

ENTREPRENEURSHIP AND SMALL BUSINESS MANAGEMENT

Chapter 02. Business and Market

Lecturer: Kholbaev Bakhrom, PhD

ТАДБИРКОРЛИК ВА КИЧИК БИЗНЕС БОШҚАРУВИ

Мавзу 02. Бизнес ва бозор

Ҳар қандай бизнесда бўлгани каби, сизнинг ҳужум режангиз ҳам ғоянгизнинг бозор салоҳиятини тўлиқ баҳолашдан бошланиши керак. Кўпинча, бу кадамнинг ўзи сизга ярим кун ёки тўлиқ вақтни бошлаш кераклигини айтиш учун етарли бўлади.

Сиз қилаётган ишингизга бўлган муҳаббатга шунчалик берилиб кетолмайсизки, бизнес ҳақиқатларига эътибор бермайсиз.

Агар маҳсулот ёки хизматингизга катта эҳтиёж борлигини, катта рақобат йўқлигини ва иштиёқли мижозларнинг тайёр таъминотини топсангиз, ҳар ҳолда давом этинг ва тўлиқ вақтни бошланг.

Агар бошқа томондан, бозор тўлиқ вақтли бизнесни қўллаб-қувватламаслигини, лекин бир кун келиб тўғри маркетинг ва бизнесни ривожлантиришни қўллаб-қувватламаслигини аниқласангиз, биринчи навбатда ярим кунни бошлаш яхшидир.

Соҳангиздаги рақобат, минтақангиздаги иқтисод, мижозлар базасининг демографик тақсимоти ва потенциал мижозларнинг мавжудлиги каби омилларни ўрганинг.

Агар сиз юқори даражадаги гўзаллик салонини очишни ўйлаётган бўлсангиз, масалан, фаолият юритаётган шунга ўхшаш дўконлар сонини, шунингдек, худуддаги бадавлат аёллар сонини ва улар тўлашга тайёр бўлган тўловларни баҳоланг.

Сизнинг бизнесингизга эҳтиёж борлигини аниқлаганингиздан сўнг, мақсад ва стратегияларингизни кенг қамровли бизнес-режада белгиланг. Сиз ҳар доим кенг қамровли тадқиқотлар ўтказишингиз, бизнесингиз учун бозор



прогноزلарини амалга оширишингиз ва ушбу топилмалар асосида ўзингиз учун мақсадлар қўйишингиз керак.

Бу сизга узоқ муддатли имкониятларнинг ажойиб кўринишини беради ва бизнесни тўғри йўлда тутати. Ярим вақтда иш бошлаётган бўлсангиз ҳам, бизнес-режа ёзишни эътиборсиз қолдирманг: Яхши ёзилган бизнес-режа кейинчалик бизнесингизни тўлиқ вақт билан шуғулланишингизга ёрдам беради.

Баъзи корхоналар тўлиқ бўлмаган вақтли фаолиятни яхши кўришади: электрон тижорат, озиқ-овқат маҳсулотлари, тўғридан-тўғри маркетинг ва хизмат кўрсатиш корхоналари мисол сифатида. Бозор тадқиқотлари ва бизнес-режангизни амалга ошириш сизнинг бизнесингиз ярим вақтда ишлай оладими ёки йўқлиги ҳақида аниқроқ тасаввурга эга бўлади.

Агар сиз анъанавий равишда тўлиқ вақтли мажбуриятни талаб қиладиган бизнесга юрагингизни қаратган бўлсангиз, ижодий ўйлаб кўринг: уни ярим кунлик асосда ишлашнинг йўллари бўлиши мумкин.

Мисол учун, ресторан ўрнига умумий овқатланиш бизнесини кўриб чиқинг. Сиз ҳали ҳам меню яратишингиз ва mijozлар билан мулоқот қилишингиз мумкин, ammo барча ишингиз кечкурун ва дам олиш кунларида бажарилиши мумкин.

Агар сиз анъанавий равишда тўлиқ вақтли мажбуриятни талаб қиладиган бизнесга юрагингизни қаратган бўлсангиз, ижодий ўйлаб кўринг: уни ярим кунлик асосда ишлашнинг йўллари бўлиши мумкин.

Мисол учун, ресторан ўрнига умумий овқатланиш бизнесини кўриб чиқинг. Сиз ҳали ҳам меню яратишингиз ва mijozлар билан мулоқот қилишингиз мумкин, ammo барча ишингиз кечкурун ва дам олиш кунларида бажарилиши мумкин.

Сизни овқатлантирадиган қўлни тишламанг. Мавжуд иш берувчингиз билан рақобатлашадиган бизнесни бошлаш меҳнат шартномангиздаги рақобатбардош бўлмаган бандларни бузган ҳолда сизни қонуний иссиқ сувга олиб келиши мумкин. Агар сиз худди шу соҳада бизнес бошласангиз, иш берувчингиз эътибордан четда қолган кичик жойга эътибор қаратинг.



Сиз бизнес учун ажойиб ғояни ўйлаб топдингиз дейлик. . . лекин сиз ҳали бошлашга тайёр эмассиз. Олдинга боришдан олдин, кейинги қадам бу сизнинг бозорингизни аниқлашдир. Махсулотингизни сотишингиз мумкин бўлган 2та асосий бозор мавжуд:

1. алоҳида истеъмолчилар
2. бизнес ташкилотлар

Агар сиз чакана савдо дўконидан аёллар кийимларини сотаётган бўлсангиз, сизнинг мақсадли бозорингиз истеъмолчилардир; Агар сиз офис материалларини сотаётган бўлсангиз, мақсадли бозорингиз корхоналардир (бу “B2B” савдоси деб аталади). Баъзи ҳолларда, масалан, агар сиз босмаҳона билан шуғуллансангиз, сиз ҳам бизнес, ҳам индивидуал истеъмолчилар учун сотаётган бўлишингиз мумкин.

Ҳеч қандай бизнес, айниқса кичик бизнес, ҳамма учун ҳамма нарса таклиф қилиши мумкин эмас. Мақсадли бозорингизни қанчалик тор аниқласангиз, шунча яхши бўлади. Бу жараён жой яратиш(ниша) сифатида танилган ва хатто энг йирик компаниялар учун муваффақият калитидир.

Кўпчилик бозорда ўз ўрнини топиш ҳақида гўёки беркитилган тайёр нарса каби гапиришади. Яхши ўринлар шунчаки топилмайди; улар жуда эҳтиёткорлик билан ишлаб чиқилган бўлиши керак. Кўпгина тадбиркорлар ўз ўрнини яратиш ўрнига бирданига кўп нарса билан шуғулланишади ва барчасида муваффақиёт қозонаман деб хато қилишади.

Ўз ўрнини яратиш

Бозорда яхши жой яратиш 7 босқичли жараённи ўз ичига олади:

1. Истаклар рўйхатини тузинг.

Ким билан бизнес қилишни хоҳлайсиз? Иложи борича аниқроқ бўлинг: бизнесингиз харидор деб кўзлаган барча бизнес ёки миқозларнинг географик диапозони ва турларини аниқланг. Агар сиз миқозингиз асл қиёфасини билмасангиз, у билан алоқа ўрнатолмайсиз. Сиз ҳамма билан иш қила олмаслигингизни тан олишингиз керак, акс ҳолда сиз ўзингизни чарчатиб, миқозларингизни чалкаштириб юборишингиз мумкин. Бугунги кунда тенденция тор нишонларга қаратилган. Ўсмирлар етарли даражада аниқ нишон эмас; ўзига хос хусусиятларга эга бўлган эркак, аёлни нишонга олиш керак.



2. Диққат маркази.

Нимани сотмоқчи эканлигингизни аниқланг. *Бозор ўрни* билан *соҳа* битта нарса эмас. Мисол учун, чакана кийим-кечак бизнеси бу жой эмас, балки соҳадир. Аниқроқ жой “болалар спорт оёқ кийимлари” бўлиши мумкин. Ўзингизнинг бозор ўрингиз табиий равишда қизиқишларингиз ва тажрибангиздан келиб чиқиши керак. Ушбу фокуслаш жараёнини бошлаш учун сизга ёрдам бериш учун ушбу усуллардан фойдаланинг:

- Ўзингиз энг яхши қиладиган ишлар ва уларнинг ҳар бирида аниқ кўникмалар рўйхатини тузинг.
- Хаётингиздаги ютуқларингиз рўйхатини тузинг.
- Ҳаётда ўрганган энг муҳим сабоқларингизни аниқланг.
- Услугингизни ёки муаммоларни ҳал қилишда ёндашувингизни очиб берадиган шаблонни қидиринг.

3. Мижоз дунёқарашини ўрганинг.

Муваффақиятли бизнес олтин қоидадан фойдаланади: “Ўзгалар ўзига нима хоҳласа, сиз ҳам шуни хоҳланг”. Дунёга потенциал мижоз нуқтаи назаридан қарасангиз, унинг эҳтиёж ёки истакларини аниқлашингиз мумкин. Бунинг энг яхши йўли - потенциал мижозлар билан суҳбатлашиш ва уларнинг асосий ташвишларини аниқлашдир.

4. Синтез.

Ушбу босқичда сизнинг бозор ўрингиз шакиллана бошлайди, чунки сизнинг ғояларингиз ва мижознинг эҳтиёж-хоҳишлари бирлашиб янги нарсаларни яратишни бошлаган. Яхши бозор ўрни 5 та хусусиятга эга:

- У сизнинг узоқ муддатли қарашларингизга мос келади.
- Кимдир буни хоҳлайди, яъни мижозлар.
- У эҳтиёткорлик билан режалаштирилган.
- У ўзига хос ва антиқа.
- У ривожланади ва узоқ муддатли муваффақиятни таъминлайди.

5. Баҳолаш.

Энди сиз таклиф қиладиган маҳсулот ёки хизматни 4-босқичдаги 5 та хусусият бўйича баҳолаш вақти келди. Эҳтимол, сиз ўйлаган жой сиз



кутганингиздан кўра кўпроқ иш ва ҳаракатларни талаб қилар. Бу юқоридаги хусусиятлардан бирига жавоб бермаслигини англатади - бу сизни хоҳлаганингизни тامينламайди. Шундай қилиб, уни бекор қилинг ва кейинги ғояга ўтинг.

6. Синов.

Бозор ўрни ва маҳсулот ўртасида мослик юзага келган бўлса, энди уни синаб кўринг. Одамларга маҳсулот ёки хизматингизни сотиб олиш имкониятини беринг. Бу бепул мини-семинар ёки ахборот бюллетенингизнинг намунавий нусхаси каби намуналарни таклиф қилиш орқали амалга оширилиши мумкин.

7. Олға!

Сизнинг ғоянгизни амалга ошириш вақти келди. Кўпгина тадбиркорлар учун бу энг қийин босқич. Аммо хавотирга ўрин йўқ. Агар сиз уй вазифангизни тўлиқ бажарган бўлсангиз, бозорга кириш шунчаки таваккаллик эмас, балки ҳисоб-китоб қилинган риск бўлади.

Ўз жойингиз топилган ва бозорингиз томонидан яхши қабул қилингандан сўнг, сиз пассив бўлиб қолишингиз мумкин. Бу яхши эмас. Сиз ўсишни давом эттиришингиз керак.

Бу диққатингизни бутунлай ўзгартиради дегани эмас, балки уни атрофингиздаги муҳитга янада мослаштиришни англатади.

Ўз ўрнимни топдим деб ўйласангиз, ўзингизга ҳар олти ойда бир марта қўйидаги саволларни беринг ва ўз жойингиз ҳали ҳам мақсадга мувофиқ эканлигига ишонч ҳосил қилинг:

- Сизнинг мақсадли мижозларингиз кимлар?
- Сизнинг мақсадли мижозларингиз кимлар эмас?
- Агар баъзи бизнес турлари сизнинг нишангиздан ташқарида бўлса, уларни рад қила оласизми?
- Мижозлар сизни нимага лойиқ деб ўйлашади?
- Сизнинг жойингиз доимий эволюция ҳолатидами?
- Сизнинг жойингиз бўлажак мижозларга нимани таклиф қилади?



- Сизнинг жойингизга бўлган эҳтиёжни тўғри бозорга самарали етказадиган режа ва етказиб бериш тизими борми?
- Ўз жойингизнинг ҳаёт айланишини ишонч билан башорат қила оласизми?
- Қандай қилиб сизнинг жойингизни фойда марказлари сифатида ишлайдиган турли хил маҳсулот ёки хизматларга кенгайтириш мумкин?
- Ўз жойингизга нисбатан эҳтирос ва йўналтирилган энергия ҳисси борми?
- Сизнинг жойингиз ўзингизни қулай ва табиий ҳис қилишга имкон берадими?
- Ўз жойингиз сизнинг ўз бизнес мақсадларингизга эришишга қандай ҳисса қўшади?

Бозорда ўз жойини яратиш бизнесда бўлиш ва бизнесда бўлмаслик ўртасидаги фарқни билдиради. Бу омон қолиш ва гуллаб-яшнаш ўртасидаги, шунчаки қилаётган ишингизни ёқтириш ва муваффақият қувончи ўртасидаги фарқ билан турдош.

Бизнес миссияси

Бизнес учун жойини яратганингиздан сўнг, сиз **миссия баёнотини** яратишингиз керак. Сизнинг бизнес-режангиз каби муҳим бўлиши мумкин бўлган асосий восита, **миссия баёноти** бир нечта қисқа жумлаларда бизнесингиз мақсадларининг моҳиятини ва улар асосидаги фалсафаларни камраб олади. Худди шундай муҳим, **миссия баёноти** сизнинг мижозларингиз, ходимларингиз, етказиб берувчиларингиз ва ҳамжамият учун бизнесингиз нима ҳақида эканлигини кўрсатади.

Миссия баёноти бизнесингизнинг барча жабҳаларини акс эттиради:

- сиз таклиф қилаётган маҳсулотларнинг ассортименти ва табиати
- нарх, сифат, хизмат кўрсатиш, бозордаги ўрин
- ўсиш потенциали, технологиядан фойдаланиш
- мижозлар, ходимлар, етказиб берувчилар, рақобатчилар ва жамият билан муносабатларингиз.

Миссия баёноти қайси бизнесда эканлигингиз ва мақсадларингизни аниқлашга ёрдам беради. Сизнинг миссия баёнотингиз бизнесингизнинг маҳсус жойини акс эттириши керак. Ёдда тутиш керакки, бошқа



компанияларнинг **миссия баёно**тларини ўрганиш сизнинг ижодингизни кучайтириши мумкин.

Миссия баёноти намунаси:

“AAA Inc. - бу фақат табиий ингредиентлардан фойдаланган ҳолда юқори сифатли, ўртача нархдаги, баъзан гайриоддий озиқ-овқатларни таклиф қилишига қаратилган серҳосил, табиий озиқ-овқат маҳсулотлари ва хизмат кўрсатиш компанияси. Биз ўзимизни мижозларимиз, ходимларимиз, ҳамжамиятимиз ва атроф-муҳитимиз билан ҳамкор сифатида кўрамиз. Биз жануби-ғарбий ва ўрта-ер таомларига доимий қизиқишдан фойдаланган ҳолда минтақавий тан олинган бренд номига айланишни мақсад қилганмиз. Бизнинг мақсадимиз - ўртача ўсиш, йиллик рентабеллик ва ижобий туйғуни сақлаб қолишдир.”

Яна бир намуна:

“ABC Enterprises - инсон салоҳиятини ривожлантиришига қаратилган компания. Бизнинг вазифамиз одамларга инновацион ечимларни яратиш ва ҳаётларини яхшилаш учун онгли равишда танлашда ёрдам беришдир. Биз бошқаларни шахсий ва профессионал муваффақиятга эришишига ундаймиз ва рағбатлантираемиз. Бизнинг шиоримиз: Биз ҳар биримиздаги энг яхши нарсалар барчамизни биргаликда бойитишига шионамиз”.

Тўғри саволлар

Бизнесингизнинг барча асосий элементларини ўз ичига олган баёнот яратиш учун тўғри саволлардан бошланг. Энг муҳим савол - қайси бизнес билан шуғулланасиз? Қуйидаги 10 та саволга жавоб бериш сизнинг бизнесингиз миссиясининг тасаввурини яратишга ёрдам беради:

1. Нега бизнесдасиз? Ўзингиз, оилангиз ва мижозларингиз учун нимани хоҳлайсиз? Сизнинг бизнес бошлаш қарорингизга туртки берган учкун ҳақида ўйлаб кўринг. Уни нима доимий равишда ёндириб туради?
2. Сизнинг мижозларингиз кимлар? Улар учун ҳаётларини бойитадиган ва муваффақиятларига ҳисса қўшадиган нима қила оласиз - ҳозир ва келажакда?



3. Бизнесингизга қандай имидж яратмоқчисиз? Мижозлар, етказиб берувчилар, ходимлар ва жамоатчилик сизнинг компаниянгиз ҳақида қандай тасаввурга эга бўлади? Имиджни қандай яратасиз?
4. Маҳсулот ва хизматларингизнинг табиати қандай? Нарх ва сифатни қандай омиллар белгилайди? Булар сизнинг бизнесингизнинг билан қандай боғлиқ? Буларнинг барчаси вақт ўтиши билан қандай ўзгаради?
5. Қайси даражадаги хизмат кўрсатасиз? Аксарият “энг зўр хизматни” таклиф қилаётганига ишонади, аммо сизнинг мижозларингиз бу билан розими? Мавхумликдан қочинг; Сизнинг хизматингизни нима антиқа қилишини аниқланг.
6. Сиз ва ходимларингиз қандай рол ўйнайди? Ақлли капитанлар ходимларни ташкиллаштирадиган, уларга жалб қиладиган ва тан оладиган етакчилик услубини ишлаб чиқадилар.
7. Етказиб берувчилар билан қандай муносабатда бўласиз? Ҳар бир бизнес ўз етказиб берувчилари билан ҳамкорлик қилади. Сиз муваффақиятга эришсангиз, улар ҳам муваффақиятга эришади.
8. Рақобатчилардан нима билан фарқ қиласиз? Кўпгина тадбиркорлар ўз рақобатчилари билан бир хил мақсадга интилишларини унутишади. Сиз рақобатчилардан яхшироқ, арзонроқ ёки тезроқ нима қила оласиз? Рақобатчиларнинг заиф томонларини ўз фойдангизга қандай ишлатиш мумкин?
9. Мақсадларингизга эришиш учун технология, капитал, жараён, маҳсулот ва хизматлардан қандай фойдаланасиз? Стратегия тавсифи энергиянгизни мақсадларингизга йўналтиради.
10. Саволларга жавоб беришда қандай асосий фалсафа ёки кадриятлар ётибди? Баъзи корхоналар уларни алоҳида рўйхатга олишни танлашади. Уларни ёзиш сизнинг миссиянгиз ортида турган "нима учун" ни аниқлайди.

Хулоса қиламиз

Миссия баёнотини яратиш вақт, фикр ва режалаштиришни талаб қилади. Ҳақиқатдан ҳам, ҳаракат бунга арзийди. Дарҳақиқат, бошланғич миссия баёнотини ёзиш жараёни бизнеснинг якуний баёнотни каби фойдали.



Жараёндан ўтиш сизга нима қилаётганингизнинг сабабларини аниқлашга ва бизнесингиз ортидаги мотивларни аниқлаштиришга ёрдам беради. Миссия баёнотини тугатгандан сўнг, ушбу хабарни ҳаммага тарқатишни бошланг!

Сиз қайерга ва нима учун кетаётганингизни ҳаммага айтиб бериш учун ўзингизнинг миссия баёнотингизни бизнес ичидаги ва ташқарисидаги бошқаларга етказишингиз керак. Миссия баёнотини ходимлар ва ташриф буюрувчилар ҳар куни кўришлари мумкин бўлган офисингизга жойлаштиринг.

Уни брошюраларингиз ва бизнес режангиз каби компания материалларига ёки ҳатто ташриф қоғозларингизнинг орқа томонига чоп этинг. Янги бизнесни йўлга қўйганингиз-дан кейин, мақсадларингиздан воз кечишингиз мумкин эмас.

Ҳар доим ўз олдингизда миссия баёнотини сақлаб, мақсадларингизни ёдингизда тутсангиз, бизнесингизни силлиқ сузиб юришини таъминлай оласиз.



Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Basics of business: textbook and workshop for academic undergraduate students / Bobrova, O.S., Tsybukov S.I., Bobrov I.A. - Yurayt Publishing House, 2021. — 330 p.
2. Business Basics: Textbook / E.A. Arustamov. - M.: Dashkov and K, 2020. - 232 p.
3. Bygrave, W.D. and Zacharakis, A. (2014) *Entrepreneurship*. Third edition. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
4. Entrepreneurial activity: a textbook for secondary vocational education / E. E. Kuzmina. - 3rd ed., revised. and additional - Yurayt Publishing House, 2020. — 417 p.
5. Fundamentals of business (entrepreneurship): Textbook / N.Yu. Kruglov. - M.: KnoRus, 2021. - 440 c.
6. Fundamentals of business informatics: textbook and workshop for undergraduate and graduate students / E.P. Zaramenskikh. - Yurayt Publishing House, 2020. — 407 p.
7. Fundamentals of entrepreneurial activity: a textbook and workshop for academic undergraduate students / E.F. Cheberko. - Yurayt Publishing House, 2020. — 219 p.
8. Fundamentals of social entrepreneurship: a textbook for universities / E. M. Bely [and others]; edited by E. M. Bely. - Yurayt Publishing House, 2022. — 178 p.
9. Handbook of an entrepreneur: a practical guide / O.S. Bobrova, S.I. Tsybukov, I.A. Bobrov. - Yurayt Publishing House, 2021. — 330 s.
10. Hisrich, R.D. (2013) *International entrepreneurship: starting, developing, and managing a global venture*. 2nd ed. Thousand Oaks, Calif: SAGE.
11. Innovative entrepreneurship: textbook and workshop for secondary vocational education / V. Ya. Gorfinkel [and others]; edited by V. Ya. Gorfinkel, T. G. Popadyuk. - Yurayt Publishing House, 2022. — 523 p.
12. Lussier, R.N., Corman, J. and Kimball, D.C. (2015) *Entrepreneurial new venture skills*. 3. ed. New York, NY [u.a.]: Routledge.
13. Mariotti, S. and Glackin, C. (2015) *Entrepreneurship & small business management*. Second edition. Hoboken, New Jersey: Pearson Education Inc.



14. Organization of commercial activity: textbook and workshop for secondary vocational education / Bobrova, O.S., Tsybukov, S.I., Bobrov, I.A. Bobrova, O.S., Tsybukov, S.I., Bobrov, I. - Yurayt Publishing House, 2021. — 332 p.
15. Process approach to management. Modeling of business processes / V.V. Repin. - M.: Mann, Ferber, 2022. - 544 p.
16. Read, S. (2011) *Effectual entrepreneurship*. Abingdon, Oxon: Routledge.
17. Reengineering of business processes: Textbook for university students / O.S. Rudakov. - M.: UNITY-DANA, 2022. - 343 p.
18. Spinelli, S. and Adams, R. (2012a) *New venture creation: entrepreneurship for the 21st century*. 9th international ed. New York, N.Y.: McGraw-Hill/Irwin.

