

ФУНДАМЕНТАЛ ТАДҚИҚОТЛАР ЖУРНАЛИ

ЖУРНАЛ ФУНДАМЕНТАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ | JOURNAL OF FUNDAMENTAL STUDIES

RASULOVA Dilfuza Valiyevna

*Iqtisod fanlari doktori, professor
Biznes va tadbirkorlik oliy maktabi
kafedra mudiri*

<https://doi.org/10.5281/zenodo.14002662>

BIZNES JARAYONLARINING TAVSIFI VA BIZNES MODEL SAMARADORLIGINI OSHIRISH MEXANIZMI

ANNOTATSIYA

Biznes modeli - bu kompaniyaning biznes jarayonlarini sxematik o'rganish: menejment, boshqaruv tizimi, mehnat qoidalari, mijozlar bilan aloqalar va monetizatsiya usullari. Shunga asoslanib, biznes modeli kompaniya yoki yakka tartibdagi tadbirkor qanday qilib pul topishini tahlil qilishga yordam beradi.

Biznesingizni boshlashdan oldin, biznes modelingiz ishlashi uchun zarur bo'lgan barcha tadbirlarni tushunishingiz kerak. Asosiy biznes jarayonlarini aniqlash uchun avvalo taklifingizning asosiy jihatini aniqlashingiz kerak. Siz xizmat ko'rsatish, mahsulot yetkazib berish yoki maslahat berish uchun javobgarmisiz? Iste'molchilarga qiymat taklifi va foyda formulasi mos ravishda iste'molchilar va kompaniya uchun qiymatni belgilaydi.

Asosiy resurslar va asosiy jarayonlar ushbu qiymat mijozlarga ham, kompaniyaga qanday yetkazilishini tavsiflaydi. Ushbu modelning kuchi, ko'rinadigan soddaligiga qaramay, uning qismlarining murakkab o'zaro bog'liqligidadir. To'rt elementning har qandayidagi global o'zgarishlar qolgan uchtagiga, shuningdek, butun biznes modeliga ta'sir qiladi.

Kalit so'zlar: iste'molchi segmentlari, qiymat takliflari, sotish kanallari, mijozlar bilan munosabatlar, daromad oqimlari, asosiy resurslar, asosiy faoliyat, asosiy hamkorlar, xarajatlar tarkibi.

ОПИСАНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ И МЕХАНИЗМ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ БИЗНЕС-МОДЕЛИ

АННОТАЦИЯ

Бизнес-модель — это схематическое исследование бизнес-процессов компании: управления, системы управления, трудовых норм, отношений с клиентами и методов монетизации. Исходя из этого, бизнес-модель помогает проанализировать, как компания или индивидуальный предприниматель зарабатывает деньги.

Прежде чем начать свой бизнес, вам необходимо понять все действия, необходимые для того, чтобы ваша бизнес-модель работала. Чтобы определить основные бизнес-процессы, вы должны сначала определить основной аспект вашего предложения. Вы несете ответственность за предоставление услуг, доставку продукции или консультации? Ценностное предложение для потребителей и формула прибыли определяют ценность для потребителей и компании соответственно.

Ключевые ресурсы и ключевые процессы описывают, как эта ценность доставляется как клиентам, так и компании. Сила этой модели, несмотря на ее кажущуюся простоту, заключается в сложной взаимосвязи ее частей. Глобальные изменения любого из четырех элементов влияют на остальные три, а также на всю бизнес-модель.

Ключевые слова: сегменты клиентов, ценностные предложения, каналы продаж, отношения с клиентами, потоки доходов, ключевые ресурсы, ключевые виды деятельности, ключевые партнеры, структура затрат.

DESCRIPTION OF BUSINESS PROCESSES AND MECHANISM FOR IMPROVING THE EFFICIENCY OF THE BUSINESS MODEL

ANNOTATION

A business model is a schematic study of a company's business processes: management, control systems, labor standards, customer relationships, and monetization methods. Based on this, a business model helps analyze how a company or individual entrepreneur makes money.

Before starting your business, you need to understand all the activities required to make your business model work. To determine the core business processes, you must first determine the core aspect of your offering. Are you responsible for providing services, delivering products, or consulting? The customer value proposition and profit formula define the value for customers and the company, respectively.

Key resources and key processes describe how this value is delivered to both customers and the company. The power of this model, despite its apparent simplicity, lies in the complex interrelationship of its parts. Global changes in any of the four elements affect the other three, as well as the entire business model.

Keywords: customer segments, value propositions, sales channels, customer relationships, revenue streams, key resources, key activities, key partners, cost structure.

Biznes modeli - bu kompaniya strategiyasini to'g'ri tanlash usuli. "Biznes modeli" tushunchasi nisbatan yaqinda zamonaviy iqtisodiy fan tomonidan ishlab chiqilgan (Osterwalder, 2004); lekin faol rivojlanishi munosabati bilan alohida ahamiyat kasb eta boshladi. Tarmoq muhitining ta'siri va aloqaning biznes jarayonlariga integratsiyasi tadqiqotchilardan ishlab chiqarish jarayonlari qanday ishlashi haqidagi bilimlarini sezilarli darajada qayta ko'rib chiqishni talab qildi.

Agar 2000-yillarning boshlariga qadar iqtisodchilarning biznesning "standart modellari" haqidagi g'oyalari "savdo", "transport" va "xizmatlar" modellari bilan chegaralangan bo'lsa, Osterwalder ta'kidlaganidek, 1996-1999 yillardagi internet-kompaniyalarning gullab-yashnashi tufayli qo'shimcha qiymat olish va biznes jarayonlarini tashkil etishning turli xil innovatsion variantlarini tushunishga qodir bo'lgan butun bilim sohasini yaratildi.

Modellar (2013) o'n yil vaqt davomida olimlar nafaqat kompaniyalar faoliyatini tahlil qilish uchun ushbu vositaning foydaliligini isbotlay oldilar, balki biznes modelini rasmiylashtirish va tuzilish uchun biznesning o'zi uchun vositalarni taklif qilishdi.

Tadbirkor biznes modelini oldindan o'ylab ko'rди va franchayzani sotishga qaror qildi. Tez orada uning tarmog'i mashhur bo'ldi va uning kafesiga ko'proq mijozlar tashrif buyurishni boshladi. Franchayzing biznes modelining bir turi hisoblanadi.

Bundan tashqari, tadbirkor kafeda qahvaxona ochdi va u yerda kofega obuna bo'lishni xohlovchilarga taklif etadi - har oy mijozlar yangi turdagi kofe olishadi, mahsulot haqidagi bilimlarini chuqurlashtirish imkoniyatiga ega bo'ladi va tez-tez kelishadi. **Obuna** biznes modelining yana bir turidir.

Biz sizga biznes modeli nima uchun kerakligini, u nimadan iborat va uni qanday qurish kerakligi haqida ma'lumot beramiz.

Biznes modeli biznesga qanday yordam berishi mumkin?

1-jadval

Biznes modelni biznes-reja bilan taqqoslash

	Biznes modeli	Biznes rejasi
Nima bu	Kompaniyaning biznes jarayonlarini sxematik o'rganish	Tadbirkor bozorni tahlil qiladigan batafsil hujjat
Bu nima bilan yordam berishi mumkin?	Kompaniya yoki yakka tartibdagi tadbirkor qanday qilib pul topishini tahlil qilishga yordam beradi	Kelajakdagi targ'ibot strategiyasini va yangi blokirovka kabi xavf-xatarlar uchun harakat rejasini ishlab chiqishga yordam beradi
Nima uchun kerak?	Investitsiyalarni jalb qilish va mijoz qanday harakat qilishini tushunish, biznes xarajatlarini minimallashtirish yoki foydasiz startapni tejash	Investitsiyalarni jalb qilish va loyiha qanday ko'rsatkichlar bo'yicha foydali bo'lishini, qachon to'lashini, qanday narxni belgilash kerakligini va qanday xarajatlarni hisobga olish kerakligini tushunish uchun
Qayerda yozish kerak	Business Model Canvas shablonini to'ldirishning eng keng tarqalgan usuli bu Google Doc yoki matn muharririda.	Excel elektron jadvalida yoki Google elektron jadvalida 12 oy uchun hisoblangan
Kompilyatsiya qilish uchun qanday qo'shimcha ma'lumotlar kerak	Faqat biznes haqida ma'lumot. Daromad va xarajatlar ko'rsatkichlari kerak emas - biznes modelida aniq moliyaviy hisob-kitoblar mavjud emas	Biznes haqida ma'lumotga qo'shimcha ravishda siz potentsial xarajatlar va daromadlar haqida hamma narsani bilib olishingiz kerak. Bu biznes-rejaning alohida qismini - moliyaviy modelni tuzish uchun foydali bo'ladi. U foyda va zarar to'g'risidagi hisobot, balans, pul oqimi to'g'risidagi hisobotni o'z ichiga oladi
Kim tuzadi	Tadbirkor o'zini o'zi yaratishi mumkin	Iqtisodiyot nazariyasini bilmasdan turib uni tuzish oson emas. Katta investitsiyalar bilan jiddiy loyiha uchun professionalni jalb qilish yaxshiroqdir

Biznesni boshlashda siz qancha pul bilan ochishingiz kerakligini, sizning muntazam xarajatlaringiz qanday bo'lishini va loyiha boshlanganidan keyingi dastlabki oylarda qancha pul ishlashingiz mumkinligini hisoblashingiz kerak. Biznes modeli kelajakdagi pul oqimlarining batafsil hisob-kitoblarini o'z ichiga olmaydi. U boshqa yo'llar bilan yordam beradi.

Mijoz hatti- harakatini o'rganing va xarajatlarni minimallashtiring.

Tadbirkor, agar u biznes modelini qursa, mahsulotni yaratish yoki sotish xarajatlarini qanday kamaytirishni tushuna oladi. Misol: mijozning mahsulot uchun to'lov usullarini tahlil qiling, unga QR-kod orqali to'lash qulay ekanligini tushuning va to'lovlarni tejash uchun QR kod yordamida to'lovlarni qabul qilishni yoqing.

QR kod yordamida to'lovlarni qabul qilish

“Men uchun biznes modeli fikrlash vositasidir”. Tadbirkor biznesning asosiy parametrlarini pannoga qo'yadi, keyin orqaga qarab turadi va nima sodir bo'lishiga qaraydi.

Agar sizga yoqmasa, uni qayta tiklashingiz kerak. Bu, albatta, biznesni qurish va shundan keyingina natijani tahlil qilishdan ko'ra tezroq va arzonroq bo'ladi.

Jarayonlarni qayta tiklang va foyda keltirmaydigan korxonalarni saqlang.

Menejment nazariyotchilari Oliver Gassman, Kerolin Frankenberger va Michaela Shick "Biznes modellari: 21-asrda kompaniyalar innovatsion mahsulot yoki xizmat ham raqobatchilarni ortda qoldirishi mumkin bo'lgan 55 ta eng yaxshi namuna" kitobida yozadilar. Sizga kerak bo'lgan narsa: yangi texnologiyalar paydo bo'lishidan so'ng, kompaniyaning biznes jarayonlarini ko'rib chiqing, ya'ni vaqti-vaqti bilan loyihangizning biznes modelini o'zgartiring.

"Biznes modellari: 55 ta eng yaxshi shablon"

Obuna xizmatiga aylanishdan oldin Netflix DVDlarni pochta orqali sotgan. Kompaniya o'z biznes modelini qayta qurdi, chunki Internet yanada qulayroq bo'lib, odamlar hayotida televizordan ko'ra ko'proq rol o'ynay boshladi. Agar Netflix disklarni pochta orqali jo'natishni davom ettirsa, u uzoq vaqtdan beri ishdan chiqqan bo'lardi.

Investitsiyalarni jalb qiling va investorlarni loyihaning ishonchligiga ishontiring.

Biznesning boshida iste'molchilar mahsulotga qanday munosabatda bo'lishini aytish qiyin, hatto batafsil biznes rejalar ham bunga yordam bera olmaydi. Loyihaga pul investitsiya qilish uchun investorlar:

Biznes tahlili nima va nima uchun uni loyiha boshida o'tkazish kerak?

- tushunchaning oddiy va mantiqiy tavsifini ko'ring;
- mahsulot talabga ega ekanligini tushunish, analoglari yo'q yoki ular raqobatchilardan qanday farq qilishlari aniq;
- biznes jarayonlari o'zaro qanday bog'liqligini bilib oling.

Biznes modeli bu savollarga javob beradi va investorlar loyihaga ishonishni boshlaydilar.

"Biznes modeli tadbirkorga biznes-rejani amalga oshirishdan oldin o'z fikrlarini shakllantirishga va yuzaga kelishi mumkin bo'lgan muammolarni ko'rishga yordam beradi".

Biznes modelini qanday qurish kerak.

Biznes modelining tuzilishi shuni anglatadiki, u uchta asosiy savolga javob berishi kerak:

1. Mahsulot yaratish yoki xizmat ko'rsatish uchun nima kerak. Masalan, nafaqat qahva loviyalari, balki xom ashyo ishlab chiqarish, qadoqlash dizayni, kontent yaratish va hokazo.
2. Ushbu mahsulot qanday targ'ib qilinadi, qancha pul talab qilinishi mumkin. Tadbirkor marketing, rag'batlantirish, reklama, PR va savdoni o'zi hisobga olishi kerak.
3. Qancha pul ishlash mumkin - mahsulot qanday qilib monetizatsiya qilinadi. Bu nafaqat mahsulotning asl narxiga, balki mijoz qanday to'lashi mumkinligiga bog'liq bo'lgan hamma narsani o'z ichiga oladi. Masalan, to'lov usullari va shartlari.

Ushbu uchta tarkibiy o'lchamga javob beradigan biznes modelini yaratish uchun Biznes modeli kanvas shablonidan foydalaning. U shveysariyalik tadbirkor Aleksandr Ostervalder va belgiyalik olim Iv Pignyor tomonidan ishlab chiqilgan. Biznes modeli shablon

Osterwalder-Pignet bo'yicha biznes modeli diagrammasi

Osterwalder-Pigneur biznes modeli tuzilmasida to'qqizta blok mavjud bo'lib, ularning har biri bir varaqda biznes kontseptsiyasini qisqacha tavsiflashga yordam beradi. Keling, har bir nuqtani tahlil qilaylik va tayga shirinliklarining onlayn do'koni uchun biznes modelini yarataylik.

Google sotib olmoqchi bo'lgan shirinliklarni qanday tayyorlash mumkin: Krasnoyarsklik tadbirkorning hikoyasi

Iste'molchi segmentlari.

Jadvalni to'ldirishni shu nuqtadan boshlash yaxshidir. Bu erda siz maqsadli auditoriya segmentlarini tavsiflashingiz kerak - bu mahsulot yoki xizmatga shubhasiz qiziqish bildiradigan odamlar. Tadbirkor o'z mijozlarini qanchalik yaxshi bilsa, mahsulot yoki xizmat tomoshabinlar uchun shunchalik o'ylangan va qimmatli bo'ladi.

Maqsadli auditoriyani qanday va nima uchun segmentatsiya qilish kerak.

Taiga shirinliklari, masalan, qarag'ay konuslaridan tayyorlangan murabbo va shokolad gastronomik sovg'alardir.

Ularning maqsadli auditoriyasi birinchi navbatda rus va xorijiy sayyohlardir. Ikkinchidan, tayga shirinliklari o‘z xodimlarini korporativ sovg‘alar bilan ajablantirmoqchi bo‘lgan kompaniyalar orasida mashhur bo‘ladi.

Qiymat takliflari.

Tadbirkor maqsadli auditoriyasiga nima kerakligini tushunishi kerak. Maqsadli auditoriya o‘z mahsuloti yoki xizmati yordamida qanday muammoni hal qiladi? Va uning mahsuloti yoki xizmati raqobatchilarnikidan qanday farq qiladi.

Qanday qilib tanish mahsulotni qimmatroq qilish kerak.

Taiga shirinliklari onlayn-do‘konining maqsadi odamlarga sovg‘a uchun g‘ayrioddiy narsalarni topishga va yangi tajriba orttirishga yordam berishdir. Shunga ko‘ra, bu gastronomik sovg‘alar nimadan va qanday qilinganligi qiymati bo‘ladi. Misol uchun, qarag‘ay konusining murabbosi.

Yetkazib berish kanallari.

Biznes mijozlar bilan qanday munosabatda bo‘ladi va qaysi kanallar orqali sotish kerak. Qiymat taklifi qanday uzatiladi? U qanday yetkazib beriladi? Sotishdan keyin sizga o‘zini eslatadimi va agar shunday bo‘lsa, qanday qilib?

Onlayn do‘konni qanday ochish kerak

Taiga shirinliklari do‘koni uchun asosiy etkazib berish kanali veb-sayt bo‘ladi va mahsulot ishonchli logistika kompaniyalari yordamida etkazib beriladi.

Mijozlar bilan munosabatlar.

Tadbirkor mijozlarni qanday jalb qilish va ushlab turishni hal qilishi kerak. U ular bilan qanday muloqot qiladi, qo‘llab-quvvatlash xizmati kerakmi yoki veb-saytdagi ko‘rsatmalar etarlimi?

Chatbotlar: ular biznes uchun qanchalik foydali va ularni qanday ishga tushirish kerak

Taiga shirinliklari do‘koni rahbari tomoshabinlar bilan ijtimoiy tarmoqlar orqali va bevosita mijozlar bilan - veb-saytdagi shaxsiy kabinet orqali muloqot qilishga qaror qildi. Men korporativ mijozlar uchun shaxsiy menejerlarni yollashga qaror qildim.

2-jadval

Asosiy manbalar. Resurslar jismoniy, intellektual, insoniy va moliyaviy

Resurslar	Misollar
Jismoniy	Binolar, savdo nuqtalari, transport vositalari
Aqli	Savdo belgisi, logotipi, nomi yoki brend shiori - Coca-Cola kabi. Dasturiy ta‘minot - Microsoft kabi
Inson	Muayyan sohada yuqori malakali xodimlar jamoasi, tadqiqot guruhlar
Moliyaviy	Boshlang‘ich kapital yoki bank kreditlari ko‘rinishidagi moliyaviy kafolatlar

Daromad manbalari.

Ularning bir nechitasi bo‘lishi mumkin, ularning barchasini ko‘rsatishingiz kerak. Siz nafaqat tovar yoki xizmatlarni sotish, balki obuna yoki reklama savdosi, ijara yoki vositachilik to‘lovlari orqali ham pul ishlashingiz mumkin.

Mahsulotni sotishdan tashqari, tayga shirinliklari do‘koni rahbari mijozlar uchun foydali va doimiy daromad keltiradigan murabbo bilan choy to‘plamlariga obunani joriy etishga qaror qildi.

Tadbirkor biznes faoliyati uchun zarur bo‘lgan hamma narsani ko‘rsatadi: mahsulotni ishlab chiqarishga, etkazib berishga, sotishga, sotilgandan keyin xaridor bilan muloqot qilishga nima yordam beradi.

Taiga shirinliklari do‘konining menejeriga juda ko‘p inson resurslari kerak bo‘ladi: o‘tlar va qarag‘ay konuslarini yig‘ib, murabbo va shokolad ishlab chiqaradiganlardan tortib, xaridorlarga mahsulot haqida aytib beradigan va sotadiganlargacha.

Asosiy faoliyat.

Tadbirkor mahsulot ishlab chiqarish, mijozlar muammolarini hal qilish, biznesni saqlash va rivojlantirishga yordam beradigan asosiy jarayonlarni tavsiflaydi.

Nima uchun mijozlarga xizmat ko'rsatish biznes uchun muhim va uni qanday yaxshilash kerak.

Ishlab chiqarish, marketing va mijozlarga xizmat ko'rsatishdan tashqari, sizga taniqli qadoqlash kerak bo'ladi, ular yordamida siz dizayn tanlovida, masalan, Norvegiyada g'alaba qozonishingiz mumkin.

Asosiy hamkorlar.

Biznesni boshlashga kim yordam beradi va nima uchun. Tadbirkor barcha hamkorlar va etkazib beruvchilarni, shuningdek, ular bilan hamkorlik qilishning afzalliklarini sanab o'tishi kerak.

Taiga shirinliklari do'koni uchun o'z murabbosini tayyorlaydigan va sog'lom choylar uchun o'tlarni to'playdigan ishlab chiqarish sheriklariga ega bo'lish muhimdir. Shuningdek, sizga Rossiya va butun dunyo bo'ylab tovarlarni jo'natish uchun ishonchli logistika hamkori kerak bo'ladi.

Xarajatlar tuzilishi.

Ushbu blok oxirgi bo'lib to'ldiriladi, chunki avvalgilari birgalikda biznes, uni saqlash va rivojlantirish uchun qancha resurslar kerakligini taxmin qilishga yordam beradi.

Taiga shirinliklari onlayn-do'konining asosiy xarajatlari ishlab chiqarish, xodimlarning ish haqi, marketing va logistikaga ketadi.

Ostervalderga ko'ra tugallangan biznes modeliga misol - tayga shirinliklarining onlayn-do'koni uchun Pignet

Biznes modellarining qanday turlari mavjud?

Siz mutlaqo yangi biznes modelini o'ylab topishingiz shart emas, lekin mavjudidan foydalaning va uni o'zingizga moslashtiring. Misol uchun, bitta xoldingdagi kafelar bitta biznes modeli bo'yicha ishlaydi, ammo ularning har biri o'z rivojlanish strategiyasiga va o'ziga xos maqsadli auditoriyaga ega.

"Ideal biznes modeli yo'q. Uning tanlovi bozordagi vaziyatga, siz joylashgan geografiyaga, egasiga, u nimani yoqtirishiga bog'liq. Agar biznesda biror narsa ishlamasa, uni boshqa biznes modeli ostida ko'rib chiqing. Franchayzing ish bermadi, boshqa biznes modelini sinab ko'ring, masalan, obuna.

Ozon xaridorlarni tavsiyanoma dasturida ro'yxatdan o'tishga va do'stlarini mukofot uchun bozorda savdo qilishga taklif qiladi

Franchayzing.

Ayniqsa, ovqatlanish sohasida keng tarqalgan. U boshqa shaharlar va mamlakatlarga kalit topshirilgan biznesni sotishni o'z ichiga oladi: franchayzing yaratuvchisi o'rnatilgan biznes jarayonlarini, ishlab chiqilgan va muvaffaqiyatli sinovdan o'tgan biznes modelini va boshqa tadbirkorlarga brenddan foydalanish huquqini sotadi.

Franchayzing qancha turadi?

Fyodor Ovchinnikov 10 yildan so'ng 14 mamlakatda mavjud bo'lgan xalqaro tarmoqqa aylangan "Dodo Pizza" pitssariyasini ochdi. Franchayzi va Dodo IS ilovasi, ular orqali siz buyurtmalarni qabul qilishingiz va mijozlarni hisoblashingiz mumkin, Dodo Pizza miqyosini kengaytirishga yordam berdi.

Fedor Ovchinnikovning hikoyasi**Obuna.**

Ushbu model, ayniqsa, ilovalar va oqim xizmatlarida mashhur. Mijozlar xizmatdan foydalanish uchun oylik to'lovni to'laydilar va istalgan vaqtda uni bekor qilishlari mumkin, ya'ni ular kontent olishni to'xtatishlari mumkin.

Ushbu model ko'pincha Kinopoisk kabi yirik xizmatlar tomonidan emas, balki kontent yaratadigan va undan pul ishlab chiqaradigan kichik kompaniyalar, yakka tartibdagi tadbirkorlar va yakka tartibdagi tadbirkorlar tomonidan ham qo'llaniladi.

Misol uchun, podkast yaratuvchilari o‘z o‘quvchilariga Boosty kabi sayt orqali obuna bo‘lish uchun qo‘shimcha tarkibga kirish huquqini berishlari mumkin.

Obuna klubi: bu nima va uni qanday boshlash kerak

Lizing.

Shartli ijara, faqat mijoz mahsulotni oladigan davr uchun. Ushbu biznes modeli ko‘pincha yangi tadbirkor sotib ololmaydigan qimmatbaho uskunalar uchun ishlatiladi. Ammo u uni bir necha yilga ijaraga olishi mumkin va agar xohlasa, foydalanish muddati tugagach, uni qaytarib sotib olishi mumkin.

Lizingning qanday turlari mavjud?

Kichik biznes subyektlari davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlanayotgani tufayli imtiyozli lizingga murojaat qilishlari mumkin.

Uskunalarni imtiyozli lizingga berish

Bozor. Sotuvchilar va xaridorlarni bog‘laydigan bozor. Ushbu model orqali siz turli yo‘llar bilan pul ishlashingiz mumkin, masalan, tranzaksiya bo‘yicha komissiya olish yoki reklama maydonini sotish.

Bozorda sotishni qanday boshlash kerak: rus platformalarini ko‘rib chiqish

Xulosa

1. Biznes modeli - bu kompaniyaning biznes jarayonlarining o‘zaro ta‘sirining qisqacha tahlili va tavsifi. Bu biznes-rejadan bozorni batafsil tahlil qilish va barcha xarajatlar va mumkin bo‘lgan daromadlarni hisoblashning hojati yo‘qligi bilan farq qiladi.

2. Biznes modeli mahsulot yoki xizmatni yaratish uchun qancha resurslar kerak bo‘lishini, mahsulot yoki xizmatni qanday sotish va ilgari surish mumkinligini va narxlash nimadan iboratligini sxematik tushunishga yordam beradi. Va asosiysi, siz mahsulotning o‘zi narxidan ko‘proq pul topishingiz mumkinmi?

3. Ko‘pincha startaplar investor topish uchun biznes modelini yaratadilar. Shuningdek, u so‘nib borayotgan korxonalariga mijozlar bilan muloqot qilishning yangi, yanada muvaffaqiyatli usullarini topishga yordam beradi.

4. Siz asos qilib olishingiz va ehtiyojlaringizga moslasha oladigan ko‘plab standart biznes modellari mavjud. Biznes modelini yaratish uchun Osterwalder-Pigneur modelidan foydalanish tavsiya etiladi, bu esa ma‘lumotni bitta to‘plamga joylashtirishga imkon beradi va siz ushbu biznes modelini qabul qila olasizmi yoki boshqa biror narsa o‘ylab topasizmi yoki yo‘qligini tushunishga imkon beradi.

REFERENCES. IQTIBOSLAR. СНОСКИ.

1. Международная экономика. Учебник. 5-е международное издание. П.Р.Кругман, М.Обстфельд. СПб: Питер, 2003 -832 с.
2. Международный менеджмент. Пивоваров С.Э. и др. СПб: Питер, 2000 - 256 с.
3. Шарифхужаев М., Абдуллаев Ё. Менежмент: 100 савол ва жавоб. Т.: Мехнат, 2000 – 552 б.
4. Экономика зарубежных стран. Учебник. Погорлецкий А.И. СПб: Изд-во Михайлова В.А., 2000 – 492 с.
5. Инфраструктура регионов мира. Учебник. СПб: Изд-во Михайлова В.А., 2000 – 347 с.
6. Контуры инновационного развития мировой экономики. Под ред. А.А.Донкина. М.: Наука. -2020-143 с.
7. Менеджмент организации: современные технологии. Под ред. Проф. Н.Г.Кузнецова. Учебник. Ростов на –Дону.: Феникс 2022 – 480 с.
8. Халқаро молия муносабатлари. Дарслик. А.Вахобов, Н.Жумаев, У.Бурханов. Т.: шарк, 2023 – 400б.
9. Введение в теорию международных отношений. Учебник. Отв. ред. А.С.Манюкин. М.: 2001-320с.
10. Внешнеэкономическая деятельность. Учебник. Под ред. Б.М. Смитиенко, В.К.Поспелова, М.: -2002 – 304 с.
11. Поведение потребителей. Р.Д.Блэкуэлл, П.У.Миниард, Д.Ф.Энджел. СПб.: Питер, 2002 – 644с.