

QURILISH KORXONALI MOLIYAVIY HOLAT TAHLILINI IFODALASHDA RAQOBAT YONDASHUVLARI

O'qituvchi: Yahyoyev To'liqin
Talaba: Suyarova Shahzoda
Talaba: Umrzoqov Shahbozbek

Korxonaning moliyaviy ahvoli - bu kapitalning aylanish jarayonidagi holatini va xo'jalik yurituvchi sub'ektning barqaror yaxshilanishga erishish qobiliyatini, shu jumladan o'z moliyaviy majburiyatlarini bajarish qobiliyatini aks ettiruvchi moliyaviy-iqtisodiy ko'rsatkichlarning yig'indisidir.

Ishlab chiqarish, sotish, ta'minot va moliyaviy faoliyat jarayonida kapitalning uzluksiz aylanishi, mablag'larning tarkibi va ularning shakllanish manbalari, moliyaviy resurslarga bo'lgan ehtiyoj va mavjudligi va natijada korxonaning moliyaviy holati sodir bo'ladi. , tashqi ko'rinishi to'lov qobiliyatidir, o'zgaradi.

Moliyaviy holat barqaror, beqaror (inqirozdan oldingi) va inqirozli bo'lishi mumkin. Korxonaning o'z faoliyatiga o'z vaqtida kengaytirilgan mablag'larni investitsiya qilish, to'lovlarni amalga oshirish, kutilmagan zarbalarga dosh berish va noqulay sharoitlarda to'lov qobiliyatini saqlab qolish qobiliyati uning barqaror moliyaviy holatidan dalolat beradi va aksincha.

Korxonada moliyaviy barqaror bo'lishi uchun kapitalning moslashuvchan tuzilishiga ega bo'lishi va uning harakatini to'lov qobiliyatini saqlab qolish va o'z-o'zini takror ishlab chiqarish uchun shart-sharoit yaratish uchun daromadlarning xarajatlarga nisbatan doimiy o'sishini ta'minlaydigan tarzda tashkil etish qobiliyatiga ega bo'lishi kerak.

Bundan kelib chiqadiki, korxonaning moliyaviy barqarorligi - bu xo'jalik yurituvchi sub'ektning o'zgaruvchan ichki va tashqi muhit sharoitida faoliyat yuritishi va rivojlanishi, o'z aktivlari va passivlari muvozanatini saqlash, uning barqaror to'lov qobiliyati va investitsion jozibadorligini ta'minlash qobiliyatidir. qabul qilinadigan xavf darajasi.

Qurilish kompaniyasining samaradorligini aniqlashda raqobatbardoshlik ko'rsatkichi katta ahamiyatga ega. Bunday holda, raqobatbardosh salohiyatni tortish koeffitsientlari yordamida baholash mumkin. Og'irlik koeffitsienti har bir aniq ko'rsatkich bilan taqqoslanadi, bu muayyan ko'rsatkichlarni taqqoslanadigan shaklga keltiradi, bu esa qurilish korxonasining raqobatbardoshligining umumiy ko'rsatkichini aniqlash imkonini beradi.

Ushbu yondashuv juda ko'p kamchiliklarga ega, ulardan birini uning sub'ektivligi deb hisoblash mumkin. Uslubiy binolarga asoslangan shunga o'xshash korxonani tanlash katta qiziqish uyg'otadi. Ushbu korxonaning o'xshashligiga o'xshash

mahsulotlarni ishlab chiqarish orqali erishiladi. Shundan kelib chiqib, raqobatbardoshlik salohiyati ikki korxonadan bir xil miqdordagi mahsulot ishlab chiqarish uchun sarflangan xarajatlar darajasini taqqoslash yo'li bilan baholanadi. Qurilish korxonasi mavjud ishlab chiqarish salohiyatini baholab, ichki ishlab chiqarish zahiralarini amalga oshirish imkoniyatiga ega. Raqobat salohiyati ko'rsatkichlariga ta'sir etuvchi asosiy sabablar va omillar tahlili o'tkazilganda ichki ishlab chiqarish zahiralarini amalga oshirish mumkin. Ushbu muammo qurilish kompaniyasi faoliyatining kumulyativ omil tahlilini o'tkazish orqali hal qilinadi. Ushbu tahlil omillarning umumiy to'plamining ta'sirini har tomonlama o'rganishni, etakchilarini ajratib ko'rsatishni amalga oshiradi. Tahlilning axborot mazmuniga baholash ko'rsatkichlarini tanlash bevosita ta'sir qiladi, bu esa undan foydalanish samaradorligi uchun xo'jalik ichidagi zaxiralarni aniqlash imkonini beradi.

Qurilish korxonasi uchun aniq raqobatdosh ustunlikni yaratish jarayonida nafaqat ishlab chiqarish va boshqaruvni modernizatsiya qilish, balki keyingi faoliyatning asosiy maqsad va vazifalarini ham aniqlash kerak. Barqaror raqobatdosh ustunlikka mahsulotning ma'lum bir bozor segmenti uchun sezilarli darajada farqlanishi orqali erishish mumkin.

Qurilish korxonasining jadal rivojlanishi bozor qiymati va investitsiya jozibadorligini oshirish uchun shart-sharoitlarni ta'minlash uchun kapital tuzilmasi samaradorligini oshirishga qo'shimcha e'tibor berishni talab qiladi. Ko'pgina kichik va o'rta qurilish korxonalari o'z-o'zidan, mintaqadagi mavjud iqtisodiy sharoitda kelgusida rivojlanish uchun zarur bo'lgan ishlab chiqarish jarayonini faollashtirishga qodir emas. Bu strategik rejalashtirish tizimining rivojlanmaganligi, boshqaruv xodimlarining qurilish kompaniyasining strategik rejalarini prognozlash, tahlil qilish va ishlab chiqish qobiliyatining yo'qligi bilan bog'liq. Agar qurilish kompaniyasi bozorda kuchli mavqega ega bo'lsa yoki kompaniya sanoat yoki mintaqada harakat qilish foydasidan tashqari foyda ko'rishi mumkin bo'lsa, u quyidagi reklama va xizmatlarni taqdim etish strategiyalariga ega bo'lishi mumkin:

1. asosiy yetkazib beruvchilar ustidan qattiq nazoratdan iborat regressiv integratsiya;
2. progressiv integratsiya, taqsimlash va almashinuv tizimini nazorat qilishni nazarda tutadi;
3. raqobatdosh korxonalar ustidan qat'iy nazorat o'rnatadigan gorizontall integratsiya. Qurilish tashkilotining bozor salohiyatini shakllantirish va safarbar etish ushbu strategiyani amalga oshirish va amalga oshirish bosqichidagi eng muhim vazifadir. Qurilish resurslarini vaqt bo'yicha taqsimlash va qurilish kompaniyasining resurslarini strategiyaning alohida tarkibiy qismlari o'rtasida taqsimlash ishlab chiqarish salohiyatidan foydalanish strategiyasi masalasida muhim nuqtadir. Ushbu maqsadlar uchun qurilish kompaniyalari rahbarlaridan xarajatlar yo'naltirilgan

maqsadlarni kuchaytirishga qodir bo'lgan pul resurslaridan foydalanish bo'yicha strategik ko'rsatmalar yaratish talab qilinadi. Strategiyani amalga oshirish bosqichida individual vazifalarni hal qilish va funktsiyalarni amalga oshirish uchun mablag'larga bo'lgan ehtiyojni tahlil qilish kerak. Tahlil strategiyani amalga oshirishga hissa qo'shishi kerak bo'lgan asosiy ustuvor yo'nalishlarni aniqlashi kerak. Bu bozorda strategik joylashuvda ifodalangan uzoq muddatli natijalarni shakllantirishga yordam beradi.

Strategik joylashishni aniqlash raqobatchilar bilan solishtirganda hamkorlar va mijozlar tomonidan korxonani idrok etishini belgilovchi asosiy omil bo'lib, kompaniyaning biznes strategiyasining mohiyatini ko'rsatadi. Strategik pozitsiyalar korxonaning bozor ustunligini oshirishning uzoq muddatli istiqbollari aks ettiradi va strategiyaga tuzatishlar kiritish orqali o'zgartiriladi. Strategik pozitsiya umumiy biznes strategiyalariga mos kelishi muhim. Uning shakllanishi raqobatchilar va bozorga nisbatan sodir bo'ladi. Strategik pozitsiyani aniqlashning asosiy talabi - mijozlar uchun izchillik va hissiy ahamiyatga ega. Ishlab chiqarilgan mahsulot va korxonaning individualligi qurilish korxonasining strategik pozitsiyasiga o'xshashdir. Raqobat ustunligini yaratish uchun siz to'g'ri strategik pozitsiyani tanlashingiz kerak. Ushbu pozitsiyani tanlash qurilish mahsulotlarining pozitsiyasini belgilovchi omillarni tahlil qilishga asoslanishi kerak: narx, sifat, kompaniya va mahsulot imidji.

Barqaror raqobatdosh ustunlikni yaratish jarayonida muayyan taktikalardan foydalanish mumkin. Bozordagi joylashuv mahsulotning iste'molchi afzalligi, ma'lum turdagi qurilish mahsulotining potentsial xaridorlari sonini ko'paytirish asosida belgilanadi. Mahsulot nufuzini oshirish va raqobatchilarning kuchli va zaif tomonlarini hisobga olish ham joylashuvni shakllantirishga yordam beradi. Qulay tashqi muhit qurilish korxonasining joylashuvini faol shakllantirishga yordam beradi. Qurilish korxonasining tashqi muhiti bozorning boshqa ishtirokchilari bilan munosabatlari asosida shakllanadi.

Bozorda o'zini muvaffaqiyatli joylashtirgan qurilish tashkilotlari quyidagi qoidalarni yodda tutishlari kerak: mahsulotlarning o'ziga xos xususiyatlarini izlash; tashkilot va uning mijozlari uchun iqtisodiy foyda keltiradigan fan va texnika yutuqlari majmui; ta'sir doirasini taqsimlash va bozorning turli segmentlarini nazorat qilish uchun bozordagi etakchi raqobatchilar bilan murosa echimini izlash. Amaliy ma'noda qurilish tashkilotining bozor pozitsiyasining mustahkamligi bozor pozitsiyalarini saqlab qolishning moliyaviy imkoniyatlarini tavsiflovchi biznesning qiyosiy rentabelligi sifatida ko'rib chiqilishi mumkin. Bozordagi pozitsiyalarni ob'ektiv baholash va ularni mustahkamlash uchun qurilish tashkiloti umumiy iste'molchi ta'siri va jami xarajatlarning ichki tuzilishini batafsil bayon qilishi, har bir elementning qiymatini maqsadli ravishda aniqlashi, ma'lum marketing strategiyasini tanlashi, barqarorligini oshirish yo'lida ularga ta'sir qilishi kerak. uning bozorda mavjudligi.

Qurilish yuqori darajadagi kapital zichligi bilan ajralib turadi, bu qurilish loyihalarini potentsial xaridorlari doirasini cheklaydi. Qurilish mahsulotlari xususiy foydalanuvchilarning murakkab individual ehtiyojlarini va biznes foydalanuvchilarining ishlab chiqarish ehtiyojlarini qondirishi kerak. Bu tayyor qurilish mahsulotlariga talabning konservatizmi va egiluvchanligining hal qiluvchi omilidir. Yuqoridagilardan kelib chiqadiki, bozor muvaffaqiyatining asosiy mezonlari qurilish mahsulotlari sifati, qurilish tashkilotining marketing faoliyati samaradorligi va moddiy-texnika bazasini yangilashdir. Foyda qurilish kompaniyasining zararsiz ishlashining asosiy ko'rsatkichidir. Kompaniyaning balans foydasi tarkibida eng katta ulush mahsulot, ish va xizmatlarni sotishdan tushadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Донцова Л.В., Никифорова, Н.А. Анализ финансовой отчетности: учеб. пособие. М.: Дело и сервис. 2010. 336 с.
2. Ефимова О.В. Финансовый анализ: современный инструментарий для принятия экономических решений: учебник. М.: Омега-Л, 2013. 349 с. 16. Жилкина А.Н. Управление финансами. Финансовый анализ предприятия: учебник. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2012. 332 с. 17. Иванов И.Н. Экономический анализ деятельности предприятия: учебник. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. 348 с. 18. Казакова Н.А. Экономический анализ: учебник. М.: ИНФРА-М, 2013. 343 с. 19. Киреева Н.В. Экономический и финансовый анализ: учеб. пособие. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. 293 с.
3. Маркарьян Э.А. Экономический анализ хозяйственной деятельности: учеб. пособие / под ред. Г.П. Герасименко, С.Э. Маркарьяна. М.: КноРус, 2013. 536 с. 26. Медведева О.В. Комплексный экономический анализ деятельности предприятия: учебник / под. ред. Е.В. Шпилевская, А.В. Немова. Рн/Д: Феникс, 2010. 343 с.