostoyatelnoy upravlencheskoy dissipliny.

Ponyatie «korporativnoe upravlenie» stanovitsya v sebolee aktualnym. Tak, Pravitelstvo RK 5 noyabrya 2012 goda podpisalo Postanovlenie № 1403 «Ob utverjdenii i kodeksa korporativnogo upravleniya aktsionernogo obshchestva «Fondnatsionalnogo blagosostoyaniya «Samruk-Qazyna». Po povodu ponyatiya korporativnogo upravleniya proisxodit mnojestvo sporov. V vyishe nazvannom Postanovlenii ipod korporativnym upravleniem ponimaetsya «sovokupnost protsessov, obespechivayushchikh upravleniy kontrol za deyatelnostyu Fonda i vkluchayushchikh otnosheniya mezhdu edinstvennym aktsionerom, sovetom direktorov, pravleniem, inymi organami Fonda i za interesovannymi litsami i v interesakh edinstvennogo aktsionera, a takzhe vzaimodeystvie Fonda s dochernimi zavisimymi i organizatsiyami. Fond rassmatrivaet korporativnoe upravlenie kak instrument povysheniya effektivnosti deyatelnosti Fonda, ukrepleniya ego reputatsii i snizheniya zatrat na privlechenie im kapitala. Fond rassmatrivaet

надлежащую систему корпоративного управления как фактор, определяющий его место в современной экономике и обществе в целом. В основе корпоративного управления лежат принцип верховенства закона»[2, с

Korporativnoe upravlenie v sovremennoy nauchnoy srede, kak pravilo, ploxo opredeleno, ono oхватывает ogromnoe kolichestvo razlichnykh ekonomicheskikh yavleniy, i luchshe vsego ego mojno opredelit kak ne koekolichestvoprotsessov,обычаев, которые liyayutnato, kak proisxodit razvitie vnutri korporatsii, nakhodyaщeysya podupravleniem ili kontrolem otvetstvennykh lits.

Sootvetstvenno, korporativnoe upravlenie vznikaet togda i tolko togda, kogda sobstvennost, kotoraya naxoditsya vo vladenii, otdelena otupravleniya. Proisxodit obosoblenie funktsii upravleniya, v itoge poyavlyayetsya menedjer.

Существует проблема сужести сущности терминov: группа менеджерови менеджмент. Менеджмент характеризуется как управление рыночных отношений. Множество авторов дали определение менеджменту. В.Р.Веснин[3,с.24] характеризует менеджмент как управление каким-либodelom; О.С.Виханский[4,с. 54] называет менеджмент управленческой деятельностью, где субъектами управленческой, деятельности выступают менеджеры; В.В.Травиндает двоиственную трактовку: менеджмент как наука орациональной организациии управлении фирмой и как динамический процесс. С.И. Самыгин характеризует менеджмент как управление людьми;

Iz vyishe perechislenных podxodov k menedjmentu formiruetsya obshche yavlenie menedjmenta kak upravlenie sotsialno- ekonomicheskimi protsessami.

E.M.Voronina traktuet menedjment kak gruppuy lits, osushestvlyayushchix, v ramkax predpriyatiya, predprinimatelskie-i upravlencheskie funktsii. Vdannoy, traktovke ponyatie menedjment yavlyetsya sinonimom slova mmenedjery, gruppuy menedjеров. Togda voznikayut voprosy: chem zanimayutsya menedjеры? Kak nazyvayutsya ix vid deyatelnosti? Po, mneniyu dissertanta, vidomix deyatelnosti yavlyayutsya menedjment (upravlenie).

N.I.Kabushkin rassmatrivaet menedjment kak chelovecheskie vozmojnosti, spomozhu kotoryx lidery ispolzuyut resursy

Dlya dostizheniya strategicheskix itakticheskix seley organizatsii. Dannaya traktovka yavlyaetsya u sredennym variantom mezhdu obshche prinyatym ponyatiem menedjmenta kak protsessa i chastnym ponyatiem kak gruppylyu dey.

Iz vyishe perechislennykh traktovo k voznikaet problema v smyslovyykh znacheniyakh ponyatiya menedjment:

-menedjment kak protsess tekushchegoupravleniya.Dанным подходом

polzuyutsya mnogie avtory;

Menedjment kak, organ upravleniya. Данным подходом polzuetsya menshinstvo avtorov.

Nanash vzglyad, v sluchae s problemoy interpretatsii terminam enedjmentne obxodimo priderjivatsya odnogo podxoda: menedjment kak upravlenie sotsialno-ekonomicheskimi protsessami v khozyaystvuyushchem sub'ektev usloviyax rynochnoy ekonomiki. Znachit, uchastnikami korporativnykh otnosheniy yavlyatsya ne menedjment, a gruppa menedjеров.

Sushchestvuet neskolko podkhodov k opredeleniyu korporativnogo upravleniya: Korporativnoe upravleniye yavlyatsya upravleniem vintegrirovannykh strukturax, integrirovannykh ob'edineniyax;

Korporativnoe upravlenie yavlyatsya instrumentom razdeleniya funktsiy vladeniya otupravleniya, gde selyu yavlyatsya zashchita interesov sobstvennikov. V dannom sluchae proisxodit razdelenie strategicheskogo i takticheskogo upravleniya, poyavlyatsya spros nanaemnykh menedjеров, poyavlyatsya i predlojenie;

Korporativnoe upravlenie kak instrument regulirovaniya interesov za interesovannykh storon v aktsionernykh obshchestvax. V posle dney sluchae pod korporativnoe upravlenie popadayut aktsionernye obshchestva. Takje dlya opredeleniya korporativnogo upravleniya neobxodimo vyjavit nekorporativnoe upravlenie. V ne korporativnom upravlenii integrirovany funktsii upravleniya i vladeniya, organizatsionno-pravovaya forma bez obrazovaniya yuridicheskogo litsa.

V korporativnom upravlenii, a imenno v otnosheniyax sobstvennika i kompanii, neobxodimo mesto dlya reglamentov postanovki zadach, sistema kontrolya, takticheskogo upravleniya. Sistema otsenkii koordinatsii sistema operativnogo upravleniya doljna vyjavlyat nedochetyi otstavanie v razvitii- ot planovogo grafika kompanii. Obespechennost resursami doljna pomogat

Dostizheniyu postavlennykh seleyi zadach v kompanii, a sistema monitoringa- sledit za ratsionalnym rasxodom etix resursov- korporatsiy.

Korporativnoe upravlenie nachinaet poyavlyatsya togda, kogda voznikaet neobxodimost v effektivnom upravlenii kompaniey, rasporyajeniem resursnoy bazy priotsutstvii glavnogo aktsionera (sobstvennika) v takticheskom ,operativnom upravlenii, to est pri otdalenii sobstvennik a ot vyishe perechislennykh upravleniy. Takim obrazom, proisxodit prednamerennoe razdelenie vidov upravleniya.

V. Korolev v ramkax izucheniya korporativnogo upravleniya razgraničil sut dvux ponyatij: sovladelets i sobstvennik.

Sobstvennikom yavlyatsya vladelets, kontrolnogo paketa kompanii. Isxodya iz

etogo sobstvennik v kompaniy mojet byt tolko odnolitso.

Pri rassmotrenii raznostoronnix podxodov neobxodimo utverdit obshnost opredeleniy: korporatsiyai korporativnoe upravlenie. Na posleduyuyushix etapax utochnyat ponyatie korporatsiya ili korporativnoe upravlenie dopolnitelnym slovom, obrazuya svyaz kuslov; naprimer:korporatsiya kak akcionernoe obshество- eto kommercheskaya organizatsiya,ustavnyy kapital,kotoroy razdelyon na opredelyonnoe chislo aksiy; korporativnoe upravleniev akcionernyx obshestvax- eto sistema strategicheskogo upravleniya akcionernym obshestvom, s pomoshchyu kotoroy realizuyutsya prava akcionernoy sobstvennosti; korporatsiya kak obshество-etoobshество uchrejdennoe odnim ili neskolkimi yuridicheskimi i/ili fizicheskimi litsami xozyaystvennoe obshество, Ustavnyy kapital kotorogo razdelyon nadolio predelyonnykh uchreditelnymi dokumentam i razmerov; korporativnoe upravleniev obshestvax s ogranichennoy otvetstvennostyu - eto sistema strategicheskogo upravleniya obshestvom, s pomoshchyu kotoroy realizuyutsyapravasobstvennikov.Pri dannom dopolnenii k terminam korporatsiyai korporativnoe upravlenie reshitsya teoreticheskiy aspekt utochneniya ponyatiya korporativnogo upravleniya i korporatsii.

Vozvraщayas k nauchnomu trudu S.D.Melnikova, otmetim priznaki korporatsii, odin iz kotorykh traktuetsyatak: kolichestvo uchastnikov korporatsii doljno byt bolee odnogo, tak kak odin chelovek nemojet yavlyatsya ob'edineniem. Po svoey prirode dannyi tezis yavlyaetsya aksiomoy, no avtor ne utochnil ponyatie uchastnikov korporatsii. Esli uchest, chto uchastnikami korporativnykh otnosheniy yavlyayutsya ne tolko sobstvenniki, no i menedjery, otvechayushchie za tekushchee upravlenie, tovoznikaet sujdenie ob individualnom predprinimatele kak o korporativnoy organizatsionno-pravovoy forme pri uslovii za klyuchennykh Trudovyx dogovorov individualnogo predprinimatelya kak direktora i rabotodatelya s menedjerom, kak snaemnym sotrudnikom. Esli sujdenie avtora prouchastnikov korporatsii podrazumevalo tolko kolichestvo uchrediteley,togda organizatsionno-pravovaya forma individualnogo predprinimatelya nemojet yavlyatsya korporativnoy.

V pervom sluchae prinadlejnosti individualnogo predprinimatelya kak organizatsionno-pravovoy formyк korporativnomu sektoru ekonomiki obuslavlivaet podxod, rassmatrivayushiy korporatsiyu kak lyubuyu organizatsionno-pravovuyuformu s obosoblennymi funktsiyami vladeniya o tupravleniya.

Pomneniyu A.A.Piksaykinoy, korporativnym upravleniem nazyvaetsya napravlennoe vozdeystvie naproizvodstvov selyax organizatsii funkcionirovaniya predpriyatiya v usloviyax konkurensii, effektivnostix

ozyaystvovaniya, vklyuchayush ee otnosheniya mejdu sub'ektami upravleniya po povodu garmonii ix interesov, obespecheniya sinergeticheskogo effekta ot vzaimodeystviya vneshneyi vnutrenneysredvdostijeniipostavlennyyx zadachi seli, i opredelyayush ee osobye usloviya formirovaniya organizatsionnoy struktury, korporativnoy kultury, metodov upravleniya i optimalnogo raspredeleniya resursov. V sovremennom mire poyavlyayutsya ogromnye organizatsii, instituty korporativnogo upravleniya, takie kak Organizatsiya Ekonomicheskogo Sotrudnichestva i Razvitiya (OESR), Evropeyskiy institut korporativnogo upravleniya, Sentr Mejdunarodnogo chastnogo predprinimatelstva (CIPE), Mejdunarodnaya finansovaya korporatsiya (MFK (IFC)), Amerikanskoe Agentstvo Mejdunarodnogo Razvitiya (USAID), Mirovoy Bank, Mirovoy Konsultatsionnyy» Sentr, Mirovoy Ekonomicheskiy Forum, Evropeyskaya komissiya, Evropeyskiy Bank Rekonstruksii i razvitiya (EBRR), British Accounting Association Corporate Governance

Special Interest Group, Institut Mirovogo Banka. Sredikazaxstanskix organizatsiy i institutov korporativnogo upravleniya mojno vydelit: AOFNB "Samruk Kazyina", Torgovo-promyshlennaya palata, Assotsiatsiya kazaxstanskix bankov (AKB), Aziatskiy bank rekonstruksii i razvitiya. Takoe kolichestvo mejdunarodnykh, a takzhe kazaxstanskix organizatsiy i institutov, zanimayushixsya korporativnym upravleniem, pozvolyaet goroditovse storonnem razvitiikorporativnogosektora ekonomiki.

Literatura

1. Strategiya "Kazaxstan-2050": novyy politicheskiy kurs sostoyavshegosya gosudarstva. Poslanie Prezidenta Respubliki

Kazaxstan-Lidera Natsii N. A. Nazarbaeva
narodu Kazaxstana, g. Astana, 14 dekabrya 2012 goda

2. Postanovlenie Pravitelstva Respubliki Kazaxstan ot 5 noyabrya 2012 goda № 1403 "Ob utverjdenii kodeksa

korporativnogo upravleniya akcionernogo obshchestva "Fond natsionalnogo blagosostoyaniya "Samruk-Qazyina"" //

3. Vesnin V. R. Menedjment: uchebnyy. - 4-e izd., pererab. idop. -
M.: TK Velbi, Prospekt, 2011. - 514 s.

4. Vixanskiy O. S., Naumov A. I. Menedjment: Uchebnyy. - 5-e izd. -
M.: Ekonomista, 2009. - 428 s. **Muxina E. R.**

Aspirant, Permskiy natsionalnyy issledovatel'skiy politexnicheskii universitet

K VOPROSU O METODE ANALIZA FINANSOVO-XOZYAYSTVENNOY DEYATELNOSTI

Annotatsiya

V state rassmotreny ponyatiya «metod», «metodika». Proanalizirovany osobennosti metoda analiza finansovo-xozyaystvennoy deyatel'nosti. Issledovana struktura metoda AFXD.

Klyuchevyye slova: metod, metodika, analiz finansovo-xozyaystvennoy deyatel'nosti (AFXD). **Mukhina E.R.**

Postgraduate student, State national research polytechnic university of Perm

THE METHOD OF ANALYSIS OF FINANCIAL AND ECONOMIC ACTIVITY

Abstract

The article describes the concepts "method", "technique". The features of the method of analysis of financial and economic activity are analyzed. The structure of the method of analysis of financial and economic activity is described.

Keywords: methods, techniques, analysis of financial and economic activity

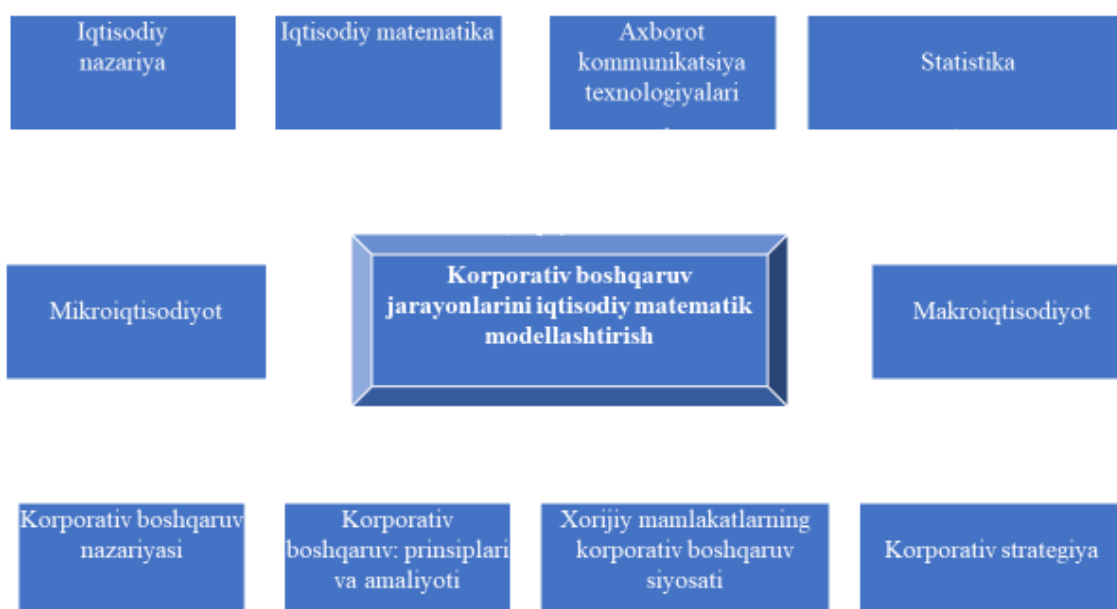
Lyubaya nauka imeet kak svoypredmet, tak i svoymetod. Bolshayachast issledovateli (primeru, M.A. Vaxrushina, T.P. Karpova) rassnivayut metod upravlencheskogouchetakak sovokupnost razlichnykh sposobov i priemov, s pomoyu koto-rykh otrajayutsya ob'ekty upravlencheskogo ucheta v informatsionnoy sisteme firmy [1, s. 31]. Drugimi slovami, metod – sposob dostizheniya seli upravlencheskogo ucheta, sostoyayiy iz sovokupnosti priemov teoreticheskogo i prakticheskog o poznaniya ob'ekta upravlencheskogo ucheta [2, s. 61]. Pro analiziruem osobennosti metoda analiza finansovo-xozyaystvennoy deyatel'nosti. K nim odnosyatsya:

MAVZULAR BO‘YICHA TAQDIMOT SLAYDLARI VA VIDEO ROLIKLAR

Hammer M., Champy J. *Reengineering the Corporation: A Manifesto for Business Revolution.*

Harrington J. *Business-Process Improvement.*

biznes-jarayonlarining asosiy tushunchalari, korporatsiyalarda mavjud boshqaruv tizimidan jarayonli boshqaruv tizimining ustun tomonlari, biznes-jarayonlarining tasnifi, injiniring, reinjiniring tushunchalarining ma'nosi va qaysi paytda korporatsiyalarning biznes-jarayonlarini bo'yicha reinjiniring o'tkazish tamoyillari yoritib o'tilgan va ular qolgan mualliflar uchun dastlabki manba hisoblanadi.



Biznes-jarayonlari:

- 1. Iste'molchi uchun naflik kasb etuvchi, "kirishda" bir yoki bir necha resurslardan foydalanib, ushbu faoliyat natijasida "chiqishda" mahsulotlar (xizmatlar) yaratiladigan turli xil faoliyatlar to'plamidir.
- 2. Biznes – faoliyatning aniq natijasi uchun bajariladigan mantiqiy o'zaro bog'liq harakatlar to'plamidir¹.
- 3. Aniq iste'molchi yoki bozor uchun, o'ziga xos mahsulot (xizmat) ishlab chiqarishni loyihalashtirib, tartiblangan hamda tugallangan harakatlar to'plamidir.
- 4. Kirish va chiqish nuqtalari, interfeyslar va tashkiliy qurilmalar orqali aniqlanadigan, ishlab chiqarilgan tovar xizmatining qiymatini o'sishini ta'minlovchi, tovar/xizmat iste'molchisining qurilmasini qisman ishga tushiruvchi mohiyatdir.
- 5. Mijozga zarur bo'lgan va qiymati, uzoq muddat xizmat qilishi, servis hamda sifati bilan uning ehtiyojlarini qondiruvchi, bir yoki bir necha kirishlardan boshlanib va mahsulot yaratish bilan tugallanuvchi faoliyatning ko'plab ichki qadamlari (turlari). Yoki – tizimda qanday qilib mijoz biznesni boshlashi, olib borishi va yakunlashini ifodalovchi hodisalarning to'liq oqimlaridir.
- 6. Yaqin kelajakda buyurtmachi uchun foydali bo'lgan mahsulot yoki xizmatni yaratish uchun korxona resurslaridan foydalanuvchi mantiqiy o'zaro bog'liq harakatlar majmuasidir.
- 7. Tashkilotlarning ishida istalgan faoliyat turlaridir.
- 8. O'ziga xos natija keltiruvchi, funksional operatsiyalarni bajarishning tizimli ketma-ketligidir.
- 9. Kirish elementlarini chiqish elementlariga aylantiruvchi, o'zaro bog'liq resurslar va faoliyatlar to'plamidir.
- 10. Kirishlarni chiqishlarga aylantiruvchi o'zaro bog'liq faoliyatlar turlarining ketma-ketligidir.

Biznes injiniringi

- kompaniya tomonidan o'z maqsadlariga mos ravishda, biznesni loyihalashtirishda qo'llaniladigan usullar va yondashuvlar to'plamidir.

Reinjiniring

- bu korxona faoliyatini yaxshilash uchun keskin, sakrash yo'li bilan ishbilarmon jarayonlarni qayta qurish, yoki qayta loyihalashtirishdir.

Axborot texnologiyalari

- biznes jarayonlarini amalga oshirishda ma'lumotlarni yig'ish, qayta ishlash, saqlash va uzatishning kompleks vositalari.

Funksiya

- bu qisqartirilgan biznes-jarayoni bo'lib, u o'zining yetkazib beruvchi va iste'molchilariga, kirish va chiqishiga ega hamda o'z navbatida keyingi darajadagi funksiyalar bilan tushuntirib berilishi va ifodalanishi mumkin.

Jarayon	• “kirish”larni “chiqish”larga aylantiruvchi o‘zaro bog‘liq yoki o‘zaro ta’sir qiluvchi faoliyat turlari to‘plami (ISO 9000:2000 termini bo‘yicha).
Jarayonli boshqaruv	• korxonada mavjud biznes-jarayonlarni ma’lum ketma-ketlikda amalga oshirish tartibi.
Samaradorlik	• bu korxonada biznes-jarayonlarini to‘g‘ri tashkil etish natijasida daromadlarning xarajatlardan yuqori bo‘lish ko‘rsatkichidir.
Biznes modeli	• bu korxonaning real mavjud yoki ko‘zda tutilayotgan faoliyatni aks ettiruvchi, biznes-jarayonlarning formallashtirilgan (grafikda, jadvalda, matnda, belgilarda) ifodasidir.
Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirish	• korxonaning pirovard maqsadlariga erishish uchun yangi biznes modelini tuzish jarayoni.

Asosiy jarayonlar	• qiymat qo‘shadigan jarayonlardir (marketing, yetkazib berish, ishlab chiqarish va mahsulotga servis xizmat ko‘rsatish).
Ta’minlovchi jarayonlar	• biznes-jarayonlariga xizmat qilish bo‘yicha, tashkilot ichki masalalarini yechishni pirovard maqsad qilib qo‘ygan jarayondir.
Biznes-tizim	• bu pirovard maqsadi mahsulot ishlab chiqarish hisoblangan biznes-jarayonlarining o‘zaro bog‘liq to‘plamidir.
Model	• bu korxona faoliyati to‘g‘risida soddalashtirilgan tasavvur bo‘lib, korxonada bo‘lib o‘tadigan barcha jarayonlarning prinsipial xossalarini o‘zida namoyon qiladi.
Jarayonlarni modellashtirish	• biznes-jarayonlar tarkibini hujjatlashtirish, tahlil qilish va ishlab chiqarish, jarayonlari bajarish uchun zarur resurslar bilan ta’minlashni o‘zaro bog‘lashdir.

Tashkilot (korxona)ning biznes-jarayonlarini yaxshilashga o'z diqqatini jalb qilishga undaydigan asosiy omillar quyidagilar:

iste'molchilar va davlat tomonidan qo'yiladigan talablar;

xarajatlarni yoki siklning muddatini qisqartirish zarurati;

sifatni boshqarish dasturlarini tadbiq etish;

ikki yoki undan ortiq tashkilotning birlashishi;

tashkilot ichidagi ziddiyatlar.

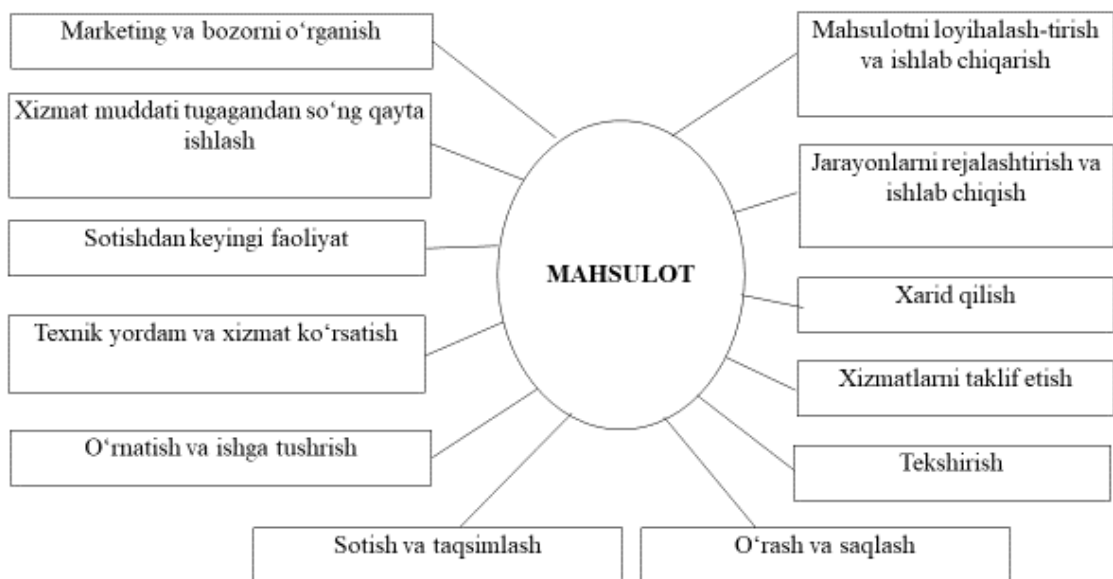
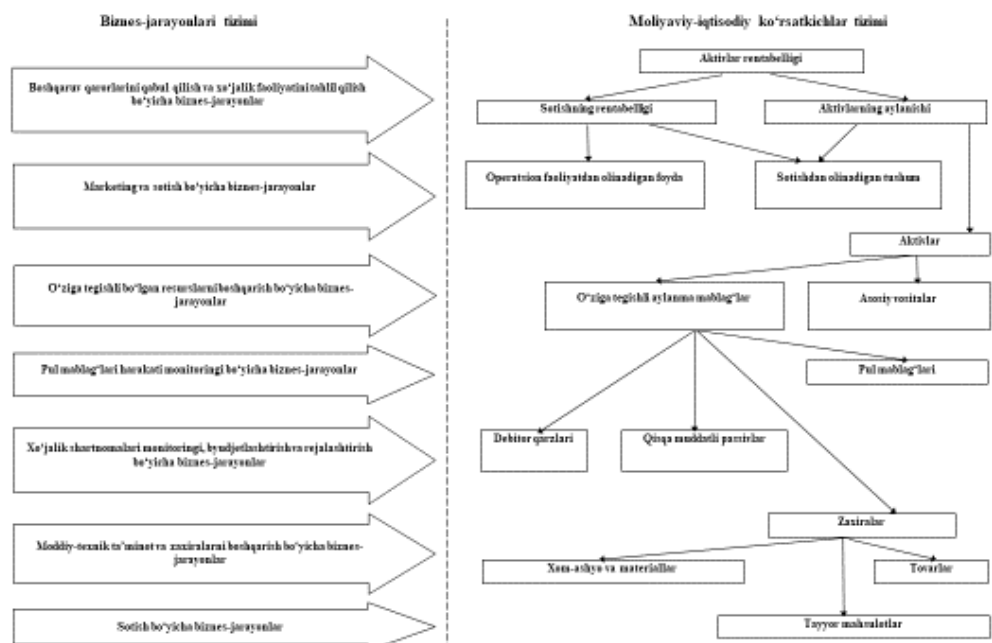
Biznes-jarayonlarini quyidagicha takomillashtirish mumkin:

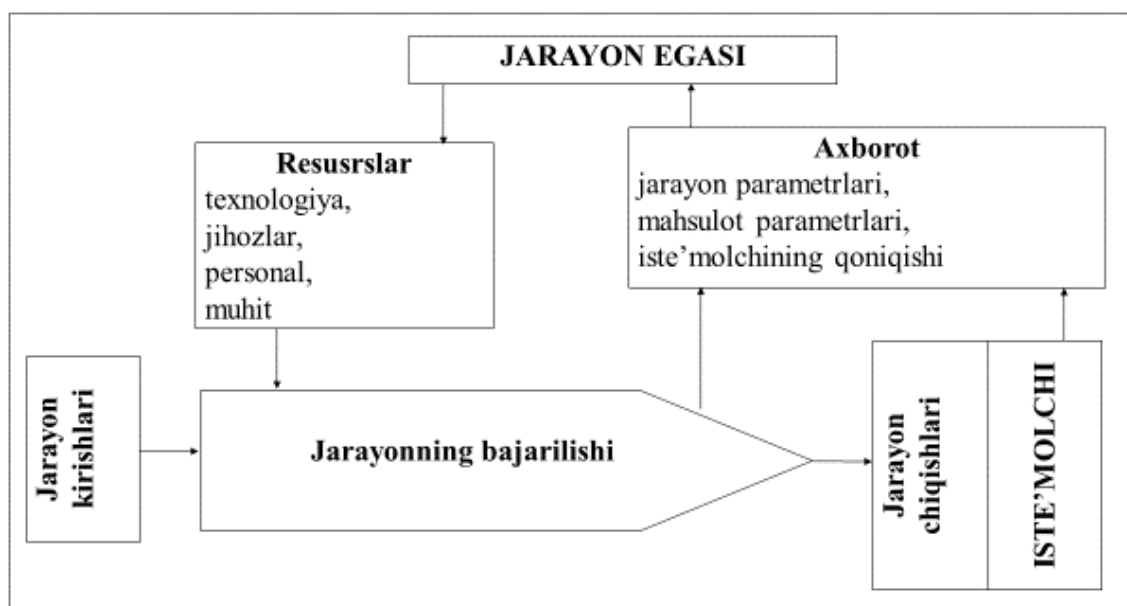
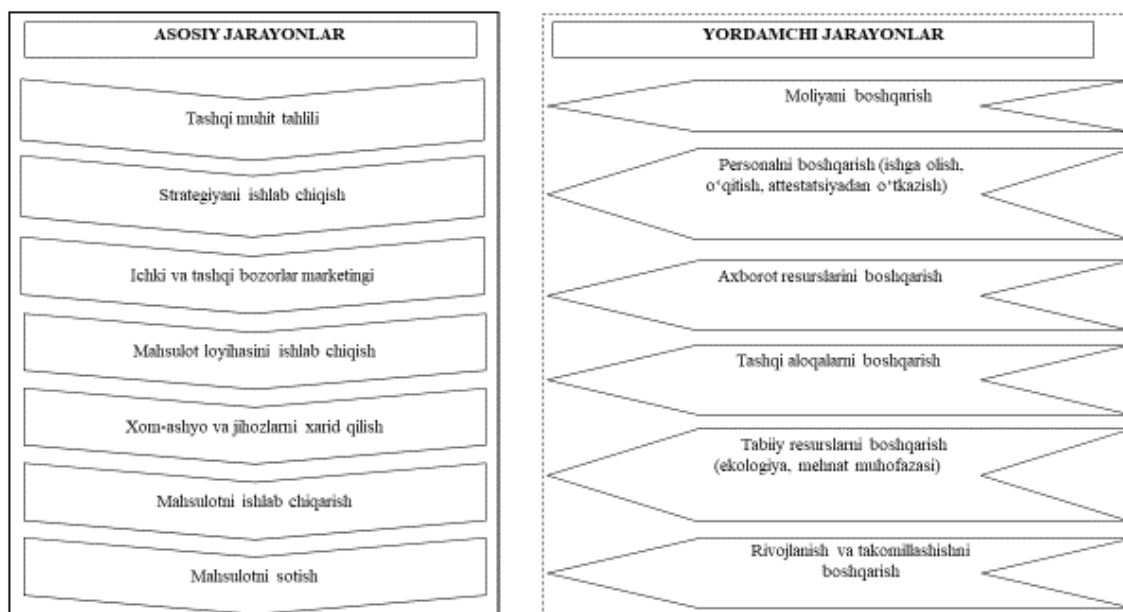
biznes-jarayonlarini audit tekshiruvdan o'tkazish.

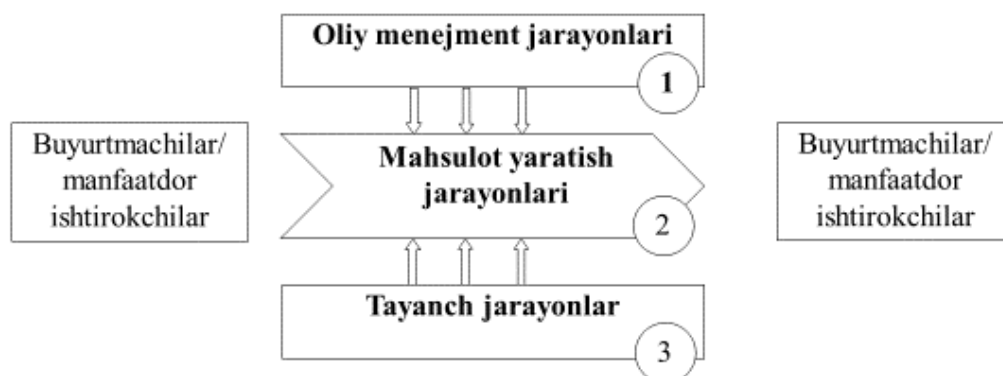
biznes-jarayonlarini yaxshilashning asosiy tamoyillarini qo'llash;

ilg'or texnologiyalarni qo'llash;

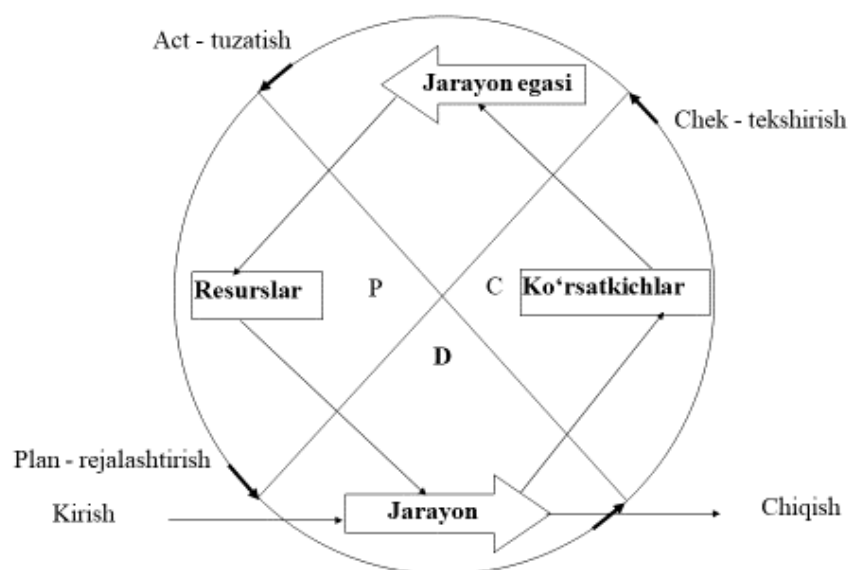
“nou-xau” elementlariga ega bo'lgan, faqat aniq, noyob holatlarga qo'llaniladigan innovatsion yechimlar.





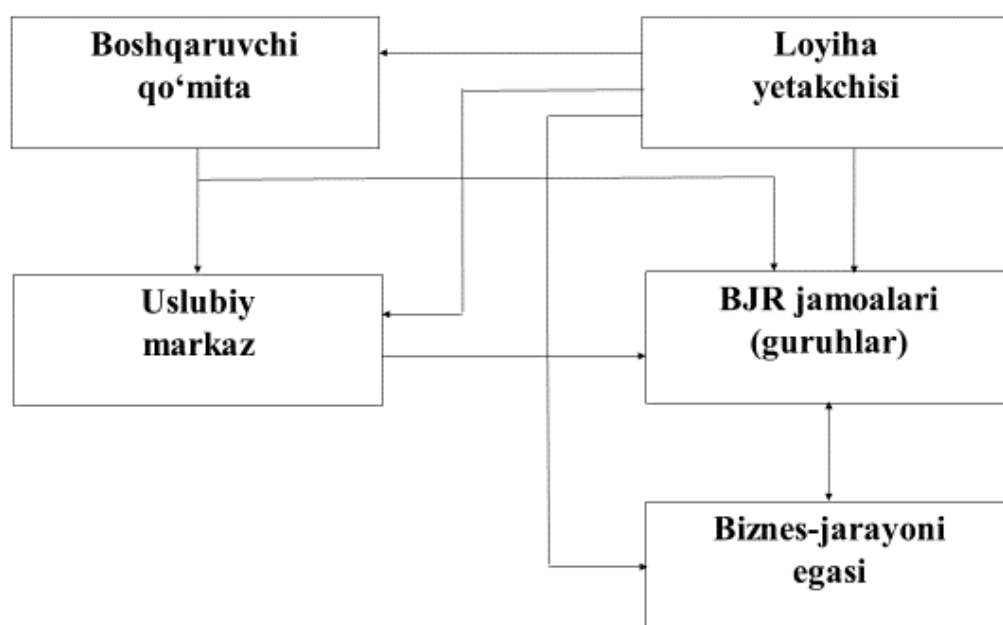


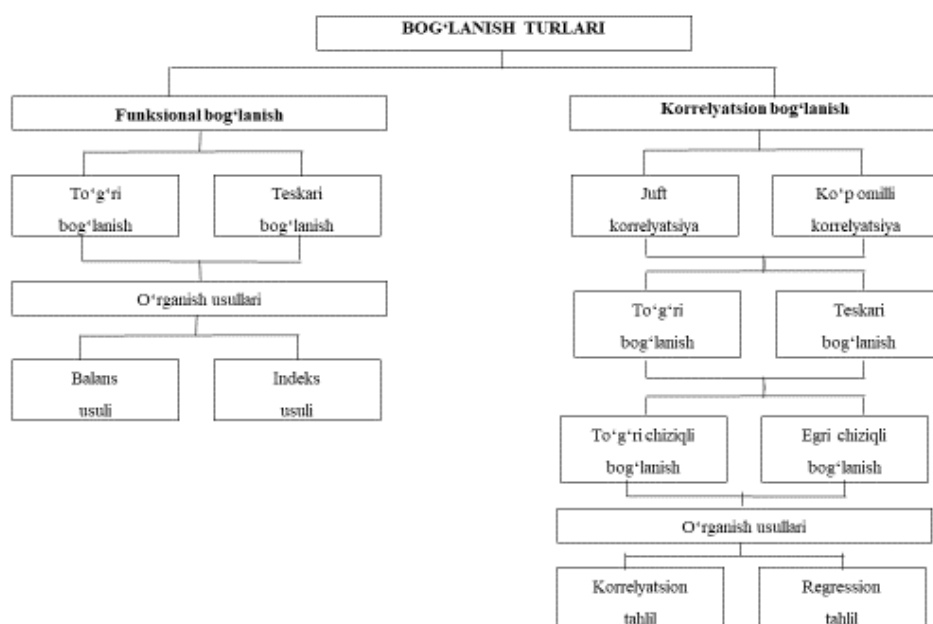
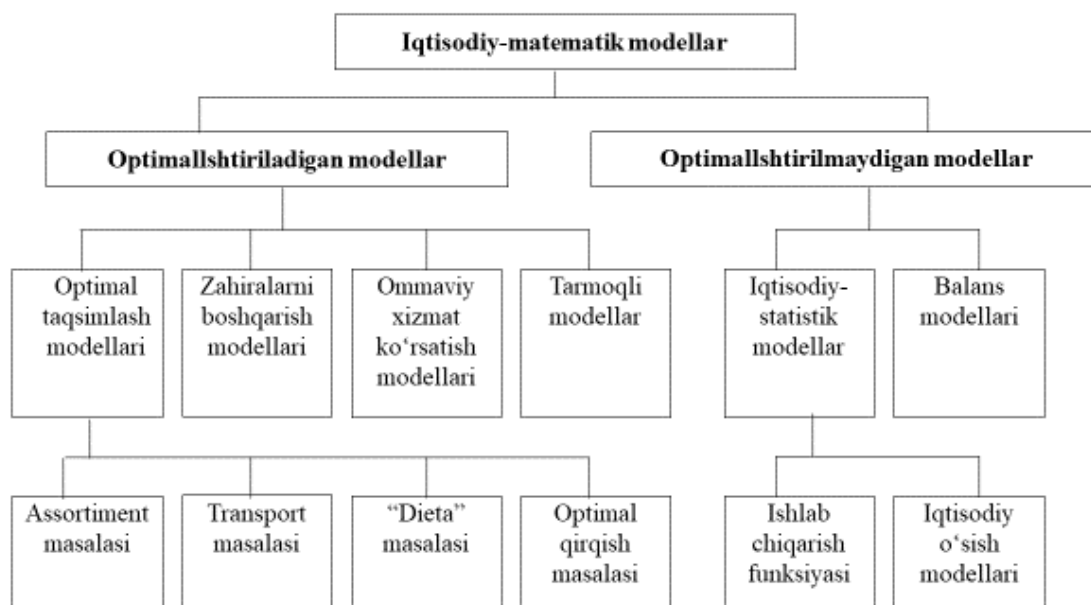
- ① – Strategik rejalashtirish, moliyaviy menejment...
- ② – Marketing, shartnomalar tuzish, xarid qilish, ishlab chiqarish...
- ③ – resurslarni boshqarish, jihozlarga xizmat ko'rsatish, axborot ta'minoti...



Reinjiniringni o'tkazishning asosiy bosqichlari quyidagilar:

I. Korxonaning kelgusidagi obrazi shakllantiriladi. Korxonaning kelgusidagi obrazi uning strategiyasini ishlab chiqish, asosiy yo'nalishlar va ularga erishish usullari doirasida amalga oshiriladi.	II. Korxonaning real yoki mavjud biznesining modeli yaratiladi. Bu yerda korxonaning o'z maqsadlarini amalga oshiruvchi ishlar, harakatlar tizimi tiklanadi. Korxonaning asosiy operatsiyalarini amalga oshirish bo'yicha hujjatlar juda batafsil yoritiladi va ularning samaradorligi baholanadi.	III. Yangi biznesning modeli ishlab chiqiladi. Bevosita reinjiniring orqali joriy biznesni qayta loyihalashtirish amalga oshiriladi.	IV. Biznesning yangi modelini korxonaning butun xo'jalik faoliyatiga tatbiq etish.
---	---	---	---





FANGA DOIR VIDEO MA'RUZALAR VA VIDEO ROLIKLAR

FANGA DOIR VIDEO MA'RUZALAR, VIDEO ROLIKLAR

- <https://www.youtube.com/watch?v=NXbGIilFidA> - What is a business process?
- <https://www.youtube.com/watch?v=MygT-raiOok> - Business Processes.
- <https://www.youtube.com/watch?v=7ZizmGHQ-cM> - What is Business Process Modeling - SixtySec.
- <https://www.youtube.com/watch?v=8ckn9KjkgK0> - Welcome to the Process Excellence Revolution.
- https://www.youtube.com/watch?v=_YXqnEXnnBk - An Introduction to Business Process Management
- https://www.youtube.com/results?search_query=modeling+business+process - Business Process Modelling (BPM) and how it fits with requirements gathering.
- https://www.youtube.com/watch?v=nXImBt_HnNo - Business Process Modeling with BPMN.
- <https://www.youtube.com/watch?v=7QFwcFsSICQ> - BPMN Basics.
- <https://www.youtube.com/watch?v=4nFn4A2x1Hc> - Mathematics for Economic Analysis.
- <https://www.youtube.com/watch?v=-39znKX8kC8> - James Mirrlees - Mathematics and Real Economics.
- <https://www.youtube.com/watch?v=gKIYXWfo-08> - 1.2 Mathematics of Economics.
- <https://www.youtube.com/watch?v=d4en6u8fxmI> - Mathematical Modeling 1.
- <https://www.youtube.com/watch?v=iFwNfM7-jMs> - Mathematical Modeling 2.
- <https://www.youtube.com/watch?v=TtjRSqOh32A> - Mathematical Modeling 3.
- <https://www.youtube.com/watch?v=ndYK66ZZbCU> - Mathematical Modeling.
- <https://www.youtube.com/watch?v=zbwyMigMFtQ> - 1.1.3-Introduction: Mathematical Modeling.
- <https://www.youtube.com/watch?v=8huD-A24lgU> - Lektsiya 5 Transportnaya zadacha.
- <https://www.youtube.com/watch?v=fTRsp8GGX7k> - Lektsiya 6 Obshchaya raspredelitelnaya zadacha.
- <https://www.youtube.com/watch?v=k-qd-YPNe2s> - Моделирование бизнес-процессов.
- <https://www.youtube.com/watch?v=aLtySwY879Y> - Моделирование и анализ бизнес процессов в системе Бизнес инженер.
- <https://www.youtube.com/watch?v=Bli-q8XvIJA> - Обзор методологий проектирования бизнес процессов.

- <https://www.youtube.com/watch?v=UigJDMeeJVY> - Как описать процессы своей компании.
- <https://www.youtube.com/watch?v=GipuM9toEBo> - 2 Введение в бизнес моделирование.
- <https://www.youtube.com/watch?v=W6hSDtKeGCs> - 5 Классический шаблон бизнес модели.
- <https://www.youtube.com/watch?v=wSo36I2-edc> - 7 Примеры популярных бизнес моделей.
- <https://www.youtube.com/watch?v=uYchGfMrsuI> - Секрет Стива Джобса и три бизнес модели.
- <https://www.youtube.com/watch?v=OynoIB490Gs> - Как построить Бизнес модель.
- <https://www.youtube.com/watch?v=Tg29U9DFUcI> - Моделирование бизнес-процессов для продаж.
- https://www.youtube.com/watch?v=JtvxT7op3_4 - How to model business processes (Как моделировать бизнес-процессы).
- https://www.youtube.com/watch?v=nHMPkB_cpsE - Business Studio 4.0: моделирование в нотации IDEF0.
- <https://www.youtube.com/watch?v=uRZlBxLYGU4> - Часть 1. Моделирование бизнес-процесса.
- <https://www.youtube.com/watch?v=1ZjU53EGgHE> - моделирование бизнес процессов.
- <https://www.youtube.com/watch?v=Vx30JNoVTn8> - Оптимизация бизнес-процессов.
- <https://www.youtube.com/watch?v=OAIVT8FGCrA> - Бизнес процессы склада.
- <https://www.youtube.com/watch?v=qqRJMISLET0> - Реинжиниринг бизнес процессов.
- <https://www.youtube.com/watch?v=67bk0gDFX1s> - Бизнес-процессы. Оптимизация бизнес-процессов.
- <https://www.youtube.com/watch?v=HHVSJOUKvEA> - Наведите порядок в бизнес процессах.
- <https://www.youtube.com/watch?v=KPFURj5q9d4> - Реинжиниринг бизнес-процессов.
- <https://www.youtube.com/watch?v=HSLvT2bgGJ0> - Реинжиниринг бизнес процессов.
- <https://www.youtube.com/watch?v=zttXSx19-l0> - Реинжиниринг продаж.
- <https://www.youtube.com/watch?v=88cpRggtaj0> - Реинжиниринг бизнес-процессов.
- <https://www.youtube.com/watch?v=lDtFaylHOAM> - Реинжиниринг процессов.

QO‘LLANILADIGAN PEDAGOGIK TEXNOLOGIYALARI SHARHI

QO‘LLANILADIGAN PEDAGOGIK TEXNOLOGIYALARI SHARHI

1. Ma’ruza mashg‘ulotlarning tashkil etishning asosiy shakllari

Ma’ruza mashg‘uloti – OO‘YUda o‘qitishni tashkil etishning etakchi shakli hisoblanadi, bilimlarni birlamchi egallashga yo‘naltirilgan.

Ma’ruzani asosiy belgilanishi – o‘qitishni nazariy asosini ta’minlab berish, o‘quv faoliyatga va aniq o‘quv fanga qiziqishni rivojlantirish, kursantlarga o‘quv kursi ustidan mustaqil ishlash uchun orientirlarni shakllantirish.

Ma’ruza materiallarining mazmuni va hajmiga talablar

Ma’ruza materiallarining *mazmuni* quyidagi mezonlarga javob berishi lozim:

- yangilik, ilmiylik, asoslilik va axborot uchun belgilanganlik;
- aniq, ishonchli misol, fakt, asosnoma va ilmiy dalillarning mavjudligi;
- faktga asoslangan (statistik va v.h.) materiallarni ko‘p emasligi.

Ma’ruza materiallarining *hajmi* rejalashtirilgan mavzuni yoritish uchun etarli bo‘lishi kerak.

Ma’ruzalar turlari vaularga xos xususiyatlar

O‘quv mashg‘ulotning maqsadi	Ma’ruza turi, uning o‘ziga xos xususiyatlari
<i>Kirish ma’ruzasi</i>	
Fan doirasida o‘quv axborotini o‘zlashtirish bo‘yicha talabalar harakatining yo‘naltiruvchi asosini ta’minlash.	Ta’lim berish tuzilishida motivatsion bosqich hisoblanadi. Uning vazifasi – o‘quv fani mazmuni, uning o‘quv jarayonidagi o‘rni va kelgusidagi tezkor-xizmat faoliyatdagi ahamiyati to‘g‘risida dastlabki tasavvurlarni berish, talabalarni ishlash tizimida yo‘naltirish, oldinda turgan mustaqil ishning uslubiyoti va tashkillashtirishi bilan tanishtirish, hisobot berish vaqti va baholashni aniqlashtirish.
<i>Axborotli ma’ruza</i>	
O‘quv mavzu bo‘yicha tasavvurni shakllantirish	Bu an’anaviy ma’ruza turi: ma’ruza rejasiga muvofiq o‘quv materialini monologik tarzda izchillikda bayon etish.
<i>Muammoli ma’ruza</i>	

O'quv mashg'ulotning maqsadi	Ma'ruza turi, uning o'ziga xos xususiyatlari
Muammoni belgilash va uni echimini topishni tashkillashtirish/an'anaviy va zamonaviy nuqtai nazarlarni jamlash va tahlil qilish va v.h. orqali o'quv mavzusi bo'yicha tasavvurni/ bilimlarni shakllantirish.	YAngi bilimlar savol/vazifa/vaziyatlarning muammoligi orqali kiritiladi. Bu jarayonda talabalarning bilishi o'qituvchi bilan hamkorligiga va dialogiga asoslanadi, hamda izlanuvchilik faoliyatiga yaqinlashadi.
<i>Ko'rgazma ma'ruza</i>	
O'TVdan keng foydalanish orqali o'quv mavzusi bo'yicha tasavvurni/ bilimlarni shakllantirish.	Bunday ma'ruzani o'qish, ko'rib chiqilayotgan ko'rgazmali materiallarni ochib berishga va qisqacha sharhlashga olib keladi.
<i>Binar ma'ruza</i>	
Talabalarga munozara madaniyatini, muammoni hamkorlikda echishni namoyish etish orqali o'quv mavzusi bo'yicha tasavvurni/ bilimlarni shakllantirish.	Bunday ma'ruzani o'qish ikki o'qituvchi/2-maktabning ilmiy vakillari/olim va amaliyotchi/o'qituvchi va talabalarning dialogini o'zida namoyon etadi.
<i>Anjuman-ma'ruza</i>	
O'quv axborotni izlash, tanlash va bayon etish jarayonida talabalarning faol ishtiroklarida yoritib berish orqali o'quv mavzusi bo'yicha tasavvurni/ bilimlarni shakllantirish.	Oldindan belgilangan muammo va uni har tomonlama yoritib berish nazarda tutilgan ma'ruzalar tizimi (5-10 daq. davomiyligida) bilan, ilmiy-amaliy mashg'ulot ko'rinishida o'tkaziladi. Mashg'ulot yakunida o'qituvchi mustaqil ish va so'zga chiqishlarga yakun yasaydi, axborotni to'ldiradi/aniqlik kiritadi, asosiy xulosalarni ifodalaydi.
<i>Umumlashtiruvchi ma'ruza</i>	
Bilimlarni batafsil yoritish va aniqlashtirishlarsiz tizimlashtirish.	Ma'ruzada bayon etilayotgan nazariy holatlarning negizini kursning yoki katta bo'limlarning ilmiy-tushunchali va konseptual asosi tashkil etadi.
<i>Maslahatli-ma'ruza</i>	
Bilimlarni chuqurlashtirish, tizimlashtirish.	Turlicha ssenariy bo'yicha o'tishi mumkin. 1. "Savol-javoblar"- o'qituvchi bo'lim yoki to'liq kurs bo'yicha talabalar savollariga javob beradi. 2. "Savol-javoblar-munozaralar": o'qituvchi nafaqat savollarga javob beradi, balki javoblarni izlashni ham tashkillashtiradi.

O'quv mashg'ulotning maqsadi	Ma'ruza turi, uning o'ziga xos xususiyatlari
YAkuniy ma'ruza	
Bilimlarni batafsil yoritish va aniqlashtirishlarsiz tizimlashtirish.	Kursni o'rganishni yakunlaydi, butun davr mobaynida o'tilganlarni umumlashtiradi. YAkuniy ma'ruzada o'qituvchi kursning asosiy g'oyalarini ajratadi, kelgusidagi tezkor-xizmat faoliyatda va boshqa fanlarni o'rganishda olgan bilimlarni qanday qo'llash yo'llarini ko'rsatadi, fan bo'yicha yakuniy nazorat xususiyatini tushuntiradi, yakuniy nazorat variantlarining murakab savollarini tushuntiradi.

2. Amaliy mashg'ulotlarni tashkil etishning asosiy shakllari

Amaliy mashg'ulot:

- o'quvchilarni o'qituvchi bilan va o'zaro faol suhbatga kirishishiga yo'naltirilgan,
- nazariy bilimlarni amaliy faoliyatda amalga oshirish uchun sharoitni ta'minlovchi,
- olingan bilimlarni amaliy foydalanish imkoniyatlarini muhokama qilishga mo'ljallangan mashg'ulotning o'qitish shakli.

Amaliy mashg'ulotning mazmuniga quyiladigan talablar

- muhokamaga munozarali savollar olib chiqiladi;
- muhokama qilinuvchi savollar ilm-fanning erishgan zamonaviy yutuqlari tomoni bilan ko'rib chiqiladi;
- nazariya va amaliyotni uzviy birligi ochib beriladi;
- muhokama qilinuvchi materialning talabalarning bo'lg'usi kasbiy faoliyati bilan aloqasi ta'minlanadi;
- ko'rib chiqilayotgan material adabiyotda mavjud emas yoki material, qisman bayon etilgan.

Amaliy mashg'ulotlar turlari va ularga xos xususiyatlari

Amaliy mashg'ulot turi	Amaliy mashg'ulot shakli, uning o'ziga xos xususiyatlari
Talabalarining nazariy bilimlarini tizimlashtirish/ tuzilmaga keltirish/ mustahkamlash/ kengaytirish: - metodologik nuqtai nazaridan eng muhim va o'ziga xos fan	Keng ko'lamli suhbat. Hamma uchun umumiy bo'lgan tavsiya etilayotgan majburiy va qo'shimcha adabiyotlar bilan mashg'ulotning har bir reja savollariga talabalarni tayyorgarligini nazarda tutadi. Faollashtirishni barcha vositalarini qo'llash bilan: so'zga chiquvchiga va barcha guruhga yaxshi o'ylab tuzilgan aniq ifodalangan savollar, so'zga chiquvchi talabalarni kuchli va kuchsiz tomonlariga talbalar

mavzularining yaxshi o'rganish. - tushunish va o'zlashtirish uchun murakkab bo'lgan mavzu savollarini batafsil o'rganish. - kasbiy tayyorgarlik sifatini aniqlovchi, alohida asosiy bo'lgan mavzularni batafsil o'rganish.	diqqatlarini qarata olish, talabalar diqatti va qiziqishini, ish jarayonida ochib berilayotgan, yangi tomonlarga o'sha vaqtni o'zida ajratib ko'rsatish va boshqalar asosida ko'pchilik talabalarni savollarni muhokama qilishga jalb qilish imkonini beradi. Keng ko'lamli suhbat ba'zi savollar bo'yicha alohida talabalarni avvaldan rejalashtirilgan qo'shimcha ravishda so'zga chiqishlarini istisno qilmaydi, balki, taxmin qiladi. Biroq bunday ma'lumotlar muhokama uchun asos bo'lmaydi, balki muhokama qilingan savollar uchun to'ldiruvchi bo'ladi. <i>Ma'ruza va referatlar muhokamasi.</i> Muhokamaga 12—15 daqiqa davomiyligidagi 2-3 ma'ruzadan ko'p bo'lmagan ma'ruzalar olib chiqiladi. Ba'zida qo'shimcha ma'ruzachi va opponentlar (muxoliflar) belgilanadi. Oxirgi chiquvchilar mazmunni qaytarmaslik uchun, ma'ruza matni bilan tanishadilar. Biroq ko'p hollarda, ma'ruzachi va opponentlar, qo'shimcha ma'ruzachilardan tashqari, hech kim seminarga jiddiy tayyorlanmaydi. So'zga chiquvchilarni o'zlari ham faqat bir savolni o'rganadilar. SHu bilan birga, odatiy seminar ishiga "quruq nazariyalik" elementini kiritib, bunday mashg'ulotlar talabalarda ba'zi qiziqishlarni uyg'otadi. Talabalarni har birini qo'shimcha ma'ruzachi yoki opponent sifatida tayyorlanib kelishga o'rgatish juda muhim hisoblanadi. Referatli ma'ruzalarni yakuniy seminarda, uning asosiy savollari avvaldan muhokama qilib bo'lingan, katta bir mavzu bo'yicha ko'rib chiqish maqsadga muvofiq bo'ladi. <i>Press-konferensiya.</i> Qisqa so'zga chiqishdan so'ng birinchi savol bo'yicha ma'ruzachiga (agarda ma'ruzalar bir qator talabalarga berilgan bo'lsa, o'qituvchining o'zi ulardan biriga so'z beradi) so'z beriladi. SHundan so'ng har bir talaba ma'ruza mavzusi bo'yicha unga savol berishi lozim. Savol va javoblar seminarining markaziy qismini tashkil etadi. Qancha ko'p jiddiy tayyorgarlik ko'rilsa, savollar shunchalik chuqur va mahoratli beriladi. Savollarga avval ma'ruzachi javob beradi, so'ngra u yoki boshqalar bo'yicha istagan bir talaba o'z fikrini bildirishi mumkin. Bunday holatlarda qo'shimcha ma'ruzachilar,
---	---

<i>Ilm-fanning alohida xususiy muammolarini chuqurroq ishlab chiqish.</i>	agarda shundaylar belgilangan bo'lsa, faol bo'ladilar. O'qituvchi har bir muhokama qilinayotgan savol bo'yicha, yoki seminar yakunida o'z xulosasini qiladi. <i>O'zaro o'qish.</i> Tushunish va o'zlashtirish uchun eng ko'p murakkablikdagi savollarni o'rganish asosiy maqsadga ega bo'lgan, seminar. Seminar mobaynida talabalarni o'zaro o'qishga yo'naltirish muhim hisoblanadi: har kichik-guruhga mavzuning bir savoli beriladi, bu bo'yicha ular ishlaydilar va bunga asos (ekspert varaqlar – savolni yoritish rejasi, tayyorlangan ma'lumotlarni vizual taqdim etish bo'yicha tavsiyalar) beriladi. Ekspert guruhlarning ish natijalari taqdimotidan so'ng o'qituvchi xulosalar qiladi. <i>Yumoloq (yozma /og'zaki) stol.</i> O'tgan mavzu bo'yicha bilimlarni chiqurlashtirish va aniqlashtirish, bor bilimlarni safarbar qilish va har xil vaziyatlarda ularni qo'llash, o'z fikrlarini qisqa va asoslangan xolda bayon qilish ko'nikmalarini rivojlantirish asosiy maqsadga ega bo'lgan, seminar. Har xil ssenariylar bo'yicha o'tkazilishi mumkin. 1. «YOzma yumoloq stol» - talabaning savoli / echimi topilishi kerak bo'lgan g'oya yozilgan varaq, doira bo'yicha uzatiladi va har bir ishtirokchi o'z mulohazalarini qo'shadi. 2. «Og'zaki yumoloq stol» - har bir talaba qo'yilgan savolning javobiga o'z qo'shimchalarini kiritadi / oldingi ishtirokchi tomonidan taklif qilingan g'oyani qo'llab-quvvatlaydi va rivojlantiradi. <i>Spetsseminar.</i> Bakalavriatning 4 kursida, magistraturada o'tkaziladi. Ilmiy mavzu bo'yicha yosh tadqiqotchilarni muloqat maktabini ifodalaydi. Spetsseminar vaqtida talabalarining guruhlarda ishlashga va uni baholashga, ilmiy tadqiqotlar usullaridan foydalanishga intilishlari katta rol o'ynaydi. Spetsseminarning yakuniy mashg'ulotida o'qituvchi, qoidaga ko'ra, seminarlarni va talabalarining ilmiy ishlarini muhokama qilingan muammolarni kelgusida tadqiqotlar qilish istiqbollarini va talabalarni ularda ishtiroq etish
--	--

	imkoniyatini ochib umumlashtiradi.
Maxsus (kasbiy) va umumo‘quv ko‘nikma va amaliy malakalarni shakllantirish: - amaliy muammoli vaziyatni tahlil qilish va echish jarayonida xarakatlar algoritmini aniqlash bilan bog‘liq egallagan nazariy bilimlarni amaliy qo‘llash.	Ta’limiy o‘yin. O‘qitish samaradorligini uning ishtiroqchilarini nafaqat bilimlarni olish jarayoniga faol jalb qilish, balki ularni (hozir va shu erda) foydalanish orqali oshirishga imkon beradi; o‘zgaruvchan vaziyatlarda o‘zini tutish taktika ko‘nikmalarini shallantiradi; dinamik rolevogo povedeniya; amaliyot imitatsiyasini ifodalaydi; aniq ko‘nikma va malakalarni shakllantirishga va ishlab berishga qaratilgan. Seminar natijaviyligini uning tashkiliy-uslubiy ta’minoti belgilaydi: o‘yinining texnologik xaritasini ishlab chiqish; o‘yin atributlarini va materiallar paketini: vaziyat bayoni, ishtiroksilar uchun yo‘riqnomalar, personajlar ta’rifi (agar o‘yin rolli yoki ishbilarmon bo‘lsa) yoki vaziyatli ko‘rsatmalar (agar o‘yin modellashtiruvchi bo‘lsa) tayyorlash. Amaliy topshiriqlarni bajarish. Amaliy topshiriqlarning ko‘pchiligi kichik guruhlar tarkibida bajariladi va quyidagi bosqichlarni o‘z ichiga oladi: yo‘riqnoma berish → o‘quv topshiriqni bajarish bo‘yicha yo‘riqnoma bilan tanishish → topshiriqni bajarish → natijalarning ommaviy taqdimoti → natijalarni umumlashtirish va baholash. Masalalar echish bo‘yicha mashq. Yakka tartibda amalga oshiriladi va quyidagi bosqichlarni o‘z ichiga oladi: yo‘riqnoma berish – masalani echish – natijalarni tanlama taqdimoti - umumlashtirish. Muammoli masalalar va vaziyatlarni echish. Muammoli masalalar va vaziyatlarni ishlab chiqish juda katta mexnat talab qiladi. Lekin talabalar tomonidan amaliy kasbiy faoliyatdan olingan muammoli masalalarni echish va muammoli vaziyatlarni ko‘rib tahlil qilish nazariyani haqiqiy amaliyot bilan bog‘lashga imkon beradi. Bu o‘qitishni faollashtirishga imkon beradi, talabalarga o‘rganilayotgan materialni amaliy foydasini tushunishga yordam beradi.

	<i>Ta'lim beruvchi amaliy muammoli vaziyatlarni (keyslarni) echish.</i> Keys (muammoli vaziyatdan farqli ravishda) talabalarni muammoni ifodalash, muammoli vaziyatni tahlil qilish va baholash, uni maqsadga muvofiq echim variantlarini qidirishga yo'naltiruvchi tashkilotlar, insonlar guruhi yoki alohida individlarni hayotining muayyan sharoitlarini yozma ravishda taqdim etilgan bayonini o'z ichiga oladi. Keysni echish jarayoni quyidagi bosqichlarini o'z ichiga olish muhim: → muammoni yakka tartibda tahlil qilish va echish, → yakka tartibda topilgan echimni birgalikda (kichik guruhlarda) tahlil qilish, o'zaro maqbul echim variantini rasmiylashtirish, → guruh ishini taqdimoti, → muammoni echish usul va vositalarining eng maqbul variantini jamoaviy tarzda tanlash. Fiklash jarayoni, muammoli vaziyatni echish jarayonida paydo bo'lingan, mustaqil topilgan dalilllar orientirlarni, kasbiy boylklarni topishga va mustaqamlashtirishga, kelgusi kasbiy faoliyati bilan aloqani anglashga ko'maklashadi. <i>O'quv loyihalarining taqdimoti va baholanishi</i> Ushbu o'quv mashg'ulotini tayyorlashda o'qituvchining roli quyidagilardan iborat: loyiha topshirig'ini ishlab chiqish; talabalarga ma'lumotlarni izlashda yordam berish; o'zi axborot manbai bo'lishi; butun jarayonni muvofiqlashtiri; ishtirokchilarni qo'llab-quvvatlash va rag'batlantirish; uzluksiz qayta aloqani amalga oshirish; maslahat berish. Ushbu o'quv mashg'ulotida guruhlar o'z faoliyatining natijalari to'g'risida ma'ruza qilishadi va uni belgilangan shaklda taqdim etishadi (loyihaviy faoliyatning natijalarini, hamda loyiha maxsulotini tasviriy va og'zaki taqdimot ko'rinishida). O'qituvchi guruhlarining o'zaro baholanishini tashkillashtiradi va loyiha ishtirokchining faoliyatini baholaydi.
<i>Talabalarni nazariy va amaliy tayyorgarlik</i>	<i>Kollokvium.</i> O'qituvchining talabalar bilan kollokviumlari

<i>darajasini nazorat qilish va baholash</i>	(suhbatlashuvi) odatda kursning u yoki bu mavzusi bo'yicha bilimlarini aniqlash, uni chuqurlashtirish maqsadida olib boradi. U ko'pincha 1) dasturda ko'zda tutilmagan, lekin talabalarda qiziqish uyg'otgan qo'shimcha mavzular bo'yicha; 2) fanning alohida murakkab, lekin talabalar tomonidan etarli darajada o'zlashtirilmagan mavzulari bo'yicha qo'shimcha darslar mobaynida; 3) ohirgi seminar mashg'ulotlarida javob bermagan talabalarni birish darajasini aniqlash uchun. Seminar-kollokvium mobaynida ma'ruza, referat va boshq. YOzma ishlar tekshirilishi mumkin. <i>YOzma (nazorat) ish.</i> Talabalar nazorat savollariga javob beradilar/ testlarni echadilar/ nazorat topshiriqlarini bajaradilar. Ularning to'plamini to'g'ri tuzish muhim hisoblanadi: ular rejalashtirilayotgan o'quv materialni o'zlashtirish darajasiga mos kelishligi kerak va ularni tekshirishni ta'minlashi kerak.
---	---

3. Ma'ruza va amaliy mashg'ulotlarda qo'llaniladigan pedagogik texnologiyalar

AQLIY HUJUM METODI

Aqliy hujum (breynstroming-aqllar to'zoni) – amaliy yoki ilmiy muammolar echish g'oyasini jamoaviy yuzaga keltirishda qo'llaniladigan metod.

♣Metod chegaralangan vaqt oralig'i ichida aniq muammo (savol, masala)ni echishning noan'anaviy yo'llarini izlash bo'yicha o'quvchilarni aqliy faoliyatini yo'naltirishga asoslangan.

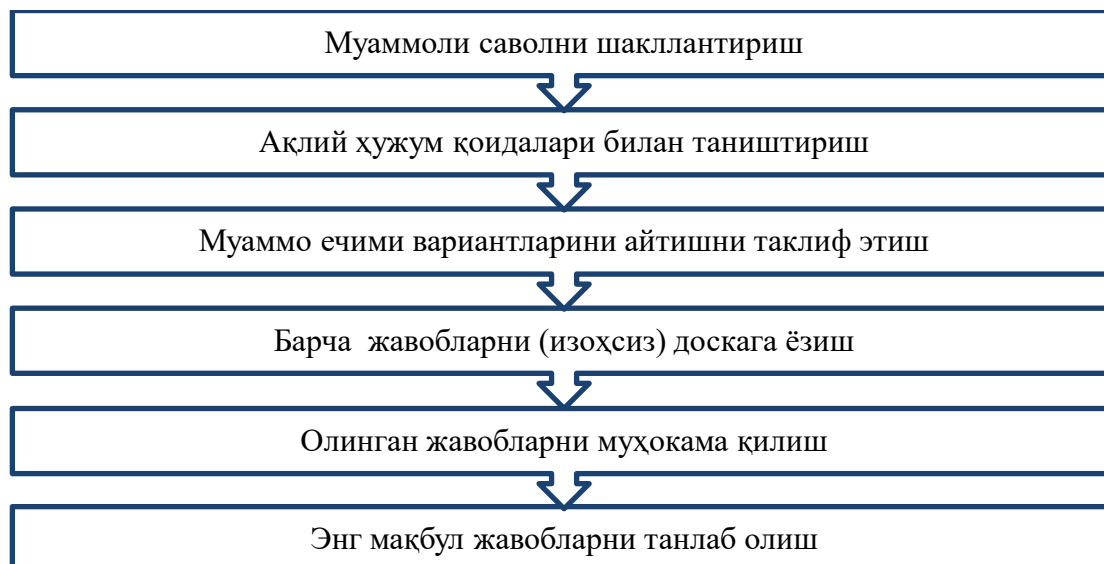
♣O'quv mashg'ulotidagi aqliy hujum uchun muammoni tanlash quyidagi tamoyillar bo'yicha amalga oshiriladi:

- tanlangan muammo nazariy va amaliy ahamiyatga ega bo'lishi hamda o'quvchilarda faol qiziqish uyg'otishi kerak;

- ko'p har xil ma'nodagi echim variantlariga ega bo'lishi kerak.

O'qitish texnologiyasini ishlab chiqishda aqliy hujum metodi o'quv mashg'ulotining bir lavhasi yoki butun mashg'ulotni o'tkazish asosi sifatida rejalashtirilgan bo'lishi mumkin.

Aqliy hujum metodining texnologik chizmasi 1-rasmda keltirilgan.



Aqliy hujum metodining texnologik chizmasi

INSERT TEXNIKASI

INSERT (inglizcha soʻzdan olingan boʻlib - **INSERT** – Interaktive-interfaol **Noting** – belgilash **System** - tizim for-uchun **Effective** – samarali **Reading** – oʻqish and– va **Thinking** – fikrlash degan maʼnoni anglatadi).

1) Samarali oʻqish va fikrlash uchun matnda belgilar qoʻyishning interfaol tizimi hisoblanadi.

Matnni belgilash tizimi:

(√) - mening bilganimni tasdiqlovchi axborot;

(+) –men uchun yangi axborot;

(–) - menning bilganlarimga, zid axborot;

(?) - meni oʻylantirib qoʻydi. Bu boʻyicha menga qoʻshimcha axborot kerak.

PINBORD TEXNIKASI

Pinbord–(inglizchadan: *pin*- mahkamlash, *board* – yozuv taxtasi) – oʻquvchilarni tizimli va mantiqiy fikr bildirishga oʻrgatadigan metod.

Pinbord texnikasi:

1) muammoli masalalar va vaziyatlar, aqliy hujum va amaliy oʻqitish metodlari bilan birga jamoaviy tarzda (guruhlarda) muammoni echish variantlarini baholash hamda ular ichidan eng yaxshisini tanlash imkonini beradi;

2) aqliy hujum va amaliy oʻqitish metodlari bilan birga jamoaviy tarzda (guruhlarda) toifali sharh oʻtkazish imkonini beradi.

Pinbord texnikasining texnologik chizmasi

KEYS–STADI METODI

KEYS – (ingl. sase – toʻplam, aniq vaziyat) – nazariy bilimlarni amaliy vazifalarni echish jarayonida qoʻllash imkonini beruvchi oʻqitish vositasi.

Keysda bayon qilingan vaziyatni o'rganib va tahlil qilib, o'quvchilar o'zining kelgusidagi kasbiy faoliyatida o'xshash vaziyatlarda qo'llashi mumkin bo'lgan tayyor echimni oladi.

Keysda bayon qilingan vaziyatlar (kasbiy), amaliy mashg'ulotlarda echiladigan vaziyatli masalalardan tubdan farq qilinadi. Agar vaziyatli masalalarda har doim shart (nima berilagan) va talab (nimani topish kerak) berilgan bo'lsa, keysda, qoidaga ko'ra, bunday parametrlar mavjud emas.

O'quvchiga taqdim etilgan ixtiyoriy keysda:

- keysning belgilanishi va topshiriq/savollar aniq ifodalangan bo'lishi kerak;
- bayon qilingan muammoli vaziyatni echish uchun kerakli va etarli xajmda ma'lumotlarni o'z ichiga olishi kerak
- keysni echish uchun *uslubiy ko'rsatmalar* bo'lishi kerak.

Keys–stadi (ingl.sase– to'plam, aniq vaziyat, stadi-o'qitish)—amaliy o'qitish vaziyatlarimetodi.

Keys-stadi - o'qitish, axborotlar, kommunikatsiya va boshqaruvning qo'yilgan ta'lim maqsadini amalga oshirish va keys-stadida bayon qilingan amaliy muammoli vaziyatni hal qilish jarayonida prognoz qilinadigan o'quv natijalariga kafolatli etishishni vositali tarzda ta'minlaydigan bir tartibga keltirilgan optimal usullari va vositalari majmuidan iborat bo'lgan o'qitish texnologiyasidir.

Ushbu metod o'quvchilarni quyidagilarga undaydi:

- muammoni shakllantirishga;
- amaliy vaziyatni tahlil qilish va baholashga;
- muammo echimini eng maqbul variantini tanlashga.

O'quv mashg'ulotning o'qitish texnologiyasini tanlashni ikki asosiy dalil belgilaydi:

1. Keysning hajmi (qisqa, o'rtacha miqdordagi, katta)
2. O'quv topshirig'ini taqdim etish usuli:
 - savolli (savollar keysdan keyin keltiriladi)
 - topshiriqli (topshiriq keys kirish qismining oxirida keltiriladi)

O'QUV LOYIHA METODI

Ushbu metodning mohiyati shundan iboratki, ma'lum muddat ichida (bitta o'quv mashg'ulot doirasidan 2-3 oy muddat ichida) ta'lim oluvchi guruhli yoki yakka tartibda berilgan mavzu yuzasidan loyiha topshirig'ini bajaradi. Uning vazifasi – muayyan foydalanuvchiga yo'naltirilgan yangi ma'lumot olish, belgilangan muddat ichida berilgan u yoki bu muammoni ilmiy, texnikaviy echimidan iborat.

O'quv loyihasi tushunchasi:

- muayyan iste'molchiga mo'ljallangan, muammolarni izlash, tadqiq qilish va echish, natijani noyob (moddiy yoki intellektual) mahsulot ko'rinishida rasmiylashtirishga qaratilgan. Talablarning mustaqil o'quv faoliyatini tashkil qilish *usuli*;
- nazariy bilimlar orqali amaliy vazifalarni echishga qaratilgan o'quv *vosita va qurollari*;

- rivojlantiruvchi, ta'lim-tarbiya hamda bilimlarni kengaytirish, chuqurlashtirish va malakalarni shakllantirishga qaratilgan *didaktik vosita*.

GRAFIK TASHKIL ETUVCHILAR

KLASTER (klaster-tutam, bog'lam)-axborot xaritasini tuzish yo'li- barcha tuzilmaning mohiyatini umumlashtirish va aniqlash uchun qandaydir biror asosiy omil atrofida g'oyalarni yig'ish asosida aniq biror mazmunni keltirib chiqaradi.

Bilimlarni faollashtirishni tezlashtiradi, fikrlash jarayoniga mavzu bo'yicha yangi o'zaro bog'lanishli tasavvurlarni erkin va keng jalb qilishda yordam beradi.

Klasterni tuzish bo'yicha o'quv topshirig'iga yo'riqnoma

1. Katta qog'oz varag'i markazida kalit so'z yoki 1-2 so'zdan iborat mavzu nomini aylana ichiga yozing.

2. Kalit so'z bilan birlashdigan yon tomoniga kichkina hajmdagi aylana- "yo'ldoshcha" ichiga mavzu bilan aloqador so'z yoki so'z birikmasini yozing. Ularni chiziq bilan "bosh" so'zga bog'lang.

3. Ushbu "yo'ldoshcha"larda "kichik yo'ldoshlar" ham bo'lishi mumkin, ular ichiga yana so'z yoki iboralar yozib ajratilgan vaqt tugagunga qadar yoki g'oyalar tugamagunga qadar davom ettiriladi.

«**NIMA UCHUN?» SXEMASI** –muammoning dastlabki sababini aniqlash bo'yicha fikrlar zanjiri bo'lib,tizimli, ijodiy, tahliliy mushohada qilish ko'nikmalarini rivojlantiradi.

«Nima uchun?» sxemasini tuzish bo'yicha o'quv topshirig'iga yo'riqnoma

O'quv topshiriqda ko'rsatilgan muammosababini aniqlash uchun:

1) Muammoni yozing va strelka chizig'ini chiqarib «Nima uchun?» so'rog'ini yozing.

2) Savolga javob yozib nima uchun so'rog'ini takror yozib boravering. Bu jarayonni muammoning dastlabki sababi aniqlanmagunicha davom ettiring

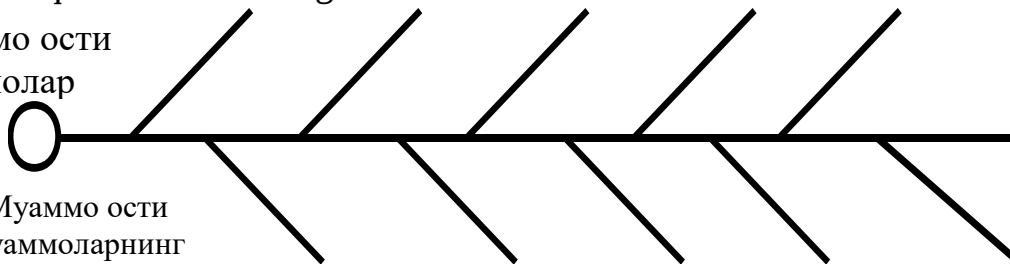
«**BALIQ SKELETI» CHIZMASI** – bir qator muammolarni tasvirlash va uni echish imkonini beradi. Tizimli fikrlash, tuzilmaga keltirish, tahlil qilish ko'nikmalarini rivojlantiradi.

“Baliq skeleti” sxemasini tuzish bo‘yicha o‘quv topshirig‘iga yo‘riqnoma

O‘quv topshiriqda ko‘rsatilgan muammo maydonini tavsiflash uchun:

1.«Baliq skeletini” chizing:

Муаммо ости
муаммолар



Муаммо ости
муаммоларнинг
мавжудлигини
тасдиқловчи далиллар

2. «Suyak»ning chap qismida (yoki yuqori suyakda) muammo osti muammoni yozing, o‘ng qismida (pastki suyakda) – muammo osti muammoni amalda mavjud ekanligini tasdiqlovchi dalillarni yozing.

«QANDAY?» IERARXIK DIAGRAMMASI - muammo to‘g‘risida umumiy tasavvurlarni olishga, uning echimini topish usul va vositalarini topishga imkon beruvchi mantiqiy savollar zanjiridan iborat.

Tizimli, ijodiy, tahliliy fikrlash ko‘nikmalarini rivojlantiradi.

«Qanday?» diagrammasini tuzish bo‘yicha o‘quv topshirig‘iga yo‘riqnoma

«Qanday?» diagrammasini tuzishdan avval, siz quyidagilarni bilishingiz kerak: ko‘p hollarda Sizga muammolar hal etishda «Nima qilish kerak?» haqida o‘ylashga hojat bo‘lmaydi. Muammo echimini topish uchun asosan «Buni qanday qilish kerak?» qabilida bo‘ladi. «Qanday?» - muammoni hal etishda asosiy savol hisoblanadi.

1. Doira chizing va uning ichiga echilishi lozim bo‘lgan muammoni yozing.

2. Ketma-ket ravishda «Qanday?» savolini qo‘ying va shu savolga javob bering. SHu tartibda savollarni ketma-ket berib boravering va javoblarni o‘ylab o‘tirmasdan, solishtirmasdan, baholamasdan, tez-tez yozishda davom eting.

Maslahat va tavsiyalar:

YAngi g‘oyalarni grafik ko‘rinishda qayd etishni o‘zingiz hal eting: daraxt yoki kaskad ko‘rinishida, yuqoridan pastga yoki chapdan o‘ngga. Eng muhimi esda tuting: nisbatan ko‘p miqdordagi foydali g‘oyalar va muammo echimlarini topishga imkon beradigan usul eng maqbul usul hisoblanadi.

Agarda siz muammoni echimini topish uchun to‘g‘ri savollar bersangiz va uning rivojlanish yo‘nalishini namoyon bo‘lishida ishonchni saqlasangiz, diagramma, siz har qanday muammoni amaliy jihatdan echimini topishingizni kafolatlaydi.

«NILUFAR GULI» CHIZMASI - muammoni hal etish vositasi. Oʻzida nilufar guli qiyofasini mujassam etgan. Uning asosini 9 ta katta kvadratlar tashkil etib, ularning har biri oʻz navbatida toʻqqizta kichik kvadratdan iborat.

Tizimli, ijodiy, tahliliy fikrlash qoʻnikmalarini shakllantiradi.

«Nilufar guli» sxemasini tuzish boʻyicha oʻquv topshirigʻiga yoʻriqnoma

Oʻquv topshiriqda koʻrsatilgan muammoni hal etish vositalarini topish uchun:

1) Oʻzida nilufar guli qiyofasini mujassam etgan sxemani chizing. Uning asosini 9 ta katta kvadratlar tashkil etib, ularning har biri oʻz navbatida toʻqqizta kichik kvadratdan iborat;

	B	
	D	
	G	

	Z	
B	Z	C
D	A	F
G	H	Y
	H	

	C	
	F	
	Y	

2) asosiy muammoni markaziy kvadratning markaziga yozing. Uni hal etish gʻoyalarini markaziy kvadrat atrofida joylashgan qolgan sakkizta kvadratlarga yozing;

MUSTAQIL TA'LIMG'A OID TOPSHIRIQLAR

MUSTAQIL TA'LIMGA OID TOPSHIRIQLAR

1. Korporativ boshqaruv jarayonlarini matematik modellashtirish
2. Korporativ boshqaruv jarayonlarini optimallashtirishning amaliy modellari
3. Korporativ boshqaruv jarayonlarini chiziqli modellashtirish
4. Korporativ boshqaruv jarayonlarini chiziqli modellashtirish masalalarini echishda EXCEL axborot texnologiyalaridan foydalanish
5. Korporativ boshqaruv jarayonlarni chiziqli modellashtirishning ikkiyoqlama nazariyasi
6. Korporativ boshqaruvda jarayonlarini bashoratlash
7. Korporativ boshqaruvda iqtisodiy statistik usullar va ekonometrik modellar
8. Korporativ boshqaruvning – boshqaruv qarorlarini optimallashtirish va modellashtirish
9. Korporativ tuzilmalar biznes – jarayonlari reinjiningi
10. Korporativ tuzilmalar biznes – jarayonlarining axborot ta'minoti
11. Korporativ tuzilmalar biznes – jarayonlarining ichki va tashqi muxiti
12. Korporativ tuzilmalarda jarayonli boshqaruv
13. Korporativ tuzilmalarning biznes – jarayonlari asosiy tushunchalari
14. Korporativ tuzilmalarning biznes – jarayonlari modellashtirish tamoyillari
15. Korporativ tuzilmalarning biznes – jarayonlari tahlili va sintezida qo'llaniladigan usullar
16. Korporativ tuzilmalarning biznes – jarayonlari tahlilida miqdoriy usullardan foydalanish
17. Korporativ tuzilmalarning biznes – jarayonlarini ekonometrik usullar asosida modellashtirish
18. Korporativ tuzilmalarning mikro va makro darajadagi biznes – jarayonlar
19. Korporativ tuzilmalarning nazariy modellari

GLOSSARIYLAR

GLOSSARIYLAR

Atamaning ingliz tilida nomlanishi	Atamaning rus tilida nomlanishi	Atamaning o'zbek tilida nomlanishi	Atamaning ma'nosi
Agent	Агент	Agent	shartnoma asosida “agentlik to'lovi” ga amal qilgan holda boshqa shaxsning topshirig'iga kura birinchi hisob raqamdan ikkinchi hisob raqamga pul o'tkazish operastiyalarini amalga oshiruvchi yuridik va jismoniy shaxsdir
Asymmetrical information	Ассиметрическая информация	Asimmetrik axborot	birinchi guruh etarli darajadagi axborotga ega bo'lishi, boshqa guruhning axborotlarga ega bo'lmaslik holati
Outsider	Аутсайдер	Austayder	korporastiya va uni boshqarishda qatnashmaydigan, “Mustaqil direktor” bo'lmagan, korporastiyaning ishchisi bo'lmagan lekin korporastiyaning akstiyasiga ega bo'lgan shaxs
Share capital	Акционерный капитал	Aksioner kapitali	akstiyadorlik jamiyatining akstiyalarini emissiya qilish yo'li bilan shakllantirgan kapitali. Akstiyadorlik jamiyatining muassislari- akstiyadorlik jamiyatini tuzish to'g'risidagi ta'sis shartnomasini imzolagan yuridik va jismoniy shaxslar
Dividend	Дивиденд	Dividend	bu foydaning soliqlar va majburiy to'lovlar to'langanidan, qayta investistiya amalga oshirilganidan so'ng akstiyadorlar jamiyati ixtiyorida qoladigan, akstiyadorlar o'rtasida taqsimlanishi kerak bo'lgan qismi
Insider	Инсайдер	Insayder	kompaniya faoliyati bilan bevosita bog'liq bo'lgan kompaniya haqida tijorat axborotiga ega bo'lgan kompaniya xodimi.

Investment	Инвестиции	Investistiyalar	pul mablag'lari sarflari bo'lib, tadbirkorlik va boshqa faoliyat turlari ob'ektlariga kiritiladigan foyda, yaratiladigan yoki ijtimoiy samara beradigan mulkiy yoki intellektual boyliklarning hamma turlaridir.
Investment activities	Инвестиционная деятельность	Investition faoliyat	foyda olish yoki boshqa foydali samara olish uchun investistiyalar qo'yish va amaliy faoliyatni tashkil qilishdir.
Annual report	Годовой отчет	Yillik hisobot	akstiyadorlarning yillik umumiy yig'ilishini o'tkazish jarayonida akstiyadorlik jamiyatlari xodimlariga va ushbu jamiyatning faoliyati bilan qiziquvchi shaxslarga taqdim etiladigan balans-zarar va foyda haqidagi hisobot, auditor va taftish komissiyasi xulosasi-jamiyat rahbariyatining kompaniya faoliyati bo'yicha, kompaniyani rivojlantirish va boshqarish haqidagi izohlari to'plami
Corporate Governance	Корпоративное управление	Korporativ boshqaruv	bu biznesning tashkiliy - huquqiy rasmiylashtirilishini, tashkiliy strukturalarning optimallashtirishini boshqarish, qabul qilingan maqsadlarga muvofiq kompaniyada ichki va tashqi firma munosabatlarini tashkil qilishdir
Corporation	Корпорация	Korporatsiya	(lotincha corporatio – birlashish) – bu umumiy maqsadlarga erishish, birgalikda faoliyat ko'rsatish uchun birlashgan va huquqning mustaqil sub'ektini – huquqiy shaxsni
Buisness process	Бизнес-процесс	Biznes-jarayon	– bu operatsiyalar tizimiga kiritilgan operatsiya bo'lib, uning maqsadi tizimga kiruvchi operatsiyalarga hamda boshqa tizimlarga tovarlar/xizmatlar ishlab chiqarish va yetkazib berish hisoblanadi.
Engineering	Инжиниринг	Biznes	– kompaniya tomonidan o'z

of business	бизнеса	injiniringi	maqsadlariga mos ravishda, biznesni loyihalashtirishda qo'llaniladigan usullar va yondashuvlar to'plamidir.
Reengineering	Реинжиниринг	Reinjiniring	– korxona faoliyatini yaxshilash uchun keskin, sakrash yo'li bilan ishbilarmon jarayonlarni qayta qurish, yoki qayta loyihalashtirishdir.
Information Technology	Информационные технологии	Axborot texnologiyalari	– biznes jarayonlarini amalga oshirishda ma'lumotlarni yig'ish, qayta ishlash, saqlash va uzatishning kompleks vositalari.
Function	Функция	Funksiya	– bu qisqartirilgan biznes-jarayoni bo'lib, u o'zining yetkazib beruvchi va iste'molchilariga, kirish va chiqishiga ega hamda o'z navbatida keyingi darajadagi funksiyalar bilan tushuntirib berilishi va ifodalanishi mumkin.
Process	Процесс	Jarayon	– “kirish”larni “chiqish”larga aylantiruvchi o'zaro bog'liq yoki o'zaro ta'sir qiluvchi faoliyat turlari to'plami (ISO 9000:2000 termini bo'yicha).
Process management	Процессное управление	Jarayonli boshqaruv	– korxonada mavjud biznes-jarayonlarni ma'lum ketma-ketlikda amalga oshirish tartibi.
Business model	Модель бизнеса	Biznes modeli	– korxonaning real mavjud yoki ko'zda tutilayotgan faoliyatni aks ettiruvchi, biznes-jarayonlarining formallashtirilgan (grafikda, jadvalda, matnda, belgilarda) ifodasidir.
Modeling of business processes	Моделирование бизнес-процессов	Korporativ boshqaruv jarayonlarini iqtisodiy matematik modellashtirish	– korxonaning pirovard maqsadlariga erishish uchun yangi biznes modelini tuzish jarayoni.
Basic Processes	Основные процессы	Asosiy jarayonlar	– qiymat qo'shadigan jarayonlardir (marketing, yetkazib berish, ishlab chiqarish va mahsulotga servis xizmat ko'rsatish).
Supporting processes	Обеспечивающие процессы	Ta'minlovchi jarayonlar	– bu pirovard maqsadi mahsulot ishlab chiqarish hisoblangan biznes-jarayonlarining o'zaro bog'liq to'plamidir.
Process	Процессное	Jarayonlarni	– biznes-jarayonlar tarkibini

simulation	моделирование	modellashtirish	hujjatlashtirish, tahlil qilish va ishlab chiqarish, jarayonlari bajarish uchun zarur resurslar bilan ta'minlashni o'zaro bog'lashdir.
Economic activity	Экономическая деятельность	Iqtisodiy faoliyat	– cheklangan iqtisodiy resurslardan unumli foydalanib, kishilarning yashashi, kamol topishi uchun zarur bo'lgan hayotiy vositalarni ishlab chiqarish va iste'molchilarga yetkazib berishga qaratilgan, bir-biri bilan bog'liqlikda amal qiladigan turli-tuman faoliyatlar majmui.
Production	Производство	Ishlab chiqarish	– kishilik jamiyatining mavjud bo'lishi va rivojlanishi uchun zarur bo'lgan hayotiy ne'matlarni yaratish jarayoni.
Economic resources	Экономические ресурсы	Iqtisodiy resurslar	– tovar ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish jarayonlarida foydalanish mumkin bo'lgan barcha vosita va imkoniyatlar majmui.
Stock	Акция	Aksiya	– qimmatbaho qog'oz, u hissadorlik jamiyatini rivojlantirishga mablag' sarflanganligi dalolati bo'lib, uning egasiga hissadorlik jamiyati foydasining bir qismini dividend tariqasida olish huquqini beradi.
Alternative costs	Альтернативные издержки	Alternativ xarajatlar	– resurslardan eng samarali foydalanishdan voz kechish natijasida yo'qotilgan imkoniyatlar bilan bog'liq xarajatlar. Yoki iqtisodiy tanlov natijasida eng yaxshi alternativ variantdan olinadigan foydadan voz kechishni aks ettiruvchi xarajatlar.
Principle alternative costs	Принцип альтернативных издержек	Alternativ xarajatlar tamoyili	– noyob resurslardan foydalanish yo'nalishlarining barchasidan olinadigan foyda va xarajatlar solishtiriladi va eng yuqori alternativ xarajatga ega bo'lgan variant tanlanadi.
Fixed capital	Основные фонды	Asosiy fondlar	– o'zining buyum shaklini o'zgartirmagan holda xo'jalik faoliyatida ko'p martalab foydalaniladigan mehnat vositalari.
Association	Ассоциация	Assotsiatsiya	– xo'jalik yurituvchi subyektlarning ixtiyoriy birlashmasi.
Business	Внешняя	Biznesning	– korxonaning faoliyat ko'rsatishiga

environment	среда бизнеса	tashqi muhiti	ta'sir etuvchi barcha shartlar va tashqi muhit omillari.
Market balance	Рыночное равновесие	Bozor muvozanati	– bozordagi talab va takliflarning miqdoran va tarkiban bir-biriga muvofiq kelishidir.
State ownership	Государственная собственность	Davlat mulki	– davlatga tegishli bo'lgan barcha mulklarning yig'indisi.
The income	Доход	Daromad	– tadbirkorlik yoki boshqa faoliyat natijasida pul yoki natura shaklida olinadigan mablag'lar.
Diversification	Диверсификация	Diversifikatsiya	– ishlab chiqarishni ko'pdan-ko'p, bir-biri bilan bog'lanmagan turlarini bir vaqtda rivojlantirish, ishlab chiqarilayotgan mahsulotlar turini kengaytirish.
The dividend	Дивиденд	Dividend	– hissadorlik jamiyati foydasining (soliqlar to'lanib, barcha qarz beruvchilar bilan hisob-kitob qilinganidan keyingi) hissadorlar o'rtasida ular qo'lidagi aksiyalarga mutanosib tarzda taqsimlanadigan qismi.
Manufacture	Производство	Ishlab chiqarish	– biznes korxonalarining asosiy faoliyat turi bo'lib, bu jarayon cheklangan resurslardan foydalangan holda amalga oshiriladi.
Production potentialities	Производственные возможности	Ishlab chiqarish imkoniyati	– berilgan texnologik rivojlanishda va barcha mavjud resurslardan to'liq va samarali foydalangan holda jamiyatning iqtisodiy ne'matlar ishlab chiqarish qobiliyati.
Production function	Производственная функция	Ishlab chiqarish funksiyasi	– sarflanadigan ishlab chiqarish omillari miqdori bilan, ushbu omillardan foydalangan holda maksimal ishlab chiqariladigan mahsulot o'rtasidagi bog'liqlikni ifodalovchi matematik bog'lanish.
Economic-mathematical methods	Экономико-математические методы	Iqtisodiy-matematik usullar	– kompleks iqtisodiy va matematik ilmiy fanlarning umumiy nomi bo'lib, ular yordamida iqtisodiy jarayonlarni o'rganish vositalari ishlab chiqiladi.
Classification	Классификация	Tasniflash	– jarayon va hodisalarni ma'lum bir belgilar va xususiyatlar bo'yicha ajratish.
The concept	Концепция	Konsepsiya	– ma'lum bir muammoni yoki vaziyatni hal etish hamda

			rivojlantirishga qaratilgan nuqtai nazarlar tizimi.
Conjuncture	Конъюнктура	Kon'yunktura	– bozor mexanizmi sharoitlarida rivojlanishning qonuniyatli shakllari davlat tomonidan tartibga solinishi va raqobatning, iste'molchilar, korporatsiyalar hamda davlat muassasalari va korxonalari tomonidan qaror qabul qilishdagi mutaqqillikning muvozanati bilan belgilanuvchi jarayonlar: muayyan iqtisodiy faoliyat omillari va shart-sharoitlari yig'indisi.
Mathematical modelling	Математическое моделирование	Matematik modellash	– o'rganilayotgan jarayonlarni matematik tenglamalar va tengsizliklar ko'rinishida ifodalash usulidir.
Materials	Материалы	Materiallar	– ishlab chiqarish jarayonida tayyor mahsulotga aylanadigan har qanday moddiy buyumlar.
Model	Модель	Model	– o'rganilayotgan jarayonni kichiklashtirilgan holda, grafik, rasm, maketlar ko'rinishida o'rganishga aytiladi.
Uniqueness of the blessings	Уникальность благ	Ne'matlar noyobligi	– biror tovar yoki resurs hajmining ma'lum vaqt oralig'ida chegaralanganligidir.
The law of decreasing return of resources	Закон убывающей отдачи ресурсов	Omillar mahsuldorligining kamayish qonuni	– biror bir ishlab chiqarish omilidan foydalanish oshib borganda (boshqa omillardan foydalanish o'zgarmaganda), shunday bir nuqtaga erishiladiki, ushbu nuqtadan boshlab qo'shimcha ishlatilgan omil ishlab chiqarish hajmini kamaytiradi.
Optimality principle	Принцип оптимальности	Optimallik tamoyili	– har bir faoliyatdan va resurslardan foydalanishda maksimal foyda olish
Optimality	Оптималлик	Optimallik	– mavjud taqchil resurslardan foydalanish bo'yicha eng samarali (qulay) variant.
Competition	Конкуренция	Raqobat	– bir xil mahsulot ishlab chiqaruvchi firma va korxonalarining iqtisodiy musobaqasi.
Analysis of regression	Регрессионный анализ	Regression tahlil	– ikki va undan ortiq omillar o'rtasida matematik bog'lanishlarni aniqlash usuli.
Regression	Регрессия	Regressiya	– bir necha nuqtalar bo'yicha egri

			chiziqni aniqlashdir.
System	Система	Tizim	– o‘zaro bog‘liq elementlar to‘plami.
Synthesis	Синтез	Sintez	– tizimda faoliyat qilayotgan elementlarni bir butunga birlashtirib o‘rganuvchi usul.
The analysis	Анализ	Tahlil	– o‘rganiladigan obyektlarni tashkil etuvchi elementlarga bo‘luvchi, ularning tizimdagi o‘rni va rolini tushuntirib beruvchi, shu bilan birga tizim tarkibini aniqlovchi usul.
Technology	Технология	Texnologiya	– tovarlar ishlab chiqarish va xizmatlar ko‘rsatish to‘g‘risidagi amaliy bilimlar.
System structure	Структура системы	Tizim tarkibi	– elementlar tarkibi va ularni birlashtirish usullari.
Total costs	Общие издержки	Umumiy xarajat	– qisqa muddatli oraliqda ma‘lum miqdorda mahsulot ishlab chiqarish uchun sarflangan o‘zgaras va o‘zgaruvchan xarajatlar yig‘indisi.
Firm	Фирма	Firma	– ishlab chiqarish resurslari egalarining qarorlarini va manfaatlarini muvofiqlashtiruvchi institutsional tuzilma.
Profit	Прибыль	Foyda	– umumiy daromaddan umumiy xarajatlarni chegirib tashlangan qismi.
Marginal income	Предельный доход	Chekli daromad	– qo‘shimcha bir birlik mahsulotni sotish natijasida umumiy daromadning o‘sgan qismi.
Marginal product	Предельный продукт	Chekli mahsulot	– o‘zgaruvchan resurslar kombinatsiyasini kichik miqdorda qo‘shimcha sarfi hisobidan umumiy mahsulotning o‘sgan qismi.
Marginal utility	Предельная полезность	Chekli naflik	– naflik funksiyasidan biror bir ne‘mat o‘zgaruvchisi bo‘yicha olingan xususiy hosila.
Marginal costs	Предельные издержки	Chekli xarajat	– ishlab chiqarish hajmini kichik miqdorga (odatda bir birlikka) oshirish bilan bog‘liq bo‘lgan qo‘shimcha umumiy xarajat.
Deviation	Отклонение	Chetlanish	– haqiqiy natija bilan kutiladigan natija o‘rtasidagi farq.
Elasticity	Эластичность	Elastiklik	– biror o‘zgaruvchining bir foizga o‘zgarishi natijasida boshqa bir o‘zgaruvchining ma‘lum foiz miqdorga o‘zgarishini ko‘rsatuvchi miqdor.

Exogenous variables	Экзогенные переменные	Ekzogen o'zgaruvchilar	– tashqi o'zgaruvchilar bo'lib, ular oldindan beriladi va modelga kiritiladi.
Endogenous variables	Эндогенные переменные	Endogen o'zgaruvchilar	– model ichida, hisob-kitoblar asosida shakllanuvchi o'zgaruvchilar.
The fixed costs	Фиксированные затраты	O'zgarimas xarajat	– qisqa muddatli oraliqda mahsulot ishlab chiqarish hajmiga bog'liq bo'lmagan xarajadir.
Variable costs	Переменные затраты	O'zgaruvchan xarajatlar	– mahsulot ishlab chiqarish hajmiga bog'liq bo'lgan xarajat, ya'ni mahsulot hajmi oshganda yoki kamayganda o'zgaradigan xarajat.
Average income	Средний доход	O'rtacha daromad	– sotilgan bir birlik mahsulotga to'g'ri keluvchi daromad yoki pul tushumi.
Average product	Средний продукт	O'rtacha mahsulot	– umumiy mahsulotni ushbu mahsulotni ishlab chiqarish uchun sarflangan o'zgaruvchan ishlab chiqarish omillari sarfiga nisbatiga aytiladi.

**TAVSIYA ETILADIGAN ELEKTRON
JURNALLAR VA INTERNET SAYTLAR**

TAVSIYA ETILADIGAN ELEKTRON JURNALLAR VA INTERNET SAYTLAR

Elektron jurnallar

1. Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar. Ilmiy-elektron jurnal.
www.iqtisodiyot.uz
2. Ekonomicheskoe obozrenie. www.cer.uz
3. Investopediya - <http://www.investopedia.com/>
4. Garvard biznes maktabi jurnali - Harvard Business Review articles on
CG<https://hbr.org/topic/corporate-governance>

Internet saytlar

<http://www.economist.com/topics/corporate-governance>
<http://www.efinancialnews.com/topic/corporate-governance>
<http://www.investopedia.com/>
<http://www.oecd-ilibrary.org/governance>
<https://hbr.org/topic/corporate-governance>
<https://www.frc.org.uk/>
<http://www.norma.uz/>
<http://lex.uz/>
<https://www.gov.uz/uz>
<http://uza.uz/oz/>
<http://www.cfin.ru/>
<http://economy.gov.ru/>
<http://www.nccg.ru/>

Urmonov N.T., Quvnoqov H.Q., Urinov B.N.

**KORPORATIV BOSHQARUV JARAYONLARINI IQTISODIY
MATEMATIK MODELLASHTIRISH**

Fani bo'yicha o'quv-uslubiy majmua

Ma'ruza mashg'uloti uchun

Toshkent: Iqtisodiyot, 2018 yil, 183 bet.