

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ АХБОРОТ
ТЕХНОЛОГИЯЛАРИ ВА КОММУНИКАЦИЯЛАРИНИ
РИВОЖЛАНТИРИШ ВАЗИРЛИГИ**

**ТОШКЕНТ АХБОРОТ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИ
УНИВЕРСИТЕТИ**

УРГАНЧ ФИЛИАЛИ

КОМПЮТЕР ИНЖИНИРИНГИ ФАКУЛТЕТИ

912-15 ГУРУХ ТАЛАБАСИ САЪДУЛЛАЕВ ЖАВЛОННИНГ

БИЗНЕС БОШКАРУВ АСОСЛАРИ ФАНИДАН

РЕФЕРАТ

**МАВЗУ : КОРХОНА ФАОЛИЯТИДА БИЗНЕС-
РЕЖАЛАШТИРИШ**

ТОПШИРДИ :

САЪДУЛЛАЕВ ЖАВЛОН

ТЕКШИРДИ :

МАТКАРИМОВА ИНТИЗОР

УРГАНЧ 2017

КОРХОНА ФАОЛИЯТИДА БИЗНЕС- РЕЖАЛАШТИРИШ

Режа:

1. Корхона ва унинг ишлаб чиқариш фаолияти режалаштиришнинг

объекти сифатида

2. Бозор шароитларида корхона фаолиятини тартибга солиш ва режалаштириш

3. Бизнеснинг ахборот асослари

1 Корхона ва унинг ишлаб чиқариш фаолияти режалаштиришнинг объекти сифатида

Режалаштириш бозор билан умуман мос келмайди, деб ҳисоблаган бозор муносабатлари тарафдорлари ҳам бугунги кунда ўзларининг аввалги фикрларида қаттиқ турмаяптилар. Вақт ва ҳаётнинг ўзи, хусусан, кўплаб хорижий компания, фирма ва корхоналар тажрибалари режалаштириш ва башорат қилишнинг муҳим аҳамият касб этишини тасдиқлайдилар. Масалан, Россияда ислохотлар бошида қабул қилинган «тадбиркорлар Россияни қутқарадилар» шиори гарчи нафақат Россия, балки барча собиқ иттифоқ мамлакатларининг барчасида ҳам бизнес ва тадбиркорлик соҳаси иқтисодиётнинг устивор йўналишига айланган бўлсада, юмшоқ қилиб айтганда ўз тасдиғини. Гап шундаки корхона бу нафақат бозор субъектидир, у шу билан бир пайтда давлат тизимининг элементи ҳам ҳисобланади. У давлат бошқарув тизими ва сиёсатидан тўлиқ мустақил бўла олмайди. Иқтисодиёти марказлашган мамлакатларда бозор муносабатларини эркинлаштириш йўналишида амалга оширилган ислохотлар ишлаб чиқариш жараёнини четлаб ўтиб, шу билан бир пайтда мулкчилик шаклидан қатъий назар корхоналарда меҳнат мотивацияси ва режалаштириш тизимини сезиларли равишда ўзгартириб юборди. Ушбу нозик жиҳатларни бир четга қўйиб турамиз, чунки ҳозир бошқа пайт, бошқа ҳўжалик тизими. Менежмент соҳаси мутахассисларининг таъкидлашича,

бутун режалаштириш ва бошқарув тизими ходимларнинг иш сифати ва самарадорлигини оширишдан манфаатдорлигига йўналтирилиши лозим бўлиб, бу фирма ривожланишининг муҳим шarti ҳисобланади. Бироқ бу худди бошқа муваффақитлар каби ўзидан-ўзи келмайди. Бунинг учун ресурслар асосларидан ташқари моҳир ташкилотчилик, илмий асосланган режалаштириш ва бошқарув талаб қилинади. Айниқса кишиларнинг ишлаб чиқариш меҳнатидан моддий манфаатдорлиги муҳим аҳамият касб этиб, бугунги кунда бу меҳнат ҳаёти сифати деб номланади.

Масалан, Жанубий Кореянинг «ДЭУ» трансмиллий фирмаси раҳбари Ким У Жунг таъкидлашича: «бизнесда одам бошқа ҳеч қаерда бўлмаган аҳамиятга эга. Инсон–ҳамма нарсадан юқори. У буюк кучдир. Шу сабабли компаниялар тобора кўпроқ кадрлар билан юғлиқ масалаларга эътибор қаратмоқдалар. Чунки умуман олганда одамлар ишлайдилар. Фирманинг гуллаб-яшнаши ёки инкирозга учраши уларга боғлиқ». Шу сабабли бўлса керак, Япония фирмаси «Мацусита» қуйидаги шиорни танлаб олган: «нарсаларни яратишдан аввал «Мацусита» кадрларни яратади» Амалиётнинг кўрсатишича, ишлаб чиқариш фаолиятини режалаштиришда ҳар бир корхона ўзининг бугунги кундаги ва келажак учун стратегиясини белгилаб олади. Шу сабабли режалаштириш корхонани ривожлантириш стратегиясидан ажралмас бўлиб, буни қуйидаги схема ёрдамида акс эттириш мумкин. Стратегик режалаштириш жараёни Режалар шундай тузилиши керакки, улар узоқ вақт давомида бузилмаслиги, шу билан бир пайтда зарур ҳолларда йўналишни ўзгартиришга мослашган бўлиши лозим. Амалда режалаштириш жараёнида иккита муҳим саволга жавоб топиш зарур:

- 1) корхона учун бозордаги вазият билан боғлиқ жорий вазифаларни бажаришда тўсиқлар яратмайдиган стратегик мақсадни қандай танлаш;
- 2) стратегик мақсадларга таянган ҳолда энг мураккаб ва кутилмаган ҳодиса ва ташқи тенденцияларга муносиб ва самарали жавоб қайтариши учун моддий, молиявий ва кадрлар ресурсларини қандай шакллантириш лозим.

Аввалги буйруқбозлик тизимидагидан фарқли ўлароқ кўплаб корхоналарда, айниқса, кичик ва ўрта корхоналарда режалар мустақил равишда ишлаб чиқилади ва Ким У Джунг. Этот великий мир бизнеса. М., «Руслит», 1992, с. 106. Якокка Ли. Карьера

менеджера. М., «Прогресс», 1990, с.17. Бироқ корхонанинг ишлаб чиқариш фаолиятини режалаштириш худи аввалдаги каби кўрсаткичлар тизими ёрдамида амалга оширилиб, бу кўрсаткичлар сифат ва миқдор, ҳажм ва солиштирма турларга тақсимланади. Миқдор кўрсаткичлари– абсолют кўрсаткичлар бўлиб, бу қаторга ялпи ва товар маҳсулотлар ҳажми, сотув ҳажми, ходимлар сони, иш ҳақи фонди, фойда ёк и даромад миқдори, ишлаб чиқариш ресурсларининг сарфланишини киритиш мумкин. Сифат кўрсаткичлари нисбий катталик ҳисобланади. Улар ишлаб чиқаришнинг иқтисодий самарадорлигини, унинг айрим омилларини акс эттиради. Бу меҳнат маҳсулдорлигининг ўсиши, маҳсулот таннархининг пасайиши ва ҳоказолардир. Бу қаторга шунингдек, ўзаро миқдор кўрсаткичларини ифодаловчи кўрсаткичлар, масалан, ишлаб чиқариш рентабеллиги, фонд сифими, маҳсулот сифати ва бошқаларни ҳам киритиш мумкин. Ҳажм кўрсаткичлари ишлаб чиқаришнинг, унинг айрим жараёнлари ва унда иштирок этувчи омилларнинг абсолют катталигини белгилайди. Бу қаторга масалан, ялпи, товар ва сотилган маҳсулот ҳажми, меҳнат харажатлари ҳажми, олинган фойданинг умумий ҳажми ва бошқалар киритилади. Солиштирма кўрсаткичлар икки ёки ундан ортиқ ўзаро боғлиқ кўрсаткичлар ва маҳсулот бирлиги харажатлари салмоғининг нисбатларини тавсифлайди. Масалан, маҳсулот бирлигига металл, электр энергияси, ёқилғи сарфланиши, ишлаб чиқариш қуввати бирлигига капитал қўйилмалар, жами тўловлар ҳажмида мукофотларнинг салмоғи ва ҳоказолар. Ушбу барча кўрсаткичлар ўртасида ўзаро алоқалар мавжуд. Бу кўрсаткичлар режалаштириш жараёнида ҳам, корхонанинг хўжалик фаолиятини таҳлил қилишда ҳам қўлланади.

3.2. Бозор шароитларида корхона фаолиятини тартибга солиш ва режалаштириш Бозор муносабатлари шароитларида ҳар бир корхона ишлаб чиқаришнинг тўхтовсиз ўсиши, маҳсулот сифатининг оширилиши ва унинг ўз вақтида сотилиши, шунингдек, режалаштирилган фойда ва даромадни ўз вақтида олиш асосида ўзининг гуллаб-яшнашини таъминлашга интилади. Шу сабабли корхона фаолияти кўп мақсадли ва динамик характерга эга бўлади. Биринчидан, фан-техника тараққиётига йўналтирилган, иккинчидан, ишлаб чиқариш

кувватлари ва ресурслардан самарали фойдаланишга эришувчи, учинчидан эса, бозор конъюнктурасига ўз вақтида ва тезкорлик билан жавоб бериши мумкин бўлган корхона рифожланади ва гуллаб-яшнайти. Корхона фаолиятини режалаштириш вазифалари қайсидир маънода маълум бўлгани сабабли уни режалаштириш ва ишлаб чиқаришни ташкил этиш жараёнида тартибга солиш замонавий фан томонидан нисбатан кам тадқиқ этилган ва умумлаштирилган. Бу ерда амалиёт назариядан анча илгарилаб кетган. Шундай бўлсада, корхона фаолиятининг олдиндан белгилаб қўйилган кўрсаткичларини тартибга солишга тўғри келади. Бу истеъмолчилик талабининг ўзгаришидан ташқари, корхона ҳаётида ва иқтисодий муҳитда рўй бераётган янги вазиятлар, хом-ашё ва материаллар таъминотчилари билан алоқалар, сиёсий вазият ва ҳоказоларга боғлиқ бўлади. Гап шундаки, бугун ишлаб чиқарилаётган нарса эртага ёки индинга керак бўлмай қолиши мумкин. Шу сабабли режалаштириш нафақат бугунги, балки эртанги кунга ҳам йўналтирилган бўлиши лозим. Ҳеч қайси корхона ўз фаолиятида истиқболни кўздан қочира олмайди. Бу бозор шароитларида корхона барқарорлигининг асосий қондасидир. Барча ходимлар, айниқса, корхона раҳбарияти шуни аниқ билиши керакки, бугунги кунда осон бажарилаётган ҳар қандай иш 3-5 йилдан сўнг қийинлашиши ёки умуман имкони бўлмай қолиши мумкин. Демак, олдиндан белгилаб қўйилган режа(башорат) кўрсаткичларини тартибга солиш – корхона фаолияти ва ишлаб чиқаришни башорат қилиш ва режалаштиришнинг узвий бир қисми ҳисобланиши мумкин. Тартибга солиш бу ҳодиса ва жараёнларни йўлга қўйиш, бир тартибга келтириш жараёнидир. Шунингдек у механизмалар ва уларнинг қисмларини улар нормал ва самарали ишлайдиган ҳолатга келтиришни ҳам англатади. Режалаштиришга нисбатан бу ерда гап шу ҳақда борадики, олдиндан ишлаб чиқилган режа ва дастурларни ўзгариб турувчи шароитларга мослаштириш, улар режали иқтисодиётда бўлгани каби ҳар қандай баҳо эвазига бажарилмасдан, бозор талабларига мос келиши ҳамда корхона мақсадларига эришиш, ишлаб чиқаришнинг даромадли ва фойдали бўлишига хизмат қилиши лозим. Ҳар ҳолда замонавий бизнес ва тадбиркорлик айнан шу тамойилларга асосан фаолият кўрсатади. Режада белгилаб қўйилган, кечаги кун ишлаб чиқилган ва бугунда ўз

аҳамиятини йўқотган маҳсулот ишлаб чиқариш, иш бажариш ва хизмат кўрсатиш мумкин эмас. Гап шундаки, корхона фаолиятининг олдиндан белгилаб қўйилган кўрсаткичларини тартибга солиш малакасиз режалаштиришнинг сабаби ва натижаси бўлиб, ишлаб чиқаришни ташкил қилиш ва режалаштириш жараёнларида турли хато ва камчиликлар натижасида юзага келади. Шу сабабли айрим корхоналарнинг, айниқса,

бизнес ва тадбиркорлик соҳасида ҳаётийлик даври юқори бўлмайди, улар зара келтирадиган корхоналарга айланадилар ва ҳатто банкротга ҳам учрайдилар. Амалиётнинг кўрсатишича, асосланган режалаштириш одатда объектив зарурат талаб қилган ҳоллардан ташқари келгусида тартибга солишни талаб қилмайди. Корхона жорий фаолиятини тартибга солишдан мақсад қуйидагилардан иборат:

- ◆ барқарор ишлашни таъминлаш;
- ◆ минимал харажатлар билан максимал натижаларга эришиш;
- ◆ сиқарилаётган маҳсулотнинг сифат кўрсаткичларини яхшилаш;
- ◆ ишлаб чиқариш рентабеллигини ошириш ва харажатларни камайтириш.

Бугунги кунда, иқтисодиётнинг нодавлат секторини ривожлантиришга ката эътибор қаратилаётган бир пайтда бизнес ва тадбиркорлик соҳаси устивор аҳамият касб этиб, корхоналарнинг иқтисодий фаолиятда эркинлиги кучаймоқда, режалаштириш ва тартибга солиш жараёнларини ҳес ким чеклаб қўймапти. Ҳозирда корхоналарга юқоридан буйруқ ва кўрсатмалар асосида топшириқларни белгилаб берувчи вазирлик ва маҳкамалар конгломерати йўқ. Корхоналарнинг катта қисми ишлаб чиқаришнинг бориши ва натижаларини ўзлари режалаштиради ва тартибга солади. Шу билан бир пайтда юқорида айтиб ўтилган мустақиллик ва иқтисодий ҳатти-ҳаракатлар эркинлиги корхоналар фаолиятининг давлат томонидан тартибга солинишини инкор қилмайди. Масалан, АҚШ, Япония ва бошқа баъзи мамлакатларда ҳукумат органлари асосан йирик корпорациялар билан биргаликда ишлайди. Бунда улар қуйидагиларни аниқлайди:

- 1) зарур инвестициялар ҳажми ва таркиби;
- 2) техника даражаси, шунингдек, энг муҳим маҳсулот турларининг ҳажми ва пропорцияси;

3) ойлик иш ҳақи даражаси ва корхона фаолиятининг бошқа айрим турлари.

Белгиланган умуммиллий вазифалар иқтисодий тартибга солиш воситалари солиқлар, кредитлар, субсидиялар ва квоталар ёрдамида бажарилади. Шу сабабли давлат бозор механизмига аралашмаслиги лозим ва бозор тўлалигича ўзини-ўзи тартибга солувчи, иқтисодиётнинг бир текисда пропорционал ривожланишини қўллаб-қувватлашга қодир тизим деб ҳисобловчилар унчалик ҳақ бўлиб чиқмайдилар. Давлат ўта эҳтиёткорлик билан бозор механизмига аралашуви, унинг камчиликларини тўғирлаши, рақобатнинг яккаҳоқимликка айланишининг олдини олиши, бизнес ва тадбиркорликнинг ҳуқуқий асосларини такомиллаштириши, нарх дискриминацияси ва бошқа салбий тенденцияларга қаршилик кўрсатиши лозим. Қуйидагилар давлат томонидан тартибга солишнинг асосий йўналишлари ҳисобланади:

- ◆ маъмурий-ҳуқуқий тартибга солиш;
- ◆ иқтисодиёт ва бизнес учун ҳуқуқий асосларни яратиш;
- ◆ қонунларга риоя қилинишини таъминлаш;
- ◆ жамият ҳаётининг энг мушим соҳаларини бошқариш;
- ◆ давлат дастурлари ва буюртмалари;
- ◆ молия ва солиқ сиёсати;
- ◆ ижтимоий сиёсат.

Ўзбекистон Республикаси ҳукумати давлатнинг тартибга солиш функциясини жаҳон хўжалик амалиётида маълум бўлган ва текшириб кўрилган иқтисодий тартибга солиш воситалари ёрдамида амалга оширади. Масалан, солиқ сиёсати давлат ва маҳаллий бюджетларни ақллантиришнинг фискал функцияларини бажаришдан ташқари ишлаб чиқариш тузилмаси, динамикаси ва жойлашувига иқтисодий таъсир кўрсатиш механизми вазифасини ҳам бажаради. Имтиёзли солиққа тортиш бизнес ва тадбиркорликни рағбатлантиришнинг энг кучли воситаларида ҳисобланади.

Давлат томонидан тартибга солиш бозор механизмини тўлдириб, унга ўзгартишлар киритади, бизнес ва тадбиркорликнинг оёққа туриб олишига кўмаклашади. Бунда у максимал даражада максимал поғонада, минимал даражада минимал поғонада тарқалади. Тартибга солиш, қайси миқёсда амалга оширилишидан

қатъи назар доимий ҳаракат, талаб ва таклиф, даромад ва харажатлар ўртасида мувозанатга интилиш ҳисобланади.

3.3. Бизнеснинг ахборот асослари «Ахборотга эга бўлган одам дунёни бошқаради» деган ибора бугун ҳаммага маълум. Энг умумий кўринишда ахборот бу табиатда, жамиятда ва иқтисодий ҳаётда рўй бераётган ҳодиса ва жараёнлар ҳолатидан дарак берувчи хабарлардир. У амалиётда одатда

миш-миш ва гумонлардан тортиб то оммавий ахборот воситаларида эълон қилинган расмий материаллар, статистика маълумотлари ва илмий нашрларгача турли манбалардан маълумотлар олиш йўли билан амалга оширилади. Ишончли ва етарли ахборотга таянувчи бизнес одатда кўпроқ муваффақиятга учрайди. Шунингдек, асимметрик ахборот ҳам мавжуд бўлиб, унда бизнес қатнашчиларининг бир қисми эга бўлган муҳим ахборотлардан бошқа манфаатдор шахслар беҳабар бўлади. Шу сабабли бизнесда тижорат сири деган тушунча мавжуд бўлиб, фирма ва компаниялар ўз муваффақиятини таъминлаш билан бирга айғоқчиликнинг техник, савдо ва инновацион каби турларига қарши курашадилар. Бу жиҳатдан бильярд ўйинининг устаси ва бу ўйин билан энди танишган киши

ўртасидаги ўйин қизиқиш уйғотади. «Уста» одатда ўз маҳоратини яширишга ҳаракат қилади ва дастлабки паллада рақибига ўйинни бой бериб боради. Агар у бошқача йўл тутганида у рақибини дарҳол «ютган» ва кейинроқ навбатдаги ўйинлар ёрдамида 5-10 баравар кўпроқ олиши мумкин бўлган ютуғидан ажралиб қолган бўлар эди. Шу йўл билан «уста» ўзини қулай рақиб билан таъминлаб олади, чунки ўйинга муккасидан кетган киши кейинги ўйинда ёки эртаси кун албатта ғалаба қозониш иштиёқида юради. Бундан ташқари, «уста» ўз рақиб билан ўйнаётган пайтда ҳам томошабинларни кузатиб боради ва улар орасидан осон пул топиш илинжида юрганларни аниқлаб олишга ҳаракат қилади. Юқорида айтилганлар бизнес ўз моҳиятига кўра ютуққа, фойда ёки даромад олишга йўналтирилган, рақибларни алдашга асосланган экан деган фикрга олиб келмаслиги лозим. Аксинча, бизнес, айниқса, цивилизация шароитларида истеъмолчилик талабини сифатли ва чин кўнгилдан қондиришга асосланади. Шу сабабли ишончли

барқарор ахборот манбаларини топиш талаб қилинади, чунки бозордаги вазият тез-тез

ўзгариб туаради(истеъмолчилар истаклари, талаб ва таклиф, ижтимоий тенденциялар ва нарх-навонинг ўзгариши). Ахборот таъминоти бизнес самарадорлиги таъминлаш ва қабул қилинувчи қарағорларнинг асосланганлигининг муҳим омили ҳисобланади. Ахборот таъминоти динамикада жараён сифатида «коммуникация» тушунчаси

такрибига кириб, унинг асоида корхона раҳбарияти самарадорлиги юқори қарорлар қабул қилиш учун ахборотга эга бўлади ва уни бевосита бажарувчиларга етказди. Агар коммуникациялар яхши йўлга қўйилмаган бўлса, ходимлар корхона раҳбарияти улардан нима истаётганлигини тушунмаслиги, антижада ўзаром уносабатларга путур етиши мумкин.

Амалиётнинг кўрсатишича, корхона раҳбари ўз вақтининг 50-80% қисмини

коммуникацияга сарфлайди. Бу билан у биринчидан, ишлаб чиқаришни бошқаришда ўз ролини бажариш, иккинчидан ахборот алмашилишда иштирок этиш ва шу асосда бошқарувнинг барча функциялари бўйича тўғри қарорлар қабул қилиш учун шуғулланади. Бунда замонавий компьютер техникаси муҳим роль ўйнайди, чунки унинг ёрдамида зарур ахборотларни минг марталаб тезроқ қайта ишлаш ва узатиш мумкин.

Бироқ ахборот асослари ва улардан фойдаланишни фақат корхона раҳбариятига «боғлаб қўйиш» нотўғри бўлур эди. Раҳбарият учун у асосан воқеа-ҳодисалардан хабардор бўлиб туриш учун керак бўлади. У кўпроқ маҳсулот ишлаб чиқариш ва сотиш стратегиясини белгилашдан ташқари, янгиликлар киритиш диффузияси, яъни корхона (фирма) доирасидан ташқарига ундай фойдаланиш имкониятлари ва истеъмолчилар учун маҳсулот бериши мумкин бўлган фойда ҳақидаги маълумотларни тарқатиш билан шуғулланувчи маркетинг хизматларига керакдир.

Янги маҳсулот(янгилик киритиш) бозор шароитларида корхонанинг яшовчанлиги учун зарур шарт ҳисобланиши сабабли истеъмолчи ва ишлаб чиқарувчи ўртасида ўзаро алоқа қандай ўрнатилиши, маҳсулот ва унинг истеъмолчилар томонидан баҳоланиши тўғрисидаги ахборотлар қай тарзда амал қилишини

тушунишга ўрганиш зарур. Бунда унинг амалда бозордаги маҳсулотлардан фарқ қилиши ёки қилмаслиги умуман аҳамиятга эга эмас. Энг муҳими бу маҳсулот аслида қандай, у ҳақда истеъмолчилар қандай фикрда эканлигидир. Айнан шу ишлаб чиқариш диверсификацияси ва бизнес чегараларини кенгайтириш учун муҳи замин ҳисобланади.

Шу сабабли янгиликлар киритиш диффузиясида иложи борича тезроқ мустақил ахборот манбаларини жалб қилиш ва улардан маҳсулот ҳақида объектив баҳолар олиш керак бўлади. Натижалар ижобий бўлганда истеъмолчиларнинг янгиликни қабул қилиш жараёни бошлангани ва одамларда бу маҳсулотга талаблар пайдо бўлаётгани ҳақида гапириш мумкин бўлади. Агарда натижалар салбий бўладиган бўлса, у ҳолда янги маҳсулотга истеъмолчилар талаби пайдо бўлиши учун у билан ишлашнинг яна бир босқичи олдинда турган бўлади. Бунда доимо маҳсулотнинг янгилик даражаси ва унинг аввалги маҳсулотларга ўхшашлиги ўтрасида мувозанатни сақлашга интилиш лозим.

Ахборот алмашини жараёнида тўртта асосий элементни ажратиб кўрсатиш мумкин:

1. Жўнатувчи– ғояларни яратувчи ёки ахборот тўпловчи ва уни жўнатувчи шахс.
2. Хабюар, зарур ҳолларда рамзий белгилар ёрдамида кодланган ахборот.
3. Ахборот узатиш воситаси, канали.
4. Харидор, яъни ахборотни олувчи шахс.

Ахборот алмашини жараёни моделини қуйидагича акс эттириш мумкин

Ахборот алмашини жараёнининг оддий модели Бизнесда ҳам, бошқа ҳолларда ҳам ахборотни олиш, қайта ишлаш ва ундан фойдаланишдан ташқари кундан-кунга ҳаётнинг барча жабҳаларида ўсиб бораётган ахборот оқимларини тартибга солиш муҳим аҳамият касб этади. Корхона раҳбари ахборот оқимларида «жуда кўп» ва «жуда кам» ахборот чегарасини аниқлаб олиши лозим. Гап шундаки, ахборот оқимининг жуда катталиги доим ҳам муваффақият ва фаровонликни англатавермайди. Ахборот ҳажми жуда катта бўлса, айниқса корхона фаолияти учун Ушбу схемани матннинг электрон версияси орқали слайд шаклида диапроектор орқали намоиш этиш мумкин. 4-илова

бевосита алоқаси бўлмаган ахборотлар кўпинча ишга халақит бериб, ишлаб чиқариш стратегиясида чалашликларни келтириб чиқариши мумкин бўлади. Шу сабабли зарур ахборотлар синчиклаб танлаб олинishi ва уларнинг самарали қўлланиши таъминланиши

лозим. Замонавий фан ва амалиёт ахборотни қуйидагича таснифлайди:

- 1) объект бўйича– маҳсулот(товар) сифати, унинг ресурслар сифими, бозор инфратузилмаси кўрсаткичлари, ишлаб чиқаришнинг ташкилий-техник даражаси, жамоанинг ижтимоий ривожланиши, атроф-муҳит муҳофазаси ва ҳоказолар;
- 2) кимга қарашли бўлиши бўйича–меҳнатни рағбатлантириш, ташкли қилиш, режалаштириш, башорат қилиш ва бошқаришга;
- 3) ахборотни бериш шакли бўйича– вербал(оғзаки) ахборот ва новербал(техник ва бошқа воситалар ёрдамида) ахборот;
- 4) вақт бўйича– доимий, шартли-доимий, ўзгарувчан ва шарли-ўзгарувчан;
- 5) ахборотни бериш режими бўйича– тартибга солинувчи ва тартибга солинмайдиган, муддатли, сўров бўйича, мажбурий ва ҳоказо;
- 6) ахборотни бериш усули бўйича– сунъий йўлдош орқали, электрон, телефон орқали, ёзма ва ҳоказо;
- 7) аҳамияти бўйича– иқтисодий, техник, ижтимоий, сиёсий, халқаро ва ҳоказо;
- 8) бошқарув объектининг субъектга муносабати бўйича– корхоналар ўртасида , корхона ичичда бўлимлар ва хизматлар ўртасида, раҳбарият ва бажарувчилар ўртасида. Ахборот сифатига қўйилувчи асосий талаблар:

- ўз вақтидалик;
- шубҳасидлик;
- етарлилик;
- ишончлилик;
- адреслилик;
- долзарблик;
- кўп марта фойдаланиш имконияти;
- ҳуқуқий жиҳатдан тўғрилиқ ва қоунчилик талабларига мос даражада

ошкоралик. Айтиш керакки, бозор иқтисодиётининг ривожланиш ва бизнес чегараларининг кенгайиш шароитларида ахборот, ахборот технологиялари, компьютерлар тоора кўпроқ ахборот бизнеси соҳасига, тадбиркорлик фаолиятининг янги йўналишига айланмоқда.

Банклар, биржалар, аудиторлик ва бошқа компаниялар билан бир каторда ахборот бизнеси бозор инфратузилмасини ривожлантиради ва унинг муваффақиятли фаолият кўрстайишига хизмат қилади.

Қисқача хулосалар

Корхона иқтисодиётнинг асосий бўғини ва бозорнинг асосий субъекти бўлиб, жамият эҳтиёжларини қондири ва фойда(даромад) олиш мақсадида маҳсулот ишлаб чиқариш, иш бажариш ва хизмат кўрсатиш учун яратилади.

Корхонанинг бутун фаолияти режалаштириш объекти бўлиб, фаолият

характеридан келиб чиққан ҳолда корхонанинг турли хизмат ва бўлимлари томонидан ишлаб чиқилади. Режалаштиришда миқдор ва сифат, натурал ва қиймат, ҳажм ва солиштирма каби кўрсаткичлардан фойдаланилади. Бу кўрсаткичлардан ҳар бири фойдали бўлиб, ўзига хос ҳисоб-китоб услубиятига эга. Бозор муносабатлари шароитларида режалаштириш мажбурийдан кўра истисно характерга эга бўлсада, айрим кўрсаткичларни тартибга солиш зарурати билан ҳамнафас бўлади. Амалиётда тартибга солиш илгари қабул қилинган режа ва мажбуриятга ўзгартиш киритиш бўлиб, барча ҳолларда корхона фаолияти ҳамкорлар ишига зарар етказмаган ҳолда асосланб берилиши лозим.

Режалаштириш ва башорат қилиш ишончли ахборот асослариг, шунингдек, ишлаб чиқаришни бошқариш ва режалаштириш жараёнлари билан шуғулланувчи мутахассисларнинг чуқур билимга эгаллигига таяниши лозим. Мавзу бўйича таянч иборалар Корхона бозор субъекти ва давлат тизимининг элементи.

Корхонани

ривожлантириш стратегияси. Корхона миссияси. Корхона мақсадлари. Ташқи муҳит таҳлили ва баҳоланиши. Кучли ва заиф томонларни баҳолаш. Стратегияни баҳолаш. Стратегияни амалга ошириш. Миқдор кўрсаткичлари. Сифат кўрсаткичлари. Ҳажм кўрсаткичлари. Солиштирма кўрсаткичлар. Тартибга солиш. Давлат томонидан тартибга солиш. Давлат ва корхона миқёсидаги тартибга солиш. Бизнеснинг ахборот асослари.

Ахборот. Коммуникация. Ахборот таъминоти. Ахборот алмашини жараёнининг модели. Ахборот сифатига қўйилувчи асосий талаблар.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1.М.Шарифхўжаев,Ё.Абдуллаев Менежмент Т.: -2000, 559 б

2.Ш.Н.Зайнуддинов Менежмент Тю: -2011, 318 б

3.Х.Мухиддинов, Собиров.А. Бошқариш назарияси. Т.: -2012,239 б