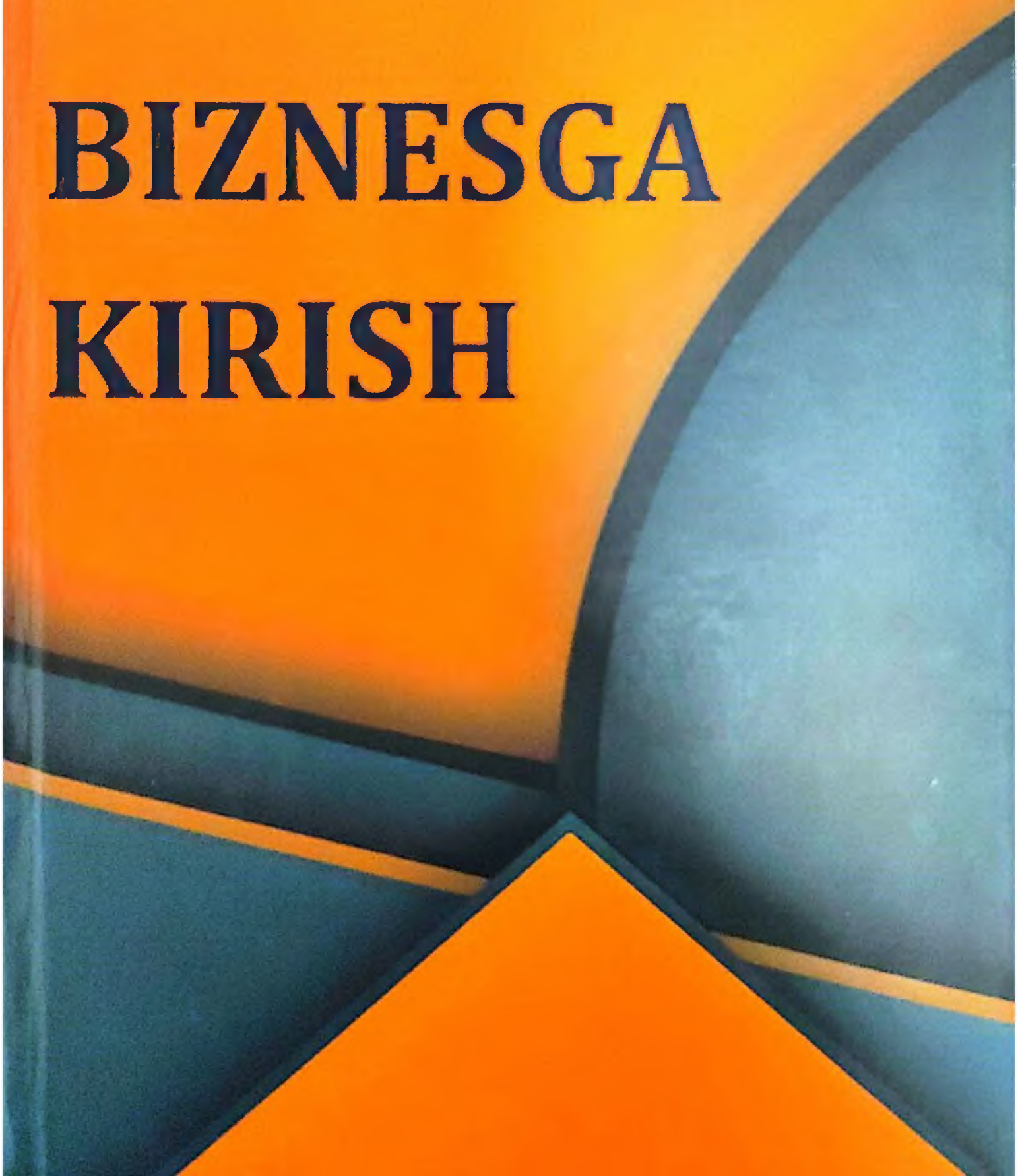
A.B. TANIYEV, S.A. ALIKULOV, I.S. SHUKUROV,
R.X. KUSHATOV, O.M. PARDAYEVA

BIZNESGA KIRISH



O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY TA'LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI

A.B. TANIYEV, S.A. ALIKULOV, I.S. SHUKUROV,
R.X. KUSHATOV, O.M. PARDAYEVA

BIZNESGA KIRISH

Darslik

Toshkent
"NIF MSH"
2024

UDK: 339.91
KBK: 65
J 22

A.B. Taniyev
Biznesga kirish / S.A. Alikulov, I.S. Shukurov, R.X. Kushatov, O.M. Pardayeva /. Darslik. – Toshkent: "NIF MSH", 2024. – 336 b.

Biznesning barcha asosiy jihatlari darslikda umumlashtirilgan. Biznesning ahamiyati, biznesning nazariy va tashkiliy asoslari ko'rib chiqiladi. Biznes bilan bog'liq pozitsiyani ishlab chiqish va talabaga o'z biznesini tashkil qilishda yordam berish uchun tavsiya etiladi.

Kichik biznesning roli va uning iqtisodiyotning yuqori texnologik sektoridagi iqtisodiy mohiyati va raqamli iqtisodiyotni shakllantirishda ta'limning o'rni ko'rsatilgan.

O'z biznesingizni yaratishda amaliy maslahatlar berilgan. Muvaffaqiyatli kompaniyalarga misollar keltirilgan.

Tadbirkorlar, menejerlar, talabalar, magistrantlar, aspirantlar, mutaxassislar va universitetlarning iqtisodiy mutaxassisliklari o'qituvchilari va tadbirkorlikni boshqarish masalalariga qiziquvchilar uchun.

Taqrizchilar:
X.I. Turdibekov
iqtisod fanlari nomzodi, dosent.
A.I. Alikulov
i.f.d., professor.

O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligining 2023–yil 22–dekabrdagi 537–sonli buyrug'iga asosan nashr etishga ruxsat berilgan.

ISBN 978-9910-793-42-4

© A.B. Taniyev va boshq., 2024.
© "NIF MSH", 2024.

KIRISH

Davlatlarning zamonaviy taraqqiyoti avvalgi asrlar va yillardagiga qaraganda tez sur'atlar bilan amalga oshirilmoqda. Ushbu jarayonning harakatlantiruvchi kuchi global ahamiyatga ega bo'lgan va sayyoramizning barcha burchaklariga kirib borgan biznesdir. Rivojlangan mamlakatlar tarixi shuni ko'rsatadiki, ular ko'plab omadsizliklar va muvaffaqiyatsizliklar yo'lini bosib o'tishgan va ular ustun o'rta sinfni - qoniqarli, mustaqil, o'z farovonligini mustaqil, faol, ijodiy, ko'p hollarda odamlarni yaratganlarida muvaffaqiyatga erishganlar. kichik biznes, shu jumladan mikrofirma negizida.

O'zbeistonda biznes XX asrning 90-yillari boshlarida tiklana boshladi, ammo yigirma yil davomida u bizning davlatimizning sobiq kuchini tiklamadi. Sabablari ko'p, lekin asosiysi bizning odamimiz – o'zbek - o'z tarixi, madaniyati, mentaliteti, ma'lumoti bilan. Tadbirkorlik faoliyatining (ijodiy biznes) rivojlanmaganligi va etarli emasligi O'zbeistonda iqtisodiyotining jahon darajasidan orqada qolishining asosiy sabablaridan biridir O'zbeistonda iqtisodiyotini rivojlangan davlatlar darajasiga ko'tarish uchun ma'lum miqdordagi "yangi odam" - yaxshi kelajakka, farovonlikka, o'zini-o'zi ta'minlashga, hayotdan qoniqishga intiladigan biznesmen, tadbirkorni "yaratish" kerak. ish. Bu jarayonni ko'p yillar davomida uzaytirib bo'lmaydi. Bozor iqtisodiyotini shakllantirishni jadallashtirish uchun odamlarni, ayniqsa, yosh avlodni ushbu faoliyat sohasining barcha afzalliklari va mavjud kamchiliklarini hisobga olgan holda o'z biznesini yaratishga o'rgatish talab etiladi. Biznes muvaffaqiyatining asosiy kafolati bu biznesning bilimi, ko'nikmasi va ko'nikmalaridir.

Taklif etilayotgan darslikda biznes manbalarini tahlil qilish asosida biznesga kirish bo'yicha bilimlar sintez qilingan, bu faoliyatning ushbu sohasiga tayyor bo'lmagan va iqtisodiy ma'lumotga ega bo'lmagan shaxs uchun zarurdir.

1. DAVLAT IQTISODIDA BIZNESNING AHAMIYATI

1.1. Iqtisodiyot va biznes tushunchasi

Iqtisodiyot va biznes juda yaqin tushunchalar. Xo'jalik yurituvchi sub'ektlar (xo'jalik yurituvchi sub'ektlar) har xil bitimlarning ishtirokchisi sifatida harakat qiladilar va shu bilan ishbilarmonlik munosabatlarining sub'ektiga aylanadilar. Iqtisodiyot va biznes o'rtasida ham farqlar mavjud. Iqtisodiyot- bu odamlar o'rtasidagi munosabatlarning rivojlanish qonuniyatlarini aks ettiruvchi ishlab chiqarish makro- va mikrosferalarini, faoliyat almashinuvi va mahsulot iste'molini qamrab oladigan kengroq tushuncha. Biznes - muayyan tarixiy sharoitda va ma'lum qonun hujjatlari asosida juda aniq sub'ektlar, shu jumladan individual va guruhli raqobatning turli shakllari o'rtasida rivojlanayotgan munosabatlarning o'ziga xos xususiyati. Biznes (inglizcha biznes - "biznes", "korxona") - foyda olishga qaratilgan faoliyat; daromad yoki boshqa shaxsiy foyda keltiradigan har qanday faoliyat.

Sivilizatsiyaning rivojlanishi har doim u yoki bu darajada biznes bilan bog'liq bo'lgan. Ma'muriy-buyruqbozlik iqtisodiyoti sharoitida mamlakatlarda biznes odatda kapitalistik dunyodagi odamlar faoliyati deb qaraganyu.Bunda odamlar o'rtasidagi munosabatlar pul fetishizmi bilan qoplangan va faqat foyda asosiga qurilgan, pul ularning ongi, vijdoni va or-nomusini boshqaradi degan g'oya doim igari surilan. Tabiiyki, bu sotsialistik mamlakatlar fuqarolarining ongida, ularning biznesga salbiy baho berishida aks etgan. Iqtisodiy va huquqiy qonunchilik tadbirkorlik faoliyatini taqiqlab qo'ydi va bu turdagi faoliyatni jinoiy javobgarlikka tortishgacha olib bordi.

Bugungi kunda biznes g'oyasi, ba'zi odamlar (ayniqsa, katta avlod) ongida yaxshi o'rnashgan, har qanday yo'l bilan (ruxsat etilgan yoki ruxsat etilmagan) foyda (foyda, daromad) olish istagi sifatida namoyon bo'ladi. Aynan daromad har qanday biznesning bevosita maqsadi xisobanadi. Ammo biznesmen ishni yaxshi biladiki daromad faqat o'z mijozlari (xaridorlari) ehtiyojlarini

qondirish, kerakli tovarlar, ishlar va xizmatlarni ishlab chiqarish orqali olinishi mumkin.

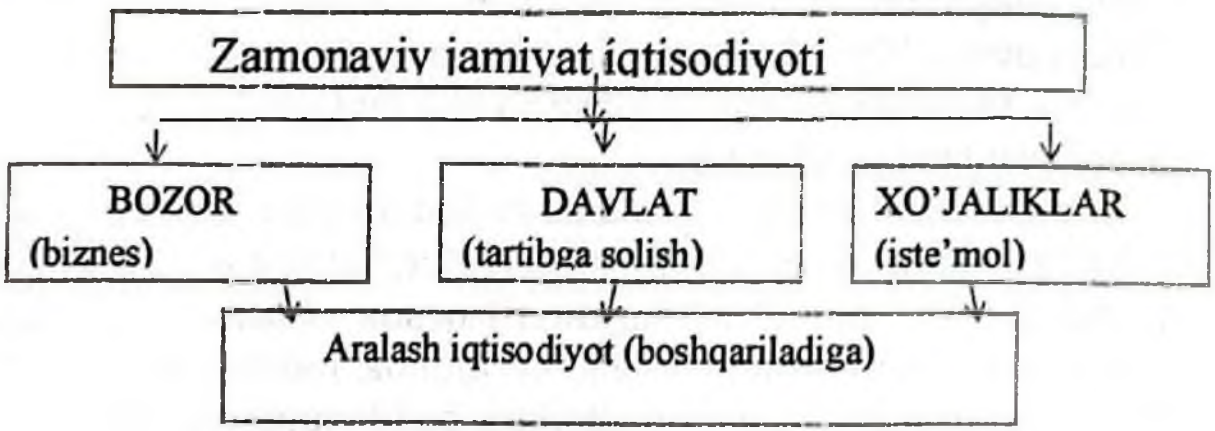
Biznesning dastabki va eng oddiy ta'rifini bu so'zning kelib chiqishiga qarab berish mumkin. Biznes ish bo'lgani uchun tarixan "ish bo'lgani uchun" "biznes" bilan bir xil bo'lgan. Iqtisodiyotda "biznes" u yoki bu tarzda tovarlar (tovarlar, ishlar va xizmatlar) ishlab chiqarish va uning iste'mol sohasiga o'tishi bilan bog'liq. Qayta ishlab chiqarish jarayoni iqtisodiy hayotning ishlab chiqarish, taqsimlash, ayirboshlash va iste'mol sohasidagi ko'plab epizodlari bilan tavsiflanadi.

Biroq, biznes zamonaviy ma'noda kengroq talqinga ega, ya'ni bu nafaqat biznesning o'zi, balki odamlar, biznes ishtirokchilari o'rtasidagi ish munosabatlaridir. Biznesda ishtirok etadigan odamlar - bu ishbilarmonlar. Ishbilarmonlik munosabatlari - bu ijtimoiy hodisaning yana bir ifodasi bo'lib, uni odatda ishlab chiqarish munosabatlari deb atashadi. Ishlab chiqarish munosabatlarining har qanday sub'ektining faoliyati, birinchi qarashda, uning shaxsiy "biznesi" dir, lekin aslida u o'zaro faoliyat va faoliyat natijalari almashinuvining ijtimoiy jarayonida ishtirok etadi. "Ishlar" almashinuvi, ishbilarmonlik aloqasi (bitim) - bu ijtimoiy ishlab chiqarishning har qanday shaklida mavjud bo'lgan o'zaro faoliyat almashinuvining namoyon bo'lishi.

Biznes tushunchasi bu hodisaning tor va keng ma'nosida ko'rib chiqiladi. Tor ma'noda, biznes bozor iqtisodiyoti sharoitlari, uning sub'ektlarining harakatlari bilan bog'liq. Keng ma'noda, biznes insoniyat jamiyatiga xos bo'lgan hodisadir.

Bozor iqtisodiyoti - bu iqtisodiy qarorlarning katta qismi bozorlar tomonidan berilgan ma'lumotlarga asoslangan holda qabul qilinadigan iqtisodiyot. Bozor iqtisodiyotini rejalashtirilgan iqtisodiyotdan ajratish kerak, bunda eng muhim qarorlar umumiy miqdoriy ko'rsatkichlarning markazlashtirilgan tarzda o'rnatilishi natijasida qabul qilinadi. Bozor iqtisodiyotining afzalligi shundaki, bozorlarda paydo bo'ladigan narxlar turli tovarlar va xizmatlarga bo'lgan talab va ularni ishlab chiqarish va etkazib berish xarajatlari to'g'risida ma'lumot beradi. Narxlar, shuningdek, rentabellikni kengaytirish va rentabel bo'lmagan faoliyatni kamaytirishga turtki beradi. Sof bozor iqtisodiyotining

kamchiliklari shundaki, tashqi omillar hisobga olinmaydi, monopoliyalar mavjudligi tufayli bozor deformatsiyalanishi mumkin va daromadlarning taqsimlanishi ijtimoiy jihatdan nomaqbul bo'lishi mumkin. Amalda ko'pchilik mamlakatlar iqtisodiyoti bozorni o'zini o'zi boshqarish va davlat rejalashtirish elementlarini har xil usulda birlashtiradi (1-rasm).



1 –rasm Iqtisodiy o'zgarish

Bozor iqtisodiyoti - bu erkin tadbirkorlik tamoyillariga, ishlab chiqarish vositalariga turli xil mulkchilik shakllariga, bozor bahosiga, xo'jalik yurituvchi sub'ektlar o'rtasidagi shartnomaviy munosabatlarga va davlatning iqtisodiy faoliyatga cheklangan aralashuviga asoslangan iqtisodiyot.

Bozor - bu real va potentsial xaridor va sotuvchilarning manfaatlari va harakatlarining yig'indisi, shuningdek, ularning manfaatlari va harakatlarining holatini va o'zgarishini tavsiflovchi shartlar yig'indisi. Bozor - bu odamlar, korxonalar, davlatlar o'rtasidagi iqtisodiy munosabatlar tizimi bo'lib, unga ko'ra dunyodagi hamma narsa majburiy amalga oshirilmasdan, balki to'lov qoidalariga rioya qilingan holda sotib olinadi va sotiladi. Keng, universal va global talqinda "bozor" tushunchasi bozor iqtisodiyotini, ya'ni erkin bozorlar faoliyat ko'rsatadigan va iqtisodiy munosabatlar bozor tamoyillariga asoslangan iqtisodiyotni anglatadi.

Biznesning mohiyati quyidagi umumiy xususiyatlar bilan tavsiflanadi: - xo'jalik yurituvchi sub'ektlar o'rtasidagi faoliyat almashinuvi;

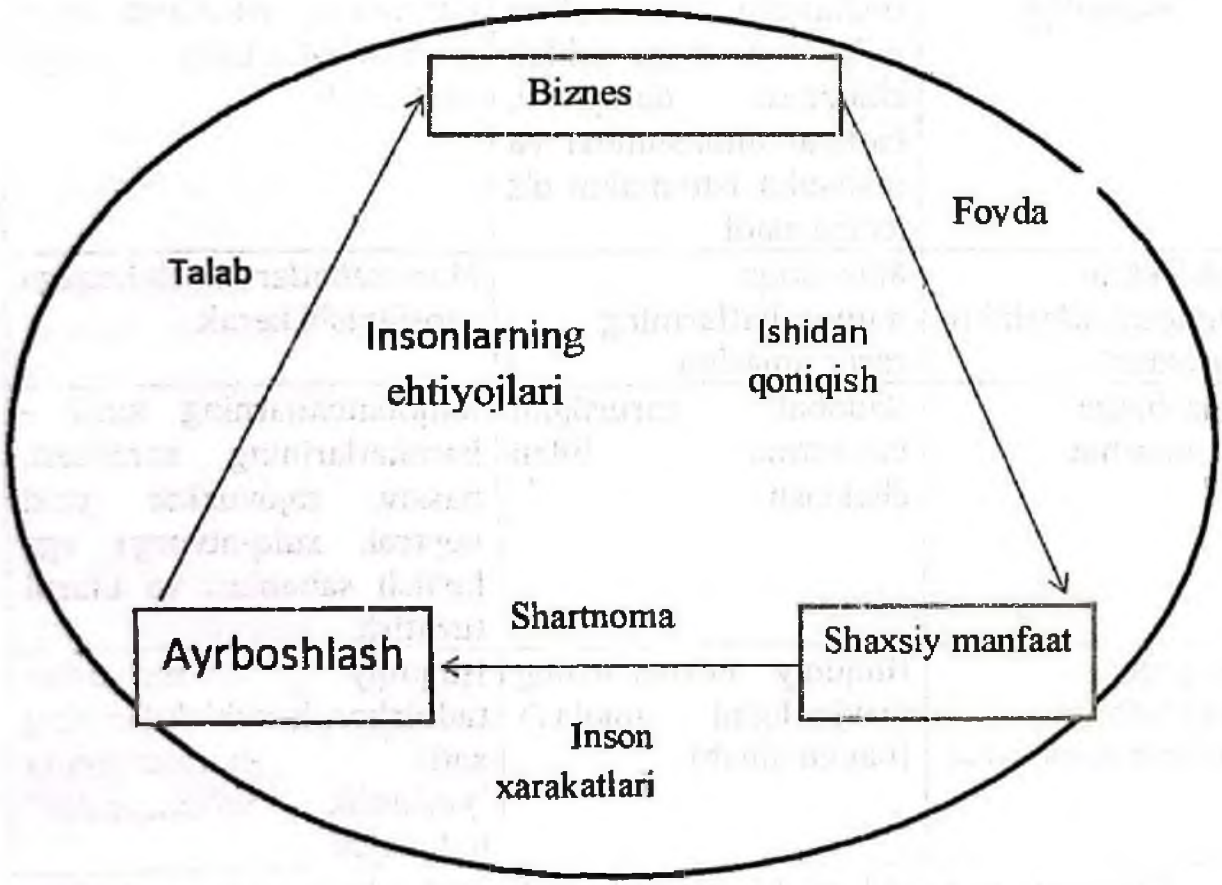
- kontragentlarining manfaatlari qondirilishidan qat'i nazar, uning manfaatlarini amalga oshirish;

- ishbilarmonlik aloqasi (bitim) jarayonida ularning manfaatlarini yuklash; - yanada qulay shartlarda bitim tuzish uchun tavakkalchilik;

- katta foyda olish uchun ishbilarmonlik muloqotining turli usullaridan foydalanish;

- tanlangan ishbilarmonlik texnikasini keyinchalik o'tkazish uchun qulay pozitsiyani ta'minlash;

- faoliyatning ustuvor yo'nalishlarini aniqlash va ularni biznesni o'rganish mantig'iga bo'ysundirish istagi (2 -rasm).



2-rasm. Bozorning ichki mohiyati

Bozor iqtisodiyoti sharoitida biznesning umumiy xususiyatlari zamonaviy sharoitda iqtisodiy boshqaruv xususiyatlarini aks ettiruvchi yangi xarakterli belgilarga ega bo'ladi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida biznes tovar-pul munosabatlarining evolyutsiyasi tufayli to'liq rivojlanadi. "Biznes"

so‘zi jamiyatning kapitalizmga o‘tish davrida ilmiy va kundalik foydalanishga kirdi va bozor iqtisodiyotining rivojlanishi bilan boyidi. Bizning kengaytirilgan tushunchamizga ko‘ra, hatto ibtidoiy tuzumda ham yopiq iqtisodiy jamoalar (klanlar, qabilalar va boshqalar) doirasida va ular o‘rtasida barter operatsiyalari (tovar - tovarlar) va turli xil tovarlar yordamida bitimlar mavjud bo‘lgan. Ekvivalenti roli (1 -jadval).

1–jadval. Biznes va iqtisodiyot o‘rtasidagi farqlar

Ko‘rsatkich	Iqtisodiyot	Biznes
Tushunchaning kengligi	Ko‘roq umumiy tushuncha, bu makro, mikro va mega ishlab chiqarish darajasini, faoliyat almashinuvi va mahsulot iste’molini o‘z ichiga oladi	Muayyan sub’ektlar o‘rtasidagi rivojlanayotgan munosabatlarning o‘ziga xos tavsifi
Sub’ektlar munosabatlarining xarakteri	Musoboqa munosabatlarining zarur emasligi	Munosabatlar musoboqaga asoslanishi kerak
Raqobatga munosabat	Raqobat zarurligini ko‘rsatma bilan cheklash	Raqobatchilarning xatti - harakatlarining xarakteri: passiv, tajovuzkor yoki neytral, xulq-atvorga ega bo‘lish sabablari va ularni tuzatish
Huquqiy me’yorlarga bo‘lgan munosabat	Huquqiy normalarning mavjudligini aniqlash (bayon qilish)	Huquqiy me’yorlar tadbirkorlik sub’ektlarining xatti -harakatlarida "yerkinlik yo‘lakchasini" belgilaydi

Biznesning boshlanishini qullik va feodal ishlab chiqarishning tubida topish oson: qazib olish uchun urushlar, qul savdosi, serflar savdosi, feodal ijara mahsulotlari va boshqalar:

1) biznes tashqi iqtisodiy faoliyatda mavjud bo‘lgan;

2) maxsus ijtimoiy guruh sifatida ishbilarmonlar bo‘lmagan, lekin vaqti -vaqti bilan ba’zi tashabbuskor tadbirkorlar paydo bo‘lgan;

3) tijorat bilan shug'ullanadigan odamlar farovonlik bilan ajralib turishgan, lekin boshqalarga nisbatan ular noqonuniy harakat qilishgan va vijdonsiz yashashgan.

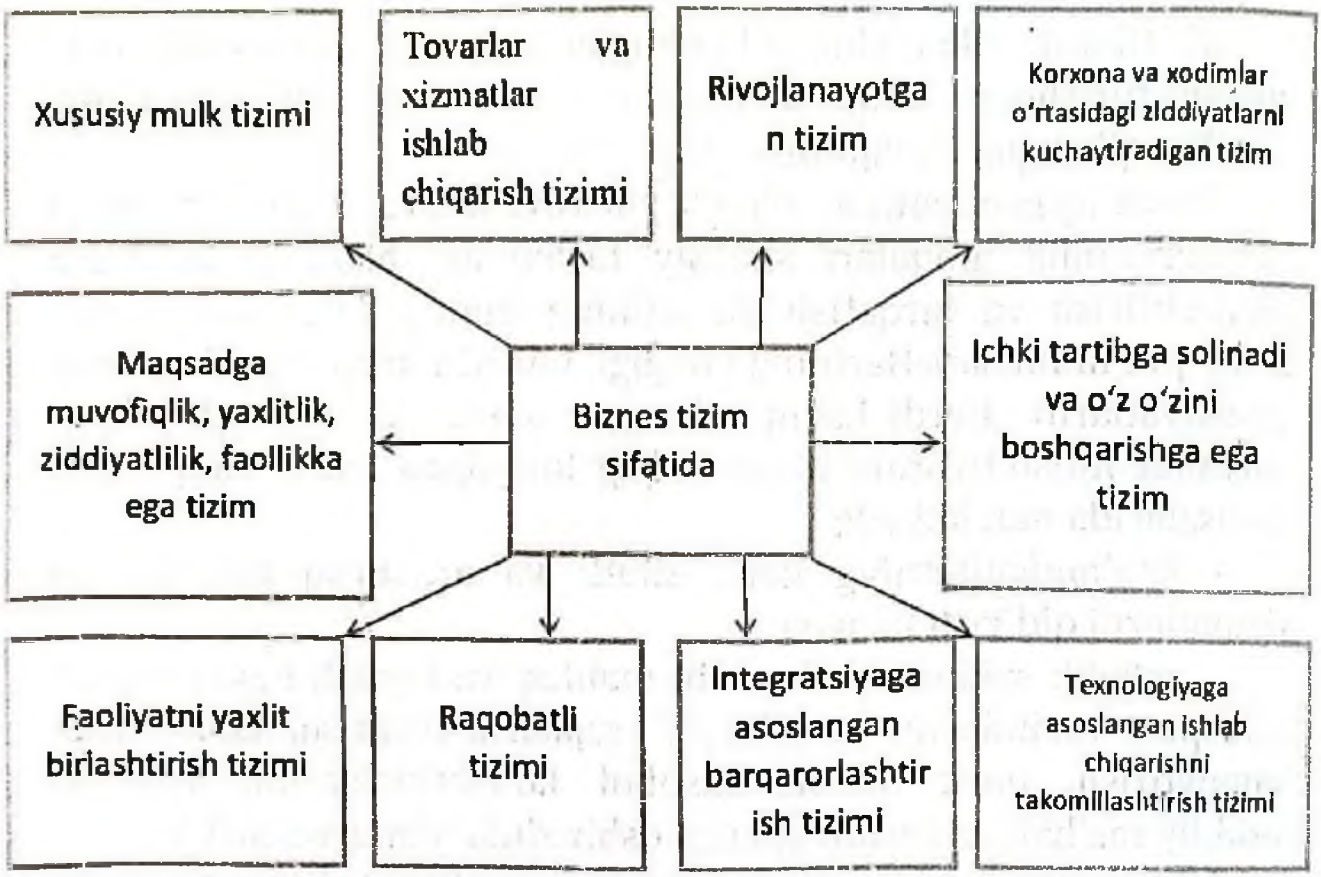
Sovet iqtisodiyotida xo'jalik yurituvchi sub'ektlar o'rtasidagi ishbilarmonlik aloqalari shaxsiy tashabbus bilan emas, balki rejalashtirish va tarqatish davlatining irodasi bilan aniqlangan tovar-pul munosabatlarining yo'qligi, tabiiyki, biznesga o'ziga xos xususiyatlarni berdi. Lekin shunga qaramay, rejalashtirilgan taqsimot iqtisodiyotida biznes keng tarqalgan edi. U aniq hayot hodisalarida mavjud edi:

- iste'molchilarning kam, sifatli va arzonroq tovarlar va xizmatlarni qidirish biznesi;
- xo'jalik rahbarlarining ishi mablag 'va foydali buyurtmalar, transport vositalarini "taqillatish", rejalarni tuzatish, kamomadni kamaytirish, pora berish, hisobot ko'rsatkichlarini, ayniqsa, moddiy rag'batlantirishni amalga oshirishda namoyon bo'ldi..

Menejerlar asosan o'z mahsulotlarini etkazib beruvchilar va iste'molchilar bilan foydali aloqalar natijasida emas, balki foyda olish maqsadiga erishish natijasida daromad olishgan. "Olingan foyda" rahbarlar uchun asosiy ko'rsatkichlardan biri edi.

1.2. Biznes jamiyat rivojlanishning tizimi sifatida

Biznesni turli xil ijtimoiy ehtiyojlarni qondirishga qaratilgan ishlab chiqarish tizimi deb ta'riflash mumkin. Gap shundaki, har bir bitim uning barcha ishtirokchilari tomonidan muvaffaqiyatli bajarilishiga bo'lgan qiziqishni aks ettiradi. Bitimning bevosita ishtirokchilaridan tashqari, davlat (tegishli davlat tuzilmalari vakili) ham uning muvaffaqiyatli bajarilishidan manfaatdor, chunki u umumiy iqtisodiy manfaatni - umuman iqtisodiyotning eng samarali ishlashini ifoda etadi. Ishbilarmonlik (ishbilarmonlik aloqalari) - bu barcha ishbilarmonlarni qamrab oladigan va ularning faoliyatini yaxlit bir butunga birlashtiradigan tizim (3 -rasm).



3-rasm. Biznes ijtimoiy rivojlanish tizimi sifatida

Maqsadga muvofiqlik shuni anglatadiki, korxona o'z tarkibidagi har qanday elementni ushbu elementlarni birlashtiruvchi printsipga oqilona e'tibor beradi - daromad olish, foyda olish. Biznesning eng yuqori maqsadlari odatda erkin raqobat qonunining talablaridan kelib chiqadi. Yuqori maqsadlar, o'z navbatida, birinchisini olish vositasi sifatida harakat qiladigan aniq maqsadlarga bo'linadi.

Butunlik biznesning barcha sohalari, tarmoqlari, hududlari va elementlariga uning oliy maqsadi - foydani ko'paytirish uchun zarur bo'lgan darajada kirib borishini anglatadi. Boshqacha qilib aytganda, biznes ushbu sharoitda hayotiy zarur bo'lgan sohalarga erkin kirib borishi kerak. Taqiq va cheklovlar oqilona darajada saqlanishi kerak. Biznesni atrof -muhit va menejment, marketing, moliyaviy tizim, huquq va boshqalarni o'z ichiga olgan asosiy elementlarsiz tasavvur qilib bo'lmaydi.

Mos kelmaslik biznes qarama -qarshiliklardan iborat bo'lishi kerakligini anglatadi, chunki ular har qanday rivojlanish manbai

xisoblanadi. Biznesda ko'plab qarama -qarshiliklar mavjud: ishbilarmonlar va xodimlar, iste'molchilar va ishlab chiqaruvchilar, ishbilarmonlar va kasaba uyushmalari yoki davlat organlari o'rtasida. Oddiy sharoitda bu qarama -qarshiliklarning barchasi biznesni rivojlantirish, uning yaxlitligini mustahkamlash va mustahkamlash manbalari bo'lib xizmat qiladi. Biroq, jamoatchilikning oqilona nazoratidan chiqib ketadigan ziddiyatli vaziyatlarda, tarixiy dramaga to'la voqealar mumkin va ma'lum bo'ladi, bu nafaqat kuchaytiradi, balki, aksincha, biznes tizimini ancha zaiflashtiradi. Bu ijtimoiy va siyosiy to'ntarishlar, fuqarolar urushlari va boshqalar bo'lishi mumkin. Ular ba'zida biznesning muhim asoslari: xususiy mulk, raqobat va fuqaroning iqtisodiy erkinligini butunlay yo'qotishiga olib keladi.

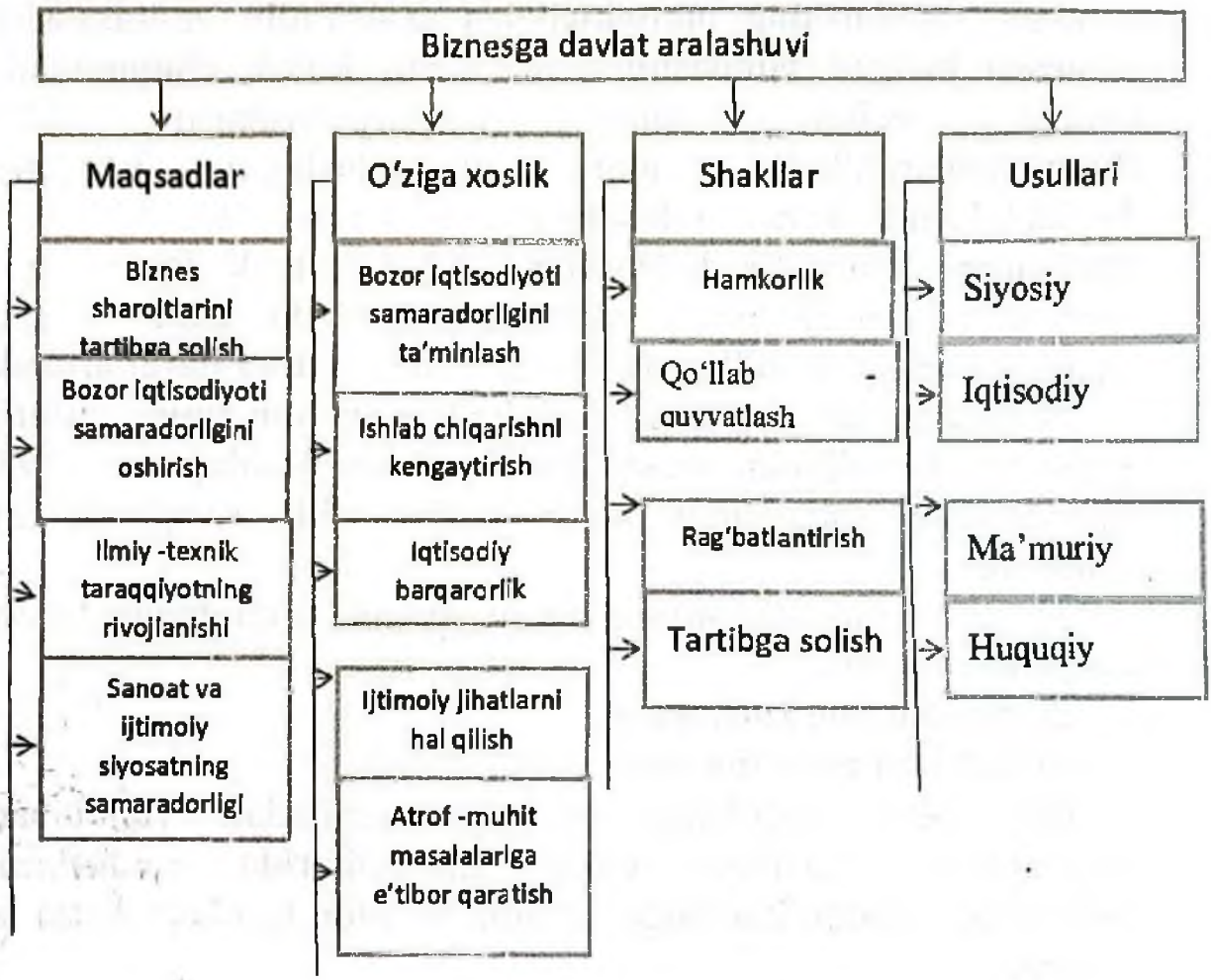
Faoliyat shuni anglatadiki, biznes - bu ijtimoiy hodisa, ijtimoiy tizimlar, odamlar faoliyati bilan chambarchas bog'liq. Ishbilarmonlarning har biri o'z biznesini erkin va qonuniy asosda tanlashi kerak, boshqa odamlarga noqonuniy zarar etkazmasdan, o'z biznesini rivojlantirishga to'sqinlik qilmasdan. Ishbilarmonlarning oqilona faolligi, odatda, shaxslar va jamiyatning boyligi, mamlakat, respublika yalpi milliy mahsulotining hajmi, fuqarolarning turmush darajasi, ma'lum bir mamlakatning unda yashash uchun jozibadorligi bilan bog'liq.

Zamonaviy biznes - bu maqsadga muvofiqlik, yaxlitlik, qarama -qarshilik va faoliyatning zarur xususiyatlariga ega bo'lgan tizim emas. Biznes-bu ichki tartibga solingan yoki o'zini o'zi tartibga soluvchi tizim. Ishbilarmonlar nafaqat bir -birlari bilan erkin raqobat qilmasdan, balki ularning bozorga xos xatti - harakatlarining ayrim jihatlarini muvofiqlashtirishdan manfaatdor. Zamonaviy yuqori darajada rivojlangan ishlab chiqarish, biznesdagi ba'zi noto'g'ri harakatlar tufayli halokatli oqibatlarga olib kelishi mumkin. Hatto o'rtaga korxonaning bankrotligi, yuzlab ishchilarning ishdan bo'shatilishi, millionlab kapitalining yo'qolishi, shartnoma bo'yicha sheriklik majburiyatlarining bajarilmasligi, tegishli tarmoqlarning yopilishi va hk.

G'arb dunyosi bundan ancha oldin, 1929-1933 yillardagi iqtisodiy inqiroz bo'lgan eng kuchli saboqni boshidan

kechirgan. O'shanda G'arb mamlakatlaridagi iqtisodiy zarbalar shunchalik kuchli ediki, ishsizlik va inflyatsiya biznesni tizim sifatida saqlashning maqsadga muvofiqligi va saqlanishini shubha ostiga qo'ydi. Bu, boshqa omillar bilan birgalikda, oxir -oqibat, milliy sotsializmga, umumiy markazga, sobiq SSSRda markazlashtirilgan rejalashtirishga va G'arb bozor qadriyatlarini tanqid qilishga olib keldi. Shu bilan birga, ko'plab G'arb olimlari biznesni cheklamaslik, balki tartibga solish kerak, degan xulosaga kelishdi, bu unga ijtimoiy qimmatli hodisa deb hisoblangan hamma narsani amalga oshirishga yordam berdi (4 -rasm).

Davlat institutlari (organlar, qo'mitalar, parlament komissiyalari) rivojlangan davlatlarda ishbilarmonlar va ishchilar o'rtasidagi ziddiyatlarni kuchaytirishda hakamlik vazifasini o'taydilar. Biznesda o'yin qoidalari iqtisodiyot monopoliyasiga, tadbirkorlar, davlat sektori korxonalari va xodimlar tomonidan adolatsiz raqobatga qarshi kurashishga qaratilgan. Boshqa tomondan, o'z biznes manfaatlarini yuklashga urinayotgan firmalarga qarshilik ko'rsatiladi, bu esa umuman sanoat yoki umuman iqtisodiyotdagi biznes ko'rsatkichlarini pasaytiradi. Xuddi shu tarzda, aholining ishsiz qismi va kasaba uyushmalariga qarshilik ko'rsatiladi, ular o'zlarining ijtimoiy uyushtirilgan harakatlari (ish tashlashlar, partiyalar, mitinglar va boshqalar) orqali firmalar va davlat organlari tomonidan qarorlarni qabul qilishni keskin kamaytiradi. milliy iqtisodiyotning samaradorligini asaytiradi.



4-rasm. Tadbirkorlik faoliyatini davlat tomonidan tartibga solish

Bundan tashqari, tadbirkorlik rivojlanayotgan hodisadir, chunki u foyda yo'nalishi bilan bog'liq. Va foyda, qoida tariqasida, tovar va xizmatlarga bo'lgan talab qondirilmagan va natijada ishlab chiqarishning yangi professional sohalarini rivojlantirishga turtki bo'lgan joyda olinishi mumkin. Natijada, korxonalar o'z daromadlarini an'anaviy sohalarga qaraganda yuqori bo'lgan joylarga to'kib, yoshartiradilar.

Mamlakat iqtisodiy rivojlanishining ma'lum bir bosqichida u yoki bu biznes omili dolzarb bo'lib qoladi. Mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirish uchun ishlab chiqarishni yangi texnologiyalar asosida takomillashtirish, tovarlarni sotish va ishlab chiqarishni ko'kalamzorlashtirish sohasining samaradorligini oshirish muhim ahamiyat kasb etmoqda. Hozirgi vaqtda iqtisodiy rivojlanishning

ustuvor omillarining umumiyligiga asoslanib, mutaxassislar biznesga bo'lgan yondashuvlarini qayta ko'rib chiqmoqdalar, buning uchun yangi kontseptsiyalarni ishlab chiqmoqdalar. Albatta, ular samaradorligini isbotlagan dastlabkilarini ham o'zlashtiradi. Bu biznes nazariyasi va amaliyotini kengaytiradi. Masalan, AQSH, Buyuk Britaniya va Germaniyada hozir bo'sh vaqtning ko'payishi, ichki strategik rejalashtirish kabi omillarga birinchi o'ringa e'tibor qaratilmoqda.

Biznesning asosi xususiy mulk bo'lgani uchun, uning turlariga qarab, tadbirkorlikning asosiy shakllari ham ajralib turadi. 1980 - yillarda. Ko'p sabablarga ko'ra tadbirkorlik rivojlandi, shu jumladan:

1) jahon iqtisodiyotining ilmiy -texnik inqilobning keyingi bosqichiga kirishi;

2) raqobatning kuchayishi;

3) kadrlarning ta'lim darajasini oshirish.

Bir qator mamlakatlarda, shu jumladan Yaponiyada, tarmoqlararo tartibga solish tamoyillarida sektorlararo kapitalning chiqib ketishiga to'siqlarni olib tashlash katta rol o'ynadi.

O'tgan asrning 80 -yillarida intraprenurizm tushunchasi o'ziga xos firma ichidagi tadbirkorlik sifatida paydo bo'ldi. Intrapreneurs - bu innovatsion g'oyalarini amalga oshirgan va o'z kompaniyasiga katta daromad keltirgan innovatorlar. Intrapreneurshipning asosiy xususiyatlari:

1) yuqori darajadagi innovatsion yo'nalish;

2) raqobatbardosh mahsulotlarni chiqarish;

3) ilg'or boshqaruv tamoyillarini qo'llash;

4) innovatsiyalarni rag'batlantirish.

Infratuzilma biznes uchun qulay muhitni yaratishga yordam beradi: xususan tadbirkorlar uyushmasi, maslahat va axborot markazlari.

Qulay ishbilarmonlik muhitini yaratishga quyidagi omillar ta'sir qiladi:

1) tadbirkorlikni qo'llab -quvvatlashga qaratilgan davlat va ijtimoiy siyosatning barqarorligi;

2) yangi korxonalar ochish yoki mavjud korxonalar o'sishini rag'batlantiruvchi imtiyozli soliq rejimi;

3) tadbirkorlik sektoriga moliyaviy resurslarning kirib kelishiga ko'maklashish choralari;

4) davlat va xususiy biznes tomonidan moliyalashtiriladigan innovatsion va amaliy markazlarni yaratish;

5) menejment, marketing, reklama bo'yicha maslahat markazlarini, tadbirkorlarni tayyorlash kurslari va maktablarini tashkil etish;

6) intellektual mulkni, innovatsion g'oyalarni, nou-xauni himoya qilish samarali tizimining mavjudligi;

7) davlat organlari tomonidan iqtisodiy faoliyatni tartibga solish tartibini soddalashtirish (hisobot shakllarini qisqartirish, kompaniyalarni ro'yxatdan o'tkazish qoidalarini soddalashtirish);

8) ishchi kuchining sifatini oshirish (ta'lim, malaka);

9) axborot texnologiyalari, aloqa vositalari bilan ta'minlash;

10) muvaffaqiyatga erishish, shaxsiy va guruh mas'uliyati kabi ijtimoiy-psixologik ko'rsatmalarni tarqatish.

Ishbilarmonlik rivojlanishiga quyidagi omillar salbiy ta'sir ko'rsatmoqda:

1) yuqori soliq stavkalari;

2) subsidiyalarning va investitsiya xajmlarining etarli darajada yuqori emasligi;

3) jamg'arish me'yorining pastligi;

4) inflyatsiya;

5) davlat tomonidan tartibga solishning haddan tashqari kattaligi;

6) ta'lim darajasining pastligi;

7) xususiy sektorga nisbatan g'arazlilik;

8) davlat apparatini saqlash uchun yuqori xarajatlar;

9) xizmat ko'rsatish sohasi ulushining oshishi;

10) axloqiy qadriyatlarning o'zgarishi;

11) ruhiy g'aroyiblik.

1.3. Bozor iqtisodiyotida biznes

"Bozor iqtisodiyoti" atamasi yaqinda iqtisodiyotni davlat tasarrufidan chiqarish, xususiy mulkning turli shakllarini rivojlantirish va bozor munosabatlariga ega bo'lgan iqtisodiy mexanizmni yaratish bo'yicha tub iqtisodiy islohotlar natijasida vujudga kelishi mumkin bo'lgan iqtisodiy modelni tavsiflash uchun faol ishlatilmoqda. . Bozor - bu odamlar o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik shakli bo'lib, o'zaro sotib olish va sotishdan iborat. Bozor - bu bozor iqtisodiyotining elementlaridan biri, u tovarlarni ishlab chiqarish, ularni taqsimlash va iste'mol qilishni o'z ichiga oladi. Rivojlangan bozorning birinchi belgisi - taklifning talabdan oshib ketishi. Zamonaviy bozor - bu xaridor bozori. Belgilangan narxlardagi bunday bozor xaridorning "diktati" ustuvor mavqeini beradi. Buning aksi sotuvchi bozori bo'lib, u belgilangan narxdagi mahsulotga talabning oshib ketishi bilan tavsiflanadi. Bozorning ikkinchi belgisi - uning raqobatbardoshligi. Tadbirkorlar o'rtasidagi raqobatning muqarrarligi xaridorlarning sotuvchilardan ustunligi bilan bog'liq. Iste'molchilar ham bir -biri bilan raqobatlashadi, lekin xaridor bozori mamlakatida ular o'rtasida raqobat ustunlik qilmaydi. Zamonaviy bozorning uchinchi belgisi - sub'ektlar o'rtasidagi munosabatlarning integratsiya asosida barqarorlashuvi.

Bozor ko'p tarmoqli ta'limni ifodalaydi. Bozor sektori uning qismlari bo'lib, ular bir -biridan ishbilarmonlik munosabatlarining xususiyatlariga ko'ra farq qiladi. Sohalar bilan bir qatorda bozor segmentlari ham ajralib turadi. Bozor segmenti - bu iste'molchilar kutish mezoniga muvofiq shakllangan bozorning bir qismi. Va nihoyat, "bozor joyi" tushunchasi - bu tadbirkorlar tomonidan etarlicha o'zlashtirilmagan bozor segmenti. Bozor joylarini topish va amalda to'ldirish - bu bozorda o'z mavqeini mustahkamlashga intilayotgan raqobatchilarning asosiy vazifasi.

Bozorning mustahkam tuzilishi - tarmoq, milliy, jahon bozor iqtisodiyotining iqtisodiy jihatdan ajratilgan sub'ektlaridan shakllanadi. Bozor doimiy ravishda katta va kichik firmalarning nisbatlarini qutblab turadi, raqobat kurashi olib boriladi, buning

natijasida ba'zi firmalar bankrot bo'ladi, boshqalari bankrot raqobatchilar yoki kontragentlarni shakllantiradi yoki o'zlashtiradi. Natijada bozorning korporativ tuzilishi o'zgaradi va har bir kompaniya bozor ulushiga qarab, unda ma'lum bir o'rinni egallashga intiladi. Zamonaviy sharoitda yirik firmalarda boshqaruvni markazsizlashtirish ularning tarkibida bozorda iqtisodiy va ko'pincha yuridik mustaqillikka ega bo'lgan, lekin mustaqil ravishda mustaqil iqtisodiy sub'ektlar sifatida faoliyat yuritadigan ko'plab bo'linmalar paydo bo'lishiga olib keladi. ota - ona (ota -ona) firmasining umumiy global siyosatiga muvofiq. Shu munosabat bilan shuni yodda tutish kerakki, har qanday mamlakatda zamonaviy bozorning tuzilishini iqtisodiyotning barqaror pozitsiyasini saqlaydigan va jahon bozorida mahsulotlarning yuqori raqobatbardoshligini ta'minlaydigan yirik firmalar belgilaydi.

Biznes - bu bozor amaliyotida ishlab chiqilgan aniq faoliyatning shakllari va usullaridan foydalangan holda bozorning iqtisodiy sub'ektlari o'rtasida tovarlar va xizmatlar almashish bo'yicha bozorda bitimlar tuzish bilan bog'liq muammolarni hal qilishga qaratilgan biznes, tadbirkorlik faoliyati.

Biznes turli sohalardagi faoliyat natijalaridan daromad (foyda) olish maqsadida amalga oshiriladi - ishlab chiqarish, tovarlar va xizmatlar savdosi, bank va sug'urta, transport, ijara va boshqa ko'plab operatsiyalarini aytish mumkin.

Biznes sub'ektlari bozorda o'z harakatlarida erkin bo'lgan kapitalning yagona egalari bo'lishi mumkin - jismoniy shaxslar, shuningdek yuridik shaxs sifatida faoliyat yurituvchi firma kapitalining birgalikdagi egalari. Biznes faoliyati uchun bankdan kredit olgan yoki kapital qarz oluvchilari ham tadbirkorlik sub'ekti sifatida harakat qilishlari mumkin. Biznes sub'ekti muomalada bo'lgan kapitalga ega bo'lishi muhim ahamiyatga ega. Bunday kapital pul ko'rinishida muomalaga kirishi shart emas, u tovar shaklida ham, xizmatlar ko'rinishida ham taqdim etilishi mumkin. Vaqti-vaqti bilan tovar yoki pul ko'rinishida tijorat bitimlarini tuzadigan tadbirkor bo'lmagan tashkilotlar va muassasalar ham biznes sub'ektlari bo'lishi mumkin.

Barcha xo'jalik yurituvchi sub'ektlar o'z faoliyati natijalari uchun shaxs yoki firmaning huquqiy maqomiga muvofiq (o'z kapitali va shaxsiy mulki yoki faqat kapital) o'z mamlakati qonunchiligiga muvofiq javobgar bo'ladilar. Biznes har doim tovarlar yoki xizmatlar almashinuvida tijorat bitimlarining yakuniy tuzilishini nazarda tutadi, buning natijasida foyda yoki zarar bo'lishi mumkin.

O'zbekistonda "tadbirkorlik" tushunchasi hatto qonun hujjatlarida ham keng tarqalgan, garchi ko'p hollarda u har doim ham bizning iqtisodiyotimizdagi harakatlarning mohiyatini aks ettirmasa ham G'arbda bu ikki bosqich tushunchasi uzoq vaqtdan beri ajralib turadi. Biznes-bu tadbirkorlik faoliyatidan ko'ra kengroq tushuncha, chunki biznes har qanday faoliyat sohasida daromad (foyda) olishga qaratilgan bir martalik tijorat operatsiyalarining bajarilishini anglatadi.

Biznes sub'ekti biznesmen yoki savdogar deb ataladi. Amalda, barcha milliy huquq tizimlarida, daromad (foyda) olish maqsadida bitimlar tuzadigan, mustaqil ishbilarmon sifatida savdogarlar faoliyati uchun maxsus qoidalar mavjud. Savdogar maqomi, faoliyati quyidagi xususiyatlar bilan tavsiflangan shaxs uchun qonun bilan e'tirof etiladi: bitimlar tuzish va tadbirkorlik shaklidagi boshqa xo'jalik operatsiyalarini amalga oshirish; tadbirkorlik faoliyatini o'z nomidan, ya'ni bozor munosabatlarining mustaqil iqtisodiy sub'ekti sifatida amalga oshirish. Ham yakka tartibdagi tadbirkorlar, ham biznes uyushmalari tadbirkor sifatida harakat qilishadi. Yakka tartibdagi savdogarlar - korxona egasi sifatida yakka tartibdagi tadbirkor sifatida faoliyat yuritadigan shaxslar. Ularning faoliyati ko'lami, odatda, iqtisodiyotning katta kapital qo'yilmalari talab qilinmaydigan (kichik hajmdagi ishlab chiqarish va savdo, xizmat ko'rsatish, savdo vositachiligi) ayrim sohalarini qamrab oladi.

Uyushmalar (firmalar) har xil yuridik shakllarda faoliyat yuritadi va yuridik shaxs sifatida harakat qiladi. Savdogarlar biznesni professional tarzda olib boradilar, ma'lum faoliyat turlariga ixtisoslashgan: tovarlar va qimmatli qog'ozlarni sotib olish va sotish, sug'urta, transport, bank, savdo va vositachilik va boshqa operatsiyalar. Tadbirkorlar qatoriga kichik sanoat

korxonalari, qishloq xo'jaligi va o'rmon xo'jaligi korxonalari egalari ham kiradi. Shaxsni savdogar maqomi sifatida tan olishning sharti - bu uning iqtisodiy faoliyat doirasidan qat'i nazar, iqtisodiy muomalada bo'lgan, ishlab chiqarish, qishloq xo'jaligi, transport, bank va boshqalarda mustaqil biznesmen sifatida faoiyat yuritishi.

Qonunchilik odatda savdogarlar uchun ularning faoliyatining tashkiliy -huquqiy shartlari bilan bog'liq bir qator majburiyatlarni belgilaydi:

- savdo ryestrida ro'yxatga olish shaklidagi ma'lumotlarni e'lon qilish;
- belgilangan soliq to'langan holda tadbirkorlik faoliyatini yuritish uchun ruxsatnoma (patent, litsenziya, franchayzing) olish;
- savdo (buxgalteriya) kitoblarini yuritish;
- o'zining bankdagi hisob raqaminini ochish;
- ma'lum bir kompaniya nomi bilan xo'jalik yuritish.

Ko'pgina mamlakatlar qonunchiligida tijorat bitimlarining keng talqin qilinishi tufayli savdogarning faoliyat sohasi ham tovar aylanmasi, ham ishlab chiqarishga o'xshatishadi. Bu shuni anglatadiki, ular iqtisodiy munosabatlarning butun doirasini qamrab oladi:

- sanoat, qishloq xo'jaligi, qurilish, uy -joy kommunal, nashriyot, ko'ngilochar va boshqa korxonalarning ishlab chiqarish faoliyatidan kelib chiqadigan savdo bitimlar;
- savdo, bank va boshqa korxonalarning tovarlar va pul muomalasi bilan bog'liq bitimlar;
- transport, sug'urta, transport va ekspeditorlik kompaniyalarining bitimlari; tovarlar harakati bilan bog'liq sug'urta, saqlash va boshqa operatsiyalarni amalga oshiruvchi korxonalar;
- sanoat va tijorat faoliyatini har xil turdagi xizmatlar bilan ta'minlash bo'yicha bitimlar: muhandislik, ijara, konsalting va boshqalar.

Savdogarlar deb ataladigan, faoliyati asosan tijorat huquqining maxsus huquqiy rejimiga bo'ysunadigan tadbirkorlarning iqtisodiy aylanmasi ishtirokchilarini alohida toifaga tanlash quyidagi maqsadlarni ko'zda tutadi:

- savdogarlarni savdo registrlarida ro'yxatga olish qoidalariga rioya qilgan holda bozor faoliyatini ommaga e'lon qilish, bir vaqtning o'zida ularning bank, sanoat va tijorat sirlarini himoya qilish, iqtisodiy faoliyat natijalarini e'lon qilish (ommaviy hisobot);

- tadbirkorlik faoliyatida muhim rol o'ynaydigan iqtisodiy muomaladagi kredit munosabatlarini maxsus tartibga solish konsolidatsiyasi.

Biznesning asosini - ishlab chiqarish vositalariga xususiy mulkchilik tashkil etadi. Shaxsiy yoki yollanma mehnatga asoslangan klassik individual xususiy mulkdan, xususiy (nodavlat) mulkning boshqa zamonaviy shakllari asta-sekin rivojlandi:

- guruhiy;
- jamoaviy;
- kooperativ;
- ulush;
- aksiyadorlik.

Biznesning uchta asosiy komponentini ajratib ko'rsatish mumkin:

1) mahsulot ishlab chiqarish (tovarlar, ishlar, xizmatlar);
2) tijorat (savdo);
3) tijorat vositachiligi.

Ba'zida biznes faqat tijorat va vositachilikka aylanadi, ayniqsa O'zbekistonda. Buning sababi shundaki, endi bu sohalarda "pul ishlash" osonroq. Savdo va vositachilik bozor iqtisodiyoti va biznesining muhim tarkibiy qismlari hisoblanadi, lekin ishlab chiqarish iqtisodiy hayotning asosidir. Shu sababli, biznesning eng muhim tarkibiy qismi - ishlab chiqarishni iqtisodiy va ma'muriy tartibning barcha mavjud usullari rag'batlantirishi kerak.

1.4. Biznes faoliyatining ijtimoiy xarakteri

Korxonaning biznesi biznesning jamiyatdagi rolini eng barqaror shakli va tutgan o'rni misolida aniq ko'rsatish mumkin. Korxonaning (yoki firmaning - bu tushunchalar sinonim sifatida ishlatiladi) roli ko'p qirrali bo'lib, uning mohiyati ko'p funktsiyali. Ayrim iqtisodchilarning fikriga ko'ra, korxonaning

asosiy maqsadi - mulkdorlar (aktsiyadorlar) uchun daromad manbai bo'lib xizmat qilishda; boshqalar korxonaning mohiyati mahsulot ishlab chiqarishda, jamiyatning moddiy ehtiyojlarini qondirishda, deb hisoblaydilar. Boshqalar esa, korxona haqida gapirganda, uning ish bilan ta'minlash vazifasini tushiniladi. Integratsiyalashgan yondashuv tarafdorlari zamonaviy jamiyatda korxonaning bir qator qo'shimcha muhim funktsiyalarini qayd etishadi.

Xudbinlik va jamoat manfaatlari bir -biri bilan bog'liqligining birlamchi va ikkilamchi jixatlari mavjudyu Ular mutlaqo tengdir va bir vaqtning o'zida odamlar faoliyatida namoyon bo'ladi. Iqtisodiyot sub'ektlarining tadbirkorlik manfaatlari nafaqat ularning xudbin talablari orqali namoyon bo'ladi. Balki biznes sohasidagi odamlarning xulq -atvorining namayon bo'lish sabablaridan biri. Yana bir sabab - xuddi shu sub'ektlarning ijtimoiy da'volari.

Tadbirkorlik sohasidagi ommaviy da'volar ular o'rtasida doimiy faoliyat almashinuvi zarurati bilan bog'liq. Ijtimoiy mehnat taqsimotining rivojlanishi bilan mahsulot ishlab chiqaruvchilar va uning oxirgi iste'molchilarining manfaatlari bir -biriga to'g'ri kelmaydi, shuning uchun moddiy ishlab chiqarish jarayoni (va xizmat ko'rsatish sohasi). ishlab chiqaruvchining ehtiyojlariga bo'ysunmasdan, balki jamiyat boshqa a'zolari extiyojlariga bo'ysinishadi. Shu sababli, tadbirkorlik ijtimoiy foydali faoliyat uchun ham muhim ahamiyatga ega.

Odamlarning shaxsiy intilishlarini aks ettiruvchi xudbinlik rag'batlari bilan bir qatorda, ijtimoiy rag'batlantirishlar ham mavjud. Ularning keng ko'rinishida bo'lishi, boshqa xo'jalik yurituvchi sub'ektlar orasida talab qilinadigan mahsulot yoki xizmatlarni ishlab chiqarishga (intilishga) majburdirlar. Aslida, ular mehnat taqsimoti orqali bir -birlari uchun ishlaydilar.

Biznes - bu ziddiyatli hodisa. Bu odamlar o'rtasidagi qarama - qarshiliklarni namoyon qiladi, ularning har biri bitim tuzishda nafaqat o'z shaxsiy manfaatlarini, balki jamiyatning manfaatlarini ham himoya qiladi, chunki jamiyatdan tashqarida uning faoliyati ro'y bermaydi.

Ishbilarmonlik munosabatlarida ikkita qarama -qarshi tendentsiya mavjud:

1) raqobat;

2) iqtisodiyot sub'ektlari manfaatlarini bilish va o'zaro manfaatdorlikka asoslangan, xususiy biznesning har bir sub'ektini ijtimoiy foydali faoliyatning yagona oqimiga birlashtirish.

Ikkala tomon ham, xususiy va jamoatchilik, biznes munosabatlarining mohiyatini teng ravishda ifodalaydi. Ularning orasidagi munosabatlar iyerarxik emas (birinchi va ikkinchi darajali). Xususiy va jamoatchilik o'rtasidagi biznesda bo'ladigan qarama -qarshilikning echimi shundaki, tadbirkor o'zi uchun ishlashi faqat boshqalar uchun ishlaganda amalga oshadi, lekin u o'zini unutib, boshqalar uchun ishlay olmaydi.

Biznesni turli xil ijtimoiy ehtiyojlarni qondirishga qaratilgan ishlab chiqarish tizimi deb ta'riflash mumkin. Gap shundaki, har bir bitim uning barcha ishtirokchilari tomonidan muvaffaqiyatli bajarilishiga bo'lgan qiziqishni aks ettiradi. Bitimning bevosita ishtirokchilaridan tashqari, davlat (tegishli davlat tuzilmalari vakili) ham uning muvaffaqiyatli bajarilishidan manfaatdor, chunki u umumiy iqtisodiy manfaatni - umuman iqtisodiyotning eng samarali ishlashini ifoda etadi.

Shunday qilib, turli agentlar vakili bo'lgan jamiyat har bir biznesga o'z umidlarini bildiradi: korxona ularni qanchalik amalga oshirishi mumkin, shu darajada u o'z hayoti va rivojlanishini davom ettirishi mumkin. Boshqacha qilib aytganda, biznes (va natijada uni amalga oshiruvchi korxona va bu korxonani tashkil qilgan tadbirkor) jamiyat oldida va bu biznesga nisbatan katta umidlari bo'lgan shaxslar oldida javobgardir. Biznes natijasida yuzaga keladigan o'zaro majburiyatlar va majburiyatlar oqimi jamiyatning asosini shakllantirishda hal qiluvchi rol o'ynaydi.

1.5. Zamonaviy iqtisodiyotda biznesning o'rni

Mamlakatimiz o'tgan asrning oxirida, Ryespublikamizda bozor sharoitlari va biznesning tiklanishidan boshlab, o'z rivojlanishining yangi bosqichiga o'tdi. 1990 yilda O'zbekistonda "Korxonalar va tadbirkorlik faoliyati to'g'risida", 1991 yilda

"Fuqarolar tadbirkorligining umumiy tamoyillari to'g'risida" qonun qabul qilindi. Ushbu qonun hujjatlari tadbirkorlik faoliyatining zarurligi va ahamiyatini tushunishga asoslangan. Hozirgi vaqtda resublikada tadbirkorlik eng umumiy shaklda O'zbekiston Resublikasining Fuqarolik Kodeksi bilan tartibga solinadi. Mamlakatimizda biznes qonun bilan himoyalangan.

O'zbekistonda bozor munosabatlarining shakllanishi bozorning ko'plab elementlari va belgilari bo'lmaganidan boshlandi. O'zbekistonda yangi iqtisodiy sharoitlar yaratilishining yigirma yillik davrida aralash iqtisodiyot shakllandi, bunda markazlashgan davlat boshqaruvi (tartibga solish) va rivojlanayotgan erkin o'zini o'zi boshqarish bozori birlashtirildi.

O'zbekiston iqtisodiyoti - bu biznesni tashkil etish, faoliyat yuritish va tugatish uchun o'ziga xos muhit. O'zbekiston iqtisodiyotining asosiy xususiyatlari (qayta tug'ilishdan oldingi rivojlanish davri tufayli "tug'ma" va oxirgi o'n yillikdagi islohotlar natijasida vujudga kelgan "sotib olingan") biznes rivojiga hozirgi vaqtda hal qiluvchi ta'sir ko'rsatmoqda. tadbirkorlik faoliyatining o'ziga xos xususiyatlari. Aytish lozimki bunda teskari jarayon xam sodir bo'ladi. Tadbirkorlikning sezilmas darajadagi yillik o'sishi, yangi korxonalar yaratilishi, shu bilan birga avval ishlab turgan korxona rivojining pasayishi mamakatdagi ijtimoiy-iqtisodiy holatga keskin ta'sir o'tkazadi. Bu xususiyatlar texnologik darajani, iqtisodiyotning institutsional tuzilishini, ijtimoiy an'analarni va individual guruh mentalitetini tavsiflaydi. Mamlakatning geosiyosiy xususiyatlari va uzoq tarixiy an'analari tufayli har bir hodisaning paydo bo'lishi va bashorat qilinishining sabablarini tushuntirmasdan, biz faqat davlatning ijtimoiy-iqtisodiy "landshaftining" o'ziga xosligini ta'kidlaymiz, bu esa biznes muhitini yaratadi.

1. Iqtisodiyotning fuqarolik sektorining umuman qoloq texnologik tuzilishi, sanoat kompleksining past texnologik salohiyati. Bu markazlashtirilgan rejalashtirish va boshqaruv tizimining uzoq vaqt hukmronligi natijasi edi. Har bir tovar ishlab chiqaruvchidan tashqarida batafsil rejalashtirishning mavjudligi texnologik yangiliklarni sanoatning keng jabhasiga kiritilishiga

to‘sqinlik qildi, yangiliklarni tarqatish va ularning bir sohadan boshqasiga o‘tishini qiyinlashtirdi. Natijada, iqtisodiyotning ko‘p qismi o‘zini jahon iqtisodiyotidan ajratib qo‘ydi va jahon bozorida raqobatbardosh mahsulotlarning birorta turi yo‘q. Faqat xom-ashyo yetkazib beruvchi mamlakatga ayandik. Fuqarolik qurilishining rivojlanmaganligi boshqa sohalarda, shu jumladan tog‘ -kon sanoati texnologik jarayonlarining past samaradorligiga olib keldi, ular (gaz ishlab chiqarish sanoati kabi ba’zi istisnolar bilan) natijasida import qilingan uskunalardan foydalanishga majbur bo‘ldi.

So‘nggi yillarda yuqori texnologiyali ishlab chiqarishlar davlat buyurtmalarining kamayishi tufayli ancha qiyin ahvolga tushib qolishdi holat biznesining rivojlanishiga turtki bo‘lishi mumkin.

2. Bir qator tarmoqarda fundamental fanlarning yuqori darajadagi rivojlanish darajasi. So‘nggi 10 yil ichida akademik, oliy ta’lim va tarmoq (ayniqsa, ikkinchisi) fanining ko‘lami va intensivligining pasayishi ulkan miqyosda bo‘lishiga qaramay, bir qator bilim sohalarida mahalliy fan qisqa vaqt ichida jahonda yetakchi bo‘ishi mumkin. Bu holat, afsuski, hali O‘zbekistonda keng qo‘llanilmaydigan venchur biznes uchun qulaydir. Ilmiy mahsulotlar marketingi - bu o‘ziga xos umumiy marketing sohasi bo‘lib, oxirgi paytlarda O‘zbekiston biznesida juda yaxshi o‘zlashtirilgan ko‘plab qonunlar (reklama, tovarlarni reklama qilish, jozibali ko‘rinish, qadoqlash) bilan o‘zgartirish va to‘ldirish kerak. Ilmiy mahsulotlarni sotishning o‘ziga xos xususiyatlari. Asosiy farqlardan biri - O‘zbekistonda va chet elda bunday mahsulotlarning iste’molchilarini "bo‘lakcha" qidirishning qiyinligi, reklama siyosatining yuqori selektivligi. Bularning barchasi tadbirkorning o‘ziga xos fazilatlarini va biznesning maxsus tashkilotini talab qiladi. Shunga qaramay, bir necha yil ichida venchur biznes mahalliy tovarlar va xizmatlar ishlab chiqarish tarkibida katta ulushga ega bo‘ladi, deb taxmin qilish uchun asos bor.

3. Ishlab chiqarish quvvatlari tarkibida yirik va o‘ta yirik sanoat korxonalarining yuqori ulushi, tovar monopoliyasining yuqori darajasi. Bu xususiyat, shuningdek, markaziy rejalashtirish va boshqaruv tizimining mavjudligining bevosita

natijasidir. Iste'mol tovarlari ishlab chiqaradigan tarmoqlarda, avtomobil transportida, qurilish, savdo, aloqa va qishloq xo'jaligida kichik korxonalar bor edi. Bunday tashkiliy va ishlab chiqarish tuzilmasi, umumiy texnologik qoloqlik bilan birgalikda, texnik vositalarni amalga oshirishni yanada qiyinlashtirdi, ularning asosiy fondlarini almashtirish uchun katta moliyaviy xarajatlar (har bir korxona uchun) talab qilindi. Shu bilan birga, yirik korxonalarning mavjudligi "simbiotik" biznesni rivojlantirishga yordam beradi, bu katta va kichik korxonalarning o'zaro ta'siriga asoslangan. Sanoat ishlab chiqarishining tuzilishini har bir yirik sayyora atrofida bir nechta yo'ldoshlar aylanadigan sayyoralar tizimlarining tuzilishiga o'xshatish mumkin. Xuddi shu tarzda, hozirda har bir yirik korxona homiyligida bir qancha kichik korxonalar ancha muvaffaqiyatli (ko'p hollarda asosiy ishlab chiqarishga qaraganda muvaffaqiyatli) faoliyat yuritib, marketing, mahsulotni sotish, etkazib berish, va boshqalar.

Qaysidir ma'noda, tovar monopoliyasidagi vaziyat biznes dinamikasi uchun ham qulaydir. Sanoat mahsulotlariga bo'lgan talabning qayta tiklanishi bilan korxonalar o'z strategiyasini monopolistlar bilan muqobil ishlab chiqarish va narx raqobati asosida qurishi mumkin. Bunday muqobil ishlab chiqarishni, shu jumladan, mavjud monopolistning ishlab chiqarish quvvatlaridan foydalangan holda yo'lga qo'yish mumkin.

4. Umumiy sanoat depressiv stabilizatsiyasi bilan turli tarmoqlarning notekis rivojlanishi. O'tgan yil davomida sanoat ishlab chiqarishining umumiy barqarorlashuvi beqarorlik, energiya ishlab chiqaruvchi korxonalarning xatti-harakatlariga kuchli bog'liqlik bilan tavsiflandi va ularni ehtimollik bilan o'sish tendentsiyasi va keyingi pasayish bilan almashtirish mumkin.

5. Mamlakat moliyaviy tizimining zaifligi. Bir tomondan, moliyaviy va fond bozorlari bilan iqtisodiyotning real sektori o'rtasidagi aloqaning zaifligi ishlab chiqarish sohasidagi biznes uchun salbiy oqibatlarga olib keladi, uni bartaraf etish dolzarb vazifadir. Yechimlardan biri moliyaviy va sanoat guruhlarini shakllantirish bilan bog'liq, ammo amaliyot shuni ko'rsatadiki, guruhning "moliyaviy" va "sanoat" qismlari rahbarlari uchun umumiy til topish juda qiyin.

Hozircha O'zbekiston iqtisodiyotining moliya sektoriga qo'yilgan investitsiyalarning rentabellik darajasi real sektorga qo'yilgan investitsiyalarning o'rtacha rentabelligidan ko'p marotaba yuqori. Shu nuqtai nazardan, O'zbekistonning real sektorini qayta tuzishga mo'ljallangan qarz mablag'larining katta qismi yana moliyaviy va fond bozorlarida tugaydi. Ushbu segmentlarda soliq yig'ish ancha qiyin bo'lganligi sababli, mamlakat budjetining daromad qismi xarajatlarni, shu jumladan tashqi davlat qarziga xizmat ko'rsatish xarajatlarini qoplash uchun etarli bo'lmaydi.

6. Noqulay sarmoyaviy muhit, iqtisodiyotda investitsiya faolligining uzoq muddatli pasayishi. Agar tub islohotlar davrida 1991-1997 yillar. YAIM va sanoat ishlab chiqarishining hajmi, aholining turmush darajasi va boshqa shunga o'xshash ko'rsatkichlar qariyb ikki baravar kamaydi, keyin asosiy kapitalga investitsiyalar to'rt barobar, real ishlab chiqarishga esa qariyb olti barobar, ba'zi tarmoqlarda esa, masalan, mashinasozlik, engil sanoatning bir qancha kichik tarmoqlarida-10-15 barobar va undan ko'p. Xorijiy sarmoyalar ham investitsiya faolligining ko'rinishini o'zgartirmaydi - ularning islohot yillarida O'zbekiston iqtisodiyotidagi umumiy hajmi qariyb 25,0 milliard dollarni tashkil etdi va ularning aksariyati real ishlab chiqarishni rivojlantirishga yo'naltirilmagan. har xil turdagi va darajadagi murakkab konfiguratsiya xavfi, qimmatli qog'ozlar bozorining beqarorligi va nomuvofiqligi kabi tizimli omillar, biznesning ayrim turlarida, bu vaziyatdan o'z shaxsiy yoki kredit moliyaviy resurslari mavjud bo'lganda samarali foydalanish mumkin.

7. Yashirin iqtisodiyotining yuqori ulushi va o'sishi, qonuniy bozorga chiqish uchun yuqori tranzaktsion xarajatlar, mulk huquqlarini himoya qilish xarajatlari, keng tarqalgan korruptsiya. Turli baholarga ko'ra, yashirin iqtisodiyot yalpi ichki mahsulotning 40% dan 50% gacha egallaydi va uning milliy iqtisodiyotga kirib kelishi hajmi va "chuqurligi" muttasil oshib bormoqda. Biznes yashirin iqtisodiyoti va jinoiy muhitdan ajralmas bo'lib bormoqda. Agar 1990-yillarning boshlarida va o'rtalarida jinoyat namoyishi kichik biznes va tijorat tuzilmalarida hukmronlik qilgan bo'lsa, endi uning ta'sir doirasi sanoat va

mulkchilik tuzilmasidan qat'i nazar, ko'pchilik yirik korxonalarni qamrab oldi. Yangi tashkil etilgan biznes ham reketning e'tiborini tortadi, lekin bu erda byurokratiya va jinoyatchilar o'rtasidagi bog'liqlik muhim rol o'ynaydi. Aslida, biznesni kriminallashtirish barcha darajadagi hokimiyatni kriminallashtirish tomon rivojlanmoqda.

8. Shartnoma tizimining zaifligi, shartnomalar va birjalarda davlat himoyasining past darajasi. Qonunlar, prezident farmonlari, hukumat va boshqa davlat organlarining buyruqlariga keng rioya qilmaslik an'analari. Iqtisodiy muhitning bu xususiyati O'zbekistonda chet el biznesini tashkil etish uchun jiddiy to'siqdir. Muvaffaqiyatli faoliyat ko'rsatayotgan xorijiy yoki qo'shma korxona o'z mulkini sud va ma'muriy himoya qilish huquqini amalga oshirishning iloji yo'qligi va O'zbekistonlik kontragentlar tomonidan shartnoma majburiyatlarini bajarmasligi sababli ishlab chiqarishni to'xtatishga majbur bo'lgan ko'plab misollar ma'lum. O'zbekiston korxonalari uchun sud va arbitraj tizimlarining kam rivojlanganligi, past o'tkazish qobiliyati va samaradorligi universal majburiyatsizlikka olib keladi. So'nggi paytlarda ham jismoniy, ham yuridik shaxslar tomonidan soliq to'lashni majburlash bo'yicha faol kampaniya o'tkazilmoqda. Shu bilan birga, shu bilan birga, soliq organlarining korruptsiyasi aniqlangan holatlar soni oshdi. O'zbekiston iqtisodiyotidagi vaziyatni umuman boshqarish qobiliyati nuqtai nazaridan tasvirlab, shuni aytishimiz mumkinki, aslida ijrochilar uchun foydali bo'lgan yoki tegishli qarorni qabul qilgan rahbar bevosita boshqarishi mumkin bo'lgan qarorlar amalga oshiriladi.

9. Nisbatan past (rivojlangan mamlakatlar sharoitiga ko'ra) ishlab chiqarish korxonalari ishchilarining mehnat bozorida ishchi kuchi narxi. Ko'pgina korxonalarda ishchilarning ish beruvchilar oldida huquqlari yo'qligi. Bu xususiyat iste'mol bozorining arzon qismidagi narxlar, turmush darajasi, odatlari, moyilligi, qiyinchiliklarga dosh berishga tayyorligi va boshqalar bilan bir qatorda, uzoq vaqtdan beri dunyoda bo'lgani kabi, mahalliy korxonalarda ishchilarning xususiyatlari past bo'lganligi bilan bog'liq. Ishchilarning yuqori saviyasi bilan bu O'zbekistonda G'arb firmalarining filiallari, sho''ba korxonalari yoki franchayzing

korxonalarini tashkil etishning iqtisodiy samaradorligiga ishonish imkonini beradi. Shu bilan birga, shartnoma tizimining zaifligi va umumiy siyosiy beqarorlik bunday qarorni ancha xavfli qilishi mumkin. Hozirgi vaqtda korxona rahbarlarining, ayniqsa o'rta va kichik korxonalarning xatti -harakatlari amalda nazoratsiz. G'arbiy korporatsiyalar uchun an'anaviy ravishda direktorlar kengashi (kuzatuv kengashi), boshqaruv kengashi yoki boshqa ijroiya organi va aktsiyadorlar yig'ilishi o'rtasida funktsiyalarni taqsimlash bo'lib, unda aktsiyadorlar korporatsiyaning maqsadlari to'g'risida qaror qabul qiladi, unga erishish usullarini direktorlar kengashi belgilaydi va ularni amalga oshirish menejerlarga ishonib topshiriladi. O'zbekiston korxonalari uchun korporativ boshqaruv buzildi. Aktsiyadorlar yig'ilishining funktsiyalari minimallashtirilgan, xodimlar va mehnat jamoalarining strategik qarorlar qabul qilishdagi roli umuman nolga yaqin, ijro etuvchi organning vazifalari gipertrofiyalangan. Shu bilan birga, oxirgi paytlarda korxona xodimlari tomonidan o'z huquqlarini himoya qilishni kuchaytirish, kasaba uyushma tashkilotlarining rolini oshirish va kuchaytirish tendentsiyalari kuzatilmoqda. Hozircha biz o'sish haqida emas, faqat ish haqini to'lash haqida gapirayotgan bo'lsakda, mehnat jamoalari birlashganda, bu talablar uning hajmiga ham ta'sir qiladi deb o'ylash kerak. 30 yoshdan 60 yoshgacha bo'lgan ishchilarning asosiy qismini etarlicha yuqori malakali, malakali o'qitish, qayta tayyorlash va yangi texnologiya va ishlab chiqarish texnologiyasiga moslashish qobiliyatiga ega deb tasniflash mumkin.

10. Jamiyatning siyosiy beqarorligi. Ijtimoiy-iqtisodiy o'zgarishlarning aniq maqsadlari bo'yicha jamiyat va kuch tuzilmalarida birlikning yo'qligi. Jamiyatning konsolidatsiya salohiyati juda past va umuman jamiyatning harakat yo'nalishi to'g'risida umumiy tushuncha yo'q. Qabul qilingan qarorlarga ommaning ta'siri ahamiyatsiz. Ijtimoiy qatlamlar o'rtasidagi axborot to'siqlari ommaviy axborot vositalari yordamida bartaraf etiladi, lekin bu "boylar" va "kambag'allar" turmush tarzining yaqinlashishiga ta'sir qilmaydi. Xulq -atvorning axloqiy tamoyillari buziladi.

Siyosiy xavflar (so'zning keng ma'nosida) yuqori bo'lib qolmoqda. Shu bilan birga, haqiqiy xavf siyosiy tizimni o'zgartirish, mulkni tiklash va unga bog'liq zo'ravonlik bilan qayta taqsimlash imkoniyatida emas, balki biznesning muvaffaqiyati bog'liq bo'lgan mahalliy hokimiyat organlari va ayrim amaldorlarning o'zboshimchalikida ko'rinadi.

Nazorat savollari:

1. "Iqtisodiyot" tushunchasini ifodalang.
2. "Biznes" atamasiga ta'rif bering.
3. Har qanday tadbirkorning bevosita maqsadi nima?
4. "Bozor iqtisodiyoti" tushunchasi nimani anglatadi?
5. "Bozor" atamasi tushunchasini kengaytiring.
6. Aralash iqtisodiyotning qurilish materiallari nimalardan iborat?
7. Biznesning mohiyatini aytib bering.
8. "Biznes ijtimoiy rivojlanish tizimi sifatida" nimani anglatishini tushuntiring.
9. Biznes va iqtisodiyotning qanday farqlari bor?
10. Biznesni ishlab chiqarish tizimi sifatida tavsiflang.
11. Biznesni kim va qanday tartibga solishi mumkin?
12. Qulay ishbilarmonlik muhitini yaratishga yordam beradigan omillarni sanab bering.
13. Biznesning rivojlanishiga salbiy ta'sir ko'rsatadigan omillarni ayting.
14. "Bozorning tor" joyi nima?
15. Xo'jalik yurituvchi subektlar deb kimlarni ajratish mumkin?
16. Savdogar biznesning qaysi sohalari bilan shug'ullanadi?
17. Biznesning asosi nima?
18. Xususiy (nodavlat) mulkning zamonaviy shakllarini ayting.
19. Biznesning jamiyatdagi o'rni qanday?
20. "Biznes - munozarali hodisa" iborasi nimani anglatadi?
21. O'zbekistonda bozor sharoitlari va biznesning tiklanishi qachon boshlandi?
22. O'zbekistonda noyob biznesni shakllantirish shartlarining xususiyatlarini (yeksklyuzivligini) ayting.

2. BIZNESNING NAZARIY ASOSLARI

2.1. Biznes tushunchasi va mohiyati
2.2. Biznes tushunchalari
2.3. Biznesning asosiy turlari
2.4. Biznes funktsiyalari
2.5. Biznes strategiyasi va taktikasi
2.6. Tadbirkorlikning biznesdagi o'rni va ahamiyati

2.1. Biznes tushunchasi va mohiyati

Biznes xususiy mulkka asoslangan. Shunday qilib, biznes-bu mulkka ega bo'lgan fuqarolarning daromad keltiradigan faoliyati. "Biznes" so'zi har qanday daromad ketiradigan mashg'ulot, daromad keltiradigan biznesni anglatgani uchun, biznes bilan shug'ulanayotgan odam - bu biznesmen, ya'ni tadbirkor, savdogar. Yangi iqtisodiy ma'lumotnomalarda biznes - bu bozor iqtisodiyoti sharoitida sub'ektning ma'lum bir mahsulotni (tovar, ish, xizmat) yaratish va sotish orqali foyda olishga qaratilgan iqtisodiy faoliyati. Bazi iqtisodiy adabiyotlarida "biznes" tushunchasi ko'pincha "tadbirkorlik" tushunchasi bilan sinonim sifatida qaraladi, bu esa uning rolini va ahamiyatini pasaytiradi.

Tadbirkorlik faoliyati, tadbirkorlik (biznesning o'ziga xos yo'nalishi sifatida - "inqilobiy" biznes) - bu fuqarolar va ularning birlashmalarining tashabbuskorlik bilan amalga oshiriladigan "tez" foyda olishga (yechimning yangiliklari va intellektualligidan super daromadlari) qaratilgan tashabbusi. fuqarolar tomonidan innovatsion asosda va o'z tavakkalchiliklari va korxonaning tashkiliy -huquqiy shakli bilan belgilangan chegaralarda mulkiy javobgar asosida tashki tiladi.

Bundan tashqari, biznes-bu uning barcha ishtirokchilari o'rtasidagi munosabatlar to'plami bo'lib, ular daromad, foyda olish, firma, korxona, tashkilotni rivojlantirish maqsadida hamfikr odamlar guruhini tashkil qiladi. Quyidagi odamlar guruhi biznes ishtirokchilari.

1. Aslida ishbilarmonlar (va ularning eng faol qismi - tadbirkorlar), ya'ni iqtisodiy va yuridik javobgarligi ostida, o'z tavakkaliga ko'ra, proaktiv faoliyatni amalga oshiradigan shaxslar. Birinchi guruhdagi tadbirkorlik ishtirokchilarining biznes qiziqishi - daromad olish - mahsulot ishlab chiqarish va sotish orqali amalga oshiriladi. O'z faoliyati davomida ular biznes munosabatlariga, shuningdek, boshqa tadbirkorlik sub'ektlari bilan munosabatlarga kirishadilar, natijada tovar-pul munosabatlari sohasini tashkil qiladilar. Biznes uchta komponentdan iborat: mahsulot ishlab chiqarish, tijorat (savdo) va tijorat vositachiligi. Biznes faqat savdo (savdo) va tijorat vositachiligi bilan chegaralanib qolmaydi. Biznes, birinchi navbatda, har qanday iqtisodiyotning asosi bo'lgan ishlab chiqarishdir.

2. Biznes taklif qilayotgan mahsulotlarning yakka va jamoaviy iste'molchilari, shuningdek, o'z uyushmalari, uyushmalari va boshqalarni tashkil etuvchi iste'molchilar guruhlari. Bu guruhdagi tadbirkorlik ishtirokchilarining biznes qiziqishi tovar va xizmatlarni sotib olishdir. U o'zaro manfaatdorlik asosida mahsulot ishlab chiqaruvchilar va sotuvchilar bilan aloqa o'rnatish orqali amalga oshiriladi. Agar ishbilarmonlar uchun foyda yoki daromad bo'lsa, iste'molchilar uchun bu ularning ehtiyojlarini qondiradigan mahsulot yoki xizmatdir. Ishbilarmonlarning bu guruhi o'z iste'molchilar manfaatlarini anglab, iste'molchilik biznesini shakllantiradi.

3. Mehnat faoliyati bilan yollanma, shartnoma yoki boshqa asosda shug'ullanadigan ishchilar, shuningdek ularning kasaba uyushmalari. Uchinchi guruhdagi biznes ishtirokchilarining biznes manfaati - daromad keltiruvchi - firma, tashkilot yoki korxonada ishlash orqali amalga oshiriladi. Agar ishbilarmonlar uchun bitimlar bo'yicha foyda kompaniyaning yakuniy daromadi bo'lsa, xodimlar uchun bu bajarilgan ishlar natijasida olingan shaxsiy daromaddir. Bu ishtirokchilar guruhi o'z manfaatlarini anglab, mehnat biznesi sohasini tashkil qiladi.

4. Davlat organlari, muassasa va tashkilotlar bitimlarning bevosita ishtirokchilari bo'lganida. Gap tadbirkorlarga davlat buyurtmalarini berish, narxlarni belgilash, ularni amalga

oshirishda imtiyozlar tarkibi va hajmini belgilash va boshqalar haqida bormoqda. Bunday hollarda davlat organlari boshqa biznes ishtirokchilarining teng huquqli sheriklari hisoblanadi. Bu guruh a'zolarining ishbilarmonlik qiziqishi - umuman davlatning ham, uning barcha fuqarolarining ham ehtiyojlarini qondirish maqsadida milliy dasturlarni (ilmiy -texnik, ilmiy va ishlab chiqarish, ijtimoiy va boshqalar) amalga oshirish. Bunday bitimlarda o'zaro manfaatdorlik tamoyili quyidagicha. Firmalar davlat tomonidan ushbu dasturlarda ishtirok etishni rag'batlantiradilar va davlat ularni amalda amalga oshirish imkoniyatiga ega bo'ladi, natijada davlat biznesining sohasini shakllantiradi.

Ta'sir sohalari bo'yicha biznes uch guruhga bo'linadi.

1. Xulq -atvor biznesi - xo'jalik yurituvchi sub'ektlarning o'ziga xos xulq -atvori, xulq -atvor odatlari, boshqa xo'jalik yurituvchi sub'ektlarga yoki umuman jamiyatga nisbatan tanlangan xulq - atvor faoliyatining shakllaridan iborat.

2. Kommunikatsiya biznesi - xo'jalik yurituvchi sub'ektlar o'rtasidagi munosabatlarning mazmunini, shuningdek, bu munosabatlar rivojlanishining xarakterli xususiyatlarini o'z ichiga oladi. Ishbilarmonlik munosabatlarining mazmunida iqtisodiy, psixologik va gumanistik jihatlar ajratiladi.

3. Tizimli ijtimoiy biznes - bu ijtimoiy munosabatlar tizimining elementi va umuman insoniyat jamiyati rivojlanishining ajralmas qismi.

Biznes ham faoliyat sohalari bo'yicha uch turga bo'linadi:

1) tadbirkorlik;

2) iste'molchi;

3) davlat.

Tadbirkorlik biznesi - bu tadbirkorlik sub'ektining faol faoliyati bo'lib, u har qanday imtiyozlarning hammasini yoki bir qismini mustaqil ravishda yoki yollanma mehnatini jalb qilgan holda egalik qiladi, undan foydalanadi yoki tasarruf etadi, innovatsion mahsulot ishlab chiqarish va sotish uchun ijodiy sa'y - harakatlarni amalga oshiradi.O'zbekisto Respublikasining Fuqarolik Kodeksida tadbirkorlik o'z xavf -xatar va xavfi ostida amalga oshiriladigan mustaqil faoliyat sifatida tushuniladi, bu mol

-mulkdan foydalanish, tovarlarni sotish yoki ishlarni bajarish uchun tizimli ravishda daromad olishga qaratilgan. qonun hujjatlarida belgilangan tartibda ro'yxatga olingan shaxslar tomonidan ko'rsatiladigan xizmatlar deb ta'rifangan. Tadbirkorlikning kasb sifatida ma'nosi - mustaqil ravishda yangi faol ijodiy biznesni yaratish, uni ushlab turish va o'z vaqtida tugatish.

Iste'mol biznesi - bu iste'molchilarning tovarlarni sotib olish va sotish sohasidagi va tovarlarning sanoat iste'moli sohasidagi ishbilarmonlik xatti -harakati bo'lib, ular davomida iste'molchilar va boshqa xo'jalik yurituvchi sub'ektlar o'rtasida ishbilarmonlik aloqalari o'rnatiladi, rivojlanadi yoki tugatiladi. Iste'mol shaxsiy va sanoat iste'moliga bo'linadi. Iste'mol biznesi odamlarni ishbilarmonlik munosabatlariga har tomonlama qo'shilishga asoslangan, odamlarning ishlab chiqarishning yakuniy natijalariga bo'lgan qiziqishini aks ettiradi, tadbirkorlik biznesiga nisbatan muvozanatlashtiruvchi kuch va rag'batlantiruvchi hisoblanadi.

Ommaviy-davlat biznesi davlat organlarining harakatlarini bajarishdan iborat bo'lib, ular davomida ushbu tuzilmalar boshqa turdagi tadbirkorlik sub'ektlarining sheriklari bo'lib chiqadi va alohida davlat, biznes manfaatlarini amalga oshiradi. Nomlangan sheriklik quyidagi harakatlarda ifodalanadi:

- davlat unitar korxonalari vakili bo'lgan davlat tadbirkorlik faoliyatini amalga oshiradi;
- davlat tadbirkorlik firmalarini davlatdan nodavlat mulkchilik shakliga (xususiylashtirish) va qaytarishga (milliylashtirish) o'tkazadi;
- davlat mahsulot, ishlar, xizmatlar buyurtmachisi rolini o'ynaydi;
- iqtisodiyotni tartibga solish usullarini qo'llagan holda, davlat kapitalning tarmoqlararo harakatiga, shuningdek, turli xo'jalik yurituvchi sub'ektlar o'rtasida muayyan munosabatlar o'rnatilishiga ko'maklashadi;

Shu bilan birga, davlat manfaatlari quyidagilarni anglatadi:

- mamlakatning iqtisodiy rivojlanishi;
- fuqarolar uchun ijtimoiy kafolatlar;
- shaxsning xavfsiz yashashini ta'minlash.

Ijtimoiy-davlat biznesining bir ko'rinishi xususiy davlat biznesidir.

Yollanma xodimlarning faoliyatini biznes turlaridan biriga kiritish mumkin, chunki:

- xodimlar – ish kuchini "sotuvchilari"dir;
- bitim tuzayotganda, ishbilarmonlik munosabatlarining har ikki tomoni katta tavakkalchilikka yo'l qo'yadilar, faol tanlashda, o'z mol -mulkini bo'lishishda, har ikki tomon har xil bosim usullaridan foydalanib, bir -birlariga o'z manfaatlarini yuklashga intiladi, shuningdek o'zaro javobgarlikni o'z zimmasiga oladi;
- mehnat bozori raqobatbardosh bo'lishi. Ish beruvchilar ham, xodimlar ham raqobatchilar xisobanadi.

Raqobat - bu ishlab chiqaruvchilar yoki etkazib beruvchilarning o'z faoliyati uchun eng yaxshi natijalarga erishish uchun ishlab chiqarish va sotishning eng qulay shartlari uchun kurashidir. Biroq, "raqobat" tushunchasining asosiy mazmuni iste'molchi uchun kurashdir.

Raqobatning ikki shakli mavjud.

1) sanoat ichidagi - bu bir xil ishlab chiqaruvchilar o'rtasidagi raqobat, bunda mehnat unumdorligi yuqori bo'lgan korxona qo'shimcha foyda oladi va texnik va tashkiliy jihatdan orqada qolgan korxonalar tovarlarning individual qiymatining bir qismini yo'qotadi va bankrot bo'ladi;

2) tarmoqlararo - bu daromad darajasi yuqori bo'lgan sohada daromadlilik darajasi past bo'lgan tarmoqlardan kapitalning chiqib ketishi bilan ifodalanadigan turli tarmoq korxonalari o'rtasidagi raqobat.

Raqobat turiga ko'ra quyidagilar bo'lishi mumkin.

- mukammal (bepul);
- nomukammal.

Yerkin raqobatning asosiy xususiyatlari:

- bozor ishtirokchilarining cheklanmagan soni;
- bozorga mutlaqo erkin kirish va undan chiqish;
- bir xil nomdagi mahsulotlarning bir xilligi;
- erkin raqobatning birorta ishtirokchisi bozordagi narxlar darajasiga ta'sir qila olmaydi.

Nomukammal raqobat bozori:

1. Sof (mutlaq) monopoliya - agar bitta firma yaqin o'rnini bosuvchi mahsulotga ega bo'lmagan yagona ishlab chiqaruvchi bo'lsa, shunday qilib, ishlab chiqaruvchi bozorda narxlarni nazorat qilib, bozor uchun engib bo'lmas to'siqlarni o'rnatadi. Sof raqobatning iqtisodiy oqibatlari:

- xarajatlarni kamaytirish bilan birga ishlab chiqarish hajmining oshishi;
- ilg'or mahsulotlarni o'zlashtirish;
- yuqori sifatli mahsulotlar ishlab chiqarish;
- inqirozlarning paydo bo'lishi;
- jamiyatning tabaqalanishi.

2. Monopol raqobat - bu bozor ahvoli bo'lib, unda nisbatan ko'p ishlab chiqaruvchilar o'xshash, lekin bir xil bo'lmagan mahsulotlarni taklif qilishadi. Bu bozorning xarakteri shundaki, firmalar raqobatga faqat narxlar orqali emas, balki butun dunyo bo'ylab mahsulot va xizmatlarning farqlanishi orqali kirishadi, bu esa birinchi navbatda mahsulot sifatiga ta'sir qiladi. Shu tufayli, xaridor narxsiz bo'lmagan afzalliklarga ega. Bozor kirishning nisbatan qulayligi bilan ajralib turadi. Odatda bu bozorda o'nlab, yuzlab sotuvchilar bor.

3. Oligopoliya - raqobatchilarning kamligi (o'nga qadar) bilan tavsiflanadi. Bu erda ham bir va turi hil tovar ishlab chiqarish mumkin. Bozorga kirishda tadbirkor jiddiy qiyinchiliklarga duch keladi.

Amalga oshirish usullariga muvofiq narx va narxsiz bo'lmagan raqobat ajratiladi.

2.2. Biznes tushunchalari

Kontseptsiya yoki tushuncha (lot. Concyeptio - tushuncha, tizim) - umumiy reja, yo'l ko'rsatuvchi g'oya. Kontseptsiya harakat strategiyasini belgilaydi. Shuningdek, tushuncha - dunyodagi, tabiatdagi, jamiyatdagi hodisalarga qarashlar tizimi. Kontseptsiya - bu ob'ektni, hodisani, jarayonni, mavzu bo'yicha asosiy nuqtai nazarni va hokazolarni tushunishning, tushuntirishning ma'lum bir usuli, ularni tizimli yoritishda yo'l ko'rsatuvchi

g'oya. Kontseptsiya - bu ma'lum hodisalarga qarashlar tizimi, har qanday hodisalarni ko'rib chiqish usuli, biror narsani tushunish.

Biznes tushunchasi (vazifasi, faoliyat yo'nalishi) korxonaning shakllanishi va rivojlanishi mafkurasini tavsiflaydi. Uning rivojlanishi jamoani maqsadga erishishga intilishga undaydigan faoliyat yo'nalishini shakllantirishga imkon beradi. Samarali shakllangan kontseptsiya korxona bilan bog'liq ijobiy his - tuyg'ularni keltirib chiqaradi, jamoani aniq harakatlarga safarbar qiladi.

Missiya bayoni nafaqat nima uchun firma nima qiladi, degan savolga javob berishdan iborat, balki firmaning rolini aniqlashdan iborat. Har bir maqsadli tizim bir nechta rol o'ynaydi, masalan, ishlab chiqaruvchi, iste'molchi, etkazib beruvchi, ish beruvchi, soliq to'lovchi. (Missiya - bu korxona tashkilotining asosiy maqsadi, bu korxona falsafasi, bu korxonaning ma'nosi va maqsadi.)

Konsetsiya tushunchasi bir butun sifatida qorladi ap ko'plab rollarini bajaradi, usiz Firma yoki boshqa har qanday tashkilot yig'ilib bir kuch bo'i xarakat qiaomaydi. Firma missiyasi tashkilot a'zolari ish mazmunini rag'batlantirishga xizmat qiladi. Masalan, firma konsepsiya quyidagicha izohlash mumkin. Uzluksiz texnologiyani yangilash, mahsulot dizayni va xodimlarining salohiyati va rivojlantirish orqali mahsulot va xizmatlar sifatini yaxshilash maqsadida, va mijozni saqlab qolish tashkilot, savdo va bozor ulushi barqaror o'sishi uchun imkon beradi xamda maksimal foydani va sanoat etakchiligini ta'minlaydi. " Ba'zan erishib bo'lmaydigan natijalarga nazar tashlanadi, lekin yondashuv to'g'ri bo'lsa ideal maqsadga albatta erishiladi.

Kontseptsiya quyidagilarni o'z ichiga oladi: - biznes maqsadlarini shakllantirish; - faoliyat strategiyasini ishlab chiqish yoki maqsadlarga erishishning aniq yo'llarini topish; - belgilangan maqsadlarga amalda erishish vositalarini tanlash.

Kontseptsiyani ishlab chiqish biznesni tashkil etish va rivojlantirishda muhim rol o'ynaydi. Uning biznes muvaffaqiyatiga ta'siri quyidagilar bilan belgilanadi.

1) kontseptsiyani ishlab chiqish jarayoni katta ahamiyatga ega, chunki u kompaniya rahbariyatini o'z faoliyatining asosiy omillarini har tomonlama baholashga majbur qiladi;

2) kontseptsiyani tushunish biznesning keng panoramasini olishga yordam beradi, bu esa kompaniya rahbariyatiga ham, xodimlarga ham bo'layotgan voqealarga qushlar uchadigan balandlikdan qarash lozim, ularsiz uzoq muddatni ta'minlash mumkin emas. raqobatbardoshlik va biznesdagi muvaffaqiyat shuna bog'liq;

3) kontseptsiya kompaniya ichida uning xodimlariga biznes maqsadlarini yaxshiroq tushunishga imkon beradi va uning tashqarisida aksiyadorlar, etkazib beruvchilar va iste'molchilarga ma'lumot etkazishga yordam beradi hamda muloqot uchun katta ahamiyatga ega.

Biznes tushunchasi ma'lum omillar bilan belgilanadi:

- qondiriladigan ehtiyojlar diapazoni;
- jami iste'molchilar ;
- ishlab chiqarilgan mahsulotlar;
- firmaning raqobatbardoshlik afzalliklari.

Biznes kontseptsiyasini ishlab chiqishda korxona faoliyatining asosiy yo'nalishi iste'molchilarning xohishlariga asoslangan bo'lishi kerak. Korxona ustavida yoki nizomida ko'rsatilgan maqsadlar ro'yxati etarli emas. Korxonaning faoliyat yo'nalishi, masalan, bozorda bo'sh joy yoki mavjud bo'lgan mahsulot talabi o'zgarishiga asoslangan bo'lishi mumkin. Istiqbolli ishlab chiqarish va texnik kashfiyotdan, raqobat kurashidagi vaziyatning o'zgarishi yoki boshqa shunga o'xshash omillardan foydalanish. Faoliyat yo'nalishi har doim asosiy savolga javob berishi kerak: bu korxona kimning va qanday ehtiyojlarini qondirish uchun yaratilgan va ishlaydi? Bu masalani oydinlashtirish va korxona ishini tashkil etish uchun asos yaratadi.

Insoniyat jamiyatining butun tarixi va uning hozirgi holati biznes bilan bog'liq. Inson faoliyatining xilma -xil turlari va yo'nalishlari bilan - kosmik masofalarga kirishdan tortib, plazma reaktsiyalari va hujayra tuzilishi sirlariga qadar tasviriy san'at durdonalarini yaratishgacha - bu faoliyatning umumiy xususiyati -

bu biznes. Boshqacha qilib aytganda, ongli odamga qanday biznes berilmasin, xohlasa ham, oxlamasa xam u o'z ishi bilan shug'ullanadi. Bu nima uchun sodir bo'layotganini tushunish uchun biznesning turli nazariy talqinlari va ta'riflariga murojaat qilish kerak. An'anaviy tarzda, ularning barchasini uchta asosiy tushunchaga birlashtirish mumkin: ijobiy, tanqidiy, pragmatik.

Ijobiy tushunchasi. Biznes shaxsiy tashabbusi shaklida amalga oshiriladi odamlar ijtimoiy foydali faoliyatini, deb tushunadi aslida, uning mohiyati yolg'on maqsadi bo'lgan boshqa odamlar uchun tovar va xizmatlarni ishlab chiqarish hisoblanadi. Bu yondashuv Amerika universitet professorlari orasida juda mashhur hisoblanadi. Biznes ish yuritish tizimidir. Biznes - odamlarga kerak, deb mahsulotlarini yaratish. Biznes ish hisoblanadi. Biznes bizning ijtimoiy-iqtisodiy tizimimizda shox ko'chasi hisoblanadi. Biznes biz nafslarilarimizni qondirish uchun yaratilgan bir tizim hisoblanadi. Biznes biz qanday yashayotganimizni bildiradi. Bu kontseptsiyasida Biznes iqtisodiyotining asosiy mazmuni sifatida talqin etiladi. Shuning uchun, bu umuman odamlar hayotining tipik xususiyati hisoblanadi. Bu umumiy manfaatlarga qarashli, umumiy yaxshilikka qaratilgan Biznes jamiyat farovonligi uchun ishlaydi. Biznes izchil hodisa hisoblanadi. Biznes-bu o'qilmagan.

Muhim bu tushuncha ishlab daromad yoki foyda olisha qaratilgan odamlar faoliyati ekanligiga asoslanadi. Daromad uchun, bir tadbirkor xatto har qanday usullarini foydalanish uchun tayyor. Boshqa odamlar mafaatidan o'z manfaatlarini ustun qo'yish yot narsa deb qaragan. Ilgari bunday yondashuv mamlakatimizning asosiy g'oyasi xisoblangan, bu jamiyatda qabul qilingan ma'naviy normalarining asosini xususiy mulkchilikka asoslangan biznes bilan shug'ullanish, o'z manfaatarini umumxalq manfaatlaridan ustun qo'yish Sovet xalqi uchun yod narsa xisoblangan. Bu xolat jamiyat darajasida qaralgan xususiy biznes bilan shug'illanish, boylik ketidan quvish insonlar o'rtasidagi munosabatlarni pul munosabatlari ustiga qurishni pulning quliga aylanish aniqrog'i pul fetishizmi deb qaralgan.

Avvallari vatandoshlar ongida biznes va ishbilarmonlarga salbiy baho berish hukmron edi. Ishbilarmon kapitalistlarning

xatti -harakatlarining sabablari va usullarini tavsiflash uchun juda mashhur va tez -tez ishlatib turiladigan Karl Marks kapitali: "Kapital foyda etishmasligidan yoki juda kam foyda olishdan qo'rqadi, xuddi tabiat bo'shliqdan qo'rqqani kabi. Ammo etarli foyda bo'lgach, kapital botir bo'ladi. 10% ta'minlang u har qanaqa foydalanishga rozi bo'ladi, 20% u jonli bo'ladi, 50% sening boshingni sindirishga tayyor, 100% barcha insoniy qonunlarni buzadi, 300% da bunday jinoyatning barcha ko'chasiga kiradi hattoki dorga mixlanish xavfi ostida tavakkal qiladi ».

Xususan tadbirkorlik faoliyati rasman SSSRda man etigan edi.. Valyuta operatsiyalari, mish-mishlar, tijorat vositachilik, ishlab chiqarish, savdo, qurilish va boshqa xususiy tadbirkorlik uchun o'lim jazosi va kreditlari berish uchun ikki yil muddatga ozodlikdan mahrum etish va - mamlakat Jinoyat kodeksida jazo ko'zda tutilgan. Faqat individual mehnat faoliyati yollangan, mehnatdan foydalanmasdan shaxsiy yordamchi uchastkalari va hunarmandchilikda ruxsat etilgan. Shaxsiy mehnati bilan yaratilgan mahsulotlar deb atalmish kolxoz bozorlarida sotilishi mumkin bo'lsa-da, har qanday paytda u Jinoyat kodeksini buzganlikda ayblanishi mumkin edi, chunki, bitta sotuvchi o'zini xech qachon, xotirjam his qila olmagan.

Umuman olganda, biznesni talqin qilish ikkinchi (tanqidiy) yondashuvining quyidagi komponentlarini ajratish mumkin:

1. Biznes ba'zi odamlarning g'arazli manfaatlarini boshqa odamlarga yuklashga qaratilgan.
2. Biznes - jamiyatda turli xil nizolarni keltirib chiqarishga qodir bo'lgan o'ta ziddiyatli hodisa.
3. Biznes - umuman odamlar hayotidagi xoxlamaydigan komponent, jinoiy jarayonlar o'chog'i.
4. Biznes-bu tarixiy o'tkinchi hodisa bo'lib, u kelajakda iqtisodiy rivojlanishning boshqa, izchil va ziddiyatsiz shakllariga yo'l berishi kerak.

Muhim tushuncha iqtisodiyot xos ziddiyatlarni absolyutlashtiriladi. Ularning talqini qarama -qarshiliklarning taxmin qilingan umidsizligi pozitsiyasidan kelib chiqib amalga oshirilmoqda. Bu ilmiy kommunizm nazariyasi o'tgan asrda shakllandi shu asosga qurilgan edi. Nazariyaga ko'ra, biznes tabiiy

tamoyillariga asoslangan iqtisodiyotda amal qiladi. Jamiyatning rivojlanishi bilan iqtisodiy va siyosiy ziddiyatlar o'sishi, biznesga xos qarama-qarshiliklar barxam topdi va yangi kommunistik tizimi uchun yo'l beradi. Bu kommunistik tuzumda ishlab chiqarish vositalariga xususiy mulkchilik yo'q, shuning uchun manfaatlar raqobati yo'q. Iqtisodiyot bir jamoaviy asosda o'zaro yordam va farovonlik sari intiladi.

Asosiy narsadan voz kechish - hozirgi iqtisodiy tizimni baholashda, iqtisodiyotning ma'lum bir ideal modelini qurishda ijobiy va tanqidiy pozitsiyalar bir -biriga o'xshash bo'lib qoldi. Faqat birinchi kontseptsiyada bu model amaldagi tizim bilan bog'liq edi, ikkinchisida u keyingi tizimga tatbiq etildi.

Pragmatik tushunchaning mohiyati biznes jamiyat, rivojlanishidagi muqarrar hodisa sifatida qaraladi. Biznesmenlar o'zlarining g'arazli manfaatlarini qondirishga intilishadi. Biznesmenning sharofati bilan ular xam o'zlarining xam boshqalarning ehtiyojlarini qondirish uchun maxsulot ishlab chiqaradi va xizmat ko'rsatadi. Ushbu yondoshuvga prgmatizm biznes yuritishda paydo qiladigan ziddiyatlarni ob'ektiv xasat deb qaraydi va biznes faoliyati yanada kengaytirish uchun imkoniyatlar yaratadi deb xisoblaydi.

Umuman olganda, ushbu yondashuvning quyidagi tarkibiy qismlarini ajratib ko'rsatish mumkin.

1. Biznes - umuman odamlar hayotining zarur va muqarrar komponenti. U, bir tomondan, alohida fuqarolarning daromad olish istagini, boshqa tomondan, tovarlarga, ishlarga, xizmatlarga bo'lgan ehtiyojlarini qondirish istagini birlashtiradi.

2. Biznes - bu qarama -qarshi hodisa, lekin bu qarama - qarshiliklar, ular har xil nizolarni keltirib chiqarishi mumkin bo'lsa -da, umuman iqtisodiy taraqqiyot manbai bo'lib xizmat qiladi va mutlaqo halokatli emas.

3. Tadbirkorlik odamlar o'rtasidagi munosabatlarga asoslanadi, ularning har biri bu munosabatlarga kirib, o'z manfaatlarini ko'zlaydi, bu boshqa odamlar manfaatlari bilan mutlaqo mos kelmaydi; bir tomondan, manfaatlarning tabiiy raqobati ba'zi odamlarning manfaatlarini boshqalarga yuklashga, manfaatlarining buzilishiga olib keladi va oxir -oqibat, haqiqatan

ham, oldindan aytib bo'lmaydigan oqibatlarga olib kelishi mumkin; boshqa tomondan, oxir-oqibat, manfaatlar raqobati insoniyat jamiyati uchun halokatli oqibatlarga olib kelmaydi, aksincha, iqtisodiyotning doimiy o'sishiga va turmush farovonligiga hissa qo'shadi.

4. Tadbirkorlik - tarixan davom etadigan hodisa.

Ushbu kontseptsiya doirasida bir nechta yo'nalishlarni ajratish mumkin:

1) biznes bozor iqtisodiyotining atributi sifatida qaraladi, uning tarixning oldingi davrida mavjudligi inkor etiladi;

2) tadbirkorlik har qanday iqtisodiyot turining atributi sifatida tan olingan;

3) biznes ongli har qanday shaxsning har qanday faoliyatining shakli sifatida qaraladi;

4) biznes inson faoliyatining bir turi, masalan, tadbirkorlik faoliyati, ya'ni o'z biznesini, o'z firmasini yaratish bilan bog'liq faoliyat yoki faqat ishlab chiqarish va sotish, materiallar sohasidagi faoliyat sifatida qaraladi. tovarlar yoki shunchaki spekulyativ faoliyat.

Pragmatik kotsepsiya bugunni xam kelajakni xam ideallashtirmaydi. Bir tamondan biznesli bozor iqtisodiyoti bilan qorishtirmaydigan boshqa tomondan, xar qanday ongli insonning faoliyat turi deb qarashadigan biznes nazariyachilari xaqli xisoblanishadi

Kishilik jamiyatida biznesning mavjudligi, birinchi navbatda, inson hayotini takror ishlab chiqarish uchun zarur bo'lgan moddiy boyliklarning cheklanganligi, shuningdek, tabiatan odamlarga xos bo'lgan o'ziga xos xususiyatlar bilan bog'liq. Umumiy shaklda barcha tushunchalar jadvalda keltirilgan. xoxlasa buladi.

2–jadval. Biznes tushunchalari

Ko'rsatkichs	Kontseptsiya		
	ijobiy	tanqidiy	pragmatik
Biznes maqsadi	umumiy farovonlik	Biznesmen g'arazi	ishtirokchilarning ehtiyojlarini qondirish
Manfaatlar	butun jamiyat	biznesmen	ham biznesmen,

uchun amalga oshirildi			ham jamiyat
Hodisa	Izchil	Jamiyat hayotida Istalmagan	Ziddiyatli

2.3. Biznesning asosiy turlari

Biznesning asosiy turlari:
- ishlab chiqarish biznesi;
- tijorat biznesi;
- moliyaviy biznes;
- sug'urta biznesi;
- konsalting (konsultatsiya) biznesi.

1. Ishlab chiqarish biznesi xo'jalik yurituvchi sub'ektlar yangi mahsulotlarni yaratish bo'yicha ishlarni tashkil qilganda sodir bo'ladi. Ishlab chiqarish biznesi milliy va jahon iqtisodiyotining tayanchidir. Ishlab chiqarish biznesining ob'ektlari moddiy ne'matlarni yaratish va ishlab chiqarish xizmatlarini ko'rsatishdir.

Tovar ishlab chiqarish - bu xom ashyo, materiallar, ishchi kuchi va kapitalni sotish uchun mo'ljallangan sifat jihatidan yangi moddiy ne'matlarga aylantirish jarayoni. Moddiy ne'matlar ishlab chiqarish bilan shug'ullanadigan odamlarning mehnati unumli mehnat, iste'mol, savdo va moliyaviy sohada xizmatlar ko'rsatish esa samarasiz mehnat deb hisoblanadi.

Ishlab chiqarish biznesi ikki turdagi biznesga tegishli bo'lishi mumkin: an'anaviy va ijodiy (innovatsion).

Moddiy xizmatlar va tovarlarni yaratish sohasidagi ishlab chiqarish biznesi sohaviy farqlarga ega bo'lib, qazib olish sanoati, ishlab chiqarish (milliy Iqtisodiyotning real sektori deb ham ataladi), qurilish biznesi va qishloq xo'jaligini qamrab oladi.

Innovatsion biznes - bu tadbirkorlik sub'ektlarining ishbilarmonlik faoliyati, uning sub'ekti tadbirkorlik va sanoat yangiliklarini ishlab chiqish va joriy etishdir. Innovatsiya - bu har qanday faoliyat turidagi yangilik yoki har qanday ob'ekt yoki komponentlarning yangilanishi. Ishlab chiqarish biznesining innovatsion turi ikkita asosiy shaklga ega:

- ilmiy -texnikaviy faoliyat;

- amaliy ishlanmalarni joriy etish.

Ilmiy -texnik faoliyat korxonaning texnik, tashkiliy, kadrlar, texnologik salohiyatini oshirishga qaratilgan. Shunday qilib, raqobatbardoshlik oshadi. Bunday ishlarni amalga oshirish uchun amaliy ilmiy tadqiqotlar, shuningdek, texnologiyalarni rivojlantirish va yangi mahsulotlarni yaratish hamda litsenziyalarni olish uchun resurslarni ajratish kerak.

Amaliy ishlanmalarni amalga oshirish eksperimental sinovlar va tasdiqlashlarni loyihalash yoki loyihalashdan oldin amalga oshirishni o'z ichiga oladi. Texnik va texnologik yangiliklarning eksperimental sinovlari mahsulotlarning sanoat namunalarini yaratishdan iborat. Loyihadan oldin amalga oshirish-bu cheklangan bozorda sotish uchun mo'ljallangan yangi mahsulotlarning kichik partiyalarini ishlab chiqarish. Yangi mahsulotlarning loyihani amalga oshirilishi kompaniyaning real bozorga kirganligidan dalolat beradi.

Tadbirkorlik faoliyati turli yangiliklar amaliy foydalanish qaratilgan, hali amalda ishlab chiqilmagan ilmiy yutuqlari natijalari, venchur biznes deb ataladi. Biznesning bu turi uchinchi tomon investitsiya resurslari hisobiga amalga oshirilmoqda.Venchur biznesi katta tavakkalchilik bilan bog'liq shu bilan birga katta daromad xam ega bo'lishi mumkin.

Innovatsion biznesda innovatsiyalarni yaratish va joriy etish bosqichlari:

1) fundamental va ilmiy tadqiqotlar o'tkazish;

3) amaliy ilmiy tadqiqotlar o'tkazish;

4) loyixa konstruktorlik ishlanmalarini amalga oshirish;

5) yangi mahsulotning sanoat namunalarini yaratish;

6) loyihadan oldin amalga oshirish;

7) loyihani amalga oshirish.

2. Tijorat biznesi tadbirkorlik tijorat faoliyatiga asoslangan bo'lib, u sotuvchilar va xaridorlar o'rtasida tovarlar va xizmatlar almashishni o'z ichiga oladi. Shunday qilib, tijorat biznesi sub'ektlari tadbirkorlik faoliyati savdo, savdo-sotib olish va savdo-vositachilik operatsiyalarini o'tkazishga yo'naltirilgan tadbirkorlardir. Umuman olganda, tijorat biznesi tovar

bozorlarida muomala yoki tadbirkorlik sohasidagi biznes turi sifatida ta'riflanishi mumkin.

Zamonaviy tijorat, bir tomondan, savdogarlarning tadbirkorlik faoliyatining tarixiy davomidir, lekin, boshqa tomondan, bu hodisani bozor iqtisodiyotidagi o'rni va roli bo'yicha savdogar bilan solishtirib bo'lmaydi.

Tijorat biznesi tadbirkorlarning tovar bozoridagi faoliyatining ikkita asosiy turini birlashtiradi:

- tovarlar savdosi - bu tadbirkorlik sub'ektlarining tadbirkorlik faoliyati bo'lib, ular davomida ular tovarlarning egalariga aylanadi va keyinchalik oxirgi iste'molchilarga sotiladi;
- tovar savdosida vositachilik - sotuvchilarning vazifasi sotuvchilar va xaridorlar o'rtasida ishbilarmonlik tovarlarini topishni osonlashtirishdan iborat.

Tijorat biznesi sub'ektlarining faoliyati ulgurji va chakana savdodan iborat.

Ulgurji savdo - bu tovarlarning ishlab chiqaruvchilardan oxirgi iste'molchilarga o'tishining boshlang'ich bosqichi. Ulgurji savdoning uch turi mavjud: birja; birjadan tashqari tashkil etilgan (auktsionlar, yarmarkalar, turli auktsionlar); uyushmagan (ulgurji bazalar, ulgurji savdo do'konlari).

Chakana savdo - bu tovarlar harakatining yakuniy bo'g'ini. Bu tovarlarni sotish va yagona nusxalar bilan tavsiflanadi.

3. Moliyaviy biznes - bu xo'jalik yurituvchi sub'ektning pul muomalasini tashkil etish va rivojlantirish, shuningdek, qarz va qimmatli qog'ozlar (kapital - aktsiyalar, qarz - obligatsiyalar, veksellar, sertifikatlar va boshqalar) aylanmasi.

Moliyaviy biznesning ikkita tarkibiy qismi mavjud:

- qimmatli qog'ozlar va banknotalarni chiqarish;
- moliyaviy xizmatlar ko'rsatish, predmeti pul qiymatlari va qimmatli qog'ozlar (aktsiyalar, obligatsiyalar, veksellar, vaucherlar).

4. Sug'urta bozorida sug'urta biznesi sug'urta kompaniyalari tomonidan amalga oshiriladi. Sug'urta kompaniyalari faoliyatining asosiy shakli - bu turli xo'jalik yurituvchi sub'ektlar uchun tavakkalchiliklardan himoya qilish va zararni qoplash uchun zarur bo'lgan sug'urta fondlarini yaratish va yuritish.

Sug'urta jamg'armasi - bu biznes sub'ektlarining tadbirkorlik faoliyatidan kelib chiqadigan zararlarni qoplash uchun ishlatilishi mumkin bo'lgan moliyaviy resurslar to'plami.

Sug'urta-bu oldindan kelishilgan hodisalar (sug'urta hodisalari) sodir bo'lgan taqdirda, jismoniy va yuridik shaxslarning mulkiy manfaatlarini himoya qilish munosabatlari. Mijozlarning manfaatlarini himoya qilish ushbu yuridik yoki jismoniy shaxslarning ixtiyoriy yoki majburiy badallari hisobidan tuzilgan sug'urta mablag'lari hisobidan amalga oshiriladi.

Sug'urta munosabatlarining sub'ektlari:

- sug'urtalangan - sug'urta qilish va buning uchun sug'urta badallarini to'lash;
- sug'urtalovchilar - sug'urta kompaniyalari;
- benefitsiarlar - sug'urta summasini oladilar.

Ba'zi sug'urta turlarida sug'urta qildiruvchilar va oluvchilar bir xil.

Sug'urta sohalari:

- shaxsiy;
- mulk;
- javobgarlikni sug'urta qilish.

5. Konsalting biznesi mumkin bo'ldi, chunki bozor ishtirokchilarining barchasi bozor o'zgarishlarini, ishlab chiqarish faoliyatini tashkil etishdagi yangiliklarni va xizmat ko'rsatish sohasi taqdim etayotgan imkoniyatlarni o'rganishga etarli vaqt ajratolmaydi. Ammo, shu bilan birga, biznesni rivojlantirish keyingi qadamlarni, biznesmen faoliyatining yo'nalishi va mazmunini tanlash muammosini keltirib chiqaradi. Shunday qilib, yaxshi professional darajadagi firmalar bor, ular maslahat berishga, qanday harakat qilish kerakligi, qanday alternativalar borligi haqida maslahat berishga tayyor. Biznes bunday firmalar xizmatidan foydalanish imkoniyatiga ega.

Konsalting (maslaxat) firmalari ixtisoslashgan:

- moliyaviy -iqtisodiy ma'lumotlarni to'plash va taqdim etish;
- mustaqil maslahat berish;
- kompaniyani boshqarish, tashkiliy tuzilmalarni o'zgartirish masalalarida mijozlarning buyurtmalariga yordam berish;

- kompaniyaning ichki holatini va uning bozor holatini aniqlash va baholash;

- kompaniyaning rivojlanishi imkoniyatlarini, moliyaviy muammolarni aniqlash;

- tavsiyalar, marketing dasturlarini ishlab chiqish;

- ob'ektlar, moliyaviy loyihalar, yangiliklar qiymatini baholang, moliyaviy boshqaruvda yordam bering;

- inqirozdan chiqish yo'llarini topishda amaliy yordam ko'rsatish;

- maxsus xizmatlar ko'rsatish;

- bunday faoliyatning yakuniy mahsuloti - maslahat;

- eng mashhurlari konsalting faoliyatining uch turi:

- ekspert maslahatlari;

- jarayonlar bo'yicha maslahat;

- trening bo'yicha konsalting.

Ekspertlarning maslahati. Mijoz ia'lumotni taqdim etadi ekspert, tashxis qo'yadigan, tavsiyalar ishlab chiqadigan ma'lumotlarni beradi.

Jarayon bo'yicha maslahat. Mijoz talabiga binoan konsalting firmasi:

- muammoni aniqlaydi;

- loyihani ishlab chiqadi;

- o'zgarishlarni amalga oshirishga yordam beradi.

Audit jarayon konsaltingida alohida o'rin tutadi.

Ta'lim bo'yicha maslahat. Konsalting firmasi yakka tartibdagi firma xodimlari uchun treninglar o'tkazadi, bu esa tadbirkorlarning innovatsion faoliyati uchun sharoit yaratishga imkon beradi.

Auditorlik faoliyati. Bozorda faoliyat yuritayotgan barcha firmalari uchun, moliyaviy faoliyat haqida rostgo'y ma'lumot muhim ahamiyatga ega. Ishonchli axborot imkon biznes xavflarni kamaytirish uchun, qabul qilingan qarorlarning oqibatlarini bashorat qiladi. audit natijasida auditorlik xulosasi bo'ladi. Bu auditidan muvaffaqiyatli o'tdi kompaniya uchun va (sud organlari, davlat organlari, mahalliy davlat hokimiyati organlari, shu jumladan,) barcha bozor ishtirokchilari uchun ham huquqiy ahamiyatga ega bo'lgan hujjat hisoblanadi.

Baholash faoliyati. Korxonalar, qimmatli qog'ozlar, intellektual mulk qiymatini, etkazilgan zararni, mulkni aniqlash uchun alohida faoliyat turi ajratilgan, bu baholash deb nomlangan. Agar baho predmetiga nisbatan nizo kelib chiqsa, bu faoliyat majburiy hisoblanadi.

Qimmatli qog'ozlarni, korxonalarni mulkiy komplekslar, ko'chmas mulk, transport vositalarini baholash eng daromadli hisoblanadi.

2.4.Biznes funktsiyalari

Rivojlangan bozor iqtisodiyoti sharoitida biznes quyidagi asosiy funktsiyalarni bajaradi:

- umumiy iqtisodiy;
- ijodiy izlanish (innovatsion);
- manba;
- ijtimoiy;
- tashkiliy.

Ba'zi olimlarning fikricha, biznes, shuningdek, siyosiy funktsiya bilan tavsiflanadi, uni, qoida tariqasida, tadbirkorlar uyushmalari (birlashmalari) amalga oshiradi, hokimiyat orqali ularning manfaatlarini qo'llab -quvvatlaydi.

Rivojlangan bozor iqtisodiyoti sharoitida umumiqtisodiy vazifa hal qiluvchi ahamiyatga ega. Bu tadbirkorlik tashkilotlari va yakka tartibdagi tadbirkorlarning bozor ishtirokchilari roli bilan ob'ektiv ravishda belgilanadi. Tadbirkorlik tovarlarni ishlab chiqarishga (ishlarni bajarishga, xizmatlar ko'rsatishga) va ularni ma'lum iste'molchilarga: uy xo'jaliklariga, boshqa bizneschilarga, davlatga etkazib berishga qaratilgan bo'lib, uning sub'ektlari tomonidan butun iqtisodiy qonunlar tizimi ta'siri ostida amalga oshiriladi. bozor iqtisodiyoti (talab va taklif, raqobat, narx va boshqalar), bu umumiqtisodiy funktsiyani namoyon etishining ob'ektiv asosidir. Biznesning izchil rivojlanishi iqtisodiy o'sishning, yalpi ichki mahsulot va milliy daromad hajmining oshishining shartlaridan biri bo'lib, bu omil ham iqtisodiy munosabatlar tizimida umumiqtisodiy funktsiyani ifodalaydi.

Biznesning resurs funktsiyasi juda muhim. Biznesni rivojlantirish takrorlanadigan va cheklangan resurslardan samarali foydalanishni o'z ichiga oladi. Resurslar deganda ishlab chiqarishning barcha moddiy va nomoddiy sharoitlari va omillari, albatta, birinchi navbatda, mehnat resurslari, er va tabiiy resurslar, barcha ishlab chiqarish vositalari va ilmiy yutuqlar, shuningdek, tadbirkorlik iste'dodi tushunilishi kerak. Tadbirkor, agar u o'z biznesini yaratadigan, yuqori malakali ishchi kuchidan foydalanadigan va barcha turdagi resurslardan samarali foydalanadigan ilmiy -texnik g'oyalar, faoliyat sohasidagi yangiliklarni ishlab chiqarishga qodir bo'lsa, eng yuqori muvaffaqiyatga erishishi mumkin. Ammo ishbilarmonlarning maksimal daromad (foyda) ga intilishi ko'pincha butun jamiyatga tegishli resurslardan ayovsiz foydalanishga olib keladi. Shunday qilib, tadbirkorlar o'z faoliyati bilan atrof -muhitga va aholiga zarar etkazishi mumkin. Shu munosabat bilan, davlatning tartibga soluvchi roli ziddiyatli va ikki tomonlama xarakterga ega bo'lgan resurs funktsiyasidan noto'g'ri foydalanish uchun ishbilarmonlarning javobgarlik shakllarini belgilab, katta ahamiyat kasb etadi. Biznesmen resurs egasi sifatida ulardan oqilona foydalanishdan manfaatdor va shu bilan birga davlat resurslariga nisbatan shafqatsiz bo'lishi mumkin. Buning oqibatlari odamlar uchun qarama -qarshi bo'lgan biznesning rivojlanish tarixi va ilmiy -texnik inqiloblar tarixidan dalolat beradi.

Ijodiy qidiruv (innovatsion) funktsiyasi tadbirkorlikka yangi byurokratik iqtisodiy boshqaruv turi sifatida xosdir. Bu tadbirkorlik faoliyati jarayonida yangi g'oyalarni qo'llash, belgilangan maqsadlarga erishish uchun yangi vositalar va omillarni ishlab chiqish bilan, shuningdek ularni to'ldiruvchi boshqa barcha funktsiyalar bilan bog'liq. Bu funksiya tadbirkorlik sub'ektlarining iqtisodiy erkinlik darajasi, qarorlar qabul qilish shartlari bilan bog'liq bo'lib, bu tadbirkorga mulkdor sifatida xosdir.

Biznesning ijtimoiy funktsiyasi har bir qobiliyatli shaxsning o'z biznesining egasi bo'lish qobiliyatidan, o'z shaxsiy iste'dodi va imkoniyatlarini yaxshiroq namoyon etishidan iborat. Bu funktsiya

tobora ko'proq odamlarning yangi qatlamini shakllantirishda namoyon bo'lmoqda - tashabbuskor, mustaqil iqtisodiy faoliyatga moyil, atrof -muhit qarshiligini engishga va belgilangan maqsadga erishishga qodir. Tadbirkorlik tashkilotlari qanchalik samarali ishlasa, turli darajadagi budjetlarga va davlat budjetdan tashqari jamg'armalariga mablag 'oqimi shunchalik muhim bo'ladi. Shu bilan birga, biznesni rivojlantirish ish o'rinlarining o'sishini, ishsizlik darajasini kamaytirishni va xodimlarning ijtimoiy mavqeini mustahkamlashni ta'minlaydi.

Biznesning tashkiliy funktsiyasi ishbilarmonlar tomonidan o'z biznesini tashkil qilish, uni diversifikatsiya qilish, boshqaruvni shakllantirish, murakkab ishlab chiqarish va tashkiliy tuzilmalarni yaratish, firma faoliyatining strategiyasini o'zgartirish va boshqalar to'g'risida mustaqil qarorlar qabul qilishda namoyon bo'ladi. Kichik va o'rta biznesning jadal rivojlanishida, shuningdek, "jamoaviy (tarmoq) biznes" da, xalq korxonalarini yaratishda ifodalangan.

Tashkiliy bo'linmalarning quyidagi funktsiyalari ajratiladi:

- marketing;
- ishlab chiqarish (jarayon) funktsiyasi;
- moddiy va texnik yordam;
- moliyaviy va buxgalteriya hisobini yuritish va tegishli hisobot shakllarini tayyorlash;
- kadrlar funktsiyasi.

Marketing - bu bozorning hajmi va dinamikasini, shuningdek reklama, sotishni rag'batlantirish vositalarini ishlab chiqish va joriy etish uchun iste'mol bozorini o'rganish. Marketing har qanday faoliyatning iste'molchiga yo'nalishini amalga oshirishni o'z ichiga oladi. Korxonaning marketing faoliyatini amalga oshirishda tanlovning ustuvor yo'nalishlari:

- iste'molchilar talabiga muvofiq ob'ekt sifatini yaxshilash;
- sifatni yaxshilash orqali iste'mol resurslarini tejash;
- ishlab chiqarish hajmini oshirish orqali iste'mol resurslarini tejash.

Ishlab chiqarish (jarayon) funktsiyasi korxona resurslarini (moliyaviy, mehnat, moddiy, axborot) yakuniy raqobatbardosh mahsulotga aylantirish jarayonini o'z ichiga oladi.

Moddiy-texnik ta'minot kompaniyaning maqsadlariga erishish jarayonini zarur moddiy -texnik resurslar bilan ta'minlashdan iborat.

Moliyaviy va buxgalteriya hisobini yuritish va tegishli hisobot shakllarini tayyorlash soliq maqsadlarida, shuningdek, tashkilotning iqtisodiy faoliyatini tahlil qilish va baholash maqsadida xo'jalik operatsiyalarining mazmuni va bajarilishini nazorat qilishni o'z ichiga oladi.

Kadrlar funktsiyasi kompaniyaning maqsadiga erishish uchun zarur bo'lgan malaka talablariga javob beradigan xodimlarni tanlash va yollashni o'z ichiga oladi. Shuningdek, bu funktsiya xodimlar ishini samarali tashkil etish va munosib rag'batlantirish tizimini yaratishni o'z ichiga oladi.

2.5.Biznes strategiyasi va taktikasi

Biznes strategik maqsadi turli operatsiyalarni amalga oshirish jarayonida (jamiyatda o'z o'rnini o'zgartirib, daromad, daromad, daromad, mustahkamlashga va ularning mol-mulkini quvvatlash) foydani maksimallashtirish iborat. Taktik maqsad bu aniq bir kontragen bilan bir masalada, amalga oshirishning aniq shartlaridan foydalanib bitm predmeti va muddatini o'rnatishning strategik yo'nalishini amalga oshirish.

Biznesning yo'nalishi va maqsadlarini aniqlagandan so'ng, strategiyani ishlab chiqish bosqichi boshlanadi. A Strategiya shu ezgu maqsadga erishish uchun zarur bo'lgan harakatlarning bir umumiy modeli. Uzoq muddatli istiqbolda firmaning raqobatda omon qolishiga imkon beradigan strategiyani ishlab chiqishning ahamiyati nihoyatda yuqori. Raqobatbardosh va tez o'zgaruvchan bozor sharoitida nafaqat kompaniyaning ichki holatiga e'tibor qaratish, balki tashqi muhitdagi o'zgarishlarga hamohang bo'lishga imkon beradigan uzoq muddatli strategiyani ishlab chiqish juda muhimdir..

Ilgari, ko'plab firmalar kundan-kunga ish, joriy faoliyatida resursdan foydalanish samaradorligini oshirish bilan bog'liq ichki muammolarga asosan e'tibor berishgan.Xozir resurslardan oqilona foydalanish vazifasi kun tartibidan tushmagan. Endilikda

tez o'zgaruvchan muhitda kompaniya moslashishini ta'minlaydi bunday strategiyani amalga oshirish juda muhim ximoblanadi. Misol uchun, yapon firmalari strategiyasi quyidagicha ifodalanadi:

- tashqi muhitda ham, kompaniya ichida ham doimiy o'zgarishlarga e'tibor qaratish;
- shu muhit joyiga yo'naltirish;
- deterministik yo'nalishning yo'qligi;
- omon qolish uchun barcha imkoniyatlarni hisobga olish va ulardan foydalanish, o'zgaruvchan dunyoda nafaqat hozirgi paytda, balki uzoq muddatda o'z rolini kuchaytirish;
- omon qolish uchun asosiy resurs sifatida inson resurslarini, ularning intellektual salohiyatini va doimiy rivojlanayotgan texnologiyalarni taqsimlash.

Moslashuvchanlik, qobiliyati va o'zgarishlarning cho'qqisida bo'lish istagi bilan ajralib turadigan ushbu strategiya yordamida tezda qayta qurish orqali bozorda o'z o'rnini qaytarib olish qobiliyatiga bo'lgan ehtiyoj ob'ektiv ta'sir ko'rsatadi.

Shuni ta'kidlash kerakki, yagona strategiya yo'q. Har bir firma o'ziga xosdir, shuning uchun strategiyani ishlab chiqish jarayoni o'ziga xosdir, chunki u firmaning bozordagi mavqeiga, uning rivojlanish dinamikasiga, potentsialiga, raqobatchilarning xulq - atvoriga, tovarlarning xususiyatlariga bog'liq. U ishlab chiqaradigan maxsulot yoki ko'rsatadigan xizmatlar, iqtisodiyot holati, madaniy muhit va boshqalarga bog'liq. Shu bilan birga, biznes strategiyasini ishlab chiqishning ba'zi umumlashtirilgan tamoyillari haqida gapirishga imkon beradigan fundamental fikrlar mavjud.

Strategiyani tanlash kompaniyaning ichki holatini va tashqi muhitni tavsiflovchi asosiy omillarni tahlil qilishga asoslangan. Stratyegiya savolga javob berishi kerak. Tashqi muhit elementlarini hisobga olgan holda belgilangan maqsadlarga erishish uchun korxonada mavjud resurslar va imkoniyatlardan foydalanishni yaxshilashning muqobil variantlari qanday?

Strategiyani tanlashda quyidagi asosiy omillarni hisobga olish kerak.

- sanoatning kuchli tomonlari;

- kompaniyaning kuchli tomonlari;
- kompaniyaning maqsadlari;
- kompaniyaning moliyaviy resurslari;
- xodimlarning malakasi;
- tashqi muhitga qaramlik darajasi;
- vaqt omili.

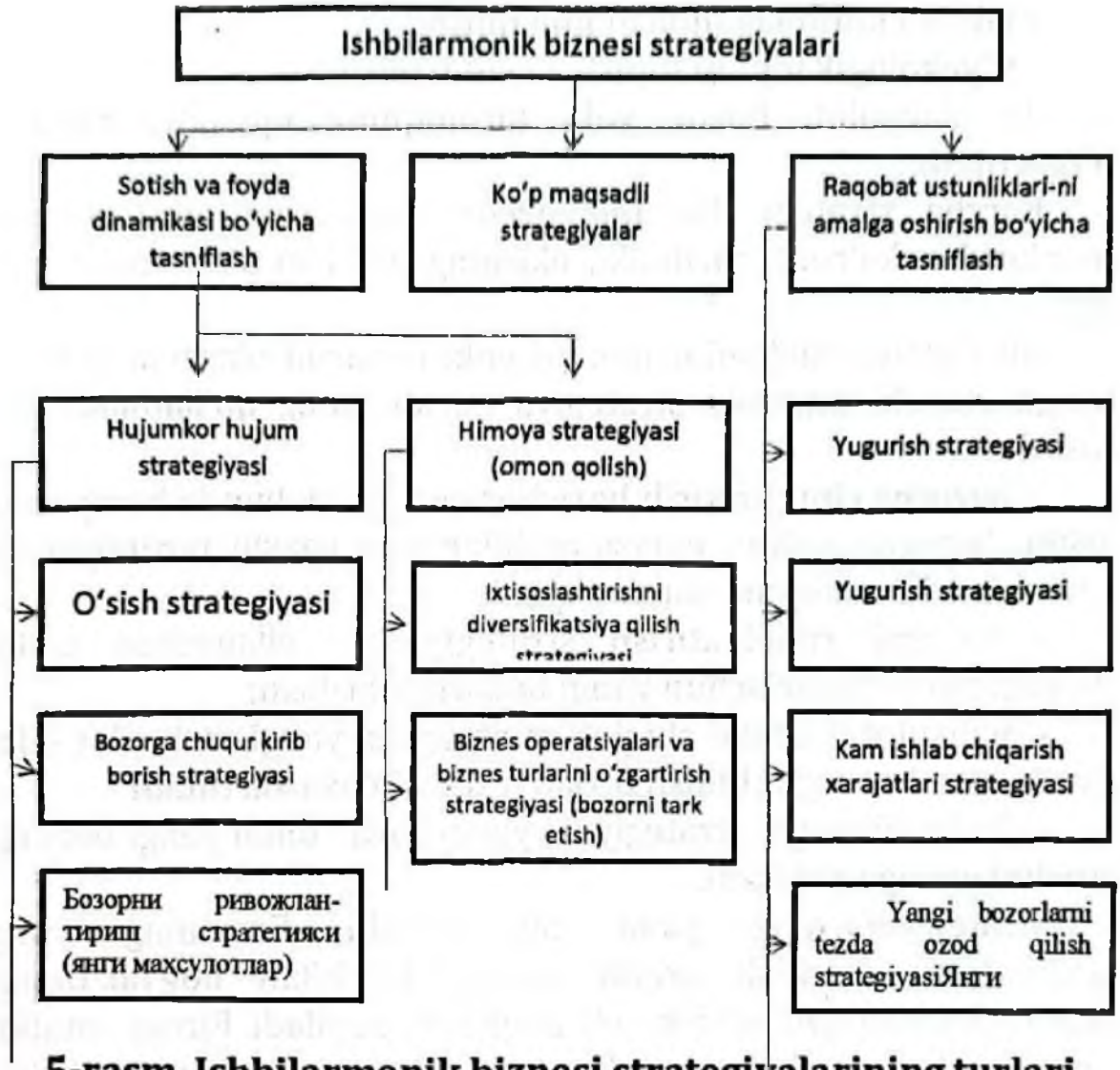
Tanlangan strategiya uni amalga oshirish imkoniyatini aniqlaydigan omillarning to'g'riligi va etarliligini tahlil qilish orqali baholanadi. Baholashning asosiy mezoni: tanlangan strategiya kompaniya tomonidan qo'yilgan maqsadlarga erishishga olib keladimi. Agar strategiya kompaniyaning maqsadlariga mos keladigan bo'lsa, uni keyingi baholash quyidagi sohalarda amalga oshiriladi:

- tanlangan strategiyaning atrof -muhit holati va talablariga muvofiqligi;
- tanlangan strategiyaning firma salohiyati va imkoniyatlariga muvofiqligi;
- strategiyaga xos bo'lgan xavfning maqbulligi.

Biznes nazariyasi va amaliyotida biznes yuritish uchun ko'plab strategik yondashuvlar ishlab chiqildi. Ushbu xilma-xillik biznesni amalga oshirish muayyan sharoitlariga asoslangan bo'lib bular tashqi va ichki omillar kombinatsiyasi, tegishli sanoat tendentsiyalari, maqsadlar tabiati va boshqa bir qator omillar (5 rasm).

Biznes olamida uchraydigan barcha strategiya turlarini uch guruxga birlashtirish mumkin:

1) hujum yoki hujum strategiyasi;
2) mudofaa yoki omon qolish strategiyasi;
3) biznes turlarini qisqartirish va o'zgartirish strategiyasi.



5-rasm. Ishbilarmonik biznesi strategiyalarining turlari

Strategiyalarning har bir guruhida firmaning o'ziga xos shartlariga qarab ko'p variantlar mavjud. Har bir guruh elementlarini birlashtirgan ko'p maqsadli strategiyalar bo'lishi mumkin. Ko'rinib turibdiki, yanada jozibador - bu ma'lum bir bozor ulushini qo'lga kiritishni va ko'pincha yangi bozorda yoki yangi sohada etakchi o'rinni egallashni maqsad qilgan hujum strategiyasi yoki yutuqli strategiyadir.

Hujum strategiyasi odatda ma'lum bir yangilikni amalga oshirishga asoslangan va tadbirkorlik yondashuvini o'z ichiga oladi. Jahon biznesi amaliyotida bu strategiyaning variantlari juda ko'p. Masalan, biznes mutaxassisi P. Druker to'rtta tadbirkorlik strategiyasini aniqlaydi:

1) birinchi bo'lib sindirish va katta zarba berish;

2) tez va kutilmaganda hujum qilish;

3) "yekologik joy" ni topish va yulib olish;

4) mahsulot, bozor yoki tarmoqning iqtisodiy tavsifini o'zgartirish.

Barcha strategiyalar tajovuzkor xarakterga ega, ularning nomlaridan ko'rinib turibdiki, ularning har biri o'z variantlariga ega.

Amaliyotda mahsulot nomini yoki bozorini o'zgartirishni o'z ichiga oluvchi umumiy strategiya guruhi keng qo'llaniladi (6 - rasm):

- bozorga chuqur kirib borish strategiyasi, bunda kompaniya ushbu bozorda ushbu mahsulot bilan eng yaxshi pozitsiyalarni egallash uchun hamma narsani qiladi;

- bozorni rivojlantirish strategiyasi - allaqachon ishlab chiqarilgan tovarlar uchun yangi bozorlarni izlash;

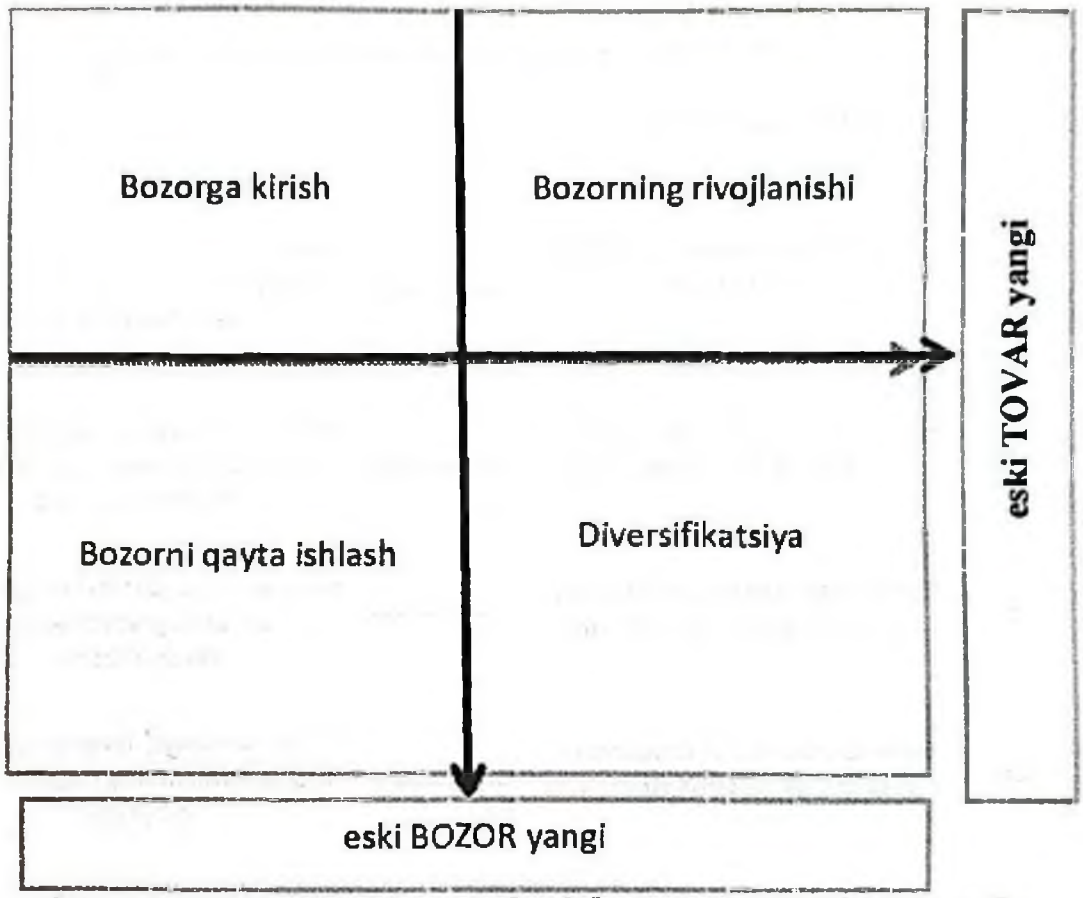
- mahsulotni ishlab chiqish strategiyasi yangi mahsulot bilan rivojlangan bozorga chiqish orqali o'sishni nazarda tutadi;

- diversifikatsiya strategiyasi yangi tovar bilan yangi bozorga kirishni amalga oshiradi.

Strategiyalarning yana bir guruhi firmaning yangi tuzilmalarni qo'shish orqali kengayishi bilan bog'liq. Ularga integratsiyalashgan o'sish strategiyasi deyiladi. Firma mulkni sotib olish va ichkaridan kengaytirish orqali yaxlit o'sishga intilishi mumkin. Bu erda ikkita variant bor:

1) teskari vertikal integratsiya strategiyasi - o'sish ta'minot kompaniyalarini sotib olishga bog'liq yoki etkazib berish uchun sho"ba korxonalar yaratish orqali amalga oshishini ta'minlashga qaratilgan;

2) oldinga yo'naltirilgan vertikal integratsiya strategiyasi - firma va oxirgi iste'molchi o'rtasida joylashgan tuzilmalarni sotib olish orqali firmaning o'sishini o'z ichiga oladi.



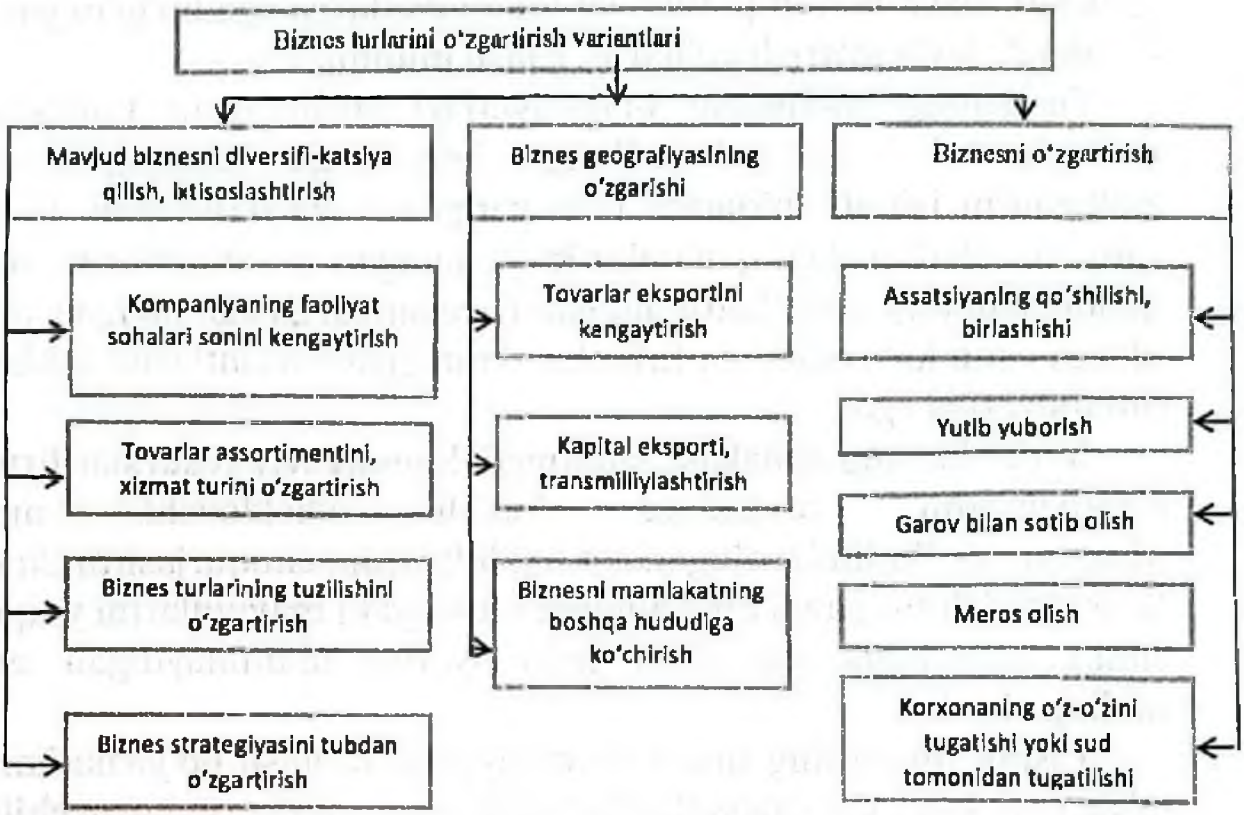
6-rasm. Tovarlar (bozorlar) bo'yicha imkoniyatlar matritsasi

Mudofaa strategiyasi, yoki omon qolish strategiyasi, Firma o'zda mavjud bo'lgan bozor ulushini va bozorda o'z o'rnini saqlashni o'z ichiga oladi. Firmaning bozor holati qoniqarli bo'lsa, bunday strategiya maqullanadi yoki faol 'ujumli strategiyasini amalga oshirish uchun yetarli mablag bo'lmasa.. Firma kuchli raqib javob choralaridan yoki hukumatning jazosidan cho'chib ikkinchini o'tkazishdan tiyiladi. Bunday vaziyatda firmaning harakat qilish imkoniyatlari. shakl. 7. Biroq, strategiya bu turi juda xavfli hisoblanadi va ilmiy va texnologik taraqqiyot masalalari va raqobat firmalarning xatti-xarakatlar, uni o'tkazuvi firmalar tomonidan diqqatli bo'lishni talab qiladi. Firma qulashi arafasida bo'lishi mumkin natijada bozordan chiqishga majbur. Mudofaa strategiyasi, yoki omon qolish strategiyasi, Firmaning bozordagi ulushini va o'z o'rnini saqlab qolishni ko'zda tutadi.



7-rasm. Firma mudofaa strategiyasining mumkin bo'lgan variantlari

Biznes turlarini qisqartirish va o'zgartirish strategiyasi uzoq muddatli o'sishdan keyin yoki iqtisodiyotda keskin o'zgarishlar ro'y berganda, samaradorlikni oshirish zarurati tufayli o'z kuchlarini qayta yig'ish kerak bo'lgan holatlarda qo'llaniladi. Strukturaviy qayta qurish va boshqalar kabi. Bunday strategiyalarning mumkin bo'lgan variantlari 8-rasm.



8-rasm. Biznes turlarini o'zgartirish strategiyalarining mumkin bo'lgan variantlari

Biznes turlarini o'zgartirish uchun strategiya variantlarini amalga oshirish, odatda, silliq kechmaydi. Biroq,shuni anif tushinib yetish kerakki, bu xam firmani rivojlantirish strategiyasiga o'xshash bo'lib o'sish strategiyasi kabi ma'lum bir sharoitlarda undan qochib bo'lmaydi. Bundan tashqari, ayrim hollarda, bu ish yangilanish uchun yagona imkoniyatdir. Amalda, firmalari bir vaqtning o'zida emas, lekin bir necha strategiyalarni amalga oshirish mumkin. Bu turli-tuman shakllarga kompaniyalari bilan ayniqsa keng tarqalgan. biznes strategiyasini tanlash, uning holatini, mahsulot portfelini, shuningdek strategiyasi, uni ijro tabiatini va mohiyatini tavsiflovchi asosiy omillar tahlili asosida kompaniya boshqaruvi tomonidan amalga oshiriladi.

Asosiy omillardan, birinchi navbatda, strategiyani tanlashda hal qiluvchi ahamiyatga ega bo'lgan sohaning kuchli tomonlari va firmaning kuchli tomonlari o'rganiladi. Mavjud imkoniyatlardan maksimal darajada foydalanishga intilish kerak. Shu bilan birga,

biznesni o'sish uchun potentsial imkoniyatlarga ega bo'lgan yangi sohalarda joylashtirish yo'llarini izlash muhim.

Firmaning moliyaviy imkoniyatlari strategiyani tanlashga sezilarli ta'sir ko'rsatadi. Yangi bozorlarga chiqish, yangi mahsulotni ishlab chiqarish yoki yangi sohaga o'tish kabi firma xatti -harakatlaridagi qadamlar katta moliyaviy xarajatlarni talab qiladi. Shunday qilib, katta moliyaviy resurslarga ega bo'lgan yoki ularga oson kira oladigan firmalar strategiya variantlarini tanlash imkoniyatiga ega.

Xodimlarning malakasi, shuningdek moliyaviy resurslar firma strategiyasini tanlashda kuchli cheklovchi omil hisoblanadi. Xodimlarning malaka salohiyatini chuqurlashtirish va kengaytirish-bu yangi tarmoqlarga o'tish yoki mavjudlarini yuqori sifatli texnologik yangilash imkoniyatini ta'minlaydigan eng muhim shart.

Tashqi muhitning firma strategiyasini tanlash bo'yicha katta ta'sir bor. Shunday vaziyatlar bo'ladiki firma yetkazib beruvchilar va xaridorlarga bog'liq bo'ladi. Imkoniyatlardan kelib chiqib o'zining potensialidan to'la foydalanish strategiyasini tanlashi kerak. Kuchli tashqi qaramlik boshqa barcha omillardan ko'ra firmaning strategiyani tanlashiga yanada muhim ahamiyat kasb etadi. Kuchli tashqi qaramlik, masalan firmaning xatti huquqiy tartibga solish, monopoliyaga qarshi qonunlar, ijtimoiy cheklashlar, tabiiy atrof-muhit ta'siri, siyosiy omillar va boshqalar sabab bo'lishi mumkin

Yana bir muhim omil - bu kompaniya rahbariyatining manfaatlari. Masalan:

- menejment tavakkal qilishni yaxshi ko'radi yoki aksincha, har tomonlama tavakkaldan qochishga intiladi. Bu strategiyani tanlashda hal qiluvchi omil bo'lishi mumkin;
- Kompaniya rahbariyati shaxsiy xisoblarni aniqlashga yoki ba'zi shaxslarga biror narsani isbotlashga qaror qildi, shuning uchun boshqa kompaniyani yutub yuborish kursi o'tishi mumkin.

Shunday qilib, biznesni rivojlantirish strategiyalari juda ko'p. Firma rahbariyatining vazifasi - biznesning o'ziga xos shartlari va maqsadlarini inobatga olgan holda, eng maqbulini tanlash.

Yeng muhim strategik qarorlardan biri bu korxona joylashgan joyni tanlashdir. Bu, ayniqsa, savdo korxonasi (do'kon) uchun to'g'ri keladi. Tajriba shuni ko'rsatadiki, o'rta sifatli do'kon, agar u yaxshi joyda bo'lsa, yaxshi ish qilishi mumkin va aksincha, hatto eng yaxshi do'kon ham yomon joyda omon qolishi qiyin. Korxonani joylashtirishda quyidagi omillarni hisobga olish maqsadga muvofiqdir.

1) tijorat korxonasi (do'kon) uchun:

- transport oqimi;
- piyodalar oqimi;
- jamoat transporti bekatlarining yaqinligi;
- mashinalar uchun to'xtash joyining mavjudligi;
- joyning "ko'zga tashlanishi", umumiy fon;
- qulay kirish va chiqishlarni, kirish yo'llarini tashkil qilish imkoniyati;
- ijara shartlari;
- sayt narxi;
- hududning iste'molchi profilini;

2) ishlab chiqarish korxonasi uchun:

- avtomobil yo'llariga yaqinlik;
- saqlash joylarining mavjudligi;
- etkazib beruvchilarga yaqinlik;
- mehnat resurslarining mavjudligi;
- ijara shartlari;
- sayt narxi.

2.6. Tadbirkorlikning biznesdagi o'rni va ahamiyati

Barcha lug'atlarda tadbirkorlik va biznes so'zlari sinonimdir, shuning uchun o'quv, ilmiy adabiyot va amaliy faoliyatda bu ikki tushuncha doimo aralashib, bir -birini almashtirib turadi. Tadbirkorlik ham, biznes ham bozor iqtisodiyotining eng muhim atributlari bo'lib, uning barcha institutlariga singib ketgan bo'lsa -da, ularning tushunchalarini ajratib ko'rsatish kerak.

Tizimli tushunchalarga asoslanib, tadbirkorlik-bu har qanday biznes emas, balki bu innovatsionlik, byurokratiyaga qarshi kurash, doimiy tashabbuskorlik, ishlab chiqarish, marketing,

tarqatish va iste'mol jarayonlarida yangiliklarga yo'nalish tamoyillari bilan ajralib turadigan ijodiy boshqaruv uslubi. tovarlar va xizmatlar. Biznes (kengroq tushuncha sifatida) - bu tovarlar va xizmatlarni tashkil etish, ishlab chiqarish, tarqatish va sotishdagi reproduktiv faoliyat bo'lib, kundalik va innovatsion jarayonlarni ishlab chiqishda tashabbuslarsiz mavjud bo'lishi mumkin. Bu - mavjud ehtiyojlarni qondirish uchun tasdiqlangan texnologiyalar, qoidalar va qoidalar doirasida bir xil ishlab chiqarish, marketing, tarqatish yoki boshqa faoliyatni yildan -yilga amalga oshirish yoki tashkil etish. Shuning uchun, tadbirkor har doim tadbirkor, lekin u o'z faoliyatida innovatsion siyosat olib borganida, ma'lum bir faoliyat davrlarida tadbirkor bo'lishi mumkin.

Tadbirkor ijodiy shaxs sifatida o'z biznesini boshlaydi, lekin biznes charchagan g'oya va etakchilik ega, u oddiy biznesmen turkumga ko'chib mumkin. Tadbirkorlik (tadbirkorlik faoliyati) o'z nomidan va o'z xavfi, tadbirkorlar chaqirdi jismoniy va yuridik shaxslar tomonidan mustaqil ravishda amalga oshiriladi (sanoat yoki tijorat) innovatsion iqtisodiy faoliyat uslubi hisoblanadi. Bu faoliyat o'z faoliyati natijalari uchun to'liq mulkiy javobgarlikni o'z zimmasiga oladigan va yuridik me'yorlarga bo'ysunadigan iqtisodiy jihatdan alohida bozor iqtisodiyoti sub'ektlari tomonidan kapital va resurslardan eng yaxshi foydalanish hisobiga kutilgan natijaga erishishga (foyda yoki tadbirkorlikdan daromad olishga) qaratilgan. ro'yxatga olish mamlakatimiz qonunchiligi).

Tadbirkorlik faoliyatning alohida turi sifatida, bu faoliyat sub'ektlarining ma'lum bir fikrlash tarziga, o'ziga xos uslubi va iqtisodiy xulq turiga ega bo'lishini nazarda tutadi. Bu biznesga alohida ijodiy munosabat, tashabbuskorlik erkin namoyon bo'lishi, yangilikka doimiy intilish, noan'anaviy echimlar va imkoniyatlarni izlash, faoliyat ko'lamining kengayishi eng muhimi, tavakkal qilishga doimo tayyor bo'lishida namoyon bo'ladi. va undan chiqish yo'llarini topadi. Tadbirkorlik qobiliyati - bu tadbirkorning ishlab chiqarish resurslaridan (yer, kapital va ishchi kuchi) oqilona foydalanish qobiliyati va cheklanmagan ehtiyoj sharoitida imkon qadar ko'proq foyda olish uchun cheklangan resurslardan foydalanish yaxshiroqdir. Jahon

statistikasi shuni ko'rsatadiki, barcha mehnatkashlar orasida faqat 7-8% odamlar tadbirkorlikka moyil.

Tadbirkorlik yangi bozorlardan ratsionalizatorlik va foydali resurslar sarmoyaviy, ishlab chiqarish, yangi birikmalar amalga oshirish, harakat, yangi mahsulotlar yaratish, yangi sohalarda qidirish hisoblanadi. ishlab chiqarish yoki marketing yangi mahsulotlar va texnologiyalar, yaratilishida - Bu iqtisodiy faoliyat ma'lum bir sohada muvaffaqiyat va etakchilik erishish asoslangan ehtiyojlarini eng to'liq qondirish bilan o'rtacha sathidan qor qaratilgan. Ehtiyotkorlik, tovush xatarlarni va strategik boshqarish tadbirkorlikni ajralmas qismlari bor. Shu sababli, tadbirkorlik ishlab chiqarish rivojlantirishda faol omil bo'lib kelmoqda. tadbirkorlik faoliyatining eng muhim vazifasi bir kompaniya samarali faoliyat yoki yangilik tomon bir yo'nalishini va innovatsion atrof-muhit yaratish, bir turli jalb qilish va foydalanish qobiliyatini resurslari shama yakka tartibdagi tadbirkor, faoliyatini ta'minlash uchun, manbalari yuklangan vazifalarni hal etish uchun.

Tadbirkorlik mustaqil faoliyat sifatida ushbu faoliyat sub'ektlarining turli yo'nalishdagi erkinligi va mustaqilligini nazarda tutadi:

- tadbirkorlik faoliyati turi va ko'lamini tanlash;
- ushbu faoliyat yo'nalishlari va usullarini tanlash;
- iqtisodiy qarorlar qabul qilish va ularni amalga oshirish vositalarini tanlash;
- ishlab chiqarish dasturlarini shakllantirish, moliyalashtirish manbalarini, mahsulot va xizmatlarni etkazib beruvchilarni, mehnat resurslari manbalarini tanlash;
- kanallar va marketing usullarini tanlash;
- xodimlar uchun ish haqi va boshqa daromadlar tizimini va miqdorlarini belgilash;
- mahsulotlar va xizmatlar narxlari va tariflari darajasini belgilash;
- tadbirkorlik faoliyatidan soliqlar va boshqa majburiy to'lovlardan keyin qolgan foydani (daromadni) tasarruf etish.

Tadbirkorlik iqtisodiy faoliyat sifatida firma yoki yakka tartibdagi tadbirkorlik turi va ko'lamidan qat'i nazar, iqtisodiy

jarayonni tashkil etish va boshqarishni o'z ichiga oladi. Iqtisodiy faoliyat quyidagi turlarni qamrab olishi mumkin: innovatsiya, ishlab chiqarish va sotish, savdo va vositachilik, konsalting, muhandislik, patent va litsenziyalash va boshqalar, shu jumladan qimmatli qog'ozlar savdosi. Iqtisodiy faoliyat sohasiga korxona ichidagi munosabatlar ham, bozor iqtisodiyotining boshqa ishtirokchilari bilan bo'lgan munosabatlar ham kiradi - moliyaviy, huquqiy, hisob -kitoblar, bu tovarlar harakati, sug'urta, saqlash, tovarlarni ijaraga berish, mahsulot va xizmatlarni reklama qilish va boshqalar.

Tadbirkorlik faoliyati jismoniy va yuridik shaxslar tomonidan amalga oshiriladi. Jismoniy shaxslar tomonidan amalga oshiriladigan tadbirkorlik faoliyati yakka tartibdagi (xususiy) tadbirkorlik faoliyatini anglatadi. Yuridik shaxslar tomonidan amalga oshiriladigan tadbirkorlik faoliyati jamoaviy tadbirkorlikga tegishli bo'ladi.

Jismoniy shaxslar individual tadbirkor bo'lib, ular huquqiy imkoniyatlar ega bo'lib, unga muvofiq, huquqiy holati tegishli qonunlar bilan tartibga solinadi, yakka tartibdagi tadbirkorlar, huquqiy hujjatlar yordamida bitimlar tuzishi qobiliyati huquq va majburiyatlarga imkoniyatlarini kengaytirish, mulkiy javobgarliklari bor.

Yuridik shaxs mulkiy huquq va majburiyatlarning tashuvchisi hisoblanadi. U iqtisodiy muomalada o'z nomidan harakat qiladi; unga kiritilgan shaxslardan mustaqil ravishda mavjud qabul qilingan majburiyatlar bo'yicha mustaqil mulkiy javobgarlikni o'z zimmasiga oladi. Yuridik shaxsning mulki uning a'zolarining shaxsiy mulkidan ajratiladi.

Tadbirkorlik faoliyatining ikkala shakli ham tadbirkorlik faoliyati sub'ektlariga tegishli bo'lgan kapital va mulkka egalik qilish, ham tashqaridan jalb qilingan moliyaviy resurslarga asoslangan. Tadbirkorlik faoliyatining har qanday shaklida ham ishchilarning yollanma mehnatidan foydalanish mumkin va bo'lmasligi mumkin.

Tadbirkorlar muvaffaqiyatli juda to'yingan G'arb bozorida yangi bozor joylarini tezda topishadi. Shuning uchun, xam ichki to'yinmagan bozorda u ko'rsatadigan xizmat bilan bozordan joy

topish juda qiyin. Bu mohirona va o'z vaqtida ularni topish va tegishli biznes tashkil qilish muhimdir konsalting, axborot, reklama, tadqiqot, vositachilik va boshqalar. Turli iste'mol tovarlari ishlab chiqarish va aholi uchun turli xizmatlar ko'rsatish hisoblanadi. Muvaffaqiyatli tadbirkorning xarakterli xususiyatlari biri bu sezgirlik xisoblanadi. Bugunni allaqachon ko'rish uchun, bozordagi talab va taklifning har qanday o'zgarishlarga juda sezgir bo'lishi kerak.

Yakka tartibdagi tadbirkor bu mulkka egalik qilish, undan foydalanish va uni tasarruf etish huquqiga ega bo'lgan, ma'lum bir mulkka sarmoya kiritgan kapitalning egasi bo'lishi mumkin, ya'ni mulkni tashkil etish uchun qo'ygan mulkining yagona egasi va boshqaruvchisi sifatida harakat qilishi mumkin. Iqtisodiy jarayon muomalaga kiritiladi, buning uchun zarur resurslar (moddiy - texnik, mehnat va boshqalar) jalb qilinadi. Yakka tartibdagi tadbirkorning shaxsiy kapitali va mol -mulki bo'lmasligi mumkin, balki xo'jalik faoliyatini tashkil etish uchun qarz mablag'lari va ijaraga olingan mol -mulkni jalb qilishi mumkin, buning yakuniy natijasi tadbirkorlik daromadlari va foyda olish bo'ladi. Yakka tartibdagi tadbirkorlik individual faoliyatni tashkil etish uchun zarur shart -sharoitlarga ega bo'lishini nazarda tutadi, uni mustaqil ravishda boshqarishi yoki menejer yollashi mumkin.

Shaxsiy tadbirkorlik faoliyati zamonaviy sharoitda yuqori texnologiyalar va innovatsion g'oyalar bilan bog'liq bo'lgan yangi sohalarda keng tarqaldi, bu erda patentga ega bo'lgan va ularning ishlab chiqarishni tashkil etish va joriy etish uchun moliyaviy resurslarga ega bo'lgan muhandislar, dizaynerlar shaxs sifatida harakat qiladilar. Odatda, yakka tartibdagi tadbirkor katta firma menejeriga qaraganda, ayniqsa, faoliyat yo'nalishlarini tanlashda, harakat erkinligiga ega.

Tadbirkor faoliyatini o'z nomidan va o'z tavakkalidan amalga oshiradi. Tadbirkor - bu o'z mablag'larini biznesni tashkil qilishga qo'yadigan va uning natijalari bilan bog'liq shaxsiy tavakkal qiladigan shaxs. bozor munosabatlariga boshqa ishtirokchilari bilan iqtisodiy munosabatlarni amalga oshiruvchi, tadbirkor shartnoma bitim uchun bir partiya sifatida bajaradi. U ma'lum bir vakilga menejerga o'z nomidan yoki o'zi rahbarlik qilayotgan

kompaniya nomidan shartnomalar tuzish huquqini berishi va bunday vakolatlarning chegaralarini belgilashi mumkin. Xavf va xavf ostida ish olib borgan tadbirkor, yakka tartibdagi va jamoaviy faoliyatning yakuniy natijalari uchun to'liq javobgarlikni o'z zimmasiga oladi. U iqtisodiy faoliyat natijalari uchun jismoniy yoki yuridik shaxsning vakili sifatida mulkiy javobgarlikni oladi.

Tadbirkor quyidagi huquqlarga ega:

- o'z faoliyatini amalga oshirish uchun har qanday turdagi firmalar, korxonalar tuzish;
- boshqa firmalardan mulkiy va mulkiy huquqlarni sotib olish;
- bozor munosabatlarining boshqa iqtisodiy sub'ektlari faoliyatida o'z mol -mulki bilan ishtirok etish;
- taraflarning kelishuviga binoan jismoniy va yuridik shaxslarning mulkidan ijara, shartnoma asosida va boshqalardan foydalanish;
- shartnoma yoki boshqa shartlar asosida ishchilarni yollash va ishdan bo'shatish;
- pul mablag'larini saqlash, hisob -kitob, kredit va kassa operatsiyalarining barcha turlarini amalga oshirish uchun o'z nomingizdan yoki kompaniya nomidan bank hisob raqamlarini ochish;
- yakka tartibdagi tadbirkorlik faoliyatidan cheksiz shaxsiy daromad olish.

Tadbirkor quyidagilar bilan xarakterlidir:

- faoliyat sohasidagi professional bilim;
- ishlab chiqarish va sotish va marketing faoliyatida ma'lum boshqaruv tajribasining mavjudligi;
- o'z imkoniyatlari va bozordagi o'rnini, jalb qilingan resurslar va moliyaviy resurslarni to'g'ri baholash qobiliyati;
- iqtisodiy fikrlash, kompetentsiya, ishbilarmonlik madaniyati, amaliy tajriba va ko'nikmalar;
- maqsadga erishish va foyda olish uchun ishlab chiqarishni tashkil qilish va o'z xavf -xatar bilan harakat qilish qobiliyati;
- bozor imkoniyatlarini, innovatsion g'oyalarni tahlil qilish va ulardan foydalanish qobiliyati.

Tadbirkorlar o'z biznesini tashkil qiladi va o'z manfaati uchun yoki ular vakili bo'lgan firma, tashkilot manfaati uchun harakat

qiladi. Shuning uchun tadbirkorlik faoliyati eng kuchli iqtisodiy motivatsiya bilan tavsiflanadi.

Yuqori texnologiyali ishlab chiqarishda o'z shaxsiy ishi odatda aniq ilmiy-texnik g'oyalar bilan bog'liq, chunki tadbirkorlar mahsulot yaratish texnologiyasini yaxshi bilishadi, aksariyat hollarda o'ziga xosdir.

Tadbirkorlik faoliyati bitta yoki bir martalik bitimlar asosida bo'lmasdan doimiy ravishda amalga oshiriladi. Bu erda gap tizimli yanada rivojlantirish va kengaytirish yo'lidagi oriyentatsiyasi bilan tubarqaror tashkil etilgan xo'jalik faoliyati kaysikim kelajakja yanada rivojlantirish va kengaytirishga qaratilgan natijasioriyentatsiyasi ustida gap bormrqda. Va bu tashkiliy va moliyaviy muammolar foyda o'sishini muvaffaqiyatli hal etishni taqazo etadi. Yangi texnologiya asosida samarali faoliyat yuritishini hamda kompaniyaning barqaror rivojlanishini ta'minlash mumkin. Boshqa imkoniyatlar faol aniqlash lozim. Bir butun sifatida ishlab chiqarish va kompaniya savdo rentabelligini oshirish maqsadida faoliyat uchun yangi maydon tashkil etish orzu qilish maqsadga muvofiq..

Tadbirkorlik faoliyati tijorat yutuqlariga erishishga qaratilgan: foyda yoki tadbirkorlik daromadlari, bu boshqaruvning bozor sharoitidan kelib chiqadi va faqat shunday faoliyat olib boriladigan iqtisodiyotning bozor tuzilishi bilan bog'liq. Tadbirkorlarning sof daromadlari yoki daromadlarining katta qismi shaxsiy iste'molga yo'naltirilmagan, balki iqtisodiy faoliyatning eng istiqbolli yo'nalishlarini yanada rivojlantirishga qaratilgan bo'lishi kerek.

Tadbirkorlik faoliyati kapitalni: mulkni, shuningdek moliyaviy, moddiy -texnik, mehnat resurslarini samarali ishlatishga qaratilgan.

Tadbirkor haqiqiy jarayonni o'z davriyligini amalga oshirish uchun zarur bo'lgan mulk sub'ekti sifatida uning harakatlarining umumiyligini o'z ichiga olgan mulk egasi, foydalanuvchisi va boshqaruvchisi vazifasini bajaradi, xususan:

- erkin va mustaqil qaror qabul qilish qobiliyati, ya'ni egalikni uning haqiqiy ko'rinishida amalga oshirish;

- barcha turdagi faoliyatni va ishlab chiqarish jarayonining barcha ishtirokchilarini muvofiqlashtirish, ya'ni vakolat;

- ishlab chiqarish va sotishni tashkil etish, mablag'larni sarflash, mulkni ijaraga berish va olish va boshqalar - aniq muddatlarda buyurtma berish.

Shunday qilib, tadbirkorlikning mohiyati - bozor noaniqligi sharoitida kapital, mulk, patent huquqlari va boshqa resurslar ko'rinishidagi mulkdan eng yaxshi foydalanish imkoniyatlarini topish va bu imkoniyatlarni haqiqatda amalga oshirishga intilishdir.

Tadbirkorlik bir-biri bilan, huquqiy, moliyaviy va boshqa munosabatlar orqali a'loqaga kiradi. Bozor iqtisodiyoti alohida iqtisodiy fanlar, mavjudligini nazarda tutadi. Bunday shaxslar boshqalar iqtisodiy izolyatsiya o'z faoliyati natijalari uchun ularning iqtisodiy mustaqilligi va mulkiy mas'uliyat, bitim uchun sherik, nisbatan, tomonlarni deyiladi.

Tadbirkorlik faoliyati sub'ekti sifatida iqtisodiy faoliyat natijalari uchun mulkiy javobgarlikni o'z zimmasiga olishni nazarda tutadi. Yuridik shaxs tashkil qilmasdan o'z faoliyatini amalga oshirayotgan tadbirkor, ushbu faoliyat bilan bog'liq majburiyatlar bo'yicha, butun qonunchiligi bilan javob beradi, mamlakat qonunlariga muvofiq undirilishi mumkin bo'lmagan mulk bundan mustasno.

Yuridik shaxs sifatida faoliyat yurituvchi tadbirkor firmaning huquqiy vaziyatiga qarab mulkiy javobgarbzladi, bu jarayon yo o'zining barcha kapitali va shaxsiy mulki bilan yoki fakat kapitali bilan.

Tadbirkorlik ish natijalari uchun jamoaviy ma'muriy javobgarlikni emas, balki shaxsiy xo'jalikni nazarda tutadi.

Tadbirkor majbur xisoblanadi:

- xodimlar bilan va kerak bo'lganda kasaba uyushmalari bilan ishga joylashish to'g'risida shartnomalar (shartnomalar) tuzish;

- shartnoma shartlariga muvofiq xodimlarga ish haqi to'lash;

- ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarning (ishlarning, xizmatlarning) sifatini ta'minlash;

- qonun talablari va iste'molchilar huquqlariga rioya qilish;

- xodimlarga tegishli mehnat sharoitlarini yaratish;

- xodimlarni sug'urta qilish va ta'minlash uchun sug'urta va pensiya jamg'armalariga badallar kiritish;

- ekologik xavfsizlikni ta'minlash choralarini, xavfsizlik choralarini amalga oshirish.

Tadbirkorlik faoliyatining huquqiy me'yorlari shuningdek, firma yoki yakka tartibdagi tadbirkorni tugatish tartibini ham o'z ichiga oladi (tugatish tartibi), u tadbirkorlik faoliyati sud tomonidan yoki bankrotlik, qonun buzilishi natijasida tugatilgan holatlarni ham nazarda tutadi. va hokazo. Har qanday holatda ham tadbirkorlik faoliyatini tugatish tartibi va muddatlari belgilanadi.

Davlat tadbirkorligi-bu korxona nomidan xo'jalik faoliyatining shakli: a) davlat mulkini (davlat korxonasini) boshqarishga vakolatli (amaldagi qonun hujjatlariga muvofiq) davlat boshqaruv organlari yoki b) mahalliy o'zini o'zi boshqarish organlari (shahar korxonasi).).

Xususiy tadbirkorlik - bu tashkilot (agar u shunday ro'yxatga olingan bo'lsa) yoki tadbirkor nomidan (agar bunday faoliyat ishchi kuchini jalb qilmasdan, yakka tartibdagi mehnat faoliyati shaklida) amalga oshiriladigan iqtisodiy faoliyat shakli.

Albatta, bu turlarning har biri - davlat va xususiy tadbirkorlikning o'ziga xos xususiyatlari bor, lekin ularni amalga oshirishning asosiy tamoyillari asosan bir xil. Qanday bo'lmasin, bunday faoliyat bilan shug'ullanish tashabbuskorlikni, mas'uliyatni, innovatsion yondashuvni va maksimal foyda olishni xohlashni nazarda tutadi. Tadbirkorlikning har ikkala turining tipologiyasi o'xshash. Davlat va xususiy tadbirkorlikning asosiy farqi shundaki, uning faoliyati faqat daromad olishga qaratilgan emas. Davlat o'z tashkilotlari oldiga tijorat maqsadlaridan tashqari, ma'lum ijtimoiy-iqtisodiy maqsadlarni qo'yadi. Davlat tadbirkorligi, davlat korxonalarining nisbatan kattaligi, davlatning obro'si va iqtisodiy qudrati tufayli o'ziga xos potentsial yuqori daromad manbalariga ega. Shu nuqtai nazardan, xavf -xatarli daqiqalar emas (maksimal darajada kichik biznesda namoyon bo'ladi), lekin quyidagi omillar:

1) imtiyozli to'lov variantlari va chegirmalarni nazarda tutuvchi xomashyo, materiallar, butlovchi buyumlar va boshqalarni sotib olishning sezilarli va barqaror hajmlari;

2) ayniqsa qulay shartlarda kreditlar mavjudligi;

3) ishlab chiqarish ko'lamining iqtisodiyoti;

4) yangi uskunalarni, shu jumladan lizingni olish uchun keng imkoniyatlar;

5) barqaror ishbilarmonlik aloqalari tarmog'i, potentsial sotish bozorlari, sheriklar, shu jumladan xorijiy bozorlari haqida to'liq ma'lumot manbalari bilan tanishish.

Davlat tijorat korxonalarining bozor munosabatlarining sub'ektlari sifatidagi afzalliklari, ularning shaxsiy xarajatlarini jamoatchilikka nisbatan kamaytirishga va shu orqali super foyda olishiga asos bo'lishi mumkin.

Nazorat savollari:

1. "Biznes" tushunchasiga to'liq ta'rif bering.
2. Biznesning ishtirokchisi kim?
3. Ta'sir sohalari bo'yicha biznesning bo'linishini sanab bering.
4. Biznes kontseptsiyasi nima bilan tavsiflanadi?
5. Ishlab chiqilgan biznes kontseptsiyasi qanday rol o'ynaydi?
6. Biznesning uchta asosiy tushunchasini qisqacha ta'riflab bering.
7. Biznesning asosiy turlari qanday.
8. Biznesning asosiy vazifalarini aytib bering.
9. Biznesni tashkiliy bo'linmalarining asosiy vazifalari.
10. Biznes strategiyalariga qisqacha tavsif bering.
11. Biznes taktikasiga qisqacha tavsif bering.
12. Strategiyani tanlashda nimalarga e'tibor berish kerak?
13. Biznesning asosiy biznes strategiyalarini sanab bering.
14. Biznes strategiyasini tanlashda qanday omillar ishlatiladi?
15. Korxonaning joylashishiga qanday omillar ta'sir qiladi?
16. "Tadbirkorlik" va "biznes" tushunchalarining farqini tushuntiring.
17. Nima uchun tadbirkorlik ishlab chiqarish rivojlanishining faol omili hisoblanadi?
18. Tadbirkorlikning mohiyati nimada?

3. BIZNESNING TASHKILIY ASOSLARI

3.1. Biznes sub'ektlari
3.2. Tashkiliy-huquqiy shakllar(THSH)
3.3. Tashkiliy va iqtisodiy shakllar
3.4. Biznesning birliklari
3.5. Firma tashkil etmasdan turib tadbirkorlik faoliyatini boshlash
3.6. Biznes infratuzilmasi
3.7. Tashqi va ichki biznes muhiti

3.1. Biznes sub'ektlari

Huquqiy nuqtai nazardan, *sub'ekt* huquq va javobgarlik tashuvchisidir. Zamonaviy bozor iqtisodiyoti sharoitida uning sub'ektlari o'rtasidagi munosabatlarning asosi bunday sub'ektlarning har biri tomonidan o'z biznesini amalga oshirish yo'llarini izlashdir.

Xo'jalik yurituvchi sub'ekt har qanday bitimning faol ishtirokchisi, bitimni tayyorlash va amalga oshirish jarayonida yuzaga keladigan huquq va majburiyatlarning tashuvchisi hisoblanadi. Tadbirkorlik sub'ektlari tadbirkorlik manfaatlarini hisobga olgan holda tadbirkorlik faoliyatining qonun hujjatlarida taqiqlanmagan har qanday turi bilan shug'ullanishi mumkin. Xo'jalik yurituvchi sub'ektlarning faoliyati eksterritorialdir, ya'ni davlatlar qonunchiligidagi hech qanday tafovutlar xo'jalik yurituvchi sub'ektlarning biznes munosabatlariga kirishish imkoniyatini bekor qila olmaydi.

Xo'jalik yurituvchi sub'ekt deganda ushbu sub'ektning funktsional mansubligi va uning faoliyatining funktsional ixtisoslashuvi tushuniladi.

Funktsional ixtisoslashuviga ko'ra biznes sub'ektlari quyidagilarga bo'linadi:

1) *tadbirkorlarga* (guruhlar, tadbirkorlik uyushmalari) o'z tavakkalchiligiga suyanib o'zlarining individual iqtisodiy va huquqiy javobgarlik ostida faol faoliyatini amalga oshiruvchilar;

2) bandlik bilan shug'ullanuvchi *xodimlar*, shuningdek ularning mehnat birlashmalari - kasaba uyushmalari;

3) *mahsulotning individual va jamoaviy iste'molchilari*;

4) xo'jalik yurituvchi sub'ektlar bo'lgan *davlat va munitsipalitet hokimiyati va boshqaruvi organlari*, agar ular bitimning bevosita ishtirokchisi sifatida ishtirok etsalar, shuningdek davlat xizmatchilari.

Keling, biznes sub'ektlarini batafsil ko'rib chiqaylik.

Xususan biznesmenlarga quyidagilar kiradi:

- o'z xavf-xatarlari va tavakkalchiligi ostida, o'zlarining iqtisodiy va huquqiy javobgarligi ostida faol faoliyatni amalga oshiruvchi shaxslar;

- biznesmenlar jamoasi va ularning turli birlashmalari.

Yollanma *xodimlar manfaatlari*- daromad olish - shartnoma yoki boshqa asosda tadbirkorlik firmasida ish orqali amalga oshiriladi. Xizmat vazifalarini bajarish jarayonida olingan shaxsiy daromadlar va uning miqdori (qabul qilingan ish haqi miqdori) xodimlarning tadbirkorlar bilan ishbilarmonlik munosabatlaridagi imtiyozdir. Biznesmen bilan bitim amalga oshirish , o'zining mehnat manfaatlarini anglab, fuqarolar (yollanma io'chilar) o'z ***biznesini yaratadi***.

Yollanma xodimning biznesining xususiyatlari:

1) tadbirkor va xodim o'rtasidagi ish munosabatlarining sub'ekti uning ishchi kuchi hisoblanadi; u muddatli ijaraga berilganga o'xshaydi, bu erda ish kuchini "ijara" shartlari nazarda tutilgan;

2) ishchilar va tadbirkorlar mustaqil tanlov qiladilar va iqtisodiy tavakkal qiladilar, o'z mol-mulkini almashtiradilar, o'z manfaatlarini bir-birlariga yuklaydilar, bir-biriga bosim o'tkazishning turli usullarini qo'llaydilar (masalan, kasaba uyushmalari bilan tuzilgan jamoa shartnomalari); har ikki tomon o'z strategiya va taktikasini amalga oshirmoqda;

3) xodimlar o'zlarining ijtimoiy mavqeini o'zgartirishi mumkin, masalan, firmalarning aktsiyalarini sotib olish; mablag'lar to'planganda, kichik tadbirkorlar armiyasiga qo'shilib, o'z biznesini ochadi.

Yollanma ishchilar biznesining asosi ish kuchiga *xususiy mulkchilikdir*. *Mulk* iqtisodiyotdagi eng asosiy tushunchalardan biridir. Bu *odamlar o'rtasidagi munosabatlarning ijtimoiy-huquqiy shakli bo'lib, ular har qanday ob'ektlarni o'zlashtirish jarayonida shakllanadi. Tashkilotga berish* deganda, ushbu ob'ektlardan ushbu jarayonni amalga oshiruvchi, ushbu ob'ektlardan belgilangan maqsadda foydalanadigan shaxslarning manfaatlarini ko'zlab foydalanish tushuniladi. Ishlab chiqarish vositalari va tovarlarni o'zlashtirish mumkin. Shunga ko'ra ishlab chiqarish vositalari va iste'mol tovarlariga egalik huquqi shakllanadi. Oldindan to'plangan mulkni saqlab qolish va ko'paytirish orqali bitimlar ishtirokchisi boshqa odamlarga nisbatan o'z mavqeini saqlab qoladi va mustahkamlaydi.

Mulk boshqa ko'rinishi- kapital - bir shaxsning mulk ob'ektlari to'plamining pul qiymati. Ushbu ob'ektlarga ko'chmas mulk (binolar, kvartiralar, uylar, inshootlar, erlar), ko'char mulk (avtomobillar, transport, asbob-uskunalar, xom ashyo, yarim tayyor mahsulotlar), pul mablag'lari, sotish uchun mo'ljallangan inventar buyumlar kiradi.

Iste'molchilar biznes tizimining passiv yoki ikkilamchi ishtirokchilari emas, o'zlarining *biznes manfaatlariga teng*. Iste'molchilarning ishbilarmonlik manfaatlari - tovarlarni (ishlarni, xizmatlarni) sotib olish - ishlab chiqaruvchilar va sotuvchilar bilan kontragentlarni mustaqil izlash asosida, xarajatlarni minimallashtirish va *foydani ko'paytirish* tamoyili asosida mustaqil aloqalarni o'rnatish orqali amalga oshiriladi.

Iste'molchi biznesining eng keng tarqalgan xususiyatlarini tariflaymiz:

1) ishbilarmonlik munosabatlari tizimida odamlarning *umumiy ishtirokini* aks ettiradi, chunki u barcha fuqarolar tomonidan amalga oshiriladi;

2) barcha fuqarolarning ishlab chiqarishning yakuniy natijalaridan manfaatdorligini aks etadi, ya'ni bu faoliyat ushbu natijalarga e*rishish uchun eng yaxshi sharoitlarni topishga* qaratilgan bo'ladi;

3) tadbirkorlik faoliyatini rag'batlantiruvchi omil bo'lib, ishlab chiqaruvchilarni iste'molchilarning ehtiyojlari bilan

hisoblashishga, iste'molchilarni tabiiy biznes sheriklari sifatida qabul qilishga majbur qiladi;

4) iste'mol biznesining ishtirokchilari tadbirkorlarning o'zlari boshqa korxonalar mahsulotining iste'molchisi sifatida xarakat qiladi. Bu ishbilarmonlar tijorat ishtahasini muvozanatlashning muhim omili xisoblanadi.

Iste'mol biznesining asosini iste'mol tovarlari va xizmatlarga bo'lgan xususiy mulk tashkil etadi. U turli shakllarda ko'rinadi: individual, oilaviy, guruh, jamoa va boshqalar.

Ishlab chiqarish vositalariga xususiy mulkchilik, iste'mol tovarlari va xizmatlarga xususiy mulkchilik bu- egalik xo'jalik munosabatlarining o'zaro bog'liq ikkita tarkibiy qismixisoblanadi.

Davlat organlari tadbirkorlik takliflari va tadbirkorlik manfaatlari bilan bevosita bozorga kirganda tadbirkorlik munosabatlarining ishtirokchisi hisoblanadi. *Davlatning ishbilarmonlik manfaati* ustuvor umummilliy ilmiy-texnikaviy, ilmiy-ishlab chiqarish va davlat va uning fuqarolari uchun foydali bo'lishi mumkin bo'lgan boshqa dasturlarni amalga oshirish zaruratidan iborat. Davlat organlarining tadbirkorlik sub'ektlari sifatidagi tadbirkorlik manfaatlari boshqa sub'ektlar – bizneslar va yollanma xodimlarning tadbirkorlik manfaatlaridan farq qilishi mumkin emas. *Davlat biznesining asosini ishlab chiqarish vositalariga, axborotga, pul resurslariga, davlat qimmatli qog'ozlariga davlat mulki xisoblanadi.*

Turli xo'jalik yurituvchi sub'ektlarning o'zaro manfaatdorlik tamoyili har xil: davlat tadbirkorlarni davlat ahamiyatiga molik ustuvor dasturlarda ishtirok etishga turli yo'llar bilan rag'batlantiradi. Imtiyozli markazlashtirilgan kreditlar, subsidiyalar, buyurtmalar, xaridlar, imtiyozli soliqqa tortish va boshqalar.

3.2. Tashkiliy-huquqiy shakllar(THSH)

Korxonaning shaklini tanlash har bir alohida holatda, kompaniyaning sohasi va faoliyat turiga, mahsulotiga, moliyaviy holatiga va boshqa omillarga qarab individual ravishda amalga oshiriladi. Ushbu omillarning eng muhimlari:

- Biznesmen o'z oldiga qo'yadigan maqsadlar va uni joriy ijtimoiy-iqtisodiy sharoitda amalga oshirish yo'llari;

- boshlang'ich kapitalni shakllantirish usuli;

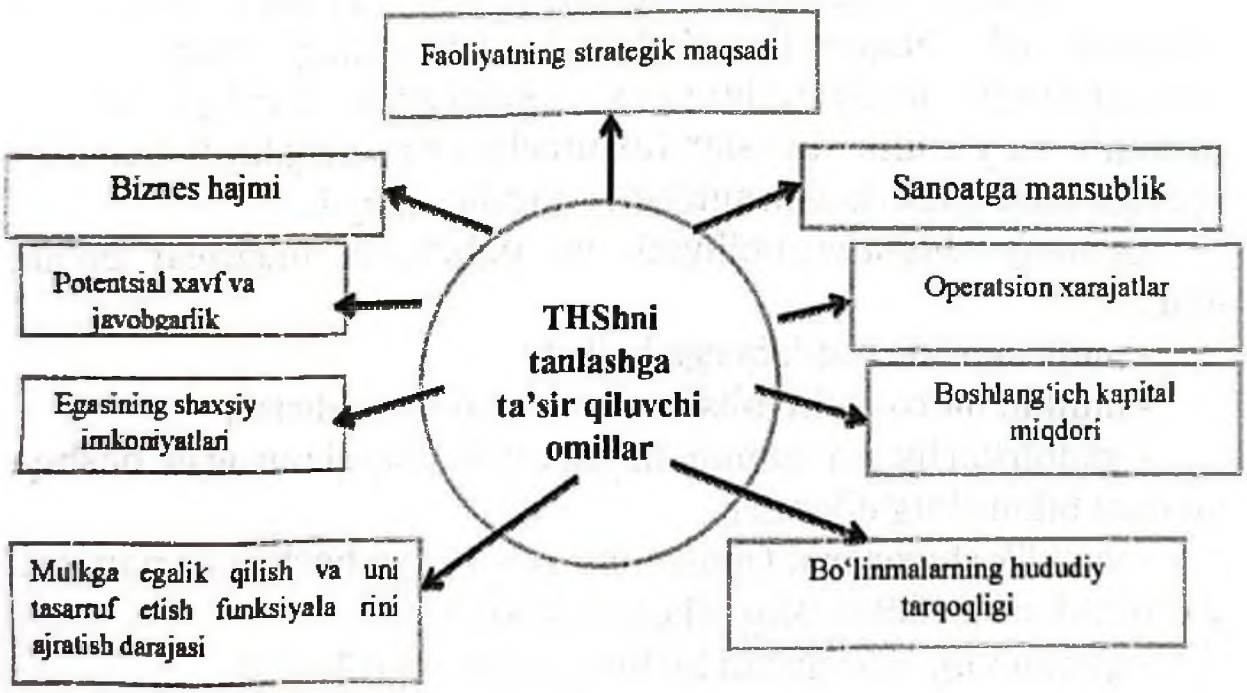
- Biznesmenning ishlab chiqarish va xo'jalik faoliyatini amalga oshirish usullari;

- Biznesni boshqarishning tashkiliy shakli va usullari;

- xo'jalik yurituvchi sub'ektni tashkil etish, uning faoliyati va tugatishni tartibga soluvchi qonunchilik va normativ-texnik baza;

- Biznesmen foydalanadigan mol-mulkka egalik shakli;

- ishlab chiqarishni tashkil etish shakli va boshqalar (13-rasm).



13-rasm. Korxonaning THSHni tanlashga ta'sir qiluvchi asosiy omillar

Muayyan tashkiliy-huquqiy shaklni tanlash to'g'risida qaror qabul qilganda, tadbirkor quyidagilarni belgilaydi:

- birinchidan, biznesning profili va mazmuniga, mumkin bo'lgan sheriklar doirasiga, amaldagi qonunchilikka bog'liq bo'lgan mumkin bo'lgan huquq va majburiyatlarning talab darajasi va hajmi;

- ikkinchidan, korxonaning ustav kapitalini shakllantirish shakli, bu ham biznesning profili va mazmuniga, o'z

imkoniyatlariga, faoliyat ko'lamiga, tadbirkorlik faoliyati amalga oshiriladigan tarmoqdagi raqobat darajasiga bog'liq. , tashkil etilgan korxonaning mulk shakli (yakka tartibdagi, aktsiyadorlik va boshqalar);

- uchinchidan, korxona tashkiliy tuzilmasi va uni boshqarish sxemasining eng samarali shakli.

Shunday qilib, biznesning tabiati, faoliyat ko'lami, moliyaviy imkoniyatlari, shuningdek, biznesning turli shakllarining afzalliklari va kamchiliklarini tahlil qilish asosida har bir alohida holatda korxonaning eng maqbul tashkiliy-huquqiy shakli tanlanadi. .

O'zbekiston Respublikasining Fuqarolik Kodeksi (O'zbekiston Respublikasi Fuqarolik Kodeksi) biznesning (tadbirkorlik faoliyatining) tashkiliy-huquqiy shakllarini tartibga soladi, jismoniy va yuridik shaxslar tushunchalarini belgilaydi. Ularning ikkalasi ham tadbirkorlik sub'ekti sifatida ishlaydi.

Jismoniy shaxslar qobiliyatli va qobiliyatli fuqarolar bo'lib, ular:

- mulk sifatida mulkka ega bo'lish;
- mulkni meros qilib olish va meros qilib qoldirish;
- tadbirkorlik va qonun hujjatlarida taqiqlanmagan boshqa faoliyat bilan shug'ullanish;
- yuridik shaxslarni (mustaqil ravishda va boshqa jismoniy va yuridik shaxslar bilan birgalikda) tashkil etish;
- qonun hujjatlariga zid bo'lmagan bitimlar tuzish;
- o'z faoliyati uchun mulkiy va boshqa javobgarlik.

Jismoniy shaxs o'z tavakkalchiligi va tavakkalchiligi bilan harakat qilib, o'z mablag'larini muomalaga kiritib, yakka tartibdagi tadbirkor sifatida ishlaydi.

Tijorat faoliyati orqali umumiy maqsadlarga erishish uchun jismoniy shaxslarning kapitallarini yuridik va tashkiliy jihatdan rasmiylashtirilgan birlashtirish ularga yuridik shaxs maqomini beradi. *Yuridik shaxs* - bu alohida mol-mulkka ega bo'lgan, xo'jalik yoki operativ boshqaruvchi va ushbu mol-mulk bilan o'z majburiyatlari bo'yicha javob beradigan, o'z nomidan mulkiy va shaxsiy nomulkiy huquqlarni olishi va amalga oshirishi, majburiyatlarni bajarishi, da'vogar va javobgar bo'lishi mumkin

bo'lgan tashkilotdir. Sudda yuridik shaxs quyidagi xususiyatlar bilan tavsiflanadi:

- kopmaniya nomi;
- yuridik shaxslarni davlat ryestrida ro'yxatdan o'tkazish;
- fuqarolik huquqlari (ta'sis hujjatlarida e'lon qilingan faoliyat maqsadlariga mos keladigan) va o'z majburiyatlari bo'yicha javobgarlik;
- faoliyatning ayrim turlarini amalga oshirish uchun maxsus ruxsatnoma (litsenziya) mavjudligi;
- muayyan tashkiliy tuzilma;
- mustaqil balans;
- yuridik manzil;
- muhr va bank hisobvarag'i.

Yuridik shaxs davlat ro'yxatidan o'tkazilgan paytdan boshlab tashkil etilgan hisoblanadi. Yuridik shaxslar quyidagi tashkiliy-huquqiy shakllarda tuzilishi mumkin:

1) Xo'jalik hamkorligi:
- to'liq sheriklik;
- ishonchga asoslangan hamkorlik;

2) iqtisodiy jamiyat:
- mas'uliyati cheklangan jamiyat (MCHJ);
- qo'shimcha mas'uliyatli jamiyat (QMJ);
- yopiq aktsiyadorlik jamiyati (YAJ);
- ochiq aktsiyadorlik jamiyati (OAJ);

3) ishlab chiqarish kooperativi;
4) davlat va shahar *unitar* korxonalari;
5) boshqaruvning boshqa ruxsat etilgan shakllari:
- iqtisodiy hamkorlik;
- investitsion hamkorlik;
- oilaviy korxona;
- milliy korxona.

O'zbekiston Respublikasi Fuqarolik Kodeksiga binoan xo'jalik shirkatlari va shirkatlari - bu ustav (qo'shma) kapitali ta'sischilarning (ishtirokchilarning) ulushlariga (ulushlariga) bo'lingan tijorat tashkilotlari. Biznes sherikliklari va kompaniyalari o'xshash xususiyatlarga ega:

1. Ishtirokchilarning badallari hisobiga yaratilgan, shuningdek faoliyat jarayonida sotib olingan yoki ishlab chiqarilgan mol-mulk mulk huquqi asosida ushbu korxonalarga tegishlidir.

2. Xo'jalik xamkorlari va jamiyat yuridik shaxs sifatida boshqa shirkat va jamiyatlarning ishtirokchisi bo'lishi mumkin.

3. Muassislar jamiyatga nisbatan majburiy huquqqa ega.

Sheriklik - bu tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanuvchi shaxslarning birlashmasi bo'lib, ularda faqat yakka tartibdagi tadbirkorlar yoki tijorat tashkilotlari ishtirok etishi mumkin.

Sheriklik to'liq shirkat deb tan olinadi qachonkim, uning ishtirokchilari (to'liq sheriklar) tuzilgan shartnomaga muvofiq shirkat nomidan tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanadilar va o'z majburiyatlari bo'yicha o'zlariga tegishli mol-mulk bilan javob beradilar. To'liq shirkatning firma nomi uning barcha ishtirokchilarining ismlarini (ismlarini) va "to'liq shirkat" so'zlarini o'z ichiga olishi kerak. To'liq shirkat barcha ishtirokchilar tomonidan imzolangan ta'sis shartnomasi asosida tuziladi va ishlaydi; boshqaruv umumiy kelishuv asosida amalga oshiriladi, har bir ishtirokchi, agar shartnomada boshqacha qoida nazarda tutilgan bo'lmasa, bitta ovozga ega.

To'liq hamkorlikning xususiyatlari:

1) uning ishtirokchilarining tadbirkorlik faoliyati shirkatning o'zi yuridik shaxs sifatida tan olinadi;

2) qarzlarni to'lash uchun shirkatning mol-mulki bo'lmagan taqdirda, kreditorlar ularni har qanday ishtirokchining shaxsiy mulkidan qoplashni talab qilishga haqli;

3) ishtirokchilardan birortasi umuman shirkat nomidan tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullansa, bunday xolda boshqaruv organlarining vakolatlarini belgilovchi ustav talab qilinmaydi.

Kommandit shirkat (kommandit shirkat) ikki guruh a'zolaridan iborat: to'liq a'zolar va hissa qo'shuvchilar. To'liq sheriklarning faoliyati to'liq sheriklikda bo'lgani kabi amalga oshiriladi. Investorlar faqat shirkat mulkiga hissa qo'shadilar, lekin shaxsiy mulk bo'yicha majburiyatlar bo'yicha javobgar emaslar. Omonatchilarni jalb qilish orqali to'liq sheriklarning mulki hisobidan emas, balki qo'shimcha mablag'larni olish mumkin bo'ladi.

Investorlar kommandit shirkat nomidan ish yuritish uchun uni boshqarishda qatnashish huquqiga ega emaslar. Investorlar kiritilgan ulushga muvofiq foydaning bir qismini olish huquqiga ega. Omonatchi o'z ulushini uchinchi shaxsga o'tkazish huquqiga ega, bunda sheriklarning roziligi talab qilinmaydi.

Xo'jalik jamiyatlariga quyidagilar kiradi: mas'uliyati cheklangan jamiyat, qo'shimcha mas'uliyatli jamiyat, yopiq aktsiyadorlik jamiyati, ochiq aktsiyadorlik jamiyati.

Mas'uliyati cheklangan jamiyat (MCHJ) - bu bir yoki bir nechta shaxsga ega bo'lgan tashkilot. Ustav kapitali ta'sis hujjatlarida belgilangan miqdorda aktsiyalarga bo'lingan jamiyat. Mas'uliyati cheklangan jamiyatning a'zolari uning majburiyatlari bo'yicha javob bermaydilar va jamiyat faoliyati bilan bog'liq yo'qotishlar xavfini o'zlarining badallari miqdorida ko'taradilar. MChJning ta'sis hujjatlari - bu ta'sischilar tomonidan imzolangan ta'sis shartnomasi; nizom. Oliy organi - ishtirokchilarning umumiy yig'ilishi.

MChJning o'ziga xos xususiyatlari - bu uning a'zolarining iqtisodiy faoliyatda majburiy shaxsiy ishtirokini talab qilmaydigan kapitalni birlashtirishning bir turi. Qonun ustav kapitalining eng kam miqdorini belgilaydi, shu bilan kreditorlarning muayyan kafolatlarini beradi.

Qo'shimcha mas'uliyatli jamiyatning MChJdan farqi shundaki, agar kompaniyaning mol-mulki kreditorlarning talablarini qondirish uchun etarli bo'lmasa, ishtirokchilar birgalikda ma'muriy javobgarlikka tortilishi mumkin.

Aksiyadorlik jamiyati - ustav kapitali ma'lum miqdordagi aktsiyalarga bo'lingan jamiyat. Aksiyadorlar aktsiyadorlik jamiyatining majburiyatlari bo'yicha javob bermaydilar, lekin ular o'z aktsiyalarining qiymatigacha yo'qotish xavfini o'z zimmalariga oladilar.

Ustav kapitalini tashkil etishda aktsiyalarning to'liq tengligi, ular aksiyalar bilan majburiy ro'yxatga olinishi bilan saqlanadi. Aktsiyador ketganida, u hech qanday to'lovni talab qila olmaydi, chunki bu faqat bitta usulda - o'z aktsiyalarini boshqa shaxsga sotish (yoki boshqacha tarzda o'tkazish) orqali amalga oshirilishi mumkin. Ustav kapitalini qimmatli qog'ozlar yordamida

tashkil etish yirik kapitalni jamlash, shuningdek, aktsiyalarni tezda begonalashtirish va sotib olish imkonini beradi. Biroq, korxonalarni tashkil etishning ushbu shakli bilan suiiste'mollik ko'pincha sodir bo'ladi.

Ochiq aktsiyadorlik jamiyatlari (OAJ) o'rtasidagi asosiy farq shundaki, uning ishtirokchilari o'z aktsiyalarini boshqa aktsiyadorlarning roziligisiz begonalashtirishi mumkin, yopiq aktsiyadorlik jamiyatlarida (OAJ) esa aksiyadorlar boshqa aktsiyadorlar tomonidan sotilgan aksiyalarni sotib olishda imtiyozli huquqqa ega. Bundan tashqari, aksiyadorlik jamiyatini tashkil etishda chiqarilgan aksiyalarga ochiq obunani va ularni erkin sotishni o'tkazish zarur. OAJ o'z faoliyatini nazorat qilish uchun har yili ommaviy axborot vositalarida yillik hisobot, balans, foyda va zararlar to'g'risidagi hisobotni e'lon qilishi shart. YOAJ tashkil etilganda u aktsiyalarni faqat ta'sischilar yoki oldindan belgilangan shaxslar doirasi o'rtasida taqsimlaydi.

Biznes sherikliklari va kompaniyalar umumiy xususiyatlarga ega:

1) Muassislarning badallari hisobiga yaratilgan, shuningdek, ular faoliyati davomida ishlab chiqarilgan va sotib olingan mol-mulk ularga mulk huquqi asosida tegishli bo'ladi.

2) Ularning barchasi umumiy huquqqa layoqatli tijorat tashkilotlaridir.

3) Yuridik shaxs sifatida jamiyatlar va shirkatlar boshqa jamiyat va xamkorlik ishtirokchilari bo'lishi mumkin.

4) Jamiyatlar (HJ) va xamkorlar (HT) o'z mulkining egasi bo'lganligi sababli, ularning ta'sischilari kompaniyaga nisbatan faqat majburiy huquqqa ega, lekin uning mulkiga bo'lgan mulk huquqiga ega emas (3-jadval).

3-jadval. Biznes sherikliklari (BSH) va jamiyat (BJ)

BSH va BX shakllari		Ishtirokchilarning ja vobgarligi	Ustav kapitali
1		*2*	*3*
BSH	Biznes sheriklar BSH	Umumiy o'rtoqlar BSH nomidan tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanadilar va tegishli mulk bilan javobgardirlar.	Yig'ma kapital ulushlarga (qismlarga) bo'linadi.
	Imon BSH	Hissa qo'shadigan ishtirokchilar tadbirkorlik faoliyatida ishtirok etmaydilar va depozitlar doirasida yo'qotish xavfini o'z zimmalariga oladilar.	Agar BSH sof aktivlarining qiymati ustav kapitali miqdoridan kam bo'lsa, foyda ular tenglashtirilmaguncha taqsimlanmaydi.
BJ	Aksiyadorlik jamiyati (AJ)	Ishtirokchilar jamiyatning majburiyatlari bo'yicha javobgar emaslar va o'z aktsiyalari qiymati doirasida yo'qotish xavfini o'z zimmalariga oladilar.	Ustav kapitali ma'lum miqdordagi aktsiyalarga bo'linadi. Aktsiyalarni chiqarish huquqi faqat AJga tegishli
	Mas'uliyati cheklangan BJ	O'shanday	Ustav kapitali ma'lum hajmdagi aktsiyalarga bo'linadi
	Qo'shimcha javobgarlik bilan BJ	Ishtirokchilar birgalikda va alohida BJ majburiyatlari bo'yicha bir xil miqdorda, javobgarlikni o'z zimmalariga olishadi.	

Xo'jalik sherikliklari va kompaniyalari boshqaruvning tashkiliy-huquqiy shakllariga ko'ra o'xshashdir, bu esa bir turni boshqasiga aylantirish imkonini beradi. Ammo sezilarli farqlar ham mavjud: sheriklik - bu shaxslar birlashmasi, jamiyat esa kapital birlashmasidir. Bu asosiy farq ularning huquqiy holatini belgilaydi:

- a'zolari tadbirkorlik bilan shug'ullanishi shart bo'lgan shirkatlarga faqat yakka tartibdagi tadbirkorlar yoki tijorat tashkilotlari a'zo bo'lishi mumkin;

- jamiyatlar bir kishi tomonidan yaratilishi mumkin, sheriklik bo'lishi mumkin emas.

O'zbekiston Respublikasi Fuqarolik Kodeksiga ko'ra, sho"ba va qaram kompaniyalar iqtisodiy kompaniyalar sifatida tasniflanadi. *Agar qiz* jamiyat o'zining ustav kapitalidagi ustun ishtiroki tufayli yoki boshqacha tarzda bunday jamiyat tomonidan qabul qilingan qarorlarga ta'sir ko'rsatish imkoniyatiga ega bo'lsa, *sho"ba korxona deb* tan olinadi. Sho"ba korxona asosiy kompaniyaning majburiyatlari bo'yicha javobgar emas. Shu bilan birga, bosh jamiyat sho"ba korxona o'z buyrug'ini bajarishda tuzgan bitimlar uchun birgalikda javobgar bo'ladi. *Agar* boshqa, ustun yoki ishtirokchi kompaniya MChJning 20% dan ortiq ovoz beruvchi aktsiyalariga yoki ustav kapitalining 20% ga ega bo'lsa, *qaram xo'jalik yurituvchi sub'ekt deb* tan olinadi.

Ishlab chiqapuvchi kooperativlar yoki artellar - fuqarolarning shaxsiy mehnati va boshqa ishtiroki asosida birgalikdagi xo'jalik faoliyati uchun ixtiyoriy birlashmalari xisoblanadi. Ishlab chiqarish kooperativining kapitali kooperativ ishtirokchilarining mulkiy ulushlarini birlashtirish orqali shakllantiriladi. Ta'sis hujjati ustav hisoblanadi. Kooperativ a'zolarining soni kamida besh kishi bo'lishi kerak. Kooperativning foydasi, agar ustavda boshqacha tartib nazarda tutilgan bo'lmasa, uning a'zolari o'rtasida mehnat ishtirokiga muvofiq taqsimlanadi. Kooperativ a'zolarining umumiy yig'ilishi oliy boshqaruv organi hisoblanadi. Kooperativning har bir a'zosi bitta ovozga ega. Kooperativdan chiqqandan so'ng, ishtirokchiga ulush qiymati to'lanishi yoki tegishli mol-mulk berilishi kerak.

Ishlab chiqarish kooperativi yakka tartibdagi tadbirkor bo'lmagan shaxslarning ixtiyoriy birlashmasiga asoslanadi.

Davlat va munitsipal unitar korxonalar tijorat korxonalari orasida alohida o'rinda turadi.

Unitar korxona - bu unga berilgan mulkka egalik huquqiga ega bo'lmagan tijorat tashkiloti. Unitar korxonaning ustavida umumiy ma'lumotlar, faoliyat maqsadi va predmeti to'g'risidagi

ma'lumotlardan tashqari, ustav kapitalining hajmi, uni shakllantirish tartibi va manbalari to'g'risidagi ma'lumotlar, ya'ni mulkdorlar to'g'risidagi ma'lumotlar bo'lishi kerak.

Unitar korxonalarning xususiyatlari quyida keltirilgan.

1. Boshqaruv korporatizm tamoyiliga asoslangan boshqa tijorat korxonalaridan farqli ravishda unitarlik tamoyiliga asoslanadi. Yagonalik printsipi shundan iboratki, ta'sischi mulk egasi hisoblanadi.

2. Unitar korxonaning mulki bo'linmas bo'lib, uni har qanday holatda ish haqi, ulush bo'yicha, hatto xodimlar o'rtasida taqsimlash mumkin emas.

3. Unitar korxonaga mulk cheklangan huquq asosida biriktirilgan: xo'jalik yuritish yoki operativ boshqaruv.

4. Boshliq xisobdor bo'lgan mulkdor tomonidan tayinlanadi.

Xo'jalik yuritish huquqi operativ boshqaruv huquqidan kengroqdir, ya'ni birinchi guruh korxonalari boshqaruvda ko'proq mustaqillikka ega. Ular o'z qarzlari bo'yicha mustaqil mulkiy javobgarlikni o'z zimmalariga oladilar, ta'sischilar esa o'z majburiyatlari bo'yicha javobgar emaslar, bankrotlik uchun ta'sischining o'zi aybdor bo'lgan hollar bundan mustasno.

Operatsion boshqaruv huquqiga asoslangan korxonalar (davlat mulki) to'lovga layoqatsiz bo'lgan taqdirda, O'zbekiston Respublikasi korxonaning mulki etarli bo'lmagan taqdirda majburiyatlar bo'yicha subsidiar javobgarlikni o'z zimmasiga oladi. Shunday qilib, bunday korxona, qoida tariqasida, bankrot bo'lishi mumkin emas.

O'zbekiston Respublikasining Fuqarolik Kodeksi bozor iqtisodiyotining samarali faoliyatining eng muhim asosi bo'lgan *boshqaruvning* turli *tashkiliy-huquqiy shakllarini* mustahkamladi. Bu har bir aniq holatda biznes manfaatlariga eng mos bo'lgan boshqaruv shaklini tanlash imkonini beradi, chunki har bir tashkiliy-huquqiy shaklning o'ziga xos kamchiliklari mavjud.

O'zbekiston iqtisodiyoti mulkka nisbatan aralash iqtisodiyot sifatida shakllanmoqda. Milliy iqtisodiyotning ma'lum bir qismi (yoki tarmog'i) davlat yoki mahalliy, munitsipal hokimiyat

tomonidan tashkil etilgan tashkilotlarga tegishli bo'lib, boshqasiga esa xususiy fuqarolar (yakka tartibda yoki jamoaviy) egalik qiladi.

Davlat sektoriga quyidagilar kiradi:

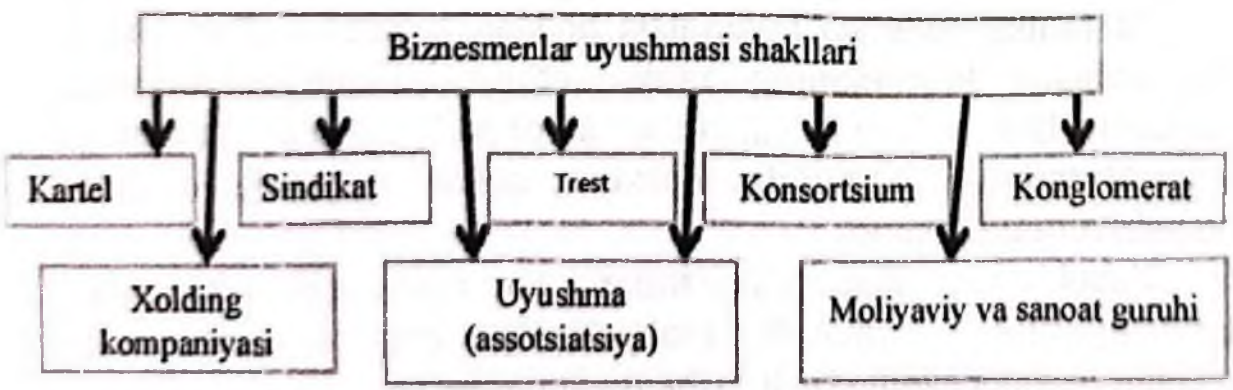
- vazirliklar, ijtimoiy ta'minot muassasalari, davlat ta'lim muassasalari va boshqalar;
- munitsipal va davlat kooperativlari, davlat ishtirokidagi aktsiyadorlik jamiyatlari;
- milliylashtirilgan sanoat tarmoqlari.

Xususiy (individual) sektorga quyidagilar kiradi:

- oddiy sheriklik;
- yakka tartibdagi tadbirkorlik;
- yakka tartibdagi korxona.

3.3. Tashkiliy va iqtisodiy shakllar

Yuridik shaxslarning birlashmalari sifatida *nodavlat notijorat tashkilotlari*, shuningdek, vakillik va himoya umumiy mulkiy manfaatlar (Fig. 14) kabi, tijorat va tadbirkorlik faoliyatini muvofiqlashtirish maqsadida tijorat tashkilotlari tomonidan yaratilgan.



14-rasm. Biznesmenlarning tashkiliy-xo'jalik birlashmalari

Tadbirkorlik jamiyati o'z manfaatlarini himoya qilish uchun "Notijorat tashkilotlari to'g'risida"gi qonunga muvofiq turli *uyushmalar* tuzishi mumkin. Xo'jalik sheriklikiari va ishlab chiqarish kooperativlari, qoida tariqasida, jismoniy shaxslarning birgalikdagi faoliyati uchun birlashadilar. Iqtisodiy jamiyatlar

kapitalni birlashtirishni nazarda tutadi va korxonalar birlashmasi (yirik biznes) rivojlanishi uchun asos hisoblanadi.

Kartel - ma'lum bir mahsulot bozorida nazorat o'rnatish maqsadida bir xil turdagi mahsulot ishlab chiqaruvchi korxonalar o'rtasida tuzilgan (yozma yoki og'zaki) shartnoma. Ushbu shartnoma quyidagilarni belgilashi mumkin:

- tovarlarning minimal narxlari;
- savdo maydonlarining chegaralarini belgilash;
- ishlab chiqarish va sotishning umumiy hajmini va undagi har bir ishtirokchining ulushini aniqlash;
- ishlab chiqarishni cheklash;
- patentlar, tijorat, sanoat ma'lumotlari va boshqalar bilan almashish.

Kartel a'zolari huquqiy, sanoat va tijorat mustaqilligini saqlab qoladilar. Ko'pgina mamlakatlarda kartellar noqonuniy hisoblanadi.

Sindikat - mahsulotlarni birgalikda sotish to'g'risidagi shartnoma asosida bir xil sanoat korxonalarining birlashmasi. Ushbu uyushma a'zolari o'zlarining tijorat mustaqilligini yo'qotmoqdalar. Savdo masalalari bilan maxsus tuzilgan organ shug'ullanadi. Monopoliyaga qarshi qonunlar sindikatlar faoliyatini cheklaydi. Hozirgi vaqtda faoliyati qimmatli qog'ozlarni chiqarish va joylashtirish bilan bog'liq bo'lgan emissiya sindikatlari rivojlanmoqda. Qimmatli qog'ozlarning yangi chiqarilishi juda katta bo'lsa, sindikat emissiya sindikatini yaratish taklifi bilan boshqa investitsiya banklariga murojaat qiladi.

Trest - bu sanoatning bir yoki bir nechta tarmoqlaridagi korxonalar birlashmasi bo'lib, unda bu korxonalar ishlab chiqarish va tijorat mustaqilligini yo'qotadi. Ular markazlashgan holda boshqariladi. Korxonalarning egalari trestning aktsiyadorlari bo'lishadi. Bunday uyushmalar ko'pincha bir yoki bir nechta xolding kompaniyalari tomonidan boshqariladi.

Konsorsium - bu qimmat loyihalarni birgalikda amalga oshirish, yirik tadbirlarni moliyalashtirish, maqsadli ilmiy-texnikaviy yoki ekologik dasturlarni amalga oshirish va hokazolar uchun tashkil etilgan yuridik va iqtisodiy jihatdan mustaqil tuzilmalarning vaqtincha birlashmasi. Banklar konsortsiumlarga

birlashgan holda kreditlar joylashtirish bo'yicha operatsiyalarni amalga oshiradilar. yoki aktsiyalar va boshqa loyihalar. Loyihani amalga oshirish uchun konsorsium rahbari saylanadi, u ishtirokchilarning harakatlarini muvofiqlashtiradi va buning uchun foiz oladi. Konsorsium mijoz oldida birgalikda va alohida javobgardir. Loyiha amalga oshirilgandan so'ng konsorsium o'z faoliyatini to'xtatadi.

Xolding kompaniyasi qonuniy mustaqil banklar va firmalarning nazorat paketiga egalik qiladi. Xolding kompaniyalari, qoida tariqasida, eng yirik banklar, sug'urta kompaniyalari va firmalarni o'z ichiga oladi.

Xolding - bu o'z kapitalini boshqa kompaniyalarning aktsiyalarini sotib olish uchun ishlatadigan aktsiyadorlik tashkiloti. Xolding aktivlari tarkibiga sho'ba korxonalarning nazorat paketlari kiradi. Shu bilan birga, sho"ba korxonalar xoldingdagi ulushlarga ega bo'lolmaydi.

Xolding tizimi asosiy yoki bosh kompaniyadagi sho"ba korxonalari yoki nabiralarini o'z ichiga oladi. Shu bilan birga, bosh kompaniya sho"ba korxonalarida kichik ulushga ega va ularning faoliyatini samarali nazorat qila oladi. Faoliyatning ijobiy tomonlari xolding tuzilmasining quyidagi imkoniyatlari bilan bog'liq:

- ishlab chiqarish va sotish hajmining ortishi bilan bog'liq imkoniyatlardan foydalanish;
-kapitalning xalqaro harakatida yuqori samaradorlik;
- davlatning korxonalarga salbiy ta'sirini amortizatsiya qilish.

Konglomerat - bu ko'p tarmoqli korxonalar va tashkilotlar majmuasi bo'lib, ularning tarkibiy bo'g'inlari bir-biri bilan funktsional aloqalarga ega emas. Qarorlar qabul qilish va rentabellikni ta'minlash mas'uliyati korxona va tashkilotlarning o'ziga yuklanadi. Konglomerat rahbariyati faqat rivojlanish strategiyasini ishlab chiqadi va moliyaviy resurslarni taqsimlaydi. Konglomeratlar, ko'pincha, yirik kompaniya tomonidan turli sanoat va faoliyat sohalarining bir necha o'nlab kichik va yirik firmalarini egallashi natijasida hosil bo'ladi. Konglomeratni boshqarish qiyin; bu tadbirkorlik faoliyatining barqaror bo'lmagan shaklidir.

Jahon amaliyotida xolding kompaniyalari va moliyaviy-sanoat guruhlari keng tarqalgan. Aksiyadorlik mulkchilik nafaqat ko'plab tadbirkorlik firmalari, balki tadbirkorlik guruhlari uchun ham asos bo'ladi. Aktsiyalar egalarini erkin o'zgartirishi mumkinligi sababli, investorlar dividendlar olish uchun turli korporatsiyalarning kapitalida ishtirok etadilar. Dividendlarni maksimal darajada oshirish istagi *qimmatli qog'ozlar portfelini* - turli emitentlarning qimmatli qog'ozlarining ma'lum bir kombinatsiyasini shakllantirishni ta'minlaydi. Bu investitsiya xavfidan ba'zi sug'urtalashni ta'minlaydi. Biroq, tadbirkor ma'lum bir aktsiyadorlik jamiyati ustidan nazoratni qo'lga kiritishdan manfaatdor bo'lishi mumkin. Buning uchun u mablag'larni tarqatmaydi, balki nazorat paketlarini sotib olish uchun ularni jamlaydi. Ishbilarmonlarning aksiyalarning nazorat paketiga (yoki yirik partiyalariga) ega bo'lish istagi moliyaviy va sanoat (tadbirkorlik) firmalarini yaratish uchun asos bo'ldi. Jahon amaliyoti moliyaviy va sanoat guruhlarining ikkita asosiy turini (MSG) belgilaydi:

1) o'zaro bog'langan guruhlar;

2) piramidal guruhlarni ushlab turish.

G'arbda o'zaro bog'langan guruhlar keng tarqalgan. Ularning tuzilishi ishlab chiqarish, tijorat, moliyaviy, investitsiya, iqtisodiy, xayriya va boshqa faoliyat bilan bog'liq kompaniyalarda katta ulushlarga ega bo'lishga asoslangan. Bunday guruhlarda, qoida tariqasida, yagona muvofiqlashtiruvchi markaz mavjud emas; tadbirkorlar katta bank atrofida to'silib qolishmoqda. Ular manfaatlarining mohiyati aktsiyalarga o'zaro egalik qilish bilan bog'liq yoki o'zaro ishonch munosabatlariga asoslanishi mumkin, ularning kafolati bankdir. O'zbekiston qonunchiligida bir-biriga bog'langan guruh tushunchasi hali mavjud emas. Jahon amaliyotida mavjud bo'lgan tuzilmani yaratish moliya-sanoat guruhi to'g'risidagi Nizom bilan tartibga solinadi.

Xolding piramidasi guruhlari o'z faoliyatida firmalarning nazorat paketlariga majburiy egalik qilishiga asoslanadi. Bunday guruh tuzilmasida eng muhimi xolding kompaniyasi, ya'ni boshqa kompaniyalarning nazorat paketlarini "ushlaydigan", ularning rivojlanishini nazorat qiluvchi va boshqaradigan firma. MSG ning

xolding-piramidal tuzilmasi funksional ravishda ishtirok etish tizimi orqali namoyon bo'ladi. Xoldingning boshqa kompaniyalarning qimmatli qog'ozlariga egaligi tushuniladi - xolding nazorat paketiga ega bo'lgan holda ularning ishlarida va kapitalida ishtirok etadi. Ishtirok etish tizimi ko'p bosqichli qaramlik bilan tavsiflanadi. Xolding "bosh kompaniya" deb nomlangan guruhning bosh kompaniyasi hisoblanadi. U "sho'ba korxonalar" deb nomlangan kompaniyalarning nazorat paketiga ega. Ikkinchisi, o'z navbatida, "nabiralar" kompaniyalarining nazorat paketlariga ega va hokazo.

Yuridik shaxslar birlashmalariga tarmoqlararo va mintaqaviy xo'jalik birlashmalari (assotsiatsiyalari) kiradi: O'zbekiston yog'och sanoatchilar uyushmasi, novvoylar gildiyasi, yuristlar uyushmasi va boshqalar.

Har qanday shakldagi korxonalar birlashmalarining tashkil etilishi va faoliyati quyidagi tamoyillarga asoslanadi:

1) iqtisodiy manfaatlar umumiyligi asosida birlashmaning ixtiyoriyligi;

2) birgalikdagi faoliyat ishtirokchilarining tengligi;

3) birlashmaning tashkiliy shaklini tanlash erkinligi;

4) ishtirokchilarning va umuman birlashmaning o'zini o'zi boshqarishi;

5) shartnoma asosida munosabatlarni tashkil etish.

Birlashma tarkibiga kiruvchi yuridik shaxslar yuridik shaxsning mustaqilligi va huquqlarini saqlab qoladilar. Birlashmaning boshqaruv organlari birlashma tarkibiga kiradigan korxonalarga nisbatan ma'muriy hokimiyat bilan almashtirilmaydi; ular o'z vazifalarini shartnomalar asosida bajaradilar.

3.4. Biznesning birliklari

Bozor munosabatlari sub'ekti faoliyatining maqsadini tasniflash uchun asos sifatida olib, xo'jalik yurituvchi sub'ektlarning to'rtta toifasini ajratib ko'rsatish mumkin:

- firmalar;
- banklar;

- sug'urta va ishonchli kompaniyalar;
- investitsiya tuzilmalari.

Shu bilan birga, firmalar tadbirkorlik faoliyatining asosiy sub'ektlariga, banklar, sug'urta va trast kompaniyalari, investitsiya tuzilmalari esa milliy bozorlarni ham, jahon bozorini ham qamrab olgan holda tadbirkorlik sohasiga xizmat qiladi. A *firma* tijorat maqsadlarni ko'zlovchi va yuridik shaxs huquqlarini zavq, sanoat, savdo, qurilish, transport sohasida biznes olib borish har qanday tashkiliy va iqtisodiy birlik sifatida tushuniladi. "Tashkilot" atamasi ko'pincha boshqaruvdagi firmaga nisbatan qo'llaniladi.

Firma - yuridik shaxs maqomiga ega bo'lgan tashkilot, daromad olish maqsadida ishlab chiqarish, tijorat yoki boshqa faoliyatni amalga oshiradigan moliyaviy jihatdan alohida iqtisodiy birlik. Tijorat firmasi bir yoki bir nechta korxonalardan iborat bo'lishi mumkin. Agar firma bir xil sanoatda ishlaydigan korxonalarni o'z ichiga olsa, u holda bu *gorizontal kombinatsiya* . Agar u texnologik jihatdan bog'liq korxonalarni o'z ichiga olsa (ularning har birida ishlab chiqarishning ma'lum bir bosqichi amalga oshiriladi), unda bu *vertikal kombinatsiya* . Sanoatning turli tarmoqlarida faoliyat yurituvchi korxonalarni birlashtiruvchi firmalar *konglomeratlardir* .

Firmalar o'zlarining korporativ nomiga ega.

Huquqiy maqomi bo'yicha firmalari quyidagilarga bo'linadi:
- individual;
- sheriklik;
- jamiyat.

Iqtisodiy faoliyat turiga va amalga oshiradigan operatsiyalari xarakteriga qarab, mavjud: sanoat, transport, savdo, sug'urta, injiniring, reklama, investitsiya, lizing, konsalting, audit, korxona va boshqa firmalar shaklida amal qiladi.

Sanoat firmalari bozor ehtiyojlaridan kelib chiqqan holda sanoat mahsulotlarini ishlab chiqarish bilan shug'ullanadilar, ayrim hollarda ular yangi turdagi tovarlarni loyihalashtirishni amalga oshiradilar.

Transport kompaniyalari mijozlarning ehtiyojlariga mos ravishda barcha turdagi transport vositalarida yuklarni etkazib berish bo'yicha xizmatlar ko'rsatadi.

Savdo firmalari savdo va ta'minot faoliyatini tashkil qiladi, ishlab chiqarilgan mahsulotni oxirgi iste'molchiga yetkazadi.

Sug'urta kompaniyalari oldindan aytib bo'lmaydigan hodisalardan etkazilgan zararni qoplash uchun maqsadli jamg'armalar sug'urtalovchilarining sug'urta mukofotlari hisobidan ta'limni amalga oshiradilar. Sug'urta ob'ekti - bu sug'urta qildiruvchi hohlagan va sug'urtalovchi sug'urta qilishga rozi bo'lgan hamma narsadir. Sug'urtaning sharti - sub'ektlarning sug'urta kompaniyasining muvaffaqiyatli natijalaridan moddiy manfaatdor bo'lishi. Majburiyatlarning paydo bo'lishi ehtimollikdir. Zarar faqat qat'iy belgilangan hollarda va chegaralarda qoplanadi.

Muhandislik firmalari sanoat, tijorat, ilmiy-texnikaviy xarakterdagi bir qator xizmatlarni taqdim etadi. Ushbu xizmatlar ishlab chiqarish jarayonini tayyorlash (investitsiya rejalarini ishlab chiqish, loyihalarning texnik-iqtisodiy asoslarini ishlab chiqish, loyiha xarajatlari va uni yaratish uchun xarajatlarni baholash, ishchi chizmalarni tayyorlash va boshqalar) va ishlab chiqarish jarayonining o'zi samaradorligini ta'minlash bilan bog'liq.

Reklama firmalari (agentliklari) mijoz nomidan potentsial iste'molchilarni mahsulot, uning ishlab chiqaruvchisi haqida xabardor qiladi, ishlab chiqaruvchilar imidjini yaratadi. Reklama vositalari - bu reklamalar, broshyuralar, kataloglar, axborotnomalar, ko'rgazmalar, filmlar va boshqalar.

Investitsiya firmalari (kompaniyalari) xususiy investorlarning o'z qimmatli qog'ozlarini chiqarish yo'li bilan pul mablag'larini to'plash hamda safarbar qilingan mablag'larni boshqa kompaniya va tashkilotlarning aksiyalari va obligatsiyalariga keyinchalik qo'yishga ixtisoslashgan kredit-moliya institutlarining alohida turidir. Investitsiya kompaniyalari qimmatli qog'ozlar bozorida vositachi sifatida ishlaydi. Bundan tashqari, firmalar boshqa kompaniyalarning qimmatli qog'ozlarini chiqarish va joylashtirishni tashkil qilishi mumkin. O'zbekiston qonunchiligiga

ko'ra, investitsiya kompaniyalari o'z aktsiyalarini faqat yuridik shaxslarga sotishlari mumkin.

Lizing firmalari mashinalar, asbob-uskunalar va ishlab chiqarish vositalarining boshqa elementlarini, shuningdek, ko'chmas mulkni keyinchalik uzoq muddatli lizingga o'tkazish maqsadida sotib olishga ixtisoslashgan moliyaviy tijorat tashkilotlari bo'lib, bunday uskunalarga muhtoj bo'lgan korxonalarga vositachilik qiladi. Lizing kompaniyasi lizing beruvchi sifatida ikki kompaniya: asbob-uskunalar ishlab chiqaruvchi va uning lizing beruvchisi o'rtasida vositachi vazifasini bajaradi.

Konsalting (konsalting) firmalari yuridik va jismoniy shaxslarga tijorat asosida konsalting xizmatlarini ko'rsatuvchi va professional ekspertiza bilan shug'ullanuvchi tashkilotlardir. Ish natijasi ekspertiza ob'ektining tahlili, uning holati to'g'risidagi xulosalar, uni takomillashtirish bo'yicha tavsiyalarni o'z ichiga olgan hisobotdir.

Auditorlik firmalari buyurtmachi firma xo'jaligining holatini mustaqil buxgalteriya hisobi va moliyaviy tekshirishni amalga oshiradilar. Audit yuqori malakali mustaqil mutaxassislar - davlat organlarining maxsus vakolatlariga ega bo'lgan auditorlar tomonidan amalga oshiriladi. Audit tijorat asosida amalga oshiriladi, uning natijasi mijoz-kompaniyaning moliyaviy holati to'g'risidagi fikrdir.

Venchur kapitali firmasi - yangi turdagi mahsulotlar va texnologiyalarni ishlab chiqish va o'zlashtirishga ixtisoslashgan va risk ulushi yuqori bo'lgan sohalarda faoliyat yurituvchi ilmiy-texnik korxona. Venchur tadbirkorlik subektlariga soliq imtiyozlari va davlat tomonidan qo'llab-quvvatlashning boshqa shakllari taqdim etiladi.

Har bir firma tashkiliy-xo'jalik bo'linmasi sifatida muayyan faoliyat turlariga ixtisoslashgan bir yoki bir nechta korxona va boshqaruv faoliyatini amalga oshiruvchi funksional bo'linmalarga ega. *Korxona bu* -muayyan maqsadlarga erishish uchun muayyan tarzda tashkil etilgan moddiy va inson resurslari, birikmasi bo'lgan ishlab chiqarish va iqtisodiy birlik sifatida

tushuniladi. O'zbekiston amaliyotida "korxona" tijorat faoliyatining har qanday tashkiliy-huquqiy shaklini anglatadi.

Aksariyat mamlakatlar qonunchiligida korxona mustaqil huquq sub'ekti sifatida qaralmaydi, u alohida mulkka, o'z balansiga ega bo'lgan va yuridik shaxs huquqlaridan foydalanadigan xo'jalik yurituvchi sub'ekt xarakterini tan olmaydi. Korxona moddiy va nomoddiy elementlarni o'z ichiga olgan va huquq ob'ekti bo'lgan muayyan mulkiy majmua sifatida qaraladi. Ushbu mulk majmuasi ushbu mulkni boshqaruvchi tadbirkorga (jismoniy shaxs yoki tadbirkorlar birlashmasiga) tegishli.

Korxonaning moddiy va moliyaviy elementlariga quyidagilar kiradi:

- binolar - sanoat binolari, do'konlar, ma'muriy binolar;
- tovarlar - xom ashyo, yoqilg'i, yarim tayyor mahsulotlar, tayyor mahsulotlar;
- naqd pul - kassadagi naqd pul;
- sanoat mulki huquqlari - ixtirolarga bo'lgan huquqlar, sanoat
- namunalar, tovar belgilari, nou-xau, tovar nomi;
- olingan mualliflik huquqi, litsenziya, ijara va boshqa huquqlar;
- pul talablari va qarzlari, shu jumladan olingan kreditlar.

Korxona shuningdek nomoddiy elementlarni o'z ichiga oladi: doimiy ish munosabatlari, bozordagi vaziyat, obro'ga ega bo'lgan mijozlar, bu "yaxshi niyat" (*gudvil*) tushunchasini birlashtiradi.

Korxona huquq ob'ekti sifatida xo'jalik muomalasida ma'lum bir tarzda ajratilgan, tadbirkorning qolgan mulkidan ajratilgan mulk sifatida baholanadi. Korxona mulkchilik ob'ekti va u bilan bir butun sifatida tuzilgan huquqiy bitimlar, ya'ni sotish, ijaraga berish, garovga qo'yishning (ssuda olgandan keyin) yagona ajralmas sub'ekti sifatida ishlaydi.

Korxona yuridik shaxs sifatida tan olinmasa ham, u yuridik shaxsning ayrim elementlariga ega. Shunday qilib, korxona o'z nomiga (firmasiga) ega bo'lishi va tijorat ryestrida mustaqil korxona yoki xuddi shu tadbirkorning boshqa korxonasining filiali sifatida ro'yxatga olinishi mumkin.

Kompaniya buxgalteriya hisobini yuritadi va buxgalteriya balansini tuzadi. Agar tadbirkor jismoniy shaxs sifatida harakat qilsa, buxgalteriya hisobi uning shaxsiy mulkiga ta'sir qilmaydi. Tadbirkorlar uyushmasiga qarashli korxonalarda bunday tafovut mavjud emas.

Ishbilarmonlarning korxona faoliyati jarayonida vujudga keladigan majburiyatlar bo'yicha javobgarligini cheklash maqsadida korxonani yuridik shaxs deb hisoblashdan manfaatdor bo'lishiga qaramay, uning barcha mol-mulki emas, balki faqat uning mulki, qonun hujjatlari va sud amaliyoti tomonidan tan olinmaydi. korxona mustaqil yuridik shaxs sifatida va tadbirkorning qolgan mulkidan to'liq ozod qilinadi. Shunday qilib, tadbirkor qarzlar bo'yicha to'liq javobgar bo'ladi va kompaniyaning majburiyatlari bo'yicha kreditorga aylanadi. Korxonaning mulki tadbirkorning shaxsiy mulki kabi tadbirkor kreditorlarining talablarini qondirish uchun to'liq foydalaniladi. Biznesmen nochor deb topilgan taqdirda, uning barcha mol-mulki qarzni to'lash uchun sarflanadi.

Korxonalar moddiy-texnikaviy va mehnat resurslarini mahsulot va xizmatlarga aylantirish vositasi sifatida ishlab chiqarishning texnologik jarayonini amalga oshiradilar. Firma bir yoki bir nechta ishlab chiqarish korxonalariga ega bo'lishi mumkin, ularning har biri o'ziga tegishli mahsulot assortimentini chiqarishga ixtisoslashgan. Korxonalar o'rtasida kooperatsiya yoki vertikal integratsiya (xom ashyo, yarim tayyor mahsulotlarni izchil yetkazib berish) bo'yicha ishlab chiqarish aloqalari o'rnatiladi. Ikkala holatda ham firma ichidagi texnologik mehnat taqsimoti haqida gapiramiz. Korxonalari nafaqat o'z mamlakatida, balki keng doiradagi xorijiy mamlakatlarda joylashgan yirik firmalarda biz firma ichidagi darajadagi xalqaro texnologik mehnat taqsimoti haqida gapiramiz.

Boshqaruv jarayonida korxona tarkibidagi korxonalarning ishlab chiqarish faoliyati yoki yagona markazdan yoki muayyan boshqaruv darajasida muvofiqlashtirish, rejalashtirish, tashkil etish va nazorat qilish kerak.

Yirik sanoat firmalarining korporativ tuzilmasida korxonalar xo'jalik mustaqilligiga ega bo'lgan va tijorat va firma ichidagi

hisob-kitoblar asosida faoliyat yurituvchi mustaqil tashkiliy-xo'jalik bo'g'inini ifodalovchi ishlab chiqarish bo'limlari yoki filiallariga kiritilishi mumkin.

3.5. Firma tashkil etmasdan turib tadbirkorlik faoliyatini boshlash

Xususiy tadbirkor o'z biznesining yagona egasi, o'ziga tegishli bo'lgan xo'jalik yurituvchi sub'ektning mulkidan yagona foydalanuvchi va boshqaruvchi hisoblanadi. U ushbu mulkni qanday qilib qo'lga kiritganligini hisobga olmagan holda xususan ortiqcha mehnat qilish, meros orqali yoki qonun bilan ruxsat etilgan, boshqa tadbirkorlik sub'ektlarining manfaatlarini buzishga qaratilgan harakatlar natijasida yoki boshqa xisobotlarda biz tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish vaqtida barchasini hisobga olamiz. , u qonuniy ravishda unga tegishli bo'ladi. Bunday firmaning egasi barcha daromadlarni oladi va o'z biznesidan barcha tavakkalchilikni o'z zimmasiga oladi. Qoida tariqasida, bunday kompaniyaning egalari ham uning faol menejerlari hisoblanadi.

Bozor iqtisodiyoti rivojlangan mamlakatlarda xususiy tadbirkorlik faoliyatining eng tipik tashkiliy-huquqiy shakli butun dunyoda, ayniqsa, kichik biznes sohasida keng tarqalgan xususiy firma (xususiy korxona) hisoblanadi. O'zbekistonda qonun xususiy tadbirkorlik firmalarini tashkil etishni nazarda tutmaydi. 1995 yil 1 yanvargacha amalda bo'lgan "Korxonalar va tadbirkorlik to'g'risida" gi qonunda bunday shakl mavjud edi (u yakka tartibdagi xususiy korxona deb ataldi), ammo O'zbekistonning yangi Fuqarolik kodeksini ishlab chiqish jarayonida ushbu tashkiliy va xorijiy biznes uchun klassik bo'lgan tadbirkorlikning huquqiy shakli yo'qoldi. Shunday qilib, millionlab o'zbeklarlar o'zlarini g'urur bilan xususiy tadbirkorlar, tadbirkorlik firmalarining xususiy egalari va biznesning yakka tartibdagi tadbirkorlari deb atash imkoniyatidan mahrum bo'lishdi.

Sobiq O'zbekiston (sovet) iqtisodiyotida xususiy tadbirkorlikka to'g'ridan-to'g'ri taqiq mavjud edi. O'tgan asrning

90-yillari boshlarigacha qo'llanilgan RSFSR Jinoyat kodeksida mashhur San'at mavjud edi. 153, xususiy tadbirkorlik va tijorat vositachiligiga qarshi qaratilgan. Bu xususiy mulk kabi jahon sivilizatsiyasining tarixiy zabt etilishi O'zbekistonda (SSSR) tegishli timsolga ega emasligini anglatardi.

Shu bilan birga, shuni tushunish kerakki, O'zbekiston Respublikasi Fuqarolik Kodeksida va boshqa hujjatlarda xususiy tadbirkorlik to'g'risida eslatmaning yo'qligi O'zbekiston Respublikasi fuqarolariga xususiy tadbirkorlik bilan shug'ullanishni taqiqlashning davomi sifatida qaralmasligi kerak. umuman. O'zbekistonda xususiy tadbirkorlik mutlaqo qonuniy, faqat to'g'ridan-to'g'ri amalga oshirilishi mumkin, bu kasblarni xususiy tadbirkorlik faoliyati sifatida rasman belgilash mumkin emas. Aslida, xususiy tadbirkorlik bilan ikki shaklda shug'ullanish mumkin, *Yuridik shaxs tashkil etmagan holda tadbirkor sifatida.*

-Yuridik shaxs tashkil etmasdan tadbirkorni davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun juda qisqartirilgan hujjatlar to'plami talab qilinadi, ularni, qoida tariqasida, hatto ta'sis hujjatlari deb ham atash mumkin emas. Fuqaro ro'yxatdan o'tganlik uchun yig'im to'lashi, uning eng ko'p miqdori qonun hujjatlarida belgilangan eng kam oylik ish haqi miqdoridan oshmasligi va davlat ro'yxatidan o'tkazuvchi organlarga belgilangan shaklda tuzilgan arizani taqdim etishi shart. Aslida, bu bayonot tadbirkorning biznes ustavi o'rnini bosadi. Ushbu arizada kelajakdagi tadbirkor shug'ullanmoqchi bo'lgan tadbirkorlik faoliyati turlari ko'rsatilishi kerak. Agar, shunga qaramay, tadbirkor arizada biron bir faoliyat turini ko'rsatishni unutib qo'ysa, u arizani eslab, qayta yozishni afzal ko'radi. Haqiqat shundaki, fuqarolar faqat ro'yxatga olishda ko'rsatilgan tadbirkorlik faoliyati turlarini amalga oshirishi mumkin. kelajakdagi yuridik shaxsning shaxsiy arizasi asosida tuzilgan sertifikat ... Agar yakunda tadbirkorning ushbu faoliyat turini davlat ro'yxatidan o'tkazmasdan turib, tadbirkorlik, deb ta'riflanishi mumkin bo'lgan narsa bilan shug'ullanishi aniqlansa, u qattiq jazolanadi – bunday faoliyatdan olingan barcha daromadlar davlat hisobiga undirilishi shart.

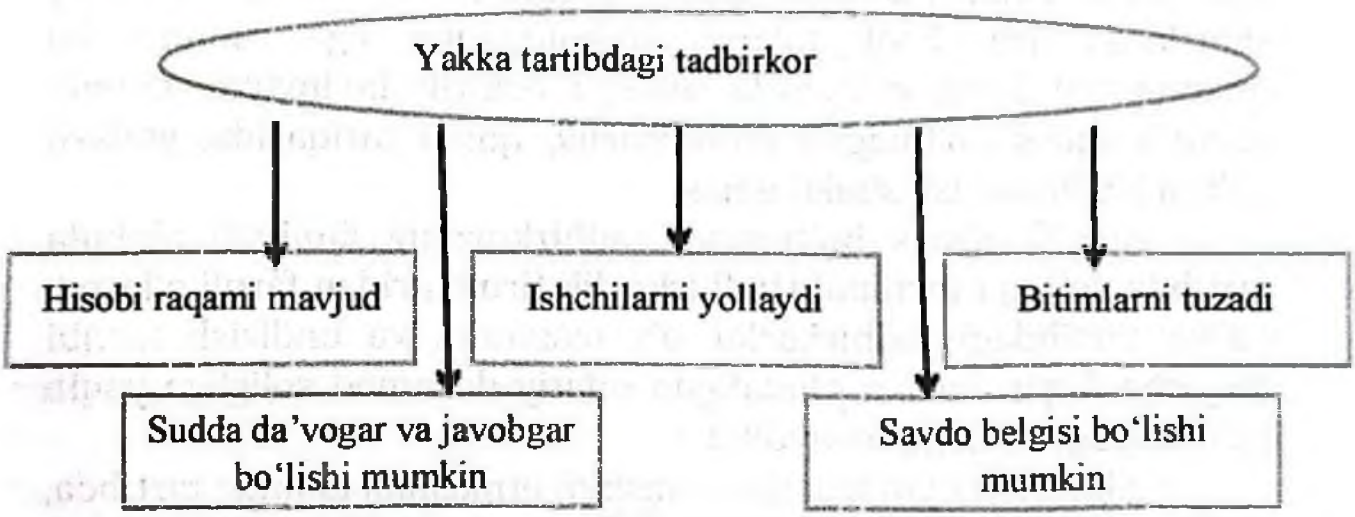
Vakolatli organlar tadbirkorlarni yuridik shaxs tashkil etmasdan davlat ro'yxatidan o'tkazishni ko'rsatilgan ariza va

ro'yxatdan o'tkazish yig'imi to'langanligini tasdiqlovchi hujjat taqdim etilgan kunida yoki olingan kundan boshlab uch kun ichida amalga oshirishi shart. Hujjatlar pochta orqali. Shu bilan birga, ariza beruvchiga yuridik shaxs sifatida ro'yxatdan o'tganligi *to'g'risidagi muddatsiz guvohnoma* nusxalaridan biri berilishi (yoki pochta orqali yuborilishi) kerak . Yana bir nusxasi tadbirkorning ro'yxatdan o'tgan joyidagi soliq organiga yuboriladi , uchinchisi esa ro'yxatdan o'tkazuvchi organda qoladi. Ro'yxatga olinmagan tadbirkorlarni ro'yxatdan o'tkazishning bunday ajoyib qulayligi tadbirkorlikning ushbu shaklini bozor iqtisodiyotiga ega mamlakatlardagi klassik xususiy biznesga yaqinlashtiradi, bunda xususiy firmalarni ro'yxatga olish odatda bir soatdan (AQShning ayrim shtatlarida) uch kungacha (Germaniyada) davom etadi.) va tadbirkorlik maqomini olish uchun ariza beruvchining shaxsiy arizasi bundan mustasno, boshqa hujjatlarni taqdim etish talablari bilan birga bo'lmaydi. Ushbu soddalikning ma'nosi tamoyilning huquqiy jihatdan mustahkamlanishida yotadi - agar tadbirkor bo'lishni istasangiz, tadbirkor bo'ling. Bu haqda tegishli idoralarga o'z vaqtida xabar berish kifoya.

Majburiy davlat ro'yxatidan o'tkazish zarurati tufayli yuridik shaxs tashkil etmasdan tadbirkorlik faoliyati bozor iqtisodiyotiga ega mamlakatlarda keng tarqalgan kichik xususiy biznesdan haqiqatda unchalik farq qilmaydi. O'zbekistonda yuridik shaxs maqomiga ega bo'lmagan yuridik shaxslar va ushbu mamlakatlardagi xususiy biznes o'rtasidagi farq, birinchi navbatda, ushbu organlarning funktsiyalarida. O'zini bozorga yo'naltirilgan deb ataydigan davlatlarda ushbu organlarning asosiy vazifasi ko'pincha kichik biznes sub'ekti bo'lgan xususiy tadbirkorlarga har qanday huquqiy yordam ko'rsatishdan iborat. O'zbekistonda yuridik shaxs bo'lmagan yuridik shaxslar faoliyatini nazorat qilish funktsiyasi ko'proq amalga oshiriladi - ba'zida tadbirkorlarga yordam berishdan ko'ra ularga g'amxo'rlik qilish ancha oson.

Tadbirkor yuridik shaxs tashkil etmasdan turib, o'ziga tegishli bo'lgan barcha mol-mulk bilan o'z majburiyatlari bo'yicha javob bera boshlaydi va o'zini bankrot deb e'lon qilgunga qadar o'z

majburiyatlarini vijdonan bajarishi uchun boshqa xo'jalik yurituvchi subektlar oldida to'liq javobgar bo'ladi. Tadbirkorlar - jismoniy shaxslar bir martalik ishlarni bajarish uchun xodimlarni yollash, bitimlar tuzish, tijorat bankida o'z tovar belgisi va hisob raqamiga ega bo'lish, sudda da'vogar yoki javobgar sifatida ishtirok etish huquqiga ega (15-rasm).



15-rasm. Yuridik shaxs tashkil etmagan holda tadbirkorning huquqiy layoqati elementlari

Shu bilan birga, yuridik shaxs tashkil etmagan tadbirkorlar tadbirkorlik firmalaridan sezilarli farq qiladi va tadbirkor sifatida ham, jismoniy shaxs sifatida ham o'ziga xos xususiyatlarga ega (biz bu o'ziga xoslikning ayrim elementlarini aytib o'tgan edik). Yuridik bo'lmagan *biznesning tadbirkorlik xususiyati* quyidagilardan iborat:

- tadbirkorlar - jismoniy shaxslarga tegishli bo'lgan mulk tarkibida bevosita tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish uchun foydalaniladigan ulush ajratilmagan;
- yuridik shaxs bo'lmagan tadbirkorlar, qoida tariqasida, ikkilamchi bandlik asosida tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanadilar va bunday faoliyat epizodik xarakterga ega bo'lishi nazarda tutiladi;
- tadbirkor - jismoniy shaxslar, qoida tariqasida, o'z mijozlariga nisbatan ko'rsatadigan xizmatlarning bir qismi bo'lgan barcha harakatlar majmuasini mustaqil ravishda amalga oshiradilar; agar, masalan, yuridik shaxs bo'lmagan yuridik shaxs

avtoulovlarni ta'mirlash bilan shug'ullansa, u to'g'rilash, bo'yash, asboblarni sozlash, moy va filtrlarni almashtirish, dvigatelni ta'mirlash, g'ildiraklarni almashtirish, tormoz prokladkalarini almashtirish, karbyuratorni tuzatish va boshqalar bo'yicha barcha operatsiyalarni shaxsan bajaradi. ;

- yuridik shaxs tashkil etmagan tadbirkorlar boshqa shaxslarni ishlashga jalb qilish (yollash) va ularga qonuniy shartlarda ish haqi to'lash imkoniyatiga ega, ammo bu imkoniyatni keng miqyosda amalga oshirib bo'lmaydi, chunki yuridik shaxs bo'lmagan tadbirkorlik, qoida tariqasida, yollash uchun jozibador ish shakli emas;

- yuridik shaxs bo'lmagan tadbirkorning faoliyati alohida tartibda soliqqa tortiladi (tadbirkorlik firmalaridan farqli o'laroq, yakka tartibdagi tadbirkorlar o'z mazmuni va undirish tartibi bo'yicha fuqarolardan olinadigan odatiy daromad solig'iga yaqin bo'lgan yagona soliq to'laydilar);

- tadbirkorlar yuridik shaxs tashkil etmasdan alohida tartibda, minimal tartibga rioya qilgan holda, o'z faoliyatining boshqaruv va moliyaviy hisobini yuritadi;

- tadbirkorlar - jismoniy shaxslar foyda olish imkoniyatiga ega emaslar, ularning barcha daromadlari, aslida, ikkinchisi ish haqi yoki to'lov shaklida olgan xodimlarning daromadlariga teng;

- yuridik shaxsga ega bo'lmagan tadbirkorlar o'z biznesiga tashqi investitsiyalarni jalb qila olmaydilar;

- Universitetlar faqat joriy faoliyatni amalga oshirishga qodir, lekin ular kelajak uchun o'z harakatlarini strategik rejalashtirishga qodir emaslar, chunki ular daromadlarini yangi asbob-uskunalar olish yoki biznesni kengaytirishga qonuniy ravishda qayta investitsiya qilish imkoniyatiga ega emaslar. ishlab chiqarish idoralari; bunday hollarda ro'yxatdan o'tmagan yuridik shaxslar belgilangan tartibda ro'yxatdan o'tmagan yuridik shaxs sifatida noqonuniy faoliyatni sodir etganlik ayblovlariga duch kelish xavfi tug'iladi.

Tadbirkorning jismoniy shaxs sifatidagi o'ziga xosligi quyidagilardan iborat:

- har qanday jismoniy shaxs singari tadbirkor ham sud qarori bilan muomala layoqati cheklangan, hatto undan butunlay mahrum etilishi mumkin;

- agar ushbu lavozimlarni tadbirkorlik bilan birlashtirish qonun hujjatlarida taqiqlangan bo'lsa, u xodim sifatida haq to'lanadigan lavozimlarni egallashga haqli emas;

- tadbirkor o'ziga tegishli bo'lgan barcha mol-mulkni, shu jumladan tadbirkorlik faoliyati uchun foydalangan mulkni meros qilib olish huquqiga ega, lekin u tadbirkor sifatida davlat ro'yxatidan o'tkazilganligi to'g'risidagi guvohnomani meros qilib olishga haqli emas - tadbirkorlik faoliyatini davom ettirish, merosxo'r yuridik shaxs tashkil etmasdan o'zini tadbirkor sifatida ro'yxatdan o'tkazishi shart.

Amaliyot shuni ko'rsatadiki, yuridik shaxs tashkil etmasdan tadbirkorlarni ro'yxatdan o'tkazishning nisbatan soddaligi tufayli xususiy tadbirkor bo'lishni istagan fuqarolar, haqiqatan ham, tadbirkorlik kompaniyasini tashkil qilishdan ko'ra yakka tartibdagi tadbirkor maqomini olgan ma'qul. Biroq, boshqa yo'l bilan borish uchun juda ko'p imkoniyatlar mavjud - o'z yuridik shaxsingizni tashkil etish. Bunday imkoniyatlar tadbirkorlikning quyidagi tashkiliy-huquqiy shakllarida mavjud:

- mas'uliyati cheklangan jamiyat;
- qo'shimcha mas'uliyatli jamiyat;
- aksiadorlik jamiyati;
- mulkdor tomonidan moliyalashtiriladigan muassasa;
- fond;

Avtonom notijorat tashkilotdir.

Tadbirkorlikning yuqorida qayd etilgan tashkiliy-huquqiy shakllarining asoschisi yakka shaxs bo'lgan taqdirda bu imkoniyatlar haqiqatga aylanadi. Tadbirkorlik kompaniyasining yagona ta'sischisiga aylangan ushbu shaxs, shuningdek, biznesning yagona egasi qiyofasini kiritish uchun ochiq yoki bilvosita foydalanish huquqiga ega bo'lgan ta'sis vakolatlariga ega bo'ladi.

Tadbirkorlikning yuqoridagi tashkiliy-huquqiy shakllarini faqat bitta jismoniy shaxs tomonidan tashkil etish imkoniyatini aniqlashga ko'ra uch guruhga bo'lish mumkin. Birinchi guruh

tadbirkorlik firmasining yagona turi - mulkdor tomonidan moliyalashtiriladigan muassasadan iborat. Odatda, bunday muassasa notijorat faoliyatning tanlangan turini amalga oshirish uchun faqat bitta mulkdor tomonidan yaratilgan deb taxmin qilinadi. Ikkinchi guruhga aktsiyadorlik jamiyati, mas'uliyati cheklangan jamiyat va qo'shimcha mas'uliyatli jamiyat kiradi. Tadbirkorlikning ushbu tashkiliy-huquqiy shakllariga kelsak, O'zbekiston Fuqarolik Kodeksida ularning har birini bitta shaxs tomonidan tashkil etish imkoniyati to'g'risida to'g'ridan-to'g'ri yozuvlar mavjud. Uchinchi guruhni avtonom notijorat tashkilotlari (ANT) va fondlar tashkil qiladi. Tadbirkorlikning yuqorida qayd etilgan tashkiliy-huquqiy shakllarining ikkalasi ham notijorat tashkilotlarga tegishli bo'lib, qonun hujjatlariga muvofiq ularning har biri jismoniy va/yoki yuridik shaxslar tomonidan tashkil etilishi mumkin. Biroq, qonun ularni yagona ta'sischi tomonidan yaratish imkoniyati to'g'risida to'g'ridan-to'g'ri eslatib o'tmaydi, buning natijasida ro'yxatga olish organlari ko'pincha yagona ta'sischi tomonidan yaratilgan mablag'lar va ANTlarni ro'yxatdan o'tkazishni rad etish odatiga ega bo'ladilar. qonun go'yoki bunday imkoniyatni istisno qiladi. Aslida, qonun bunday imkoniyatni istisno qilmaydi. O'zbekiston Fuqarolik Kodeksining 39-moddasi, na "Nodavlat notijorat tashkilotlari to'g'risida" gi Qonunning 15 moddasi ushbu yuridik shaxslar fuqarolar tomonidan tashkil etilishi mumkinligi to'g'risidagi standart yozuvlar mavjud, ammo ularning hech birida ushbu fuqarolarning soni birdan ortiq bo'lishi kerakligi ko'rsatilmagan. "Notijorat tashkilotlari to'g'risida" gi qonunning 15-moddasida notijorat tashkilot bir shaxs tomonidan tashkil etilishi mumkinligi aniq ko'rsatilgan. Shu sababli, ushbu yuridik shaxslarning ta'sischilarining soni juda kam bo'lganligi sababli avtonom notijorat tashkilot yoki jamg'armani ro'yxatdan o'tkazishni rad etish to'liq asosli deb hisoblanishi mumkin emas.

Yuridik shaxs tashkil etmasdan tadbirkorlik faoliyatining turli shakllari mavjud. Tadbirkorlik faoliyatining ushbu shakli sifatida quyidagilarni ko'rib chiqing:

- vaqtinchalik mehnat jamoalarining faoliyati;

- qo'shma faoliyat to'g'risidagi shartnomalar asosida, shu jumladan to'liq sheriklik tashkil etgan holda tadbirkorlik;

- korxona mulkini ijaraga berish;

-xo'jalik yuritish huquqi asosida korxona mulkini boshqarish;

- mol-mulkni va boshqa mulkiy ob'ektlarni ishonch shartnomalari asosida boshqarish.

Vaqtinchalik mehnat jamoalari (VMJ) - bu muayyan ishlab chiqarish vazifasini bajarish uchun maxsus birlashtirilgan ishchilar guruhlari. Tadbirkorlik usuli sifatida VMJ, qoida tariqasida, qo'llaniladi:

- agar xodimlar bir xil faoliyatni amalga oshirish uchun birlashsa va o'z kompaniyasini yaratish amaliy bo'lmasa, chunki ushbu faoliyat tugagandan so'ng VMJ o'z faoliyatini to'xtatadi;

- agar VMJ a'zolarining tadbirkorlik faoliyati uzoqroq davom etadigan bo'lsa-da, lekin kompaniya tuzilmagan bo'lsa. Maqsad - umumiy xarajatlarni tejash, soliqlar va ichki va tashqi boshqaruvga sarflanadigan mablag'larni kamaytirish, kompaniyani tashkil etish va ro'yxatdan o'tkazishning uzoq va ko'p vaqt talab qiladigan jarayoniga yo'l qo'ymaslik, buxgalteriya xarajatlarini tejash va hokazo.

VMJ, qoida tariqasida, "tomga" g'amxo'rlik qiladi - tashqi muhit bilan munosabatlarda VMJ manfaatlarini ifodalovchi ishlaydigan tadbirkorlik firmasi. Krisha o'z komissiyasini oladi. Bunday ittifoq, ayniqsa, turli imtiyozlarga ega bo'lgan tadbirkorlik firmalari uchun foydalidir, masalan, nogironlar tashkilotlari, jamoat birlashmalari va boshqalar.

Yuridik shaxs tashkil etmasdan tadbirkorlik *faoliyati* mavjud yuridik shaxslar o'rtasida *birgalikdagi faoliyat to'g'risidagi shartnomalar* asosida amalga oshirilishi mumkin . Bunday kelishuvlar uning har bir ishtirokchisining imkoniyatlarini sezilarli darajada kengaytiradi:

- o'zaro moliyaviy xizmatlar ko'rsatish;

- o'zaro ixtiyoriy bank hisobvaraqlarini taqdim etish;

- o'z sherigi nomidan mijozlar bilan munosabatlarga kirishish qobiliyati.

Bunday shartnomaning alohida holati *to'liq hamkorlikni* yaratishdir . *Yilda* amaldagi qonun hujjatlariga

muvofiq, yangi yuridik shaxs yaratish, degani emas, faqat shaklidir. Darhaqiqat, to'liq sheriklik - bu korxona turi sifatida (masalan, MCHJ) sheriklik emas, balki birgalikdagi faoliyat usullaridan faqat bittasi. Bu *farq* faqat bunday faoliyatini soliqqa tortish keyin sodir deb aslida qo'shma faoliyatining boshqa usullar dan *hamkorlar tomonidan o'zaro hisob-kitoblar to'liq amalga oshirish* .

Ijara - shartnoma asosida yerga, boshqa tabiiy resurslarga, korxonalarga, boshqa mulkiy majmualarga, shuningdek, mustaqil tadbirkorlik faoliyati uchun zarur bo'lgan boshqa mol-mulkka vaqtincha haq to'lanadigan egalik qilish va foydalanish. Ularning munosabatlarini tartibga soluvchi asosiy hujjat *lizing shartnomasi bo'lib* , unda tomonlarning huquq va majburiyatlari qayd etiladi va ijaraga olingan mulk uchun *ijara haqi* miqdori belgilanadi . Ijarachi belgilangan muddatga mulkka egalik qilishi mumkin.

Biznes yuritish usuli sifatida lizing turli maqsadlarga ega bo'lishi mumkin:

- ijarachi tomonidan ijaraga olingan mulkdan samaraliroq foydalanish;
- korxonaning mol-mulkini keyinchalik sotib olish maqsadida ijaraga berish;
- mablag'larini "nasos qilish" uchun ijaradan foydalanish;
- qonun hujjatlarida taqiqlanmaganlari.

"Ijaraga beriladigan biznes" korxona rahbarlari tomonidan amalga oshirilishi mumkin, mulkni undan samarali foydalanish uchun emas, balki shaxsiy boylik uchun ijaraga berish. Ba'zan korxona mulkini uning egasiga o'tkazish u yoki bu sabablarga ko'ra mumkin emas. Bunda korxona mulkini *boshqarish xo'jalik yuritish huquqi asosida* amalga oshiriladi . Bunday boshqaruv mulkdor va boshqaruvchi o'rtasidagi maxsus shartnoma bilan tartibga solinadi , *bunday boshqaruv chegaralarini belgilaydi.*

Keling, yuridik shaxs shaklida xususiy tadbirkorlik bilan shug'ullanmoqchi bo'lgan fuqarolarga murojaat qilish huquqiga ega bo'lgan boshqa qonuniy harakatlarni ko'rib chiqaylik.

Mulkdorlar tomonidan moliyalashtiriladigan muassasalar (keyingi o'rinlarda soddaligi uchun muassasalar deb

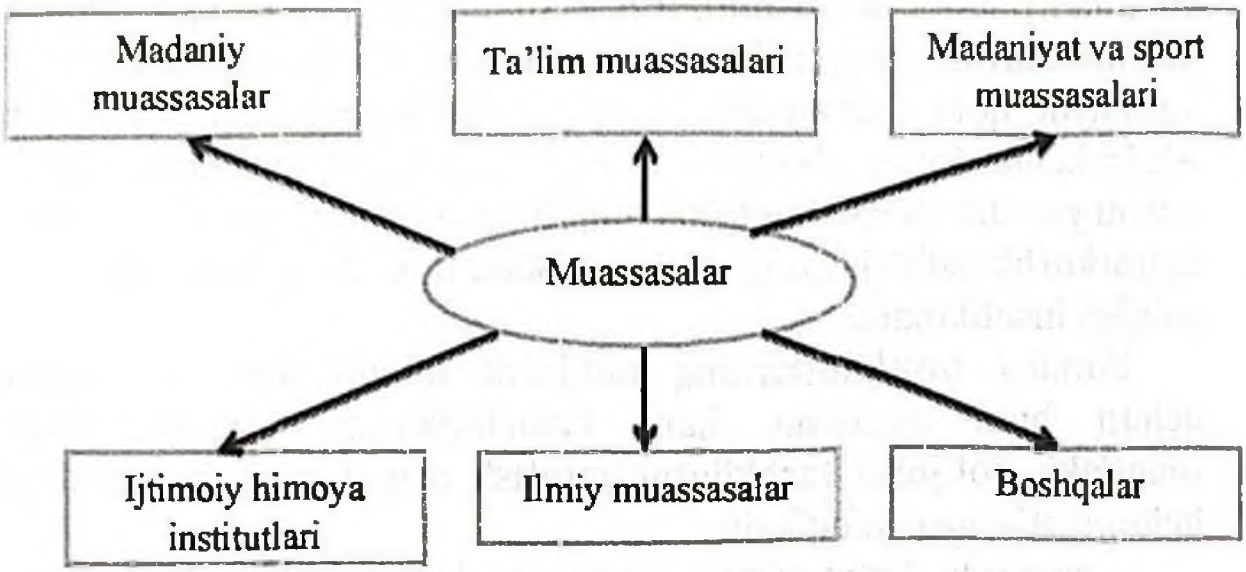
yuritiladi) va *avtonom notijorat tashkilotlari* va *fondlari* notijorat tashkilotlardir. Yuridik shaxslarning ushbu guruhi uchun umumiy xususiyat, qoida tariqasida, bunday xo'jalik yurituvchi sub'ektlar ishtirokchilarining shaxsiy huquqlari mavjud bo'lganda, agar ushbu yuridik shaxsning ta'sis hujjatlarida nazarda tutilgan bo'lsa, tadbirkorlik sub'ektining o'ziga nisbatan mulkiy huquqlarining yo'qligi hisoblanadi.

Bunday tashkilotlarning notijorat tabiati uning asoschisi uchun ham ortiqcha, ham kamchiliklarga ega. *Afzalliklari shundaki*, notijorat tashkilotni yaratish orqali ta'sischi quyidagi imkoniyatlarga ega bo'ladi:

- nizomda ko'rsatilgan, notijorat deb hisoblangan faoliyat turlarini amalga oshirish uchun litsenziya olish uchun ariza berish, aks holda u bunday litsenziyalarni ko'rmaydi;
- olingan litsenziyalar asosida notijorat faoliyatni amalga oshiruvchi tadbirkorlik sub'ektlariga beriladigan soliq imtiyozlariga tayansin.

Kamchiliklari shundaki, qonunni buzganlikda ayblanmaslik uchun notijorat tashkilotining ta'sischisi o'z tadbirkorlik faoliyatining har qanday turini notijorat deb e'lon qilishga majbur bo'ladi, bu har doim ham emas va hammasi ham to'liq muvaffaqiyat qozonmaydi.

Muassasa - mulkdor tomonidan turli turdagi notijorat faoliyatni amalga oshirish uchun tashkil etilgan va ushbu mulkdor tomonidan to'liq yoki qisman moliyalashtiriladigan notijorat tashkilot (16-rasm). Ta'kidlash joizki, muassasaning *ta'sischisi* uning *egasidir* va muassasaning mulkiga real huquqlarga ega. Muassasaning mulki, biz hozirgina aniqlaganimizdek, uning ta'sischisi bo'lgan muassasaning mulki tezkor boshqaruv huquqi asosida muassasaga biriktirilgan; shu bilan birga, muassasa o'z majburiyatlari bo'yicha o'z ixtiyoridagi mablag'lar bilan javob beradi va ular etarli bo'lmagan taqdirda, ushbu muassasaning egasi muassasaning *majburiyatlari* bo'yicha *subsidiar javobgar bo'ladi*.



16-rasm. Notijorat tashkilot sifatida muassasalarning turlari

Mulkdor o'z muassasasini to'liq yoki qisman moliyalashtirishi mumkin, bu unga muassasaning ta'sis hujjatlarida ruxsat etilgan tadbirkorlik faoliyatidan mustaqil ravishda daromad olish imkoniyatini beradi. Olingan daromad, garchi u muassasaga tegishli bo'lsa ham, uning mulkiga aylanmaydi.

Ta'sis hujjatlarining ro'yxati, shuningdek, muassasalar faoliyatining moliyaviy, tashkiliy va boshqaruv xususiyatlari ularning mulk ob'ekti sifatida o'z egalariga tegishli ekanligi bilan belgilanadi. Muassasani davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun uning egasi tomonidan tasdiqlangan ustav va muassasani tashkil etish to'g'risidagi mulkdorning qarori talab qilinadi; Ta'sis memorandumi talab qilinmaydi. Muassasa ustav fondini shakllantirish ham talab qilinmaydi, chunki muassasaning barcha mulki uning egasiga tegishli.

Mulkdor muassasaning tashkiliy tuzilmasini va uning boshqaruv organlari tarkibini ustavda belgilaydi. Muassasalar tadbirkorlik faoliyatining muayyan turlarini amalga oshirish uchun tashkil etilganligini hisobga olgan holda, muassasaning kollegial boshqaruv organlari uning yagona ijro etuvchi rahbarlari tarmoqqa xos xususiyatga ega bo'lishi mumkin. Tibbiyot muassasasida yagona raxbar bosh shifokor, ta'lim muassasasida -

rektor, sport muassasasida - bosh murabbiy, teatr muassasasida - bosh direktor deb atash mumkin.

Jamg'arma - bu muassisning (muassislarning) ixtiyoriy mulkiy badallari asosida tashkil etilgan notijorat tashkilot bo'lib, ular o'tkazilishi natijasida fondning o'ziga tegishli bo'ladi. Jamg'arma butun dunyoda keng tarqalgan tashkiliy-huquqiy shakl bo'lib, u ilgari ishlatilgan bo'lsa-da, so'nggi o'n yil ichida O'zbekistonda ham mashhur bo'ldi. Sovet davrida vaqf nomi, qoida tariqasida, jamoat birlashmalariga (tashkilotlariga) nisbatan qo'llanilgan. Bunday fondlar sifatida - jamoat tashkilotlari, masalan, Sovet Tinchlik jamg'armasi, Sovet bolalar jamg'armasi, Armiya, Aviatsiya va dengiz flotiga ko'maklashish ixtiyoriy jamiyati (DOSAAF) va rasmiy ixtiyoriy a'zolik asosida tashkil etilgan bir qator boshqa fondlar faoliyat ko'rsatdi. . Jamg'arma tadbirkorlik sub'ekti sifatida faqat keyingi yillarda ko'rib chiqila boshlandi. Masalan, O'zbekiston fundamental tadqiqotlar jamg'armasining nizomida jamg'armaning asosiy maqsadi tashabbuskor tadqiqot loyihalarini qo'llab-quvvatlash ekanligi ko'rsatilgan. Ushbu jamg'armaning asosiy vazifalari fundamental ilmiy tadqiqotlarni rivojlantirishga ko'maklashish, olimlarning ilmiy malakasini oshirishga ko'maklashish, ilmiy aloqalarni o'rnatish va O'zbekistonda va xorijda fundamental ilmiy tadqiqotlar sohasida ma'lumotlarni tarqatishga ko'maklashish; fundamental ilmiy tadqiqotlar sohasida xalqaro ilmiy hamkorlikni qo'llab-quvvatlash. Jamg'armaning tadbirkorlik faoliyati ana shu vazifalarni bajarish – innovatsiyalarni rag'batlantirishga qaratilgan.

3.6. Biznes infratuzilmasi

"Infratuzilma" atamasi birinchi marta iqtisodiy tahlilda qurolli kuchlarning normal ishlashini ta'minlaydigan ob'ektlar va tuzilmalarga nisbatan qo'llanilgan. Bu asrning boshlarida edi. 1940-yillarda G'arbda infratuzilma deganda moddiy ishlab chiqarishning normal faoliyat ko'rsatishiga yordam beruvchi tarmoqlar majmui tushunila boshlandi. O'zbek adabiyotida infratuzilma muammolarini o'rganish faqat 70-yillarda

boshlangan. Umuman olganda, "infratuzilma" so'zi iqtisodiy tizimning asosini, poydevorini, ichki tuzilishini bildiradi.

Biznesda infratuzilma - bu turli xil va xilma-xil biznes munosabatlariga vositachilik qiluvchi va bu munosabatlarni bir butunga bog'laydigan tashkiliy-huquqiy shakllar yig'indisidir. Ya'ni, tadbirkor, yollanma ishchilar va iste'molchilar o'rtasidagi munosabatlarda juda ko'p sonli oraliq tuzilmalar o'zaro bog'liq bo'lib, bu munosabatlarni o'rnatadi va nomlari ko'rsatilgan sub'ektlarning biznes manfaatlarini amalga oshirishga yordam beradi. Ularni ajratib turadi:

- ishlab chiqaruvchilar va iste'molchilarni bog'lovchi tashkilot bo'lgan gorizontal infratuzilma;
- biznesmenlar, xodimlar va davlat o'rtasidagi samarali munosabatlarni tashkil etishga yordam beradigan tashkilotlar tomonidan taqdim etilgan vertikal infratuzilma.

Infratuzilma elementlari:

-kredit tizimi va tijorat banklari;
- emissiya tizimi va emissiya banklari;
- tovar, fond va valyuta birjalarida tashkiliy rasmiylashtirilgan vositachilik;
- auktsionlar, yarmarkalar va birjadan tashqari vositachilikning boshqa shakllari;
- bandlikni tartibga solish tizimlari va bandlikka ko'maklashish markazlari;
- axborot texnologiyalari va biznes aloqa vositalari;
- soliq tizimi va soliq inspektsiyalari;
- sug'urta kompaniyalari;
- maxsus reklama va axborot agentliklari va ommaviy axborot vositalari;
- ishbilarmon doiralarning jamoat birlashmalari;
- bojxona tizimi;
- kasaba uyushmalari;
- konsalting firmalari;
- auditorlik kompaniyalari;
- tadbirkorlik faoliyatini rag'batlantirish uchun mo'ljallangan mablag'lar;
- oliy va o'rta kasb-hunar ta'limi tizimi;

- tadbirkorlik faoliyatini rag'batlantirishga mo'ljallangan davlat va davlat-jamoat fondlari.

Mamlakatda tijoratni rivojlantirishning muhim sharti bu tanlangan biznes turini ta'minlaydigan infratuzilmaning mavjudligi va rivojlanishi hisoblanadi. Zamonaviy biznesni o'z-o'zidan yopib bo'lmaydi, uni qo'llab-quvvatlash, boshqa soha va tashkilotlar bilan hamkorlik qilishga, boshqacha aytganda, rivojlangan biznes infratuzilmasiga ega bo'lishi kerak. Infratuzilma elementi - har qanday faoliyat sohasida korxona faoliyati uchun zarur shart-sharoitlarni yaratuvchi yoki xizmat qiluvchi ixtisoslashtirilgan faoliyat turi. Boshqacha qilib aytganda, infratuzilma elementlarining to'plami biznes infratuzilmasini tashkil qiladi. Zamonaviy infratuzilma quyidagi funktsiyalarni bajaradi:

1) tadbirkorlik munosabatlarini tashkiliy ro'yxatga olish (loyihalash, notarial ish va boshqalar);

2) ishbilarmonlik munosabatlari ishtirokchilariga o'z manfaatlarini, reklama va boshqalarni amalga oshirishni osonlashtirish;

3) turli xo'jalik yurituvchi sub'ektlarning muayyan funktsiyalarni (ta'mirlash, transport, aloqa va boshqalar) bajarishga yo'naltirilishi natijasida korxonalar faoliyati samaradorligi va samaradorligini oshirish;

4) tadbirkorlikni huquqiy va iqtisodiy qo'llab-quvvatlash shakllarini soddalashtirish (sud, advokatlik, soliq inspektsiyasi va boshqalar).

Har bir sohada biznes sohalarining kengligi va infratuzilma elementlarining ko'pligi korxonaning tarkibiy bo'linmalari sonini oldindan belgilamaydi: yuqori malakali va yuqori haq to'lanadigan mutaxassislar bilan ixtisoslashgan konsalting kompaniyalariga murojaat qilish foydaliroqdir. Tadbirkorlik faoliyati uchun infratuzilmani shakllantirish jarayoni uzluksiz davom etib, xizmatlarni ixtisoslashtirish, turlarini kengaytirish va sifatini oshirishga alohida e'tibor qaratilmoqda. Infratuzilma qanchalik to'liq bo'lsa, biznesning eng maqbul rivojlanishi uchun sharoit shunchalik yaxshi bo'ladi.

Korxonalar va biznesning rivojlanishi O'zbekistonning iqtisodiy o'sishi, O'zbekistonning eng chuqur iqtisodiy inqiroz holatidan chiqishi uchun hal qiluvchi ahamiyatga ega. Afsuski, hozirgi vaqtda ishbilarmonlar o'z faoliyatida doimo turli xil muammolar va qiyinchiliklarga duch kelishmoqda. Bu ko'pincha biznes infratuzilmasining nomukammalligi va rivojlanmaganligi bilan izohlanadi, ammo O'zbekiston iqtisodiyotida kuzatilgan ko'plab ijobiy tendentsiyalarni inkor etib bo'lmaydi. Iqtisodiy islohotlar davom ettirilsa, O'zbekiston biznesida keyingi rivojlanish uchun barcha shart-sharoitlar mavjud. O'zbekistonning iqtisodiy siyosatini muvaffaqiyatli amalga oshirish va iqtisodiy o'sishni yanada jadallashtirish uchun shuni ta'kidlash kerakki, muvaffaqiyat faqat ilmiy, ta'lim va umumiy iqtisodiy infratuzilmani rivojlantirish chora-tadbirlari bilan to'ldirilgan taqdirdagina muvaffaqiyat bo'ladi.

Kichik biznesni qo'llab-quvvatlash infratuzilmasi - bu ta'lim, konsalting va boshqa xizmatlar ko'rsatuvchi korxonalar faoliyatini tartibga soluvchi, shu orqali tadbirkorlikni rivojlantirish uchun zarur bo'lgan normal turmush sharoitlarini ta'minlaydigan va atrof-muhitni ta'minlaydigan davlat, nodavlat, jamoat, ta'lim, tijorat tashkilotlari majmui. va tovarlar ishlab chiqarish, ishlar va xizmatlar uchun shart-sharoitlar xisoblanadi.

Kichik biznes infratuzilmasining yana bir kontseptsiyasi kichik biznes sub'ektlariga tijorat shartlaridan tashqari (imtiyozli kreditlar, o'qitish, ijaraning maxsus rejimlari, arzonlashtirilgan .narxlarda ma'lumot, konsalting va boshqa xizmatlar) yordam ko'rsatadigan tashkilotlar tizimi sifatida tushuniladi. Infratuzilma kichik biznes uchun qo'shimcha imkoniyatlar yaratish, yangi ishbilarmonlar ham, oyoqqa turib olgan ishbilarmonlar ham duch keladigan muayyan qiyinchilik va muammolarni bartaraf etishga hissa qo'shishga mo'ljallangan.

Kichik biznes infratuzilmasini shakllantirishdan maqsad kichik biznes sub'ektlarining tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish, yuritish va kengaytirish jarayonida yuzaga keladigan ehtiyojlarini qondirishdan iborat.

Kichik biznesni qo'llab-quvvatlash infratuzilmasi tizimini quyidagi elementlarga bo'lish mumkin:

-kichik biznesni moliyalashtirish tizimi mikromoliyalash va o'zaro kreditlash, sug'urta va lizing tizimidir;

- kichik biznesning mulkiy muammolarini ta'minlash bilan bog'liq tizim - bular biznes-inkubatorlar, texnoparklar va innovatsion markazlar, ishlab chiqarish va texnologik markazlar va boshqalar;

- konsalting tizimi, biznes yuritishning barcha jabhalarida axborot va konsalting yordami (biznesni rejalashtirish, menejment, marketing, patentlash, xodimlarni boshqarish , buxgalteriya hisobi va soliq hisobi, yuridik xizmatlar). Bu shuningdek, axborotni qabul qilish va qayta ishlash, dasturiy ta'minot ishlab chiqarish, ma'lumotlar bazalarini yaratish va ulardan foydalanish bo'yicha xizmatlar, zamonaviy axborot texnologiyalaridan foydalangan holda biznes yuritishning elektron shakllarini rivojlantirish, tadbirkorlik faoliyatining axborot resurslarini birlashtirish;

- individual biznes-jarayonlarning uzluksiz ishlashi uchun professional yordam ko'rsatish, shu bilan kompaniyani qimmat xodimlarni saqlash zaruratidan xalos qilish va xizmatlardan foydalanish imkoniyatini ta'minlash uchun uchinchi tomon tashkilotlaridan resurslarni jalb qilish bilan bog'liq autsorsing va autstaffing tizimi. yuqori malakali mutaxassislar, bu shuningdek, xodimlarni ijaraga berishni o'z ichiga oladi;

- kadrlarni tayyorlash va qayta tayyorlash, o'qitish bilan bog'liq tizim (ham boshqaruvchi mutaxassislar, ham ishchi mutaxassisliklar bo'yicha ishchilar);

- kichik biznesning tadbirkorlik imkoniyatlarini kengaytirish infratuzilmaning yangi elementi bo'lib, unga kelgusida alohida e'tibor qaratish lozim (mintaqalararo va xalqaro aloqalar, sanoat kooperatsiyasining turli shakllarini yo'lga qo'yish, hududlararo va xalqaro ko'rgazma-yarmarka tadbirlarida, konferensiya, seminarlarda ishtirok etishni ta'minlash; ish uchrashuvlari);

– Infratuzilmaning oxirgi elementi – huquqiy bazani shakllantirish tizimi. Ushbu element qonunchilik va me'yoriy hujjatlarni ishlab chiqish, qonun hujjatlarining qo'llanilishini monitoring qilish, kichik biznesni rivojlantirish bo'yicha qonunchilik takliflarini kiritish bilan shug'ullanadi.

Ushbu ro'yxat to'liq emas va infratuzilma ob'ektlarining funktsiyalari ko'pincha takrorlanadi, ammo bu ularning muvaffaqiyatli rivojlanishiga to'sqinlik qilmaydi. Sababi, tadbirkorlar tomonidan biznes xizmatlariga talab ortib bormoqda. Kichik biznes rahbarlari va ishbilarmonlar nafaqat moliyaviy resurslardan foydalanish, balki o'qitish, malaka oshirish, huquq va moliya sohasida kasbiy bilim va biznesni qo'llab-quvvatlash infratuzilmasi bilan o'zaro hamkorlikda taqdim etilayotgan boshqa ko'plab afzalliklarning ahamiyatini tobora ko'proq qadrlashmoqda.

Kichik biznesni qo'llab-quvvatlash infratuzilmasini shakllantirishning asosiy vazifasi biznes tuzilmalarini zarur daromad darajasi bilan ta'minlashga qodir bo'lgan uning faoliyati uchun shart-sharoitlarni yaratishdir. Statistik ma'lumotlar shuni ko'rsatadiki, rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlar yalpi ichki mahsulotining salmoqli qismi qo'llab-quvvatlovchi infratuzilmani rivojlantirishga yo'naltirilgan. Shu bilan birga, mahalliy hokimiyat organlarining tashkiliy va tartibga soluvchi roli ortib bormoqda.

Infratuzilmaviy tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash tizimini shakllantirishning vazifalari, maqsadlari va usullari O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni, 24.08.2011 yildagi PF-4354-son bilan belgilanadi. Qonun kichik va o'rta biznesga moliyaviy, mulkiy, konsalting yordamini ko'rsatishni nazarda tutadi. O'zbekiston Respublikasida kichik va o'rta biznesni rivojlantirish bo'yicha davlat siyosatining asosiy maqsadlari:

- O'zbekiston Respublikasi iqtisodiyotida raqobat muhitini yaratish maqsadida kichik va o'rta biznesni rivojlantirish;
- kichik va o'rta biznesni rivojlantirish uchun qulay shart-sharoitlarni ta'minlash;
- kichik va o'rta biznesning raqobatbardoshligini ta'minlash;

kichik va o'rta biznesga o'z tovarlarini (ishlarini, xizmatlarini), intellektual faoliyat natijalarini O'zbekiston Respublikasi bozorida va xorijiy davlatlar bozorlarida ilgari surishda yordam ko'rsatish;

- kichik va o'rta biznes sub'ektlari sonining ko'payishi;
- aholi bandligini ta'minlash va o'z-o'zini ish bilan ta'minlashni rivojlantirish;

- kichik va o'rta biznes sub'ektlari tomonidan ishlab chiqarilgan tovarlar (ishlar, xizmatlar) yalpi ichki mahsulotdagi ulushini oshirish;

- maxalliy budjetlar O'zbekiston Respublikasining ta'sis sub'ektlarining budjetlari va mahalliy budjetlarning soliq tushumlarida kichik va o'rta biznes tomonidan to'lanadigan soliqlar ulushini oshirish.

Davlat infratuzilmasi tizimining asosiy vazifalaridan biri kichik biznesni qo'llab-quvvatlash tizimi faoliyatini amalga oshirishda umuman kichik biznes sub'ektlariga xizmatlar ko'rsatish bo'yicha muvofiqlashtiruvchi, bog'lovchi rol o'ynaydi. Davlat siyosatining maqsad va vazifalarini amalga oshirish uchun kichik biznesni rivojlantirish bilan bog'liq ularga yuklangan vazifalarni amalga oshiradigan infratuzilma obektlarini yaratish zarur.

Kichik biznesni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlashning amaldagi tizimi, jumladan, davlat ishtirokida yaratilgan tizimda bir qator kamchiliklar mavjud:

-uning alohida tarkibiy qismlarining muvofiqlashtirilmagan harakatlarining barcha darajada mavjudligi;

- qo'llab-quvvatlovchi infratuzilma ob'ektlarini notekis taqsimlash yoki (joylashtirish);

- kompleks xizmatlar hajmining miqdor va sifat jihatidan yetarli emasligi.

Bu kamchiliklarning asosiy sabablaridan biri –bu barcha darajadagi budjetdan yetarli darajada moliyalashtirilmaganligidir.

Moliyalashtirish jarayoni tashkiliy tuzilmani va mahalliy darajadagi ijro etuvchi hokimiyat organlari o'rtasidagi o'zaro munosabatlarni, shuningdek, budjet mablag'larini yanada oqilona taqsimlash uchun natijalar va bozor sharoitlarining o'zgarishini o'z vaqtida monitoringini o'z ichiga olishi kerak. Bunday yondashuv e'tiborni xarajatlarni boshqarishdan natijalarni boshqarishga o'tishni va budjetni rejalashtirishning asosan dasturiy-maqsadli usullariga o'tishni nazarda tutuvchi budjet jarayonini isloh qilish mafkurasiga to'liq javob beradi.

Shunday qilib, tizim sifatida infratuzilmaning vazifasi shundaki, u biznesga o'z savollariga javob olishga yordam berishi

kerak. Qonunchilikda davlat kichik biznesni qo'llab-quvvatlashga g'amxo'rlik qilish bilan birga, qo'llab-quvvatlash infratuzilmasini rivojlantirishga ham o'z hissasini qo'shishi lozimligi belgilab qo'yilgan. Davlat infratuzilmani etarli darajada moliyalashtirishi, uning faoliyatini qo'llab-quvvatlashi kerak, buning uchun bo'sh mablag'lari bo'lmagan korxonalar kichik biznes uchun zarur bo'lgan barcha xizmatlardan foydalanishlari mumkin.

Infratuzilmaning qanchalik samarali ishlashi kichik va o'rta korxonalar davlatdan qancha yordam olishini aniqlaydi. Shu bois kichik biznesni rivojlantirish va qo'llab-quvvatlash dasturida mazkur yo'nalish ustuvor yo'nalish hisoblanadi.

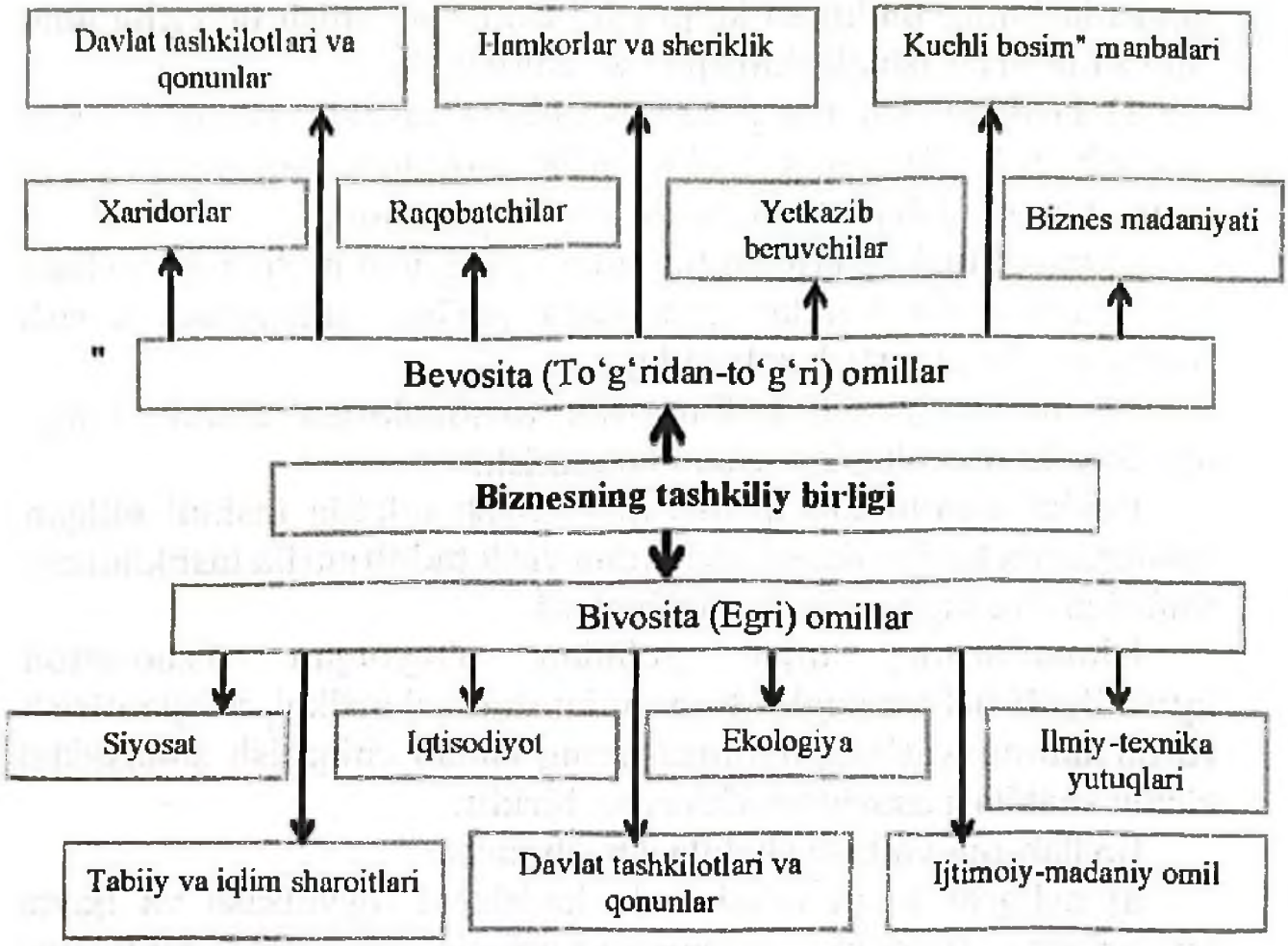
3.7. Tashqi va ichki biznes muhiti

Tadbirkorlikni samarali darajada olib borish ma'lum ijtimoiy vaziyat – *ishbilarmonlik muhiti* yoki *tadbirkorlik muhiti mavjud bo'lgandagina mumkin bo'ladi.* Bu, birinchi navbatda, bozor, bozor munosabatlari tizimi, shuningdek, tadbirkorning shaxsiy erkinligi, ya'ni uning shaxsiy mustaqilligi bo'lib, unga shunday tadbirkorlik qarorini qabul qilish imkonini beradi, bu uning nuqtai nazaridan , eng samarali, va eng foydali bo'ladi.

Ishbilarmonlik muhiti - ijtimoiy iqtisodiy vaziyat, shu jumladan iqtisodiy erkinlik darajasi, tadbirkorlik sub'ektining mavjudligi (yoki paydo bo'lish imkoniyati), iqtisodiy munosabatlar bozor turining ustunligi, kapitalni shakllantirish imkoniyati va zarur resurslardan samarali foydalanish. . Jamiyatning tadbirkorlik erkinligi darajasining ko'rsatkichi yangi paydo bo'lgan (ma'lum bir davr ichida) mustaqil tashkilotlar sonidir.

Biznes faoliyati va rivojlanishining samaradorligi ko'p jihatdan tashqi muhit bilan belgilanadi (17-rasm):

- bu sohadagi davlat siyosati va iqtisodiyoti;
- mahalliy (mintaqaviy) qonun chiqaruvchi va ijro etuvchi hokimiyat organlarining faoliyati;
- muayyan hududlarning tashqi sharoitlari.



17-rasm. Tashqi muhitning korxona tashkilotiga ta'siri

Tashqi muhitning ma'lum bir qulay holati zarur bo'lib, unga boshqaruv sub'ektlari tomonidan yaratilgan tegishli tartibga soluvchi ta'sirlar tufayli erishiladi.

Biznesni rivojlantirish ushbu jarayonni mavjud sharoitlarga mos keladigan yanada nozik va samarali tartibga solishga o'tishni talab qiladi. Bunda mamlakat, hududlar va aholining alohida ijtimoiy-demografik guruhlarini ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish maqsadlarining o'ziga xos xususiyatlari va imkoniyatlarini, ustuvorligini hisobga olish zarur.

Tadbirkorlik iqtisodiy faoliyatning alohida shakli, aholining bir qismini o'z-o'zini bandligini ta'minlash va yangi ish o'rinlarini yaratishning o'ziga xos shakli sifatida barcha sanoati rivojlangan mamlakatlarda. Davlat (hukumat) tomonidan qo'llab-

quvvatlashning mohiyati ko'pincha uchta yo'nalish bo'yicha aniq chora-tadbirlar ishlab chiqishga yo'naltiriladi:

1) boshlang'ich bosqichda (tashkilot tashkil etilgan kundan boshlab 1-3 yil) yangi tadbirkorlik tashkilotlarini yaratish va faoliyat ko'rsatish jarayoniga konsalting yordami;

2) yangi tashkil etilgan tuzilmani muayyan moliyaviy qo'llab-quvvatlash yoki bunday tuzilmaga ma'lum imtiyozlar berish (odatda soliqqa tortish sohasida);

3) moliyaviy zaif tadbirkorlik tuzilmalariga texnik, ilmiy-texnik yoki texnologik yordam ko'rsatish.

Davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash odatda tashkil etilgan tadbirkorlik tuzilmalarini kichikdan yirik tadbirkorlik tashkilotlari toifasiga o'tgunga qadar qamrab oladi.

Islohotlarning qiyin yo'lidan o'tayotgan O'zbekiston iqtisodiyoti uchun davlat tomonidan tadbirkorlikni rivojlantirish va qo'llab-quvvatlash, ayniqsa uning ishlab chiqarish sohasidagi kichik shakllari asosiy vazifalardan biridir.

Qo'llab-quvvatlash shakllari boshqacha:

a) axborot bilan ta'minlash, kadrlarni tayyorlash va qayta tayyorlash tizimini, normativ-huquqiy bazani, moliyaviy infratuzilmani va boshqalarni yaratish;

b) soliq imtiyozlari va yengilliklar;

v) maqsadli jamg'armalar, respublika va mahalliy budjetlardan moliyalashtirish, O'zbekistonda tadbirkorlik tuzilmalarini qo'llab-quvvatlash uchun xorijiy moliyaviy yordam.

Biroq, tadbirkorlik tamoyillari iqtisodiyotning davlat (davlat) sektorida qo'llanilishi mumkin va qo'llanilishi kerak.

Tafsilotlarga kirmasdan, *tadbirkorlikning ikkita shakli* haqida gapirish mumkin :

1) xususiy;

2) davlat.

Mavjud barcha birja operatsiyalari biznesning mazmunini belgilaydigan va unga bevosita yoki bilvosita ta'sir ko'rsatadigan muayyan muhitda amalga oshiriladi.

Biznes mikro *muhitdan* va makro *muhitdan* iborat. O'z navbatida, *makromuxit quyidagilarga bo'linadi makrotabiatli* va

mikrotabiatli. *Makrotabiatli* quyidagi omillarni (4-jadval) o'z ichiga oladi:

1) siyosiy vaziyat (hokimiyat rejimi, hukumatni shakllantirishning o'ziga xos xususiyatlari, budjet, juftlik tizimi va boshqalar);

2) huquqiy muhit - biznesni tartibga soluvchi qonunlar: O'zbekiston Respublikasining Fuqarolik kodeksi, O'zbekiston Respublikasining Soliq kodeksi, O'zbekiston Respublikasi Mehnat kodeksi, kichik biznes to'g'risidagi qonun hujjatlari va boshqalar;

3) ijtimoiy-madaniy muhit - tadbirkorlik faoliyatini olib borishga ta'sir qiladi: birinchidan, mijozlarning xohish-istaklari nuqtai nazaridan, ikkinchidan, ishchi kuchining xususiyatlari, ya'ni bilim darajasi, madaniyati, mehnatga munosabati;

4) texnologik muhit - ilmiy-texnikaviy rivojlanish darajasini aks ettiradi, bu ularning jamiyatda tarqalish darajasida, shuningdek sanoatda avtomatlashtirishning turli turlaridan foydalanishda namoyon bo'ladi;

5) geografik muhit - bu tadbirkorlik faoliyati amalga oshiriladigan tabiiy sharoitlar, shuningdek, xom ashyo, energiya resurslarining mavjudligi, yo'llarning mavjudligi va boshqalar;

6) institutsional muhit - quyidagilar mavjudligi bilan tavsiflanadi:

- banklar (tijorat va davlat), shuningdek, moliyaviy xizmatlar sifati;
- auditorlik va yuridik xizmatlar ko'rsatuvchi ixtisoslashgan firmalar;
- ta'lim tizimi;
- marketing agentliklari, shu jumladan reklama;
- bandlik tashkilotlari;
- sug'urta kompaniyalari.

4-jadval Biznesning tashqi muhiti omillarining tavsifi

Omillar	Asosiy tavsiflari
Tabiiy	Rivojlanish darajasi, tabiiy resurslar imkoniyatlaridan foydalanish. Yoqilg'i-yenergetika resurslari va xom ashyo manbalari. Ekologik ko'rsatkichlar, ularning standartlari va ularga rioya qilish darajasi. Atrof-muhitni muhofaza qilish va yoqilg'i, energiya va xom ashyo zaxiralaridan foydalanish (ishlab chiqarish) intensivligini tartibga solishning davlat nazorati tizimini rivojlantirish.
Demografik	Aholining takror ishlab chiqarishni tavsiflari tuzilishi soni va zichligi. Tug'ilish, o'lim, oila ittifoqining barqarorligi, dini, etnik bir xillik
Iqtisodiy	Ishchilar, xizmatchilar va pensionerlarning moliyaviy ahvoli, ularning xarid qobiliyati. Moliya-kredit tizimining ko'rsatkichlari. Iqtisodiy muhit va inflyatsiya. Soliqqa tortish tizimining rivojlanishi, uning aholi iste'mol savatchasiga mos kelishi. Aholi iste'mol elastikligi talabi tendensiyasi va baho
Siyosiy va huquqiy	Aholining huquqiy himoyasini va tadbirkorlik faoliyati bilan bog'liq qonun hujjatlarini ishlab chiqish. Bozor munosabatlarining shakllanishi va rivojlanishi barqarorligini ta'minlaydigan tashqi siyosiy ittifoqlar va dasturlarning mavjudligi. Davlat va hukumat qarorlarini ishlab chiqish va qabul qilish tizimida xalq ta'limining o'rni
Ilmiy va texnik	Iqtisodiyotning asosiy tarmoqlarida ilmiy-texnikaviy taraqqiyotning holati va rivojlanishi. Marketing tizimi sub'ektlarini xususiylashtirish va innovatsion jarayonlarini rivojlantirish. Yangi texnologiyalarni joriy etish darajasi va ularning ijtimoiy ishlab chiqarishdagi rivojlanish darajasi. Mavjud va kelajakdagi texnologiyalarning iqtisodiy va texnik xavfsizligi ko'rsatkichlari
Ijtimoiy-madaniy	Aholi bozor mentalitetining rivojlanishi, iste'molchilarning madaniy-ma'naviy ko'rsatkichlari, tashkiliy va iste'mol madaniyati, urf-odat va marosimlarning barqarorligi, xulq-atvor madaniyati dinamikasi.

Makro muhitning barcha tarkibiy elementlari tadbirkorlikka bilvosita ta'sir qiladi. *Mikromuhitning tarkibiy qismlari* tadbirkorlik faoliyatiga bevosita ta'sir qiladi *:*

1) xaridorlar;
2) etkazib beruvchilar;

3) raqobatchilar;

4) biznes sheriklari;

5) tegishli qonunlar va me'yoriy hujjatlar asosida tadbirkorlik faoliyatiga ta'sir ko'rsatuvchi davlat tashkilotlari;

6) "hokimiyat bosimi" manbalari, shu jumladan jinoyatchilar va korruptsioner davlat xizmatchilari.

Korxonaning muvaffaqiyati ko'p jihatdan tashkilotning ishlashi uchun ichki sharoitlarning umumiyligiga bog'liq. Ichki ishbilarmonlik muhiti ko'p jihatdan sub'ektivdir: bu to'g'ridan-to'g'ri tadbirkorning o'ziga, uning malakasi, irodasi, fidoyiligi, biznesni tashkil etish va yuritishdagi intilish darajasi, ko'nikma va qobiliyatlariga bog'liq.

Quyidagi omillar ichki biznes muhitiga taalluqli bo'lishi kerak:

- zarur miqdorda o'z kapitalining mavjudligi;
- kompaniyaning tashkiliy-huquqiy shaklini to'g'ri tanlash;
- faoliyat predmetini tanlash;
- hamkorlar jamoasini tanlash;
- bozorni bilish va malakali marketing tadqiqotlari;
- kadrlarni tanlash va boshqarish, uni moddiy rag'batlantirish;
- tadbirkorlik sirlarini saqlash mexanizmi va boshqalar.

Muvaffaqiyatli tijorat faoliyati uchun asosli biznes-rejani ishlab chiqish, kutilayotgan xatarlarning boshlanishi oqibatlarini oldindan ko'rish va hisoblash, yangi texnologiyalarni joriy etish, faoliyatni diversifikatsiya qilish, rivojlanishning ishonchli strategiyasini ishlab chiqish va amalga oshirish alohida ahamiyatga ega. kompaniyaning. Ichki muhit omillari, shuningdek, tadbirkorlar va yollanma menejerlar tomonidan ushbu turdagi tadbirkorlik faoliyatini yoki tashkilotning tegishli tashkiliy-huquqiy shaklini tartibga soluvchi qonunlar va normativ hujjatlarga qat'iy rioya qilishni o'z ichiga olishi kerak.

O'z bilimini muntazam oshirib boruvchi, tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish va yuritishning huquqiy mexanizmini yaxshi bilgan, bitimlar tuzish, tadbirkorlik shartnomalari tuzish va ular hisobiga dividendlar olishga qodir ishbilarmonlargina muvaffaqiyatga erisha oladi. Avvalo, uzoq muddatli oqilona maqsadga ega bo'lgan ishbilarmonlar (18-rasm) muvaffaqiyatga erisha oladilar, buni firmalarida intizom o'rnatilgan barcha

xodimlar bilishi va qo'llab-quvvatlashi kerak bo'lgan, o'zlari qattiq va samarali mehnat qiladigan, maslahatlashuvlar olib boradilar. Qo'l ostingizdagilar bilan ongli qarorlar qabul qiling. , ular bir lahzalik muvaffaqiyatga emas, balki uzoq muddatga qaratilgan bo'lishi kerak.



18-rasm. Ichki biznes muhitidan maqsadli foydalanish

Nazorat savollari:

1. Korxonaning tashkiliy-huquqiy shaklini tanlashga qanday omillar ta'sir qiladi?
2. Tadbirkorlik sub'ektlarini ayting.
3. Yuridik shaxslarning asosiy tashkiliy-huquqiy shakllarini sanab o'ting.
4. Xo'jalik sherikliklariga qisqacha tavsif bering.
5. Xo'jalik yurituvchi sub'ektlarga qisqacha tavsif bering.
6. Ishlab chiqarish kooperativlariga tavsif bering.
7. Davlat va munitsipal unitar korxonalar faoliyatining xususiyatlarini shakllantiring.
8. O'zbekistonda yuridik shaxslarning asosiy birlashmalari qanday.
9. Xo'jalik yurituvchi sub'ektlar kapitalining asosiy birlashmalari nimalardan iborat.
10. Korxonalar birlashmalarining tashkil etilishi va faoliyati tamoyillarini aytib bering.
11. Xo'jalik yurituvchi subektlarning to'rtta toifasini xo'jalik yuritishning tashkiliy-iqtisodiy birliklari sifatida ko'rsating.

12. Iqtisodiy faoliyat turlari va amalga oshiriladigan muomalalarning xarakteri bo'yicha birlashmalarning asosiy shakllarini sanab o'ting.

13. "Firma" tadbirkorlik faoliyatining asosiy subekti sifatida nimani anglatadi?

14. Yuridik shaxs tashkil etmagan holda tadbirkorlik faoliyati shakllarini ayting.

15. Biznes infratuzilmasi nimani anglatadi?

16. Biznes infratuzilmasi elementlarini ayting.

17. Biznes muhiti nima?

18. Biznesning tashqi omillarini aytib bering.

19. Korxonaning ichki omillarini aytib bering.

4. BIZNESNI YURITISHNING ASOSIY TUSHUNCHALARI

4.1. Biznes boshqaruvi
4.2. Biznesni moliyalashtirish
4.3. Biznesni rejalashtirish
4.4. Biznes madaniyati

4.1. Biznes boshqaruvi

Korxonani boshqarish - bu belgilangan maqsad, vazifalarga erishish, korxonaga jalb qilingan xodimlarni rag'batlantirish, o'z va o'z ishlarini tashkil etishga qaratilgan muayyan jarayon. Buning uchun tadbirkorlik qobiliyati kabi omil juda zarur bo'lib, uning yordamida to'g'ri qarorlar qabul qilinadi va agar kerak bo'lsa, "oqilona" tavakkal qilish qobiliyati.

Muvaffaqiyatli savdogar o'z biznesini yuritishda "ko'p qirrali" bo'lishi kerak. O'z biznesini ochishga jur'at etgan tadbirkor bir vaqtning o'zida menejer va iqtisodchi, huquqshunos, moliyachi va bozorchi va u yoki bu vaziyatga qarab ishlab chiqarish ishchisiga aylanadi. Ushbu funktsiyalarning har birida u mustaqil qarorlar qabul qiladi.

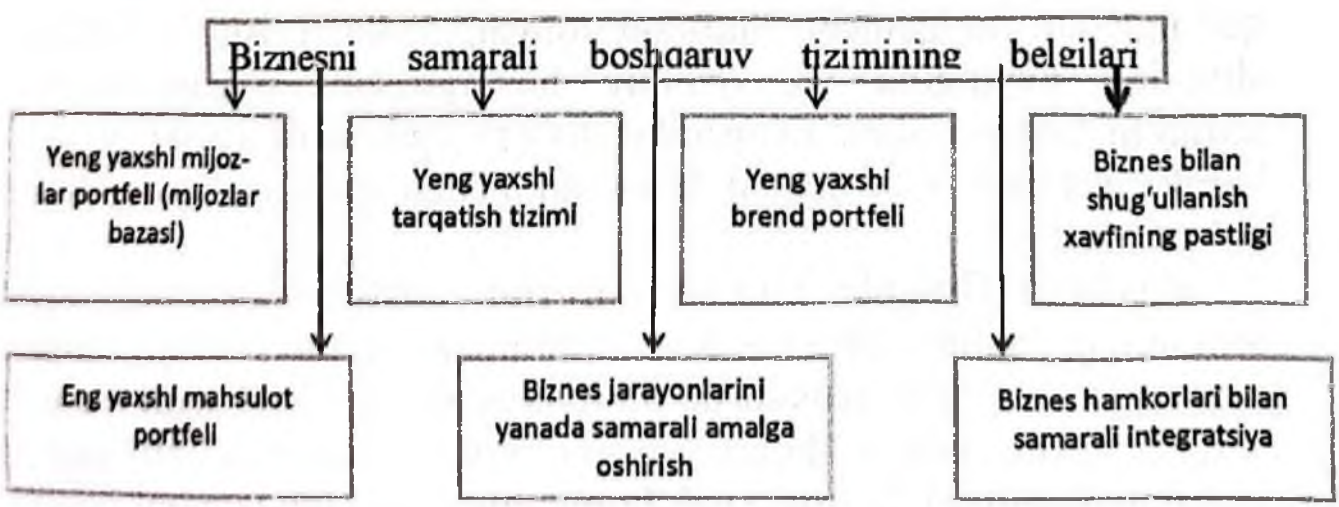
Biznes egasi sifatida biznesmen xaridorlar, kreditorlar, etkazib beruvchilar, mahalliy hokimiyat organlari, qonun chiqaruvchi organlar, hakamlik sudlari va boshqalarni o'z ichiga olgan turli odamlar bilan muloqot qiladi. Va tashqi muhitning har bir elementi alohida yondashuvni talab qiladi, bunda butun biznesning keyingi muvaffaqiyati ta'minlanadi.

Biznesning katta miqdorda turli-tumanligi ko'plab omillar bilan farqlanadi. Bu omillar korxona hajmi, xodimlar soni va tarkibi, tarmoq, mahsulot (xizmatlar) hajmi, ishlab chiqarishning o'ziga xos xususiyatlari, talab va boshqalar.

Kichik korxonalarda (20 kishigacha) kichik biznesni boshqarish elementar darajada amalga oshiriladi: kerakli rentabellikni nazorat qilish, buxgalteriya hisobi va bajarilgan ish jarayonini umumiy boshqarish. 100 kishigacha bo'lgan korxonalarda allaqachon alohida xizmatlar - xo'jalik faoliyatini boshqarishni tashkil etuvchi maxsus bo'linmalar tashkil

etilmoqda. Kichik biznes egalari odatda barcha boshqaruv funktsiyalarini o'z zimmalariga oladilar. Va bu muqarrar ravishda vaqt etishmasligi, egasini hozirgi ishdan chalg'itishi va o'z biznesini rivojlantirish uchun keyingi strategiyani ishlab chiqishga olib keladi. Shuning uchun menejerning ba'zi funktsiyalarini bajarishga qodir bo'lgan xodimni o'qitish juda yaxshi echim bo'lishi mumkin. Umuman olganda, korxona xodimlarini boshqarish usullari va uslubi, shuningdek uning shakllari ko'plab omillar ta'siriga bog'liq. Bu tadbirkorning asosiy vazifasi muayyan biznesning barcha omillarini hisobga olgan holda, o'z biznes loyihasining muvaffaqiyatiga erishish uchun boshqaruv faoliyatining optimal tizimini ishlab chiqish xisoblanadi. Biznesni yuritishda barcha funktsiyalarni birlashtirish va uni malakali va samarali bajarish har qanday korxonaning to'liq muvaffaqiyatining asosiy kafolati hisoblanadi.

Haqiqiy biznes muvaffaqiyati hech qachon tasodifan kelmaydi. Uzoq muddatli muvaffaqiyatga faqat yaxshi boshqaruvdan izchil foydalanish orqali erishish mumkin (19-rasm). boshqarishningning alohida fani mavjud. Ma'lum bo'lishicha, mamlakatni va mashinani, raketa va bolalar bog'chasi guruhini boshqarishda umumiy narsa bor - qonunlar, tamoyillar, qoidalar.



19-rasm. Biznesni samarali boshqarish

Har qanday harakat maqsadni nazarda tutadi. Biz shunchaki divanda yotgan bo'lsak ham, biz buni aniq maqsadda qilamiz: 1)

etilmoqda. Kichik biznes egalari odatda barcha boshqaruv funktsiyalarini o'z zimmalariga oladilar. Va bu muqarrar ravishda vaqt etishmasligi, egasini hozirgi ishdan chalg'itishi va o'z biznesini rivojlantirish uchun keyingi strategiyani ishlab chiqishga olib keladi. Shuning uchun menejerning ba'zi funktsiyalarini bajarishga qodir bo'lgan xodimni o'qitish juda yaxshi echim bo'lishi mumkin. Umuman olganda, korxona xodimlarini boshqarish usullari va uslubi, shuningdek uning shakllari ko'plab omillar ta'siriga bog'liq. Bu tadbirkorning asosiy vazifasi muayyan biznesning barcha omillarini hisobga olgan holda, o'z biznes loyihasining muvaffaqiyatiga erishish uchun boshqaruv faoliyatining optimal tizimini ishlab chiqish xisoblanadi. Biznesni yuritishda barcha funktsiyalarni birlashtirish va uni malakali va samarali bajarish har qanday korxonaning to'liq muvaffaqiyatining asosiy kafolati hisoblanadi.

Haqiqiy biznes muvaffaqiyati hech qachon tasodifan kelmaydi. Uzoq muddatli muvaffaqiyatga faqat yaxshi boshqaruvdan izchil foydalanish orqali erishish mumkin (19-rasm). boshqarishningning alohida fani mavjud. Ma'lum bo'lishicha, mamlakatni va mashinani, raketa va bolalar bog'chasi guruhini boshqarishda umumiy narsa bor - qonunlar, tamoyillar, qoidalar.



19-rasm. Biznesni samarali boshqarish

Har qanday harakat maqsadni nazarda tutadi. Biz shunchaki divanda yotgan bo'lsak ham, biz buni aniq maqsadda qilamiz: 1)

dam olish, 2) biror narsa haqida o'ylash, 3) xatti-harakatlarimiz bilan kimnidir bezovta qilish. Biznesni boshqarish maqsadlar, rejalashtirish, tashkil etish va nazorat qilishni ham talab qiladi. Firmani boshqarish turli xil did, odatlar, qiziqishlar va o'z maqsadlariga ega bo'lishi mumkin bo'lgan odamlar bilan muomala qilishni anglatadi. Ularni kompaniyaning muvaffaqiyati bilan qiziqtirish, ular imkon qadar ko'proq foyda keltirishiga ishonch hosil qilish, ya'ni motivatsiyani qo'llash kerak.

Agar kompaniyada bir nechta odam bo'lsa, uning muvaffaqiyati ko'p jihatdan ular o'rtasidagi munosabatlarga bog'liq bo'ladi. Va agar ular o'nlab va yuzlab bo'lsa? Biznesni boshqarishda har doim aloqa muammosi mavjud.

Inson kelajakka nazar tashlashi, o'z faoliyatini istiqbolni hisobga olgan holda rejalashtirishi tabiiy. Boshqaruvda bu prognozlash deb ataladi.

Biznesdagi boshqaruv menejment deb ataladi (inglizcha management - boshqaruv so'zidan). Menejment - bu belgilangan maqsadlarga erishish qobiliyati, bu ta'rifda boshqaruv faoliyatining barcha turlari va mazmuni "yashirin". Birinchidan, muvaffaqiyatga erishish qobiliyati, siz buni qanday qilishni bilishingiz va bilimingizni amalda qo'llay olishingiz kerak. Menejmentning o'z texnikasi va o'rganish mumkin bo'lgan "o'yin qoidalari" mavjud. Ikkinchidan, menejmentda nafaqat qo'lingizdan kelganicha harakat qilish, balki erishish kerak, shundan keyingina siz qanday boshqarishni o'rganishingiz mumkin. Uchinchidan, maqsadlar to'g'ri tanlanishi va qo'yilishi kerak, aks holda birinchisi ham, ikkinchisi ham o'z ma'nosini yo'qotadi.

Kichkina firmada barcha qarorlar odatda egasining o'zi tomonidan qabul qilinadi. U o'z kompaniyasining ishini ham nazorat qiladi. Yirik firmalarda bu funksiyalar menejer tomonidan amalga oshiriladi. U kompaniyada yolg'iz bo'lishi mumkin, masalan, kichik do'konda. Yirik kompaniyalarda menejment bilan shug'ullanuvchilar ko'p: biri mahsulot ishlab chiqarishga mas'ul, ikkinchisi sotishni tashkil qiladi, uchinchisi mahsulot reklamasi bilan shug'ullanadi, to'rtinchisi ishchilarni yollaydi.

Menejer firmaning markaziy figurasidir, chunki u ishning bajarilishini ta'minlaydi. Albatta, biznes muvaffaqiyati uchun tovarlar sifati, kapital, xodimlarning malakasi va yaxshi reklama juda muhim.

Menejmentning eng muhim printsipi: maqsad harakat yo'nalishini belgilaydi, nima, qancha, qayerda va qanday qilishini aniqlaydigan maqsad. Kompaniyada qabul qilingan har qanday qaror maqsadga yaqinlashish istagi bilan belgilanishi kerak.

Menejer kompaniyada nima bilan shug'ullanmasin: ishlab chiqarish yoki reklama, moliya yoki ishga yollash, u barcha vazifalarni hal qilishi kerak: maqsadlar qo'yish, harakatlar rejasini tuzish, ishni tashkil eta olish, odamlarni uning natijalari bilan qiziqtirish, hamma narsa bor yoki yo'qligini tekshirish. Kerak bo'lganda borishi va qarorlarini oqibatlarini oldindan bilib olishi kerak. Maqsadga erishish uchun harakat va harakatlar ataylab (maqsadli) amalga oshirilishi muhimdir.

Menejment fanida maqsad tushunchasi quyidagicha izohlanadi: har qanday ob'ekt (u ham kompaniya, ham butun iqtisodiyot bo'lishi mumkin) istalgan vaqtda ma'lum holatda bo'lib, uni bir necha parametrlar bilan tavsiflash mumkin masalan, poyabzal ishlab chiqaradigan kompaniya 100 ming juftlikni chiqardi va 10 million so'm foyda oldi, kompaniyada 60 kishi ishlaydi va hokazo). U ongli harakat orqali erisha oladigan ob'ektning istalgan holati ushbu ob'ektning maqsadi bo'ladi.

Boshqaruvdagi maqsadlar o'z-o'zidan paydo bo'lmaydi, ular ob'ektning boshqaruv organi tomonidan, masalan, firma yoki muayyan menejer - boshqaruv sub'ekti tomonidan belgilanishi va shakllantirilishi kerak. Menejerning san'ati ko'p jihatdan u o'z kompaniyasi yoki bo'limi faoliyatining asosiy maqsadini aniqlay olishi va shakllantirishi bilan belgilanadi. Maqsadlarni umumiy va maxsus deb ham ajratish mumkin. Kompaniyaning umumiy maqsadlari bor, lekin har bir bo'lim yoki xodimlar guruhining o'ziga xos maqsadi bor. Ko'rinib turibdiki, firmaning muvaffaqiyati shaxsiy maqsadlarning umumiy maqsadlarga qanchalik mos kelishiga va ularga erishishga yordam berishiga bog'liq. Maqsadlarga erishish kerak bo'lgan vaqtga ko'ra, ular uzoq muddatli va qisqa muddatlarga bo'linadi.

Har qanday firmada menejer foyda olish qobiliyatiga qarab baholanadi. Foyda firma uchun o'sish va farovonlik manbai va uning egalari va xodimlarining boyligini oshirish usulidir. Ushbu maqsadning biznes uchun qiymatini ortiqcha baholab bo'lmaydi. Katta firmani boshqarishni bir vaqtning o'zida "mahsulot", "savdo", "reklama", "xodimlar" so'zlari bilan havoda bir nechta oq to'plarni va "qizil" bilan "foyda" deb yozilgan to'pni tushib ketishiga yo'l qo'ymasligi kerak.

Foyda qanchalik katta bo'lmasin, menejer kompaniyaning rivojlanish istiqbollari haqida unutmasligi kerak. Bu unga uzoq muddatli maqsadlariga erishishga yaqinlashishida yordam beradi. Masalan, menejer keyingi 2-3 yil ichida daromadning katta qismini xodimlarning mukofotlarini oshirish yoki ofisini bezashga emas, balki yangi asbob-uskunalar sotib olishga yo'naltirish to'g'risida qaror qabul qiladi. Ammo vaqt o'tishi bilan bu eski uslubda ishlaydigan boshqa firmalarga nisbatan foyda keltiradi. Avvalo, u yoki bu ish "sohasi" uchun mas'ul bo'lgan har bir firmada ushbu umumiy maqsadlarni o'zlarining "tillariga" tarjima qilishlari kerak. Ushbu aniq vazifalar firmadagi ma'lum bo'lim yoki xodimning funktsiyasi bilan belgilanadi.

Menejerning maqsadi firma resurslaridan to'g'ri foydalanishdir. Bunga uskunalar, pul va yaxshi yoki yomonroq ishlay oladigan odamlar kiradi.

Yuqori samaradorlik sizning biznesingizdan iloji boricha ko'proq foyda olish imkonini beradi, shuning uchun asosiy vazifalardan biri iloji boricha ko'proq xaridor yoki tashrif buyuruvchilarni qabul qilish va ularga xizmat ko'rsatishdir.

Iste'molchilar arzonroq narsani yaxshi ko'radilar, lekin kompaniyaning daromadi evaziga emas. Misol uchun, siz arzon narxlardagi odamlarni jalb qilishingiz va mijozlar soni bo'yicha g'alaba qozonishingiz yoki bir xil maqsadni - iste'molchilar orasida tan olinishi va muvaffaqiyatini ko'zlagan holda nostandart intererni loyihalashtirishga va kafeda o'zingizning maxsus atmosferangizni yaratishga harakat qilishingiz mumkin.

Obro'-ye'tibor har qanday biznesdagi eng muhim maqsadlardan biridir. Agar mehmon kafeda bir marta ovqatlangan bo'lsa, ertasi kuni qaytib kelsa, bu allaqachon

nimanidir anglatadi. Agar kafe atrofida tartib har doim hukmron bo'lsa va qo'shni uylarning aholisi kechqurun shovqindan shikoyat qilmasa, bu sizning biznesingiz muvaffaqiyatiga faqat qo'shimcha bo'ladi.

Zamonaviy iqtisodiyotda barcha yirik firmalar o'z maqsadlariga erishish va firma faoliyatini nazorat qilish vositasi sifatida firma ichidagi rejalashtirishdan foydalanadilar. Birinchidan, maqsadlar aniq bo'lishi kerak. Ikkinchidan, maqsadlar moslashuvchan bo'lishi kerak, ya'ni siz bozordagi barcha turdagi o'zgarishlarga o'z vaqtida munosabatda bo'lishingiz va ma'lum bir vaqtda nima muhimligini tushunishingiz kerak. Uchinchidan, maqsadlar real, ya'ni erishish mumkin bo'lishi kerak. To'rtinchidan, yangi maqsadlarni shakllantirish va amalga oshirishni boshlashdan oldin, avval rejalashtirilgan narsalar bajarilganligini tekshiring.

Rejalashtirish firmaga maqsadlariga erishishga yordam beradi, lekin rejalar ham nazorat vositasidir. Agar rejalar qog'ozda tuzilmagan bo'lsa ham, faqat menejerning boshida mavjud bo'lsa ham, u o'z ish jarayonida haqiqatda sodir bo'layotgan narsa qanchalik mos kelishini doimiy ravishda tekshiradi - bu boshqaruv. Ushbu ma'lumotlarga asoslanib, yangi qarorlar qabul qilinadi va yangi ta'sirlar amalga oshiriladi. Menejer, shuningdek, o'z qo'l ostidagilarini yozma ish faoliyati to'g'risida hisobot shaklida nazorat qilishi yoki firma yoki alohida xodimlarda yuzaga keladigan muammolar haqida muntazam ravishda yig'ilishlar va muhokamalar o'tkazishi mumkin.

Amerikalik menejment bo'yicha taniqli mutaxassisning ta'kidlashicha, yaxshi menejer - bu o'z kompaniyasini ikki yoki uch kunga tark eta oladigan va bu vaqt ichida hamma narsa kerakli tarzda ketishiga ishonch hosil qiladigan odam.

Agar menejer firma va haqiqat rejalarini taqqoslab, ular o'rtasida nomuvofiqlikni aniqlasa, u bu nomuvofiqlik sababini tushunishi va tegishli qaror qabul qilishi kerak.

Tashkiliy tuzilma qanchalik murakkab va yirik bo'lsa, firma boshqaruvida quyidagi omillar shunchalik muhim ahamiyatga ega bo'la boshlaydi.

Vakolatlarni uzatish. Bosh menejer butun firma faoliyati uchun javobgardir. Biroq, u haqiqatan ham bunday hajmdagi ish bilan bardosh bera olmaydi, shuning uchun u o'z funktsiyalarining muhim qismini ixtisoslashtirilgan bo'limlar rahbarlariga topshiradi va ularning ishini nazorat qiladi. Ular, o'z navbatida, o'z bo'limlarining shaxsiy vazifalarini hal qilishni ushbu vazifalarni amalga oshirish uchun oldingi safda mas'ul bo'lgan bo'ysunuvchilar guruhlariga yoki aniq ishchilarga topshiradilar.

Muvofiqlashtirish. Ish bo'lingan odamlarning soni qanchalik ko'p bo'lsa, ularning sa'y-harakatlari qanchalik ko'p muvofiqlashtirilgan bo'lishi kerak. Kompaniya uchun boshqaruv tuzilmasining har bir darajasida ishni shunday tashkil etish juda muhimki, har qanday ma'lumotlar bir darajadan ikkinchi darajaga tez o'tadi va qarorlar keraksiz kelishuvlarda bo'g'ilib qolmaydi.

Kompetentsiya. Firmadagi har bir xodimning majburiyatlari aniq belgilanishi kerak. Har bir darajadagi menejer o'ziga bo'ysunuvchi har qanday kishi o'ziga yuklangan ishni uddalay olishiga ishonchi komil bo'lishi kerak. O'z navbatida, menejerning malakasi uning o'z bo'limi yoki umuman firma ishining bajarilishini tashkil eta olish darajasida namoyon bo'ladi.

Markazlashtirish. Qanchalik ko'p funktsiyalar va bo'ysunuvchilar boshning "qo'lida" bo'lsa, firmada markazlashuv darajasi shunchalik yuqori bo'ladi. Har bir firma markazda, ya'ni boshqaruvda qancha vakolat qolishi va tuzilmada qanchasi pastga o'tkazilishini o'zi aniqlashi kerak.

Bu masalalarning barchasi o'zaro bog'liq bo'lib, ularning ko'p yoki kamroq muvaffaqiyatli hal etilishi menejerlarning qobiliyatlari, ko'nikmalari va tajribasiga bog'liq. Yuqori darajadagi menejer samarali tashkiliy tuzilmani yaratishi kerak: tegishli bo'lim boshliqlarini tanlash; o'z ishlarini muvofiqlashtirish, uni kompaniya maqsadlariga erishishga yo'naltirish; boshqaruv xodimlari juda ko'p o'smasligiga ishonch hosil qiling - bu kompaniyaning xarajatlarini oshiradi.

Menejmentning har qanday darajasida menejerning asosiy vazifasi ishni eng yaxshi tarzda bajarish uchun tashkil etishdir.

Boshqaruvning tashkiliy tuzilmasi, hatto eng katta va eng murakkab bo'lsa ham, muzlatib qo'ymaslik kerak, bir marta va

butunlay aniqlanishi kerak. Tuzilmaning moslashuvchanligi firmaga bozor o'zgarishlariga tezroq munosabatda bo'lish va ularga moslashish imkonini beradi. Albatta, bu har qanday kichik o'zgarish butun tuzilmani qayta ko'rib chiqishga olib kelishi kerak degani emas. Bu har doim ham kerak emas. Ayrim firmalar nisbatan barqaror tuzilishga ega, masalan, doimiy ravishda bir xil turdagi mahsulotlar ishlab chiqaradigan sanoat firmalari. Boshqalar umuman aniq belgilangan o'zgarmas tuzilishga ega bo'lmasligi mumkin.

Kundalik hayotda va biznesda odamlar bir-biri bilan aloqa qilishadi. Har qanday firmada aloqa, ya'ni odamlar o'rtasidagi munosabatlar muammosi mavjud. Odamlar o'zlarining ichida ham, tashqi dunyo bilan ham muloqot qilishadi. Muloqot odamlarning bir-biri bilan aloqa qilish usullari sifatida belgilanishi mumkin. Aloqa muammosi zamonaviy menejmentdagi eng muhim muammolardan biridir. Firmada, bo'limda, guruhdagi xodimlar o'rtasida va ular orasida - rahbariyat bilan qanday munosabatlar rivojlanmoqda? Menejer bu munosabatlarga biznes foydasiga qanday ta'sir qilishi mumkin? Axborot boshqaruvning tashkiliy tuzilmasining yuqori qavatidan quyi bo'g'inlarga va orqaga qanday uzatiladi?

Hammamiz qisman noaniqlikda yashaymiz. Bizning hayotimiz qanchalik o'lchovli va tartibli bo'lmasin, vaqti-vaqti bilan bizni rejalarimizni o'zgartirishga majbur qiladigan kutilmagan holatlar yorilib ketadi. Ba'zida bu yoqimli kutilmagan hodisalar, ba'zida ular juda ko'p noqulayliklar keltiradi. Biznesda bunday keskin o'zgarishlar vaqtinchalik noqulaylikdan ko'proq narsani anglatadi. Ishbilarmonlarning faoliyati tijorat tavakkalchiligi bilan bog'liq: yangi sharoitlar uni muvaffaqiyatga olib kelishi mumkin va inqirozga olib kelishi mumkin. Tabiiyki, firma bu xavfni kamaytirishga intiladi. Buning uchun u ma'lum bir zudlik bilan va uzoqroq vaqt oralig'ida nima sodir bo'lishini o'z vaqtida oldindan bilishi kerak. Bu prognoz.

Prognozlar haqida gapirganda, biz, birinchi navbatda, talabni prognoz qilishni nazarda tutamiz. Narxlar prognozlari, sotish prognozlari, pul oqimlari prognozlari, ishlab chiqarish prognozlari mavjud. Hozirgi zamon iqtisodiyotida bashorat qilish fan,

to‘g‘rirog‘i, Matematik iqtisod fanining tarmoqlaridan biri hisoblanadi. Aksariyat prognozlar juda oddiy, bir qarashda, taxminga asoslanadi: agar voqealar juda uzoq vaqt davomida shunday va bu tarzda rivojlangan bo‘lsa, biz yuqori ehtimollik bilan aytishimiz mumkinki, ular bir muncha vaqt bir xil tarzda rivojlanadi. . Ushbu uzun bayonotni boshqa so‘z bilan - trend deb atash mumkin.

Hatto eng mohir va tajribali menejer ham valiy emas, balki shunday qlishi kerakki, bozorda bu o‘zgarishlar uning boshiga qor kabi unga yog‘masin, shuning uchun u mumkin bo‘lgan hamma narsani qilish kerak. Boshqa so‘zlar bilan aytganda, amalga oshirilayotgan bozor tadqiqot ishlari uchun ehtiyoj bor. Firma kichik bo‘lsa, u murakkab grafikalar va talab diyagramlari chizishga hojat yo‘q. Ehtimol menejer o‘zi tajribasi, bilimi, sezgi yordamida, mahsulotlari uchun bozordagi vaziyatni o‘zi baholaydi.

Firma katta va turli xil mahsulotlarni ishlab chiqaradigan bo‘lsa, uning rahbarlari savdo, narxlar talab sohasida ekspert maslahatchilari mutaxassislardan yordam olishlari mumkin. Amalda, prognoz qilish, albatta, murakkab. Maxsus matematik apparat va kompyuter dasturlari shu erda ishlatiladi. Yaxshi ishlab chiqilgan ma’lumoti rahbarlari uchun katta amaliy ahamiyatga ega, va prognozlash odatda rivojlanish strategiyalarini o‘rnatish va bir firmaning faoliyatini rejalashtirish uchun real asos bo‘lib xizmat qiladi.

O‘zi muayyan mahsulot ishlab chiqarish va daromad olish uchun ishlab chiqarish vositasi sifatida foydalanadigan mulkka egalik qilish, undan foydalanish va uni tasarruf etish huquqiga ega bo‘lgan mulkdor boshqaruvchiga, mulkiy munosabatlar esa boshqaruv munosabatlariga aylanadi. Menejmentni ishlab chiqarish vositalari va ishlab chiqarilgan mahsulotlarga egalikdan ajratish, ishlab chiqarish jarayonini boshqarish uchun professional menejerlar ishga qabul qilinganda, boshqaruv shaxslar yoki organlarning vakolatlari xususiyatiga ega bo‘ladi. Mulkchilik sub’ektidan nisbatan mustaqil bo‘lib, boshqaruvga xos bo‘lgan funktsiyalarni bajarish bilan shug‘ullanadilar.

Menejer firmada markaziy shaxs hisoblanadi. Albatta, biznes muvaffaqiyati uchun tovarlar sifati, kapital, xodimlarning malakasi va yaxshi reklama juda muhim. Biroq, agar firma yomon menejerga ega bo'lsa, uni na pul, na odamlar qutqara olmaydi - u ikkalasini ham yo'qotishi mumkin. Yaxshi menejer ishning bajarilishiga ishonch hosil qiladi. Menejment - bu faoliyat ko'rsatayotgan tijorat korxonasining o'ziga xos organi. Tadbirkorlik korxonasi faqat o'z organlari orqali harakat qilishi mumkin, ya'ni rahbarlik yoki boshqaruv orqali. Xo'jalik yurituvchi korxonalarni boshqarish boshqa boshqaruv turlaridan korxonaning maqsadi, shuning uchun uni boshqarishning vazifasi tovar ishlab chiqarish yoki xizmatlar ko'rsatish, ya'ni bozor orqali xaridorlarning ehtiyojlarini qondirish bilan farq qiladi. Shuning uchun tijorat korxonalari rahbariyati o'z qarorlarini qabul qilishda iqtisodiy nuqtai nazarga asoslanishi kerak. Boshqaruv samaradorligi va menejerlar faoliyati faqat iqtisodiy muvaffaqiyat, iqtisodiy natijalar ko'rsatkichlari yordamida o'lchanishi mumkin.

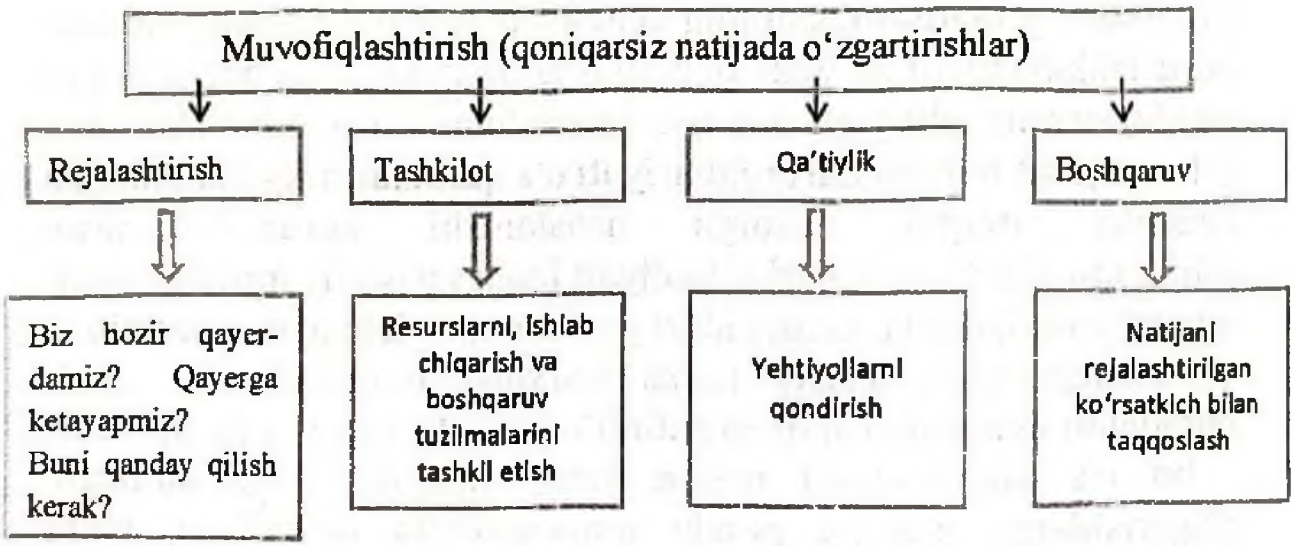
Menejmentda asosiy narsa korxona manfaatlariga javob beradigan maqsadlarni qo'yishdir. Bugungi kunda yaxshi menejer - bu o'z kompaniyasi uchun yangi bozorlarni yaratadigan, o'zgarishlarga nafaqat passiv munosabatda bo'ladigan, balki bozorning o'zini ham o'zgartiradigan mutaxassis.

Menejmentning asosi - mavjud inson va moddiy resurslarga asoslangan rentabilli korxona yaratish. Menejment - bu, birinchi navbatda, odamlar, kompaniya xodimlari mehnatini tashkil etish. Inson korxonadagi barcha jarayonlarning muhim elementidir. Menejerlar nafaqat korxonaning yuqori rentabelligini, balki o'z xodimlarining, shuningdek, korxona mavjud bo'lgan iste'molchilarning mavjudligi muammolarini ham doimo yodda tutishlari kerak. Korxonaning muvaffaqiyatlari va muvaffaqiyatsizliklari, birinchi navbatda, menejmentning muvaffaqiyatlari va muvaffaqiyatsizliklari.

Korxonani boshqarish firmaning maqsadlariga erishish uchun texnik, iqtisodiy, tashkiliy va ijtimoiy imkoniyatlardan samarali va tizimli foydalanishni ta'minlashga qaratilgan. Boshqaruv o'zaro bog'liq bo'lgan funktsiyalardan iborat. Ularning har birini amalga oshirish barcha boshqaruv funktsiyalari uchun umumiy bo'lgan

boshqaruv tsiklining tipik elementlarini o'z ichiga oladi: rejalashtirish, tashkil etish, qatiylik, nazorat va muvofiqlashtirish (20-rasm).

Firmaning asosiy maqsadlariga muvofiq, har bir boshqaruv quyi tizimi uchun ularning funktsional yo'nalishini hisobga olgan holda maqsadlar ishlab chiqiladi. Gap shundaki, zamonaviy korxona murakkab ijtimoiy-texnik tizim bo'lib, uning asosiy tarkibiy qismlari moddiy-moliyaviy, tashkiliy-ma'muriy va ijtimoiy-psixologik quyi tizimlardir.



20-rasm. Uzluksiz boshqaruv jarayoni

Funktsiyalar boylik yaratish, moliyalashtirish, marketing, inson resurslarini boshqarish va boshqalar uchun boshqaruv faoliyatining barcha turlarini qamrab oladi.

Rejalashtirish funktsiyasi asosan qaror qabul qilish jarayonidir. Rejalashtirish bosqichlari:

a) maqsadlarni belgilash;
b) dastlabki binolarni aniqlash;
c) muqobil variantlarni aniqlash;
d) eng yaxshi muqobilini tanlash;
ye) rejani kiritish va amalga oshirish.

Tashkilot funktsiyasi menejer va ijrochilar faoliyatini tartibga solishga qaratilgan. Bu, birinchi navbatda, menejerning o'z imkoniyatlarini baholashi, bo'ysunuvchilarni o'rganish, har bir xodimning potentsial imkoniyatlarini aniqlash, kuchlarni

moslashtirish va boshqalar. Bu barcha tashkiliy faoliyatning namoyon bo'lishi fonida amalga oshiriladi. korxonaning o'ziga xos tuzilmalari.

Motivatsiya ishni muvaffaqiyatli yakunlashni ta'minlashga qaratilgan. Shu maqsadda quyidagilar qo'llaniladi:

a) rag'batlantirish, ya'ni tashqi omillar (moddiy va ma'naviy rag'batlantirish) yordamida ishchilarni faollikka undash;

b) motivatsiyaning o'zi, ya'ni ishchilarni mehnatga ichki (psixologik) rag'batlantirishni yaratish. Bu erda asosiy narsa - mehnatga qiziqish, mehnat faoliyatiga bo'lgan ehtiyoj, ishdan qoniqish hissi tajribasi. Ushbu boshqaruv funktsiyasini muvaffaqiyatli amalga oshirish uchun menejer muloqotning turli jabhalarida malakali bo'lishi, tegishli ko'nikma va qobiliyatlarni rivojlantirishi kerak.

Nazorat funktsiyasi hamma narsa qabul qilingan rejaga, mavjud dasturiy hujjatlarga va qabul qilingan boshqaruv tamoyillariga muvofiq ketayotganligini tasdiqlashdan iborat. Boshqacha qilib aytganda, nazorat bu haqiqiy natijalarni topshiriqlar bilan tekshirish va solishtirish jarayonidir.

Muvofiqlashtirish funktsiyasi oldingi funktsiyalarga o'zgartirishlar, qo'shimchalar kiritishga qaratilgan bo'lib, unda jarayonning muvaffaqiyatsizligi sodir bo'lib, maqsad yoki natijani rad etishga olib keladi.

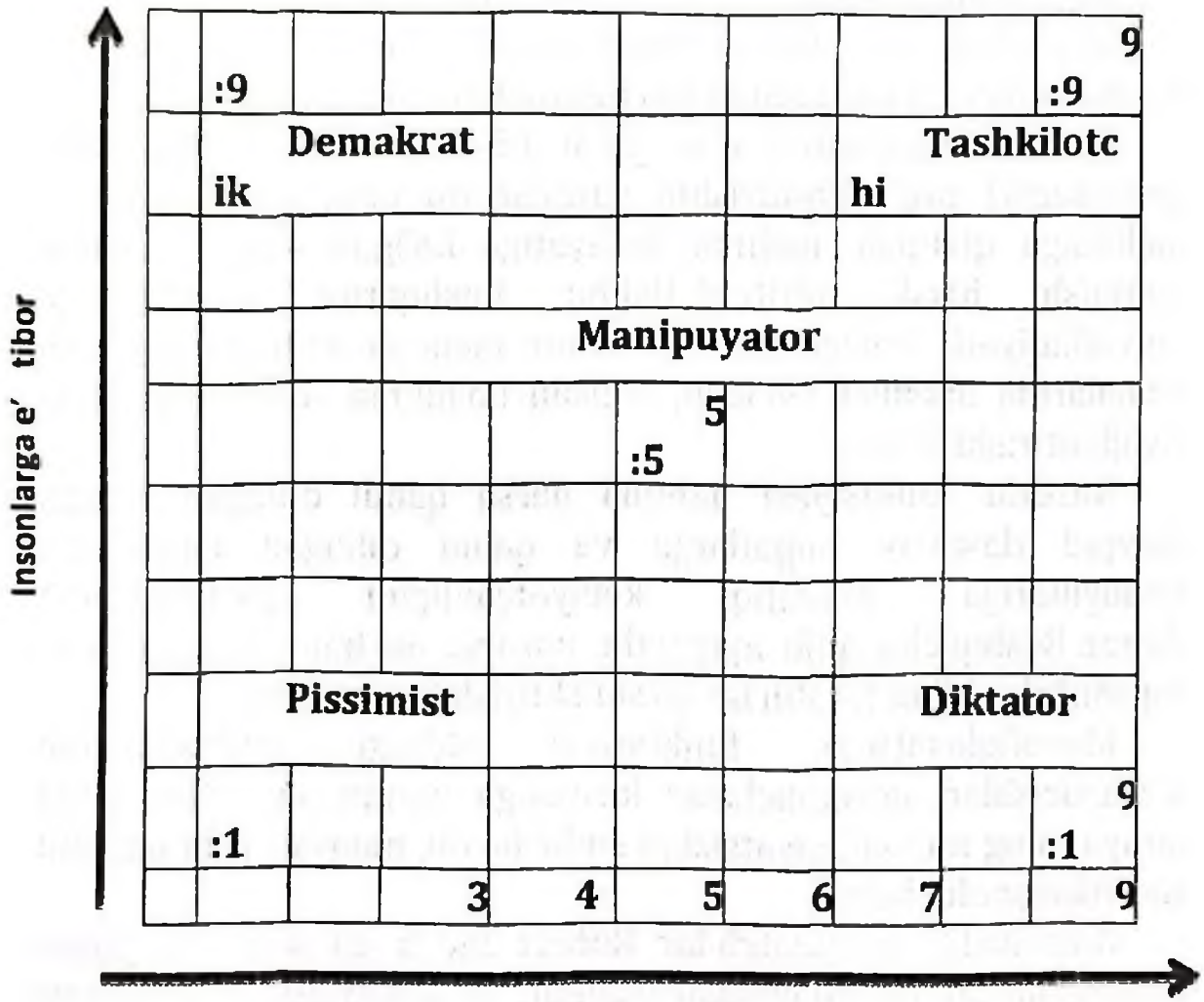
Amerikalik tadqiqotchilar Robert Bleyk va Jeyn Moughton menejerlar faoliyatini kuzatar ekanlar, bu ishlab chiqarish vektori va inson vektori o'rtasidagi kuch maydonidan oqib o'tishga ishonch xosil qilishdi. Ushbu vektorlar o'rtasida ma'lum bir ziddiyatlar mavjud:

a) agar siz har qanday yo'l bilan mehnat unumdorligini oshirishga intilsangiz, insonning ehtiyojlari va xohishlariga e'tibor bermasangiz, natija halokatli bo'ladi;

b) agar siz bor e'tiboringizni insonga qaratsangiz, undan ham yaxshi narsa chiqmaydi.

R.Bleyk va J.Moughton har bir vektor uchun "kuch maydoni" ni to'qqiz qismga bo'lishdi va tegishli "to'r" ni oldilar, bu boshqaruv xatti-harakatlarining beshta xarakterli turini aniqlash imkonini beradi:

diktator; demokrat; pessimist; manipulyator; tashkilotchi (21-rasm).



21-rasm. Diktator boshqaruvining "to'ri"

Boshqaruv tarmog'ini ishlab chiquvchilar menejerlar turlariga tegishli xususiyatlarni berdilar.

Kod 9: 1 to'liq ishlab chiqarishga yo'naltirilgan va aniq odamlarga minimal e'tibor beradigan boshqaruv uslubini tavsiflaydi. Bu ma'mur uchun qiyin kurs, uning uchun natijasi hamma narsa va odam eng yaxshi holatda ijrochi, "tishli", mohiyatan - hech kim. Bunday sharoitda ishlash hech kimni qoniqtirmaydi. Hamma bosimdan qochishga harakat

qilmoqda. Diktatorning javobi keng tarqalgan nazoratdir. 9:1 boshqaruvchisi yomon boshqaruvchi.

Kod 1: 9 - bu oldingisiga mutlaqo qarama-qarshi bo'lgan etakchining bir turi. Bunday menejer uchun mehnat unumdorligi oxirgi o'rinda turadi. Birinchi navbatda, u "hamma joyda o'zingiz bo'lishingiz kerak" kundalik tamoyilini qo'yadi. Go'yo shunday menejer uchun ishlar davom etmoqda. Xodimlar ushbu turdagi menejer tomonidan yaratilgan muhitni juda qo'llab-quvvatlaydi, chunki bunday boshqaruv ostida, odatda, demokratik "tartibsizlik" bilan harakatlar ustunlik qiladi. Ammo bundan foyda unchalik katta emas.

Kod 5: 5 ("panjara" ning markazi). Ushbu turdagi menejerlar o'rtacha yutuqlardan mamnun. Ularning shiori "Osmondagi yulduzlarni o'tkazib yubormaslik". Asosiy taktik chiziq - murosaga kelish. Xarakterli xususiyat - bu ishlab chiqarishga ham, odamlarga ham yarim qiziqish. Menejer odamlarni manipulyatsiya qilishga moyildir.

Kod 1: 1 - bu pessimist. Uning shiori: "Hodisalarning tabiiy rivojiga aralashmang". Odatda bunday etakchilik nuqtai nazariga ega odamlar boshqaruvda tasodifiy yoki "osmondan tushgan", ya'ni nufuzli shaxslar tomonidan lavozimga tayinlangan. Bunday odamlarning foydalari juda oz.

Kod 9: 9 - ishlab chiqarish ehtiyojlarini, shuningdek, odamlarning ehtiyojlari va manfaatlarini hisobga olgan holda tashkilotchi, eng samarali tur. Uning eng muhim xususiyati innovatsiyalarga sodiqlik va tashkilotning uzluksiz rivojlanishiga e'tibor qaratishdir. Menejerlar soni 9:9 bo'lgan korxonalar gullab-yashnaydi. Rivojlangan mamlakatlarning yetakchi firmalari bunday odamlarni topish uchun katta harakat qilmoqda. Aytishimiz mumkinki, bunday turdagi menejer, mohiyatan zamonaviy menejerning standartidir.

Boshqaruv usullari - bu boshqaruv ob'ektiga ta'sir ko'rsatadigan, tashkilotni boshqarishning turli funktsiyalarini bajaradigan usullar to'plami. Boshqaruv usullarining quyidagi asosiy turlari mavjud:

- iqtisodiy,
- tashkiliy va ma'muriy,

- qonuniy,
- boshqaruvning ijtimoiy va psixologik usullari.

Iqtisodiy boshqaruv usullari - bu tashkilot faoliyatining eng yuqori iqtisodiy samaradorligini eng kam xarajat bilan ta'minlash uchun boshqariladigan ob'ektga ta'sir qilish uchun xarajat vositalari to'plami. Ularga quyidagilar kiradi:

- maqsadlarni, rivojlanish nisbatlarini, muayyan vazifalarni bajarish muddatlarini belgilash usuli sifatida faoliyatning iqtisodiy natijalarini rejalashtirish;
- ish haqi, mukofotlar, shuningdek mehnatning sifati yoki miqdori nomuvofiqligi uchun sanktsiyalar ko'rinishidagi moddiy rag'batlantirish;
- rejalashtirish, moddiy rag'batlantirish va nazorat qilish uchun asos sifatida korxonaning iqtisodiy ko'rsatkichlarini me'yorlash;
- iqtisodiy samaradorlik ko'rsatkichlarini tahliliy ma'lumotlarni yig'ish usuli sifatida nazorat qilish.

Boshqaruvning tashkiliy va ma'muriy usullari - bu boshqaruv ob'ektiga yuklangan funktsiyalarni bajarish uchun unga bevosita (ma'muriy) ta'sir ko'rsatish usullari va vositalarining yig'indisidir. Boshqaruvning tashkiliy va ma'muriy usullari ikki guruhga bo'linadi: tashkiliy va ma'muriy ta'sir usullari.

Tashkiliy ta'sir quyidagi shakllarda namoyon bo'ladi:

- tashkiliy belgilash;
- tashkiliy me'yorlashtirish;
- tashkiliy instruktorlik.

Ma'muriy ta'sir buyruqlar, farmoyishlar, farmonlar va ko'rsatmalar orqali faoliyatni nazorat qilish va tartibga solishga qaratilgan.

Boshqarishning huquqiy usullari - bu boshqaruv sub'ektining boshqaruv ob'ektiga huquqiy normalar, huquqiy munosabatlar va huquqiy hujjatlar orqali ta'sir qilish usullari majmuidir.

Boshqaruvning ijtimoiy-psixologik usullari - bu jamoa va shaxslarga ularning mehnat va ijodiy faolligini oshirish uchun ijtimoiy-psixologik ta'sir ko'rsatish texnikasi va usullari majmuidir.

Ijtimoiy-psixologik usullar tizimiga quyidagilar kiradi: - ijtimoiy ta'sir usullari;

- xodimlarning jamoaviy faoliyatini boshqarish usullari;
- xodimning individual xulq-atvorini boshqarish usullari.

Ijtimoiy ta'sir usullariga quyidagilar kiradi: xodimlarning umumiy yig'ilishlari, jamoat kengashlari ishida ishtirok etish va boshqalar.

Xodimlarning jamoaviy faoliyatini boshqarish usullariga quyidagilar kiradi: jamoa tuzilmasini shakllantirish, ilg'or tajriba almashish, reytinglarni saqlash, musobaqalar, tantanali yig'ilishlar, kechalar va boshqalar.

Xodimning individual xulq-atvorini boshqarish usullariga quyidagilar kiradi: shaxsiy tashabbusni rag'batlantirish, rahbarning shaxsiy namunasi, bo'ysunuvchiga hurmat bilan munosabatda bo'lish, xodimni yuqori lavozimga zaxiraga ko'tarish, ma'lum boshqaruv huquqlarini bo'ysunuvchilarga topshirish va boshqalar.

4.2. Biznesni moliyalashtirish

Biznesni boshlash uchun boshlang'ich kapitalning manbalari quyidagilar bo'lishi mumkin:

1) o'z mablag'lari:

a) yakka tartibdagi tadbirkor uchun - uning shaxsiy mablag'lari va jamg'armalari, o'z mulki (bino, jihoz, avtomobil);

b) yuridik shaxs uchun - ta'sischilar tomonidan shakllantirilgan uning ustav kapitali, ko'pincha bu o'z mablag'lari hisobidan moliyalashtirish; venchur fondlari va biznes farishtalar yangi loyihalarning faol ishtirokchilari bo'lishlari mumkin.

2) bank yoki jismoniy shaxslardan olingan kreditlar (qarz bilan moliyalashtirish);

3) tekin yordam (grantlar yoki subsidiyalar).

Keyingi (joriy) tadbirkorlik faoliyatida barcha moliyalashtirish manbalari ichki va tashqi bo'linishi mumkin (10-rasmga qarang).

Ichki manbalar firmaning ichida joylashgan. Firmani moliyalashtirishning asosiy ichki manbasi uning foydasidir (firma

foydasi uning daromadlari va xarajatlari o'rtasidagi farqdir). Foyda firma faoliyatini moliyalashtirishning asosiy ichki manbasidir, lekin firma olgan barcha foydasini o'z ehtiyojlari uchun ishlata olmaydi. Yalpi foydadan soliqlar chegirib tashlanganidan keyin qolgan summa qoldiq yoki sof foyda deyiladi. U biznesni moliyalashtirish uchun ishlatilishi mumkin: yangi binolarni qurish yoki eskilarini qayta qurish, yangi mashinalar, uskunalar, kompyuterlar sotib olish yoki hatto bir qator ilmiy tadqiqotlar uchun. Tadbirkor qolgan foydaning bir qismini xodimlarga ish haqi miqdoridan ortiq bonuslar to'lash orqali rag'batlantirishga sarflashi mumkin. Mablag'larning bir qismi reklamaga, xayriya maqsadlariga va nihoyat, tadbirkorning shaxsiy ehtiyojlariga sarflanadi.

Firma moliyalashtirishning yana boshqa ichki manbai bor, va bu, foydadan farqli o'laroq, maxsus maqsadi bor. Bu manba amortizatsiya fondi deb ataladi va uning joyi balansining passiv qismi hisoblanadi. Ertami-kechmi qurilish kapital remont, uskunalar talab qiladi va mashinasozlik eskirgan bo'ladi va safdan chiqadi. Kapital xarajatlarni moliyalashtirish uchun qo'shimcha manba sifatida amortizatsiya fondidan foydalanadi. Shu bilan birga, ko'proq zamonaviy va samarali mashina va asbob-uskunalar, yangi modellari bozorda paydo bo'ladi. Endilikda tadbirkor eski uskunalarni saqlab qolish uchun foydali emasligini va ularni yangi bilan almashtirish qarorini tushunib yetadi.

Moliyalashtirishning tashqi manbalari kompaniyani rivojlantirish uchun tashqi tashkilotlaridan mablag 'to'plash imkonini beradi.

Korxonalarni birlashtirish. Kam moliyalashtirilgan firma bir xil muammolarga duch kelgan sheriklarni topishi mumkin. Qo'shma biznesni yaratish orqali sheriklar umumiy kompaniyadan chiqmasdan moliyaviy resurslarni kengaytirish imkoniyatiga ega bo'ladilar.

Aktsiyalarni sotish firmaga tashqaridan moliyani jalb qilishning bir usuli bo'lib, bu moliyalashtirishning juda muhim manbaidir, chunki firmada yuzlab yoki minglab aktsiyadorlar bo'lishi mumkin.

Sug'urta shaklida xavfsizlikni ta'minlash usuli. Masalan, firma qarzni sug'urta qilishi mumkin. Agar firma bankdan qarz olmoqchi bo'lsa, bunday sug'urta bank uchun garov bo'lib xizmat qilishi mumkin: agar firma qarzni to'lamasa, bank to'lanmagan qarz va foizlar evaziga o'zining sug'urta summasini oladi.

Bank kreditlari firmalar uchun muhim tashqi moliyalashtirish manbai hisoblanadi. U zamonaviy biznesda juda muhim rol o'ynaydi. Uning afzalliklari tezlik, mavjudlik va moslashuvchanlikdir. Kredit deganda firmaning bankdan qarzga olgan pul summasi ham, bu summaga nisbatan bank va firma o'rtasidagi munosabatlar tushuniladi. Bank kredit muddati tugagandan so'ng butun summani to'liq va foizlar bilan qaytarish uchun kompaniya bilan kredit shartnomasi tuzadi yoki shu muddat ichida uni qismlarga bo'lib qaytaradi.

Savdo (yoki tijorat) krediti. U bir-biriga firmalarning o'zlari tomonidan to'lovni kechiktirilgan holda tovarlarni sotish shaklida taqdim etiladi.

Davlat budjetidan moliyalashtirishda davlat sektori korxonalariga mablag'larni bevosita kapital qo'yilmalar, subsidiyalar, davlat buyurtmalari, grantlar shaklida ajratiladi.

Firmaning asosiy moliyaviy hujjati uning balansi hisoblanadi. Bu, bir ko'zgu kabi, firmaning barcha moliyaviy aktivlari aks ettiradi. Balansda asosiy va aylanma mablag'lar qimmatli qog'ozlar, pul jamg'armalari aks etadi. Balansida shuningdek, qancha o'z mablag'lari, qanchasi qarz mablag'lari ya'ni kredit qancha ekanligini u kimga qancha to'lashi kerak, qancha va kimga kredit uchun foiz to'lashi kerak va taqdim etilgan mahsulotlar, kimdan va qancha qarzi bor. Boshqlarning bundan qancha qarzi bor barchasi ko'rinadi. Balanns katta jadval bo'lib ko'rinadi. Unda firmaning barcha dpromadlari va xarajatlari oy. Kvartal, yarim yil. Yilga yozib boriladi. Balans jadvali ikki chap va o'ng qismlardan iborat.Balansning chap qismi aktiv o'ng tomoni passiv deb yuritiladi. Aktivda firma mulkining qiymati bular asosiy va aylanma mablag'lar zaxira maxsulot va xom-ashyo, pul mablag'lari. Passiv tomonida o'z va qarz vositalarining manbalari yoki firma majburiyatlari bo'ladi.

Kompaniyaga nafaqat barcha xarajatlar va mablag'larning tushumlarini hisobga olish uchun buxgalteriya balansi kerak. Shuningdek, u moliyaviy holatini tahlil qilish uchun ma'lumot manbai bo'lib xizmat qiladi.

Har qanday firmada mulkdor yoki menejerning o'zi, yirik firmalarda esa butun moliyaviy bo'limlar shunday hisob-kitoblarni amalga oshiradilar, ma'lumotlar yig'adilar, xulosalar chiqaradilar - bir so'z bilan aytganda, firmaning moliyaviy holatini tahlil qiladilar. Keling, moliyaviy holatning bir nechta muhim ko'rsatkichlarini ko'rib chiqaylik: rentabellik, barqarorlik, to'lov qobiliyati.

Firmaning rentabelligi uning olgan foydasi bilan belgilanadi. Rentabillikning uchta ko'rsatkichi mavjud:

- mahsulotlarning rentabelligi mahsulotni sotishdan olingan yalpi foydaning (Pv) ushbu mahsulotlar tannarxiga (C) nisbati sifatida hisoblanadi:

Pp = Pv: C; (1)

- asosiy va aylanma mablag'larning rentabelligi balans foydasining (PB) kompaniyaning asosiy (K) va aylanma (O) fondlari qiymatiga nisbati sifatida hisoblanadi:

Roo = PB: K + O; (2)

- firmaga kiritilgan sarmoyaning rentabelligi balans foydasining firmaning butun mulki (I) qiymatiga nisbati sifatida aniqlanadi. Ikkinchisining qiymati firmaning umumiy balansiga teng:

Rv = Pb: I. (3)

Rentabellik ko'rsatkichlari har yili hisoblab chiqiladi, ularning qiymatlari bir-biri bilan taqqoslanadi. Bu taqqoslash firma rahbariyatiga rivojlanish tendentsiyalarini (masalan, «rentabellik ortib bormoqda» yoki «rentabellik pasaymoqda») baholash va tegishli qarorlar qabul qilish imkonini beradi.

Firmaning barqarorligi firmaning o'z mablag'lari hisobidan qanchalik rivojlanishi mumkinligini va qanchalik tashqi moliyalashtirish manbalariga bog'liqligini ko'rsatadi. Bu bozor sharoitida juda muhim ko'rsatkich. Moliyaviy mustaqillik darajasini aniqlash uchun qarz va o'z kapitalining nisbati hisoblanadi.

Firmaning to'lov qobiliyati uning moliyaviy holatining juda muhim ko'rsatkichidir. To'lov qobiliyati firmaning barcha joriy majburiyatlarini qisqa vaqt ichida to'lash, ya'ni qisqa muddatli kreditlarni qaytarish qobiliyatini ko'rsatadi. Firma buni qanchalik tez amalga oshirishi firmaning joriy hisobidagi bo'sh pul miqdoriga bog'liq.

Firma juda muvaffaqiyatli ishlashi mumkin: yuqori daromadga ega, kreditlar bo'yicha kam qarzga ega. Biroq, shu bilan birga, agar firma balansida bo'sh pul mablag'lari deyarli bo'lmasa, uning to'lov qobiliyati past bo'lishi mumkin: firmaning barcha mablag'lari tayyor mahsulot yoki xom ashyo zahiralari ko'rinishida bo'lsa yoki ular hali ham kompaniyadan qabul qilinmagan bo'lsa. xaridorlar, masalan, allaqachon sotib olingan tovarlar muddatli bo'lsa. Ushbu moddiy aktivlarning barchasini pulga aylantirish uchun ketadigan vaqt likvidlik deb ataladi. Bu vaqt qanchalik qisqa bo'lsa, firmaning qarzlarini o'z vaqtida to'lashiga ishonch shunchalik yuqori bo'ladi va shuning uchun firmaning to'lov qobiliyati shunchalik yuqori bo'ladi.

4.3. Biznesni rejalashtirish

Biznesni rejalashtirish korxonada ishlab chiqarishni optimal boshqarishning eng muhim shartlaridan biridir. Biznesni rejalashtirish - bu rejani, kelajakdagi harakatlar yo'lini qurish, iqtisodiy mazmunni va belgilangan maqsadga olib keladigan ketma-ket qadamlarni aniqlash.

O'zbekistonning bozor munosabatlariga o'tishi davrida bozor hamma narsani o'z o'rniga qo'yadi, deb hisoblab, rejalashtirishdan amalda voz kechildi. Bugungi kunda biznes-reja har qanday korxonaning asosiy boshqaruv funktsiyasidir. Aynan biznes-rejalashtirish bilan xo'jalik yurituvchi sub'ektni yaratish ham, uning faoliyati ham boshlanadi. Buni bozor iqtisodiyoti rivojlangan mamlakatlar tajribasi ham ko'rsatadi. Bozor sharoitida biznes-rejani yetarlicha baholamaslik, uni minimallashtirish, amalga oshirmaslik yoki noto'g'ri bajarish, qoida tariqasida, katta iqtisodiy yo'qotishlarga, korxonalarning to'lovga layoqatsizligi hodisalariga olib keladi.

Xo'jalik yurituvchi sub'ekt darajasida ham strategik (uzoq muddatli) biznes rejalashtirish, ham joriy texnik-iqtisodiy rejalashtirish, shuningdek, umuman korxona uchun joriy rejalarni ishlab chiqishning batafsil tavsifi sifatida operativ va ishlab chiqarish rejalashtirish amalga oshiriladi. Shuningdek uning yirik ustaxonalari va kichik ishlab chiqarish birliklari ish joyigacha barcha-barchasi eng mayda detaligacha rejalashtirish tarkibiga kiradi.

Joriy texnik-iqtisodiy rejalarda (yillik, choraklik, oylik) istiqbolli rejada belgilangan maqsad va vazifalar batafsil ko'rsatilgan. Joriy texnik-iqtisodiy rejalar (ishlab chiqarish biznes rejalari) buyurtmalar, ularning moddiy resurslar bilan ta'minlanganligi, ishlab chiqarish quvvatlaridan foydalanish darajasi, sanoat va ishlab chiqarish xodimlarining mavjudligi to'g'risidagi ma'lumotlarni o'z ichiga oladi. Shuningdek, ularda ishlab chiqarish xarajatlari, foyda, rentabellik, korxonaning ishlab chiqarish-texnik bazasini rekonstruksiya qilish xarajatlari hisob-kitoblari mavjud.

Rejasi ijro, harakatining darsligi. U korxonani moliyaviy sog'lomlashtirishni asoslash uchun hamda aylanma mablag'larni to'ldirish uchun olingan kreditlarni qaytarish uchun ishlatiladi. Bundan tashqari, reja, katta korxona uchun emas, balki kichik korxonalar uchun zarur. Shunday qilib, biznes rejalashtirish, kelajakda harakatlarini oqlash uchun ma'lumot ishlash maqsadlarga erishish uchun eng yaxshi yo'llarini aniqlash jarayonidir. Bu sizning biznesingizni (tadbirkorlik) rejalashtirish uchun zarur bo'ladi. Texnologik biznes qusursiz hisoblanadi, lekin amalda iqtisodiy hisob-kitoblar, tijorat muvaffaqiyatsizliklarga sabab bo'ladi. Buni bartaraf qilish uchun oldindan korxonaning iqtisodiy faoliyat rejasini tuzish kerak bo'ladi. Bu xom ashyo, materiallar, yoqilg'i, butlovchi buyumlar va yarim tayyor mahsulotlar sotib olish uchun bir iqtisodiy vakolat rejasini ishlab chiqish muhim ahamiyatga ega. Ishlab chiqarish samaradorligi, qo'shilgan qiymat solig'i summasi, aylanma kapital aylanmasiga va ishlab chiqarish rentabelligiga bog'liq. Yomon xaridlari siyosati QQS oshib ketishiga sabab bo'ladi. Noto'g'ri rejalashtirilgan real

ishlab chiqarish xarajatlari va mahsulotni sotish xo'jalik yurituvchi sub'ektlarning bankrotligi olib keladi.

Biznesni rejalashtirish biznes-reja sifatida tadbirkorlik faoliyati bilan bevosita bog'liq bo'lgan rejalashtirilgan faoliyatning mustaqil turidir.

Bozor sharoitida, agar siz uning samarali rivojlanishini rejalashtirmasangiz, o'zingizning imkoniyatlaringiz va istiqbollaringiz, maqsadli bozorlarning holati, ulardagi raqobatchilarning o'rni va boshqalar haqida doimiy ravishda ma'lumot to'plamasangiz, barqaror biznes muvaffaqiyatiga erishish mumkin emas emas. Kelajakdagi moddiy, mehnat, intellektual, moliyaviy resurslarga bo'lgan ehtiyojlaringizni nafaqat to'g'ri ko'rsatish, balki ularni olish manbalarini hamda resurslardan foydalanish samaradorligini aniqlash kerak.

Har choraklik va yillik moliyaviy hisobotlar O'zbekiston Respublikasi Moliya vazirligining buyrug'iga muvofiq taqdim etiladi, statistik hisobotlar - Davlat statistika qo'mitasi tomonidan ko'rsatilgandek taqdim etadilar. Tijorat faoliyatidagi xatolar, noto'g'ri hisob-kitoblar va yo'qotishlar choraklik balans tuzilgandan keyingina ma'lum bo'ladi. Biroq, buxgalteriya balansining batafsil tahliliy sharhlari tayyorlanmagan, shuning uchun vaziyatni to'g'irlash bo'yicha o'z vaqtida choralar ko'rilmaydi. Shu sababli, har qanday joriy qarorlarni qabul qilish , hatto eng zamonaviylari xam rejalashtirishning o'rnini bosmaydi, bu qaror qabul qilish bilan solishtirganda ancha yuqori darajadagi boshqaruv faoliyatidir.

Shunday qilib, biznes-reja - bu korxona, firmaning o'z tadbirkorlik faoliyatini ob'ektiv baholash va shu bilan birga bozor ehtiyojlari va mavjud iqtisodiy vaziyatga muvofiq loyihalash va investitsiya qarorlarini qabul qilish uchun zarur vositadir. Umuman olganda, biznesni rejalashtirish korxona oldida turgan strategik va taktik vazifalarni hal qilishni ta'minlaydi.

Rasmiy rejalashtirish, albatta, qiyin, lekin u ham muhim foyda keltiradi:

1) rahbarlarni oldindan o'ylashga majbur qiladi;

2) samarali boshqaruv qarorlarini qabul qilish uchun asos yaratadi;

3) kompaniyani zarur ma'lumotlar bilan ta'minlash imkoniyatini oshiradi;

4) tadbirkorlik faoliyati risklarini kamaytirishga yordam beradi;

5) barcha biznes ishtirokchilarining harakatlarini aniq muvofiqlashtirishga olib keladi; 6

6) kutilayotgan o'zgarishlarni oldindan bilish, bozor muhitida keskin o'zgarishlarga tayyorgarlik ko'rish imkonini beradi.

Tijorat tashkilotida biznesni rejalashtirishni muvaffaqiyatli tashkil etish uchun to'rtta shart (komponent) talab qilinadi.

Birinchidan, tijorat tashkiloti biznes-rejani ishlab chiqish, bajarilishini nazorat qilish va tahlil qilish uchun tegishli uslubiy bazaga ega bo'lishi, moliya-xo'jalik xizmati xodimlari esa ushbu metodologiyani amaliyotda qo'llash uchun yetarli malakaga ega bo'lishi kerak.

Ikkinchidan, moliyaviy rejalarni ishlab chiqish uchun korxona faoliyati to'g'risida ichki va tashqi ma'lumotlar kerak. Biznesni rejalashtirish jarayonining axborot bloki (komponenti) ning asosi quyidagilardir:

1) iqtisodiy ma'lumotlar;

2) buxgalteriya hisobi ma'lumotlari;

3) moliya organlarining xabarlari, bank tizimi muassasalarining ma'lumotlari, tovar, valyuta birjalarining ma'lumotlari va boshqa moliyaviy ma'lumotlar;

4) siyosiy axborot va boshqalar.

Bundan tashqari, biznesni rejalashtirish tizimining faoliyati amaldagi me'yoriy-huquqiy baza doirasida amalga oshiriladi.

Uchinchidan, biznesni rejalashtirish jarayoni doimo tegishli tashkiliy tuzilma va jarayonning tashkiliy birligini tashkil etuvchi boshqaruv tizimi orqali amalga oshiriladi.

To'rtinchidan, moliyaviy rejalashtirish va nazorat qilish jarayonida katta hajmdagi ma'lumotlar ro'yxatga olinadi va qayta ishlanadi.

Biznes-reja - bu atrof-muhitni vaziyatni tahlil qilish, biznes-reja maqsadlarini belgilash, rejalashtirish (biznes-rejani ishlab chiqish), biznes-rejani intellektual mulk bozoriga targ'ib qilish,

biznes-rejani amalga oshirish, uning bajarilishini nazorat qilish bilan bog'liq bo'lgan tartibli bosqichlar va harakatlar to'plami.

Biznesni rejalashtirish jarayonining quyidagi asosiy bosqichlarini ajratib ko'rsatish mumkin:

1) tayyorgarlik bosqichi;

2) biznes-rejani ishlab chiqish bosqichi;

3) intellektual mulk bozoriga biznes-rejani ilgari surish bosqichi;

4) biznes-rejani amalga oshirish bosqichi.

Biznes g'oya - bu yangi mahsulot yoki xizmat g'oyasi, texnik, tashkiliy yoki iqtisodiy yechim va boshqalar. Yangi g'oyalarning manbalari quyidagilar bo'lishi mumkin:

1) iste'molchini chaqirib olish;

2) raqobatchilar tomonidan ishlab chiqarilgan mahsulotlar;

3) marketing bo'limi xodimlarining fikri;

4) mahalliy hokimiyatning patentlar bo'yicha nashrlari;

5) olib borilayotgan ilmiy-tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlari.

Biznes jarayoni iste'molchilar uchun ma'lum bir mahsulot yoki xizmat yaratishga qaratilgan o'zaro bog'liq faoliyati yoki vazifalar yig'indisi hisoblanadi. tushunarli bo'lishi uchun, biznes jarayonlar blok sxemasi yordamida biznes jarayonlari ko'rinadi.

Biznes jarayonlarining uch turi mavjud:

1. Menejerlar - tizimning ishlashini boshqaradigan biznes jarayonlari. Boshqaruv jarayoniga misol sifatida korporativ boshqaruv va strategik boshqaruvni keltirish mumkin.

2. Operatsion - korxonaning asosiy biznesini tashkil etuvchi va asosiy daromad oqimini yaratuvchi biznes jarayonlari. Operatsion biznes-jarayonlarga misollar manba, ishlab chiqarish, marketing va sotishdir.

3. Qo'llab-quvvatlovchi - asosiy biznes xizmat biznes jarayonlar. Misol uchun, texnik qo'llab-quvvatlash, ma'muriy xizmatlar to'playotgan, buxgalteriya.

Biznes jarayoni iste'molchi talabidan boshlanib, uni qondirish bilan tugaydi. Jarayonga yo'naltirilgan tashkilotlar bir xil biznes jarayonini amalga oshirishda tashkilotning ikki xil qismining

kesishmasida paydo bo'ladigan to'siqlar va kechikishlarni bartaraf etishga intiladi.

Biznes-jarayon o'z sifatlari bor, lekin, shuningdek, asosiy ish jarayonini maqsadga erishish qaratilgan bir necha sub-jarayonlarga bo'linadi. Bunday biznes-jarayonlarni tahlil qilish, odatda, belgilangan faoliyat darajalari oralig'ida joylashgan biznes jarayoni va uning kichik jarayonlarini xaritalashni o'z ichiga oladi.

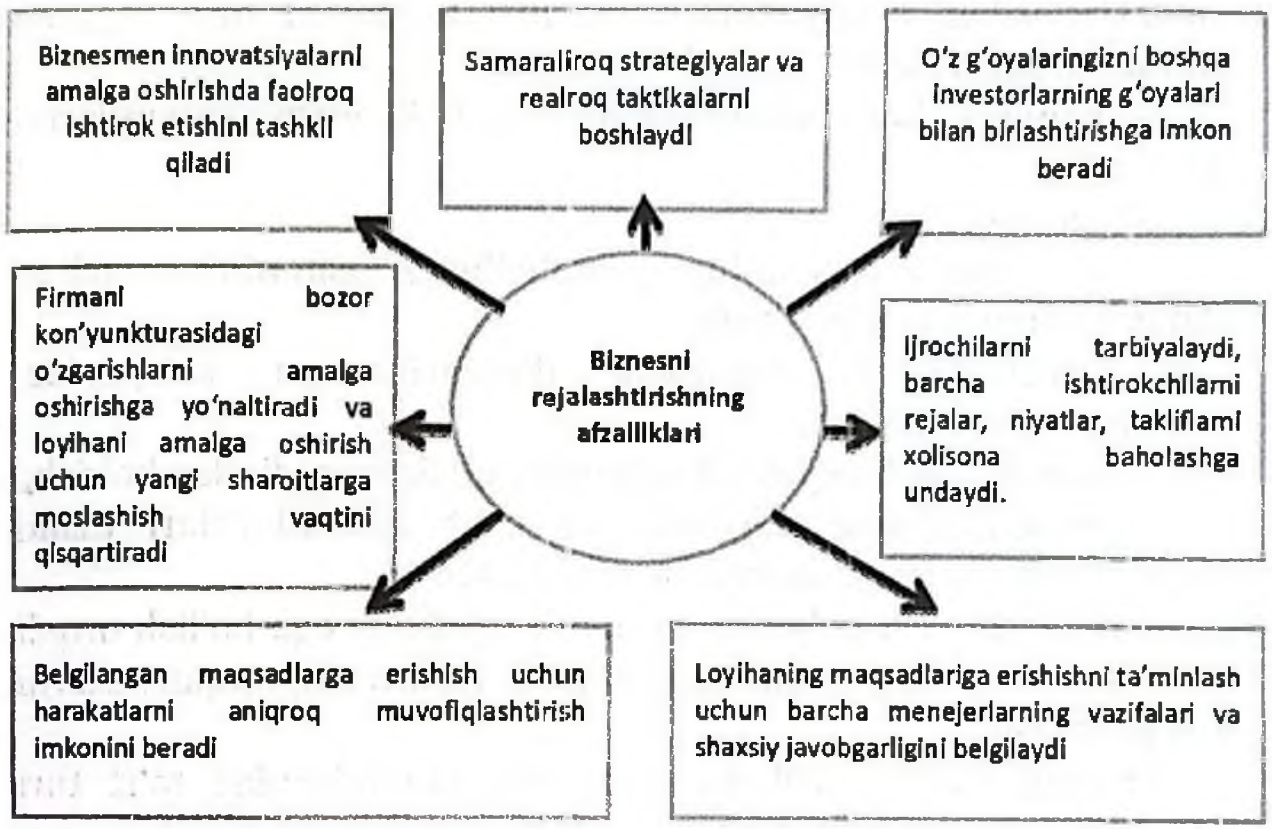
Biznes jarayonlari iste'molchilar uchun qiymat yaratadigan yoki keraksiz harakatlarni bartaraf etadigan tarzda tuzilishi kerak. Yaxshi tuzilgan biznes-jarayonlarning chiqishi iste'molchi uchun qiymatni va rentabellikni oshiradi (mahsulot yoki xizmatni ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytiradi).

Biznes jarayonlarini turli usullar yordamida modellashtirish mumkin. Buning usullaridan biri biznes jarayonini barcha modellashtirishdir. Shundan so'ng, biznes-jarayon modeli tanqidiy tahlildan o'tkaziladi yoki maxsus dasturiy ta'minot orqali qayta ishlanadi. Natijada, biznes-jarayonning "bo'lishi kerak bo'lgan" modeli quriladi. Ba'zi maslahatchilar barcha bosqichini o'tkazib yuboradilar va darhol qanday bo'lishi kerak modelini taklif qiladilar.

Biznes jarayonlarini modellashtirish uchun ko'plab usullar qo'llaniladi. Biznes-rejaning asosiy nuqtalari loyiha tashabbuskorlari tomonidan baholanadi:

- ishlab chiqarish (xizmatlar) imkoniyatlari, zaruriyati va hajmi;
- potentsial iste'molchilar;
- mahsulotning ichki va tashqi bozordagi raqobatbardoshligi, uning bozor segmenti;
- har xil turdagi samaradorlik ko'rsatkichlari (tijorat, mintaqaviy, budjet);
- biznes g'oya tashabbuskori kapitalining etarliligi va moliyalashtirishning mumkin bo'lgan manbalari.

Biznesni rejalashtirish jarayoni iqtisodiy kontseptsiyaning paydo bo'lishidan boshlab, uning ishtirokchilari o'rtasida foyda olish va taqsimlashgacha bo'lgan jarayon tadbirkorning tashabbusi bilan va uning manfaati uchun amalga oshiriladi (22-rasm).



22-rasm. Biznesni rejalashtirishning asosiy afzalliklari

O'zbekistondagi bugungi iqtisodiy vaziyatda biznesni rejalashtirishning eng keng tarqalgan yo'nalishlari:

- mulkiy huquqlar, uzoq muddatli imtiyozlar va raqobatdosh ustunliklar, maxsus (mumkin foydalanish uchun) va universal mulk, texnologiyalar, shuningdek shartnomalar (resurslarni sotib olish uchun) majmui sifatida biznes yo'nalishlarini (mahsulot liniyalari, investitsiya loyihalari) yaratish. , mulkni ijaraga olish, xodimlarni yollash va sotish mahsuloti) ma'lum daromad olish imkoniyatini beradi (daromadlar oqimi yoki bir qator pul oqimlari - pul oqimi yoki pul oqimlari oqimi);

- moliyaviy-iqtisodiy xarakterdagi maxsus maqsadlar uchun biznes-rejalarni ishlab chiqish:

- ochiq aksiyadorlik jamiyatlari tomonidan yangi aksiyalar chiqarish; - xususiylashtirilgan korxonalarni sotishga tayyorlash;

- tanlovga qo'yilgan bankrot korxonalarni sotishga tayyorlash;

- MCHJ va yopiq aktsiyadorlik jamiyatlari kabi yopiq jamiyatlardagi aktsiyalarni (ulushlarni) yoki aktsiyadorlardan

(muassislardan, aktsiyadorlardan) biri tuzilmani tark etganda shirkatlardagi ulushlarni sotib olish;

- bankrot korxonalarni qayta tashkil etish variantlarini asoslash.

Biznes-reja bu:

- investorni loyihaning rentabelligiga ishontirish uchun dalillar tizimini taqdim etish;
- korxonaning hayotiylik darajasini va kelajakdagi barqarorligini aniqlash;
- tadbirkorlik faoliyati bilan bog'liq xavflarni oldindan ko'rish;
- rivojlanishning miqdoriy va sifat ko'rsatkichlari tizimi shaklida biznes istiqbollarini konkretlashtirish;
- rejalashtirish bo'yicha qimmatli tajribaga ega bo'lish orqali tashkilot va uning ish muhitiga istiqbolli (strategik) nuqtai nazarni rivojlantirish.

Hozirgi vaqtda O'zbekistonda biznes-rejalarning to'rt turi mavjud:

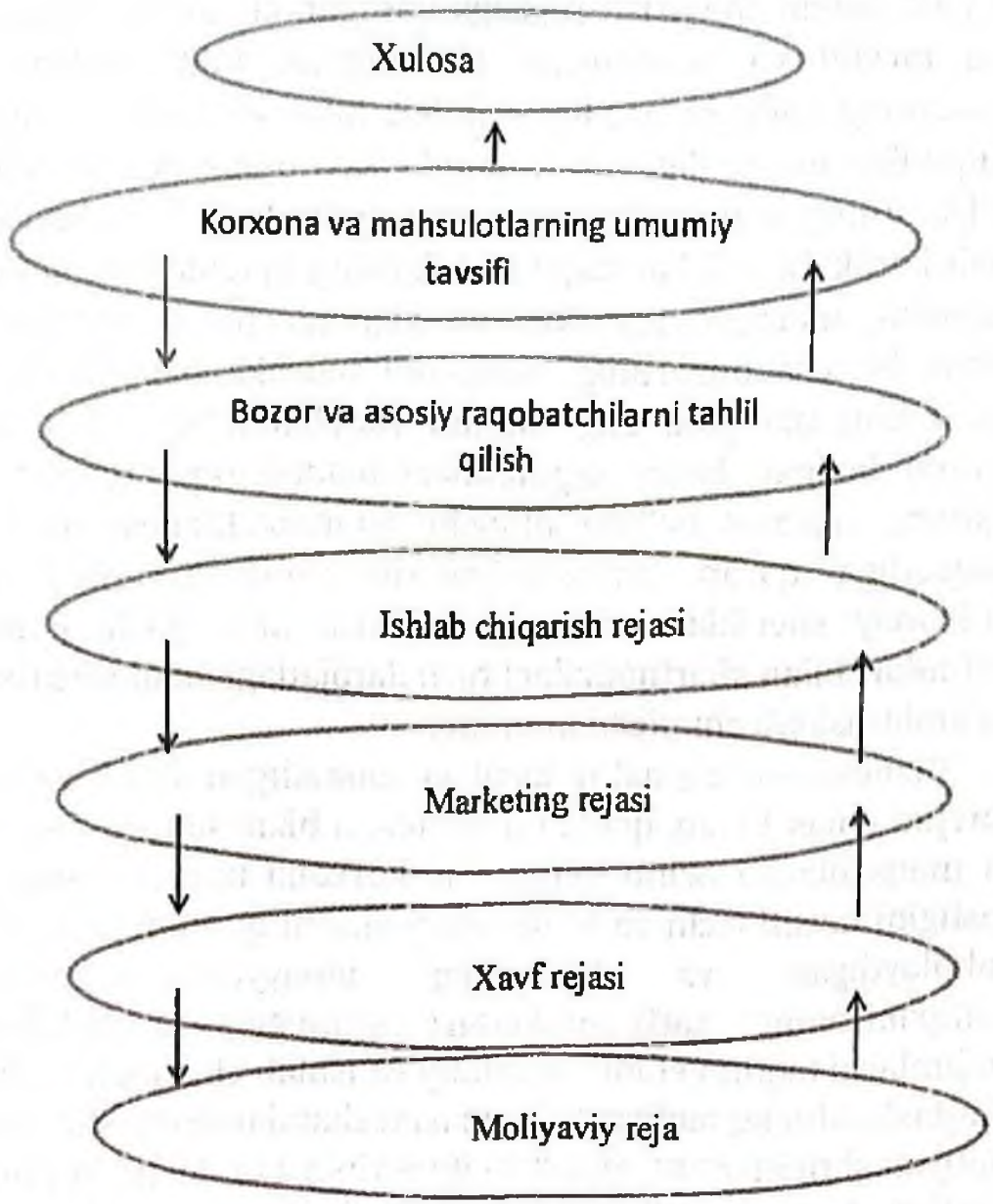
- ichki biznes-reja;
- aylanma mablag'larni to'ldirish maqsadida kreditlar olish bo'yicha biznes-reja;
- investitsion biznes-reja;
- moliyaviy sog'lomlashtirish bo'yicha biznes-reja.

Birinchi uchta tur kompaniyani yaratishga tayyorgarlik bosqichida zarur, chunki faqat o'z resurslaridan foydalanish deyarli mumkin emas. Moliyaviy tiklanish bo'yicha biznes-reja - bu faoliyat yuritayotgan firmaga moliyaviy qiyinchiliklar yuzaga kelganda kerak bo'ladigan hujjat. Investitsion biznes-rejaning tuzilishi qat'iy bo'lishi mumkin emas. Odatda 10-11 bo'lim tavsiya etiladi. Biznes-reja taxminan 25 bet bo'lsa maqsadga muvofiqdir. Biznes-reja mo'ljallangan biznesni har tomonlama aks ettirishi kerak.

Biznes-rejaning tarkibi, tuzilishi va hajmi faoliyat turining o'ziga xos xususiyatlari, korxona hajmi va tuzish maqsadi bilan belgilanadi. Shubhasiz, firma qanchalik katta bo'lsa, uning funktsional faoliyati qanchalik murakkab bo'ladi, reja bo'limlarini ishlab chiqish shunchalik to'liq va asosli bo'ladi. Kichik korxonaning biznes-rejasi tarkibi, tuzilishi va hajmi jihatidan bir

xil yirik ishlab chiqarish rejasiga qaraganda ancha sodda. biznes-reja tarkibi va strukturasi, shuningdek, taklif etilgan savdo bozorining hajmiga bog'liq, raqobatchilar va korxonaning o'sish istiqbollari mavjudligi yaratilmoqda. Savdo bozori qanchalik katta bo'lsa, uning segmentlari soni shunchalik ko'p bo'lishini hisobga olish kerak va ko'plab raqobatchilarning mavjudligi ularning eng kattasini, ularning tovarlari va xizmatlarini o'rganishni talab qiladi, bu esa bozorning tuzilishini murakkablashtirishni talab qiladi. Korxona yoki eng muhim raqobatchilar uchun ayniqsa muhim bo'lgan bozor segmentlari batafsilroq o'rganish uchun rejaning maxsus bo'limi olinishi mumkin. Biznes-rejani tuzish maqsadiga qarab (investitsiyalarni asoslash rejasi sifatida, moliyaviy sheriklar uchun, sheriklarni jalb qilish, kompaniya xodimlari bilan shartnomalar) turli darajadagi aniqlashtirish bilan bo'limlar ishlab chiqilishi mumkin.

Biznes-rejaning qat'iy tartibga solinadigan shakli va tuzilishi mavjud emas. Biroq, qoida tariqasida, u biznesning asosiy g'oyasi va maqsadlarini ochib beradigan, korxona mahsulotining o'ziga xosligini tavsiflovchi va bozor ehtiyojlarini qondiradigan, bozorni baholaydigan va bozorning muayyan segmentlarida kompaniyaning xatti-harakatlari strategiyasini belgilaydigan bo'limlarni taqdim etadi. , tashkiliy va ishlab chiqarish tuzilmasini aniqlash, ishning moliyaviy loyihasini shakllantirish, shu jumladan moliyalashtirish strategiyasi va investitsiya takliflari, korxonaning rivojlanish istiqbollarini tavsiflaydi. Biznes-rejaning asosiy elementlari quyidagilardir: sarlavha sahifasi, kirish qismi (loyiha xulosasi), tahliliy bo'lim, mazmun bo'limi (loyihaning mohiyati) va ichki rejalashtirish bo'limlari (23-rasm).



23-rasm. Biznes-rejaning asosiy tuzilishi

Hayotiy va daromadli bo'lish uchun biznes puldan ko'proq narsani talab qiladi. U rejalashtirishga muhtoj. Biznes-reja rasmiy hujjatdir. Uni yozish uchun siz keng ko'lamli masalalar bo'yicha keng qamrovli ishonchli ma'lumotlarni to'plashingiz kerak. Ushbu ma'lumotlarning miqdori biznesga kirish va uni rivojlantirish bilan doimiy ravishda o'sib bormoqda. Shuning uchun bitta biznes-rejaning ikki turiga ega bo'lish tavsiya etiladi.

Biznes-rejaning birinchi turi - rasmiy, biznesingizning o'tmishi, hozirgi va kelajagi haqida qog'ozdagi qisqa (50 betgacha) bayonot. Bu umumiy maqsadga erishish uchun istiqbolli

hamkorlar, investorlar, menejerlar va firma aktsiyadorlari uchun zarurdir. U odatda hisob-kitoblar uchun uchta variantni o'z ichiga oladi: optimistik, pessimistik va real (optimal).

Biznes-rejaning ikkinchi turi korxonaning bosh direktori, rejani ishlab chiqish guruhi va maslahatchilar uchun kundalik ish hujjatidir. U ishchi ma'lumot materialini jamlaydi. U ishchi biznes-reja deb ataladi va sizga quyidagilarga imkon beradi:

- rasmiy biznes-rejaning ahamiyatini tushunish;
- yangi biznes boshlanishidan ancha oldin o'z harakatlaringiz dasturini tuzing;
- paydo bo'lgan muammolarni hal qilishning mumkin bo'lgan yo'llarini batafsil ko'rib chiqing va shu bilan siz kelajakda ularni engishingiz mumkin, chunki siz rasmiy biznes-rejada xatolarga yo'l qo'ymaslik uchun to'g'ri qaror qabul qilishga tayyor bo'lasiz;
- biznesdagi xavfning ikkita asosiy turini oldindan tan olish va baholash: ichki, odatda siz nazorat qiladigan (xodimlar, inventar) va tashqi (iqtisod, yangi qonunchilik), ya'ni siz o'zgartirishga qodir bo'lmagan narsani ;
- monitoring asosida tashqi va ichki muhitning doimiy o'zgarishini hisobga olgan holda ishlarning holati ustidan qattiq nazoratni amalga oshirish;
- kerak bo'lganda, rasmiy biznes-rejani modernizatsiya qilishda (to'g'rilashda) ma'lumotnoma sifatida xizmat qiladi.

Shunday qilib, ishchi biznes-reja - bu sizning o'yiningizning keng maydoni yoki biznes sohasi bo'lib, uning davomida yaxshi o'ylangan rasmiy biznes-rejani tuzish qoidalari ishlab chiqiladi. Biznes-reja hujjatlarining bir qismi rasmiy rejaga ilova sifatida ishlatilishi yoki sheriklar va ishlab chiqish guruhi a'zolarining iltimosiga binoan taqdim etilishi mumkin.

Biznes-loyiha investitsiya loyihasining ajralmas qismi hisoblanadi. U loyihaning o'zini oqlash muddatidan bir yildan ortiqroq muddatga ishlab chiqilmoqda.

Biznes-loyiha - bu investitsiya loyihasining parametrlarini ochib beruvchi bo'limlarning belgilangan ro'yxatini o'z ichiga olgan rasmiylashtirilgan hujjat.

Biznes loyihasining muqaddimasi quyidagilarni ko'rsatadi:

- investitsiya ob'ektining nomi va joylashgan joyi, agar kompaniya faol bo'lsa;

- ustav kapitalidagi ulushini ko'rsatgan holda asosiy ta'sischilar to'g'risidagi ma'lumotlar:

- buyurtmachi rahbarining familiyasi, ismi, otasining ismi;

- loyihaning mohiyati;

– loyihani moliyaviy qo'llab-quvvatlashda davlat ishtiroki shakli;

- loyihani moliyalashtirish manbalari;

- investitsiyalarning tabiati;

- loyihaning taxminiy qiymati;

- loyihani amalga oshirish shartlari:

- loyihaning o'zini oqlash muddati;

- loyiha-smeta hujjatlari kim tomonidan va qachon ishlab chiqilgan va tasdiqlangan;

- davlat nodavlat, ekologik ekspertiza xulosasining mavjudligi;

- tijorat siri to'g'risidagi bayonot.

Biznes-loyihaning birinchi bo'limi kirish qismi yoki investitsiya loyihasining qisqacha mazmuni. U loyihaning tavsifini beradi, loyihaning maqsadlarini ochib beradi, uning amalga oshirilishi va ahamiyatini tasdiqlaydi. Loyihaning mohiyati ochib berilgan, loyiha ko'lamini asoslash, mahsulot va xizmatlarning eng yaxshi mahalliy va jahon hamkasblari bilan solishtirganda afzalliklari, mahsulotga kutilayotgan talab hajmi ko'rsatilgan. Investitsiyalarga bo'lgan ehtiyoj va qarz mablag'larining muddati. Loyiha asosida hal etilgan ijtimoiy masalalar: yangi ish o'rinlari yaratish, yo'llar va jamoat kommunikatsiyalarini yotqizish; uy-joy fondini va boshqa ijtimoiy infratuzilmani kengaytirish, aholining turli toifalari mehnatidan foydalanish va boshqalar.

Ikkinchi bo'lim sanoatdagi ishlarning holati tahlilini o'z ichiga oladi, unda quyidagilarni aks ettiradi:

- mintaqa yoki davlatda mahsulot, xizmatlar ishlab chiqarish ehtiyoji va hajmining umumiy tavsifi;

- bu ishlab chiqarish va xizmatlarning mamlakat, mintaqa yoki munitsipalitetning iqtisodiy va ijtimoiy rivojlanishi uchun ahamiyati;

- mintaqada yoki mamlakatda mahsulot ishlab chiqarish, xizmatlar ko'rsatishda investisiya ob'ektining kutilayotgan ulushi;

- potentsial raqobatchilar;

- so'nggi uch yil ichida mahsulotning mavjud analoglari.

Biznes-loyihaning uchinchi bo'limi - ishlab chiqarish rejasi. Uning maqsadi ishlab chiqarish jarayonini tanlashni asoslash, investitsiya loyihasi buyurtmachisi tomonidan tasdiqlangan loyiha-smeta hujjatlariga muvofiq texnik-iqtisodiy ko'rsatkichlarni tavsiflashdir.

Ishlab chiqarish rejasi quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- mahsulot va xizmatlarni ishlab chiqarish va sotish dasturi;

- ishlab chiqarish texnologiyasi;

- ishlab chiqarishni tashkil etish talablari;

- asosiy jihozlarning tarkibi, uni etkazib beruvchilar va etkazib berish shartlari; uskunalar lizingidan foydalanish shartlari:

- xom ashyo va materiallar yetkazib beruvchilar, taxminiy narxlar;

- xom ashyo va materiallar bilan ta'minlashning muqobil manbalari;

- xodimlar soni va mehnatga sarflangan xarajatlar;

- ishlab chiqarish asosiy fondlarining tannarxi;

- amortizatsiya shakli;

- ishlab chiqarishning yillik xarajatlari; (o'zgaruvchan va doimiy), birlik tannarxi;

- qurilish qiymati, loyiha-smeta hujjatlarida va smeta-moliyaviy hisobda nazarda tutilgan kapital qo'yilmalar tarkibi, shu jumladan qurilish-montaj ishlari, asbob-uskunalar xarajatlari, boshqa xarajatlar: investisiya loyihasining umumiy qiymati;

- ekologik va sanoat xavfsizligini ta'minlash.

Biznes-loyihaning to'rtinchi bo'limi marketing rejasini o'z ichiga oladi, u quyidagi muqobillar asosida investitsiya loyihasining ko'lamini tasdiqlashni ta'minlaydi: loyiha doirasidagi mahsulotlarning xorijiy analoglari yo'qligi; jahon darajasidagi mahsulotlar va ularga tashqi bozorda talab; mahsulotlar narxining pastroq darajasida importni almashtirish; mahsulot yoki xizmatlar uchun ichki bozorda talab.

Ma'lumotlar oshkor qilinadi:

- patentlar va ro'yxatga olingan intellektual mulk huquqlarining mavjudligi to'g'risida;

- ichki va tashqi bozorda tovarlarni himoya qilishning qo'llaniladigan shakllari;

- oxirgi foydalanuvchilar;

- berilgan mahsulot yoki xizmat bozorining monopollashuv darajasi;

- talabning tabiati;

- raqobatchilar, bozor segmentining xususiyatlari, mahsulot va xizmatlarga bo'lgan talabning eng muhim tendentsiyalari;

- raqobatchilarga nisbatan loyihani afzal ko'radigan mahsulot yoki xizmatning xususiyatlari.

Biznes loyihasining eng muhim marketing jihatlariga quyidagilar kiradi:

- savdoni tashkil etish;

- mahsulot va xizmatlarni sotish bilan bog'liq investitsiyalar hajmini asoslash;

- sotish va tarqatish xarajatlari;

- raqobatchilarning mumkin bo'lgan harakatlari va ularga qarshi kurashish strategiyasi;

- mahsulot yoki xizmat narxini asoslash;

- sotishdan keyingi xizmat xarajatlari va daromadlari;

- reklama tashkiloti;

- mahsulotni sotish dasturi;

Biznes-loyihaning beshinchi bo'limi tashkiliy reja bo'lib, u mijoz to'g'risidagi ma'lumotlarni o'z ichiga oladi:

– buyurtmachi maqomi, korxona ustav fondi – investitsiya obekti, korxona tuzilmasi tarkibi, moliyaviy ahvoli, auditorlik xulosasining mavjudligi;

- mijozning mulkchilik shakli; asosiy ishtirokchilarning tarkibi va ularning ulushlari;

- aksiyadorlik jamiyatlari uchun aksiyalar chiqarish hajmi;

- direktorlar kengashi a'zolari, o'quv rejasi;

- mansabdor shaxslar moliyaviy hujjatlarni imzolash huquqiga ega;

- boshqaruv organlari a'zolari o'rtasida vazifalarni taqsimlash;

- mahalliy hokimiyat tomonidan loyihani qo'llab-quvvatlash.

Biznes-loyihaning oltinchi bo'limi moliyaviy reja bo'lib, u loyihani moliyalashtirish shartlari va manbalari haqidagi eng muhim ma'lumotlarni o'z ichiga oladi. Loyihani moliyalashtirishda qarz mablag'lari jalb qilingan taqdirda, mijoz tijorat banklarining, shu jumladan xorijiy banklarning roziligi, kredit berish shartlarini ko'rsatuvchi tegishli shartnomalarning hujjatli dalillariga ega bo'lishi kerak: davlat kafolati mavjudligi, foiz stavkasi, berish shartlari va kreditni to'lash, qo'shimcha shartlar

Budjet mablag'laridan foydalanishda davlat mablag'laridan maqsadli foydalanish holatlaridan kelib chiqqan holda budjet mablag'larini qaytariladigan va haq to'lash asosida taqdim etish to'g'risidagi ariza bo'lishi zarur. Budjet mablag'larini taqsimlash tegishli darajadagi budjet tizimining budjet to'g'risidagi qonunida tasdiqlanishi kerak.

Davlat kafolati olingan taqdirda risklar tavsiflanadi va kafolatning zarurligi va ahamiyati asoslanadi.

Moliyaviy reja quyidagilarni ko'rsatadi:

- investitsiya loyihasini amalga oshirishning moliyaviy natijalari, mahsulotni sotishdan tushgan tushumlarni taqsimlash, choraklar va yillar bo'yicha sof foyda hajmi:
- chorak bo'yicha taqsimlangan ishonchli tushumlar va to'lovlar rejasi;
- o'zini oqlash muddati va zararni qoplash nuqtasi;
- loyihani amalga oshirish uchun investitsiya xarajatlari hajmi;
- investitsiya loyihasining moliyaviy va budjet samarasi.

Investitsion loyihani amalga oshirish jarayonida biznes-loyiha bozor kon'yunkturasining o'zgarishiga qarab, tashqi va ichki omillar ta'sirida tuzatilishi mumkin, xususan, soliq tizimi investitsiya loyihasini amalga oshirishga sezilarli ta'sir ko'rsatadi. Uni o'zgartirganda, mamlakatda, mintaqada, munitsipalitetda soliq iqlimini yomonlashtirmaslik talabiga rioya qilish kerak. Umuman olganda, biznes loyihasini amalga oshirish jarayoni investitsiya loyihasining belgilangan maqsadlariga va uning ishlab chiqarish, moliyaviy, ijtimoiy, ekologik va boshqa talablariga zid kelmasligi muhimdir. Investitsion loyiha buyurtmachisining uning ishtirokchilari, shuningdek, mahalliy ijro

etuvchi hokimiyat organlari bilan o'zaro hamkorligi katta ahamiyatga ega.

4.4. Biznes madaniyati

Biznes tomonidan yaratilgan har bir korxona o'z o'rnini, ichki va tashqi munosabatlarini belgilaydigan o'z madaniyatini rivojlantiradi: bu uning qiyofasi, strategiyani shakllantirishda, hokimiyatni taqsimlashda, qaror qabul qilishda, xodimlarning xatti-harakatlarida stereotip. . Korxona madaniyatining mohiyati qabul qilingan retseptlar, marosimlar va marosimlarda, shuningdek, norasmiy xatti-harakatlar namunalarida ifodalanadi.

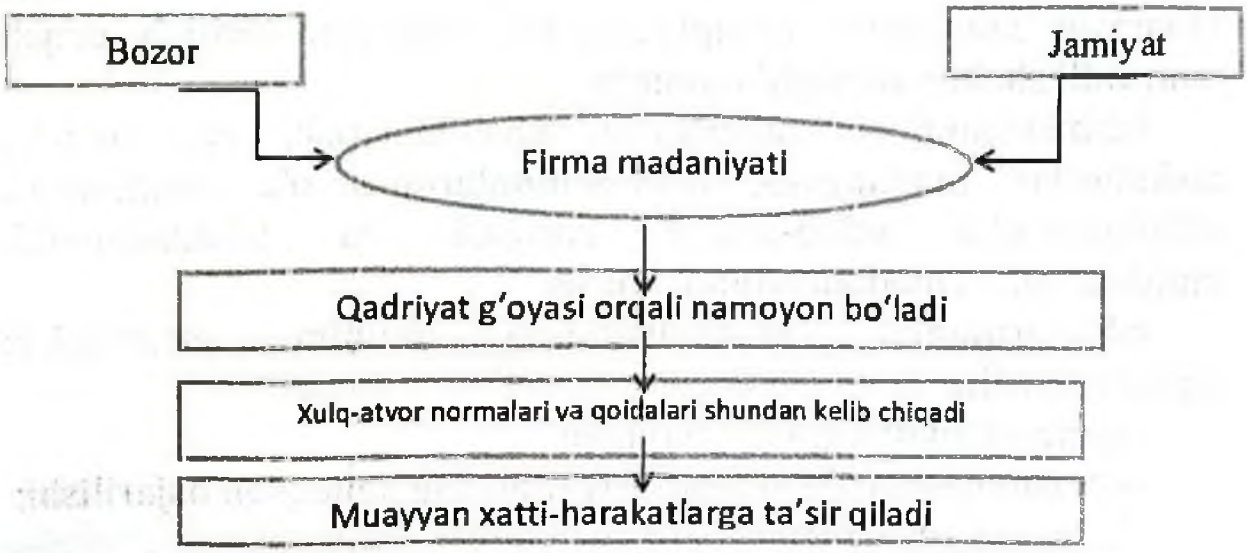
Ishbilarmonlik madaniyati jamiyatning umumiy madaniyatining bir qismi bo'lib, biznesni yuritishda muhim rol o'ynaydi. Bu uning rivojlanishiga, ishlab chiqarish samaradorligini oshirishga, mahsulot va xizmatlar sifatini oshirishga hissa qo'shadi, korxona rentabelligini ta'minlaydi, korxona uchun ma'lum obro'-ye'tibor yaratadi. Umuman olganda, ishbilarmonlik madaniyati - bu biznes sohasidagi iqtisodiy faoliyatning ma'lum shakllari uchun, tajriba almashinuvini ta'minlaydigan, vaqt o'tishi bilan biznesning barqarorligiga hissa qo'shadigan xulq-atvor namunalari, tizim qadriyatlari, ijtimoiy normalar, fundamental tamoyillar va ijtimoiy institutlar majmuidir. . (Madaniyat - bu jamiyat tomonidan ishlab chiqilgan va tan olingan qadriyatlar, xulq-atvor xususiyatlari, ijtimoiy me'yorlar.)

Ishbilarmonlik madaniyatining mazmuni va uning shakllanishini uchta komponent bilan aniqlash mumkin (24-rasm):

1) biznesmenning biznes qadriyatlari haqidagi g'oyasi, bu hamma uchun sezilarli darajada farq qilishi mumkin;

2) biznes qadriyatlari haqidagi g'oyalardan kelib chiqadigan xatti-harakatlar normalari va qoidalari;

3) ishlab chiqilgan normalar va qoidalar amalga oshiriladigan tadbirkorning o'ziga xos xulq-atvori.



24-rasm. Ishbilarmonlik madaniyatining paydo bo'lishi

Biznes madaniyati ishlab chiqarish va tijorat faoliyatini shunday tashkil etish qobiliyatini o'z ichiga oladi, shunda biznes muvaffaqiyati xodimlar o'z ishlaridan maksimal darajada qoniqish hosil qiladigan sharoitlarni yaratish bilan birlashtiriladi. Ishbilarmonlik madaniyatining shakllanishi va rivojlanishiga quyidagilar ta'sir qiladi:

- umuminsoniy qadriyatlar;
- xulq-atvor normalari va qoidalari, tijorat faoliyati sub'ektlari o'rtasidagi o'zaro munosabatlar standartlari;
- mehnatga, boylikka, jamiyatdagi mavqega qadriyatga-motivatsion munosabat.

Korxona madaniyatiga ta'sir qiluvchi asosiy omillar:

- korxonaning maqsadlari;
- uning asosiy qadriyatlari va g'oyalari;
- qabul qilingan standartlar va qoidalar;
- taniqli shaxslar,
- norasmiy aloqa kanallari va boshqalar.

Ishbilarmonlik madaniyatining elementlari korxona tajribasi ta'sirida ham, uning rahbarlarining munosabatlari natijasida ham shakllanadi. Ishbilarmonlik madaniyatini shakllantirish va rivojlantirish, birinchi navbatda, korxona o'tmishdagi va hozirgi eng yaxshi tajribani o'rganish asosida belgilangan maqsadlarni ta'minlashda eng samarali bo'lgan madaniy an'analarni qo'llab-

quvvatlasa, tabiiy ravishda amalga oshiriladi; ikkinchidan, muayyan xulq-atvor komplekslarini majburan kiritish orqali maqsadli shakllantirilishi mumkin.

Ishbilarmonlik madaniyatini shakllantirish, eng avvalo, tashkilotlar madaniyati, ishbilarmonlarning o'z madaniyati, ishbilarmonlik odob-axloqi darajasi va ishbilarmonlik munosabatlari madaniyatidan iborat.

Ishbilarmonlar madaniyatining muhim elementlari quyidagilardir:

- qonun hujjatlariga rioya qilish;
- o'z zimmasiga olgan majburiyatlarning benuqson bajarilishi;
- halol ish yuritish;
- umumiy axloqiy me'yorlarga rioya qilish.

Qoida tariqasida, madaniy an'analarga ega bo'lgan tashkilotlar yaxshi ishlaydi, bunda rahbariyat jamoaning axloqiy muammolariga e'tibor beradi. Biroq, amalda ko'pincha malakali, ammo axloqiy jihatdan kam rivojlangan mutaxassislar mavjud. Axloqsiz, insofsiz ishbilarmonlik munosabatlaridan kelib chiqadigan zarar nafaqat iste'molchilarga, raqobatchilarga, balki ishlab chiqaruvchilarga va butun jamiyatga ham ta'sir qiladi: tashkilot va ishbilarmonlarning obro'si pasayadi, ularning tovarlari va xizmatlarining sifati shubha ostiga olinadi. natijada foyda kamayadi.

Madaniyat (lot. Cultura - ta'lim, tarbiya) - vaqt va makonda o'zgarib turadigan muayyan faoliyat turlarini loyihalashning turli biologik bo'lmagan usullari tizimida ifodalangan shaxsning o'ziga xos xususiyati. Madaniyatning asosiy quyi tizimlari ishlab chiqarish (turish vositalari va ularni olish vositalarini ishlab chiqarish, yashash vositalarini yaratish, transport va boshqalar), ma'naviy (shu jumladan ilmiy, badiiy, diniy, kommunikativ va boshqa kognitiv faoliyat) va tashkiliy (shu jumladan, ijtimoiy-me'yoriy, siyosiy, boshqaruv va boshqa faoliyat). Barcha odamlarga xos bo'lgan ushbu faoliyat turlari har bir mahalliy guruh (yetnik, ijtimoiy, kasbiy) uchun har xil yoki kamroq o'ziga xos (aniqrog'i, ushbu guruh uchun) shakllarda shakllanadi, ular birgalikda uning madaniyatini tashkil qiladi. Biroq, har qanday holatda, madaniyatning barcha quyi tizimlari alohida emas, balki

o'zaro bog'liqdir va ularning har biri barcha boshqalarida aks etadi.

Madaniyat to'rtta asosiy guruhga bo'lingan ko'plab elementlardan iborat - ramzlar, qahramonlar, marosimlar va qadriyatlar.

Belgilar sof an'anaviy ma'noga ega bo'lgan so'zlar, narsalar va imo-ishoralardir. Milliy madaniyat darajasida ramzlar butun nutq makonini, shuningdek, etnos tarixi va uning an'anaviy muammolaridan olingan tushunchalarning o'ziga xos guruhini o'z ichiga oladi. Assotsiativ kontekst darajasida ramzlar qisqartmalar, jargon, belgilangan iboralar, kiyinish uslubi va ma'lum bir guruh a'zolariga bir-birlarini tanib olish imkonini beradigan ma'lum bir doiraga mansublik belgilarini o'z ichiga oladi.

Qahramonlar - bu ma'lum bir guruhda namuna bo'lgan haqiqiy yoki xayoliy odamlar. Guruh a'zolarining xatti-harakati, xuddi ma'lum bir tashkilot a'zolarini tanlash va lavozimga ko'tarish jarayonlarini aniqlaydigan qahramonlik modeli bilan taqqoslanadi.

Marosimlar - bu texnik ma'noga ega bo'lmagan, ammo tashkilotda ular muayyan ijtimoiy ehtiyojlarni qondiradigan jamoaviy harakatlardir. Firma darajasida ular nafaqat belgilangan bayramlarni, balki uchrashuvlarni, ish xatlarini almashishni, rejalarni ishlab chiqishni, natijalarni sarhisob qilishni va hokazolarni ham qamrab oladi.

Qadriyatlar madaniyatning eng chuqur darajasi bo'lib, yaxshilik va yomonlik, go'zal va xunuk, to'g'ri va yolg'on, adolatli va adolatsiz haqida etarlicha aniq, ko'pincha ongsiz, lekin juda kuchli g'oyalarni o'z ichiga oladi. Bu e'tiqodlar guruh yoki tashkilotning ko'pchilik a'zolari, ayniqsa unda yuqori mavqega ega bo'lganlar tomonidan baham ko'riladi.

Madaniyatning sanab o'tilgan elementlari barcha ijtimoiy jamoalarga xosdir - millatdan biznes turiga va tashkiliy shaklga qadar. Shuning uchun kompaniyaning "falsafasi" ni yaratishda qadriyatlar, ramzlar, qahramonlar va marosimlar tizimini ishlab chiqishga alohida e'tibor qaratish lozim.

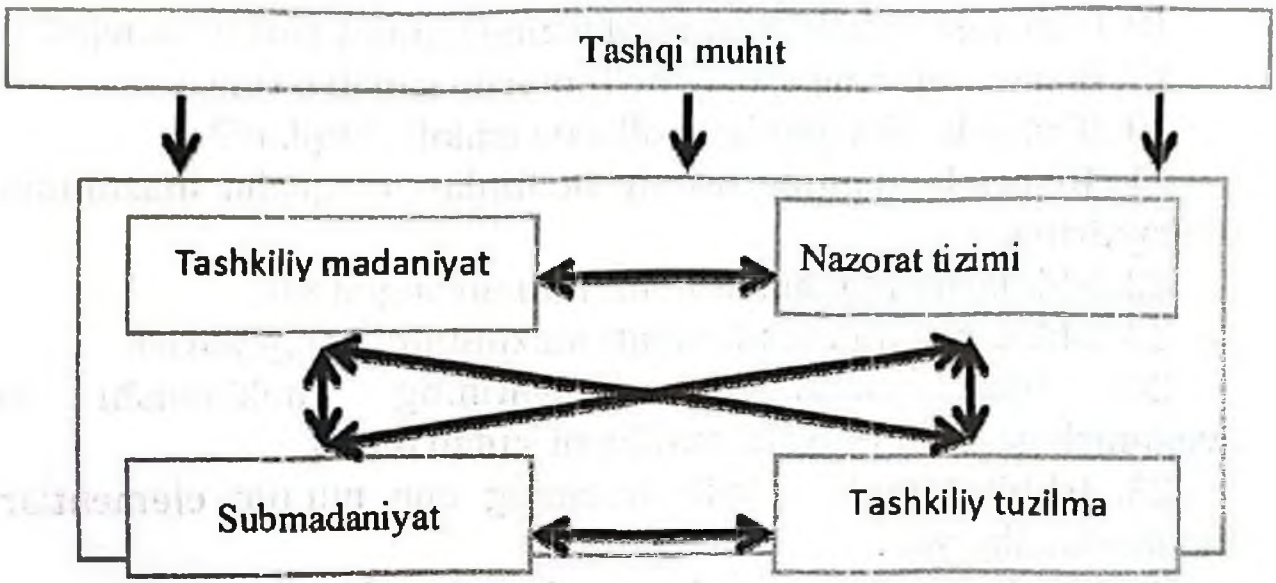
Tashkiliy madaniyat tegishli model va belgilangan tamoyillar asosida ishlab chiqilishi va amalga oshirilishi kerak. Mana shu tamoyillarning eng muhimlari.

1. Kompaniyaning maqsadi haqidagi g'oyalarning murakkabligi. Madaniyat nafaqat tashkilot a'zolari o'rtasidagi munosabatlarni, balki butun tashkilot va uning alohida a'zolarining maqsadi, maqsadlari, faoliyatining tabiati va samaradorligini belgilovchi mezonlar haqidagi g'oyalarni ifodalashi kerak.

2. U uchun maqbul va ma'qul bo'ladigan asosiy qadriyatlar, ramzlar, qahramonlar va marosimlar, butun tashkilotning "falsafasi" ni aniqlash.

3. Tarixiylik. Madaniyat oddiy manipulyatsiyaga berilmaydi, u uzoq vaqt davomida rivojlanadi va asosan tashkilotning tabiati va boshqaruv uslubini belgilaydi.

Kompaniyaning tashkiliy madaniyatiga ta'sir qiluvchi asosiy omillar orasida korporativ maqsadlar, asosiy g'oyalar va qadriyatlar, namunalar, ichki standartlar va qoidalar, aloqa kanallari iyerarxiyasini ajratib ko'rsatish mumkin. Tashkilot madaniyati, o'z navbatida, bir qator xususiy madaniyatlarga bo'linadi - mintaqaviy yoki etnik guruhlarga, erkaklar yoki ayollarga, keksalar yoki yoshlarga, mutaxassisligi yoki kasbiga qarab va boshqalarga xos bo'lgan submadaniyatlar. Tashkilot madaniyatining tabaqalanish darajasi. hal qilingan vazifalarning farqlari, tarkibiy bo'linmalarning o'ziga xos xususiyatlari, hududiy xususiyatlari bilan belgilanadi. Bu holda menejmentning asosiy vazifasi submadaniyatlarning tashkilot rivojlanishiga disfunktsional ta'sirini oldini olish uchun kompaniyaning umumiy tashkiliy madaniyati bilan uyg'unlashtirishdir. Firmaning tashkiliy madaniyatini loyihalash modeli rasmda ko'rsatilgan. 25.



25-rasm. Kompaniyaning tashkiliy madaniyatini loyihalash modeli

Nazorat savollari:

1. Korxonani boshqarishga qanday omillar ta'sir qiladi?
2. Odatda kichik biznesni kim boshqaradi?
3. «Menejment" atamasi nimani anglatadi?
4. Menejerning korxonadagi rollarini sanab bering.
5. Boshqaruvning eng muhim tamoyillarini tushuntiring.
6. Korxona menejerining asosiy maqsadi nima?
7. Boshqaruvning asosiy funktsiyalarini sanab bering.
8. Menejer ish faoliyatini qanday ko'rsatkichlar bilan o'lchaydi?
9. Tadbirkorlik faoliyatini boshlash uchun boshlang'ich kapitalning asosiy manbalari nimalardan iborat.
10. Firma foydasidan qayerda foydalanish mumkin?
11. Biznesni moliyalashtirishning tashqi manbalarini sanab bering.
12. Nima uchun firma balansni yuritishi kerak?
13. Korxona moliyaviy holatining eng muhim ko'rsatkichlarini tushuntirib bering.
14. Biznes dizayni nimani anglatadi?
15. Biznes jarayoni nimani anglatadi?
16. Biznes-reja tuzishning qanday afzalliklari bor.
17. Biznes-reja nima?

18. O'zbekistonda biznes-rejalarning qanday turlari mavjud?

19. Biznes-rejaning asosiy bo'limlarini sanab o'ting.

20. Biznes-loyiha qanday hollarda ishlab chiqiladi?

21. Biznes-loyihaning asosiy bo'limlari qisqacha mazmunini kengaytiring.

22. Ishbilarmonlik madaniyati nimani anglatadi?

23. Ishbilarmonlik madaniyati mazmunini kengaytirish.

24. Ishbilarmonlik madaniyatining shakllanishi va rivojlanishiga ta'sir etuvchi omillarni sanab o'ting.

25. Ishbilarmonlik madaniyatining eng muhim elementlari nimalardan iborat.

26. "Madaniyat" keng ma'noda nimani anglatadi?

27. Korxonaning tashkiliy madaniyatiga ta'sir etuvchi asosiy omillar nimalardan iborat.

5. O'Z BIZNESINI YARATISH

5.1. Motivlar va shartlar
5.2. Faoliyat sohasi va bozor joyini tanlash
5.3. Biznes yaratish usullari
5.4. O'z biznesingizni yaratish bosqichlari
5.5. Kichik biznes
5.6. Biznesni qayta tashkil etish va tugatish

5.1. Motivlar va shartlar

Xususiy sektor jismoniy shaxslarga quyidagi imkoniyatlarni beradi: - ish bilan ta'minlash;
- bilimingiz, malakangizdan unumli foydalanish;
- o'z ijodiy salohiyatini ro'yobga chiqarish;
- turmush darajasini yaxshilash.

Ushbu imkoniyatlarni amalga oshirish uchun yuridik shaxs tadbirkorlikni tashkil etishi va rasmiy ravishda u bilan shug'ullanish kerak. Odamlarni o'z biznesini boshlashga undaydigan motivlar orasida quyidagilar eng keng tarqalganlari:
- majburiy ishlash rejimidan qochish istagi;
- o'z-o'ziga ega bo'lish istagi;
- o'z ishining mazmuni, tartibi va muddatlari bo'yicha mustaqil ravishda qaror qabul qilish;
- meros qilib qoldirilishi mumkin bo'lgan mulkka egalik qilish qobiliyati;
- bozorga talab mavjud bo'lgan mahsulotni taklif qilish imkoniyati.

Biznesni tashkil qilishda siz bir qator bosqichlarni o'z ichiga olgan harakatlar ketma-ketligini bilishingiz kerak:
1) yangi g'oyani izlash va shakllantirish;
2) uni har tomonlama baholash;
3) bozorning "joyi" ni izlash;
4) biznes-rejani ishlab chiqish;
5) faoliyat kontseptsiyasini shakllantirish, biznes maqsadlarini tanlash;
6) faoliyat strategiyasini ishlab chiqish;

7) zarur resurslarni jalb qilish;

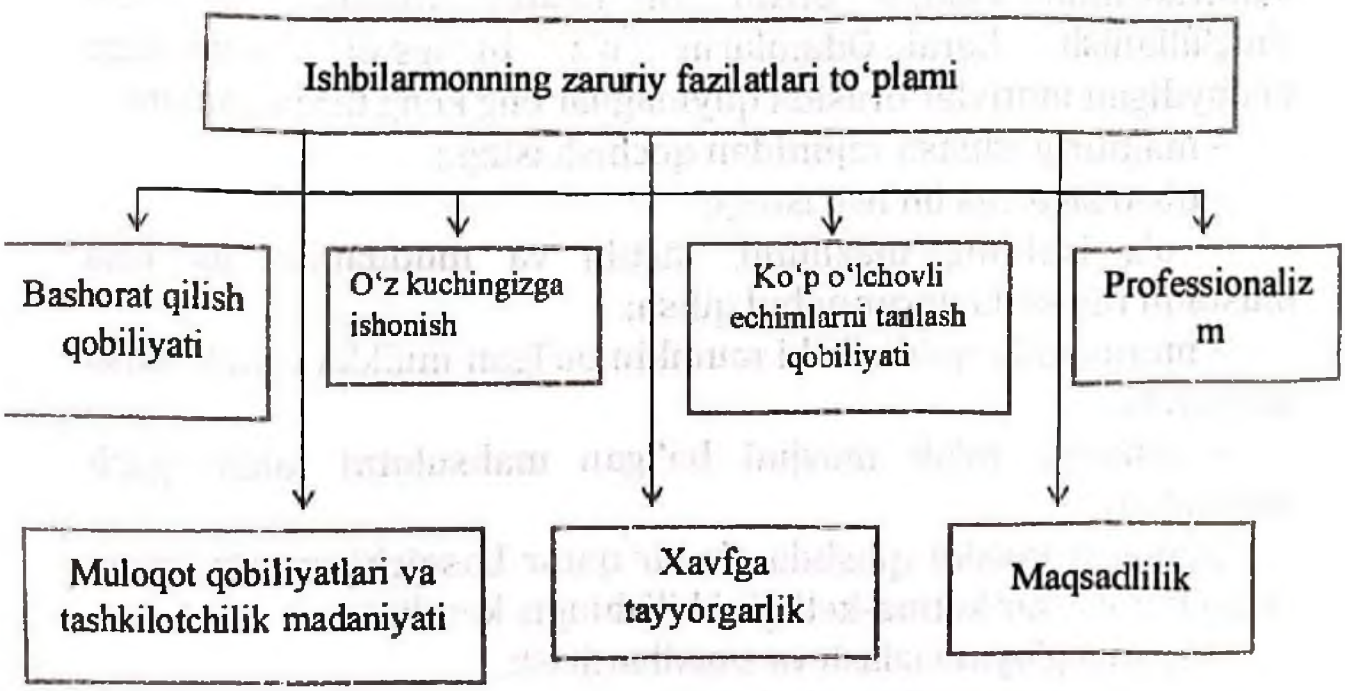
8) loyihani amalga oshirish;

9) korxona faoliyatini tashkil etish va boshqarish.

O'z biznesingizni tashkil qilishda siz tadbirkorlik firmasining tashqi va ichki muhitini, uni yaratishda muvaffaqiyatning tashqi va ichki omillarini hisobga olishingiz kerak.

Tadbirkorlik firmasini yaratishda e'tiborga olinishi kerak bo'lgan tashqi muhit quyidagilarga bog'liq: siyosiy muhit; amaldagi qonunchilik; iqtisodiy muhit (shu jumladan biznes infratuzilmasi); tabiiy va iqlim sharoitlari.

Ichki muhit tadbirkorning shaxsiy fazilatlari bilan bog'liq (9-rasm); kapital mavjudligi bilan ya'ni bo'sh pul mablag'lari va zarur moddiy resurslar); ishlab chiqarishning tashkiliy imkoniyatlari bilan; ishlab chiqarish vositalari orqali moddiy-texnik ta'minot bilan; inson resurslarini boshqarish qobiliyatlari bilan; moliyaviy boshqaruv qobiliyatlari bilan; marketing faoliyati bilan va boshqalar.



9-rasm. Ishbilarmonning shaxsiy fazilatlari

Ishbilarmon, ayniqsa yangi boshlovchi uchun muhim:

- realist bo'lish, shaxsiy fazilatlaringiz biznes ehtiyojlariga mos kelishini tushunish;

- zarur kasbiy bilim va ko'nikmalarga ega bo'lish;

- bozor holatini tahlil qila olish va o'z faoliyati uchun joy topa olish;

- iqtisodiy faoliyat sohasiga taalluqli qonunlarni bilish; - kompaniyani himoya qilish uchun zarur bo'lgan mulkka ega bo'lish;

- biznesni tashkil etish uchun zarur bo'lgan xarajatlarni, ayniqsa, dastlab hisoblab chiqa olish;

- tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish uchun zarur bo'lgan ko'plab hujjatlarni to'ldira olish;

- biznesingizning moliyaviy rejasini, pul daromadlari va xarajatlari balansini tuza olish.

Uzoq vaqt davomida bozorda barqaror bo'lgan va ishbilarmon doiralarda shon-sharafga erishganlar orasida ko'pchilik o'z faoliyatining boshida muvaffaqiyatsizlikka uchradi. Va bu qat'iyatlilik, o'ziga va o'z biznesiga ishonish katta muvaffaqiyatlarga erishishga yordam berdi.

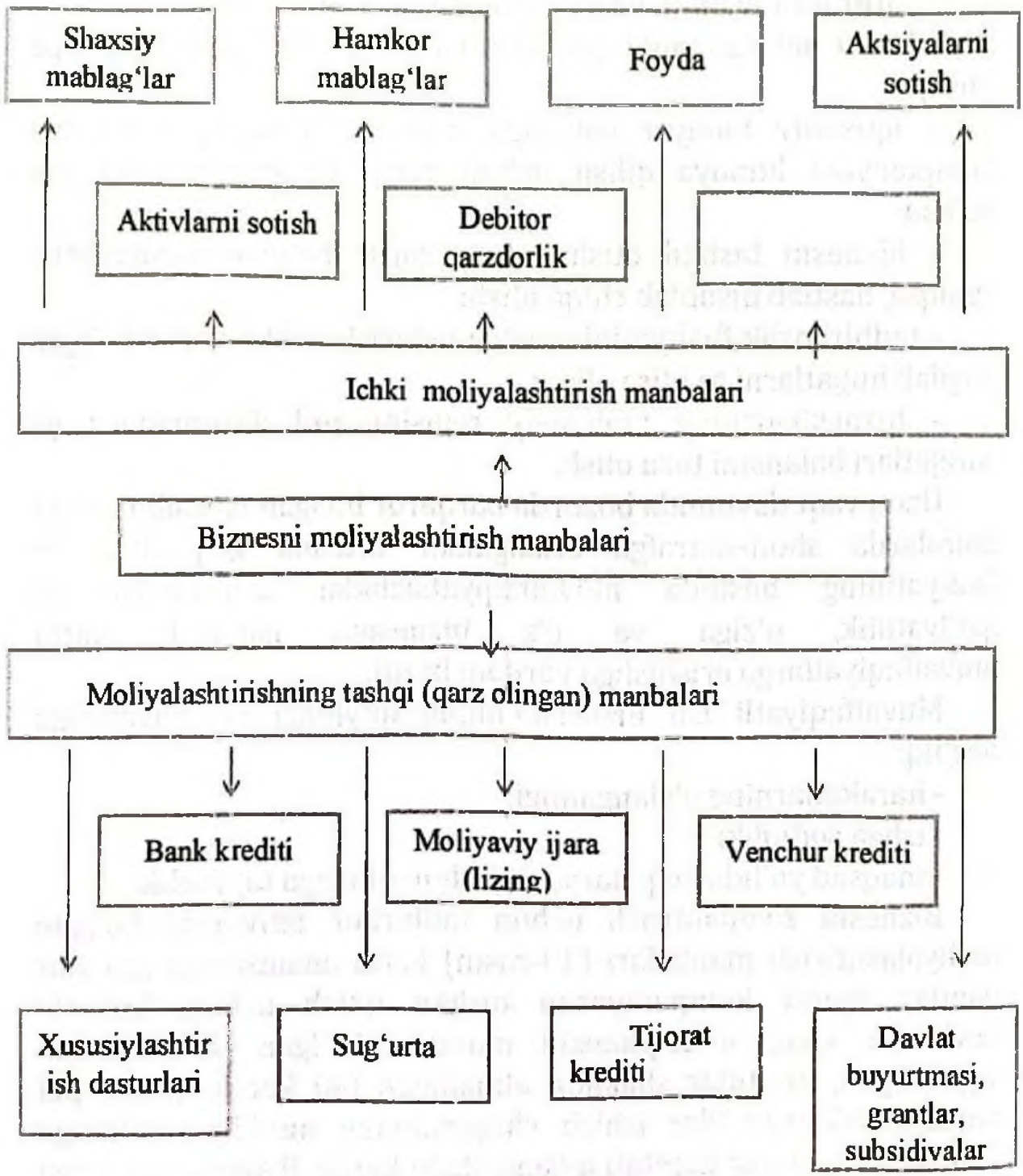
Muvaffaqiyatli ish biznesmenning quyidagi pozitsiyalariga bog'liq:

- harakatlarning o'ylanganligi;

- ishga sodiqlik;

- maqsad yo'lida ko'p narsani qurbon qilishga tayyorlik.

Biznesni rivojlantirish uchun tadbirkor ixtiyorida bo'lgan moliyalashtirish manbalari (10-rasm) katta ahamiyatga ega. Har qanday tijorat kompaniyasini tashkil qilish uchun, birinchi navbatda, shaxsan to'planishi mumkin bo'lgan, sheriklardan yig'iladigan, kreditlar shaklida olinadigan pul kerak. Ammo pul faqat boshlanishi. Ular ishlab chiqarishning moddiy omillariga (asosiy va aylanma kapital) aylantirilishi kerak. Ikkinchidan, sizga korxonada ishtirok etishga tayyor bo'lgan shaxs yoki bir guruh odamlar kerak. Lekin eng muhimi, yaxshi fikrga ega bo'lishdir: tadbirkorning kapitali kontseptual g'oya orqali harakatga keltiriladi. Kontseptual g'oya - bu nima, qanday va kim uchun ishlab chiqarish haqidagi g'oya.



10-rasm. Biznesni moliyalashtirishning asosiy manbalari

Agar kontseptual g'oya ishlab chiqilsa, u holda pul, moddiy va shaxsiy ishlab chiqarish omillari tashkiliy yo'naltirilgan tarzda harakatga keltiriladi. Konseptual g'oyani ishlab chiqish tadbirkor uchun juda muhim bosqich bo'lib, uning shaxsiy fazilatlari namoyon bo'ladi va kelajakdagi farovonlik uchun poydevor qo'yiladi.

Kontseptual g'oyani ishlab chiqishda ikkita asosiy yondashuv mavjud (11-rasm).

BIRINCHI YONDASHISH	Men buni professional tarzda qila olaman va o'z mehnatim natijalarini mustaqil ravishda sotishim mumkin.
IKKINCHI YONDASHISH	Men bozorga nima kerakligini ko'raman va bu ehtiyojga javob beradigan mahsulot (xizmat) taklif qila oladi

11-rasm. G'oyalarni ishlab chiqish uchun yondashuvlari

Kontseptual g'oyani ishlab chiqish (yaratish) uchun G'arb mualliflari odatda quyidagilarni tavsiya qiladilar:

1) joriy ishni o'rganing va taklif qilish:

- ishlarning takrorlanishi;
- eski mahsulot bilan yangi bozorga chiqish;
- ushbu korxonada ishlash davrida yangi tovarlar / xizmatlarni ishlab chiqish;

2) boshqa korxonalar tomonidan ishlab chiqarilgan mahsulotlarni nusxalash va takomillashtirish;

3) boshqa odamlar va tashkilotlarning ehtiyojlarini o'rganish;

4) jamiyatda mavjud tendentsiyalarni o'rganish;

5) o'z mutaxassisligidan foydalanish;

6) o'zgalarning tovarlarini sotishda vositachilik qilish;

7) sevimli mashg'ulotlaringizdan biznes bilan shug'ullanishdagi foydalanish;

8) ixtirolarni tovarda aks ettirish va bozorda ilgari surish;

9) u erda taqdim etilgan g'oyalarni o'zlashtirish uchun jurnallardagi nashrlarni, ilmiy nashrlarni o'rganish;

10) tayyor kompaniyalarni sotib olish.

Bu usullar allaqachon turli mamlakatlarda tadbirkorlik amaliyotida sinab ko'rilgan va ijobiy natijalar bergan. Ammo har bir tadbirkor bu tavsiyalarni amalga oshirishning o'ziga xos usullarini topishi va topishi kerak. Kontseptual g'oya asosida korxonani yaratish maqsadi shakllantiriladi va biznes-reja tuziladi.

Сканировано с CamScanner

Biznes kontseptsiyasini ishlab chiqish uning maqsadlarini shakllantirishni o'z ichiga oladi. Maqsadlar - bu kompaniya o'z faoliyatida intilayotgan asosiy natijalar. Muayyan maqsadlarni qo'yib, tadbirkor korxona va uning jamoasining barcha faoliyati yo'naltirilishi kerak bo'lgan asosiy ko'rsatmalarni ishlab chiqadi. Maqsadlar korxona (firma) boshqaruv tizimining boshlang'ich elementi bo'lib, tashkil etish, rag'batlantirish va nazorat qilish funktsiyalarini bajaradi. Shuning uchun, agar korxonada maqsad yo'q bo'lsa, unda uning ustidan nazorat yo'q. Korxona maqsadlari dizayn asoslarini belgilaydi va natijalarga erishish uchun jamoani safarbar qiladi. Korxonani yaratish maqsadlari jamiyat qonunlariga zid bo'lmasligi, sa'y-harakatlarni bir yo'nalishda jamlash, natijani baholash darajalarini belgilash imkonini berishi kerak. Maqsadlarni belgilashda odatda quyidagi savollar tug'iladi:

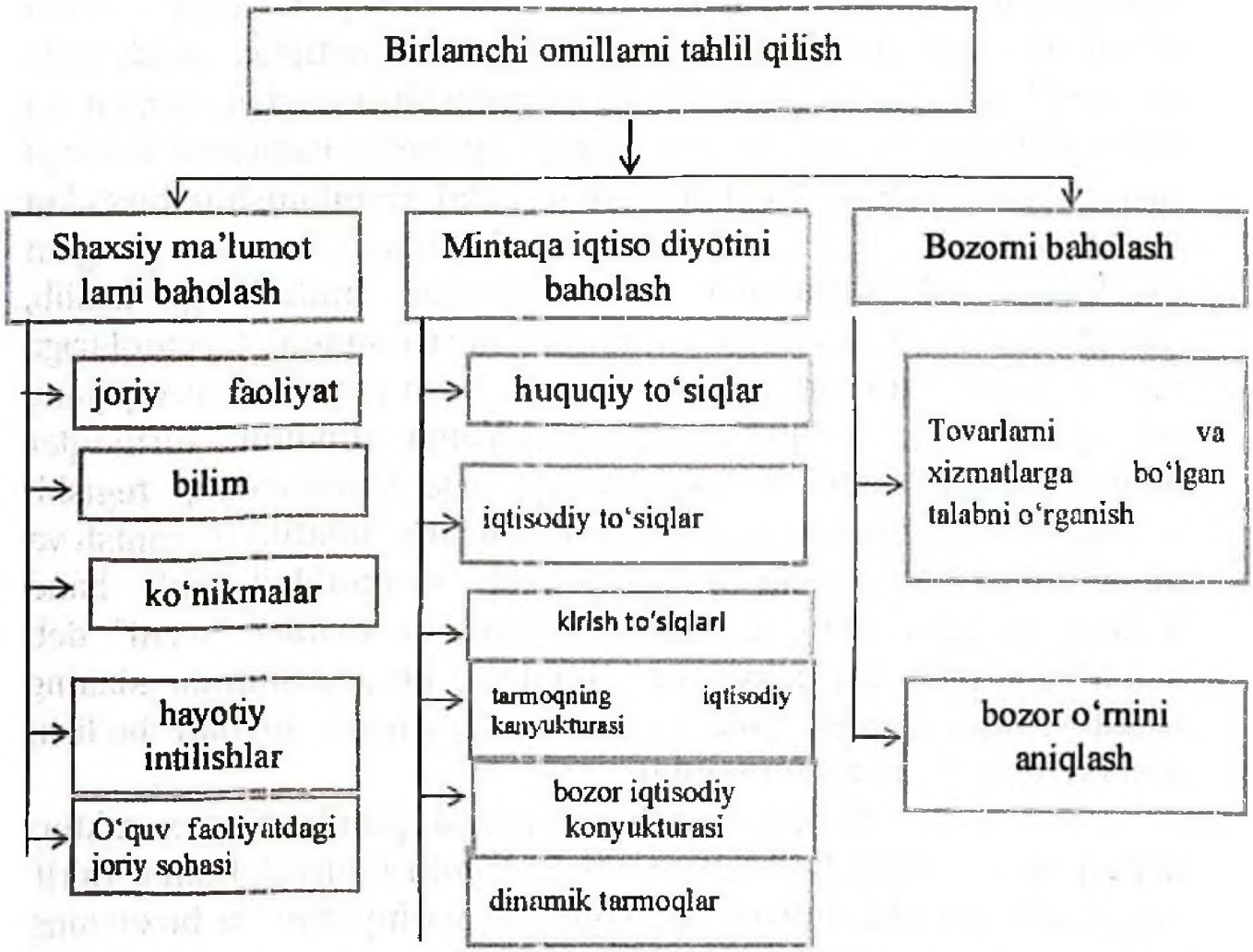
- qaysi birini tanlash va ularni qanday tartibda joylashtirish;
- ular qanchalik dolzarb va ularga erishish imkoniyatlari qanday baholanadi.

Odatda, ushbu korxonaning savdo bozorlaridagi o'rni, biznes hajmining o'sishi, uning rentabelligi va boshqa xususiyatlari bilan bog'liq maqsadlar. Asosiy maqsadlarni belgilash korxonaning faoliyat yo'nalishida (bozor ulushi, rentabellik, to'lov qobiliyati) ifodalangan asosiy funktsiyasini bajarishga yordam beradi. Bundan tashqari, to'g'ridan-to'g'ri funktsional natijalarga erishishga yordam beradigan yordamchi maqsadlar shakllantirilishi va belgilanishi mumkin .Malaka va tajriba, motivatsiya, boshqaruv samaradorligi, tashkilot ishining ravshanligi va samaradorlikka intilish, rejalashtirish, tegishli guruhlardan foydalanish samaradorligi va boshqalar.

5.2. Faoliyat sohasi va bozor joyini tanlash

Biznesga kirishga qaror qilgan har qanday talabgorlarning vazifasi, umuman olganda, o'z faoliyat doirasini aniqlash, muvaffaqiyatni va'da qiladigan yangi g'oyani topish, uni mumkin bo'lgan xavf va foydalarni bashorat qilish nuqtai nazaridan har tomonlama baholash va keyin engib o'tishdan iborat. Har doim yangisining tug'ilishiga to'sqinlik qiladigan kuchli qarshilik

kuchlari o'ylab topilgan narsani aniq natijaga olib kelishiga turtki bo'ladi. Faoliyat sohasi tadbirkorlik faoliyati uchun talabgor tomonidan o'z xohishiga ko'ra belgilanadi. Uni tanlash nihoyatda mas'uliyatli masala bo'lib, bir qator omillarni tahlil qilish asosida bir necha bosqichda amalga oshiriladi (12-rasm).



12-rasm. Faoliyat sohasini tanlashga ta'sir etuvchi omillar tahlili

Yeng avvalo, qobiliyat, bilim, malaka, hayotiy intilish baholanadi. Statistik ma'lumotlar shuni ko'rsatadiki, tadbirkorlarning 90 foizi o'z biznesini tanish bo'lgan faoliyat sohasida boshlaydi. Turli xil biznes turlari uchun huquqiy va iqtisodiy to'siqlarni hisobga olish kerak. Bu barcha turdagi qurol-yarog' va o'q-dorilarni ishlab chiqarish, giyohvandlik va zaharli moddalarni ishlab chiqarish va sotish, alkogolli ichimliklar va tamaki mahsulotlarini ishlab chiqarish, orden va medallar tayyorlash va boshqa bir qator sohalarga taalluqlidir. Faoliyatning

muayyan turlari faqat maxsus ruxsatnoma (litsenziya) asosida amalga oshirilishi mumkin.

O'z biznesingizni tashkil qilishni rejalashtirayotganda, kirish uchun to'siqlar deb ataladigan ma'lum bir sohaga kirishda sof iqtisodiy cheklovlarni tushunish muhimdir. Ular orasida - boshlang'ich investitsiyalarning yuqori darajasi, uzoq davrda o'zini qoplash muddati, tijorat sohasida natijaga erishishda noaniqlik va boshqalar bo'lishi mumkin.Shuningdek, sanoat va taklif etilayotgan faoliyat sohasidagi iqtisodiy vaziyatni hisobga olish kerak. Odatda, ba'zi hududlar jadal rivojlanishni boshdan kechirayotgan bo'lsa, boshqalari turg'un hisoblanadi. Ishbilarmonlar rivojlanayotgan hududlarga intilib, shunga ko'ra o'zini tutadi. Xuddi shu narsa sanoat tarmoqlariga ham tegishli: ba'zilari tez rivojlanadi, boshqalari sekinroq yana boshqalari esa, aksincha, pasayadi. Yangi dinamik tarmoqlar biznes uchun ustuvor ahamiyatga ega. Shuningdek, tegishli tovarlar yoki xizmatlar bozoridagi ishlarning holatini o'rganish va unga ko'ra, ko'pincha raqobatchilar tomonidan hali band bo'lmagan yoki to'liq foydalanilmagan, bozorning "o'rni" deb ataladigan juda tor maydonni aniqlash kerak. Shunda sizning ishlab chiqarishingiz yoki tijorat faoliyatingiz foydali bo'lishi hamda tez o'sib borishi mumkin.

Bozor o'rni - bu kimningdir individual qobiliyati va xarakteri uchun maxsus ishlab chiqilgan vaziyat yoki faoliyat. Ushbu ta'rif, eng yaxshi tarzda, qidiruv jarayonining mohiyatini va bozorning ma'lum bir "o'rni" ni amalga oshirishni aks ettiradi. Ushbu jarayonni iste'molchilarning aniq doirasi bilan cheklangan faoliyat doirasini tanlash sifatida aniqlash mumkin, bu ma'lum bir tadbirkorning qiyosiy ustunligiga juda mos keladi. Bozorning "o'rni" ni tanlashning ma'nosi "o'yinni juda kichik bo'lsa ham o'z maydoningizga o'tkazish" va keyin sizning maydoningiz o'yinchiga, bu holda biznesmenga beradigan afzalliklardan to'g'ri foydalanishdir. Ko'pgina xorijiy firmalarning tajribasi shuni ko'rsatadiki, barcha muvaffaqiyatli korxonalar, istisnosiz, o'z tarixining bir nuqtasida shunga o'xshash ishlarni amalga oshirgan. Korxonangiz uchun bozorning to'g'ri "joyi" ni tanlash uchun siz o'zingizning qobiliyatingiz, moyilligingiz va

malakangizning amalda qo'llanilishini topishga harakat qilishingiz kerak. "Joy" izlash bo'sh joyni qidirishga o'xshaydi, imkon qadar tezroq to'ldirish kerak bo'lgan vakuum. Mohiyatan, bozorning "joyi" jamiyatning dolzarb va to'liq amalga oshirilgan ehtiyojlari va muammolarining hali to'liq amalga oshirilmagan, noan'anaviy shakllari, usullari, ularni hal qilish va qondirish usullari bilan birikmasidir.

Har qanday mamlakat iqtisodiyotida hatto an'anaviy va uzoq bo'lingan bozorlarda ham minglab "joylar" topilishi va foydali tarzda to'ldirilishi mumkin. Ko'pgina muvaffaqiyatli kompaniyalar o'zlarining tez o'sishi uchun o'z rahbarlarining yangi mahsulot yaratish istagi bilan emas, balki sanoatdagi boshqa firmalar kabi bir xil mahsulot yoki xizmatni bozorga, faqat butunlay boshqacha tarzda kiritishlari uchun qarzdor. Shunday qilib, Qo'shma Shtatlarda muassasalarga, ish uchrashuvlariga va transportga etkazib berish va ovqatlanish xizmatlari bozori eski va uzoq vaqt oldin bo'lingan. Shunga qaramay, McDermott kompaniyasi ushbu bozorga kirib, muvaffaqiyatli biznes yuritishga muvaffaq bo'ldi. 5 yildan so'ng uni sotish hajmi 6,5 million dollarni, 10 yildan keyin esa 10 million dollarni tashkil etdi.T.Mekdfort asos solgan ushbu kompaniya muvaffqiyatlariga quyidagilardan minnatdor.Chunki ular asosiy iste'molchi xisoblangan Xususan, Kichik va o'rta kollejlar, mustaqil xususiy maktablar asosiy iste'molchi xisoblanadi. Asosiy, kattaroq raqobatchilarga nisbatan yuqori sifatga erishish kerak edi. Bunga iste'molchilarning didini yaxshiroq hisobga olish orqali erishildi, bu ommaviy xizmat ko'rsatish va ishlab chiqarishga yo'naltirilgan gigantlar uchun qiyinroq edi.

Hatto etarlicha to'yingan g'arbiy bozorda ham ishbilarmonlar tobora ko'proq yangi "joylar" ni muvaffaqiyatli topmoqdalar, keyin ichki tanqis bozorda o'zining "ko'zga tashlanmaydigan" xizmati bilan foydali "joy" topish imkoniyatlari juda katta. Bu har xil iste'mol tovarlarini ishlab chiqarish va aholiga turli xizmatlar ko'rsatish: konsalting, axborot, reklama, tadqiqot, vositachilik va hokazo.. Faqat ularni mohirona va o'z vaqtida topib, tegishli biznesni tashkil etish muhim. Bozordagi talab va taklifning har qanday o'zgarishlariga sezgir munosabatda bo'lish, ertaga hamma

ko'radigan narsalarni bugun ko'rish qobiliyati - bu muvaffaqiyatli biznesmenga xos xususiyatlar xisoblanadi.

Biznesmen yaxshi biladigan, tajribaga ega bo'lgan va tanlangan biznesning barcha o'ziga xosliklari, nozikliklari va nuanslarini hisobga oladigan bozorning "joyi" da biznes yanada muvaffaqiyatli va foydali bo'ladi. Ammo shuni unutmangki, ertami-kechmi bu joyni siqib chiqarishga harakat qiladigan va siz bilan raqobatlasha boshlaydigan yana kimdir paydo bo'ladi. Shuning uchun, sizning maqsadingiz har doim bozorning navbatdagi "joyi" ni topish bo'lishi kerak, agar kerak bo'lsa, korxonangizni unga yo'naltirishingiz mumkin.

5.3. Biznes yaratish usullari

O'z biznesingizni tashkil etish quyidagi yo'llar bilan amalga oshirilishi mumkin:

- korxonani (biznesni) sotib olish;
- tadbirkorlik faoliyati uchun foydalaniladigan mulkiy majmua sifatida korxonaning umumiy ijarasi;
- franchayzing usulidan foydalanish; - muayyan tashkiliy-huquqiy shaklda o'z biznesini tashkil etish.

Korxonani (biznesni) sotib olish O'zbekiston Respublikasi Fuqarolik Kodeksiga muvofiq korxonani sotish shartnomasi bo'yicha amalga oshiriladi, shu bilan birga xaridorning mulki mulk majmuasi sifatida butun korxonaga o'tadi. Tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish uchun foydalaniladigan korxona tarkibiga ushbu faoliyat uchun mo'ljallangan barcha turdagi mulklar, shu jumladan er, binolar, inshootlar, asbob-uskunalar, inventar, xom ashyo, mahsulotlar, talab qilish huquqi, qarzlar, shuningdek belgilash huquqi kiradi. Agar qonun yoki shartnomada boshqacha qoida nazarda tutilgan bo'lmasa, korxonani, uning mahsulotini, ishlarini va xizmatlarini (firma nomi, tovar belgilari, xizmat ko'rsatish belgilari) va boshqalar kiradi.

Korxonaning oldi-sotdi shartnomasini imzolashdan oldin quyidagi hujjatlar tuzilishi va tomonlar tomonidan ko'rib chiqilishi kerak: inventarizatsiya dalolatnomasi, balans, korxona tarkibi va qiymati to'g'risidagi mustaqil auditorning xulosasi,

shuningdek. kreditorlar, ularning talablari hajmi va muddatlarini ko'rsatgan holda korxona tarkibiga kiruvchi barcha qarzlar (majburiyatlar) ro'yxati. Ushbu hujjatlarning barchasi korxona oldi-sotdi shartnomasiga ilova qilinishi kerak. Korxonani oldi-sotdi shartnomasi davlat ro'yxatidan o'tkazilishi kerak va ro'yxatdan o'tgan paytdan boshlab tuzilgan hisoblanadi.

Korxonani sotuvchining xaridorga sotishi korxona tarkibi to'g'risidagi ma'lumotlar va berilgan mol-mulkni sotish to'g'risida kreditorlarni xabardor qilish va mol-mulk ro'yxatini ko'rsatadigan topshirish dalolatnomasiga muvofiq amalga oshiriladi. O'tkazish bo'yicha majburiyatlar sotuvchi tomonidan yo'qolganligi sababli chiqarib tashlanmaydi. Har ikki tomon topshirish dalolatnomasini imzolagan kundan boshlab korxona xaridorga berilgan hisoblanadi. Shu paytdan boshlab korxonaning bir qismi sifatida berilgan mulkning tasodifiy yo'qolishi yoki tasodifiy shikastlanish xavfi xaridorga o'tadi.

Korxonaning mulk huquqi xaridorga ushbu huquq davlat ro'yxatidan o'tkazilgan paytdan boshlab keladi - shu paytdan boshlab xaridor o'z tadbirkorlik faoliyatini mustaqil ravishda amalga oshirishni boshlaydi.

Korxonani biznes yuritish uchun foydalaniladigan mulk majmuasi sifatida ijaraga olish o'z biznesingizni tashkil etishning yana bir usuli hisoblanadi. Korxonani ijaraga berish shartnomasiga muvofiq, ijaraga beruvchi (korxona egasi) ijarachiga korxona tarkibiga kiritilgan yer uchastkalari, binolar, inshootlar, asbob-uskunalar va boshqa asosiy vositalarni vaqtincha egalik qilish va ulardan foydalanish uchun haq evaziga ijaraga beruvchiga berish majburiyatini oladi. xomashyo, yoqilg'i, materiallar va boshqa aylanma mablag'lar zaxiralari, yer, suv va boshqa tabiiy resurslardan, binolar, inshootlar va jihozlardan foydalanish huquqi, boshqa mulkiy huquqlar shartnomada belgilangan tartibda, shartlarda va chegaralarda. korxona bilan bog'liq bo'lgan, korxona faoliyatini individuallashtiruvchi belgilarga bo'lgan huquqlar, shuningdek, unga bo'lgan huquqlar, talablar va unga korxona bilan bog'liq qarzlarni o'tkazish xam kiradi.

Korxonani ijaraga berish shartnomasi tomonlar tomonidan imzolangan bitta hujjatni rasmiylashtirish orqali yozma shaklda tuziladi. Korxonani ijaraga berish shartnomasi davlat ro'yxatidan o'tkazilishi kerak va ro'yxatdan o'tgan paytdan boshlab tuzilgan hisoblanadi.

Korxonani ijaraga oluvchiga topshirish dalolatnomasiga muvofiq amalga oshiriladi. Korxonani topshirishga tayyorlash, shu jumladan topshirish dalolatnomasini tuzish va imzolash uchun taqdim etish lizing beruvchining zimmasida bo'lib, agar ijara shartnomasida boshqacha tartib nazarda tutilgan bo'lmasa, uning hisobidan amalga oshiriladi.

Ijara shartnomasi shartnomada belgilangan muddatga tuziladi. Agar korxona uchun ijara shartnomasida muddat ko'rsatilmagan bo'lsa, korxona uchun ijara shartnomasi noma'lum muddatga tuzilgan hisoblanadi. Ikkinchi holda, tomonlarning har biri istalgan vaqtda boshqa tomonni bu haqda uch oy oldin xabardor qilgan holda shartnomadan chiqish huquqiga ega. Agar korxonaning ijara shartnomasida boshqacha tartib nazarda tutilgan bo'lmasa, ijaraga oluvchi ijaraga beruvchining roziligisiz ijaraga olingan korxonaning mulkiga kiruvchi moddiy boyliklarni sotish, ayirboshlash yoki qarzga berishga, ularni ikkinchi ijaraga berishga va o'z mulkiga o'tkazishga haqli. Bunday qadriyatlarga nisbatan ijara shartnomasi bo'yicha huquq va majburiyatlar.boshqa shaxsga, agar bu korxona qiymatini kamaytirmasa va korxona ijara shartnomasining boshqa qoidalarini buzmasa. Agar korxonaning ijara shartnomasida boshqacha tartib nazarda tutilgan bo'lmasa, lizing oluvchi ijaraga beruvchining roziligisiz ijaraga olingan mulk majmuasi tarkibiga o'zgartirishlar kiritish, uni rekonstruksiya qilish, kengaytirish, texnik qayta jihozlashni amalga oshirishga haqli. qiymatini oshirish imkonini beradi. Korxonani ijaraga oluvchi quyidagilarga majbur: korxona ijara shartnomasining amal qilish muddati davomida korxonani tegishli texnik holatda saqlash, shu jumladan joriy va kapital ta'mirlash ishlarini olib borish; to'lash tartibi, shartlari va muddatlari korxona ijara shartnomasida belgilangan korxonadan mulkiy majmua sifatida foydalanganlik uchun to'lovni o'z vaqtida amalga oshirish. Korxonani ijaraga berish shartnomasi

bekor qilingandan so'ng, ijaraga olingan mulk majmuasi korxonani ijaraga berish shartnomasi va O'zbekiston Respublikasi Fuqarolik Kodeksi qoidalariga muvofiq ijara beruvchiga qaytarilishi kerak.

Franchayzing - yirik korporatsiyalarning kichik firmalar yoki yakka tartibdagi tadbirkorlar bilan tuzgan shartnomasi. Franchayzingning mohiyati biznes yuritishning shunday usulidirki, bunda franchayzer kompaniya o'z sherigiga franchayzi texnologiyasi, litsenziyasi, nou-xau, brend nomidan foydalangan holda muayyan faoliyat turini amalga oshirish huquqini beradi. Shu bilan birga, franchayzi belgilangan standartlarga va loyihalar sifatiga rioya qilish majburiyatini oladi. Franchayzer sherikga savdo va xizmat ko'rsatish sohasini tanlashda, savdo va savdo tarmog'ini tashkil etishda va reklama kampaniyasini o'tkazishda maslahat beradi.

Franchayzingning uchta asosiy turi mavjud: tovar, ishlab chiqarish, biznes.

Tovar franchayzing biznes yuritish usuli bo'lib, unda franchayzi yetakchi kompaniyadan o'z tovar belgisiga ega bo'lgan mahsulotlarni sotish huquqini sotib oladi. Ishlab chiqarish franchayzing - mahsulot ishlab chiqarish uchun texnologiyani sherikga o'tkazish. Chet elda franchayzingning ushbu turi alkogolsiz ichimliklar ishlab chiqarishda eng keng tarqalgan. Biznes franchayzing franchayzingning eng mashhur usuli hisoblanadi. Bunday holda, franchayzer jismoniy shaxslarga yoki boshqa kompaniyalarga o'z nomi bilan xaridorlarga mahsulot va xizmatlar to'plamini sotish uchun do'konlar, kiosklar yoki butun do'konlar guruhlarini ochish huquqiga litsenziya sotadi.

Franchayzer va franchayzi o'rtasidagi munosabatlarning huquqiy asosi franchayzing shartnomasi (franchayzing) hisoblanadi. Shartnomaning predmeti franchayzerga ega bo'lgan va bozorda o'zini ijobiy isbotlagan tovar belgisidan, litsenziyadan va biznes yuritish usulidan foydalanish huquqini boshqa shaxsga o'tkazishdir. Franchayzing shartnomasida quyidagi ma'lumotlar aks ettirilishi kerak:

- biznesning to'liq tavsifi;

- tovar belgisi, litsenziya, texnologiyadan foydalanish huquqi berilgan hudud;

- shartnoma muddati va uni bekor qilish yoki uzaytirish shartlari;

- dastlabki to'lov miqdori;

- to'lash shartlari va shartlari; franchayzer tomonidan qabul qilingan majburiyatlar;

- franchayzerning franchayzer kompaniyasining obro'sini saqlash bo'yicha majburiyatlari.

Franchayzing tadbirkorlar uchun katta imkoniyatlarni taqdim etadi. Franchayzingdan foydalangan holda, franchayzer kompaniya kreditlarga murojaat qilmasdan o'z biznesini keng va tez rivojlantirish imkoniyatiga ega bo'ladi. Franchayzing ishlab chiqaruvchilarga o'z mahsulotlarini sotish shartlari ustidan ko'proq nazorat qilish imkonini beradi. Boshqa tomondan, franchayzing tadbirkorga franchayzerning tajribasi, bilimi va yordamidan foydalanib, o'z biznesini boshlash imkoniyatini beradi.

O'z biznesini tashkil etish to'liq tadbirkorga tegishli va O'zbekiston Respublikasi Fuqarolik Kodeksida belgilangan tartibda amalga oshiriladi. Ushbu usul keyingi bo'limlarda batafsilroq muhokama qilinadi.

3.4. O'z biznesingizni yaratish bosqichlari

O'z biznesingizni boshlash bosqichlari quyidagilardan iborat:

1. Dastlabki bosqichda ta'sischilarning tarkibi aniqlanadi va ta'sis hujjatlari ishlab chiqiladi: tashkiliy-huquqiy shakli ko'rsatilgan korxonani yaratish va uning faoliyati to'g'risidagi nizom va shartnoma ishlab chiqiladi.

2. Ta'sis shartnomalari tuziladi.

3. Jamiyat ustavini tasdiqlash va direktor va taftish komissiyasining raisi tayinlanadigan ishtirokchilar yig'ilishining 1-sonli bayonnomasini rasmiylashtirish (faqat aksiyadorlik jamiyati (AJ) uchun).

4. Vaqtinchalik bank hisob raqamini ochish.

5. Kompaniyani tashkil etilgan joyda mahalliy davlat hokimiyati organlarida ro'yxatdan o'tkazish.

6. Kompaniya to'g'risidagi ma'lumotlarni davlat ryestriga kiritish uchun o'tkazish. Bunday holda, yuridik shaxsga Korxonalar va tashkilotlarning Umumittifoq tasniflagichi (UTK) kodlari beriladi.

7. Doimiy bank hisob raqamini ochish va ishtirokchilar tomonidan badallarni kiritish.

8. Joylardagi soliq idorasida ro'yxatdan o'tish.

9. Ruxsat olish va muhr va shtamp yasash.

Tadbirkorlik faoliyatini tashkil etishning tashkiliy bosqichi ta'sischilar yig'ilishidan boshlanadi, unda ma'lum tashkiliy-huquqiy shaklda yuridik shaxs tashkil etish to'g'risida qaror qabul qilinadi. Qaror korxonani tashkil etish to'g'risidagi 1-sonli bayonnoma bilan rasmiylashtiriladi. Barcha hozir bo'lganlarning roziligi bilan bosh direktor va bosh buxgalter tayinlanadi. Ularning imzolari bank kartasiga kiritiladi, ularga kompaniyaning barcha hujjatlarini imzolash huquqi beriladi. Kompaniyani ro'yxatdan o'tkazish va uning faoliyati uchun ta'sis hujjatlari tuziladi:

- nizom;
- ta'sis shartnomasi (MCHJ uchun - ta'sis shartnomasi).

Ustav korxonalar, tashkilotlar, muassasalar faoliyatini, ularning boshqa tashkilotlar va fuqarolar bilan munosabatlarini, xo'jalik faoliyatining ma'lum bir sohasidagi huquq va majburiyatlarini tartibga soluvchi qoidalar majmuidir.

Ta'sis memorandumi (ta'sis shartnomasi) - iqtisodiy faoliyatning ma'lum bir sohasidagi firma a'zolari o'rtasidagi munosabatlarni tartibga soluvchi qoidalar to'plami. Shartnoma ustavdan ta'sischilarning o'zaro munosabatlarini yanada batafsilroq tartibga solish bilan farq qiladi. Shartnoma ustavni takrorlaydigan qoidalarni o'z ichiga oladi, chunki "korxonaning to'g'ri nomi" rasmiy nomdan tashqari ta'sischilar, ustav kapitali va yuridik manzili to'g'risidagi ma'lumotlarni o'z ichiga oladi va uning ajralmas qismi hisoblanadi.

Biznes-rejani ishlab chiqqandan so'ng, tadbirkor o'z biznesini qanday tashkiliy-huquqiy shaklda tashkil etishi kerakligini,

unga qanday hammuassislar kerakligini aniq tushunishi kerak. Bu erda tayyorgarlik bosqichi tugaydi. Agar korxona aktsiyadorlik jamiyati sifatida tuzilgan bo'lsa, uning ta'sischilari aktsiyalarga obuna bo'lishlari kerak. Ochiq obuna bilan bu haqda ommaviy axborot vositalarida e'lon qilinadi, unda kelajakdagi AJning mavzusi, maqsadlari va muddati, ta'sischilarning tarkibi va ta'sis konferentsiyalarini o'tkazish sanasi, ustav kapitali miqdori, soni ko'rsatilgan., aktsiyalarning turlari va qiymati.

Aksiya obunachilari ta'sis konferensiyalari o'tkaziladigan kungacha aksiyalar qiymatining kamida 30 foizini to'lashlari shart; agar aktsiyalar ta'sischilar o'rtasida taqsimlangan bo'lsa, u holda aktsiyalar uchun badallar ular qiymatining kamida 50 foizini tashkil qiladi.

Ta'sis konferensiyasining vazifasi quyidagi masalalarni hal etishdan iborat:

- aksiyadorlik jamiyatini tashkil etish;
- nizomni tasdiqlash;
- boshqaruv organlarini saylash.

Ta'sis konferensiyasi tugagandan so'ng barcha aksiyadorlar ro'yxatga olinadi.

Yangi korxona yaratishda quyidagi bo'limlarni o'z ichiga olgan texnik-iqtisodiy asoslashni ishlab chiqish katta ahamiyatga ega:

1. Mahsulotlarga bo'lgan talabni tahlil qilish.
2. Ishlab chiqarish ko'rsatkichlari.

2.1. Tuzulmaviy, texnologik va boshqa talab qilinadigan hujjatlarning mavjudligi.

2.2. Ishlab chiqarish dasturi - nomenklatura va assortiment bo'yicha mahsulotning kelajakdagi ishlab chiqarish hajmini hisoblaydigan rejalashtirish hujjati.

2.3. Dasturni amalga oshirish uchun zarur bo'lgan ishlab chiqarish fondlari (bino, inshoot, mashinalar, uskunalar) poydevorining elementlari ro'yxati.

2.4. Ishlab chiqarish quvvatlarining mavjudligi yoki ularni yaratish loyihasi.

2.5. Ayrim turdagi mahsulotlarning rentabelligi.

2.6. Chegirmalarning amortizatsiya summasi.

3. Moliyaviy ko'rsatkichlar.
3.1. Mahsulot sotishdan olingan daromad.
3.2. Xarajatlar miqdori.
3.3. Budjetga rejalashtirilgan ajratmalar.
3.4. Sof foyda.
4. Ijtimoiy ko'rsatkichlar.
4.1. Xodimlar soni.
4.2. Kutilayotgan ish haqi miqdori.
4.3. Mehnat unumdorligi.
4.4. Ish sharoitlari.

5.5. Kichik biznes

Kichik biznes yirik biznesga nisbatan juda ko'p afzalliklarga ega - u ko'proq harakatchan, tashqi muhit muammolariga tezroq moslashadi, ilmiy-texnikaviy va boshqaruv innovatsiyalari ko'plab kichik firmalarda tezroq joriy etiladi. Kichik biznesning kamchiliklari mablag'larni jalb qilish uchun kamroq imkoniyatlarni o'z ichiga oladi.

Iqtisodiy islohot boshlangandan beri kichik korxona kabi iqtisodiy tuzilma turi keng tarqaldi. Kichik korxonalar rivojlanishning yuqori dinamikasiga qodir, rivojlanish strategiyasini tanlashda va uni amalga oshirishda mustaqil, soddalashtirilgan tashkiliy tuzilishga ega va nisbatan kam sonli xodimlar xizmat ko'rsatadi. Ular mamlakatimizda ishlab chiqarishni monopoliyadan chiqarish, raqobatni rivojlantirish, yangi ish o'rinlari tashkil etish va aholining samarali bandligini ta'minlash, ilmiy-texnikaviy salohiyatdan oqilona foydalanish, raqobatbardosh mahsulotlar yaratish, ishlab chiqarishga barham berish kabi muammolarni hal etishda muhim rol o'ynashi kerak. iste'mol bozoridagi nomutanosiblik.

"Kichik" atamasi korxonaning huquqiy shaklini tavsiflamaydi. "Kichik biznes" kabi huquqiy shakl oddiygina bo'lib qolmasdan. "Kichik" iborasi faqat korxonaning ishchilar soni, iqtisodiy aylanma hajmi yoki qonun hujjatlari va hukumat qarorlarida belgilangan faoliyatning boshqa parametrlari bo'yicha kichikligidan dalolat beradi.

Kichik korxonalar turli tashkiliy-huquqiy shakllarda: shirkatlarda, mas'uliyati cheklangan jamiyatlarda, aktsiyadorlik jamiyatlarida, shuningdek mulkchilikning har qanday shakli, shu jumladan aralash shaklda tuzilishi mumkin. Kichik korxonaning eng maqbul tashkiliy-huquqiy shaklini tanlash odatda uning ta'sischilari - jismoniy va yuridik shaxslar tomonidan amalga oshiriladi.

Zamonaviy huquqiy tartibga solishda "kichik biznes" degan aniq atama mavjud emas. O'zbekiston Respublikasining "O'zbekiston Respublikasining tadbirkorlik faoliyati erkinligining kafolatlari to'g'risida" **gi qonuni, muvofiq Kichik tadbirkorlik sub'ektlari quyidagilardir:**

- yakka tartibdagi tadbirkorlar;
- ishlab chiqarish tarmoqlaridagi, band bo'lgan xodimlarining o'rtacha yillik soni ko'pi bilan yigirma kishi, xizmat ko'rsatish sohasidagi vaboshqanoishlab chiqarish tarmoqlaridagi, band bo'lgan xodimlarining o'rtacha yillik soni ko'pi bilan o'n kishi, ulgurji vachakana savdo hamda umumiy ovqatlanish tarmoqlaridagi, band bo'lgan xodimlarining o'rtacha yillik soni ko'pi bilan besh kishi bo'lgan mikrofirmalar;

quyidagi tarmoqlardagi:

- yengil vaoziq-ovqatsanoatidagi, metallga ishlov berish vaasbobsozlik, yog'ochsozlik, mebel sanoati hamda qurilish materiallari sanoatidagi, band bo'lgan xodimlarining o'rtacha yillik soni ko'pi bilan yuz kishi;
- mashinasozlik, metallurgiya, yoqilg'i-energetika vakimyo sanoati, qishloq xo'jalik mahsulotlarini ishlab chiqarish vaqayta ishlash, qurilish hamda boshqasanoat-ishlab chiqarish sohalaridagi, band bo'lgan xodimlarining o'rtacha yillik soni ko'pi bilan ellik kishi;
- fan, ilmiy xizmat ko'rsatish, transport, aloqa, xizmat ko'rsatish sohalari (sug'urta kompaniyalaridan tashqari), savdo vaumumiy ovqatlanish hamda boshqanoishlab chiqarish sohalaridagi, band bo'lgan xodimlarining o'rtacha yillik soni ko'pi bilan yigirma besh kishi bo'lgan kichik korxonalar.

Kichik tadbirkorlik sub'ektlari xodimlarining o'rtacha yillik soni qonun hujjatlarida belgilangan tartibda aniqlanadi. Bunda

unitar (sho"ba) korxonalarda, filiallarda va vakolatxonalarda ishlovchilarning soni ham hisobga olinadi.

Faoliyatning bir necha turini amalga oshiruvchi (ko'p tarmoqli) yuridik va jismoniy shaxslar yillik oborot hajmida ulushi eng ko'p bo'lgan faoliyat turi mezonlari bo'yicha kichik tadbirkorlik sub'ektlariga kiradi.

Kichik tadbirkorlik sub'ektlari uchun qonun hujjatlarida nazarda tutilgan imtiyozlar, kafolatlar va huquqlar yuqorida sanab o'tilgan tijorat tashkilotlariga ular tomonidan vakolatli tashkilotlarga (davlat soliq, bojxona xizmati organlari, davlat statistika organlari, banklar va boshqalarga) imtiyozlar, kafolatlar va huquqlar xususiyatidan kelib chiqib, kichik tadbirkorlik sub'ektlari ekanligi haqida xabarnoma taqdim etgan holda qilingan murojaatlar asosida beriladi. Xabarnomaning to'g'riligi uchun javobgarlik xabarnomani taqdim etgan sub'ektlar zimmasiga yuklatiladi.

Mikrofirma va kichik korxona xodimlarning belgilangan o'rtacha yillik sonini oshirib yuborgan taqdirda, oshirib yuborishga yo'l qo'yilgan davr uchun va keyingi uch oyga ular qonun hujjatlarida nazarda tutilgan imtiyozlar, kafolatlar va huquqlardan mahrum etiladi. Ushbu qoida quyidagi hollarda tatbiq etilmaydi:

- mikrofirma vakichik korxona O'zbekiston Respublikasi kasb-hunar kollejlari, akademik litseylarining hamda oliy ta'lim muassasalarining bitiruvchilari bilan mehnat shartnomalari tuzganda, band bo'lgan xodimlarning belgilangan o'rtacha yillik soni ko'pi bilan 20 foiz oshirilganda. Xodimlar sonining oshirilishiga O'zbekiston Respublikasi kasb-hunar kollejlari, akademik litseylari vaoliy ta'lim muassasalari bitiruvchilarining o'qishni tugallagan kunidan boshlab uchyildan ortiq vaqto'tmagan taqdirda yo'l qo'yiladi;
- kichik korxona o'z uyida ishlayotgan fuqarolar (kasanachilar) bilan mehnat shartnomalari tuzganda, band bo'lgan xodimlarning belgilangan o'rtacha yillik soni ko'pi bilan 30 foiz oshirilganda.

Kichik biznes O'zbekiston qonunchiligida nazarda tutilgan har qanday tashkiliy-huquqiy shaklga ega bo'lishi mumkin. Bozor

iqtisodiyoti sharoitida kichik biznes ancha keng tarqalgan. Ular bozorga juda moslashadi; ish o'rinlarining ko'payishini ta'minlaydi.

Dunyoning aksariyat mamlakatlarida, shu jumladan O'zbekistonda kichik biznesni tashkil etish va faoliyat yuritishi davlat tomonidan rag'batlantiriladi va rag'batlantiriladi. Agar O'zbekiston korxonasi kichik korxonaning yuqoridagi ta'rifiga kirsa, u birinchi navbatda soliqqa tortish va buxgalteriya hisobi sohasida ma'lum imtiyozlar va afzalliklarga, yanada qulayroq kreditlar olish imkoniyatiga, amortizatsiya ajratmalarini hisobdan chiqarish uchun qo'shimcha imtiyozlarga ega bo'ladi. O'zbekiston Respublikasida kichik korxonalar faoliyati to'g'risida bir qator qonunlar va me'yoriy hujjatlar qabul qilingan.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida kichik biznes ancha keng tarqalgan. Ular bozorga katta moslashuvchanlikka ega; ish o'rinlarining ko'payishini ta'minlaydi. Dunyoning aksariyat mamlakatlarida, shu jumladan O'zbekistonda kichik biznesni tashkil etish va faoliyati davlat tomonidan rag'batlantiriladi .Kichik korxona birinchi navbatda soliqqa tortish va buxgalteriya hisobi sohasida ma'lum imtiyozlar va afzalliklarga, yanada qulayroq kreditlar olish imkoniyatiga, amortizatsiya ajratmalarini hisobdan chiqarish uchun qo'shimcha imtiyozlarga ega. O'zbekiston Respublikasida kichik korxonalar faoliyati to'g'risida bir qator qonunlar va me'yoriy hujjatlar qabul qilingan.

Zamonaviy iqtisodiyotda kichik biznes muhim o'rin tutadi. Kompaniyalarni kichik biznes deb tasniflash mezonlari mamlakatdan mamlakatga farq qiladi. Qo'shma Shtatlarda rasmiy statistik ma'lumotlarga ko'ra, kichik biznesga 500 dan kam odam ishlaydigan barcha korxonalar kiradi.

Mamlakatimiz viloyatlaridagi mavjud ishbilarmonlik muhitining qulayligini bir xil deb hisoblay olmaymiz. Sababi, bir hududda mavjud shartsharoitlar boshqa hududda nisbatan torroq shakllanganligi sezilib turibdi. Buning uchun o'sha hududda ishbilarmonlik muhitining qulaylashuviga haraqit berayotgan salbiy omillarni bartaraf etishga to'g'ri keladi. Tadbirkor yoki hunarmandlarning xatti-harakatlarida iqtisodiy jarayonlar cheksiz amalga oshiriladiki, buning uchun qulay ishbilarmonlik muhiti

juda muhimdir. Fikrimizcha, ishbilarmonlik muhiti – tadbirkorlik sub'ektlarini erkin va ravon faoliyatlarini ta'minlash va ularga shart-sharoitlar yaratish borasida ko'riladigan chora-tadbirlar yig'indisini anglatadi. Bunday muhitda har bir korxona o'zining foydasini maksimal darajada ko'paytirishga harakat qiladi.

Biroq shunga qaramay joylarda u yoki bu tarzda shakllangan muammolarga duch kelish mumkin. Bu muammolar quyidagilarni o'z ichiga qamrab olgan:

– kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'ektlarida huquqiy madaniyatning yaxshi shakllanmayotganligi, joylarda ularning huquqlarini himoya qilish mexanizmining sust ishlayotganligi;

– mamlakatning eksport munosabatlarida kichik biznes sub'ektlarining sust ishtiroki, xususan, fermer va dehqon xo'jaliklarida yetishtirilayotgan mahsulotlarni eksportbop sifatini ta'minlashda o'ziga xos muammolarning mavjudligi;

– sanoat tarmog'idagi kichik biznes sub'ektlari faoliyatiga doir muammolar, masalan, ishlab chiqarish sohasidagi kichik biznes korxonalarida gaz yoki elektr tarmog'iga ulanishdagi muammolarni mahalliy (viloyatlar) sharoitda hal etilmayotganligi va bunday muammolarni hal etishda tadbirkorlardan yuqori boshqaruv organlarining ruxsatnomalari talab etilayotganligi;

– tuman va viloyatlarda ijtimoiy infratuzilma ta'minotidagi nosozliklar, ya'ni elektr energiya, gaz ta'minotida uzilishlarning ro'y berishi, bu kabi muammolar kichik biznes sub'ektlari faoliyatidagi uzluksizlikni ta'minlay olmaydi;

– kichik biznes va tadbirkorlik sub'ektlarining moliyaviy, moddiy-texnika resurslari bilan ta'minlashda cheklovlarning mavjudligi;

– kichik biznes va tadbirkorlik sub'ektlari uchun sifatli xizmat ko'rsatishda bozor infratuzilmalari faoliyatida raqobatning sustligi va hokazo.

O'zbekistonda kichik biznesning zaif rivojlanishi ko'p jihatdan uni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash mexanizmlari bilan bog'liq. Ko'pgina rivojlangan mamlakatlarda kichik biznesga davlat tomonidan yordam ko'rsatish (qo'llab-quvvatlash) tizimi yaxshi rivojlangan. Shunday qilib, AQShda davlat kichik biznesni rivojlantirishga faol yordam beradi. Kichik biznesni qo'llab-

quvvatlash uchun 1953 yilda AQShda kichik tadbirkorlarga moliyaviy, maslahat va tashkiliy yordam ko'rsatish uchun maxsus agentlik - Kichik biznes boshqaruvi (KBB) tashkil etilgan. KBBning shtat poytaxtlari va yirik shaharlarida 100 dan ortiq filiallari mavjud. KBB tadbirkorlarga ko'plab xizmatlarni bepul taqdim etadi. KBB shuningdek, tadbirkorlarga o'z manbalaridan (150 ming dollardan ko'p bo'lmagan miqdorda) kreditlar beradi, tijorat banklariga kreditlar berishda ishtirok etadi (agar bu kreditlar kamida 350 ming dollar bo'lsa), davlat kafolatlarini taqdim etadi. kredit summasining 90 foizigacha (lekin 350 ming dollardan ko'p bo'lmagan) miqdori.

KBB faoliyati bilan bir qatorda, kichik biznes vakillari viloyat ijro hokimiyati organlari tomonidan qo'llab-quvvatlanadi, ular huzurida iqtisodiyotni rivojlantirish bo'yicha 19 ming komissiya mavjud. Mazkur komissiyalarning asosiy maqsadi muayyan hududda tadbirkorlikni rivojlantirishga ko'maklashish, ushbu sohada talab yuqori bo'lgan istiqbolli mahsulot va xizmatlar ishlab chiqarishni ko'paytirishdan iborat. Ushbu komissiyalar kichik biznes sub'ektlariga quyidagi yordam turlarini ko'rsatadi:

- tadbirkorlikni bevosita qo'llab-quvvatlash: moliyaviy (davlat kreditlari va kredit kafolatlari bilan ta'minlash), kadrlar tayyorlashda;
- texnik yordam, shu jumladan konsalting va dizayn xizmatlarini ko'rsatish va to'lash;
- huquqiy, tashkiliy va moliyaviy, muhandislik rivojlanishi, marketing va boshqalar;
- ma'muriy xizmatlar: binolarni ijaraga olish, buxgalteriya xizmatlari, ma'muriy xizmatlar.

O'zbekistonda kichik biznesning rivojlanishi quyidagi holatlar tufayli katta milliy iqtisodiy ahamiyatga ega:

- kichik biznes barcha bozorlarimizni to'ldirish va aholining iste'mol tovarlari va xizmatlarga bo'lgan ehtiyojlarini to'liq qondirish imkonini beradi;
- kichik firmalarni tashkil etish katta investitsiyalar va ularni jihozlashning uzoq vaqtini talab qilmaydi;

- kichik biznesni rivojlantirish monopoliyaga qarshi siyosat va raqobat muhitini ta'minlashning eng samarali yo'nalishlaridan biri hisoblanadi;

- kichik korxonalarni boshqarish osonroq, ular uchun murakkab boshqaruv tuzilmalarini yaratish kerak emas;

- kichik firmalar tezroq va arzonroq qayta jihozlashi, yangi texnologiyani joriy etishi va sinovdan o'tkazishi, ishlab chiqarishni qisman avtomatlashtirishni amalga oshirishi, mexanizatsiyalashgan va qo'l mehnatining optimal kombinatsiyasiga erishishi mumkin;

- kichik biznesning rivojlanishi ishsizlik muammosini katta darajada hal qilish yoki yumshatish imkonini beradi;

- kichik biznesning rivojlanishi bilan mamlakatda iqtisodiyotni barqarorlashtirish va elementar tartibni joriy etishdan manfaatdor bo'lgan o'rta sinf va kichik mulkdorlar sinfi paydo bo'ldi.

Kichik biznesni rivojlantirishning boshqa ijobiy tomonlari ham bor.

5.6. Biznesni qayta tashkil etish va tugatish

Korxonani qayta tashkil etish - boshqaruv tizimini o'zgartirish, moliyaviy sog'lomlashtirish, ishlab chiqarish hajmini oshirish, ishlab chiqarish samaradorligini oshirishga qaratilgan tashkiliy-iqtisodiy, moliyaviy-iqtisodiy, huquqiy, ishlab chiqarish-texnik tadbirlar majmuasini amalga oshirishdir.

Qayta tashkil etishning quyidagi shakllari farqlanadi:

- ishlab chiqarishni qayta tashkil etish;
- kompaniya aktivlarini qayta tashkil etish;
- moliyaviy qayta tashkil etish;
- qayta tashkil etish.

Qayta tashkil etish mexanizmlarining eng keng tarqalgani:

- rentabelli bo'lmagan ishlab chiqarishlarni tugatish;
- korxonani ijtimoiy va noishlab chiqarish sohasi ob'ektlarini saqlashdan ozod qilish;
- korxona va uning mulkiy majmuasini sho'ba va qaram yuridik shaxslarga bo'lish;

- foydalanilmayotgan aktivlarni sotish, ijaraga berish, garovga qo'yish va hisobdan chiqarish;

- omborlardagi zahiralarning qisqarishi;

- debitorlik qarzlarini qaytarish ustidan nazoratni kuchaytirish.

Qayta tashkil etish qayta tashkil etishning tarkibiy qismlaridan biridir. Aktsiyadorlik jamiyatlari (AJ) misolida qayta tashkil etish shakllari va jarayonini ko'rib chiqamiz.

Odatda qayta tashkil etishning quyidagi turlari ajratiladi:

1) korxonani birlashtirishga qaratilgan qayta tashkil etish (qo'shilish va qo'shib yuborish);

2) korxonani bo'lib chiqarishga qaratilgan qayta tashkil etish (bo'linish va ajralib chiqish);

3) korxona hajmini o'zgartirmasdan qayta tashkil etish (transformatsiya).

Korxonani qayta tashkil etish shakllari quyida keltirilgan.

1. Birlashish - bu ikki yoki undan ortiq yuridik shaxslarning barcha huquq va majburiyatlarini ikkinchisining xo'jalik faoliyatini to'xtatgan holda unga o'tkazish yo'li bilan yangi korxonaning paydo bo'lishi. Aksiyadorlik jamiyatlarining qo'shilishi ular o'rtasida tuzilgan shartnoma asosida amalga oshiriladi. Bitim loyihasi qo'shilishda ishtirok etuvchi barcha kompaniyalar aksiyadorlari yig'ilishi tomonidan ma'qullanishi kerak. Keyinchalik aktsiyadorlarning qo'shma umumiy yig'ilishida yangi korxonaning ustavi tasdiqlanadi va direktorlar kengashi saylanadi.

2. Bir yoki bir nechta korxonalarning barcha huquq va majburiyatlarini mavjud bo'lgan boshqa yuridik shaxsga o'tkazish bilan tugatilishi qo'shilishdir. Birlashtirish jarayoni birlashma bilan bir xil tarzda amalga oshiriladi.

Qo'shilish va qo'shib olish kapitallarni birlashtirish, balanslarni birlashtirish, nazorat ulushlarini ularni keyinchalik konvertatsiya qilish bilan birlashtirish, ya'ni yangi tashkil etilgan yoki mavjud yuridik shaxsni aksiyalar yoki boshqa qimmatli qog'ozlar bilan almashtirish yo'li bilan amalga oshiriladi. Qayta tashkil etishning ushbu shakllarini amalga oshirish jarayonida topshirish dalolatnomasi tuziladi. Jamiyatlar qo'shilgan taqdirda

huquqiy vorisi yangi tashkil etilgan yuridik shaxs, qo'shilgan taqdirda esa boshqasi qo'shilayotgan kompaniya hisoblanadi. Qo'shilish va qo'shib olishda ishtirok etayotgan kompaniyalarning faoliyatini tugatish to'g'risidagi bildirishnoma ro'yxatga olish organlariga taqdim etilishi kerak. Ushbu jamiyatlar ryestrdan chiqariladi.

3. Bo'linish – yuridik shaxs faoliyatini barcha huquq va majburiyatlarni yangi tashkil etilayotgan korxonalarga o'tkazish bilan tugatish. Shunday qilib, bir jamiyat negizida yangi mustaqil jamiyatlarni yaratish balans va kapitalni ajratish yo'li bilan amalga oshiriladi. Qayta tashkil etilayotgan jamiyat tugatilib, uning huquq va majburiyatlari yangi tashkil etilgan jamiyatlarga o'tadi.

4. Qayta tashkil etilayotgan korxonaning xo'jalik faoliyatini to'xtatmasdan, uning huquq va majburiyatlarining bir qismini ularga o'tkazgan holda bir yoki bir nechta yuridik shaxslarni tashkil etish.

Ajratish jarayonida ajratish balansi tuziladi. Bir nechta huquqiy vorislar mavjud bo'lgan taqdirda, majburiyatlar ular o'rtasida olingan mulkka mutanosib ravishda taqsimlanishi kerak. Aktsiyalarni va boshqa qimmatli qog'ozlarni yangilariga almashish tartibini, shuningdek toifalar va nominal qiymatlarning nisbatini bo'lish yoki ajratib chiqarish to'g'risida qaror qabul qilgan aksiyadorlarning umumiy yig'ilishi belgilaydi. Agar jamiyatlarning bo'linishi yoki bo'linishi monopoliyaga qarshi organning qarori asosida amalga oshirilsa, har qanday aksiyador o'ziga tegishli barcha aktsiyalarni yangi tashkil etilgan jamiyatlarning birortasining aktsiyalariga almashtirishi shart. Yangi tashkil etilgan korxonalar davlat ro'yxatidan o'tkaziladi.

5. Transformatsiya - yuridik shaxsning tashkiliy-iqtisodiy shaklining o'zgarishi. Aksiyadorlik jamiyati mas'uliyati cheklangan jamiyat yoki jamoat kooperativiga aylantirilishi mumkin. O'zgartirish aksiyadorlar umumiy yig'ilishining qarori bilan amalga oshiriladi va har bir aksiyadorga tegishli bo'lgan ustav kapitalidagi ulushlar miqdoriga ta'sir qilmaydi. Bunday holda, topshirish dalolatnomasi tuzilishi kerak.

Yuridik shaxsni qayta tashkil etishda asosiy nuqtalardan biri o'tkazish dalolatnomasini yoki ajratish balansini tuzishdir. Ular oxirgi hisobot sanasi uchun belgilangan tartibda tuzilgan moliyaviy hisobotlarni o'z ichiga oladi. Yuridik shaxsni qayta tashkil etish ushbu hujjatlarning alohida moddalarini tasdiqlash uchun mulk va majburiyatlarni inventarizatsiya qilishga olib kelishi kerak.

Qayta tashkil etilgan taqdirda nizomga va davlat ryestriga tegishli o'zgartirishlar kiritiladi. Shuningdek, qayta tashkil etish jarayonida qayta tashkil etilayotgan yuridik shaxslar kreditorlarining huquqlari ham hurmat qilinishi kerak. Buning uchun kreditorlar ushbu qaror qabul qilingan kundan boshlab 30 kundan kechiktirmay qayta tashkil etish to'g'risida xabardor qilinadi. Bunda kreditorlar o'z majburiyatlarini muddatidan oldin bajarish va etkazilgan zararni qoplash to'g'risida talablar qo'yish huquqiga ega.

Yuridik shaxs ro'yxatga olinmaguncha, barcha huquq va majburiyatlar, hatto o'tkazish dalolatnomasi va ajratish balansi allaqachon tuzilgan va imzolangan bo'lsa ham, avvalgi shaxsda qoladi. Ushbu hujjatlarda barcha kreditorlarga (shu jumladan bahsli bo'lganlarga) nisbatan vorislik to'g'risidagi qoidalar bo'lishi kerakligi sababli, agar bunday bo'lmasa, davlat ro'yxatidan o'tkazish rad etilishi mumkin.

Korxona tugatilishi mumkin:

- O'zbekiston Respublikasi Fuqarolik Kodeksida belgilangan tartibda ixtiyoriy ravishda;

- to'lovga layoqatsiz yoki qonun buzilgan taqdirda sud qarori bilan.

Korxonaning tugatilishi xo'jalik faoliyatini merosxo'rliksiz to'xtatishga olib keladi.

AJ misolida ixtiyoriy tugatish tartibi:

1) direktorlar kengashi tugatish to'g'risidagi masalani aktsiyadorlarning umumiy yig'ilishiga kiritadi;

2) umumiy yig'ilish tugatish to'g'risida (ovoz beruvchi aktsiyalarning to'rtdan uch qismi) komissiyasini tayinlash xaqida qaror qabul qiladi;

3) tugatish komissiyasi tayinlangan paytdan e'tiboran xo'jalik faoliyatiga rahbarlikni amalga oshiradi, ommaviy axborot vositalarida tugatish to'g'risida, shuningdek kreditorlar tomonidan da'vo qo'yish tartibi va muddatlari to'g'risida xabar e'lon qiladi, ularga yozma ma'lumotnoma yuboradi;

4) kreditorlar tomonidan talablar qo'yilgandan keyin oraliq tugatish balansi tuziladi, u aksiyadorlarning umumiy yig'ilishi tomonidan tasdiqlash uchun taqdim etiladi;

5) oraliq tugatish balansi tasdiqlangandan keyin kreditorlarga ma'lum tartibda to'lovlar amalga oshiriladi, mablag' yetishmasa, mol-mulk kim oshdi savdosida sotiladi;

6) kreditorlar bilan hisob-kitoblar tugallangandan so'ng tugatish balansi tuziladi, u ham aksiyadorlarning umumiy yig'ilishi tomonidan tasdiqlanadi va davlat ro'yxatidan o'tkazuvchi organ bilan kelishiladi;

7) qolgan mol-mulk aktsiyadorlar o'rtasida sotiladi;

8) yuridik shaxslarning yagona davlat ryestriga korxona tugatilganligi to'g'risida yozuv kiritilsa.

Kompaniyaning qarzlari quyidagi tartibda to'lanishi kerak:

1) to'lovlar korxona hayoti yoki sog'lig'iga zarar yetkazganlik uchun javobgar bo'lgan shaxslarga to'lanadi;

2) mualliflik shartnomalari bo'yicha haq to'lash, ishdan bo'shatish nafaqasi va ish haqi to'lanadi;

3) kreditorlarning mol-mulk garovi bilan ta'minlangan majburiyatlar bo'yicha talablari qanoatlansa;

4) budjetga va budjetdan tashqari jamg'armalarga qarzlar to'lanadi;

5) boshqa kreditorlar bilan hisob-kitoblar.

O'z navbatida, raqobatbardosh ish yuritish, hakamlik sudiga va raqobatbardosh menejerga haq to'lash bilan bog'liq xarajatlar, shuningdek korxona faoliyatini davom ettirish bilan bog'liq xarajatlar qoplanadi.

Firmaning potentsial to'lovga layoqatsizligini baholash muayyan biznesning kelajagi haqidagi savolni hal qilish imkonini beradi.

To'lovga layoqatsizlik - kreditorlarning tovarlar, ishlar va xizmatlar uchun haq to'lash bo'yicha talablarini qondira olmaslik,

shu jumladan qarzdorning holatlarining uning mol-mulkidan oshib ketishi yoki qoniqarsiz xo'jalik tuzilmasi tufayli budjetga majburiy to'lovlarni amalga oshira olmaslik. To'lovga layoqatsizlikning tashqi belgisi uning joriy to'lovlarini to'xtatib turishdir, ya'ni kompaniya ushbu to'lovlarni to'lash muddati tugagan kundan boshlab uch oy ichida kreditorlar tomonidan talab qilinadigan to'lovlarni taqdim eta olmaydi.

Bankrotlikka olib kelishi mumkin bo'lgan asosiy xisoblangan tashqi va ichki omillarga bo'linadi.

1. Tashqi omillar:

- umumiy iqtisodiy inflyatsiyaning o'sishi, soliq tizimi va boshqa turdagi tartibga soluvchi qonun hujjatlarining beqarorligi, aholining real daromadlari darajasining pasayishi va boshqalar;
- bozor (monopoliyaning kuchayishi, o'rnini bosuvchi tovarlar taklifining o'sishi, raqobatchilarning agressiv siyosati, korxonani bozordan siqib chiqarish yo'nalishi, moliya bozorining beqarorligi va boshqalar);
- boshqalar (siyosiy omillar, tabiiy ofatlar, salbiy demografik omillar va boshqalar).

2. Ichki omillar:

- ishlab chiqarish (joriy xarajatlarning samarasiz tuzilmasi, asosiy fondlardan past darajada foydalanish, mahsulot turlarining yetarli darajada diversifikatsiyalanmaganligi);
- investitsiyalar (samarasiz investitsiya portfeli, qurilish-montaj ishlarining uzoq davom etishi, investitsiya resurslarining sezilarli darajada ko'payishi);
- moliyaviy (debitorlik qarzining o'sishi, qarz kapitalining ortiqcha ulushi, qarz kapitalining yuqori narxi va boshqalar).

Nazorat savollari:

1. Odamlarni o'z biznesini boshlashga undaydigan motivlar.
2. Biznesingizni tashkil qilishda harakatlar ketma-ketligini sanab o'ting.

3. Korxonani yaratishda hisobga olinadigan tashqi muhitni tavsiflab bering.

4. Biznesni boshlash uchun qulay bo'lgan ichki muhitni tavsiflang.

5. Ishbilarmonning biznesga yordam beradigan shaxsiy fazilatlarini ayting.

6. Biznesmenning kontseptual g'oyasi.

7. Korxonani tashkil etishdan maqsad.

8. Korxona faoliyati davomida erishilgan natijalar.

9. Ehtiyojlarni izlash nima uchun zarur?

10. Biznesni boshlash bosqichlarini sanab o'ting.

11. Asosiy ta'sis hujjatlarining mohiyatini tushuntirib bering,

12. Bo'lajak tadbirkorning faoliyat sohasini tanlash bosqichlarini sanab o'ting.

13. "Bozor joyi" nima?

14. Biznesni tashkil etishning asosiy usullari.

15. Ta'sis hujjatlarining mohiyatini.

16. Korxonani qayta tashkil etish.

17. Qayta tashkil etishning asosiy turlari va shakllari.

18. Korxonaning tugatilishi.

19. Korxonaning nochorligi.

6-bob. Tadbirkorlik faoliyati va uning uzliksizligini ta'minlash

6.1. Tadbirkorlik faoliyatining mohiyati

" O'zbekiston Respublikasida kichik va o'rta biznesni rivojlantirish sohasidagi davlat siyosati davlat ijtimoiy-iqtisodiy siyosatining bir qismidir va Rossiya federatsiyasi davlat hokimiyati organlari, Rossiya federatsiyasi ta'sis ob'ektlarining davlat hokimiyati organlari, mahalliy hokimiyat organlari tomonidan amalga oshiriladigan huquqiy, siyosiy, iqtisodiy, ijtimoiy, axborot, maslahat, ta'lim, tashkiliy va boshqa chora-tadbirlar majmuidir. va maqsad va tamoyillarning amalga oshirilishini ta'minlashga qaratilgan, ushbu Federal qonun bilan belgilangan".

Tadbirkor va tadbirkorlik faoliyatining terminologik, mazmunli mohiyati evolyutsiyasi tovarlar va xizmatlar almashinuvi, ishlab chiqarish va taqsimlashning shakllanish tarixi, ilmiy-texnik taraqqiyotning rivojlanish darajasi bilan bog'liq.

Tadbirkorlik yangi narsalarni qilish, yangi narsalarni o'ylab topish yoki mavjudlarini yaxshilash istagi bilan bog'liq. U "dinamizm", "tashabbus", "jasorat" kabi tushunchalar bilan uzviy bog'liq bo'lib, jamiyatda ko'plab qiziqarli g'oyalarni haqiqatga aylantiradigan potentsialni ochib beradi (8-jadval).

8-jadval

Kichik biznesning mohiyatini va uning jamiyatdagi rolini ilmiy tushunish bosqichlari (tarixiy burchak)

Bosqichlar	Tadqiqotchilar	Bosqich xususiyati	Xususiyatlari
18-asr	R. Kantillon, M. Peters, R. Hisrich, A. Smit va boshqalar.	Tadbirkorlik tavakkalchiligiga e'tibor qaratish	Tadqiqotlar tadbirkorning shaxsiy xususiyatlariga qaratilgan
2-19-asr boshlari	J.-B. Say, J. Shumpeter P. Druker va boshqalar.	Uning asosiy farqlovchi xususiyatini innovatsiya sifatida ta'kidlash. Kreditning rivojlanishi nihoyat "ega" va "tadbirkor" tushunchalarini ajratdi.	
III XIX asr oxiri - XX asrlar	R. Xisrix, M. Peters, A. Xosking B. Xoselits P. Kilbi, E. Shumaxer va boshqalar.	Tadbirkorning alohida shaxsiy fazilatlariga e'tibor qaratish: iqtisodiy va ijtimoiy vaziyatdagi o'zgarishlarga javob berish qobiliyati, qarorlarni tanlash va qabul qilishda mustaqillik, boshqaruv qobiliyatlarining mavjudligi. Iqtisodiy tizimda tartibga solish tamoyili sifatida tadbirkorlikning roli.	Kichik biznes jamiyatning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishini belgilovchi iqtisodiy munosabatlarning ajralmas subyekti sifatida qarala boshlandi.

Zamonaviy xorijiy olimlar kichik biznesni davlat tomonidan tartibga solish samaradorligi muammosini turli nuqtai nazardan ko'rib chiqmoqdalar. Shunday qilib, S. Sheyn quyidagilarga e'tibor qaratadi

biznesning ko'plab vakillari o'z-o'zini ish bilan ta'minlaydigan aholi ekanligi va ular tadbirkorlik faoliyatidan olingan daromadlarni ish haqining o'rnini bosuvchi deb bilishadi. "Siyosatchilar shuni tushunishlari kerakki, juda oz sonli tadbirkorlar odamlarni qashshoqlikdan xalos qiladigan,

innovatsiyalarni rag'batlantiradigan, yangi ish o'rinlari yaratadigan, ishsizlik darajasini pasaytiradigan, bozorlarni raqobatbardosh qiladigan va iqtisodiy o'sishni oshiradigan bunday faoliyatni amalga oshirishi mumkin. ... Ular venchur kapitalistlarning yondashuvini qo'llashlari kerak: vaqt va pulni ajoyib tadbirkorlarga qaratish va qolganlari haqida kamroq tashvishlanish. Bu faqat mavjud kompaniyalarga qaraganda ancha samarali bo'lgan bir nechta yangi korxonalarni ajratish va qo'llab-quvvatlashni nazarda tutadi."

V. Baumol institutlarning roliga e'tibor qaratadi va buni norasmiy munosabatlar bilan bog'laydi va agar innovatsiyalarni joriy etish asosida organik o'sish orqali biznes yuritish do'stona sotib olish, siyosiy ijaralarni olish va hokazolar uchun "pora berish" ning turli shakllaridan foydalanishdan ko'ra qiyinroq bo'lsa, unda jamiyatning tadbirkorlik salohiyati tegishli konfiguratsiyaga ega bo'ladi.

Ingliz iqtisodchisi Devid Story, siyosatchilarning ambitsiyalari bilan bog'liq: "siyosatchilar, Storyning ta'kidlashicha, keyingi saylovlarda g'alaba qozonish haqida emas, balki amalga oshirilayotgan qadamlarning haqiqiy samaradorligi haqida ko'proq o'ylashadi. Boshlang'ich grantlarning keng taqsimlanishi tadbirkorlikni qo'llab – quvvatlashning murakkab va uzoq muddatli istiqbolda venchur kapitalini ko'zga ko'rinmas ko'zida targ'ib qilish mexanizmini qurishdan ko'ra ko'proq mashhur vosita ekanligi ajablanarli emas, ammo innovatsion loyihalarni-kelajakdagi yulduzlarni tanlashda juda foydali ish .

O‘zbekitonda tadbirkorlik tushunchasi ishlab chiqarishning iqtisodiy omili sifatida faqat iqtisodiy islohotlarni amalga oshirish boshidan, ya'ni 80-yillarning oxiridan 90-yillarning boshlariga qadar qaytdi.sovet davrida, buyruqbozlik iqtisodiyoti davrida u resurs sifatida ko'rib chiqilmagan. Bundan tashqari, sotsialistik siyosiy iqtisodning asosi sifatida tadbirkorlik g'oyasi insonni inson tomonidan ekspluatatsiya qilish edi .

Postsovet hududida ko'plab ishlar mahalliy olimlar tomonidan bag'ishlangan bo'lib, unda tadbirkorlik faoliyatining mohiyati ko'rib chiqiladi.

Rus olimi iqtisodchi A. V. Busyginning tadbirkorlikning muhim tushunchalari haqidagi nuqtai nazari ma'lum bir qiziqish uyg'otadi: "... ma'lum bir rasmiylashtirilgan printsiplarda ma'lum bir biznes g'oyasini amaliy amalga oshirish uchun ishbilarmonlik faoliyatini mustaqil ravishda olib borish istagi va harakatlari". A. ning fikriga ko'ra Busygin – tadbirkorlik-bu ishbilarmonlik faoliyatini olib borish san'ati, birinchi navbatda, biznes dizayni shaklida amalga oshiriladigan fikrlash jarayoni.

Filobokova: "tadbirkorlik faoliyatining iqtisodiy mohiyati aniq yoki potentsial talabni qondirish uchun ishlab chiqarish omillarining yangi kombinatsiyalarini (mahsulot, texnologiya, tashkiliy yondashuvlarni yangilash) izlash va amalga oshirishdan iborat. Innovatsion ijodiy iqtisodiy faoliyatning sub'ekti ham yakka tartibdagi tadbirkor, ham tashkilot doirasida faoliyat yuritadigan va yangi mahsulot ishlab chiqarish, yangi echimlarni, yangi yondashuvlarni va boshqalarni amalga oshirish tashabbusi bilan chiqadigan odamlar guruhi bo'lishi mumkin.

Shuningdek, siz tadbirkorlikning bunday ta'rifini topishingiz mumkin:" tadbirkorlik... bu shaxsiy foydani jamoat manfaati bilan birlashtirish asosida foyda olish uchun sarmoya kiritish bilan bog'liq bo'lgan faoliyatdir".

Tadbirkorlik - bu korxona egalarining innovatsion xatti-harakatlariga asoslangan, g'oyalarni topish va ulardan foydalanish, ularni aniq tadbirkorlik loyihalariga aylantirish qobiliyatiga asoslangan boshqaruvning tubdan yangi turi. Bu odatda xavfli biznesdir, ammo tavakkal qilmaydigan kishi oxir-oqibat muvaffaqiyatga erisha olmaydi. Biroq, xavf boshqacha. Tadbirkor, o'z biznesini yaratishga qaror qilishdan oldin (bu haqda alohida muhokama qilinadi), ehtiyotkorlik bilan hisob-kitoblarni amalga oshirishi, o'z sezgi sezgisini e'tiborsiz qoldirmasdan, mo'ljallangan savdo bozorini va raqobatchilarni yaxshi o'rganishi kerak.

Tadbirkorlik, birinchi navbatda, iqtisodiy o'sish va alohida fuqarolar va umuman jamiyatning ehtiyojlarini qondirish uchun ishlab chiqarishning barcha omillaridan samarali foydalanish bilan bog'liq. Rossiyada tadbirkorlikning asosiy vazifasi tovarlarni (xizmatlarni, ishlarni) ishlab chiqarish, aniq iste'molchilarga

"etkazish" va buning uchun moddiy va ma'naviy mukofot olish bo'lishi kerak. V. I. dahl yozganidek, harakat qilish-boshlash, har qanday yangi biznesni amalga oshirishga qaror qilish, muhim bir narsa qilishni boshlash. Fuqarolik qonunchiligida ushbu tushunchaning ta'rifi mamlakatda tadbirkorlikni rivojlantirish uchun juda muhimdir.

"Kichik tadbirkorlik murakkab va xilma-xil hodisa bo'lib, uning alohida turlarining rivojlanishi iqtisodiyotga turli yo'llar bilan ta'sir qiladi. Bizning fikrimizcha, hozirgi bosqichda kichik biznes tushunchasining mohiyatini fazoviy iqtisodiyot nuqtai nazaridan ko'rib chiqish kerak. Ko'p jihatdan iqtisodiy makonni rivojlantirish, uning birligi va yaxlitligini mustahkamlash biznesni tashkil etishning Klaster shaklini joriy etishga yordam beradi, bu yirik kompaniyalar atrofida kichik va o'rta korxonalar sektorini rivojlantirish, yangi ish o'rinlarini yaratish va pirovardida sohaning innovatsion salohiyatini, mintaqaning raqobatbardoshligi va barqarorligini oshirish bilan bog'liq".

Tadbirkorlik ishlab chiqarish, tijorat, moliyaviy (shu jumladan qimmatli qog'ozlar bilan operatsiyalar), konsalting va audit, innovatsion kabi keng ko'lamli faoliyatni qamrab oladi.

Tadbirkorlik ijtimoiy munosabatlarning namoyon bo'lishining o'ziga xos shakllaridan biri sifatida nafaqat jamiyatning moddiy va ma'naviy salohiyatini oshirishga yordam beradi, nafaqat har bir shaxsning qobiliyatlari va iste'dodlarini amaliy amalga oshirish uchun qulay zamin yaratadi, balki millatning birligiga, uning milliy ruhi va milliy g'ururini saqlab qolishga olib keladi.

Tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirishning iqtisodiy ijtimoiy va huquqiy shartlari

Iqtisodiy faoliyatning iqtisodiy shartlari kompaniya uchun katta ahamiyatga ega, chunki ular "xulq-atvor yo'nalishi" ni - biznesni rivojlantirish strategiyasi va taktikasini belgilaydi. Yuqorida aytib o'tilganidek, bozor iqtisodiyotining asosiy xususiyatlari quyidagilardan iborat:

* o'z-o'zini ta'minlash va o'zini o'zi moliyalashtirish, bu shuni anglatadiki, kompaniya faqat o'z mablag'lari manbalaridan, shuningdek foizlar bilan va o'z vaqtida qaytarilishi kerak bo'lgan kreditorlarning mablag'laridan foydalanadi;

* iqtisodiy va boshqa qarorlarni qabul qilishda mustaqillik: kompaniyaning o'zi nimani, qachon, qancha ishlab chiqarish va sotish kerakligini belgilaydi (qoida tariqasida, bu korxona tashkil etish bosqichida aktsiyadorlar tomonidan belgilanadi), kim bilan shartnomalar tuzish, qanday bitimlar tuzish kerak;

* korxonani, uning aktsiyadorlarini va xodimlarini boshqa shaxslar, shu jumladan davlat tomonidan korxona ishlariga o'zboshimchalik va asossiz aralashuvdan huquqiy himoya qilish.

Korxonaning samarali ishlashi uchun quyidagilarni amalga oshirish kerak:

* ishtirokchilar (muassislar) huquqlarini himoya qilish;

* ishtirokchilar (muassislar) va korxona rahbarlarining javobgarligini aniq belgilash, korporativ boshqaruv mexanizmlarini ishlab chiqish, aksiyadorlik jamiyati kapitalida ishtirok etish huquqlarining erkin qayta taqsimlanishini ta'minlash va bunday huquqlarning korxonani uzoq muddatli rivojlantirishdan manfaatdor shaxslarga (samarali egalar)o'tishini ta'minlash.;

* korxonaning investitsion jozibadorligini ta'minlash;

* shartnoma majburiyatlariga rioya etilishini ta'minlaydigan korxonaning iqtisodiy va shartnomaviy faoliyati tizimini yaratish;

* korxonaning moliyaviy-iqtisodiy holatining ularning ishtirokchilari (muassislari), investorlari, kreditorlari uchun shaffofligiga erishish;

* korxonani boshqarishning samarali mexanizmini yaratish.

Bozor erkinligi uning ishtirokchilarining majburiyatlarini nazarda tutadi, shu jumladan

qonun bilan himoyalangan boshqalarning huquqlari va mustaqilligini hurmat qilish majburiyati (sud va boshqa tartibda).

Narxlar va raqobat erkinligi shuni anglatadiki, aksariyat hollarda narxlar har qanday yuqori davlat organi tomonidan belgilanmasdan, balki talab va taklif omillari ta'siri ostida bozorda qo'shiladi, shuningdek bozorga erkin kirish va chiqish mumkin.

Kichik biznesni qo'llab-quvvatlash infratuzilmasi

"Kichik va o'rta biznesni qo'llab-quvvatlash infratuzilmasi-bu O'zbekiston Respulikasining davlat dasturlarini (kichik dasturlarini), davlat dasturlarini (kichik dasturlarini) amalga

oshirishda davlat va shahar ehtiyojlarini qondirish uchun tovarlar, ishlar, xizmatlarni sotib olish uchun tashkil etiladigan, o'z faoliyatini amalga oshiradigan yoki etkazib beruvchilar (ijrochilar, pudratchilar)sifatida jalb qilinadigan tijorat va notijorat tashkilotlar tizimi. (kichik dasturlar) O'zbekiston Respulikasining ta'sis sub'ektlari, shahar dasturlari (kichik dasturlar), kichik va o 'rta tadbirkorlik subyektlarini tashkil etish va ularga qo' llab-quvvatlash uchun shart-sharoitlarni ta 'minlaydi".

Infratuzilmaning iqtisodiy mazmuni uning funksiyalari tizimi orqali ochib beriladi []. Infratuzilmaning birinchi vazifasi butun xalq xo'jaligida, hududlarda, korxonalarda, ijtimoiy sohada tuzilmani tashkil etuvchi tarmoqlarning samarali faoliyat ko'rsatishi uchun umumiy shart-sharoitlarni yaratishdan iborat.

Ikkinchi funktsiya tizimni tashkil qiladi. Bu ko'payish jarayonida o'zaro bog'liqlikni o'rnatish orqali butun xalq xo'jaligida va uning alohida tarkibiy bo'g'inida ko'payishning barcha bosqichlarida birlikni ta'minlashga yordam beradi.

Infratuzilmaning uchinchi vazifasi ko'payishning dinamik barqarorligi uchun umumiy shart-sharoitlarni yaratadigan oqilona tovar, pul, axborot va boshqa oqimlarning uzluksizligini ta'minlashdan iborat. Shunday qilib, infratuzilma asosiy tarmoqlarda, umuman milliy iqtisodiyotda va uning barcha bo'g'inlarida kapital aylanishini tezlashtirish uchun omil, shartdir.

Infratuzilmaning muhim vazifasi innovatsion qo'llab - quvvatlash uchun umumiy shart-sharoitlarni yaratishdir-tadbirkorlik turini ko'paytirishning asosiy xususiyati. Innovatsiyalar ilmiy g'oyalar orqali paydo bo'ladi. Ilmiy ta'minot muammosi infratuzilmaning barcha funktsiyalari bilan bog'liq. Fundamental va amaliy fanlarning mahsuloti: metodologiya, nazariya, fundamental bilimlar, ko'payishni tashkil etishning yangi usullari, innovatsion menejment va marketing, yangi texnologiyalarni ishlab chiqish va boshqalar.

Qo'llab-quvvatlash infratuzilmasi-bu davlat va shahar hokimiyati ishtirokida tashkil etilgan turli tashkilotlar (fondlar, agentliklar, xizmat ko'rsatish va ko'rgazma markazlari, sug'urta va lizing muassasalari, biznes-inkubatorlar va boshqalar) to'plamidir. Bu kichik biznesning o'sishi va o'zini o'zi tashkil etishini

rag'batlantirish va uning faoliyatini mintaqaviy iqtisodiyot uchun eng muhim sohalarga yo'naltirish uchun mo'ljallangan.

Qo'llab-quvvatlash infratuzilmasi yordamida turli xil tadbirlar amalga oshirilishi mumkin. Masalan, aholini tadbirkorlik asoslari bo'yicha o'qitish, korxonalarni tezkor ro'yxatdan o'tkazish va ularga yuridik va konsalting xizmatlarini ko'rsatish, marketing tadqiqotlarini o'tkazish va kichik korxonalar mahsulotlarini namoyish qilish bilan ko'rgazma-yarmarkalarni tashkil etish, lizing xizmatlarini ko'rsatish, mahsulotlarni texnik qayta jihozlash va reklama qilishda yordam berish, xavfsizlikni ta'minlash, tadbirkorlar investitsiyalarni jalb qilish va boshqalar.

Hozirgi vaqtda kichik korxonalarni samarali qo'llab-quvvatlashdagi to'siqlardan biri bu kichik korxonalar faoliyatini ta'minlaydigan samarali infratuzilma ob'ektlarining yo'qligi yoki etishmasligi. Yirik korxonalar o'zlari uchun infratuzilmani yaratadilar: o'quv markazlari, marketing va yuridik bo'linmalar, aloqa infratuzilmasi - kirish yo'llari, kommunal tarmoqlar va boshqalar, vakolatxonalar va do'konlar ochish, o'z xodimlari uchun o'z banklari va ijtimoiy ob'ektlarini yaratish. Kichik korxona bunday harakat qila olmaydi. Ammo bozordagi qoidalar hamma uchun bir xil. Shu sababli, korxona mahsulotlarining muvaffaqiyatli raqobati uchun kichik korxona rahbari tajribali advokat bilan maslahatlashishi, marketing tadqiqotlarini o'tkazishi va mahsulotni savdo tarmog'i yordamida sotishi kerak. Kichik biznesni qo'llab-quvvatlash infratuzilmasi bunday imkoniyatni va mavjud shartlarda taqdim etishi kerak.

Kichik biznesni qo'llab - quvvatlash infratuzilmasi-bu biznesni rivojlantirish uchun zarur bo'lgan va tovarlar va xizmatlar ishlab chiqarish uchun atrof-muhit va sharoitlarni ta'minlaydigan, ta'lim, konsalting va boshqa xizmatlarni ko'rsatadigan kichik korxonalar faoliyatini tartibga soluvchi davlat, nodavlat, jamoat, ta'lim va tijorat tashkilotlari majmui.

Davlat buyurtmalariga kirish

Kichik korxonalarning sekin rivojlanishining muhim sababi davlat buyurtmalaridan foydalanishdir. Davlat tenderlari paytida kichik biznes yirik korxonalar bilan raqobatlasha olmaydi. Yuqori ixtisoslik, arzonlik va samaradorlik kabi omillar yirik

kompaniyalarga nisbatan katta ustunlik beradi. Kichik biznesni davlat shartnomalari bilan ta'minlash moliyalashtirish muammosini qisman hal qilishi mumkin, korxonalar faol rivojlanishi va texnologik yangiliklarni yaratishi mumkin. Shuni ta'kidlash kerakki, davlat siyosati ushbu yo'nalishda faol rivojlanmoqda.

6.2. Tadbirkorlik faoliyatini litsenziyalash

Yaqin vaqtgacha Rossiyada litsenziyalash sohasida yagona huquqiy qo'llab-quvvatlash normalari mavjud emas edi. "Faoliyatning ayrim turlarini litsenziyalash to'g'risida" federal qonunining litsenziyalanishi ilgari kuchga kirgan boshqa federal qonunlar bilan belgilanadigan muayyan faoliyat turlarini litsenziyalash tartibiga litsenziyalashning belgilangan tartibini tarqatmaslik to'g'risidagi normalari litsenziyalash tartibining birligi printsipiga zid edi.

"Faoliyatning ayrim turlarini litsenziyalash to'g'risida "federal qonuniga o'zgartish va qo'shimchalar kiritish to'g'risida" gi qonun Rossiya federatsiyasi hududida litsenziyalash tartibini soddalashtirish va soddalashtirish, litsenziyalangan faoliyatning yagona cheklangan ro'yxatini aniqlash va faoliyat turlarini kamaytirish maqsadida ishlab chiqilgan.

Ushbu qonunda belgilangan litsenziyalash tartibi litsenziyalash qonunda nazarda tutilgan faoliyat turlariga, shu jumladan litsenziyalash "faoliyatning ayrim turlarini litsenziyalash to'g'risida" federal qonuni kuchga kirgunga qadar kuchga kirgan boshqa federal qonunlar bilan belgilangan faoliyat turlariga nisbatan qo'llaniladi. Shunday qilib, faoliyatning muayyan turlarini litsenziyalash tartibini tartibga soluvchi ko'plab huquqiy normalarni qo'llash imkoniyati istisno qilinadi. faoliyatning ayrim turlarini litsenziyalash.

2011 yildan boshlab tadbirkorlik faoliyatini litsenziyalash "faoliyatning ayrim turlarini litsenziyalash to'g'risida"2011 yil 4 maydagi 99-FZ-sonli Federal qonuni bilan tartibga solinadi. Ro'yxatga litsenziyalangan faoliyatning 50 turi kiritilgan. Biz tadbirkorlar orasida eng mashhurlarini ko'rsatamiz:

* xususiy xavfsizlik faoliyati;

* xususiy detektiv (detektiv) faoliyat;

* qora metallar, rangli metallar parchalarini tayyorlash, saqlash, qayta ishlash va sotish;

* O'zbekiston Respublikasi hududidan tashqarida O'zbekiston Respublikasi fuqarolarini ish bilan ta'minlash bo'yicha xizmatlar ko'rsatish;

* aloqa xizmatlarini ko'rsatish;

* sakkizdan ortiq odamni tashish uchun jihozlangan avtomobil transportida yo'lovchilarni tashish faoliyati • agar ushbu faoliyat buyurtmalar bo'yicha yoki yuridik shaxs yoki yakka tartibdagi tadbirkorning o'z ehtiyojlarini qondirish uchun amalga oshirilsa bundan mustasno);

* ta'lim faoliyati • "Skolkovo" innovatsion markazi hududida joylashgan xususiy ta'lim tashkilotlari tomonidan amalga oshiriladigan ushbu faoliyat bundan mustasno);

* (02.07.2013 yildagi 185-FZ-sonli Federal qonuni tahririda) tibbiy faoliyat ("Skolkovo" innovatsion markazi hududida tibbiyot tashkilotlari va xususiy sog'liqni saqlash tizimiga kiruvchi boshqa tashkilotlar tomonidan amalga oshiriladigan ushbu faoliyat bundan mustasno);

* farmatsevtika faoliyati;

* Ko'p qavatli uyni boshqarish faoliyati • 1 maydan boshlab 2015).

Ro'yxatdagi faoliyat turlarini amalga oshirish huquqi uchun litsenziyalar tashkilotlarga ham, yakka tartibdagi tadbirkorlarga ham berilishi mumkin, " O'zbekiston Respublikasida ta'lim to'g'risida" federal qonun bilan tartibga solinadigan ta'lim faoliyati bundan mustasno .

Davlat tomonidan tartibga solinishi to'liq tartibga solinadigan va funktsional majburiyatlari tufayli davlat nazorati va nazorat organlari tomonidan boshqa usullar bilan, shu jumladan davlat normalari, davlat standartlari, sertifikatlashtirish, muvofiqlik deklaratsiyasi, akkreditatsiya, sanitariya, qurilish va boshqa qoidalar va me'yorlarni qo'llash orqali amalga oshirilishi kerak bo'lgan faoliyat turlari litsenziyalash doirasidan chiqarildi. Shu bilan birga, amaldagi qonun hujjatlarida davlat normalari va

qoidalarini buzganlik uchun ma'muriy, ayrim hollarda jinoiy javobgarlik nazarda tutilganligi, mansabdor shaxslarning o'z vazifalarini lozim darajada bajarmaganligi uchun javobgarligi belgilanganligi hisobga olindi.

Qonun ariza beruvchini ro'yxatdan o'tkazishni soddalashtirishga qaratilgan bo'lib, soddalashtirilgan ro'yxatga olish tartibi kontseptsiyasi shunday tuzilganki, ro'yxatdan o'tkazuvchi organlar boshqa organlar va tashkilotlarga nafaqat yuridik shaxslarni ro'yxatdan o'tkazish faktlari, balki ushbu yuridik shaxsga nisbatan reestrda mavjud bo'lgan barcha ma'lumotlar to'g'risida ham ma'lumot beradi.

Ro'yxatga olish tartibini soddalashtirish ma'lumotlarning ishonchliligi va dolzarbligini ta'minlash uchun xo'jalik yurituvchi sub'ektlarning yuridik shaxs to'g'risida yolg'on ma'lumotlarni taqdim etmaganligi, o'z vaqtida taqdim etmaganligi yoki taqdim etmaganligi uchun jinoiy va ma'muriy javobgarligining sa'y-harakatlari bilan muvozanatli bo'lishi kerak. Bir tomondan yuridik shaxslarning yagona davlat reyestri, boshqa tomondan esa noqonuniy rad etish va ro'yxatdan o'tishni himoya qilish. Ushbu normalar "Rossiya federatsiyasi jinoyat kodeksiga va Rossiya Federatsiyasining ma'muriy huquqbuzarliklar to'g'risidagi kodeksiga o'zgartish va qo'shimchalar kiritish to'g'risida"federal qonunida nazarda tutilgan.

6.3. Tadbirkorlik sohasidagi jinoiy javobgarlik

Jinoiy javobgarlik-bu yuridik javobgarlikning mustaqil va eng og'ir turi. Jinoiy javobgarlikning asosi, jinoyat va jazo bilan bog'liq bo'lgan boshqa narsalar singari, O'zbekiston Respublikasi Jinoyat kodeksida (O'zbekiston Respublikasi jinoyat kodeksi) nazarda tutilgan bo'lib, u 1997 yil 1 yanvardan kuchga kirgan.asos deganda har qanday shaxsni jinoiy javobgarlikka tortish mumkin bo'lgan bunday hodisaning boshlanishi tushuniladi.

Jinoyatni boshqa huquqbuzarliklardan ajratib turadigan asosiy belgi uning ijtimoiy xavfliligi bo'lib, u qonun bilan muhofaza qilinadigan ijtimoiy munosabatlar, moddiy va nomoddiy qadriyatlar uchun jinoyat sodir etishda yuzaga

keladigan haqiqiy va taxmin qilingan zarar bilan belgilanadi. Shuning uchun jinoyat alomatlari bo'lgan harakatlar uchun Rossiya federatsiyasi jinoyat kodeksida jazo tahdidi ostida taqiq o'rnatildi.

Muqarrar ravishda sodir etilgan jinoyat uchun (majburiy) jazo qo'llanilishi kerak. Jinoyat sodir etganlikda aybdor deb topilgan shaxsga nisbatan jazo qo'llanilishi mumkin.

Shunday qilib, sodir etilgan jinoyat uchun jazoni faqat davlat qo'llashi mumkin. Jinoiy jazoning mohiyati Rossiya federatsiyasi jinoyat kodeksida nazarda tutilgan shaxsning huquq va erkinliklaridan mahrum qilish yoki cheklashdir.

Jazoning maqsadlari:

* Ijtimoiy adolatni tiklash.

* Mahkumni tuzatish.

* Mahkumlarning o'zlari va boshqa shaxslar tomonidan yangi jinoyatlar sodir etilishining oldini olish.

Jazolarning o'ziga xos turlari Rossiya federatsiyasi jinoyat kodeksida ham ko'zda tutilgan. Ularning ro'yxatiga quyidagilar kiradi: jarima, majburiy ish, axloq tuzatish ishlari, hibsga olish va boshqalar.

Tadbirkorlik faoliyati sohasida eng keng tarqalgan jazo turlari: jarima, erkinlikni cheklash, ozodlikdan mahrum qilish, mulkni musodara qilish va boshqalar.

Tadbirkorlik sohasidagi jinoyatlarni ikki guruhga bo'lish mumkin:

* Tadbirkorlar tomonidan sodir etilgan jinoyatlar.

* Tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanuvchi shaxslarga nisbatan sodir etilgan jinoyatlar.

Noqonuniy tadbirkorlik. Eski nashrda soxta tadbirkorlik tushunchasi ko'rib chiqilgan (O'zbekiston Respublikasi jinoyat kodeksining 173-moddasi eski nashrda).

O'zbekiston Respublikasi jinoyat kodeksining yangi tahririda 173,1-modda. ushbu jihat yuridik shaxsning oldingi shaxslar orqali noqonuniy shakllanishi (tashkil etilishi, qayta tashkil etilishi), shuningdek yuridik shaxslar va yakka tartibdagi tadbirkorlarni davlat ro'yxatidan o'tkazuvchi organga taqdim etilishi sifatida qaraladi, bu esa yuridik shaxslarning yagona davlat

reestriga oldingi shaxslar to'g'risidagi ma'lumotlarni kiritishga olib keldi. Va yuridik shaxsni shakllantirish (yaratish, qayta tashkil etish) uchun hujjatlardan noqonuniy foydalanish – O'zbekiston Respublikasi jinoyat kodeksi, 173.2-modda.

Noqonuniy bank faoliyati. Qonunchilik jinoyatlarni noqonuniy bank faoliyati turiga ajratadi: bunday ruxsatnoma (litsenziya) majburiy bo'lgan hollarda, agar ushbu harakat fuqarolarga, tashkilotlarga yoki davlatga katta zarar etkazgan bo'lsa yoki katta miqdorda daromad olish bilan bog'liq bo'lsa, ro'yxatdan o'tmasdan yoki maxsus ruxsatnomasiz (litsenziyasiz) bank faoliyatini (bank operatsiyalarini) amalga oshirish. Ushbu faoliyat noqonuniy tadbirkorlik bilan bir qatorda malakaga ega.

Pul yoki boshqa mulkni qonuniylashtirish (yuvish). Pul mablag'larini yoki boshqa mol-mulkni legallashtirish (yuvish) bilan bog'liq iqtisodiy jinoyatlar katta miqyosga ega bo'lib, boshqa narsalar qatorida kapitalni chet elga olib chiqish bilan bog'liq.

Tashkilotdan soliqlar va (yoki) yig'imlarni to'lashdan bo'yin tovlash. Huquqni muhofaza qilish va soliq organlari hozirgi bosqichda tizimli xarakterga ega bo'lgan va katta miqyosda tavsiflanadigan tashkilotdan soliqlar va (yoki) yig'imlarni to'lashdan bo'yin tovlash amaliyotiga katta e'tibor berishadi: soliq deklaratsiyasini yoki O'zbekiston Respublikasining soliq va yig'imlar to'g'risidagi qonun hujjatlariga muvofiq taqdim etilishi majburiy bo'lgan boshqa hujjatlarni taqdim etmaslik yoki soliq idorasiga kiritish orqali

O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasida soliqlarni to'lash majburiyati belgilangan. Ushbu majburiyatdan qochish yakka tartibdagi tadbirkorlar uchun ham, fuqarolar uchun ham qabul qilinishi mumkin emas, chunki bunday harakatlar huquqbuzarlik deb hisoblanadi (O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasining 51-moddasi).

Qasddan bankrotlik va soxta bankrotlik. Qasddan bankrotlik, ya'ni yuridik shaxsning rahbari yoki muassisi (ishtirokchisi) yoki fuqaroning, shu jumladan yakka tartibdagi tadbirkorning yuridik shaxs yoki fuqaroning, shu jumladan yakka tartibdagi tadbirkorning kreditorlarning pul majburiyatlari bo'yicha talablarini to'liq qondira olmasligi va (yoki) kreditorlarning pul

majburiyatlari bo'yicha majburiyatlarini to'lash majburiyatini bajarishiga olib keladigan xatti-harakatlari (harakatsizligi). agar ushbu harakatlar (harakatsizlik) katta zarar etkazgan bo'lsa (tahrir.

Ushbu maqola davlat hokimiyati organlari, mahalliy o'zini o'zi boshqarish organlari va ularning mansabdor shaxslari tomonidan noqonuniy harakatlarni o'z ichiga oladi: ro'yxatdan o'tishni noqonuniy rad etish yoki tadbirkorlik sub'ektini ro'yxatdan o'tkazishdan bosh tortish, litsenziya berishni noqonuniy rad etish, tadbirkorlar faoliyatiga noqonuniy aralashish, tadbirkorlarning huquqlari va qonuniy manfaatlarini cheklash va boshqalar.

Tovlamachilik (reket) tadbirkorlikka, fuqarolarning mulkiy huquqlariga, ularning hayoti va sog'lig'iga tuzatib bo'lmaydigan zarar etkazadi. Tovlamachilik jinoyatlarning eng keng tarqalgan turlaridan biridir. Bu ma'muriy tizimning oqibatlari bilan ham, bozor munosabatlariga o'tishning yuqori sur'atlari bilan ham bog'liq bo'lib, ko'plab fuqarolar Qonunchilik asosida bozor munosabatlarida ishtirok etishdan bosh tortdilar.

Shuni ta'kidlash kerakki, O‘zbekiston Respublikasi jinoyat kodeksi tadbirkorlik faoliyatining barcha sohalarini qamrab oladi, bozor munosabatlarining rivojlanishi bilan yuzaga kelgan haqiqatlarni aks ettiradi va boshqa qonunlar bilan birgalikda O‘zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasiga asoslanib, jamiyatda jinoyatlarning oldini olish uchun barcha zarur shart-sharoitlarni yaratadi.

Huquqiy tartibga solish va huquqiy himoya tadbirkorlikni shakllantirishning asosiy jihati hisoblanadi.

Tayanch iboralar:Tadbirkorlik faoliyati. Tadbirkorlik faoliyatini litsenziyalash. Kichik biznesni qo'llab-quvvatlash infratuzilmasi. Davlat buyurtmasi.

6.4. Kichik biznes faoliyatini moliyaviy qo'llab-quvvatlash

"Rivojlanishning turli bosqichlarida kichik va o'rta biznesni moliyaviy qo'llab-quvvatlashning ko'p kanalli tizimi shakllantirildi, bu ham qaytariladigan, ham qaytarib berilmaydigan moliyalashtirish vositalaridan foydalanishni o'z

ichiga oladi. Strategiyani amalga oshirish doirasida kichik va o'rta korxonalarni moliyaviy qo'llab-quvvatlashning amaldagi shakllari va turlari samaradorligini oshirish, shuningdek, bunday qo'llab-quvvatlashning yangi vositalarini yaratish ta'minlanadi. Shu bilan birga, kichik va o'rta korxonalarni moliyaviy qo'llab - quvvatlash kichik va o'rta korxonalarni ajratilgan maqsadli tarmoqlar-ommaviy va yuqori texnologiyalar bo'yicha farqlash asosida amalga oshiriladi".

O'zbekiston Respublikasida 2030 yilgacha bo'lgan davrda kichik va o'rta biznesni rivojlantirish strategiyasi. Rossiya Federatsiyasi hukumatining 2016 yil 2 iyundagi 1083-r-sonli buyrug'i bilan tasdiqlangan.

Har qanday tadbirkorlik faoliyati moliyaviy munosabatlarning paydo bo'lishini anglatadi:

* boshqa korxonalar va tashkilotlar bilan;
* korxonaning o'zida;
* moliya-kredit tizimi bilan;
* bozor munosabatlarining boshqa sub'ektlari bilan •

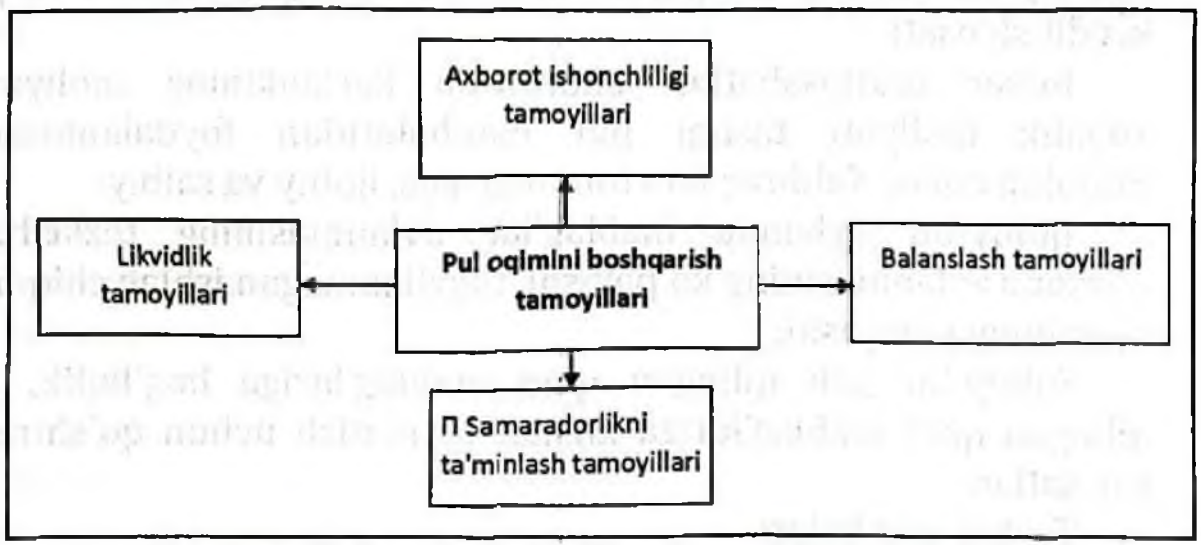
Tadbirkorlik tuzilmasining samarali faoliyatining asosiy shartlaridan biri bu moliya (pul mablag'lari) mavjudligi va ulardan samarali foydalanishdir.

Tadbirkorlik faoliyatini samarali moliyaviy qo'llab-quvvatlash oddiy va kengaytirilgan takror ishlab chiqarishni moliyaviy qo'llab-quvvatlash shakllari va usullari, tamoyillari va shartlarining yig'indisidan iborat.

Moliyaviy ta'minot yoki moliyalashtirish-bu tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish uchun zarur bo'lgan kapitalni (pul mablag'larini) shakllantirish jarayoni. "Moliyalashtirish" atamasini "investitsiya" dan ajratish kerak, agar birinchisi tashkilot kapitalini shakllantirishni anglatsa, ikkinchisi undan foydalanishdir. Samarali moliyaviy yordam tadbirkor, korxona rahbari va moliyaviy xizmatlar rahbarining moliyaviy savodxonligi kabi tushunchalar bilan bevosita bog'liqdir.

Moliyaviy savodxonlik tadbirkorlik tuzilmasi ega bo'lgan yoki tashqi manbalardan (tashqi manbalardan) jalb qilingan mablag'lardan samarali, malakali foydalanish (sarflash) bilan

belgilanadi. Moliyaviy savodxonlik, shu jumladan pul oqimlarini boshqarish tamoyillariga asoslanadi (2-rasm). 2).



2-rasm. Pul oqimlarini boshqarish printsipi

Tadbirkorlik tuzilmasi faoliyatini moliyalashtirish manbalari

Korxonaning moliyaviy resurslari-bu korxonaning moliyaviy majburiyatlarini bajarish, ishlab chiqarishni kengaytirish bilan bog'liq joriy xarajatlar va xarajatlarni moliyalashtirish uchun mo'ljallangan o'z pul daromadlari va tashqi tushumlari (jalb qilingan va qarzga olingan mablag'lar) to'plamidir.

Kapital kabi tushunchani ta'kidlash kerak-ishlab chiqarishga investitsiya qilingan va tovar aylanmasi tugagandan so'ng daromad keltiradigan moliyaviy resurslarning bir qismi. Boshqacha qilib aytganda, kapital moliyaviy resurslarning o'zgartirilgan shakli sifatida ishlaydi.

Korxonani moliyalashtirish manbalari ichki (kapital) va tashqi (qarz va jalb qilingan kapital) ga bo'linadi. Ichki moliyalashtirish o'z mablag'laridan va birinchi navbatda sof foyda va amortizatsiya ajratmalaridan foydalanishni o'z ichiga oladi.

Ichki manbalarga quyidagilar kiradi:

a) foyda;

b) amortizatsiya ajratmalari;

v) operatsion bo'lmagan daromadlar;

D) tasarruf etilgan mol-mulkni sotishdan tushgan tushum;

D.) zaxira fondi va boshqalar.

Korxonalarni ichki moliyalashtirish ko'p jihatdan nafaqat korxonaning o'ziga, balki tashqi tadbirkorlik muhitiga ham bog'liq: davlatning soliq, amortizatsiya, byudjet, bojxona va pul-kredit siyosati.

Bozor munosabatlari sharoitida korxonaning moliyaviy-xo'jalik faoliyati tashqi pul manbalaridan foydalanmasdan mumkin emas. Kaldıraç ikki tomonga ega, ijobiy va salbiy:

Ijobiy-bu aylanma mablag'lar aylanmasining tezlashishi, korxona aylanmasining ko'payishi, tugallanmagan ishlab chiqarish hajmining pasayishi;

Salbiy-bu jalb qilingan qarz mablag'lariga bog'liqlik, jalb qilingan qarz mablag'lariga xizmat ko'rsatish uchun qo'shimcha xarajatlar.

Tashqi manbalar:

a) kreditlar va investitsiyalar;

b) o 'z qimmatli qog' ozlarini sotishdan tushgan mablag ' lar;

C) emissiya;

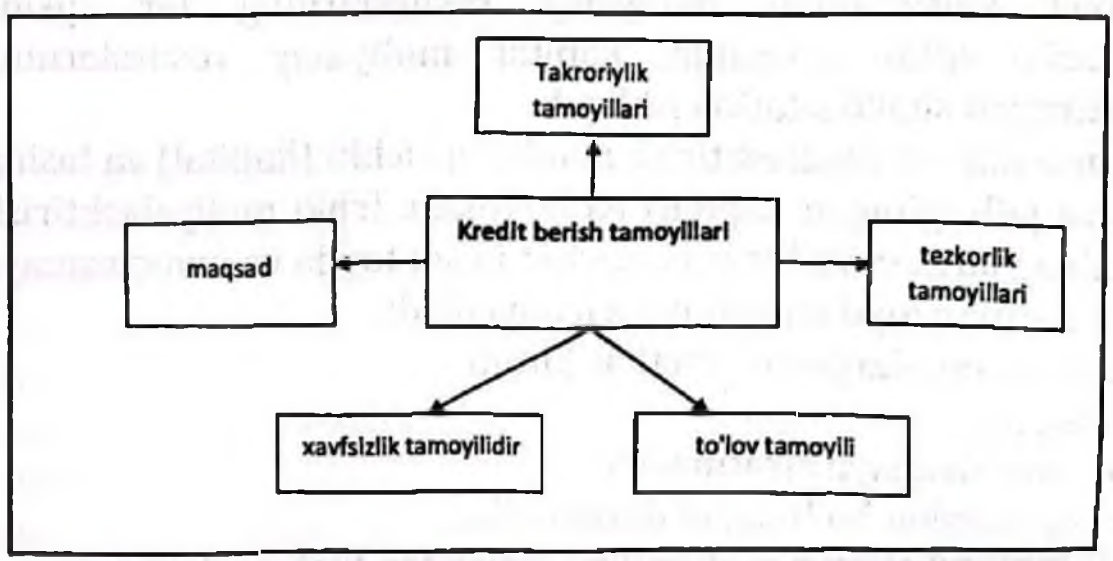
D) tijorat kreditlari;

D.) byudjet mablag'lari, subsidiyalar va subvensiyalar;

e) lizing, faktoring;

g) korxona muassislari (ishtirokchilari) ning pul resurslari.

Kredit shaklida tashqi qarz mablag'larini jalb qilish quyidagi printsiplar asosida amalga oshiriladi (1-rasm). 3).



3- Rasm. Kredit berishga asoslangan tamoyillar

Qaytarilish printsipi-bu qarz mablag'larini to'liq qaytarib berishni kafolatlashni anglatadi.

Shoshilinchlik printsipi kreditni aniq belgilangan muddatda qaytarish zarurligini anglatadi.

To'lov printsipi kreditning o'zi ham, kredit bo'yicha kelishilgan foizlar va boshqa to'lovlarni (to'lovlar, jarimalar va jarimalar va boshqalar) qaytarishni anglatadi.

Moddiy (mulkiy, moliyaviy) ta'minot printsipi-bu qarz oluvchi tomonidan amaldagi qoidalar va qoidalarga muvofiq hujjatlashtirilgan moddiy, moliyaviy yoki boshqa majburiyatlar bilan tasdiqlangan qarz mablag'larini qarz beruvchiga qaytarish kafolati.

Kreditning maqsadli tabiati printsipi-mablag'lar ma'lum bir dasturga, ma'lum bir shartnomaga (shartnomaga) ajratilgan hollarda qo'llaniladi.

Korxona faoliyatida mikrokreditlar

Mikrokredit-bu kredit munosabatlarining ishtirokchisi sifatida kichik korxonaning o'ziga xos xususiyatlarini hisobga oladigan nisbatan yangi moliyaviy texnologiya va xalqaro tajriba shuni ko'rsatadiki, hozirgi vaqtda ushbu toifadagi qarz oluvchilar bilan ishlashda eng samarali shakl hisoblanadi . [..218-bet]

Jadvalda. 10 mikrokreditlashning asosiy tamoyillari keltirilgan.

10-jadval

Printsiplar	Printsipning mohiyati
Nisbatan kichik summalarni kreditga berish	Kredit miqdori bo'yicha cheklovlar mintaqaning iqtisodiy rivojlanish darajasi bilan belgilanadi
Arizalarni ko'rib chiqish va nazorat qilishning soddalashtirilgan tartibi	Mikrokredit institutlarining mikroklientlari moliyaviy hujjatlar bilan ishlash uchun etarli malakaga ega emaslar, ularga kerak bo'lgan moliyaviy mablag'lar odatda juda kichikdir
Qisqa muddatli kreditlar berish.	Kredit shartnomasi bir necha haftadan 6-12 oygacha tuziladi
Kreditning tadbirkorlik xususiyati	Olingan kredit mablag'laridan samarali maqsadlarda foydalanish kredit olishning zaruriy shartidir

Mikrokreditlashning o'ziga xos xususiyatlariga quyidagilar kiradi:

1. Qarz oluvchilar va bank xodimlarining doimiy aloqasi. Har bir kichik korxona (qarz oluvchi) kredit arizasi tuzilgan paytdan boshlab qarz mablag'lari qaytarilgunga qadar ma'lum bir kredit mutaxassisi tomonidan nazorat qilinadi.

2. Bosqichma-bosqich kreditlash texnikasidan foydalanish. Qarz oluvchi birinchi marta murojaat qilganda faqat kichik miqdordagi kreditga ishonishi mumkin. An'anaviy bank kreditlash texnologiyalari uchun atipik bo'lgan turli xil kafolatlardan foydalanish.

3. Mikrokreditlar bo'yicha foiz stavkalarining bank krediti narxlarining o'rtacha darajasiga muvofiqligi. Bu mikrokredit dasturlarining tijorat samaradorligiga erishish uchun yagona imkoniyatdir. Kichik korxonalar uchun kredit olish manbasini tanlashning asosiy omili narx emas, balki kredit resurslaridan foydalanish imkoniyatidir, chunki odatda qarz mablag'larini moliyalashtirishning yagona haqiqiy varianti bank krediti hisoblanadi.

4. Mikrokreditlar, qoida tariqasida, izolyatsiya qilingan moliyaviy operatsiya emas, balki kredit berish bilan bir qatorda ta'lim, konsalting, axborot, ijtimoiy va moliyaviy xizmatlarni ko'rsatishni o'z ichiga olgan maxsus dasturlar doirasida amalga oshiriladi. Ushbu tamoyil juda muhimdir, chunki taniqli kichik biznesning ko'plab vakillari kredit olish uchun murojaat qilishda tegishli huquqiy va moliyaviy hujjatlar bilan ishlash ko'nikmalariga ega emaslar, shuningdek moliyaviy savodxonlikning yuqori darajasiga ega emaslar, bu ularning kredit olish imkoniyatlarini pasaytiradi.

5. Nisbatan kichik xavf darajasi. Mikrokredit mikrokredit institutlari uchun yuqori xavfli emas, chunki mikrokredit texnologiyasi nisbatan kichik kreditlar bilan qarz oluvchilarning birgalikdagi javobgarligini qo'llashni nazarda tutadi. Jahon statistikasi shuni ko'rsatadiki, mikrokredit institutlarida muddati o'tgan va qaytarilmagan kreditlarning ulushi bank tizimining o'xshash ko'rsatkichlari bilan taqqoslanadi (va ba'zi hollarda pastroq). [].

Mikrokredit funktsiyalarining ikkita asosiy guruhini ajratish mumkin []:

1. Ijtimoiy funktsiya: qashshoqlikni kamaytirish vositasi; tadbirkorlik tashabbusini rag'batlantirish; biznesni dekriminallashtirishga, norasmiy moliya sektorini qisqartirishga va natijada qarz oluvchilar faoliyatining shaffofligini oshirishga yordam beradigan mexanizm.

2. Kichik biznesning moliyaviy barqarorligini oshirish, kichik biznes sektorini kengaytirishni ta'minlaydigan iqtisodiy funktsiya; moliyaviy xizmatlar assortimenti va sifatini oshirish, mamlakatda moliya tizimining faoliyatini umumiy takomillashtirish; kichik qarz oluvchilarda kredit tarixini shakllantirish – banklarda kredit olish ehtimolini oshirish; tadbirkorlik faoliyatini rag'batlantirishda yangi ish o'rinlarini yaratish.

Mikromoliya kompaniyalari (IFC). Ularga aholini kreditlash bo'yicha faoliyat olib borish, shuningdek, bunday faoliyatni amalga oshirish uchun tashqi tomondan pul mablag'larini jalb qilish huquqi berilgan, shu jumladan investitsiya (fond) vositasi sifatida obligatsiyalar chiqarish mumkin. IFC tomonidan berilishi mumkin bo'lgan kreditning maksimal miqdori 1 million rublni tashkil etadi, bu mikrokredit kompaniyasidan qarzning mumkin bo'lgan miqdoridan 2 baravar ko'pdir.

Mikrokredit kompaniyalari (XQXQ). Bunday tashkilotlar mikromoliya faoliyatini amalga oshirishi mumkin, ammo ruxsatsiz shaxslarning mablag'larini jalb qilmasdan.buni faqat bunday kompaniyalarning muassislari (aktsiyadorlari) amalga oshirishi mumkin, bu XQXQning XQXQ bilan taqqoslaganda eng muhim farqlari va cheklovlaridan biridir. Obligatsiyalarni chiqarish taqiqlangan va maksimal kredit miqdori 500 mingni tashkil etadi. rubl.

Uzoq vaqt davomida zamonaviy Rossiyada mikrokreditlar instituti mavjud emas edi, bu mikromoliya tashkilotlari ishlashi mumkin bo'lgan Qonunchilik bazasining yo'qligi bilan bog'liq edi.

Mikromoliya tashkilotlari uch xil guruh tomonidan namoyish etiladi:

* 38% kichik biznes va boshlang'ich tadbirkorlarni qo'llab-quvvatlash uchun kreditlardir. Davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash dasturlari tufayli ushbu segmentdagi stavkalar yiliga 10% dan;

* 44% iste'mol kreditlari bo'lib, foiz stavkalari yiliga 40% dan boshlanadi;

* 18% "ish haqi uchun kreditlar" deb nomlanadi – 30 ming rublgacha bo'lgan kreditlar, 1 oydan oshmaydigan qisqa muddatga, ko'pincha 1-2 hafta davomida beriladi.

Kichik korxonaning moliyaviy mexanizmi

Korxona moliyasini boshqarish moliyaviy mexanizm yordamida amalga oshiriladi. Korxonaning moliyaviy mexanizmi-bu maksimal foyda olish uchun korxona moliyasini boshqarish tizimi.

Moliyaviy menejment tizimiga quyidagilar kiradi: moliyaviy usullar, moliyaviy vositalar, huquqiy yordam, moliyaviy menejmentni axborot-uslubiy ta'minlash.

Moliyaviy usullar moliyaviy rejalashtirish, moliyaviy buxgalteriya hisobi, moliyaviy tahlil, moliyaviy tartibga solish va moliyaviy nazoratdir. Buxgalteriya hisobining xalqaro standartiga muvofiq, moliyaviy vosita deganda bitta korxona uchun moliyaviy aktiv paydo bo'ladigan har qanday shartnoma va moliyaviy majburiyat yoki kapital vositasi (ya'ni kapitalda ishtirok etish bilan bog'liq) tushuniladi – boshqasi uchun.

Moliyaviy vositalar debitorlik va kreditorlik qarzlari, aktsiyalar va moliyaviy optsionlar, fyucherslar va forvardlar, foizlar va valyuta svoplari kabi derivativlar kabi asosiy vositalarni o'z ichiga oladi.

Moliyaviy aktiv quyidagi shaklda bo'lishi mumkin: pul mablag'lari, boshqa korxonadan pul mablag'larini yoki boshqa moliyaviy aktivlarni olish uchun shartnoma huquqi, shartnoma bo'yicha almashtirish huquqi

boshqa korxona bilan moliyaviy vosita, boshqa korxonaning kapital xarakteridagi vosita.

Moliyaviy majburiyat shartnoma bo'yicha har qanday majburiyatdir: naqd pul yoki boshqa moliyaviy aktivni yetkazib berish; potentsial noqulay shartlarda boshqa tashkilot bilan moliyaviy vositalarni almashish.

Moliyaviy vositalar bilan operatsiyalar har doim moliyaviy xatarlar bilan birga keladi. Axborot ta'minoti moliyaviy hisobot foydalanuvchilariga moliyaviy vositalarning xavflilik darajasini baholashga imkon beradi.

6.5. Maxsus soliq rejimlari

"Kichik va o'rta biznes sektorini rivojlantirish bo'yicha belgilangan maqsadga erishish samarali soliq siyosatini ishlab chiqmasdan amalga oshirilmaydi, uning asosiy strategik yo'nalishlari quyidagilar bo'lishi kerak: barqarorlik va bashorat qilish; kichik va o'rta korxonalarning Real ehtiyojlariga yo'naltirish; soliqlarning fiskal va rag'batlantiruvchi ta'sirining muvozanati; soliq tashabbuslarini muhokama qilish jarayonida biznesni faol jalb qilish."

Maxsus soliq rejimlari-bu soliq to'lovchilarning ayrim toifalari uchun belgilangan soliq majburiyatlarini shakllantirish va bajarishning maxsus mexanizmi bo'lib, uning harakati ustuvor faoliyat turlarini soliq rag'batlantirish va soliq nazoratini ta'minlash maqsadlarini birlashtirishga qaratilgan. Maxsus soliq rejimi to'langan soliqlar tarkibining o'ziga xosligi, bir qator soliqlarni bitta (bitta) soliq bilan almashtirish, qisqartirilgan tartib, buxgalteriya hisobi va hisobotini yuritish va taqdim etish, buxgalteriya hisobi va soliq hisobotini taqdim etish shakllari va muddatlarini qisqartirish, maxsus tashkiliy-huquqiy va iqtisodiy printsiplarga asoslanadi., uni qo'llashda MP sub'ektlariga qo'yiladigan talablar.

Soliq huquqi instituti sifatida maxsus soliq rejimi soliq-huquqiy munosabatlar sub'ektlarining ma'lum bir toifasi uchun qulay shart-sharoitlarni yaratish uchun soliq elementlarini aniqlashning maxsus tartibini tartibga soluvchi soliq-huquqiy normalar to'plamidir.

Hozirgi vaqtda amaldagi qonunchilikka binoan kichik biznesni soliqqa tortishda umumiy tizim bilan bir qatorda soliq kodeksida belgilangan kichik biznes sub'ektlari tomonidan soliqlar va yig'imlarni hisoblash va to'lashning maxsus tartibi bo'lgan maxsus soliq rejimlari qo'llanilishi mumkin. Shu bilan birga, amaldagi soliq tizimlarining har biri afzalliklari bilan bir qatorda ma'lum miqdordagi salbiy tomonlarga ega.

Maxsus soliq rejimlariga soddalashtirilgan soliq tizimi, yagona er solig'i, soliq tizimi kiradi.

Tashkilotlar va yakka tartibdagi tadbirkorlarning soddalashtirilgan soliq tizimi (soddalashtirilgan soliq tizimi)

Yakka tartibdagi tadbirkor yoki tashkilot soddalashtirilgan soliqqa tortish tizimiga (sts) o'tish huquqiga va aksincha. Soddalashtirilgan soliqqa tortish tizimiga o'tishda bir qator shartlar mavjud.

O‘zbekiston Respublikasi soliq kodeksining 461 moddasiga asosan soddalashtirilgan soliq tizimini qo'llash huquqiga ega emas:

1) O‘zbekiston Respublikasining bojxona chegarasi orqali tovarlarni olib kirishni (importni) amalga oshiruvchi yuridik shaxslar va yakka tartibdagi tadbirkorlarga;

2) aksiz solig‘i to‘lanadigan tovarlarni (xizmatlarni) ishlab chiqaruvchi va foydali qazilmalarni kavlab olishni amalga oshiruvchi yuridik shaxslarga;

3) yuridik shaxslar — qishloq xo‘jaligi tovar ishlab chiqaruvchilariga, basharti ularda yigirma besh gektar va undan ortiq sug‘oriladigan qishloq xo‘jaligi ekin maydoni mavjud

4) benzin, dizel yoqilg‘isi va gazni realizatsiya qilishni amalga oshiruvchi yuridik shaxslarga;

5) lotoreyalarni tashkil etish bo‘yicha faoliyatni amalga oshiruvchi yuridik shaxslarga;

6) oddiy shirkat ishlarini yuritish o‘z zimmasiga yuklatilgan ishonchli shaxsga — oddiy shirkat shartnomasi doirasida amalga oshirilayotgan faoliyat bo‘yicha;

7) bo‘sh turgan binolar, yashash uchun mo‘ljallanmagan inshootlar va qurilishi tugallanmagan obyektlar, shuningdek foydalanilmayotgan ishlab chiqarish maydonlarining mulkdori

bo'lgan yuridik shasxlarga, ulardan samarasiz foydalanilayotganligi bo'yicha qonunda belgilangan tartibda xulosa kiritilganda;

8) markazlashtirilgan moliyalashtirish manbalari hisobidan obyektlarni (joriy va kapital ta'mirlash bundan mustasno) qurishni bajaruvchi yuridik shaxslarga;

9) alkogol mahsulotlari, shu jumladan pivoni chakana sotish bo'yicha turg'un savdo shaxobchalariga;

10) bozorlarga va savdo komplekslariga;

11) soliq maslahatchilarining tashkilotlariga;

12) auditorlik tashkilotlariga;

13) notijorat tashkilotlariga, shu jumladan budjet tashkilotlariga.

Tashkilot va yakka tartibdagi tadbirkorlar soddalashtirilgan soliqqa tortish tizimiga o'tish huquqiga ega:

1) soliq davrida tovarlarni (xizmatlarni) realizatsiya qilishdan olingan jami daromadi bir milliard so'mdan oshmagan O'zbekiston Respublikasi yuridik shaxslari (bundan buyon ushbu bo'limda yuridik shaxslar deb yuritiladi);

2) soliq davrida tovarlarni (xizmatlarni) realizatsiya qilishdan olingan daromadi yuz million so'mdan oshgan, lekin bir milliard so'mgacha bo'lgan yakka tartibdagi tadbirkorlar.

Soddalashtirilgan soliq tizimini qo'llaydigan tashkilotlar va yakka tartibdagi tadbirkorlar O'zbekiston Respu qonunchiligiga muvofiq ijtimoiy soliqni to'laydilar. Boshqa soliqlar ular tomonidan soliq va yig'imlar to'g'risidagi qonun hujjatlariga muvofiq to'lanadi.

Soddalashtirilgan soliq tizimini qo'llaydigan tashkilotlar va yakka tartibdagi tadbirkorlar uchun kassa operatsiyalarini amalga oshirishning amaldagi tartibi va statistik hisobotlarni taqdim etish tartibi saqlanib qoladi.

Soddalashtirilgan soliq tizimini qo'llaydigan tashkilotlar va yakka tartibdagi tadbirkorlar ushbu Kodeksda nazarda tutilgan soliq agentlari vazifalarini bajarishdan ozod qilinmaydi.

Yagona soliqni qo'llash uchun soliq solish ob'ekti soliq to'lovchining hisoblangan daromadi hisoblanadi.

Soliq solish obyekti bo'lib quyidagilar ham hisoblanadi:

1) tovarlarni (xizmatlarni) quyidagilarga:

a) ishtirokchilar tarkibidan ishtirokchi chiqqan (chiqib ketgan) taqdirda yoxud uning yuridik shaxsdagi ulushi kamaytirilganda yoki yuridik shaxs tomonidan ishtirokchidan uning ushbu yuridik shaxsda ishtirok etish ulushi (ulushning qismi) qaytarib sotib olinganda ushbu ishtirokchiga berish;

b) yuridik shaxs bo'lgan emitent tomonidan aksiyadordan ushbu emitent chiqargan aksiyalar qaytarib sotib olinganda aksiyadorga berish;

v) yuridik shaxs tugatilganda aksiyadorga yoki ishtirokchiga berish;

2) tovarlarni (xizmatlarni) jismoniy shaxs mehnatiga haq to'lash hisobidan yoki dividend to'lash hisobidan berish;

3) tovarlarni yoki boshqa mol-mulkni qayta ishlab berish uchun berish, agar tovarlar va (yoki) mulk qayta ishlash mahsuloti sifatida shartnomada belgilangan muddatda qaytarilmagan bo'lsa;

4) ko'p marta aylanadigan, sotuvchiga qaytarilishi shart bo'lgan idishlarni, agar idish mahsulotni shunday idishda yetkazib berish shartnomasida belgilangan muddatda qaytarilmagan bo'lsa, berish.

Tovarlarni (xizmatlarni) olish huquqini taqdim etuvchi vaucherlarni realizatsiya qilish yoki bepul berish mazkur tovarlarni (xizmatlarni) realizatsiya qilish deb e'tirof etiladi.

Hisoblab chiqarilgan jami daromad soliq bazasi deb e'tirof etiladi, bundan quyidagilar mustasno:

1) O'zbekiston Respublikasining davlat obligatsiyalari va boshqa davlat qimmatli qog'ozlari bo'yicha daromadlar, shuningdek O'zbekiston Respublikasi rezidentlari bo'lgan yuridik shaxslarning xalqaro obligatsiyalari bo'yicha daromadlar;

2) soliq agentida soliq solinishi lozim bo'lgan dividendlar;

3) qaytariladigan ko'p marta aylanadigan tara qiymati, agar uning qiymati ilgari tovarlarni (xizmatlarni) sotishdan olinadigan daromadga kiritilgan bo'lsa;

4) amortizatsiya qilinadigan aktivlarni tugatishda ularni qo'shimcha baholashda olingan, oldingi narxni tushirishlardagi summadan ortiqcha summa hisobidan olingan daromadlar;

5) hisobot yilida aniqlangan o‘tgan yillardagi daromadlar. Mazkur daromadlarga ular shakllangan davrdagi qonunchilikka muvofiq soliqlar bo‘yicha qayta hisob-kitob o‘tkazilganligi inobatga olingan holda soliq solinadi;

6) tovarlarni (xizmatlarni) eksportga realizatsiya qilishdan olingan daromadlar.

Soliq solinadigan baza chegirmalardan tashqari quyidagilar uchun kamaytiriladi:

1) brokerlik tashkilotlari uchun — bitim summasidan birjaga o‘tkaziladigan vositachilik yig‘imi summasiga;

2) komissiya shartnomasi bo‘yicha vositachilik xizmatlarini ko‘rsatuvchi yuridik shaxslar uchun — tovarlarni import qilishda to‘langan bojxona to‘lovlari summasiga realizatsiya qilingan tovar ulushida;

3) turizm faoliyati subyektlari uchun — turistik xizmatlarni onlayn bronlashtirish va sotish uchun yaratilgan dasturiy mahsulotlarni hamda axborot tizimlarini joriy etishga yo‘naltirilgan mablag‘lar summasiga.

4) tadbirkorlik subyektlari uchun — tovarlarni (xizmatlarni) realizatsiya qilishdan olingan daromadlarining 0,5 foizidan oshmagan miqdorda o‘z xodimlariga va ularning yaqin qarindoshlariga ommaviy-madaniy hamda konsert-tomosha tadbirlariga borishi uchun chiptalar xarid qilishga doir xarajatlar summasiga;

Soliq stavkalari quyidagi miqdorlarda belgilanadi:

/r	Soliq to'lovchilar	Soliq stavkalari, foizlarda
.	Iqtisodiyotning barcha tarmoqlaridagi soliq to'lovchilar, bundan 2 — 6-bandlarda nazarda tutilganlar mustasno	4
.	Chakana savdo sohasidagi soliq to'lovchilar	
.1.	joylashgan joyiga qarab:	
	aholisi soni yuz ming nafar va undan ko'p kishidan iborat shaharlarda	4
	boshqa aholi punktlarida	2
	borish qiyin bo'lgan va tog'li tumanlarda	1
.2.	joylashgan joyidan qat'i nazar, tamaki mahsulotlarini realizatsiya qilishdan tovar aylanmasi bo'yicha	4
.	Quyidagi joylarda joylashgan ulgurji va chakana dorixona tashkilotlari:	
	aholisi soni yuz ming nafar va undan ko'p kishidan iborat shaharlarda	3
	boshqa aholi punktlarida	2
	borish qiyin bo'lgan va tog'li tumanlarda	1
.	Qishloq xo'jaligi mahsulotlarini sotib oluvchi, saralovchi, saqlovchi va qadoqlovchi tayyorlov tashkilotlari hamda yakka tartibdagi tadbirkorlar	tovar aylanmasining 4 yoki yalpi daromadning 25
.	Tovarlarning (ishlarning, xizmatlarning) elektron savdosini amalga oshiruvchi soliq to'lovchilar (ushbu Kodeks 337-moddasining beshinchi qismida belgilangan qoidalarni inobatga olgan holda)	2
.	Yagona ishtirokchisi nogironligi bo'lgan shaxslarning jamoat birlashmalari, "Nuroniy" jamg'armasi va "O'zbekiston Chernobilchilari" assotsiatsiyasi bo'lgan, umumiy sonida nogironligi bo'lgan shaxslar, urush va 1941 — 1945-yillardagi mehnat fronti veteranlari 50 foizdan kam bo'lmagan va nogironligi bo'lgan shaxslar, urush va 1941 — 1945-yillardagi mehnat fronti veteranlarining mehnatiga haq to'lash fondi umumiy mehnatga haq to'lash fondining 50 foizidan kam bo'lmagan soliq to'lovchilar	0

Soliq to'lovchilar qat'iy belgilangan summada soliq to'lashni tanlashga haqli.

Soliqni qat'iy belgilangan summada to'lovchi soliq to'lovchilar uchun soliq stavkasi quyidagi miqdorlarda belgilanadi:

/r	Soliq to'lovchilar	Bir yillik soliq stavkalari (mln so'mda)
.	Jami daromadi besh yuz million so'mdan oshmagan soliq to'lovchilar	20
.	Jami daromadi besh yuz million so'mdan yuqori bo'lgan soliq to'lovchilar	30

Tashkilotlar tomonidan yagona soliqni to 'lash ularni tashkilotlarning daromad solig' ini to 'lash majburiyatidan (tadbirkorlik faoliyatidan olingan foyda bo' yicha yagona soliqqa tortiladigan foyda bo 'yicha), tashkilotlarning mol-mulk solig' idan (tadbirkorlik faoliyatini yuritish uchun foydalaniladigan mol-mulkka nisbatan yagona soliqqa tortiladigan mol-mulkka nisbatan) va yagona ijtimoiy soliqdan (jismoniy shaxslar tomonidan amalga oshiriladigan to'lovlarga nisbatan) ozod qilishni nazarda tutadi. jismoniy shaxslarga yagona soliqqa tortiladigan tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish munosabati bilan).

Xulosa. Beshta maxsus soliq rejimidan eng ko'p talab qilinadigan: soddalashtirilgan soliq tizimi, patent soliq tizimi (IPBOYULLAR uchun) va ayrim faoliyat turlari bo'yicha hisoblangan daromad uchun yagona soliqni to'lash.

6.6 Tadbirkorlar faoliyatida biznesni rejalashtirish

Tadbirkorlik biznesini uning rivojlanishi prognozlarini bilmasdan boshlash mumkin emas. Albatta, bozorning o'zgarishini ta'minlash qiyin, ammo foyda olish uchun harakatning asosiy yo'li hali ham tuzilishi kerak. Buning uchun ular biznes-rejani

yozadilar, bu yangi kompaniya uchun tashrif qog'ozi sifatida. Yaxshi tuzilgan hujjat banklar bilan hamkorlikni yanada samarali qilishga yordam beradi, ayniqsa kredit olish zarur bo'lsa.

Biznesni rejalashtirishning mohiyati. Zamonaviy sharoitda tadbirkorlik faoliyatini rejalashtirishning eng muhim vositalaridan biri bu biznes-rejadir. Ilmiy ishlab chiqilgan biznes-reja tadbirkor uchun samarali faoliyat vositasidir. Biznesni rejalashtirish nafaqat o'z biznesini yaratish bosqichida, balki tadbirkorlik tashkilotining faoliyat bosqichida ham katta rol o'ynaydi.

O'zbekiston sharoitida, bugungi bosqichda biznesni rejalashtirish tadbirkor hisobga olishi kerak bo'lgan o'ziga xos xususiyatlarga ega:

tashqi barqaror bo'lmagan tadbirkorlik muhitining ta'siri;

* tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish uchun noaniqlik va yuqori xavf mavjudligi;

* tez-tez o'zgarib turadigan biznes qoidalari;

* ma'muriy to'siqlarning yuqori darajasi;

Biznesni rejalashtirish maqsadga erishish uchun aniq vazifalarni, ularni amalga oshirishning ma'lum bir muddati, shuningdek qisqa va uzoq muddatli rivojlanish rejalarini ko'rsatgan holda tadbirlar rejasini ishlab chiqishni o'z ichiga oladi. Biznesni rejalashtirish jarayonida asosiy rolni tadbirkorlik loyihasining biznes-rejasi o'ynaydi.

Biznes-reja-bu ma'lum bir davr uchun tadbirkorlik loyihasini rivojlantirish bo'yicha hujjatli reja bo'lib, unda mavzu, asosiy maqsadlar, strategiyalar va faoliyat yo'nalishlari belgilanadi. Biznes-rejada narx siyosati, bozor hajmi va tuzilishi, tovarlarni etkazib berish, tashish, sug'urtalash shartlari asoslanadi, shuningdek daromad va xarajatlarning o'sishi yoki pasayishiga ta'sir qiluvchi omillar aks ettiriladi.

Shuning uchun biznes-reja-bu rejalashtirilgan ishning haqiqatini ko'rsatadigan iqtisodiy asoslangan tahliliy hujjat

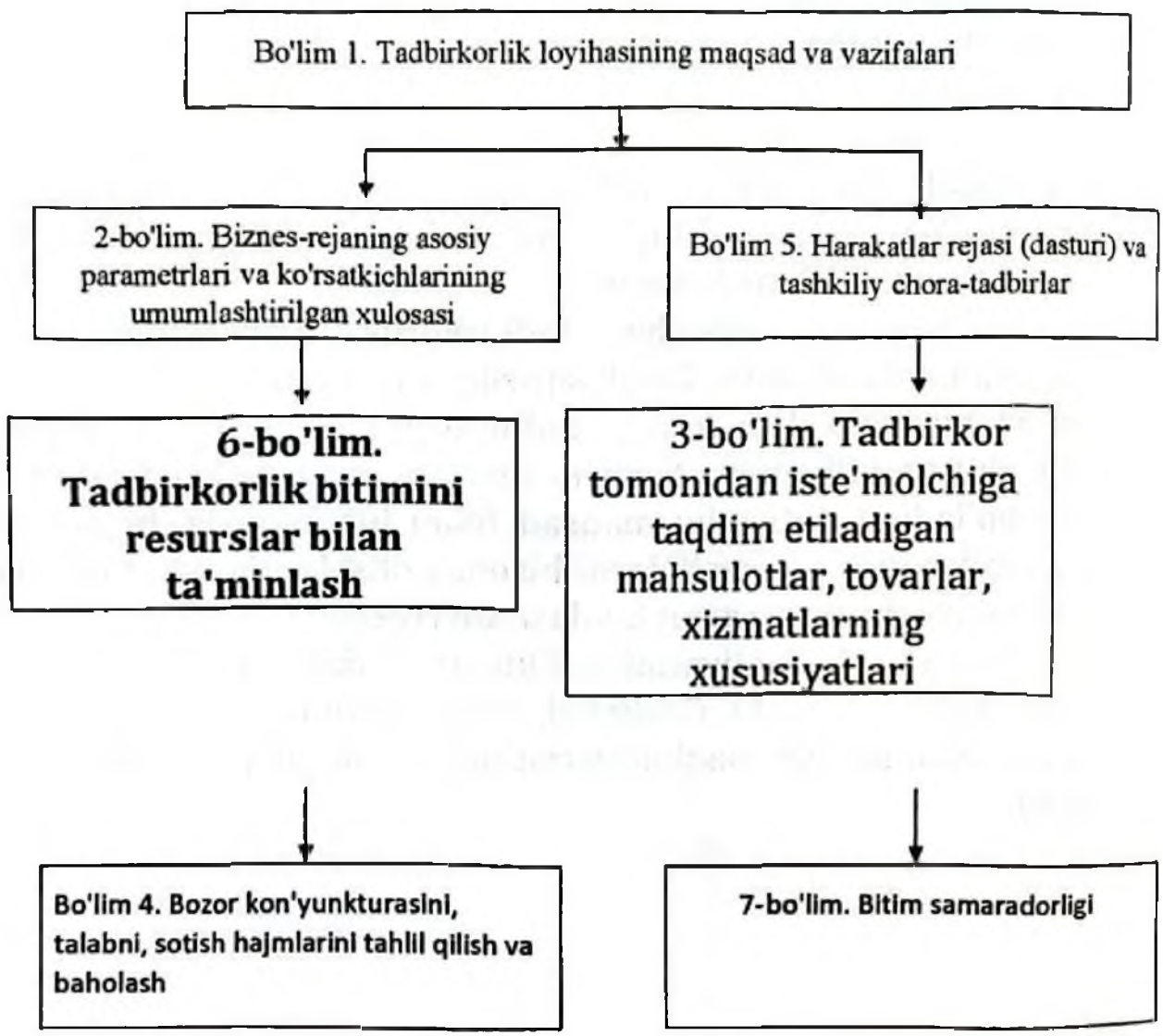
(loyiha).

Biznes-rejaning tuzilishi. Bugungi kunda biznes-rejaning mazmuni va tuzilishiga aniq uslubiy yondashuv mavjud emas. Biznes-reja biznesning asosiy g'oyasi va maqsadlarini ochib

beradigan, korxona mahsuloti yoki xizmatining o'ziga xos xususiyatlari (xususiyatlari) va uning bozor ehtiyojlarini qondirish bilan tavsiflanadigan, bozorni baholash va kompaniyaning muayyan bozor segmentlarida o'zini tutish strategiyasini taqdim etadigan bo'limlarni taqdim etishi kerak. Shuningdek, tashkiliy va ishlab chiqarish tuzilmasi aniqlanishi, korxonaning o'sish istiqbollari ochib berilishi, marketing tadqiqotlari tavsiflanishi kerak.

Mualliflarning fikricha, tadbirkorlik biznesining asosiy maqsadi foyda olishdir. Rejalashtirilgan foydani hisoblashda vaqt omilini hisobga olish kerak: tadbirkorning naqd pulga bo'lgan ehtiyojini va inflyatsiya ta'sirini hisobga olgan holda foyda juda kech bo'ladimi. Iqtisodiy maqsad bilan bir qatorda, biznes-reja tuzuvchilar ijtimoiy vazifalarni hisobga olishlari kerak: tadbirkor maqomini oshirish, jamoat foydasi, xayriya.

"Tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish" darsligi mualliflarining fikriga ko'ra, tahrirda. Gorfinkel, ettita bo'limni o'z ichiga olgan biznes-rejaning eng maqbul variantini ko'rib chiqish mumkin (5-rasm).



5-rasm. Tadbirkorlik biznes-rejasining tuzilishi

Namunaviy biznes-reja quyidagicha ko'rinishi kerak:

1. korxonaning umumiy xususiyatlari (rezyume);
2. tovarlar (xizmatlar)ning xususiyatlari;
3. tovarlarni (xizmatlarni) sotish bozorini tahlil qilish;
4. taklif etilayotgan mahsulot (xizmat)ning raqobatbardoshligini tahlil qilish;
5. marketing rejasi;
6. ishlab chiqarish rejasi;
7. moliyaviy reja;
8. xatarlarni tahlil qilish;
9. ekologik va me'yoriy ma'lumotlar;

10. ilovalar.

Keling, biznes-rejaning alohida bo'limlarini batafsil ko'rib chiqaylik.

Korxonaning umumiy xususiyatlari (xulosa).

Faoliyatning barcha yo'nalishlari qisqacha ochib beriladi, mohiyati bayon qilinadi

biznes-reja, loyihaning jozibadorligi asoslanadi, maqsad va vazifalar shakllantiriladi. Biznes-rejaning ushbu qismida quyidagi masalalar bayon qilinishi kerak:

* loyihaning nomi, korxonaning xususiyatlari, korxonaning tashkiliy-huquqiy shakli va nomi, tashkil etish va ro'yxatdan o'tkazish to'g'risidagi ma'lumotlar, pochta manzili va telefon raqamlari, korxona rahbarlari to'g'risidagi to'liq ma'lumotlar • familiyasi, ismi va otasining ismi, yoshi, ma'lumoti, malakasi);

* tashkilotning asosiy maqsad va vazifalari.

Tovarlar (xizmatlar)ning xususiyatlari

Ushbu bo'limda korxona tomonidan ishlab chiqarilgan mahsulotlar (xizmatlar) tahlili va ularni bozorda mavjud bo'lgan analoglar bilan taqqoslash amalga oshiriladi. Ishlab chiqarish uchun rejalashtirilgan mahsulotlarni (xizmatlarni) yakuniy tanlash uchun ularning afzalliklari va kamchiliklari aniqlanadi, buning uchun tadbirkor quyidagi savollarga javob berishi kerak:

* Chiqarish uchun qanday tovarlar (xizmatlar) taklif etiladi? Ularning tavsifi va xususiyatlari.

* Mahsulot (xizmat) nomi nima? Ularning tashqi ko'rinishi (rasmlar, fotosuratlar).

* Taklif etilayotgan tovarlar qanday ehtiyojlarga ega bo'lishi kerak

(xizmatlar)?

* Taklif etilayotgan tovarlar (xizmatlar) majburiy standartlashtirish va sertifikatlash talablariga javob beradimi?

* Taklif etilayotgan mahsulot (xizmat) qaysi bosqichda-g'oya, ishchi loyiha, prototip, seriyali ishlab chiqarish va boshqalar?

* Mahsulotlarni yanada rivojlantirish mumkinmi?

Tovarlarni (xizmatlarni) sotish bozorini tahlil qilish

Biznes-rejaning ushbu bo'limining maqsadi bozorda ushbu mahsulotning etarli miqdordagi iste'molchilari borligini ko'rsatish, iste'molchilar ushbu mahsulotlarni raqobatchilardan afzal ko'rishlarini asoslashdir. Ushbu bo'limda tovarlarni ishlab chiqarish va sotish hajmi oldindan belgilanadi, kutilayotgan xarajatlar ko'rsatiladi, taklif etilayotgan tovarlarning narxi aniqlanadi. Tadqiqot, tahlil qilish, bozorni baholash bir tomondan prognostik xususiyatga ega, boshqa tomondan esa potentsial xaridorlar bilan oldindan kelishuvga asoslanadi. Mavjud tovarlar va bozorlar uchun baholar haqiqiy ma'lumotlarga ko'ra beriladi, yangi bozorlar va yangi tovarlar uchun baholar bashoratli bo'lishi kerak.

Bozor sharoitlarini tahlil qilish bilan bir qatorda, bo'limda raqobatchilarning xususiyatlari, ularning strategiyasi va taktikasi ko'rsatilishi kerak.

Birinchidan, tadbirkor quyidagi savollarga javob topishi kerak:

* Firma qaysi bozorlarda ishlaydi yoki ishlaydi? Firma qaysi turdagi bozorlardan foydalanadi?

* Har bir mahsulot turi uchun ushbu bozorlarning asosiy segmentlari qanday

(xizmatlar)?

* Firma faoliyat yuritadigan yoki faoliyat yuritadigan bozorlar (bozor segmentlari) tijorat samaradorligi va boshqa bozor ko'rsatkichlari bo'yicha tartibga solinganmi?

* Ushbu segmentlarning har birida firmaning tovarlariga (xizmatlariga) bo'lgan talabga nima ta'sir qiladi?

* Har birida xaridorlarning ehtiyojlarini o'zgartirish istiqbollari qanday

bozor segmentlaridan?

• Ushbu o'zgarishlarga qanday munosabatda bo'lish kerak?

* Ehtiyoj va talabni o'rganish qanday amalga oshiriladi •

* Har bir milliy bozor va kompaniyaning barcha tovarlari (xizmatlari) uchun foydalaniladigan segmentning umumiy va import hajmi qanday?

* Har bir bozorda segment sig'imi rivojlanishining prognozlari qanday?

* Bozorning yangi tovarlarga (xizmatlarga) munosabati qanday?

* Bozor sinovlari va sinov savdolari o'tkaziladimi?

Biznes-rejaning ushbu bo'limida ushbu savollarga javob bergandan so'ng, siz quyidagilarni topshirishingiz kerak: bozorning potentsial imkoniyatlarini baholash, potentsial sotish hajmini baholash, haqiqiy sotish hajmini baholash.

Taklif etilayotgan mahsulot (xizmat) ning raqobatbardoshligini tahlil qilish. Ushbu bo'lim bozor kon'yunkturasini, bozor strategiyasi va taktikasini tahlil qilishga, mumkin bo'lgan raqobatchilarni tavsiflashga bag'ishlangan. Ushbu bo'limni yozishda quyidagi savollarni ko'rib chiqish kerak:

* Tashkilotning faoliyat sohasi yangi va tez o'zgaradimi?

* Ko'pgina korxonalar shunga o'xshash tovarlar va xizmatlarni taklif qiladimi?

* Kompaniya tovar yoki xizmatning hayot tsiklining qaysi bosqichida bozorga chiqmoqchi?

• Sizning mahsulotingiz yoki xizmatingizni (narx, sifat, sotishdan keyingi xizmat, tashqi ko'rinish va boshqalar) joriy etishda raqobat qanday namoyon bo'ladi?

* Raqobatchilar qanday narx siyosatiga ega?

* Raqobatchilar qanday texnologiyadan foydalanadilar?

* Raqobatchilar qanday bozor strategiyasiga amal qilishadi?

* Raqobatchilaringizning kuchli va zaif tomonlari qanday?

Keyinchalik, bir nechta raqobatchilar uchun raqobatbardoshlikning asosiy omillarini qiyosiy tahlil qilish kerak. Tahlilda ham miqdoriy ma'lumotlar, ham batafsil eslatmalar bo'lishi mumkin (jadval. 14).

14-jadval

Raqobatbardoshlikning asosiy omillarining qiyosiy xususiyatlari

Ko'rsatkichlar guruhi	Asosiy raqobatchilar			Asosiy raqobatchilar
	A	B	C	D
1. Bozor 1.1. Bozor hajmi 1.2. Bozorga kirish xususiyatlari 1.3. Bozorga kirish darajasi 1.4. Bozor talabi 1.5. Bozorni diversifikatsiya qilish				
2. Mahsulotlar 2.1. Mahsulot ishlab chiqarishni o'zlashtirish 2.2. Mahsulotning hayot aylanishi 2.3. Mahsulot raqobati 2.4. Mahsulot assortimenti 2.5. Mahsulotni qurish va loyihalash 2.6. Yangi mahsulotlar 2.7. Mahsulot assortimentini qayta ko'rib chiqish				
3. Narxlar 3.1. Yangi mahsulotlar 3.2. Ishlab chiqarilgan mahsulotlar				
4. Mahsulotni reklama qilish 4.1. Reklama 4.2. Savdo xizmatlari 4.3. Savdo tashkilotlariga yordam				
5. Tovarlarni bozorda sotish va tarqatishni tashkil etish 5.1. Tarqatish kanalining tuzilishi 5.2. Tarqatish kanallarining o'lchamlari				

5.3. Savdo tarmog'ini rivojlantirish 5.4. Tarqatish kanalini boshqarish				

Marketing rejasi

Marketing bo'limi biznes-rejaning eng muhim qismlaridan biridir, chunki u to'g'ridan-to'g'ri biznesning tabiati va qanday qilib muvaffaqiyatli bo'lishi mumkinligi bilan bog'liq.

Tadbirkor fikrni uyg'otishga qodir bo'lgan marketing rejasini tayyorlashi kerak. U nafaqat kontseptsiyani taqdim etishi, balki biznesni jozibador istiqbolga ega bo'lgan kredit xavfi sifatida jozibador investitsiya imkoniyati sifatida "sotishi" kerak.

Bundan tashqari, bo'lim menejerlardan tortib kengash a'zolariga qadar keng doiradagi odamlar tushunadigan tarzda yozilishi kerak.

Ushbu bo'lim marketing rejasining asosiy elementlarini o'z ichiga oladi:

* kompaniyaning tovarlar, bozorlar, turli sohalarni rivojlantirish yo'nalishidagi yo'nalishini belgilaydigan strategik rejalashtirish; * har bir mahsulot uchun o'z batafsil rejalari.

* Shuningdek, aks ettirish kerak:

* firmada ishlatiladigan marketing strategiyasi;

* mahsulot qanday sotiladi-o'z savdo tarmog'i orqali yoki ulgurji savdo tashkilotlari orqali;

* • tovarlar narxi va ularning rentabellik darajasi qanday aniqlanadi;

* savdo hajmining o'sish mexanizmi;

* xizmat xizmatini tashkil etish va unga sarflanadigan xarajatlar;

* qanday qilib tovarlar va kompaniyaning o'zi jamoatchilik oldida yaxshi obro'ga ega bo'lishi kerak.

Talab holati nuqtai nazaridan bozorda yuzaga keladigan o'ziga xos vaziyatga qarab, marketingning bir nechta turlari mavjud:

• **Konversion marketing**. Salbiy talabning mavjudligi bilan bog'liq, ya'ni. iste'molchilarning aksariyati ushbu mahsulot yoki xizmatni rad etadigan vaziyat bilan. Bu holda vazifa tegishli tovarlarga (xizmatlarga) talabning paydo bo'lishiga yordam beradigan shunday marketing rejasini ishlab chiqishdir.

* Rag'batlantiruvchi marketing. Xaridorlarning to'liq befarqligi yoki befarqligi tufayli talab bo'lmagan tovarlarning mavjudligi bilan bog'liq. Marketing rejasi loqaydlikning sabablarini aniqlashi va uni bartaraf etish yo'llarini belgilab berishi kerak.

* Rivojlanayotgan marketing. Rivojlanayotgan yangi tovarlarga bo'lgan talab bilan bog'liq. Potentsial talab mavjud bo'lgan holatlarda qo'llaniladi. Marketingning vazifasi potentsial talabni Real talabga aylantirishdir.

* Qo'llab-quvvatlovchi marketing. U talab darajasi taklif darajasiga mos kelganda qo'llaniladi. Bunda puxta o'ylangan narx siyosatini yuritish, reklama ishlarini maqsadli olib borish va h.k..

* Demarketing. Talab taklifdan haddan tashqari oshib ketganda ishlatiladi. Iste'molchilar kompaniyaning xaridorlarning talablarini qondirish imkoniyatlari to'g'risida salbiy tasavvurga ega bo'lmasliklari uchun narxlar ko'tariladi, reklama faoliyati qisqartiriladi va hokazo.shu bilan birga, haddan tashqari talabga ega bo'lgan mahsulot ishlab chiqarishni ko'paytirish choralari ko'rilmoqda.

* Qarama-qarshi marketing. Jamiyat nuqtai nazaridan irratsional deb hisoblangan talabni kamaytirish uchun foydalaniladi (alkogolli ichimliklar, tamaki mahsulotlari va boshqalar uchun).

Ba'zi biznes turlari marketingni talab qiladi, shuning uchun aniq va ishonchli marketing rejasi. Boshqalar uchun marketing unchalik muhim emas va unga bag'ishlangan bo'limni puxta ishlab chiqishga hojat yo'q.

Ishlab chiqarish rejasi. Ushbu bo'lim faqat tovarlarni ishlab chiqarishga tayyorgarlik ko'rayotgan tadbirkorlar tomonidan tayyorlanadi.

Yozishda siz quyidagi savollarga javob berishingiz kerak:

* Tovarlar qayerda ishlab chiqariladi - faol yoki yangi tashkil etilgan korxonada?

* Bozorga, etkazib beruvchilarga, ishchi kuchining mavjudligiga qarab kompaniyaning joylashuvi qanchalik muvaffaqiyatli tanlangan,

transport va boshqalar?

* Qanday ishlab chiqarish ob'ektlari talab qilinadi va ular yildan-yilga qanday joriy etiladi?

* Ishlab chiqarishni tashkil qilish uchun qanday asosiy vositalar kerak bo'ladi? Kelajakda ularning o'zgarishi dinamikasi qanday?

Ushbu ma'lumotni jadval shaklida taqdim etish tavsiya etiladi.

* Ishlab chiqarishni tashkil qilishda qanday qiyinchiliklar bo'lishi mumkin?

* Xom ashyo qayerdan, kimdan va qanday sharoitlarda sotib olinadi?

* Ishlab chiqarish oqimlari sxemasi.

* Atrof-muhitni muhofaza qilish ta'minlanganmi?

* Ishlab chiqarish xarajatlari qanday bo'ladi? Ularning o'zgarish dinamikasi?

Moliyaviy reja. Ushbu bo'lim kompaniyaning faoliyatini moliyaviy qo'llab-quvvatlashni rejalashtirishga bag'ishlanishi kerak

mavjud pul mablag'laridan eng samarali foydalanish.

Ushbu bo'limda quyidagi rejalashtirish va hisobot hujjatlari to'plamini ishlab chiqish kerak:

* Operatsion reja (hisobot).

• Daromad va xarajatlar rejasi (hisoboti).

* Pul oqimlari rejasi (hisoboti).

* Balans (reja).

Hujjatlarning bunday ro'yxati rus tadbirkorlari uchun mutlaqo tanish emas, ammo u biroz boshqacha buxgalteriya tizimiga asoslangan jahon amaliyoti talablariga javob beradi.

Operatsion reja (hisobot) har bir davr uchun har bir mahsulot va bozor uchun kompaniya va uning maqsadli bozorlari o'rtasidagi o'zaro ta'sir natijalarini aks ettiradi. Ushbu hujjat marketing xizmati tomonidan ishlab chiqilishi kerak.

Tovarlarni ishlab chiqarish bo'yicha daromadlar va xarajatlar rejasi (hisoboti) firma har bir mahsulotni sotishdan foyda oladimi yoki yo'qligini ko'rsatadi. Ushbu hujjat har bir mahsulot uchun kompaniyaning iqtisodiy xizmati tomonidan ishlab chiqilgan.

Pul oqimlari rejasi (hisoboti) kompaniyaning faoliyati davomida pul tushumlari va sarf-xarajatlari jarayonini ko'rsatadi. U kompaniyaning moliyaviy xizmati tomonidan ishlab chiqilgan.

Balans hisoboti kompaniyaning hisobot davridagi iqtisodiy va moliyaviy faoliyati natijalarini sarhisob qiladi. Odatda buxgalteriya hisobi tomonidan ishlab chiqiladi.

Ushbu rejalashtirish va hisobot hujjatlarida hisobot davri uchun ko'rsatkichlarning rejalashtirilgan va haqiqiy qiymatlari aks ettiriladi.

Rejalashtirish va hisobot davrlarining davomiyligi, o'ziga xos shartlarga qarab, quyidagi chegaralar ichida o'zgarishi mumkin: oy, chorak, olti oy, yil.

Federal to'lovga layoqatsizlik va korxonalarni moliyaviy sog'lomlashtirish xizmati quyidagi ma'lumotlarga ega bo'lishi kerak bo'lgan biznes-rejaning namunaviy tuzilishini ishlab chiqdi:

* korxonaning umumiy xususiyatlari;
* moliyaviy sog'lomlashtirish rejasi haqida qisqacha ma'lumot;
* korxonaning moliyaviy holatini tahlil qilish;
* to'lov qobiliyatini tiklash va samarali iqtisodiy faoliyatni qo'llab-quvvatlash bo'yicha chora-tadbirlar;
* raqobat bozori;
* marketing, ishlab chiqarish, moliyaviy reja sohasidagi faoliyat.

Xatarlarni tahlil qilish. Bo'lim butunlay tadbirkorlik xavfiga bag'ishlangan. Unda sizga kerak:

1. Xavf turlarini aks ettiring.
2. Mumkin bo'lgan yo'qotishlarni baholang.
3. Xavfni boshqarish usullarini aniqlang.

Bozor sharoitida mulkchilikning turli shakllaridagi korxonalar noaniqlik va imkoniyatlarni tanlash bilan bog'liq har qanday faoliyatda bo'lgani kabi xavf ostida. Rejalashtirishda loyihaning kelajakdagi parametrlarini (ishlab chiqarish hajmi,

narxlar dinamikasi va boshqalar) aniq bilish mumkin emas. Shu munosabat bilan loyiha parametrlarining rejalashtirilgan parametrlardan salbiy og'ishi ehtimoli loyiha xavfini keltirib chiqaradi.

Biznes-rejani tuzishda loyihaning xavf-xatarlarini tahlil qilishga alohida e'tibor berish kerak, chunki ushbu bo'limni to'g'ri tayyorlash loyihaning o'zini etarli darajada baholashga va uni amalga oshirish to'g'risida to'g'ri qaror qabul qilishga yordam beradi.

Xavfni tahlil qilish quyidagicha. Taxminlar sifatidan qat'i nazar, kelajak har doim noaniqlik elementini o'z ichiga oladi.

Masalan, moliyaviy tahlil uchun zarur bo'lgan ma'lumotlarning aksariyati (xarajatlar elementlari, narxlar, mahsulot sotish hajmi va boshqalar) noaniq. Kelajakda prognozning yomon tomonga o'zgarishi (daromadning pasayishi) va yaxshi tomonga o'zgarishi mumkin.

Xavfni tahlil qilish barcha o'zgarishlarni, ham yomonlashuvni, ham yaxshilanishni hisobga olishni taklif qiladi.

Tadbirkorlik faoliyati va biznes-loyihani amalga oshirish jarayonida quyidagi elementlar o'zgarishga moyil: xom ashyo va butlovchi qismlar narxi, kapital xarajatlar qiymati, xizmat ko'rsatish qiymati, sotish qiymati, narxlar va boshqalar.

Natijada, daromad kabi chiqish parametri tasodifiy bo'ladi.

Tadbirkorlik tavakkalchiligini tahlil qilish ehtimollik taqsimoti va ehtimollik tushunchasidan foydalanadi.

Masalan, xavf salbiy foyda, ya'ni yo'qotish ehtimoliga teng.

Loyiha omillarining o'zgarishi qanchalik keng bo'lsa, loyiha shunchalik katta xavfga ega bo'lsa, xavfni oldindan tahlil qilish shunchalik muhimdir.

Xatarlarni tahlil qilishning birinchi bosqichida ularni aniqlash va tasniflash kerak. Yuzaga kelish ehtimoli katta bo'lgan xavflarga, shuningdek loyihaga maksimal darajada zarar etkazishi mumkin bo'lgan xavflarga alohida e'tibor berilishi kerak.

Eng muhim xatarlarni tanlab, ularni miqdoriy tahlil qilishga o'ting. Xavfni miqdoriy tahlil qilishning eng muhim elementi sezgirlikni tahlil qilishdir. Uni amalga oshirish uchun loyihaning turli parametrlarini(narxlar, sotish hajmi, qurilish muddati,

inflyatsiya darajasi va boshqalar) tayyorlash va samaradorlik ko'rsatkichlari qanday o'zgarishini ko'rish kerak.

Shu bilan birga, loyiha samaradorligiga eng katta ta'sir ko'rsatishi mumkin bo'lgan eng muhim parametrlar aniqlanadi. Bunday holda, buzilish chegaralari va nuqtalari hisoblab chiqiladi, ya'ni.aslida loyihaning ko'plab parametrlari aniqlanadi, bunda loyiha samarali bo'ladi va loyihaning ko'plab parametrlari samarasiz bo'ladi. Noma'lum parametrlarning mumkin bo'lgan qiymatlari maydoni va shunga mos ravishda loyihani rivojlantirishning noqulay stsenariylarini amalga oshirish imkoniyati darajasi tahlil qilinadi.

Xatarlarni miqdoriy tahlil qilish doirasida noaniqlikning miqdoriy xususiyatlarini (ehtimollik taqsimoti, noaniq parametrlarning o'zgarishi diapazoni va boshqalar) hisobga olgan holda loyihaning kutilayotgan ta'siri (integral ko'rsatkichi) ham baholanadi.

Xatarlarni hisobga olgan holda loyihalar samaradorligining ajralmas ko'rsatkichlari asosida loyihalarni amalga oshirishning maqsadga muvofiqligi to'g'risida boshqaruv qarorlarini qabul qilish, loyihalarni bir-biri bilan taqqoslash va HK.

Hozirgi vaqtda xatarlarni tahlil qilishda kompleks yondashuv eng samarali hisoblanadi. Bir tomondan, ushbu yondashuv loyihani amalga oshirishning mumkin bo'lgan natijalari, ya'ni investorni kutayotgan barcha ijobiy va salbiy kutilmagan hodisalar to'g'risida to'liqroq tasavvurga ega bo'lishga imkon beradi, boshqa tomondan, xatarlarni tahlil qilish uchun matematik usullardan (ayniqsa ehtimollik-statistik) keng foydalanishga imkon beradi.

6.7 Tadbirkorlik faoliyatida biznesni baholash

"Ushbu Federal qonunning maqsadlari uchun baholash ob'ektining bozor qiymati deganda, ushbu baholash ob'ekti raqobat sharoitida ochiq bozorda begonalashtirilishi mumkin bo'lgan eng katta narx tushuniladi, bunda bitim taraflari barcha kerakli ma'lumotlarga ega bo'lgan holda oqilona harakat qilishadi

va bitim narxining qiymati hech qanday favqulodda vaziyatlarni aks ettirmaydi, ya'ni qachon:

* bitimning tomonlaridan biri baholash obyektini begonalashtirishga majbur emas, boshqa tomon esa ijroni qabul qilishga majbur emas;

* bitim taraflari bitim mavzusini yaxshi bilishadi va o'z manfaatlari yo'lida harakat qilishadi;

* baholash ob'ekti ochiq bozorda shunga o'xshash baholash ob'ektlariga xos bo'lgan ommaviy taklif orqali taqdim etiladi; (2002 yil 14 noyabrdagi 143-FZ-sonli Federal qonuni tahririda)

* bitim narxi baholash ob'ekti uchun oqilona mukofotni anglatadi va bitim taraflariga nisbatan bitimni amalga oshirishga majbur qiladi hech kim bilan bitim bo'lmagan;

* baholash obyekti uchun to 'lov pul shaklida ifodalanadi".

Siyosiy tuzumning o'zgarishi va Rossiyaning davlat sifatida shakllanishi tubdan iqtisodiy o'zgarishlarga olib keldi. Iqtisodiy o'zgarishlar bilan bir qatorda iqtisodiyotning rivojlanishiga hissa qo'shadigan va/yoki uning ajralmas qismi bo'lgan vositalar paydo bo'la boshladi.

Ushbu vositalardan biri baholashning paydo bo'lishi edi. Ko'chmas mulkni baholovchilar faoliyati baholash faoliyatini shakllantirishning dastlabki davrida alohida ahamiyatga ega bo'ldi, yana ko'chmas mulk bozorining jadal va jadal rivojlanishi, turar-joy va turar-joy bo'lmagan ob'ektlarni sotib olish va sotish bo'yicha bitimlar sonining keskin o'sishi, shuningdek, o'sha davrda mavjud bo'lgan "giperinflyatsiya". Bozor talabidan tashqari, baholovchilarning faoliyatiga, shuningdek, davlatning baholash faoliyatini tartibga solish istagi ta'sir ko'rsatdi, shuning uchun qonunchilikni tartibga solishning omillaridan biri Rossiya Federatsiyasi Davlat statistika qo'mitasining 1995 yil 1 yanvardan boshlab korxonalarning asosiy vositalarini majburiy qayta baholash.buning uchun mustaqil baholovchilarni jalb qilish uchun ruxsat bilan, bu baholash faoliyati bo'yicha mutaxassislarning xizmatlariga talabning oshishiga olib keldi. Biroq, yigirma yil o'tganiga qaramay, Rossiya Federatsiyasida baholash faoliyatidagi o'zgarishlar, shuningdek, Rossiyada baholash faoliyati qanday rivojlanishi kerakligi haqidagi munozaralar hali ham mavjud.

Baholash amaliyoti Rossiyada 1917 yil oktyabr "inqilobi" dan oldin, o'sha davrda eng rivojlangan boshqa mamlakatlarda bo'lgani kabi mavjud edi. Biroq, mustaqil fan sifatida baholash faoliyati o'ttizinchi yillarda Amerika qo'shma shtatlarida shakllandi.

Sovet davrida Rossiyada "bozor qiymati" tushunchasi deyarli yo'q edi va mavjud bitimlar, shu jumladan ko'chmas mulk ob'ektlari, qoida tariqasida, qonuniy emas edi. Sovet Ittifoqida har qanday ob'ektning qiymati davlat tomonidan belgilanadi va bu qiymatga rozi bo'lmaganlar "chayqovchilar" va "o'g'rilar"qatoriga kiritilgan. Tabiiyki, bunday sharoitda hech qanday bozor bahosi haqida gap bo'lishi mumkin emas edi, garchi "sovet" davrida mavjud bo'lgan "qora" bozor o'zining "bozor" qoidalariga muvofiq o'ynagan bo'lsa ham. Rossiyada bozor iqtisodiyotining rivojlanishi bilan tsivilizatsiyalashgan bozor faoliyati mexanizmlarini o'rganish va joriy etish orqali sanoatlashgan mamlakatlarga etib borish kerak edi.

90-yillarda baholash faoliyati bo'yicha birinchi kitob manbalari G'arb mutaxassislarining baholash faoliyati to'g'risida darsliklar va qayta nashr etilgan kitoblar edi. Keyin Rossiyada ular birinchi marta Jek Fridman, Nikolas Ordvey, Genri Xarrison kabi G'arb yoritgichlarini eshitdilar. Postsovet davrida baholash faoliyatining ilmiy rivojlanishiga birinchi hissa qo'shganlardan biri Rossiya baholovchilar jamiyatining maslahatchisi Genri Xarrison edi. Genri Xarrison Rossiya Federatsiyasida nashr etilgan birinchi darsliklardan biri bo'lgan "ko'chmas mulkni baholash" nashrida baholash jarayonida quyidagi talqin nuqtai nazaridan uchta yondashuvdan foydalanish to'g'risida bayon qildi:

Bundan tashqari, 90-yillarda nashr etilgan adabiyotlarni tahlil qilish jarayonida, Amerika baholovchilar jamiyatining eng mashhur darsliklaridan biri bo'lgan "daromad keltiradigan ko'chmas mulkni tahlil qilish va baholash" Jek Fridman va Nikolas Ordvey misolida, biz asosan baholash tamoyillari nuqtai nazaridan baholash yondashuvlari tushunchasini kengaytirishga e'tibor qaratilayotganini ko'ramiz. uni tushunish o'sha paytda paydo bo'lgan Rossiyada bozor haqiqatlarida foydalanish joylari va imkoniyatlari.

Ikkinchi, muhim bosqich, garchi qabul qilish paytida ham, bugungi kunda ham munozarali bo'lsa-da, 2006 yil 1 iyuldan boshlab "baholash faoliyati"segmentida litsenziyalashni bekor qilish to'g'risida qaror qabul qilish edi.

Litsenziyalashni bekor qilish baholash faoliyati sub'ektlarini ko'paytirish orqali bozorning xizmatlar bilan to'yinganligiga olib keladi deb taxmin qilingan. Aytish kerakki, baholovchilar va baholovchi tashkilotlar sonining ko'payishi bozorning ushbu segmentida xizmatlar sifatini nazorat qilish mezonlari va shartlarining o'zgarishini nazarda tutgan. Va bozorning ushbu segmentida o'z-o'zini tartibga solishni joriy etish eng yaxshi variant deb hisoblandi.

Biroq, afsuski, baholash faoliyatidagi o'zgarishlarga hech qanday hissa qo'shmagan omillar hisobga olinmadi.

Men asosiy omillarni ta'kidlayman:

- bu sohadagi qonunchilik bazasining mukammal emasligi;
- mutaxassislarni (baholovchilarni) tayyorlash darajasiga past talablar;
- ichki bozor iqtisodiyotining o'ziga xos xususiyatlari.

Baholash faoliyati sohasidagi vaziyatni yaxshilash uchun boshqaruv tashkilotlari tomonidan qilingan barcha sa'y-harakatlarga qaramay, muammolar saqlanib qolmoqda va bundan tashqari, tobora sezilarli bo'lib bormoqda.

O'z-o'zini tartibga solish joriy etilgandan keyin ancha vaqt o'tdi

baholash faoliyatida, afsuski, ularni samarali deb atash mumkin emas, chunki:

- baholashni boshqarish bugungi kunda ham past professional bo'lmagan darajada amalga oshirilmoqda;
- o'z-o'zini tartibga soluvchi tashkilotlar ekspertlari tomonidan hisobotlarni tekshirish har doim ham sifatli, ba'zan esa hatto professional tarzda amalga oshirilmaydi;
- shaxsning qiymatini aniqlashda uslubiy materiallarning talablari bajarilmaydi-baholash xizmatlarining soati.

Baholash faoliyatini shakllantirishda kirish muhim ahamiyatga ega bo'ldi

Baholashning muhim yo'nalishlaridan biri bu yo'nalishni – biznesni baholashni ajratib ko'rsatishdir. Biznesni baholash, ehtimol, baholash faoliyatidagi eng qiyin yo'nalish bo'lib, ushbu yo'nalishda "ko'char mulkni baholash" va "ko'chmas mulkni baholash" da qo'llaniladigan usullarni birlashtirishdan tashqari, biznesni baholash huquq, buxgalteriya hisobi va moliyaviy tahlil, korporativ moliya, makro va Mikroiqtisodiyot sohasidagi bilimlarni birlashtiradi. Biznesni baholash sohasidagi mutaxassis masalaning tarmoq, moliyaviy va hatto ijtimoiy-psixologik tomonlari bilan bog'liq katta shartlarni hisobga olishi kerak.

Biznesni baholashning universal muammosi, ko'p yillar oldin, amerikalik mutaxassis Gari Allen tomonidan tasvirlangan: "barcha sotuvchilar o'z bizneslari uchun juda katta narxni olishni xohlashadi (baholovchilar hisobot ma'lumotlari va kompaniya hujjatlari asosida qanday narx tartibini belgilashidan qat'i nazar). Barcha xaridorlar kompaniyaning narxi haddan tashqari oshirilgan deb hisoblashadi (hatto uni ko'rishdan oldin ham) va agar imkoniyat paydo bo'lsa, narxni tushirishga intilishadi."

Biznesni sotish narxlari, har doim ikkita oddiy haqiqatga tayanadi:

1. Xaridor kompaniyaning kelajagini sotib oladi, lekin uning o'tmishi uchun to'laydi.
2. Sotuvchi faqat taklif qilingan narxga rozi bo'lishi mumkin.

O'zbekistonda sotuvchi va xaridor o'rtasidagi manfaatlar to'qnashuvidan tashqari, baholovchilar bir qator o'ziga xos mahalliy muammolarni ham ajratib ko'rsatishadi.

Avvalo, yuqorida aytib o'tilganidek, amaldagi Qonunchilik biznesni bitimlar ob'ekti sifatida me'yoriy ta'rifmi o'z ichiga olmaydi va biznesni baholash ob'ektlariga to'g'ridan-to'g'ri bog'lamaydi. Shunday qilib, baholovchi biznesning qiymatini emas, balki biznesni begonalashtirishni rasmiylashtiradigan bitim predmetining qiymatini (aktsiyalar to'plami yoki ustav kapitalidagi ulush) belgilaydi. Shu bilan birga, amaliyotchilarning ta'kidlashicha, O'zbekistonda aksariyat hollarda bitim paytida biz nazorat paketi haqida gapiramiz; kichik paketlar faqat

havaskorlarni qiziqtiradi. Shunga qaramay, ushbu xususiyat bir qator muammolarni keltirib chiqaradi.

Shunday qilib, amalda korxona aktivlarining haqiqiy qiymatini aniqlash juda qiyin. Odatda, biznesni baholashda har bir bino, mashina va uskunaning bozor qiymatini batafsil tekshirish amalga oshirilmaydi, chunki bu ish juda qimmatga tushadi; baholash amaliyotida ular odatda buxgalteriya balansi ma'lumotlari bo'yicha soddalashtirilgan baholash sxemalari bilan cheklanadi. Ammo aktivlarning balansdagi qiymati, barcha talab qilingan qayta baholashdan keyin ham, ularning bozor qiymatidan ancha uzoq bo'lishi mumkin. Bundan tashqari, ko'pincha mulkdorlardan biri ta'sischilar tarkibidan e'lon qilingan chiqishdan oldin, qolgan mulk egalari tomonidan jiddiy summalar va mablag'larni qaytarib bermaslik uchun mol-mulkni yashirin ravishda olib qo'yish amalga oshiriladi. Bunday holda, hech qanday aktivlarni baholash kerak emas, lekin chiqayotgan egasining manfaatlarini himoya qilish uchun daromad yondashuvidan foydalanish mumkin.

Keyingi muammo – nomoddiy aktivlarni baholash-ham "buxgalteriya hisobi", ham "buxgalteriya hisobi bo'lmagan". Hatto hujjatlashtirilgan nomoddiy aktivlarni ham bozorni baholash qiyin, mijozlar bazasi va to'plangan aloqalarga ega bo'lgan ishchilar guruhining narxini hisobga olish deyarli mumkin emasligi haqida gapirmasa ham bo'ladi. O'zaro munosabatlar, tanishlar, og'zaki kelishuvlarning kapitallashuvini baholash O'zbekiston biznesida jiddiy muammo hisoblanadi.

O'zbekiston kichik biznesini baholashda asosiy omil muhim ahamiyatga ega, bu pulni baholash qiyin, ammo potentsial xaridorlarni jiddiy tashvishga solmoqda. Ba'zi kompaniyalarda xaridlar, menejment, moliya va marketinggacha bo'lgan barcha biznes egasining qo'lida to'plangan. Ba'zi egalar menejment vakolatlarini yollangan menejerlarga topshiradilar, ammo etkazib beruvchilar va asosiy mijozlar, davlat organlari bilan aloqalarni saqlab qoladilar. Ba'zida asosiy raqamlar tor mutaxassislardir, ayniqsa, agar ular mehnat bozorida kam bo'lsa; shunday qilib, qimmatbaho restoranlarning aksariyati taniqli oshpazning ketishi bilan o'z qiymatining katta qismini yo'qotadi.

Mutaxassislarning fikriga ko'ra, biznesning qiymati hatto uy egalariga va ko'pincha ma'lum bir odam bilan munosabatlarga juda bog'liq. Qoida tariqasida, Rossiya Federatsiyasida barcha ijara shartnomalari 11 oy muddatga tuziladi, chunki bir yil muddatga tuzilgan shartnomalar davlat ro'yxatidan o'tkazilishi kerak. Bir nechta korxonalar ofis, ishlab chiqarish va omborxonalarni uzoq muddatli ijaraga berish shartnomalari bilan maqtanishlari mumkin. Shuning uchun, biznes egasi o'zgarganda, lizing beruvchi shartnomani uzaytirishni xohlamasligi yoki, masalan, odatdagi "qora nal"o'rniga rasmiy to'lovga o'tishni istamasligi ehtimoli katta.

Biroq, naqd pul bilan to'lash biznes bitimi tomonlarining o'zaro munosabatlarida keng tarqalgan muammo hisoblanadi. O'zbekistonda aktsiyalar to'plami yoki ustav kapitalidagi ulush rasman nominal qiymatda sotilganda va to'lovlarning asosiy qismi "kechernaya"ga to'g'ri keladigan vaziyat juda keng tarqalgan. Shunday qilib, sotuvchi ham, xaridor ham soliqlardan qochishadi, ammo bunday sharoitda biznesni haqiqiy baholash haqida gapirishning hojati yo'q.

O'zbekiston biznesini baholashning yana bir shunga o'xshash muammosi uning huquqiy tuzilishini qasddan murakkablashtirishdir. Yirik kompaniyaning faoliyati ko'pincha sho" ba va sheriklik tuzilmalari o'rtasida "püskürtülür" va bunday biznesga haqiqiy baho faqat ushbu tashkilotlarning balanslari birlashtirilgandan keyingina berilishi mumkin. Biroq, ushbu sxema ataylab pul oqimlarini qayta taqsimlash, butun tarmoqni aniqlashni murakkablashtirish, aktivlarni tortib olish xavfini kamaytirish uchun yaratilgan.va soliqqa tortishni kamaytirish. Transmilliy zanjirlarni yaratish bo'yicha mutaxassislar turli yurisdiktsiyalarda taqsimlangan biznesning maqbul variantlarini to'g'ri soliq stavkalari va haqiqiy biznes egalarining manfaatlarini himoya qilishning ishonchliligi bilan qanday tanlashni biladilar.

Biznesning kichik va o'rta korxonalariga kelsak, mutaxassislar meros qilib olingan biznesni baholash muammosini alohida ta'kidlaydilar. Qoida tariqasida, nodavlat kompaniya egasining merosxo'rlari daromadlilik, kapitallashuv stavkasi, rentabellik va xavflarning maksimal hajmi haqida kam tushunadigan

odamlardir; va ushbu ma'lumotlarsiz daromad hisob-kitoblarini shakllantirish va umuman yangi egasi uchun biznesning foydaliligi to'g'risida tushuncha yaratish mumkin emas.

Baholash maqsadlari uchun hisob-kitoblarni axborot bilan ta'minlash bilan bog'liq muammolarga kelsak, ular ko'p yillar davomida o'zgarishsiz qolmoqda:

- qiyosiy baholashda mos analogni tanlash bilan bog'liq muammo. Rossiya biznesini tashqi bozorlardagi shunga o'xshash kompaniyalar bilan taqqoslash har doim Rossiyaning o'ziga xos xavf-xatarlari tufayli aniq noto'g'ri bo'ladi. Shu sababli, mamlakatning turli mintaqalarida faoliyat yuritadigan, turli moliya-sanoat guruhlari tomonidan boshqariladigan o'xshash biznesni taqqoslash ham muammoli yoki

tarmoqlar;

- qimmatli qog'ozlar bozorining etarli darajada rivojlanmaganligi. Aktsiyalar narxini birja bilan taqqoslash uchun faqat energetika, neftchilar va metallurglar fond bozori narxlarida harakat qilishlari mumkin; sanoatning aksariyati, hatto yirik kompaniyalar uchun ham "haddan tashqari"bo'lib qolmoqda. O'rta va nodavlat kompaniyalar uchun mos analogni tanlash rivojlangan bozorlarda ham muammo hisoblanadi;

- moliyaviy ma'lumotlar va statistikaga kirishning etishmasligi. Tayyor biznesni begonalashtirish bo'yicha bitimlarning aksariyati fond bozoridan tashqarida amalga oshiriladi va bunday bitimlar to'g'risidagi ma'lumotlar yopiq yoki ishonchsizdir; ko'pincha tomonlar bitim faktini yashirishga harakat qilishadi;

- kelajakdagi prognozlarni hisobga olmagan holda retrospektiv ma'lumotlardan foydalanish, bu ham qimmat yondashuvni ko'r-ko'rona ko'p yillik qo'llash natijasida, ham Rossiyada biznesning moliyaviy natijalarini o'rta muddatli va hatto undan ham uzoq muddatli prognozlashning murakkabligi.

Shunday qilib, O'zbekiston biznesining qiymati va xavfini baholash muammolarining aksariyati uzoq vaqtdan beri "soyali" an'analarga ega bo'lgan "yopiq" iqtisodiyotga asoslangan. Avlodlar o'zgarishi, biznesning shaffofligi o'sishi, bitimlar va sanoat xususiyatlari to'g'risidagi ma'lumotlar bazalarining paydo bo'lishi,

"elektron Rossiya" kabi loyihalarning kengayishi, mutaxassislar zarur moliyaviy ma'lumotlarga tobora ko'proq kirish imkoniga ega bo'lishlari bilan, bugungi kunda Rossiyada biznesni baholashni tavsiflovchi muammolarning aksariyati asta-sekin hal qilinadi.

Bugungi kunda, O'zbekiston baholash faoliyatining sezilarli rivojlanishiga va ko'plab baholash usullarining paydo bo'lishiga qaramay, baholash yondashuvlari soni bir xil bo'lib qoldi.

O'zbekistonda baholash faoliyatini baholash yondashuvlarining asosiy talqinini ko'rib chiqing.

Baholashda xarajat yondashuvi baholashning asosiy jihati bo'lib, unda qiymatni shakllantirish jarayonida etakchi rol baholanayotgan ob'ektni ishlab chiqarish xarajatlari (xarajatlari) ga beriladi. Baholash standartlarida xarajatlar yondashuvi "eskirishni hisobga olgan holda baholash ob'ektini ko'paytirish yoki almashtirish uchun zarur bo'lgan xarajatlarni aniqlashga asoslangan ob'ekt qiymatini baholash usullari to'plami"deb talqin etiladi. Xarajat yondashuvi usullarini birlashtirgan asosiy narsa shundaki, ularda qiymat o'lchovi sifatida, birinchi navbatda, ob'ektni yaratish va keyinchalik sotish xarajatlari miqdori, ya'ni.uning qiymati.

Biznesni baholashga qimmat yondashuvda korxona qiymati ularning taxminiy sotilishi g'oyasi asosida uning aktivlarini yaratish uchun sarflangan xarajatlar nuqtai nazaridan baholanadi. Xarajat yondashuvi eng ko'p almashtirish printsipi bilan asoslanishi mumkin: aktivlar to'plamining qiymati uning barcha tarkibiy qismlarini almashtirish (tiklash) xarajatlaridan oshmasligi kerak.

Xarajatlar yondashuvini qo'llash korxona balansining tuzilishiga asoslanadi va uning aktivlarining bozor qiymatidan majburiyatlarning joriy qiymatini olib tashlash orqali korxona kapitalining bozor qiymatini hisoblashni o'z ichiga oladi. Shu munosabat bilan, baholash sanasida buxgalteriya balansiga ega bo'lgan har qanday korxonalar (korxonalar) qiymatini baholashda xarajatlar yondashuvi qo'llanilishi mumkin.

Shu bilan birga, xarajat yondashuvi bo'yicha olingan korxona qiymatining ahamiyati quyidagi hollarda yuqori bo'ladi:

* korxona katta miqdordagi moliyaviy va / yoki moddiy aktivlarga ega;

* ishlab chiqarish jarayoni yuqori bilan tavsiflanadi materiallar intensivligi;

* korxonada daromadlar to'g'risida retrospektiv ma'lumotlar mavjud emas;

* prognoz qilingan daromadlarni, pul oqimlarini aniqlash imkoniyati yo'q.

Yuqoridagilarga asoslanib, xarajatlar yondashuvini qo'llash natijalari quyidagi kompaniyalarning xarajatlarni baholash tartibida ayniqsa muhimdir:

* ko'chmas mulk bilan shug'ullanadigan investitsiya kompaniyalari;

* mol-mulki asosan moliyaviy aktivlardan iborat bo'lgan xolding va sug'urta kompaniyalari;

* asosan moddiy aktivlarga ega bo'lgan yangi kompaniyalar;

* zarar keltiradigan kompaniyalar;

* tugatilayotgan kompaniyalar.

Xarajat yondashuvining asosiy afzalligi uni qo'llash uchun ma'lumotlarning mavjudligidir-aksariyat hollarda moliyaviy hisobotlardan korxona aktivlari va majburiyatlari holati to'g'risida ishonchli haqiqiy ma'lumotlar qo'llaniladi. Shu bilan birga, kompaniya aktivlarining mumkin bo'lgan sotilishining taxminiy sharoitida qiymatini baholashga asoslangan xarajat yondashuvi tugatilayotgan korxona qiymatini baholashga ko'proq mos keladi.

Xarajat yondashuvining ikkita usuli mavjud: sof aktivlar usuli va tugatilayotgan korxonalar qiymatini baholashda foydalaniladigan tugatish qiymati usuli.

2. Biznesni baholashda sof aktivlar usuli

Biznesni baholashga xarajatlar yondashuvining asosiy usuli sifatida sof aktivlar usulini (aktivlarni to'plash usuli) qo'llash bosqichlari:

* korxona qiymatini hisoblash uchun qabul qilingan aktivlar va passivlar ro'yxatini aniqlash uchun korxonaning buxgalteriya hisobi va hisoboti ma'lumotlarini tahlil qilish;

* korxona aktivlari tarkibida aks ettirilgan ob'ektlarning bozor qiymatini baholash;

* korxona majburiyatlari tarkibida aks ettirilgan ob'ektlarning joriy qiymatini baholash;

* korxona qiymatini korxona aktivlari yig'indisining bozor qiymati va uning majburiyatlarining joriy qiymati o'rtasidagi farq sifatida hisoblash, zarur tuzatishlarni kiritish.

Birinchi bosqichning axborot bazasi sintetik va analitik buxgalteriya ma'lumotlari bo'lib, ular baholash sanasidagi korxonaning moliyaviy hisoboti ma'lumotlariga mos kelishi kerak. Ko'rsatilgan ma'lumotlar o'rtasida sezilarli tafovutlar mavjud bo'lsa, baholanayotgan korxonada auditorlik tekshiruvini o'tkazish va/ yoki baholash sanasida uning mol-mulkini inventarizatsiya qilish tavsiya etiladi.

Dastlabki bosqichda, korxona qiymatini hisoblash uchun qabul qilingan aktivlar va passivlar ro'yxatini aniqlash jarayonida, tegishli organlar tomonidan tasdiqlangan aktsiyadorlik jamiyatlarining sof aktivlari qiymatini baholash uchun baholash sanasida amaldagi tartibga rioya qilish kerak.

Sof aktivlar usulini qo'llashning ikkinchi bosqichida korxona aktivlari tarkibida aks ettirilgan ob'ektlar baholanadi: nomoddiy aktivlar, ko'chmas mulk, mashina va uskunalar, moliyaviy investitsiyalar, debitorlik qarzlari, tovar-moddiy boyliklar va boshqalar.

Uchinchi bosqich doirasida korxona majburiyatlari tarkibida aks ettirilgan ob'ektlarning joriy qiymatini baholash har bir ob'ekt uchun (masalan, kredit shartnomasi bo'yicha qarz) uni to'lash jadvali asosida diskontlash orqali alohida amalga oshiriladi. Bunday holda, majburiyatlarning joriy qiymatini baholash, qoida tariqasida, faqat hujjatlashtirilgan to'lov jadvali mavjud bo'lganda amalga oshiriladi (masalan, kredit shartnomasiga ilova shaklida). To'lov jadvali aniq belgilanmagan yoki baholash sanasidagi majburiyatlarni bajarish muddati allaqachon kelgan hollarda, majburiyatlar korxona qiymatini ularning balans qiymati bo'yicha hisoblashda qabul qilinadi.

To'rtinchi bosqichda korxona qiymatining dastlabki qiymati korxona aktivlari yig'indisining bozor qiymati va uning

majburiyatlarining joriy qiymati o'rtasidagi farq sifatida hisoblanadi. Ushbu hisob-kitob natijalari yakka tartibdagi egasi uchun 100% nazorat mavjud bo'lganda, umuman korxonaning qiymatini anglatadi. Kichikroq ulushning qiymatini baholashda biznesni boshqarish huquqlarining etishmasligi va, ehtimol, baholangan ulushning past likvidligi uchun chegirma qilish kerak.

3. Biznesni baholashda tugatish qiymati usuli

Yuqorida ta'kidlab o'tilganidek, tugatilgan korxonalar qiymatini baholash uchun xarajatlarga yondashuvning ikkinchi usuli — tugatish qiymati usuli qo'llaniladi.

Tugatilayotgan korxonalar qiymatini baholash uchun foydalaniladigan biznesni baholashda tugatish qiymati usulini qo'llash bosqichlari:

- korxonani tugatish uchun taqvim jadvalini ishlab chiqish, uning aktivlarini sotishdan tushgan daromadni aniqlash. Aktivlarni tugatish taqvim jadvalini hisobga olgan holda, aktivlar qiymatining qiymatlari ushbu sotish bilan bog'liq xavflarni hisobga olgan holda chegirma stavkasi bo'yicha baholash sanasida chegiriladi;
- aktivlarni sotishdan tushgan tushumni baholash va yuridik firmalarning komissiyalari, aktivlarni sotishda hisoblangan soliqlar va yig'imlarni o'z ichiga olgan korxonani tugatish bilan bog'liq to'g'ridan-to'g'ri xarajatlar miqdoriga kamaytirish;
- aktivlarning tugatish qiymati ularni sotishdan oldin aktivlarga egalik qilish bilan bog'liq xarajatlarning joriy qiymatiga kamayadi; ko'rsatilgan xarajatlarga tayyor mahsulot va tugallanmagan ishlab chiqarish zaxiralarini saqlash, uskunalar, mashinalar, mexanizmlar, ko'chmas mulk ob'ektlarini saqlash xarajatlari, shuningdek korxona tugatilgunga qadar uning faoliyatini ta'minlash uchun boshqaruv xarajatlari kiradi. Ushbu xarajatlarni diskontlash davri korxona aktivlarini sotish taqvim jadvaliga muvofiq belgilanadi;
- korxona faoliyatini tugatish davrida uni amalga oshirish natijasida olingan operatsion foyda (yoki zararlar chegirib tashlanadi) qo'shiladi;

- korxona xodimlariga ishdan bo'shatish nafaqalari va to'lovlarini qondirish uchun imtiyozli huquqlar chegirib tashlanadi; tugatilayotgan korxona mol-mulki garovi bilan ta'minlangan majburiyatlar bo'yicha kreditorlarning talablari; boshqa kreditorlar bilan hisob-kitoblar

- korxonaning tugatish qiymatini uning barcha aktivlarining tuzatilgan qiymatidan korxonani tugatish va aktivlarni sotishdan oldin ularga egalik qilish bo'yicha joriy xarajatlar summasini, shuningdek korxona majburiyatlari miqdorini ayirish yo'li bilan hisoblash.

Baholashda qiyosiy yondashuv :

Baholanayotgan ob'ektga o'xshash ob'ektlardan foydalanish va narxlarni tahlil qilishdan iborat qiymatni aniqlash printsipi. Shu bilan birga, ular almashtirish printsipiga asoslanadi, unga ko'ra oqilona investor ma'lum bir ob'ekt uchun ushbu ob'ekt bilan bir xil foyda keltiradigan o'xshash ob'ektni sotib olish uchun mavjud bo'lgan narxdan ko'proq pul to'lamaydi. Shuning uchun ob'ektning qiymati qiyosiy yondashuv bilan tegishli bozorda o'xshash ob'ektlar uchun to'langan narxlar asosida aniqlanadi. Shu munosabat bilan qiyosiy yondashuvdan foydalanishning asosiy sharti shunga o'xshash ob'ektlarni sotib olish va sotish bo'yicha bitimlarning rivojlangan bozoridir.

Korxona qiymatini baholash uchun qiyosiy yondashuvni qo'llash tartibi yaqinda sotilgan baholanganga o'xshash korxonani tanlash bilan boshlanadi. Keyin taxminiy multiplikatorlar hisoblab chiqiladi-sotish narxi va analog korxona uchun har qanday moliyaviy ko'rsatkich o'rtasidagi munosabatlar. Multiplikator qiymatini baholanayotgan korxonaning bir xil moliyaviy ko'rsatkichiga ko'paytirib, biz uning qiymatini olamiz. Shu bilan birga, biznesni baholashda, iloji bo'lsa, bir necha turdagi multiplikatorlar qo'llaniladi, so'ngra qiyosiy yondashuv bo'yicha korxona qiymatining yakuniy qiymatini olish jarayonida olingan qiymat qiymatlarini muvofiqlashtirish.

Shunga o'xshash korxonalarni sotib olish va sotish bo'yicha bitimlar uchun rivojlangan bozor mavjud bo'lganda, qiyosiy yondashuvni qo'llash tartibi biznesni baholashda daromadlarni

kapitallashtirish usulini qo'llash tartibiga yaqin. Ikkala holatda ham, baholovchi kompaniyaning qiymatini kampaniya daromadlari miqdoriga qarab belgilaydi. Asosiy farq daromad miqdorini kompaniya qiymatiga aylantirish usulidir. Kapitallashtirish usuli daromad miqdorini bozor qazib olish usuli bo'yicha hisoblangan kapitallashuv koeffitsientiga bo'lishni o'z ichiga oladi. Qiyosiy yondashuv, shuningdek, erishilgan daromad bilan taqqoslashda bozor narxlari ma'lumotlari bilan ishlaydi; ammo, bu holda, daromad nisbat (multiplikator) miqdoriga ko'paytiriladi.

Maqsadlarga, ob'ektga va baholashning o'ziga xos shartlariga qarab, qiyosiy yondashuv uchta asosiy usuldan foydalanishni o'z ichiga oladi: kapital bozori usuli, bitimlar usuli va sanoat koeffitsientlari usuli. Alohida manbalarda to'rtinchi usul — qiymatni statistik modellashtirish usuli ham taklif etiladi.

Kapital bozori usuli (analog kompaniya usuli) ochiq fond bozori tomonidan o'xshash kompaniyalarga nisbatan shakllangan narxlardan foydalanishga asoslangan.

Savdo usuli (sotish usuli) kapital bozori usulining alohida holati sifatida umuman o'xshash korxonalarni sotish (taklif qilish) narxlarini yoki ularning nazorat paketlarini-birinchi navbatda m & a bozorida tahlil qilishga asoslangan.

Biznesni baholashga qiyosiy yondashuvning asosiy usullari kapital bozori usuli va bitimlar usuli bo'lib, ularni qo'llash bosqichlari o'xshash va ko'rsatilgan faol havolada tavsiflanadi.

Sanoat koeffitsientlari usuli kompaniyaning narxi va ma'lum moliyaviy ko'rsatkichlar o'rtasidagi bozorda mavjud bo'lgan munosabatlarni aks ettiruvchi maxsus formulalar yoki ko'rsatkichlardan foydalanishni o'z ichiga oladi. Kompaniyaning qiymatini aniqlash uchun moliyaviy ko'rsatkichning tegishli qiymati bozorda mavjud bo'lgan ma'lum bir sanoat koeffitsientining o'ziga xos qiymatiga ko'paytirilishi kerak. Tarmoq koeffitsientlari maxsus tadqiqot institutlari tomonidan korxonaning sotish narxi va uning eng muhim ishlab chiqarish va moliyaviy xususiyatlari bo'yicha uzoq statistik kuzatuvlar asosida hisoblanadi. Xususan, G'arb baholash firmalarining tajribasi shuni ko'rsatadiki, reklama agentliklari va buxgalteriya firmalari mos

ravishda yillik daromaddan 0,7 va 0,5 ga sotiladi; yoqilg'i quyish shoxobchalari – oylik daromaddan 12-2, 0; chakana savdo korxonalari – sof daromad miqdoridan 0,75-1,5, shuningdek uskunalar va inventarizatsiya qiymati.

Sanoat koeffitsientlari usuli chet elda tezkor baholash, kichik kompaniyalarni oldindan baholash uchun ishlatiladi. Mahalliy amaliyotda ushbu usul uzoq vaqt kuzatishni talab qiladigan zarur ma'lumotlarning yo'qligi sababli keng qo'llanilmadi.

Tarkibi ko'rsatilgan faol havolada tavsiflangan qiymatni statistik modellashtirish usuli regressiya modellaridan foydalanishga asoslangan. Ushbu modellar ochiq bozor ma'lumotlari asosida kompaniyaning bozor qiymatining bir yoki bir nechta narxlash parametrlariga rasmiy ravishda bog'liqligini yaratishga va baholash multiplikatorlaridan foydalanmasdan biznes qiymatini baholashga imkon beradi.

Daromadni baholash yondashuvi :

Daromad yondashuvi-bu baholash ob'ektidan kutilayotgan daromadlarni aniqlashga asoslangan baholash ob'ekti qiymatini baholash usullari to'plami.

Daromadga asoslangan baholash yondashuvi odatdagi xaridorning motivatsiyasini aks ettiradi: talab qilinadigan xususiyatlarga ega kutilayotgan kelajakdagi daromadlar. Investitsiyalar hajmi va investitsiya ob'ektidan tijorat maqsadlarida foydalanish foydalari o'rtasida to'g'ridan-to'g'ri bog'liqlik mavjudligini hisobga olsak, ob'ektning qiymati ob'ekt tomonidan olingan daromadlarni olish huquqlarining qiymati sifatida aniqlanadi. Ushbu qiymat (bozor, investitsiya) baholangan aktiv tomonidan ishlab chiqarilgan kelajakdagi daromadlarning joriy qiymati sifatida aniqlanadi.

Daromad yondashuvi investitsiya motivlari nuqtai nazaridan eng maqbul deb hisoblanadi, chunki amaldagi korxonaga mablag ' kiritgan har qanday investor oxir-oqibat binolar, inshootlar, mashinalar, uskunalar, nomoddiy qadriyatlar va boshqalardan iborat aktivlar to'plamini emas, balki kelajakdagi daromadlar oqimini sotib oladi. unga investitsiya qilingan mablag'larni qaytarish, foyda olish va o'z mablag'larini ko'paytirish imkonini

beradi farovonlik. Shu nuqtai nazardan, barcha korxonalar, iqtisodiyotning qaysi sohalariga tegishli bo'lishidan qat'i nazar, faqat bitta turdagi sotiladigan mahsulotlarni ishlab chiqaradilar - pul.

Daromad yondashuvini qo'llashning maqsadga muvofiqligi korxona aktivlarining bozor qiymatini yig'ish korxonaning Real qiymatini aks ettirishga imkon bermasligi bilan belgilanadi, chunki u ushbu aktivlarning o'zaro ta'sirini va biznesning iqtisodiy muhitini hisobga olmaydi.

Daromad yondashuvi korxona (korxona), aktiv yoki ulushning (hissaning) o'z kapitalidagi qiymatini, shu jumladan ustav kapitalini yoki kutilayotgan daromadlarni baholash sanasiga qadar hisoblab chiqilgan qimmatli qog'ozni belgilashni nazarda tutadi. Ushbu yondashuv baholanayotgan korxonaning kelajakdagi pul daromadlarini oqilona aniqlash mumkin bo'lganda qo'llaniladi.

Biznesni baholashga daromad yondashuvi usullari kelajakdagi daromadlarning joriy qiymatini aniqlashga asoslangan. Asosiy usullar:

- daromadni kapitallashtirish usuli;
- pul oqimlarini diskontlash usuli.

Daromadni kapitallashtirish usuli bilan baholashda birinchi prognoz yilidagi daromad darajasi aniqlanadi va daromad keyingi prognoz yillarida bir xil bo'ladi deb taxmin qilinadi (pul oqimlarini diskontlash usuli qo'llanilganda, prognoz davrining har yili uchun daromad darajasi aniqlanadi).

Usul barqaror daromad keltiradigan aktivlarni to'plashga muvaffaq bo'lgan korxonalarni baholashda qo'llaniladi.

Agar korxonalar pul oqimiga ta'sir ko'rsatadigan investitsiya loyihasini amalga oshirayotgan yoki yosh bo'lgan prognoz davri yillari bo'yicha kelajakdagi daromadlar o'zgarishi taxmin qilinsa, pul oqimlarini diskontlash usuli qo'llaniladi. Ushbu usul yordamida biznes qiymatini aniqlash o'zgaruvchan pul oqimlarining alohida diskontlanishiga asoslanadi.

Taxminlarga ko'ra, potentsial investor ma'lum bir biznes uchun ushbu biznesdan keladigan kelajakdagi daromadlarning hozirgi qiymatidan kattaroq miqdorni to'lamaydi va egasi o'z

biznesini kelajakdagi prognoz qilingan daromadlarning joriy qiymatidan past narxda sotmaydi. O'zaro hamkorlik natijasida tomonlar kelajakdagi daromadlarning joriy qiymatiga teng bozor narxi to'g'risida kelishuvga erishadilar.

Pul oqimlari-bu butun summani bir martalik qabul qilish emas, balki korxona faoliyatidan kutilayotgan davriy pul tushumlari seriyasidir.

Biznesni bozor bahosi ko'p jihatdan uning istiqbollariga bog'liq. Bu pul oqimlarini diskontlash usulini hisobga olishga imkon beradigan istiqbollardir. Ushbu baholash usuli investitsiya motivlari nuqtai nazaridan eng maqbul deb hisoblanadi va har qanday mavjud korxonani baholash uchun ishlatilishi mumkin. Ob'ektiv ravishda korxonaning bozor qiymatini baholashning eng aniq natijasini beradigan holatlar mavjud.

Daromad yondashuvi natijalari korxona rahbarlariga biznesni rivojlantirishga to'sqinlik qiladigan muammolarni aniqlashga imkon beradi; daromadni oshirishga qaratilgan qarorlar qabul qilish.

Foydani bosqichma-bosqich kapitallashtirish usulining amaliy qo'llanilishini ko'rib chiqing:

- korxonaning moliyaviy hisobotini tahlil qilish;
- kapitallashtiriladigan foyda miqdorini aniqlash;
- kapitallashuv stavkasini hisoblash;
- korxona biznes qiymatining dastlabki qiymatini aniqlash;
- yakuniy tuzatishlarni kiritish.

Korxonaning moliyaviy hisobotini tahlil qilish korxona balansi va moliyaviy natijalar to'g'risidagi hisobot asosida amalga oshiriladi. Ushbu hujjatlarning kamida so'nggi uch yil ichida mavjudligi maqsadga muvofiqdir. Korxonaning moliyaviy hujjatlarini tahlil qilishda uni normallashtirish kerak, ya'ni. bir martalik va favqulodda moddalarga, ham balansga, ham foyda va zararlar to'g'risidagi hisobotga tuzatishlar kiritish, bu korxonaning o'tmishdagi faoliyatida odatiy bo'lmagan va kelajakda takrorlanishi ehtimoldan yiroq emas. Bundan tashqari, agar zarurat tug'ilsa, korxonaning moliyaviy hisobotini o'zgartirish mumkin, ya'ni.uni umumiy qabul qilingan buxgalteriya standartlariga muvofiq taqdim eting.

Kapitallashtiriladigan foyda miqdorini aniqlash aslida foyda hisoblanadigan vaqtni tanlashdir:

- oxirgi hisobot yilining foydasi;
- birinchi prognoz yilining foydasi;
- so'nggi 3-5 yil ichida o'rtacha foyda.

Aksariyat hollarda oxirgi hisobot yilining foydasi qo'llaniladi.

Kapitalizatsiya stavkasini hisoblash odatda daromadning kutilayotgan o'rtacha yillik o'sish sur'atlarini olib tashlash orqali chegirma stavkasi asosida amalga oshiriladi. Chegirma stavkasini aniqlash uchun ko'pincha quyidagi usullar qo'llaniladi:

- kapital aktivlarni baholash modeli;
- kümülatif qurilish modeli;
- kapitalning o'rtacha tortilgan qiymati modeli.

Korxona biznes qiymatining dastlabki qiymatini aniqlash oddiy formula bo'yicha amalga oshiriladi: V \ u003d i / R qaerda:

V-xarajat; i-foyda miqdori;

R-kapitallashuv darajasi.

Yakuniy tuzatishlar (agar kerak bo'lsa) funktsional bo'lmagan aktivlar (daromad olishda ishtirok etmaydigan aktivlar), likvidlikning yo'qligi, baholangan aktsiyalar yoki aktsiyalarning nazorat yoki nazorat qilinmagan paketi uchun amalga oshiriladi.

Korxona biznesini baholashda foydani kapitallashtirish usuli odatda normallashtirilgan pul oqimini aniqlash uchun etarli ma'lumotlar mavjud bo'lganda qo'llaniladi, joriy pul oqimi kelajakdagi pul oqimlariga teng, kutilayotgan o'sish sur'ati o'rtacha yoki bashorat qilinadi. Ushbu usul barqaror foyda keltiradigan korxonalar uchun eng mos keladi, ularning qiymati yildan-yilga bir oz o'zgarib turadi (yoki daromadning o'sish sur'ati doimiy). Ko'chmas mulkni baholashdan farqli o'laroq, korxonalar biznesini baholashda ushbu usul juda kamdan - kam hollarda qo'llaniladi va asosan kichik korxonalar uchun, aksariyat yirik va o'rta korxonalarga xos bo'lgan yillar davomida foyda yoki pul oqimlarining sezilarli o'zgarishi tufayli.

Diskontlangan pul oqimlari usuli bilan korxona biznesining qiymatini baholash potentsial xaridor ma'lum bir korxona uchun ushbu korxona biznesidan keladigan kelajakdagi daromadlarning hozirgi qiymatidan ko'proq pul to'lamaydi degan taxminga

asoslanadi. Egasi, ehtimol, o'z biznesini kelajakdagi prognoz qilingan daromadlarning joriy qiymatidan arzonroq sotmaydi. O'zaro hamkorlik natijasida tomonlar korxonaning kelajakdagi daromadlarining joriy qiymatiga teng narx bo'yicha kelishuvga erishadilar.

Korxonani diskontlangan pul oqimlari usuli bilan baholash quyidagi bosqichlardan iborat:

1. pul oqimi modelini tanlash;
2. prognoz davrining davomiyligini aniqlash;
3. yalpi daromadning retrospektiv tahlili va prognozi;
4. xarajatlarni prognoz qilish va tahlil qilish;
5. investitsiyalarni prognoz qilish va tahlil qilish;
6. har bir prognoz yili uchun pul oqimini hisoblash;
7. chegirma stavkasini aniqlash;
8. prognozdan keyingi davrda qiymat qiymatini hisoblash.
9. prognozdan keyingi davrda kelajakdagi pul oqimlarining joriy qiymatlarini va qiymatini hisoblash;
10. yakuniy tuzatishlarni kiritish.

Pul oqimi modelini tanlash xususiy va qarzga olingan kapitalni ajratish kerakmi yoki yo'qligiga bog'liq. Farqi shundaki, qarzga olingan kapitalga xizmat ko'rsatish bo'yicha foizlar xarajatlar sifatida ajratilishi mumkin (kapital uchun pul oqimi modelida) yoki daromad oqimining bir qismi sifatida hisobga olinishi mumkin (barcha investitsiya qilingan kapital uchun modelda), sof foyda miqdori mos ravishda o'zgaradi.

Bozor iqtisodiyoti rivojlangan mamlakatlarda prognoz davrining davomiyligi odatda 5-10 yilni tashkil etadi, o'tish davri iqtisodiyoti bo'lgan mamlakatlarda esa beqarorlik sharoitida prognoz davrini 3-5 yilgacha qisqartirish joizdir. Qoida tariqasida, korxonaning o'sish sur'ati barqarorlashguncha davom etadigan davr prognoz sifatida qabul qilinadi (prognozdan keyingi davrda barqaror o'sish sur'ati mavjud deb taxmin qilinadi).

Yalpi daromadning retrospektiv tahlili va prognozi bir qator omillarni ko'rib chiqishni va hisobga olishni talab qiladi, ularning asosiylari ishlab chiqarish hajmi va mahsulot narxi, mahsulotga talab, retrospektiv o'sish sur'ati, inflyatsiya darajasi, kapital qo'yilmalar istiqbollari, sohadagi vaziyat, korxonaning bozordagi

ulushi va iqtisodiyotdagi umumiy vaziyat. Yalpi daromad prognozi mantiqiy ravishda korxona biznesining retrospektiv ko'rsatkichlariga mos kelishi kerak.

Xarajatlarni prognoz qilish va tahlil qilish. Ushbu bosqichda baholovchi korxona xarajatlari tarkibini, ayniqsa doimiy va o'zgaruvchan xarajatlarning nisbatlarini o'rganishi, inflyatsion kutishlarni baholashi, kelajakda uchramaydigan bir martalik xarajatlar moddalarini chiqarib tashlashi, amortizatsiya ajratmalarini aniqlashi, qarz mablag'lari bo'yicha foizlarni to'lash xarajatlarini hisoblashi, prognoz qilingan xarajatlarni taqqoslashi kerak.raqobatchilarning tegishli ko'rsatkichlari yoki sanoatning o'rtacha ko'rsatkichlari bilan.

Investitsiyalarni prognoz qilish va tahlil qilish uchta asosiy tarkibiy qismni o'z ichiga oladi: o'z aylanma mablag'lari ("aylanma mablag'lar"), kapital qo'yilmalar, moliyalashtirish ehtiyojlari va shunga mos ravishda o'z aylanma mablag'larining alohida tarkibiy qismlarini prognoz qilish asosida, aktivlarning hisoblangan qolgan muddati asosida, mavjud qarz darajalarini moliyalashtirish ehtiyojlari va qarzlarni to'lash jadvallari asosida amalga oshiriladi.

Har bir prognoz yili uchun pul oqimini hisoblash ikki usul bilan amalga oshirilishi mumkin - bilvosita va to'g'ridan-to'g'ri. Bilvosita usul faoliyat yo'nalishlari bo'yicha pul oqimini tahlil qiladi. To'g'ridan-to'g'ri usul pul oqimini daromad va xarajatlar moddalari bo'yicha tahlil qilishga asoslangan, ya'ni.buxgalteriya hisobi bo'yicha.

Chegirma stavkasini aniqlash (kelajakdagi daromadlarni joriy qiymatga aylantirish uchun foiz stavkasi) pul oqimining qaysi turi asos sifatida ishlatilishiga bog'liq. O'z kapitali uchun pul oqimi uchun egasi talab qiladigan o'z kapitaliga qaytarish stavkasiga teng chegirma stavkasi qo'llaniladi; barcha investitsiya qilingan kapital uchun pul oqimi uchun diskont stavkasi kapital tarkibidagi qarz va o'z mablag'lari ulushi og'irlik vazifasini bajaradigan o'z kapitali va qarz mablag'lari bo'yicha tortilgan daromad stavkalari miqdoriga teng qo'llaniladi.

Kapital uchun pul oqimi uchun chegirma stavkasini aniqlashning eng keng tarqalgan usullari kümülatif qurilish usuli va kapital aktivlarini baholash modelidir. Barcha investitsiya

qilingan kapital uchun pul oqimi uchun odatda kapitalning o'rtacha tortilgan qiymati modeli qo'llaniladi.

Kümülatif usul bilan chegirma stavkasini aniqlashda, hisob-kitoblar bazasi xavf-xatarsiz qimmatli qog'ozlar bo'yicha daromad stavkasini oladi, unga ushbu turdagi qimmatli qog'ozlarga sarmoya kiritish xavfi bilan bog'liq qo'shimcha daromad qo'shiladi. Keyin ushbu kompaniyaning o'ziga xos xususiyatlari bilan bog'liq miqdoriy va sifat xavf omillarining ta'siriga (yuqoriga yoki pastga) o'zgartirishlar kiritiladi.

Prognozdan keyingi davrda qiymat qiymatini hisoblash prognozdan keyingi davrda biznesni rivojlantirish istiqbollariga qarab amalga oshiriladi, quyidagi usullar qo'llaniladi:

- tugatish qiymatini hisoblash usuli (agar prognozdan keyingi davrda kompaniyaning bankrotligi, keyinchalik aktivlarni sotish kutilsa);
- sof aktivlar qiymatini hisoblash usuli (muhim moddiy aktivlarga ega barqaror biznes uchun);
- taxminiy sotish usuli (sotishdan hozirgi qiymatga prognoz qilingan pul oqimini qayta hisoblash);
- Gordon usuli (prognozdan keyingi birinchi yil daromadi chegirma stavkasi va uzoq muddatli o'sish sur'atlari o'rtasidagi farq sifatida hisoblangan kapitallashuv koeffitsienti yordamida qiymat ko'rsatkichlariga kapitallashtiriladi).

Prognozdan keyingi davrda kelajakdagi pul oqimlarining joriy qiymatlarini va qiymatini hisoblash prognoz davrida ob'ekt keltiradigan joriy daromad qiymatlarini va prognozdan keyingi davrda ob'ektning joriy qiymatini yig'ish orqali amalga oshiriladi.

Yakuniy tuzatishlarni kiritish-odatda, bu ishlamaydigan aktivlarga (daromad olishda ishtirok etmaydigan aktivlar) va o'z aylanma mablag'larining haqiqiy miqdoriga tuzatishlar. Agar nazorat qilinmagan aktsiyalar paketi baholansa, unda nazorat etishmasligi uchun chegirma qilish kerak.

Diskontlangan kelajakdagi pul oqimlari usuli korxonaning kelajakdagi pul oqimlari darajasi hozirgi darajadan sezilarli darajada farq qilishi kutilganda, kelajakdagi pul oqimlarini oqilona aniqlash mumkin bo'lganda qo'llaniladi, kelajakdagi pul oqimlari aksariyat prognoz yillari uchun ijobiy hisoblanadi va prognoz

davrining so'nggi yilida pul oqimi sezilarli ijobiy bo'lishi kutilmoqda. Boshqacha qilib aytganda, ushbu usul ma'lum bir iqtisodiy faoliyat tarixiga ega bo'lgan, o'zgaruvchan daromad va xarajatlar oqimiga ega bo'lgan daromad keltiradigan korxonalarga nisbatan ko'proq qo'llaniladi.

Diskontlangan pul oqimlari usuli tizimli yo'qotishlarga duch keladigan korxonalar biznesini baholashda kamroq qo'llaniladi (garchi biznes qiymatining salbiy qiymati u yoki bu qarorni qabul qilish uchun dalil bo'lishi mumkin). Yangi korxonalar biznesini baholashda ushbu usulni qo'llashda ham ehtiyot bo'lish kerak, chunki foyda retrospektivasining yo'qligi kelajakdagi pul oqimlarini ob'ektiv bashorat qilishni qiyinlashtiradi.

Diskontlangan pul oqimlari usuli juda murakkab va ko'p vaqt talab qiladigan jarayondir, ammo butun dunyoda u mavjud korxonalar biznesini baholashning eng nazariy asoslangan usuli sifatida tan olingan. Bozor iqtisodiyoti rivojlangan mamlakatlarda yirik va o'rta korxonalarni baholashda ushbu usul 80-90% hollarda qo'llaniladi. Usulning asosiy afzalligi shundaki, u umuman bozorni va xususan korxonani rivojlantirish istiqbollariga asoslangan yagona ma'lum baholash usuli hisoblanadi va bu investorlarning manfaatlariga eng mos keladi.

Tayanch atmalari: Investitsiya. Biznesni rejalashtirish. Moliyaviy reja. Ishlab chiqarish rejasi. Soliqlarning vazifalari. Rossiya Federatsiyasining soliq tizimi. Maxsus soliq rejimlari. Soliq bazasi. Soliq davri. Soliq stavkasi. Biznesni baholash.

Nazorat savollari:

1. Tadbirkorlik faoliyatining mohiyati va sohasi
2. Kichik biznesni qo'llab-quvvatlash infratuzilmasi
3. Tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirishning iqtisodiy ijtimoiy va huquqiy shartlari
4. Tadbirkorlik sohasidagi jinoiy javobgarlik
5. Tadbirkorlik faoliyatini litsenziyalash xususiyatlari
6. Biznesni rejalashtirishning mohiyati, biznes-rejaning tuzilishi?
7. Biznes-reja bo'limlarini sanab bering va qisqacha tavsif bering?

8. Moliyaviy rejani tavsiflaysizmi?
9. V. ya. Gorfinkelga ko'ra biznes-rejani tavsiflang?
10. Soliqlarning funktsiyalarini tavsiflaysizmi?
11. Soliqlarning fiskal funktsiyasining qiymati qanday?
12. To'g'ridan-to'g'ri va bilvosita soliqlar o'rtasidagi farq?
13. Soddalashtirilgan soliq tizimi va umumiy o'rnatilgan tizim o'rtasidagi farq nima?
14. Soddalashtirilgan soliq tizimini kim qo'llash huquqiga ega emas?
15. Faoliyatning ayrim turlari uchun hisoblangan daromad uchun yagona soliqmi?
16. Yakka tartibdagi tadbirkorlarning soddalashtirilgan soliqqa tortish tizimiga o'tish shartlarini kengaytiring?
17. Biznesni baholashga qanday yondashuvlar mavjud?
18. Biznesni baholashda xarajatlar yondashuvini tavsiflang
19. Biznesni baholashda foydali yondashuvni tavsiflang

7-bob Tadbirkorlik riski

7.1. Tadbirkorlik riskining mohiyati. Yo'qotish xavfning sifat va miqdoriy aksi sifatida

Tadbirkorlikning eng muhim xususiyati bu yangi tadbirkorlik tuzilmasini yaratish bosqichida ham, uning keyingi faoliyat bosqichida ham xavfning mavjudligi. Tadbirkorlik faoliyatining yuqori xavfliligi sababi nafaqat korxonaning o'zi va uning xodimlarining ishiga ta'sir qiluvchi ichki omillar bilan bog'liq, balki asosan tashqi tadbirkorlik muhitida yuzaga keladigan vaziyat bilan belgilanadi.

Tadbirkorlik tavakkalchiligining mohiyati

Bozor, birinchi navbatda, iqtisodiy erkinlikdir. Bozor sharoitida davlat tomonidan tartibga solish asosan tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish normalarini belgilash va soliq tizimiga qisqartiriladi. Qolganlarning hammasi ishlab chiqaruvchi va iste'molchi tomonidan, shuningdek, tadbirkorlik muhitining tashqi va ichki omillarining ta'siri bilan belgilanadi. Iqtisodiy erkinlik qimmatga tushadi. Axir, bitta tadbirkorning erkinligi bir vaqtning o'zida o'z mahsulotlarini sotib olish yoki sotib olmaslik, buning uchun o'z narxlarini taklif qilish, unga ma'lum narxlarda sotish va bitimlar shartlarini belgilash erkinligiga ega bo'lgan boshqa tadbirkorlarning erkinligi bilan birga keladi. Shu bilan birga, iqtisodiy munosabatlarga kirishishi kerak bo'lganlar, birinchi navbatda, ularning foydasiga intilishadi va ba'zilarning foydasi boshqalarga zarar etkazishi mumkin. Bundan tashqari, raqobatchi tadbirkor odatda raqibini bozordan chiqarib yuborishga moyil.

Iqtisodiy nazariya klassiklarining ta'limotlarida tadbirkorlik xavfli faoliyat degan fikr alohida ta'kidlangan. Tadbirkorlar o'z xavf-xatarlari bilan faoliyat yuritishi to'g'risidagi Nizom Rossiya Federatsiyasining fuqarolik kodeksida qayd etilgan va Rossiya federatsiyasi fuqarolik kodeksining moddalaridan biri tadbirkorlik xavfini sug'urtalash muammosiga bag'ishlangan.

"Xavf" toifasini potentsial mumkin bo'lgan, ehtimol resurslarni yo'qotish yoki kam daromad olish xavfi sifatida

aniqlash mumkin. Gorfinkel tadbirkorlik xavfi nafaqat qabul qilingan qarorlarning istalmagan natijalari, balki tadbirkorlik loyihalarini amalga oshirishning muayyan variantlari bilan nafaqat rejalashtirilgan natijaga erishmaslik xavfi, balki kutilgan foydadan oshib ketish ehtimoli ham mavjud. Bu tadbirkorlik xavfi bo'lib, u rejalashtirilgan natijalardan istalmagan va ayniqsa qulay og'ishlarga erishish imkoniyatining kombinatsiyasi bilan tavsiflanadi.

M. G. Lapustaning so'zlariga ko'ra: ".... tadbirkorlik tavakkalchiligini iqtisodiy kategoriya deb tushunish mumkin, bu miqdoriy (va sifat jihatidan) amalga oshirish uchun mo'ljallangan tadbirkorlik faoliyati natijalarining noaniqligida ifodalanadi, bu tadbirkor (firma) faoliyatining oldindan rejalashtirilgan natijalarga nisbatan muvaffaqiyatsizlik (yoki muvaffaqiyat) darajasini aks ettiradi.

Quyidagi naqshga e'tibor berish kerak: iqtisodiy vaziyatning noaniqligi qanchalik katta bo'lsa, xavf darajasi shunchalik yuqori bo'ladi, qoida tariqasida, xavf darajasi qanchalik yuqori bo'lsa, yuqori foyda olish ehtimoli shunchalik yuqori bo'ladi

Iqtisodiy psixologiyada "xavf" atamasi bir qator ma'nolarga mos keladi, shu jumladan: faoliyatda muvaffaqiyatsizlikka uchragan taqdirda kutilayotgan muammoning o'lchovi sifatida, muvaffaqiyatsizlik ehtimoli va salbiy oqibatlar darajasining kombinatsiyasi bilan belgilanadi; bir darajaga yoki boshqasiga yo'qotish bilan tahdid qiladigan harakat sifatida; ikkita mumkin bo'lgan harakat variantlari o'rtasida tanlov holati sifatida: kamroq jozibali, ammo ishonchli, yanada jozibali, ammo kamroq ishonchli.

Tadbirkorlik tavakkalchiligini baholashda, birinchi navbatda, xavf o'lchovi va unga hamroh bo'lgan faoliyatning muayyan bitimi sharoitida yuzaga kelishi mumkin bo'lgan zarar darajasi qiziqadi. Tadbirkor mahsulot ishlab chiqarish, sotib olish, sotish va korxonaning boshqa barcha faoliyati bilan bog'liq xavfni o'rganishga majbur va u xavfning oldini olishga qiziqadi.

Bozor iqtisodiyotida xavfning asosiy elementlari kutilmagan holatlardir: bozor sharoitlari; talab; narxlar; iste'molchining xatti-harakati.

Mahsulotlar, tovarlar, xizmatlarni sotish, tovar-pul mablag'lari va moliyaviy operatsiyalar, tijorat, ijtimoiy - iqtisodiy va ilmiy-texnik loyihalarni amalga oshirish bilan bog'liq har qanday faoliyat turlarida yuzaga keladigan xavf tadbirkorlik xavfidir.

Xavf-bu tadbirkor prognozda, uning harakatlar dasturida nazarda tutilganidan tashqari qo'shimcha xarajatlar shaklida yo'qotishlarga duch kelishi yoki o'zi kutganidan pastroq daromad olish xavfi.

Tadbirkorlik tavakkalchiligining sabablaridan biri bu tashqi muhitning noaniqligi bo'lib, bu tadbirkor o'z faoliyatini amalga oshiradigan sharoitlarning doimiy o'zgaruvchanligi bilan bog'liq.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida noaniqlik holatining paydo bo'lishining uchta asosiy guruhi mavjud:

* jaholat-bu tashqi tadbirkorlik muhiti haqidagi bilimlarning etishmasligi;

* qarama – qarshilik-bu muayyan hodisalar tadbirkorlik firmasining samarali faoliyatiga to'sqinlik qiladigan holat (pudratchilar va mijozlar o'rtasidagi nizolar, jamoadagi mehnat ziddiyatlari, ish tashlashlar va boshqalar).;

* tasodifiylik kelajakdagi voqealarni oldindan ko'ra olmaslik bilan belgilanadi.

Tadbirkorlik tavakkalchiligi-bu rejalashtirilgan tadbirkorlik faoliyati natijalarining noaniqligida ifodalangan va tadbirkor faoliyati samaradorligining ko'rsatkichi bo'lgan miqdoriy va sifatli iqtisodiy kategoriya.

Shuni ta'kidlash kerakki, tadbirkorlik xatarlarining mavjudligi, aslida, iqtisodiy erkinlikning salbiy tomoni, buning uchun o'ziga xos to'lovdir. Bir tadbirkorning erkinligi bir vaqtning o'zida boshqa tadbirkorlarning erkinligi bilan birga keladi, shuning uchun mamlakatimizda bozor munosabatlari rivojlanib borishi bilan noaniqlik va tadbirkorlik xavfi kuchayadi.

Xavfdan yo'qotishlar

Tadbirkorlik xavfini aniqlashda "xarajatlar", "yo'qotishlar", "yo'qotishlar"tushunchalarini farqlash kerak. Har qanday tadbirkorlik faoliyati muqarrar ravishda xarajatlar bilan bog'liq, yo'qotishlar esa noqulay sharoitlarda, noto'g'ri hisob-kitoblarda

yuzaga keladi va rejalashtirilganidan tashqari qo'shimcha xarajatlarni anglatadi. Yuqorida aytilganlar "xavf" toifasini sifat jihatidan tavsiflaydi, ammo kontseptsiyani tarjima qilish uchun asos yaratadi

miqdoriy jihatdan "tadbirkorlik xavfi". Darhaqiqat, agar xavf resurslar yoki daromadlarni yo'qotish xavfi bo'lsa, unda uning mutlaq yoki nisbiy yo'qotish darajasi bilan belgilanadigan miqdoriy o'lchovi mavjud.

Mutlaq ma'noda, xavf moddiy (jismoniy) yoki qiymat (pul) ifodasidagi mumkin bo'lgan yo'qotishlar miqdori bilan aniqlanishi mumkin, agar zarar bunday o'lchov bilan ta'minlansa. Nisbiy nuqtai nazardan, xavf ma'lum bir bazaga taalluqli mumkin bo'lgan yo'qotishlar miqdori sifatida aniqlanadi, uning shaklida tadbirkorning mulkiy holatini yoki ushbu turdagi tadbirkorlik faoliyati uchun resurslarning umumiy xarajatlarini yoki tadbirkorlikdan kutilayotgan daromad (foyda) ni olish eng qulaydir.

Yo'qotishlar kutilgan qiymatlarga nisbatan foyda, daromadning pasayishi hisoblanadi. Shuning uchun xavfni tahlil qilish har doim yo'qotishlarni o'rganish bilan bog'liq. Tadbirkorlik faoliyatida bo'lishi mumkin bo'lgan yo'qotishlarni moddiy, mehnat, moliyaviy, vaqt yo'qotishlari, yo'qotishlarning maxsus turlariga bo'lish maqsadga muvofiqdir. Ushbu yo'qotish turlarining har biriga nisbatan o'z o'lchov birliklari qo'llaniladi, ya'ni. vazn, hajm, maydon va boshqalarning jismoniy birliklarida.

Yo'qotishlarning moddiy turlari tadbirkorlik loyihasi tomonidan ko'zda tutilmagan qo'shimcha xarajatlar yoki mulk uskunalari, mahsulotlar, xom ashyo, energiya va boshqalarning to'g'ridan-to'g'ri yo'qotishlarida namoyon bo'ladi.

Mehnat yo'qotishlari tasodifiy, kutilmagan holatlar tufayli ish vaqtining yo'qolishini anglatadi va odam-soat bilan o'lchanadi.

Moliyaviy yo'qotishlar-bu kutilmagan to'lovlar, jarimalarni to'lash, qo'shimcha soliqlarni to'lash, naqd pul va qimmatli qog'ozlarni yo'qotish bilan bog'liq to'g'ridan-to'g'ri pul zarari. Moliyaviy yo'qotishlar shartnomalar to'lanmasa, qarzlar qaytarilmasa, sotilgan tovarlar narxining pasayishi bilan yuzaga keladi. Pul zararining maxsus turlari inflyatsiya, rublning

valyuta kursining o'zgarishi bilan bog'liq. Shuningdek, hisobvaraqlarning muzlashi, mablag'larning o'z vaqtida berilmasligi va qarzlarni to'lashni kechiktirish natijasida vaqtincha moliyaviy yo'qotishlar mavjud.

Vaqt yo'qotishlari tadbirkorlik faoliyati jarayoni rejalashtirilganidan sekinroq bo'lganda mavjud bo'ladi.

Yo'qotishlarning maxsus turlari odamlarning sog'lig'i va hayotiga, atrof-muhitga, tadbirkorning obro'siga, shuningdek boshqa salbiy ijtimoiy va axloqiy va psixologik oqibatlarga zarar etkazish shaklida namoyon bo'ladi. Yo'qotishlarning maxsus turlarini miqdoriy jihatdan aniqlash juda qiyin, ayniqsa qiymat jihatidan.

7.2. Tadbirkorlik tavakkalchiligining funktsiyalari

Xavf omillari ham salbiy, ham ijobiy tomonlarga ega. Masalan, tadbirkorlarning vijdonan raqobati iqtisodiyotda ijobiy funktsiyani bajaradi, taraqqiyotning dvigateli, madaniyatli tadbirkorlarning mavjudligi sharti hisoblanadi. Adolatsiz raqobat salbiy funktsiyaga ega, shuning uchun barcha mamlakatlarda bunday raqobat qonuniy ravishda taqiqlangan. Xo'jalik yurituvchi sub'ektlarga bozorda ustun mavqeni egallash, monopol yuqori yoki monopol past narxlarni belgilash, adolatsiz reklama tashkil etish taqiqlanadi.

Tadbirkorlik tavakkalchiligining vazifalari

Tadbirkorlik xavfi quyidagi funktsiyalar bilan tavsiflanadi: analitik, tartibga soluvchi, himoya va innovatsion.

Xavfning analitik funktsiyasi muvaffaqiyatli tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirishning barcha omillari va shartlarini tahlil qilish bilan bog'liq. Bu xavfning taxmin qilingan oqibatlarini iqtisodiy va matematik hisob-kitoblarini qo'llash, ehtimollik nazariyasi va iqtisodiy hodisalarning takrorlanish qonunidan foydalanish orqali tadbirkorlar faoliyatida yuzaga keladigan xavfli vaziyatlarni (ijobiy) hal qilishning alternativalaridan birini tanlash shaklida ifodalanadi.

Tartibga solish funktsiyasi tadbirkorlarga kompaniyaning hayot tsiklining barcha bosqichlarida qaror qabul qilish

jarayonida ta'sir ko'rsatishda namoyon bo'ladi, shuning uchun bunday qarorlarni qabul qilish bilan bog'liq bo'lib, ularni amalga oshirish xavfning oldini olishga (yoki oqibatlarini kamaytirishga) yordam beradi.

Fuqarolik qonunchiligiga ko'ra, tadbirkorlik tavakkalchiligining barcha oqibatlari tadbirkorning o'zi tomonidan qoplanadi, shuning uchun u asosli biznes-rejani ishlab chiqish, vijdonli xo'jalik sheriklari bilan shartnomalar tuzish, to'lovga qodir bo'lmaslik uchun barcha darajadagi byudjetlar oldidagi majburiyatni o'z vaqtida bajarish orqali xavfning himoya funktsiyasidan xolisona foydalanadi

(bankrotlik).

Xavfning innovatsion funktsiyasi xavfning paydo bo'lishi va uning salbiy oqibatlari ehtimoli tadbirkorning oldida turgan muammolarga noan'anaviy echimlarni izlash shartiga aylanishi, ishlab chiqarish jarayonida yangiliklarni joriy etishga, yangi texnologiyalar, uskunalar, xom ashyo, materiallardan foydalanishga yordam berishida namoyon bo'ladi.kamroq xarajatlar bilan ko'proq mahsulotlar (ishlar, xizmatlar) ishlab chiqarish. Xavfning innovatsion funktsiyasi tadbirkorlarni menejment va ishlab chiqarishni takomillashtirish, o'z faoliyatini rejalashtirishga undaydi.

Tadbirkorlik xatarlarining tasnifi

Tadbirkorlik muammolariga bag'ishlangan iqtisodiy adabiyotlarda tadbirkorlik xatarlarini tasniflashning izchil tizimi mavjud emas. Xavfni tasniflashda ko'plab yondashuvlar mavjud. Ikki turdagi xavfni aniqlaydigan I. Shumpeter tomonidan tadbirkorlik xavfini tasniflash ma'lum qiziqish uyg'otadi:

* ishlab chiqarishning mumkin bo'lgan texnik muvaffaqiyatsizligi bilan bog'liq xavf, shuningdek, tabiiy ofatlar natijasida hosil bo'lgan tovarlarni yo'qotish xavfini ham o'z ichiga oladi;

* tijorat muvaffaqiyatining etishmasligi bilan bog'liq xavf.

Tadbirkor o'z faoliyatining turli bosqichlarida xavfga duch keladi va, albatta, ma'lum bir xavfli vaziyatning sabablari juda ko'p bo'lishi mumkin. Odatda, yuzaga kelish sababi vaziyat natijasining noaniqligini keltirib chiqaradigan ba'zi bir shartlarni anglatadi.

Xavf uchun bunday manbalar: to'g'ridan-to'g'ri iqtisodiy faoliyat, tadbirkorning o'zi faoliyati, tadbirkorlik faoliyati natijalariga ta'sir ko'rsatadigan tashqi muhitning holati to'g'risida ma'lumot etishmasligi.

Shundan kelib chiqib, tadbirkorlik xatarlarini farqlash kerak:

* iqtisodiy faoliyat bilan bog'liq xavf;
* tadbirkorning shaxsiyati bilan bog'liq xavf;
* tashqi muhit holati to'g'risida ma'lumot etishmasligi bilan bog'liq xavf.

Xatarlar turlari bo'yicha ham farq qiladi (jadval. 5).

5-jadval

Tadbirkorlik tavakkalchilik turlari

Guruhlar	Kichik guruhlar
Iloji bo'lsa sug'urta qilish	Sug'urtalangan. Sug'urtalanmagan
Iloji boricha diversifikatsiya qilish	Tizimli. Tizimsiz
Muammoni yechish bosqichiga qarab	qaror qabul qilish sohasida. Yechimni amalga oshirish sohasida
Voqea tabiatiga ko'ra	Uy xo'jaligi. Tadbirkorning shaxsiyati bilan bog'liq Ma'lumot etishmasligi bilan bog'liq
Masshtab bo'yicha	Mahalliy. Global
Kelib chiqish hududi bo'yicha	Tashqi. Ichki
Ta'sir qilish muddati bo'yicha	Vaqtinchalik. Doimiy
Kutilgan natijalarga ko'ra	Spekulyativ. Oddiy
Qabul qilish darajasiga ko'ra	Ruxsat etilgan Tanqidiy. Falokatli
Asoslash darajasiga ko'ra	qonunly noqonuniy

Yuqorida aytib o'tilganidek, xavfning tasnifi uning xususiyatlariga ko'ra toifalarga, turlarga, guruhlarga taqsimlanishi hisoblanadi. Xatarlarni manbalar bo'yicha tasniflash (uning mazmuni) quyidagicha:

1). Ishlab chiqarish xavfi to'g'ridan-to'g'ri ishlab chiqarilgan mahsulotlarni ishlab chiqarish va sotish bilan bog'liq. Zamonaviy iqtisodiy sharoitda ishlab chiqarish xavfi katta, shuning uchun ishlab chiqarish tadbirkorligi eng xavfli hisoblanadi. Ishlab chiqarish sohasida quyidagi xavflar mavjud:

* xo'jalik shartnomalarini bajarmaslik;
* bozor konyukturasidagi o'zgarishlar;
* raqobatni kuchaytirish;
* kutilmagan xarajatlarning paydo bo'lishi; * korxona mulkini yo'qotish.

2). Tijorat xavfi tovarlarni sotib olish va sotish jarayonida yuzaga keladi. Tijorat faoliyatiga quyidagi omillar ta'sir qiladi; tovarlarni sotib olishda narxlarning oshishi va ularni sotishda narxlarning pasayishi; tovarlarni saqlash va tashish xarajatlarining oshishi; tovarlarning shikastlanishi yoki yo'qolishi.

3). Moliyaviy xavf moliyaviy ta'minot bilan bog'liq tadbirkorlik faoliyati. Ko'proq darajada, bu moliyaviy tadbirkorlik bilan birga keladi va sheriklarning to'lovga qodir emasligi, valyuta kursining pasayishi yoki ko'tarilishi, qimmatli qog'ozlar bozori (fond bozori) qulashi va boshqalar bilan sodir bo'ladi.

4). Investitsiya xavfi o'z va sotib olingan qimmatli qog'ozlardan tashkil topgan investitsiya moliyaviy portfelining qadrsizlanishi bilan bog'liq.

5). Bozor xavfi milliy valyutalar va bank foiz stavkalari, inflyatsiya jarayonlarining o'zgarishiga bog'liq.

6). Ekologik xavf tadbirkorlik tashkilotlari tomonidan o'z faoliyati davomida atrof-muhitning mumkin bo'lgan ifloslanishi bilan bog'liq. Ular texnogen ofatlar, baxtsiz hodisalar natijasida ham paydo bo'lishi mumkin.

7). Axborot xavfi, bir tomondan, sifat, ya'ni.ma'lumotlarning o'zi etarliligi, ishonchliligi va o'z vaqtida bajarilishi, boshqa

tomondan, tadbirkor yoki xodimlarning ma'lum ma'lumotlarni to'g'ri baholash va ulardan foydalanish qobiliyati.

Vujudga kelish vaqti nuqtai nazaridan xavflarning ikki guruhi ajratiladi: doimiy va vaqtinchalik: doimiy xatarlar – bu tadbirkorlik tashkilotining butun hayot tsikli davomida yuzaga kelishi mumkin bo'lgan xatarlar, vaqtinchalik xatarlar – ma'lum operatsiyalar, tadbirkorlik firmalari tomonidan cheklangan vaqt davomida amalga oshiriladigan bitimlar bilan bog'liq.

Xavf darajasini tartibga solish mumkin bo'lganda, xatarlar boshqariladigan, boshqarilmaydigan va boshqarilmaydigan bo'linadi. Boshqariladigan xatarlar ichki xavflardir, chunki ularning paydo bo'lish manbai tadbirkorlik tashkilotining o'zi va shunga mos ravishda ularni boshqarishi mumkin, boshqarib bo'lmaydigan xatarlar tashqi muhit xavfi bo'lib, ularga ta'sir qilish deyarli mumkin emas. Shuni ta'kidlash kerakki, yirik tadbirkorlik tuzilmalari, kichik firmalardan farqli o'laroq, lobbichilik orqali tashqi tadbirkorlik muhitining ayrim omillariga ta'sir qilishi mumkin (o'zgartirish Qonunchilik) va bunday xatarlar kam boshqariladiganlarga tegishli

7.3. Tadbirkorlik xavfi darajasiga ta'sir qiluvchi omillar. Iqtisodiy xatarlarni boshqarish

Har qanday tadbirkorlik faoliyati turli xil tashqi va ichki omillarga ta'sir qiladi. Shu munosabat bilan, ta'sir doirasi bo'yicha xavflar ichki, tashqi va aralash.

Masalan, E. V. Sytova28 yirik kompaniyalarga qaramlik, menejerlarning zaif malakasi va ishchilarning professionalligi, qo'shimcha moliyaviy resurslarni jalb qilishda qiyinchiliklar, yaxshi resurs bazasining yo'qligi, o'zgarish va investitsiya faoliyatining past qobiliyati kabi sabablarni ta'kidlaydi. Tashqi xatarlar moliyaviy inqiroz, raqobatchilarning harakatlari, siyosiy vaziyat, mintaqadagi jinoiy vaziyat, soliq va pul siyosatining kamchiliklari, inflyatsiyaning yuqori darajasi va Qonunchilik bazasining nomukammalligi bilan bog'liq bo'lishi mumkin.

Ichki xavflarning manbai tadbirkorlik tashkilotining o'zi bo'lib, ular strategiya va taktikani tanlashda va individual

boshqaruv qarorlarini qabul qilishda yo'l qo'yilgan xatolar bilan bog'liq. Ushbu xavflar quyidagi hollarda yuzaga keladi:

* samarasiz boshqaruv;

* noto'g'ri marketing siyosati;

• ishlab chiqarish va aylanish jarayonlarini noto'g'ri tashkil etish; • samarasiz foydalanish yoki moliyaviy resurslarning etishmasligi; * ichki suiiste'mol qilish natijasida.

Asosiy ichki xavflar qatorida tadbirkorlik firmasi xodimlarining kasbiy darajasi va xarakter xususiyatlari bilan bog'liq bo'lgan kadrlar xavfini ta'kidlash mumkin. V.A. Moskvin quyidagilarni ichki risklar deb tasniflaydi (6-jadval).

6-jadval

Ichki muhit xavfi

1. Yomon boshqaruv	Korxona holatini tahlil qilish
	Rejalashtirish holati
	Nazorat tizimi
	Boshqaruv tizimida huquq va majburiyatlarning taqsimlanishi
	Zamonaviy usullar va nazorat vositalaridan foydalanish
	Menejerlar va yetakchi mutaxassislarning malakasi
	Tashkiliy va boshqaruv hujjatlari tizimining sifati (reglamentlar, standartlar, ichki ko'rsatmalar)
2. Samarasiz marketing	Iste'molchilarni o'rganish
	Iste'molchi xatti-harakatlarining motivlarini o'rganish
	Korxona bozorini tahlil qilish
	Mahsulot tadqiqoti
	Amalga oshirish shakllari va kanallarini tahlil qilish
	Korxonaning tovar aylanmasi hajmini tahlil qilish
	Raqobatchilarni o'rganish
	Reklama faoliyatini o'rganish
	Mahsulotni samarali reklama qilish usullari
	Korxonaning "nishi" ni o'rganish
	Iste'molchilarni o'rganish

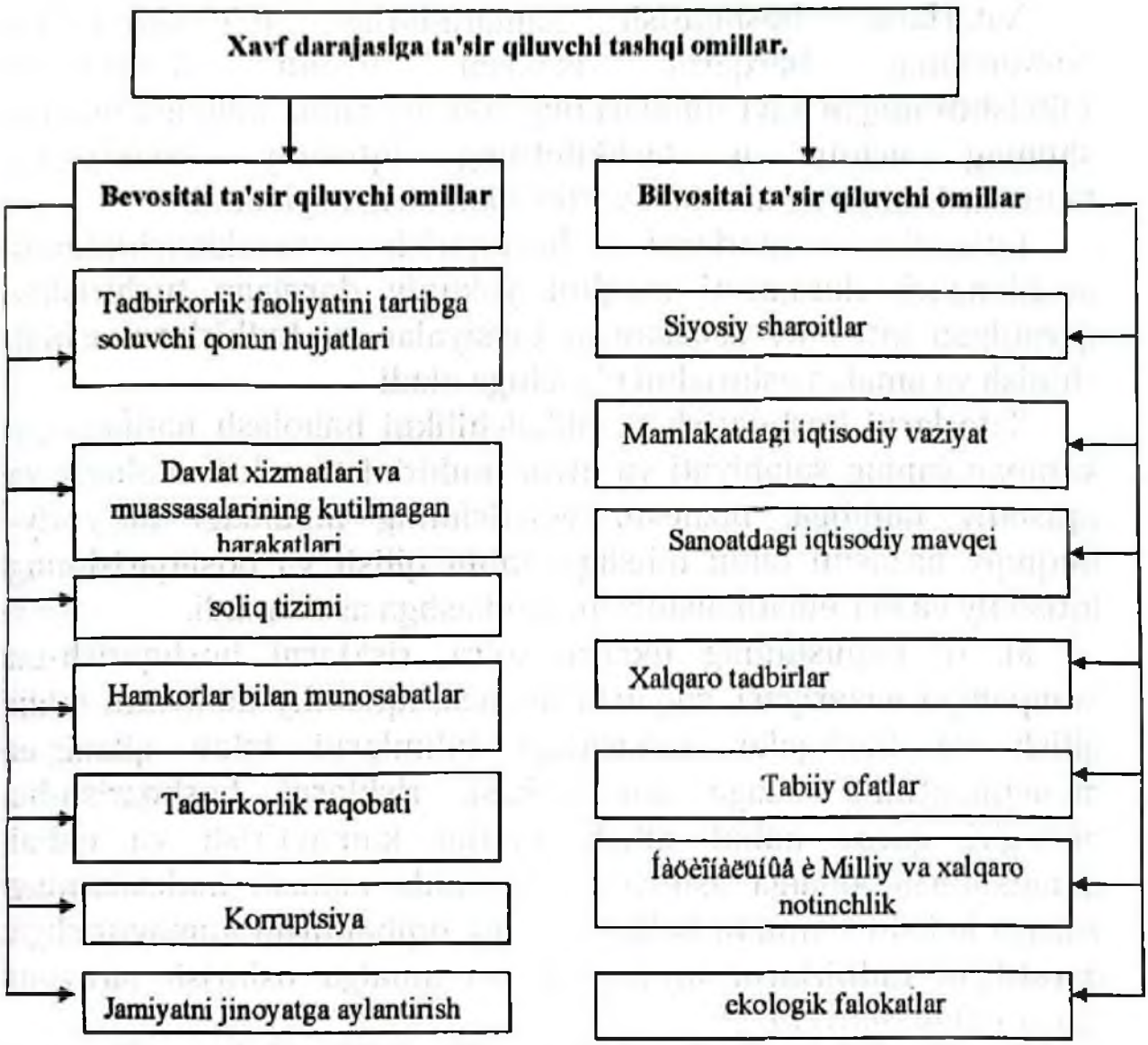
3. Raqobatbardosh bo'lmagan mahsulotlar	Sifat nazorati
	Xarajatlarni boshqarish
	Raqobatbardosh mahsulotlarni ishlab chiqish
	Hamkorlik va hamkorlik
	Standartlar va qoidalarga muvofiqligi
	Raqobatbardoshlik strategiyasi
4. Ishlab chiqarish quvvatlarining yetarli emasligi	Asosiy vositalar bilan ta'minlash
	Nomoddiy aktivlar bilan ta'minlash
	Aylanma kapital ta'minoti
	Ishlab chiqarishni tashkil etish
	Mehnatni tashkil etish darajasi
5. Huquqiy risklar	Shartnomalarni bajarmaslik
	Tashqi sheriklar bilan sud jarayoni
	Ichki sud ishlari
	Fors-major holatlari

Ishlab chiqarish faoliyatidagi xavf omillari: ishlab chiqarish jarayonini tashkil etish (ishlab chiqarish tsiklining davomiyligi, ritm va boshqalar); texnologiyalarning yangiligi; ishlab chiqarish texnologiyasining buzilishi tufayli ishlab chiqarish jarayonida kutilmagan o'zgarishlar; uskunaning ishdan chiqishi, eskirganligi, quvvat zaxirasining etishmasligi; boshqa bo'linmalarning aybi bilan jihozlarning to'xtab qolishi yoki ishlab chiqarishning texnologik tsiklining uzilishi; kompaniya mahsulotlari va uni ishlab chiqarish texnologiyalarining patent himoyasi etarli emas; baxtsiz hodisalar yoki ombor sig'imlarining to'lib ketishi; mahsulot ishlab chiqarishni o'zgartirish bo'yicha instrumental iqtisodiyot tomonidan o'z majburiyatlarini o'z vaqtida bajarmaslik; quvvat va yoqilg'i ta'minotidagi uzilishlar; ventilyatsiya, kanalizatsiya, suv va bug 'ta'minoti va boshqa yordamchi ishlab chiqarish uskunalaridagi avariyalar. [... 69-bet]

Iqtisodiy noaniqlikning zamonaviy sharoitida, shu jumladan. jahon iqtisodiy inqirozi bilan, tadbirkorlik tuzilmasining iqtisodiy faoliyati muqarrar ravishda salbiy qo'shimcha omillarga duch

keladi: turli xil vaziyatlar, rejalashtirilmagan yoki kutilmagan hodisalar, ularga o'z vaqtida va etarli darajada javob berish kerak, bu hodisalar natijasida yuzaga keladigan yo'qotishlarga duch kelmaslik yoki aksincha, samaradorlikni oshirish uchun kutilmagan afzalliklardan mohirona foydalanish biznes.

Tashqi xavflarning manbai tashqi tadbirkorlik muhitidir. Tashqi omillarga tadbirkor o'zgartira olmaydigan, ammo shu bilan birga ularni hisobga olishga majbur bo'lgan faoliyat shartlari kiradi, chunki ular uning biznes natijalariga ta'sir qiladi. Shunday qilib, tashqi xatarlar tadbirkor faoliyati bilan bevosita bog'liq bo'lmagan xavflarni o'z ichiga oladi. Biz tadbirkorlik faoliyatini tartibga soluvchi qonunchilikdagi kutilmagan o'zgarishlar, mamlakatdagi siyosiy rejimning beqarorligi va boshqalar haqida gapiramiz (1-rasm).1).



Rasm 1. Tadbirkorlik xavfi darajasiga ta'sir qiluvchi tashqi omillar tizimi

Har qanday qaror qabul qilganda, tadbirkor odatda qabul qilingan qaror natijasiga ta'sir qilishi mumkin bo'lgan xavf darajasini tushunadi va hisoblashga harakat qiladi. Shu bilan birga, tadbirkorlik xavfini boshqarish muammosi xususiy emas, ya'ni.vaqti-vaqti bilan individual boshqaruv qarorlarini qabul qilishda faqat tashkilot rahbariyati oldida turadi. Bugungi kunda tadbirkorlik xavfini baholash va uni kamaytirish dasturlarini ishlab chiqish kundalik boshqaruv ishlarining bir qismi, sifat, moliya va boshqalarni boshqarish bilan bir qatorda boshqaruv funktsiyalaridan biridir.

Iqtisodiy xatarlarni boshqarish

Xatarlarni boshqarish samaradorligi to'g'ridan-to'g'ri korxonaning barqaror ishlashi uchun sharoitlarni zaiflashtiradigan xavf omillarining soni va xilma-xilligiga bog'liq, shuning uchun u tashkilotning iqtisodiy xavfsizligini ta'minlashning eng muhim shartlaridan biriga aylanadi.

Iqtisodiy xatarlarni boshqarish tavakkalchilikning boshlang'ich darajasini maqbul yakuniy darajaga tushirishga qaratilgan iqtisodiy asoslangan tavsiyalar va tadbirlarni ishlab chiqish va amalga oshirishni o'z ichiga oladi.

Xatarlarni boshqarish tavakkalchilikni baholash natijalariga, kompaniyaning salohiyati va atrof-muhitini texnik-texnologik va iqtisodiy tahliliga, biznesni yuritishning amaldagi me'yoriy-huquqiy bazasini tahlil qilishga, tahlil qilish va boshqarishning iqtisodiy va matematik usullarini qo'llashga asoslanadi.

M. G. Lapustaning fikriga ko'ra, risklarni boshqarish-bu kompaniya nazariyasi, sug'urta biznesi, iqtisodiy faoliyatni tahlil qilish va boshqalar sohasidagi bilimlarni talab qiladigan menejmentning o'ziga xos sohasi. risklarni boshqarish-bu noto'g'ri qaror qabul qilish xavfini kamaytirish va qabul qilinganlarni amalga oshirish jarayonida noxush hodisalarning yuzaga kelishi mumkin bo'lgan salbiy oqibatlarini kamaytirishga qaratilgan tadbirlarni tayyorlash va amalga oshirish jarayoni qaror qabul qiluvchi.

Xatarlarni boshqarish tadbirkorlik tashkilotiga imkon beradi :

* u uchun salbiy rivojlanish bilan bog'liq potentsial vaziyatlarni aniqlash • ya'ni. xavf bilan bog'liq vaziyatlar, natijada maqsadlarga erishilmasligi mumkin;

* voqealarning istalmagan rivojlanishi bilan bog'liq mumkin bo'lgan zararning miqdoriy xususiyatlarini olish;

* qarorni tayyorlashda oldindan rejalashtirish va agar kerak bo'lsa, xavfni maqbul darajaga kamaytirish choralarini ko'rish;

* qaror qabul qilishda xavfni oldindan baholash va boshqarish bilan bog'liq xarajatlarni hisobga oling.

Xatarlarni boshqarish bosqichlari:

- xavf omillarini aniqlash va ularni tasniflash,

- xavf omilining o'ziga xos turini baholash, xavf omillarining o'zaro bog'liqligini aniqlash, integral xavfni aniqlash;

- xatarlarni boshqarish usullari va tadbirlarini asoslash;
- xatarlarni boshqarish dasturini ishlab chiqish;
- – dasturni amalga oshirish natijalarini monitoring qilish va risklarni boshqarish tizimini takomillashtirish

Xavf aniqlanmagan ekan, uni minimallashtirish uchun biron bir chora ko'rish mumkin emas, shuning uchun xavfni boshqarishning birinchi bosqichi ehtimoliy xavflarni aniqlashdir. Xatarlar va omillarni aniqlash turli yo'llar bilan amalga oshirilishi mumkin: sof intuitiv taxminlardan tortib, operatsiyani o'rganish modellarini murakkab ehtimollik tahliligacha.

Tadbirkorlik xatarlarini minimallashtirish dasturini ishlab chiqish uchun dastlab yuzaga kelishi mumkin bo'lgan xatarlarni aniqlash va ularning darajasini baholash kerak. Ishlab chiqarish faoliyati jarayonida yuzaga keladigan xatarlarni turli xil belgilar asosida tasniflash mumkin. Eng katta qiyinchiliklar, qoida tariqasida, ichki tadbirkorlik xatarlarini tasniflashda yuzaga keladi, chunki tashqi xatarlar deyarli barcha tashkilotlarga ta'sir qiladi.

Tadbirkorlik xavfini boshqarish jarayonida tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirishda resurslarning mumkin bo'lgan yo'qotishlarini tahlil qilish va bashorat qilish muhim o'rin tutadi. Bu tadbirkorlik faoliyatining tabiati va ko'lami bilan ob'ektiv ravishda belgilanadigan resurslarni sarflashni anglatmaydi, balki tadbirkorlik faoliyatining Real yo'nalishini rejalashtirilganidan chetga chiqish natijasida yuzaga keladigan tasodifiy, ko'zda tutilmagan, ammo potentsial yo'qotishlarni anglatadi.

Tadbirkorlik tashkiloti o'z zimmasiga olishi mumkin bo'lgan xavfni baholash va xavfni minimallashtirish usullarini ishlab chiqishda, birinchi navbatda, uning faoliyati profilidan, xavfning mumkin bo'lgan oqibatlarini moliyalashtirish dasturini amalga oshirish uchun zarur resurslarning mavjudligi, sheriklar va iste'molchilar bilan munosabatlar, shuningdek uning strategiyasi va asosiy maqsadlarini hisobga olish kerak.

Tadbirkorlik tavakkalchiligini boshqarishning muhim bosqichi iqtisodiy xatarlarni boshqarish jarayoni bo'lib, u muayyan harakatlar ketma-ketligi shaklida ifodalanishi mumkin:

1-bosqich. Barcha mumkin bo'lgan xavflarni aniqlash va mumkin bo'lgan yo'qotishlarni tahlil qilish.

2-bosqich. Xavf darajasiga ta'sir qiluvchi omillarni aniqlash.

3-bosqich. Potentsial xavflarni baholash va baholash.

4-bosqich. Xatarlarni kamaytirish usullari va usullarini tanlash.

5-bosqich. Tanlangan usullarni qo'llash.

6-bosqich. Natijalarni baholash va tuzatuvchi ta'sirlarni qo'llash.

Iqtisodiy xatarlarni boshqarish jarayonining asosiy bo'g'ini tashqi va ichki tadbirkorlik muhitini monitoring qilishdir:

- o'rganilayotgan omillarni aniqlash va tanlash;
- monitoring jarayonini loyihalash; monitoring jarayonini tashkil etish; monitoringni tashkil etish samaradorligini baholash; monitoring jarayonini takomillashtirish.

Tez o'zgaruvchan bozor sharoitida monitoring ko'pincha hal qiluvchi rol o'ynaydi, agar kerak bo'lsa, xatarlarni minimallashtirish dasturini o'z vaqtida tuzatishga va tadbirkorlik tashkiloti faoliyatida qo'shimcha xavflarning paydo bo'lishining oldini olishga yordam beradi.

Tadbirkorlik faoliyati egasining ushbu faoliyat bilan bog'liq bo'lgan shaxsiy xavfni o'z zimmasiga olishga tayyorligini o'z ichiga oladi. Shu bilan birga, xavfni maksimal darajada kamaytirishga quyidagi usullar yordamida erishish mumkin:

* diversifikatsiya (har xil turdagi mahsulotlarni ishlab chiqarish va/yoki turli xil faoliyat turlari bo'yicha investitsiyalarni taqsimlash);
* mulkni sug'urtalash;

tanlangan faoliyat sohasi, taklif etilayotgan kapital qo'yilmalarning moliyaviy va iqtisodiy jozibadorligi to'g'risida ma'lumot olish oqimlarini maksimal darajada oshirish;

ilmiy-texnik yangiliklarga ega bo'lgan eng yangi texnologiyalar, tovarlar va xizmatlardan foydalanish;

* muayyan faoliyat turida ishlab chiqarish omillaridan foydalanish samaradorligini ta'minlaydigan biznesning tashkiliy shaklini to'g'ri tanlash.

Tayanch iboralari: Noaniqlik. Noaniqlik holatining sabablari. Moddiy yo'qotishlar. Mehnat yo'qotishlari. Moliyaviy yo'qotishlar. Vaqtni yo'qotish. Yo'qotishlarning maxsus turlari. Tadbirkorlik xavfi. Moliyaviy xavf. Investitsiya xavfi. Bozor xavfi. Sug'urta xavfi. Siyosiy xavf. Ekologik xavf. Tashqi omillar va xavf darajasi. Xatarlarni boshqarish.

Nazoray savollari:

1. Bozor iqtisodiyotidagi xavf elementlari qanday?
2. Tadbirkorlik xavfini aniqlang?
3. Yo'qotish turlarini qisqacha tavsiflaysizmi?
4. I. Shumpeterga ko'ra tadbirkorlik xavfining tasnifi qanday?
5. Kompaniyaning faoliyat sohasiga qarab xavf turlarini qisqacha tavsiflaysizmi?
6. Tadbirkorlik tavakkalchilik turlarini guruhlar va kichik guruhlar bo'yicha sanab bering?
7. Tadbirkorlik xavfi darajasiga ta'sir qiluvchi tashqi omillar tizimini tavsiflaysizmi?
8. Ichki xavf manbalarini sanab bering?
9. Xavf tasnifini tavsiflaysizmi? 10. Xatarlarni boshqarishning mohiyati nimada?

8-bob Kichik korxonalarning raqobatbardoshligi

8.1. Kichik biznesning raqobatbardoshligi muammolari

So'nggi yillarda davlat kichik tadbirkorlikda, shu jumladan raqobat institutlarini takomillashtirish orqali raqobatbardosh munosabatlarni rivojlantirishni faol ravishda rag'batlantirmoqda [ ].

O'zbekistonda va ayniqsa periferik mintaqalarda kichik biznesning past raqobatbardoshligi muhim muammolarning mavjudligi bilan bog'liq:

• boshlang'ich kapital va o'z aylanma mablag'larining etishmasligi yoki bank kreditlarini olishning iloji yo'qligi yoki ularning yuqori stavkalari, bu biznesni rivojlantirishning dastlabki bosqichida kichik korxonalarning raqobatbardoshligini pasaytiradi va kelajakda ularning ishlab chiqarilishini modernizatsiya qilishga imkon bermaydi;

* texnik va texnologik kechikish va shu munosabat bilan oz sonli innovatsion korxonalar, bu iqtisodiyotning yuqori texnologik tarmoqlarida raqobatbardoshlik darajasini keskin pasaytiradi, shu jumladan. raqamli texnologiyalardan foydalangan holda ishlab chiqarishni rivojlantirish;

* biznes yuritish masalalarida tadbirkorlarning o'z vakolatlarining past darajasi va xodimlarning past malakasi;

* soliq to'lashdan bo'yin tovlashga olib keladigan va davlat xaridlari va investitsiya resurslaridan foydalanish imkoniyatini kamaytiradigan soyali iqtisodiy faoliyatning katta ko'lami.

Bundan tashqari, shahar darajasida depressiya mintaqalarida kichik biznesning raqobatbardoshligini pasaytiradigan yana bir qancha muammolarni ta'kidlash kerak:

* hududlarning yuqori subsidiyalari kichik biznesni rivojlantirish va uning infratuzilmasini rivojlantirish uchun etarli byudjet mablag'larini ajratishga imkon bermaydi;

* qishloq xo'jaligi, o'rmon xo'jaligi, ta'lim va maktabgacha ta'lim sohasida ishlaydigan o'rta va kichik korxonalar xodimlarining kam ish haqi;

* munitsipalitetlarda kichik biznesning sust rivojlanishi (kichik shaharlar, qishloq aholi punktlari);

* energiya va kommunal xizmatlarni etkazib beruvchilar bilan muammoli munosabatlar, tariflarning doimiy o'sishi;

* tabiiy biznesni rivojlantirishda kichik biznesning ishtirokini cheklash

resurslar;

* korxonalarni joylashtirishda, er uchastkalarini ajratishda, ruxsatnomalar va tasdiqlashlarni olishda qiyinchiliklar.

Korxonaning raqobatbardoshligi - bu ajralmas raqamli xarakteristikasi bo'lib, uning yordamida korxona ma'lum bir davrda erishgan faoliyatining yakuniy natijalari baholanadi. Bu elementlar tizimi bo'lib, ularning har biri potentsialning ma'lum bir turini raqamli (masalan, ball) baholashni aks ettirish uchun mo'ljallangan. Korxonaning raqobatbardoshligi uning asosiy raqobatchilariga nisbatan qo'lga kiritgan turli ustunliklari bilan ta'minlanadi, xususan: iqtisodiy, moliyaviy, investitsion, kadrlar, imidj va boshqalar.

Yashirin iqtisodiy munosabatlar sharoitida raqobatbardoshlik

Kichik korxonalarning yuqori raqobatbardosh mavqeini ta'minlash uchun faqat zamonaviy boshqaruv texnologiyalarini joriy etish yoki kapital-mehnat va ishlab chiqarish kapitalining intensivligini oshirish etarli emas.

Ishlab chiqarish kichik korxonalarining raqobatbardoshligiga katta salbiy ta'sir ko'rsatadigan soyali iqtisodiy munosabatlar mavjud bo'lib, ular institutsional tuzoqlarning shakllanishiga olib keladi – samarasiz, ammo barqaror institutlar yoki soliq to'lashdan bo'yin tovlash, soyalash, korruptsiyani o'z ichiga olgan xatti-harakatlar normalari, ularning barqarorligi iqtisodiyotning rasmiy sektorida raqobatbardoshlikni oshirish uchun engib bo'lmaydigan to'siqdir.

Raqobat - bu savdo bozori uchun tovar va xizmatlar ishlab chiqaruvchilar o'rtasidagi raqobat bo'lib, u iqtisodiy jarayonlarning o'z-o'zidan tartibga soluvchisi va bozorda

muvozanat narxini o'rnatish usuli sifatida ishlaydi. V. Gorevning fikricha va biz uning fikriga qo'shilamiz: "Raqobat jarayon sifatida konstruktiv, ijodiydir, agar iqtisodiy agentlar – eng yaxshi g'oyalar tashuvchilari uchun bozorga kirishda o'zboshimchalik bilan to'siqlar bo'lmasa, boshqalarga qaraganda ijtimoiy ehtiyojlarni yaxshiroq qondirishga qodir. " [31. C .5]. Tez rivojlanayotgan byurokratiya va korruptsiya raqobatdosh ustunlikni shakllantiruvchi usullarni buzib ko'rsatuvchi korruptsion takliflarga talab paydo bo'lgan sharoitlarni yaratdi: tadbirkorlik; tashabbus; innovatsiya.

Etarli bo'lmagan iqtisodiy sharoitda talab va taklif bozorni emas, balki mansabdor shaxsni belgilaydi. Mansabdor shaxsning korruptsion qiziqishi taklifning haqiqiy narxini uning og'riqli o'sishiga qarab buzadi, bu esa raqobatning o'zi ma'nosini buzilishiga olib keladi. Ya'ni, bunday sharoitda eng kuchli tadbirkor emas, balki davlat organlarida aloqalari bo'lgan va moliyaviy resurslarga ega bo'lgan, mansabdor shaxslar bilan korruptsiya munosabatlari orqali o'z manfaatlarini ilgari surish uchun g'alaba qozonadi. Shuning uchun soya sektoridagi raqobat har doim nomukammal (halokatli). Byurokratiya va korruptsiya mexanizmlari tufayli iqtisodiyotning soyali sektorida quyidagi vositalar qo'llaniladi: demping narxlari; bozorga kirish to'siqlarini yaratish; narxlarni kamsitish; tijorat va xizmat ma'lumotlaridan noto'g'ri foydalanish. To'liq korruptsion bitimlar bilan raqobat haddan tashqari shaklga ega bo'ladi va bu holatlarda narx talab va taklifni tartibga soluvchi vazifasini bajarmaydi, balki bitimning korruptsion tomonlari o'rtasida pul daromadlarini qayta taqsimlashning buzilgan funktsiyasini bajaradi.

Soliqlarni to'lamaydigan iqtisodiyotning soyali sektori korxonalarining yuqori rentabelligi kapital va ishchi kuchini ularning foydasiga qayta taqsimlashga olib keladi. Raqobat qoidalarining buzilishi natijasida iqtisodiyotning rasmiy sektorida faoliyat yuritadigan ayrim korxonalar savdo bozorlarini yo'qotadilar, zarar ko'radilar va vayron bo'ladilar. Resurslarni bunday qayta taqsimlash qonuniy korxonalarning sof rentabelligi (soliq va boshqa ajratmalar bundan mustasno) soya sektorining

shunga o'xshash ko'rsatkichiga teng bo'lgunga qadar davom etishi mumkin.

8.2. Kichik korxonalarning raqobatbardoshligini baholash mezonlari

Korxonaning o'z raqobatbardoshligini aniqlash har qanday tashkilotning boshqaruv faoliyatining ajralmas qismidir. Korxonaning raqobatbardosh pozitsiyasini baholash quyidagilar uchun talab qilinadi:

1) raqobatbardoshlikni oshirish tadbirlarini ishlab chiqish;

2) korxona tomonidan qo'shma mahsulot ishlab chiqarishni tashkil etish uchun sherik tanlash;

3) istiqbolli ishlab chiqarishga investor mablag'larini jalb qilish;

4) korxonani yangi savdo bozorlariga olib chiqish dasturini tuzish va boshqalar.

Har qanday ob'ektlarning raqobatbardoshlik darajasini baholash turli maqsadlarga ega bo'lishi mumkin: ma'lum bir mahsulotning bozordagi mavqeini o'rganishdan tortib, butun tarmoqlar yoki mamlakatlarning investitsion jozibadorligini o'rganishgacha. Shuning uchun ushbu ko'p qirrali tushunchani echilayotgan muammolarga qarab turli jihatlarda aniqlash mumkin. Baholash sub'ektlarining roli bozorning turli ishtirokchilari (sotuvchilar, xaridorlar, raqobatchilar), davlat organlari, investorlar bo'lishi mumkin. Raqobatbardoshlik har qanday ob'ektlarning bozor holatining eng universal ko'rsatkichidir va ko'plab bozor ishtirokchilariga foydali ma'lumotlarni taqdim etishi mumkin. Raqobatbardoshlik hayotning ko'plab sohalarida qo'llanilishi mumkin bo'lgan universal ko'rsatkichdir, ammo baribir u mohiyatan iqtisodiy tushuncha bo'lib qolmoqda va uni iqtisodiy ob'ektlarga eng to'g'ri qo'llash[1]. [.. 9-bet]

Raqobatbardoshlikni baholashning umumiy yondashuvlari

[1] 38 Shixverdiyev A. P. kichik va o'rta biznesda raqobatbardoshlikni boshqarish.: monografiya. - Syktyvkar: Ed. SyktGU, 2012 yil. - 149 p.

Raqobatbardoshlik darajasini aniq va ob'ektiv baholash o'zboshimchalik bilan ko'rsatkichlar to'plamiga asoslanishi mumkin emas. Bundan tashqari, bir qator tadqiqotchilarning hisob-kitoblariga ko'ra, dastlab tanlangan ko'rsatkichlarning hammasi ham samarali ko'rsatkich sifatida belgilangan ko'rsatkichga nisbatan statistik ahamiyatga ega emas. Shu sababli, raqobatbardoshlikni baholashda kichik biznesning holatini etarli darajada aks ettiradigan ko'rsatkichlarni tanlash juda muhimdir.

Uchta muammoli tarkibiy qismni ajratish tavsiya etiladi - - MPning boshqa MPlar bilan raqobat sharoitida tovarlar va xizmatlar ishlab chiqarish qobiliyati;

- MPning moliyaviy barqarorligi;
- innovatsion rivojlanish qobiliyati.

Shu bilan birga, ularni tashkil etadigan ko'rsatkichlarni ikki guruhga bo'lish tavsiya etiladi: to'g'ridan-to'g'ri va bilvosita. Birinchi blokning to'g'ridan – to'g'ri ko'rsatkichlari mintaqada tovarlar va xizmatlar ishlab chiqarish darajasini, bilvosita ko'rsatkichlar esa resurs (tabiiy resurslar potentsiali, moliyaviy resurslar, asosiy ishlab chiqarish fondlari, inson kapitali va boshqalar) va texnologik (innovatsion potentsial) raqobatdosh ustunliklarning mavjudligi va ulardan foydalanishni tavsiflaydi. Ikkinchi blokning to'g'ridan-to'g'ri ko'rsatkichlari aholining yashash sharoitlari va iste'molini aks ettiradi.

Kichik biznesning raqobatbardoshligi ham ko'p jihatdan moliyaviy barqarorlik bilan bog'liq. SE sub'ektlarining moliyaviy barqarorligini reyting baholashni amalga oshirish uchun moliyaviy va byudjet ko'rsatkichlaridan foydalanish kerak: mehnat unumdorligi, kishi boshiga ming rubl; aholi jon boshiga sanoat ishlab chiqarish hajmi, ming rubl / kishi; asosiy vositalarning amortizatsiya darajasi, %; aktivlar rentabelligi, innovatsion faol korxonalarning umumiy korxonalar sonidagi ulushi, %.

Aholining hayot sifatini baholashda raqobatbardoshlikning ekologik tarkibiy qismini (mintaqaning ekologik farovonligi ko'rsatkichlari) hisobga olish tavsiya etiladi. MPning aholi ehtiyojlarini qondirish qobiliyatini baholash uchun hayot sifatini tavsiflovchi ko'rsatkichlardan foydalanish kerak.

Raqobatbardoshlikni baholash mezonlari rivojlangan bozor iqtisodiyoti sharoitida ierarxik tizimni tashkil etadigan kichik va o'rta biznesning ijtimoiy-iqtisodiy funktsiyalarini o'z ichiga oladi. Ular kichik iqtisodiyotning rivojlanishi bilan birga paydo bo'ladi va rivojlanadi, uning yanada murakkab makroiqtisodiy tizimga qo'shilishi bilan milliy iqtisodiyot, makro tizimning tuzilishi va funktsiyalarining rivojlanishi va murakkablashishi bilan.

8.3. Kichik biznesning raqobatdagi muvaffaqiyatining asosiy omillari

O'z korxonasining raqobatbardoshlik darajasini oshirish uchun raqobatdosh ustunliklarni yaratish talab etiladi. Raqobat ustunligi – bu iqtisodiy, texnik va tashkiliy faoliyat sohalarida raqobatchilardan ustunlikni ta'minlaydigan, mavjud resurslarni yanada samarali boshqarish imkoniyatini beradigan eksklyuziv qiymatga ega tizim ekanligini tushunish kerak.

Artur A. Tompson-kichik va A. J. Striklend sanoat va raqobatni tahlil qilish asosida tashkilot (kompaniya) strategiyasini ishlab chiqishda uning muvaffaqiyatining asosiy omillarini, shu jumladan quyidagilarni aniqlashni taklif qiladi,

qanday

* mahsulot sifati va xususiyatlari;
* obro ' (rasm);
* ishlab chiqarish quvvati;
* texnologiyadan foydalanish;
* dilerlik tarmog'i va tarqatish imkoniyatlari;
* innovatsion imkoniyatlar;
* moliyaviy resurslar;
* raqobatchilarga nisbatan xarajatlar; * mijozlarga xizmat ko'rsatish .[.., c. 167]:

Rivojlanish jarayonida har bir korxona muayyan muammolar va vazifalarga duch keladi, ularni bartaraf etish va hal qilish turli xil boshqaruv usullari va texnologiyalaridan foydalangan holda amalga oshiriladi. Qoida tariqasida, ilmiy adabiyotlar korxona holatining ettita asosiy xususiyatlarini taklif etadi: bular to'lov qobiliyati, rentabellik, boshqaruv strategiyasi, boshqaruv

tizimining moslashuvchanligi, moliyaviy va boshqaruv shaffofligi, biznesni boshqarish va investitsion jozibadorlik.

Korxona holatining asosiy xususiyatlarining uning raqobatbardoshligi bilan o'zaro bog'liqligi 7-jadvalda keltirilgan.

7-jadval

Korxona holatining asosiy xususiyatlarining uning raqobatbardoshligi bilan o'zaro bog'liqligi

<table>
<tr><td></td><td></td></tr>
<tr><td>To'lov qobiliyati</td><td>Operatsion boshqaruv darajasi</td></tr>
<tr><td>Daromadlilik</td><td>2. raqobatbardoshlik (mahsulot raqobatbardoshligi)</td></tr>
<tr><td>Strategik boshqaruv</td><td rowspan="4">Raqobatbardoshlikni boshqarishning taktik darajasi (korxonaning moliyaviy-iqtisodiy holatining ajralmas ko'rsatkichi)</td></tr>
<tr><td>Boshqarish tizimining moslashuvchanligi</td></tr>
<tr><td>Moliyaviy va boshqaruvning shaffofligi</td></tr>
<tr><td>Biznesni boshqarish qobiliyati</td></tr>
<tr><td>Investitsion jozibadorlik</td><td>Raqobatbardoshlikni boshqarishning strategik darajasi (korxona qiymatining o'sishi)</td></tr>
</table>

Kichik biznesning raqobatbardoshligi, birinchi navbatda, kichik korxona ma'lum bir mahsulotni ishlab chiqarish uchun tezda qayta ishlatilishi mumkin.

Kichik va o'rta biznesning raqobatbardoshligi, shuningdek, mahsulot turlarining o'zgarishi bilan namoyon bo'ladi, masalan, kichik novvoyxona dastlab aholining ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan bo'lishi mumkin, ammo foydali buyurtma olingan taqdirda, masalan, armiya ehtiyojlari uchun kraker tayyorlashga yo'naltirilishi mumkin.

Kichik biznesning yuqori raqobatbardoshligining yana bir sababi bu korxonaning rivojlanishiga to'sqinlik qiladigan ulkan ma'muriy apparatning yo'qligi. Ko'pgina yirik korxonalar kichik korxonalarga buyurtma berishni afzal ko'rishadi, chunki bu yangi ishlab chiqarish liniyalarini ochishdan ko'ra ancha arzon. . Kichik biznesning raqobatbardoshligi xususiy korxonada ishlaydigan

mutaxassislarning malakasida ham namoyon bo'lishi mumkin. Ijodiy kasb egalari ko'pincha g'alati vaqtlarda yoki uyda ishlashni afzal ko'rishadi-bu rejim aksariyat yirik korxonalar uchun qabul qilinishi mumkin emas.[.12].

Yuqori texnologiyali kichik biznes ham yirik korxonalar uchun jiddiy raqobat bo'lishi mumkin, chunki kichik loyihalarni ishlab chiqish va amalga oshirish qisqa vaqt ichida va arzonroq narxda amalga oshirilishi mumkin

Uzoq muddatli va barqaror rivojlanishni ta'minlaydigan raqobatbardosh korxonaning ichki muhitining asosiy omillariga quyidagilar kiradi:

1. Vazifalar, rollar, vakolatlar va mas'uliyatlarning ma'lum bir tartibini yaratishga, tashkilot faoliyatini amalga oshirish va belgilangan maqsadlarga erishish uchun sharoit yaratishga, korxona uchun tashqi muhitdagi o'zgarishlarga tez va minimal yo'qotishlar bilan javob berishga qodir moslashuvchan tashkiliy tuzilma.

2. Talabni eng ko'p qondiradigan tovarlarni ishlab chiqarishni ta'minlaydigan texnik resurslar, uskunalar, shuningdek texnologik resurslar, raqobatbardosh tovarlarni ishlab chiqarish uchun tashkilotda ishlatiladigan zamonaviy texnologiyalar, mehnat unumdorligini oshirish va ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirish.

3. Marketing, tashqi muhitni doimiy ravishda kuzatib borish, shuningdek raqobatbardosh mahsulot va reklama siyosatini ishlab chiqish.

4. Tovar aylanmasini amalga oshirishga imkon beradigan moliyaviy resurslar.

5. Korxonaning boshqaruv tizimini yaratishga imkon beradigan ma'lumotlar va bilimlar to'plamini ifodalovchi axborot resurslari.

6. Korxonaning maqsadlariga muvaffaqiyatli erishishga imkon beradigan raqobatbardosh strategiya.

7. Korxona xodimlari - ishlab chiqarish yoki boshqaruv operatsiyalarini bajaradigan va mehnat vositalaridan foydalangan holda mehnat ob'ektlarini qayta ishlash bilan shug'ullanadigan barcha xodimlar .

Har qanday mamlakatda raqamli iqtisodiyotning rivojlanishi ko'p jihatdan kichik biznesning rivojlanish darajasiga bog'liq. Ushbu darslikda va umuman olimlar va amaliyotchilar tomonidan bir necha bor kichik korxonalarning kuchli tomonlari qayd etilgan: ijodkorlik, nostandart, jamiyat muammolariga tezkor javob berish, yangi g'oyalarga moyillik. Yuqorida keltirilgan ijobiy fikrlarni tadbirkorlar va kichik biznes xodimlarining o'zlari to'liq tavsiflashlari mumkin va bu birinchi navbatda inson kapitali.

Innovatsiyalar va inson kapitali ishlab chiqarish samaradorligini oshirishda va shuning uchun raqobatbardoshlikni shakllantirishda Markaziy rol o'ynaydi. Ichki iqtisodiyotning raqobatbardoshligini oshirish siyosati texnologiyalarga investitsiyalarni inson kapitalini rivojlantirish bilan muvofiqlashtirishni talab qiladi, chunki texnologiyalarning tez o'zgarishi sharoitida xodimlarni yangi kasblar bilan etarli darajada ta'minlash tizimi zarur .[... 129-bet]

Kichik korxonaning raqobatbardoshligini oshirish muammosi ustida ishlayotganda, raqobatbardosh xatti-harakatlarning asosiy turlarini takomillashtirish kerak:

- ijodiy (yangi mahsulotni ishlab chiqish va ishlab chiqarish);
- moslashuvchan (ishlab chiqarishni modernizatsiya qilish ma'nosida raqiblarning harakatlaridan oldin);
- kafolat (oldinga siljigan tadbirkorlarning erishilgan ustunlikni saqlab qolish istagi, masalan, iste'molchiga sotishdan keyingi xizmat ko'rsatish uchun qo'shimcha xizmatlar ko'rsatish orqali) .

Xodimlarni rag'batlantirish raqobatbardoshlikni oshirish omili sifatida

Kichik korxonaning raqobatbardoshligini oshirishning asosiy manbalaridan biri bu yuqori samarali mehnatni ta'minlashga qodir, tovarlar va xizmatlar ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytiradigan va kichik korxonaning raqobatbardoshligini oshiradigan xodimlardir. Bunday mehnat har bir kishi uchun odatiy holga aylanishi uchun uni rag'batlantirish va rag'batlantirishning zamonaviy usullarini ishlab chiqish, joriy etish va tahlil qilish zarur.

Muqarrar ravishda, xodimni qanday qilib to'g'ri va to'g'ri rag'batlantirish, mehnat faoliyatini rag'batlantirish orqali xodimlarning mehnat sifati va samaradorligini qanday oshirish, xodim o'zi ishlayotgan kompaniya faoliyatiga shaxsiy qiziqishini his qilishiga qanday ishonch hosil qilish kerakligi haqida savol tug'iladi.

Eng yaxshi G'arb va mahalliy rahbarlarning tajribasi shuni ko'rsatadiki, muvaffaqiyatga nafaqat bo'ysunuvchilarga vazifalar qo'yadigan va har qanday yo'l bilan ularni amalga oshirishga erishadiganlar, balki xodimlarni qiziqtirish, yoqish, ilhomlantirish, xodimlarni umumiy g'oya bilan birlashtirish, hamfikrlar jamoasini shakllantirish qobiliyatiga ega bo'lganlar erishadilar.

Shunday qilib, rag'batlantirish - bu tashkilotga duch keladigan muammolarni hal qilishda va tegishli sabablarni kiritishda uning sa'y-harakatlari, sa'y-harakatlari, qat'iyatliligiga ta'sir qilish uchun odamga nisbatan stimullardan foydalanish. Faqatgina odamni nima harakatga keltirayotganini, uni faoliyatga nima undayotganini, uning harakatlari asosida qanday motivlar borligini bilib, uni boshqarish shakllari va usullarining samarali tizimini ishlab chiqishga harakat qilish mumkin.

Shunday qilib, kichik biznesning samarali faoliyatini ta'minlash va natijada uning raqobatbardoshligini oshirish uchun korxonalarni boshqarish tizimining maqsadlariga nisbatan xodimlarni rag'batlantirish va rag'batlantirish mexanizmlarini optimallashtirish kerak degan xulosaga kelishimiz mumkin. Rag'batlantirish va rag'batlantirish mexanizmlari xodimlarning mehnat, ijtimoiy, ijodiy faoliyatini faollashtirishi kerak, bu shubhasiz kichik korxonalarning ishlab chiqarish va moliyaviy faoliyati natijalariga ijobiy ta'sir qiladi.

Amaliyot shuni ko'rsatadiki, mehnatga mexanik majburlash yoki faqat moddiy rag'batlantirish kerakli natijani ta'minlay olmaydi. Motivatsiya va rag'batlantirishning samarali tizimini ishlab chiqish faqat insonning mehnatga bo'lgan harakatlantiruvchi kuchlari va motivlarini tushunishni hisobga olgan holda mumkin. Buning uchun ma'lum motivlar qanday va nima uchun paydo bo'lishini, ularni qanday rag'batlantirish,

harakatga keltirish, motivatsiyani amalda qanday amalga oshirishni bilishingiz kerak.

Shunday qilib, tashkilot xodimlarining motivatsion yadrosi – bu kompaniya hayotining ma'lum bir davrida xodimlarning mehnat faoliyati uchun vosita bo'lgan motivlar va rag'batlantirish tizimi. Motivatsion yadroni tashkil etuvchi motivlar va stimullarning tarkibi tashkilotning, uning tashqi muhitining rivojlanishi, maqsad va vazifalarining o'zgarishi bilan o'zgaradi .

Muallifning fikriga ko'ra, yuqorida ko'rsatilgan motivatsiya va rag'batlantirish mexanizmlaridan tashqari, davlat soya mehnat bozorini tugatish uchun sharoit yaratishi kerak, bu ayniqsa kichik biznes sohasiga xosdir, bu erda mutaxassislarning fikriga ko'ra yashirin ish haqi miqdori 70% dan oshadi .

Shunday qilib, kichik biznesning raqobatbardoshligini oshirish uchun unda xodimlarni rag'batlantirish va rag'batlantirish tizimini ishlab chiqish va qo'llash kerak, degan xulosaga kelishimiz mumkin, bu korxonaga ijobiy munosabatni shakllantirishni ta'minlaydi va mehnat samaradorligini oshirishni ta'minlaydi, shu jumladan soya amaliyotiga qarshi vosita sifatida. Ushbu tizimda motivlar va rag'batlar mazmuni, vaqti va hajmi bo'yicha bir-biriga mos kelishi va bir tomondan xodimlarning inertligi va befarqligini engish uchun zarur bo'lgan talablarga javob berishi va ularning ijodkorligini, mehnat unumdorligini oshirish yondashuvlarida harakatsizligini oshirishi kerak.boshqa tomondan.

Tayanch tushinchalari:Raqobatbardoshlik. Raqobat.
Xodimlarni rag'batlantirish.

Nazorat savollari:

1. Kichik biznesning raqobatbardoshligining asosiy muammolarini nomlang
2. Kichik muvaffaqiyatning asosiy omillarini tavsiflang raqobatdagi korxonalar
3. Soya iqtisodiy munosabatlarida raqobatbardoshlikni qisqacha tavsiflang
4. Xodimlarni rag'batlantirish omil sifatida raqobatbardoshlikni oshirish
5. Raqobatbardoshlikni baholashning umumiy yondashuvlari

9-bob Raqamli iqtisodiyotda kichik biznesning o‘rni va ahamiyati

9.1. Iqtisodiyotning yuqori texnologiyali sektorida kichik biznesning o'rni va roli

"Innovatsion tadbirkorlik raqobatbardosh intensiv turdagi bozor iqtisodiyotlarida shakllanadi-tirik mehnat juda qimmat bo'lgan sharoitda va shuning uchun ishlab chiqarish texnologiyalarini yangilash va takomillashtirilgan innovatsiyalarni bozorga chiqarish imkoniyatlarini kengaytirish uchun barqaror impulslar paydo bo'ladi — shuningdek rivojlangan iste'molchilik bilan iqtisodiyotlarda-yuqori to'lov qobiliyatiga ega talab iste'molchilarning ehtiyojlarini qondirish uchun yangi tovarlar va xizmatlarni yaratishga turtki beradi" .

Kichik tadbirkorlik nafaqat iqtisodiy funktsiyalarni bajaradi, balki jamiyat hayotining barcha sohalari bilan chambarchas bog'liqdir. Kichik biznes sektorining holati va rivojlanish tendentsiyalarini bilish, uning iqtisodiyotning boshqa tarmoqlari bilan aloqalari va bog'liqligini aniqlash Rossiyada raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish yo'lidagi asosiy muammolarni aniqroq va aniqroq ko'rish imkonini beradi.

Tadbirkorlikni shakllantirish bir qator muayyan shartlarning mavjudligini talab qiladi: iqtisodiy; ijtimoiy; huquqiy.

Iqtisodiy sharoitlar:

* taklif tovarlar, xizmatlar va ularga talab;

* iste'molchilar tomonidan talab qilinadigan tovarlarning turlari (assortimenti);

* tovarlarni sotib olishga yo'naltirilishi mumkin bo'lgan pul miqdori;

* mulkni qo'llab-quvvatlash.

Tadbirkorlikni shakllantirishning ijtimoiy shartlari quyidagilar hisoblanadi:

* ish sharoitlari • ish joyi, ish haqi darajasi, jamoadagi psixologik iqlim);

* xaridorga moda, ta'm, axloqiy, madaniy va diniy e'tiqodlarga mos keladigan tovarlarni taqdim etish;

* xodimlarga ijtimoiy sharoitlar berish, sog'liqni saqlash, ish joylarini saqlash;

* xodimlarni tayyorlash, qayta tayyorlash va malakasini oshirish, stajirovka.

Tadbirkorlikni shakllantirishning huquqiy shartlariga tadbirkorlik faoliyatini tartibga soluvchi va uning shakllanishi va rivojlanishi uchun eng qulay shart–sharoitlarni yaratadigan qonunlar, normativ-huquqiy hujjatlar kiradi:

* korxonalarni ochish va ro'yxatdan o'tkazishning soddalashtirilgan va tezlashtirilgan tartibi;

* tadbirkorni byurokratik byurokratiyadan himoya qilish;

* tadbirkorlikni rivojlantirishni rag'batlantirish maqsadida soliq qonunchiligini takomillashtirish;

* tadbirkorlikni qo ' llab-quvvatlash va rivojlantirish davlat markazlarini tashkil etish;

* buxgalteriya hisobi usullari va statistik hisobot shakllarini takomillashtirish.

Har qanday mamlakatning iqtisodiy tizimini tahlil qilib, tovarlarni ishlab chiqarish, ishlarni bajarish va xizmatlar ko'rsatish, shu jumladan ilmiy va ta'lim sohasida tavsiflanadigan iqtisodiyotning Real sektorini ajratib ko'rsatish maqsadga muvofiqdir. Haqiqiy sektor iqtisodiy rivojlanishning hozirgi darajasiga va iqtisodiyotning tuzilishiga bog'liq bo'lgan xususiyatlarga ega. Real sektor tuzilmasining shakllanishi va keyinchalik rivojlanishi iqtisodiy tizim turiga bog'liq: innovatsion yo'naltirilgan – rivojlangan iqtisodiy mamlakatlar (Yaponiya, AQSh, Janubiy Koreya va boshqalar) yoki YalMning xom ashyo iqtisodiyoti va shunga mos ravishda mamlakat byudjeti xom ashyo sotish (Rossiya) hisobiga shakllanadi.

XX asrning so'nggi uchdan birida va ayniqsa XXI asrda jahon hamjamiyatida ro'y bergan bilimlar iqtisodiyoti bilan bog'liq tub texnologik o'zgarishlar innovatsion jarayonlar va inson kapitali rolining sezilarli darajada oshishiga, raqamli xavfsizlik bilan bog'liq bo'lgan noaniqlik va tadbirkorlik xavfining oshishiga olib keldi.

Jahon iqtisodiyotining globallashuvi sharoitida mamlakat, sanoat, korxonaning muvaffaqiyatli rivojlanishining asosi

innovatsion yangilanish bo'lib, u maksimal mahsuldorlik, raqobatbardoshlik va inson kapitalini rivojlantirishga qaratilgan. Ma'lumotlarga ko'ra, rivojlangan mamlakatlarda YAIM o'sishining 50% dan 80% gacha innovatsiyalar va texnologik taraqqiyot bilan belgilanadi [].

O'zbekiston iqtisodiyotining innovatsion tuzilishi haqida gapirganda, shuni ta'kidlash kerakki, mamlakatimiz dunyoning etakchi mamlakatlaridan orqada qolmoqda. Buning sababi, rivojlangan mamlakatlarda uzoq vaqtdan beri biotexnologiya, nanotexnologiya, axborot ustunlik qilmoqda, mamlakatimiz esa sanoat rivojlanishi darajasida. Tabiiyki, ushbu rivojlanish darajasi bizga jahon bozorida raqobatdosh mavqeni yarata olmaydi. Iqtisodiyotning Real sektorini innovatsion rivojlantirish bo'yicha kurs olinishi kerak.

Postindustriya iqtisodiyoti sharoitida O'zbekistonda iqtisodiy o'sishning yangi sifatining shakllanishi kichik korxonalarning raqobatdosh ustunliklarini, ularning ertangi iqtisodiyotdagi o'rni, roli va funktsiyalarini belgilovchi omillar – raqamli texnologiyalarning uyg'unligini tubdan o'zgartiradi.

Boshqa tomondan, hududlarning moliyaviy mustaqilligi past bo'lgan va ularning rivojlanishining yuqori tabaqalanishi, MP sektorining past rivojlanish darajasi va birinchi navbatda MPning boshqa yo'naltirilgan segmenti bilan texnologik innovatsiyalarni joriy etish muammosini hal qilish mintaqaviy darajada mavjud zamonaviy sharoitlarda deyarli mumkin emas degan xulosaga kelishimiz mumkin.

Raqamli iqtisodiyotning turli sohalarga ta'sirining asosiy yo'nalishlariga quyidagilar kiradi:

- iste'molchilarning ehtiyojlarini qondirishda harakatchanlikni oshirish, bu hududiy cheklovlarni va etkazib beruvchilarning joylashishiga bog'liqlikni bartaraf etishga imkon beradi; - katta miqdordagi ma'lumotlarni to'plash, saqlash va qayta ishlash imkoniyatini olish, bu qaror qabul qilish va bitimlar tuzish uchun tranzaktsion xarajatlarning pasayishiga olib keladi;
- qiymat zanjirlarini va biznesni yuritishning asosiy yangi modellarini o'zgartiradigan tarmoq effektlarini tarqatish.

- iste'molchi va ishlab chiqaruvchi o'rtasidagi munosabatlar tizimini iste'molchini yangi foydalanish qiymatini yaratish jarayoniga jalb qilish tomon o'zgartirish, masalan, kontseptsiya doirasida

"ochiq innovatsiyalar .[...150-bet].

O'zbekistonda raqamli iqtisodiyotning rivojlanishi kichik korxonalar uchun raqamli texnologiyalardan foydalangan holda o'z faoliyatini rivojlantirishning yangi yo'nalishlarini tanlash imkoniyatini yaratadi.

Va buni S. Aleksandrov va R. Iskandarov tasdiqlaydi, ular "raqamli iqtisodiyot (raqamli iqtisodiyot) - bu raqamli telekommunikatsiya orqali amalga oshiriladigan iqtisodiyot"deb hisoblashadi. Ular kichik va o'rta biznesni rivojlantirish uchun qulay bo'lgan raqamli iqtisodiyotning ba'zi afzalliklarini ta'kidladilar (jadvalga qarang. 1).

1-jadval

Raqamli iqtisodiyotning afzalliklari

Raqamli iqtisodiyotning afzalliklari	
asosiy manba - axborot	bu manbadan foydalanish qurib ketmaydi
onlayn chakana savdo maydoni	cheklanmagan
muvaffaqiyatli raqobat	kichik va o'rta biznes uchun
jismoniy resurs	xizmatlar ko'rsatishda bir necha marta foydalanilgan
operatsiyalar doirasi	faqat internet hajmi bilan cheklangan
mijoz	bu "xudo"

O'zbekistonda raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish strategiyasini ishlab chiqish zarur, bu globallashuv sharoitida inqilobiy biznes modellarini yaratish uchun asos bo'lgan yangi raqamli mahsulotlar va aqlli echimlarni ishlab chiqish uchun sharoit yaratishi kerak. Raqamli iqtisodiyotning rivojlanishi

nafaqat global muammo, balki axborot jamiyatini shakllantirishning asosiy omilidir. . [...135-bet]

Davlat raqamli iqtisodiyot sharoitida kichik biznes sektorining raqobatdoshligini oshirish uchun qulay shart-sharoitlar yaratishga intilishi kerak, bu esa Rossiya iqtisodiyotiga xorijiy investitsiyalar va tadbirkorlarni jalb qilish uchun milliy raqamli muhitni yaratishni taqozo etadi. Kichik biznesga imtiyozli moliyalashtirish shartlari berilishi, innovatsion ishlanmalarni sinovdan o'tkazish va joriy etishga ko'maklashish, iqtidorli tadbirkorlar uchun grantlar ajratilishi va

olimlar. Davlat va biznes o'rtasidagi o'zaro munosabatlarning istiqbolli yo'nalishi raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish uchun davlat-xususiy sheriklik (PPP) formatidir. Davlat institutlari uchun PPP ilmiy-tadqiqot va innovatsion siyosatni innovatsiyalarning o'zgaruvchan tabiatiga, shuningdek, ijtimoiy va global muammolarga ko'proq moyil qilishga yordam beradigan vosita sifatida ishlaydi.

Raqamli texnologiyalar tufayli biznes geografik bozorlarni kengaytirish imkoniyatiga ega bo'ldi. Amazonning Muvaffaqiyati., EBay, Alibaba,

PayPal ushbu effektdan muvaffaqiyatli foydalanishga asoslangan. Kichik va o'rta korxonalarga kirish uchun to'siqlar kamaymoqda. Ma'lumotlarni qayta ishlashning ilg'or texnologiyalari (Big data, Machine Learning, AI) ma'lumotlarni kashf qilish bilan birgalikda iste'molchilar ehtiyojlarini yanada aniqroq o'rganishga, biznesning maqsadli auditoriya bilan yanada yaqinroq bog'lanishiga yordam beradi.

Yordam:

- Amazon.com, Inc. -Internet orqali tovarlar va xizmatlarni sotish bo'yicha dunyodagi eng yirik va haqiqiy ommaviy tovarlarni sotishga qaratilgan birinchi Internet xizmatlaridan biri bo'lgan Amerika kompaniyasi. Bosh qarorgohi Sietlda (Vashington) joylashgan.
- eBay Inc. -onlayn auktsionlar (asosiy faoliyat sohasi) va onlayn-do'konlar sohalarida xizmat ko'rsatadigan Amerika kompaniyasi. EBay-ning asosiy g'oyasi sotuvchilarga har qanday mahsulotni sotish uchun onlayn platformani taqdim etishdir.

Kompaniyaning o'zi sotuvchi va xaridor o'rtasida oldi-sotdi shartnomasini tuzishda faqat vositachi vazifasini bajaradi. Tovarlar uchun to'lov va uni jo'natish uning ishtirokisiz amalga oshiriladi. Platformadan foydalanish uchun sotuvchilar to'lovni to'laydilar, odatda lotning to'lovi va sotish narxining foizi. Xaridorlar uchun eBay-dan foydalanish bepul.

* Alibaba Group-Internet-tijorat sohasida faoliyat yuritadigan, veb-Portal egasi bo'lgan Xitoy ommaviy kompaniyasi Alibaba.com. shtab-kvartirasi Xanchjouda joylashgan. B2B sxemasi bo'yicha kompaniyalar o'rtasidagi savdo operatsiyalari va onlayn chakana savdo asosiy faoliyat hisoblanadi. Kompaniya, birinchi navbatda, Xitoy Xalq Respublikasida (XXR) ishlaydi.

* PayPal (ingliz tilidan. - "to'lashga yordam beradigan do'st") - eng yirik debet elektron to'lov tizimi. Mijozlarga to'lovlar va xaridlarni to'lash, pul o'tkazmalarini yuborish va qabul qilish imkonini beradi. 2002 yil oktyabr oyidan beri u eBay kompaniyasining bo'linmasi hisoblanadi. 2015 yil 20 iyuldan boshlab PayPal va eBay aktsiyalari bozorda alohida sotilmoqda. 2015 yilda ajratilgan PayPal kompaniyasining fond bozoridagi qiymati avvalgi bosh kompaniyasining qiymatidan yuqori deb baholandi.2017 yil holatiga ko'ra, PayPal 202 mamlakatda ishlaydi (garchi hamma ham xizmatlarning to'liq to'plamini taqdim etmasa ham), 200 milliondan ortiq ro'yxatdan o'tgan foydalanuvchilarga ega, 25 milliy valyutada ishlaydi. Xaridlarni to'lashda PayPal-ning eng muhim xususiyati xaridorga ham, sotuvchiga ham xavfsizlik kafolatlarini berishdir.

9.2. Kichik biznesda samaradorlikni oshirish uchun "bulutli hisoblash" texnologiyalaridan foydalanish

Iqtisodiy munosabatlarni rivojlantirishning zamonaviy shartlari menejmentni rivojlantirishning ob'ektiv jarayonlarini aks ettiruvchi boshqaruv faoliyatidagi chuqur o'zgarishlar bilan tavsiflanadi. Boshqaruv jarayonlarini optimallashtirish axborotni o'zgartirish bo'yicha muntazam operatsiyalarni qisqartirish va boshqaruv qarorlari samaradorligini oshirishga imkon beradigan zamonaviy axborot texnologiyalarini joriy etish bilan bog'liq.

Axborot texnologiyalari nafaqat barcha darajadagi menejerlarning mehnat xarajatlarini kamaytiradi, boshqaruv qarorlarini qabul qilishni optimallashtiradi, balki korxonaning iqtisodiy xavfsizligini yaxshilaydi, tovarlar, ishlar, xizmatlarni ilgari surish uchun axborot muhitining qo'shimcha imkoniyatlaridan foydalanadi, mijozlar va kontragentlar bilan fikr-mulohazalarni tashkil qiladi, ishlab chiqarilayotgan tovarlar bozorining holati to'g'risida tezkor ma'lumot oladi va hokazo.

Biroq, zamonaviy axborot tizimlari va dasturiy ta'minot tizimlarini o'rnatish va ulardan foydalanish juda katta investitsiyalarni talab qiladi, bu uzoq davom etgan iqtisodiy inqiroz sharoitida nafaqat kichik va o'rta biznes tashkilotlari, balki yirik korporatsiyalar uchun ham juda muammoli echimga aylanadi. Har bir korxona byudjetida kamida uchta doimiy xarajatlar moddasi mavjud: infratuzilmani qo'llab-quvvatlash, xodimlarni saqlash va ma'lumotlarni qayta ishlash. Bu o'zgaruvchan (tartibga solinadigan) biznes elementiga aylanishi kerak bo'lgan axborotni qayta ishlash xarajatlari.

Kichik va o'rta biznes tashkilotlari uchun ushbu muammoning mumkin bo'lgan echimi "bulutli hisoblash"texnologiyalaridan foydalanish bo'lishi mumkin.

Bulutli texnologiyalar - bu kompyuter resurslari foydalanuvchiga onlayn Internet xizmati sifatida taqdim etiladigan ma'lumotlarni qayta ishlash texnologiyalari. Xizmatlar sifatida Internet xizmati quyidagilarni ta'minlaydi: dasturiy ta'minot, infratuzilma, platforma, ma'lumotlar, ish joyi va boshqalar.bulutli texnologiyalarning eng muhim vazifasi masofaviy ma'lumotlarni qayta ishlashga muhtoj foydalanuvchilarning ehtiyojlarini qondirishdir. Axborotni qabul qiluvchilar sifatida nafaqat statsionar kompyuter tizimlari, balki noutbuklar, planshetlar, smartfonlar va boshqalar ham bo'lishi mumkin.

"Bulut" (bulut) atamasi kompyuter tarmog'i diagrammasidagi Internet tasviriga asoslangan metafora yoki murakkab infratuzilmaning tasviri sifatida ishlatiladi. Bulutli texnologiyalar nisbatan uzoq vaqt oldin paydo bo'lgan. Texnologiyalar rivojiga eng katta hissa qo'shgan kompaniyalar:

Salesforce.com, Amazon va Google.

1999 yilda Salesforce.com o'z arizalarini sayt orqali taqdim etdi. Ushbu kompaniya o'z dasturiy ta'minotini Xizmat sifatida dasturiy ta'minot (SaaS) asosida taqdim etgan birinchi kompaniya bo'ldi.

2002 yilda Amazon o'zining bulutli xizmatini ishga tushirdi, u erda foydalanuvchilar ma'lumotlarni saqlashlari va topilgan hisob-kitoblarni amalga oshirishlari mumkin edi. 2006 yilda u Elastic Compute cloud (EI2) xizmatini taqdim etdi, bu erda foydalanuvchilar o'zlarining dasturlarini ishga tushirishlari mumkin edi. Shunday qilib, Amazon EI2 va Amazon S3 xizmatlari birinchi bulutli hisoblash xizmatlariga aylandi.

Muayyan turdagi xizmatlarni taqdim etadigan bulutli xizmatlar to'rt toifaga bo'linadi: jamoat, xususiy, gibrid va jamoat.

Xususiy bulut (xususiy bulut) ham mijoz, ham xizmat ko'rsatuvchi provayder bo'lgan bitta kompaniya ichida xizmatlarni taqdim etish uchun ishlatiladi. Shu bilan birga, xizmatlar minimal xavf bilan ta'minlanadi, chunki foydalanuvchilar uchun tarmoqqa kirish ma'lum bir kompaniyaning chegaralari bilan cheklangan.

Umumiy bulut bulutli provayderlar tomonidan tashqi mijozlarga xizmatlar ko'rsatish uchun ishlatiladi. Ommaviy bulutga tijorat, akademik va davlat tashkilotlari egalik qilishi, boshqarilishi va boshqarilishi mumkin. Shu bilan birga, foydalanuvchilar ushbu "bulut" ni boshqara olmaydi va saqlay olmaydi, bu muammolar uchun barcha mas'uliyat "bulut" egasiga tegishli. Har qanday kompaniya obunachi bo'lishi mumkin, shuningdek har qanday individual foydalanuvchi. Ushbu turdagi bulutlar boshqa turdagi bulutlarda mavjud bo'lmagan veb-saytlar yoki biznes tizimlarini o'rnatishning oson va arzon usulini taklif qiladi. Misollar: Amazon EC2 va Simple Storage Service (S3) onlayn xizmatlari, Google Apps/Docs, Salesforce.com, Microsoft Office Web.

Gibrid bulut (gibrid bulut) bir yoki bir nechta ommaviy "bulutli" xizmatlarni bir-biri bilan o'zaro aloqada bo'lgan ichki/tashqi xususiy bulutlar bilan birlashtiradi. U tashkilot mavsumiy faoliyat davrlariga ega bo'lgan hollarda qo'llaniladi. Keyin xususiy "bulut" quvvatlarining bir qismi ommaviy "bulut"

ga o'tkaziladi). Bundan tashqari, kompaniya resurslariga kirish ommaviy "bulut"orqali tashkil etilgan.

Jamoat buluti (jamoat buluti) xavfsizlik xarajatlari, xatarlar, shuningdek manfaatlar va barcha turdagi javobgarlikni o'zaro taqsimlaydigan bir nechta kompaniyalar tomonidan qo'llaniladi."Bulutli" funktsiyalardan nafaqat foydalanish mumkin.

Internetda, lekin ma'lum qurilmalar bilan ishlashda ham. Shunday qilib, HewlettPackard ko'plab qurilmalarida HP EPrint texnologiyasiga ega. Uning yordamida kompaniya printerlari internetga ulangan har qanday qurilmadan printerga yuborilgan hujjatni (uning noyob pochta manziliga aniq) va elektron pochta xabarlarini, shu jumladan mobil telefondan yuborish funktsiyasini chop etishga qodir, shu bilan birga drayverlarni va boshqa maxsus dasturlarni o'rnatishni talab qilmaydi - bularning barchasi "bulutli" serverlarda HP, bu erda hujjat chop etiladi.

Bulutli hisoblash modellari juda ko'p va ularning aksariyati biznesga yo'naltirilgan. SaaS modeli bo'yicha oddiy foydalanuvchilar uchun taqdim etiladigan xizmatlar juda ko'p. Ofis to'plamlari orasida Google Docs va MS Office, shuningdek Zoho Writer mavjud.

Ushbu xizmatlarning aksariyati nafaqat hujjatlarni formatlashni, balki boshqa formatdagi fayllarni eksport qilish va import qilishni, shuningdek imloni tekshirishni ham biladi. Editgrid yoki Google jadval muharrirlari Excel o'rnini bosishi mumkin.

Chizish uchun ular Photoshop xizmatlaridan foydalanadilar. com, Pixlr va Lunapic. Sliderocket yordamida taqdimotlar yaratishingiz mumkin. To'g'ri, ularning funktsionalligi hali ham ish stoli dasturlariga qaraganda kamroq ekanligini unutmang.

Veb - dasturlash va maxsus dasturiy ta'minot bo'yicha ilg'or bilimlarsiz o'z veb-saytingizni yaratish uchun siz FastEsite xizmatidan foydalanishingiz mumkin.

Bulutli texnologiyalar jadal rivojlanmoqda va tobora ko'proq faoliyat sohalarini qamrab olmoqda. Masalan, elektron pochta mijozlari. Yaqinda ko'pchilik foydalanuvchilar elektron pochtani qabul qilish, yuborish va qayta ishlash uchun ma'lum bir elektron pochta mijozini o'rnatdilar, endi Gmail elektron pochta mijozining

rolini o'ynaydi va yahoornail, Wcbmail, Mail va boshqalar kabi moslashuvchan va qulay alternativalar sifatida. Albatta, lastfm, Pandora, Flickr, You lube, Facebook, MySpace va Yandex bulutli texnologiyalardan faol foydalanmoqdalar. Eng yirik bulutli provayderlar Google, Amazon, Microsoft.

Bulutli texnologiyalarning asosiy afzalliklari quyidagilardan iborat:

mavjudligi, moslashuvchanligi, ishonchliligi, xavfsizligi va iqtisodiy samaradorligi.

Mavjudligi - "bulutlar" Vey va Internet mavjud bo'lgan har qanday joyda va brauzer mavjud bo'lgan har qanday qurilmadan mavjud. Kirishning qulayligi va ko'p qirraliligi xizmatlarning keng mavjudligi va turli xil terminal qurilmalarini (shaxsiy kompyuterlar, mobil telefonlar, Internet-planshetlar) qo'llab-quvvatlash bilan ta'minlanadi.

Moslashuvchanlik - cheksiz hisoblash resurslari (virtualizatsiya). Foydalanuvchi shaxsiy kompyuterining ishlashi haqida qayg'urishi shart emas, disk maydonidagi bo'sh joy haqida tashvishlanishga hojat yo'q.

Ishonchlilik-maxsus jihozlangan ma'lumotlar markazlarida qo'shimcha quvvat manbalari, ma'lumotlarni muntazam ravishda zaxiralash va virus hujumlariga qarshilik mavjud.

Xavfsizlik-vakolatli tashkilot bilan yuqori darajadagi xavfsizlik, ammo beparvolik bilan ta'sir aksincha bo'lishi mumkin. Hisoblash tizimining miqyosi o'zining apparat infratuzilmasini yaratish, texnik xizmat ko'rsatish va modernizatsiya qilishni talab qilmasdan elastiklik bilan ta'minlanadi.

Iqtisodiy samaradorlik xarajatlar darajasining pasayishi bilan ta'minlanadi:

- litsenziyalangan dasturiy ta'minotni (dasturiy ta'minotni)sotib olish uchun;
- apparat-dasturiy kompleksni kengaytirish yoki yaratish uchun;
- yangi zamonaviy dasturlarni yaratish uchun; - PS yangilanishi uchun), bu bulutli xizmat ko'rsatuvchi provayder tomonidan amalga oshiriladi;

- p texnologiyasini yaratadigan mutaxassislarni tayyorlash uchun.

Bundan tashqari, yirik axborot texnologiyalari infratuzilmasini qurish va ishga tushirishning uzoq vaqti va ularning yuqori boshlang'ich qiymati iste'molchilarning bozor talablariga moslashuvchan javob berish qobiliyatini cheklaydi, bulutli texnologiyalar esa hisoblash quvvatiga bo'lgan talabning oshishiga deyarli bir zumda javob berish imkoniyatini beradi.

Bulutli hisob – kitoblardan foydalanganda iste'molchining xarajatlari operatsion xarajatlar tomon siljiydi-shu tarzda xarajatlar bulut provayderlari xizmatlari uchun to'lov sifatida tasniflanadi ("bulut"ijarasi).

To'lov faqat iste'mol qilingan resurslar uchun amalga oshiriladi.

Yuqorida aytilganlarning barchasi "bulutli hisoblash" texnologiyalarini kichik va o'rta biznes tashkilotlari faoliyatini axborot bilan ta'minlash xarajatlarini optimallashtirishning samarali vositasi sifatida ko'rib chiqishga imkon beradi.

9.3. Raqamli iqtisodiyotda kichik biznesni rivojlantirishda ta'limning o'rni

"Eng yaxshi o‘zbek va xorijiy amaliyotlarni hisobga olgan holda, ta'lim platformasini yaratish masalasini ishlab chiqish rejalashtirilgan bo'lib, uning doirasida yagona metodologiya asosida o'z biznesini boshlashni rejalashtirayotgan fuqarolar uchun ham, mavjud tadbirkorlar uchun ham mo'ljallangan ta'lim kurslari va boshqa ta'lim loyihalari to'g'risidagi ma'lumotlar birlashtiriladi, shuningdek, elektron ta'lim va masofaviy ta'lim texnologiyalari, shu jumladan turli formatlardan foydalanish (holatlar, biznes o'yinlari, ma'ruza kurslari va boshqalar)".

O‘zbekiston Respublikasi 2030 yilgacha bo'lgan davrda kichik va o'rta biznesni rivojlantirish strategiyasi. 2030-yilgacha bo‘lgan davrda barqaror rivojlanish sohasidagi milliy maqsad va vazifalarni amalga oshirishni jadallashtirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarori, 21.02.2022 yildagi 83-sonda belgilangan

Raqamli iqtisodiyotda inson faoliyatining asosiy sohalarini samarali rivojlantirishning muhim sharti tegishli institutsional muhitni shakllantirishdir. Kadrlar va ta'lim " O'zbekiston Respublikasining raqamli iqtisodiyoti" dasturida alohida bo'limga bag'ishlangan raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish uchun shart-sharoitlar yaratilgan asosiy institutlardan biri sifatida tasniflanadi.

Dasturda kadrlar va ta'limga oid yo'nalishning asosiy maqsadlari ko'rsatilgan: "... raqamli iqtisodiyot kadrlarini tayyorlash uchun asosiy shart - sharoitlarni yaratish; - raqamli iqtisodiyotni vakolatli xodimlar bilan ta'minlashi kerak bo'lgan ta'lim tizimini takomillashtirish; - raqamli iqtisodiyot talablariga asoslanishi kerak bo'lgan mehnat bozori; - zarur kompetentsiyalarni o'zlashtirish va xodimlarning Rossiyaning raqamli iqtisodiyotini rivojlantirishda ishtirok etishi uchun motivatsiya tizimini yaratish . Ta'lim tizimi mehnat bozorining hozirgi holatiga ham, uning raqamli texnologiyalarni joriy etish bilan bog'liq o'zgarishiga ham e'tibor qaratishi kerakligini hisobga olib, biz kadrlar muammolarini raqamli iqtisodiyotdagi kadrlar potentsialining roli, shuningdek mehnat bozorini tahlil qilish bilan ko'rib chiqishni boshlaymiz.

Ta'lim tizimida raqamli texnologiyalardan foydalanish kengaymoqda. Ta'lim tashkilotlari "Internet" tarmog'iga kirish imkoniyatiga ega va u erda davlat talablariga muvofiq o'z saytlarida namoyish etiladi. Umumiy ta'lim dasturlarida informatika va axborot-kommunikatsiya texnologiyalari kursi me'yoriy, texnologik va mazmunli ravishda ta'minlandi, raqamli iqtisodiyot uchun kadrlar tayyorlanmoqda. Biroq, kadrlar tayyorlash soni va ta'lim dasturlarining raqamli iqtisodiyot ehtiyojlariga muvofiqligi etarli emas. Ta'limning barcha darajalarida o'quv jarayonida jiddiy kadrlar etishmasligi mavjud. Yakuniy sertifikatlash tartib-qoidalarida o'quv faoliyatining raqamli vositalari etarli darajada qo'llanilmaydi, jarayon raqamli axborot muhitiga to'liq kiritilmagan .

Bugungi kunda iqtisodiyotda ro'y berayotgan o'zgarishlar va uning kelajakdagi rivojlanish prognozi barcha darajadagi ta'lim sohasiga ta'sir qiladi – boshlang'ich va o'rta kasb-hunardan tortib to yuqori darajagacha, bu talabalar tomonidan olingan

bilimlarning sifati va shunga mos ravishda ta'limning turli shakllarida raqamli kompetentsiyalarni shakllantirish bilan bevosita bog'liqdir (jadval. 2).

2-jadval

Ta'limning turli shakllarida raqamli kompetentsiyalarni shakllantirish

O'qish shakli	Raqamli tayyorgarlik darajasi	AKT ko'nikmalari
PhD	analitik	Ma'lumotni qidirish, unga kirish qobiliyati, tahlil qilish va umumlashtirish, mavjud tajribani qo'llash bo'yicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqish.
MBA qayta tayyorlash	professional	Axborot-kommunikatsiya tizimlarini ishlab chiqish, ishlatish va ularga xizmat ko'rsatish uchun zarur bo'lgan ko'nikmalar (zamonaviy dasturiy mahsulotlar bilan ishlash, ekspluatatsiya qilish, texnik xizmat ko'rsatish, boshqarish, axborot arxitekturasini loyihalash, dizayn yaratish, AKT sohasida ilmiy-tadqiqot va ishlanmalar ko'nikmalari).
Malaka oshirish magistri (texnik bo'lmagan mutaxassislar)	rivojlangan	Rivojlanayotgan raqamli muhitda, jumladan, yangi dasturiy ta'minot, tahliliy texnologiyalar va hisobot platformalarida harakat qilish qobiliyati. Raqamli texnologiyalarni amaliyotda qo'llash qobiliyati. AKTdan foydalanish etikasi sohasidagi bilim va ko'nikmalar
Bakalavr kolleji maktabi	asos	Raqamli savodxonlikning tarkibiy qismlari - tarmoqqa kirish, asosiy dasturlash va algoritmlash ko'nikmalari, mahsulotni yaratish va individual yoki jamoaviy ishda ma'lumot almashish, kompyuter texnologiyalarini bilish, veb-muhitdan foydalanish qobiliyati. AKT vositalaridan foydalangan holda axborotni talqin qilish va taqdim etish.
Aholi	boshlang'ich	Kompyuter savodxonligi. Maxsus: Raqamli muhitda xizmatlarni olish uchun zarur bo'lgan asosiy ko'nikmalar

Raqamli iqtisodiyotning ta'lim muhitini shakllantirish

Bugungi kunda iqtisodiyotda ro'y berayotgan va yaqin kelajakda prognoz qilinayotgan o'zgarishlar, butun ta'lim sohasiga ta'sir ko'rsatib, universitet muhitiga tobora ko'proq bosim o'tkazib, ularning diplomlarining qiymatini shubha ostiga qo'ymoqda. An'anaviy universitetlar onlayn ta'lim sur'atlarini oshirganda, biznes kadrlar tayyorlash va qayta tayyorlashning korporativ tizimini shakllantirganda, professional standartlarni ishlab chiqishda va ularga muvofiqlik sertifikatlarini berishda nimani taklif qilishi mumkin?

Eng tezkor ravishda, universitetlar va boshqa universitet tashkilotlari o'tish davri vazifalariga duch kelishadi: ilgari e'lon qilingan yo'nalishlar va mutaxassisliklar bo'yicha bakalavr va magistrlarni tayyorlash bilan bir qatorda, dasturlarning o'rnini kengaytirish va talabalar bilim olishlari va raqamli iqtisodiyot talab qiladigan ko'nikmalarni o'rganishlari uchun zarur shart-sharoitlarni yaratish.

Turli sohalarda raqamli effektlarning tarqalish tezligi har xil, bu hozirgi analog iqtisodiyot uchun ham, ma'lumotlar iqtisodiyoti, raqamli iqtisodiyot uchun ham kadrlar tayyorlashni birlashtirish zarurligini belgilaydi. Biroq, o'tish davrida universitetlarning yangi modellari shakllanishi kerak va mutaxassislar ushbu modellarni qurish mumkin bo'lgan bir qator yangi xususiyatlarni aniqladilar.

Atrofdagi dunyoni modellashtirish funktsiyasi (setting university). Atrofdagi dunyoni modellashtirish funktsiyasini maksimal darajada oshirish funktsiyasi, ya'ni. kvadrat modellashtirish funktsiyasi, universitet nisbatan aytganda, atrofdagi olamlarni modellashtirish va yaratishga qodir demiurglarni tayyorlaganida. Tizim darajasida yangi modellarni yaratish uchun etarli resurslarni maksimal darajada oshirish funktsiyasi.

Yangi startaplarni yaratish funktsiyasini maksimal darajada oshirish, uning asosida "rocket unicorn university" modeli shakllantiriladi, ya'ni.unicornlarni keltirib chiqaradigan universitet. Bugungi kunda dunyoda singularity university modelida namoyon bo'lgan mafkurani maksimal darajada oshirish funktsiyasi. Muammoni hal qiladigan motivatsiyani maksimal

darajada oshirish funktsiyasi o'rganishga qiziqmaydigan talabalar va bolalarning 80%. Iste'dodning namoyon bo'lishini maksimal darajada oshirish funktsiyasi, ya'ni.har qanday yo'nalishda namoyon bo'ladigan har qanday iste'dodni rag'batlantirish.

O'zbekiston iqtisodiyotining raqobatdosh ustunliklarini maksimal darajada oshirish funktsiyasi, birinchi navbatda raqamli iqtisodiyot, dasturlash va global bozorda ishlaydigan kompaniyalar. Qo'ng'iroqni maksimal darajaga ko'tarish funktsiyasi, bu erda universitet butun missiyasini dunyoni o'zgartiradigan biron bir yangi mahsulotni yaratishga bag'ishlaydi. To'plangan ilmiy kapitalni maksimal darajada oshirish funktsiyasi. Ekotizimni maksimal darajada oshirish funktsiyasi, ya'ni.o'qitishdagi muammolarni hal qilish uchun mavjud vakolatlarga ega bo'lgan odamlarni maksimal darajada jalb qilish, bugungi kunda regulyator tomonidan belgilangan me'yoriy asoslar bilan cheklangan.

Albatta, sanab o'tilgan funktsiyalar faqat mutaxassislar global tadqiqot universitetlarini o'z ichiga olgan universitetlarning ma'lum bir guruhiga xos bo'lishi mumkin. Tadqiqotdan tashqari, ushbu universitetlar loyiha universitetlari sifatida, o'z atrofidagi startaplar tarmog'ini amalga oshiradigan, bitiruvchilarning yangi bizneslari, yangi ijtimoiy tashabbuslar, klublar va boshqalar uchun qulay muhit yaratadigan universitetlar sifatida rivojlanadi.

Ikkinchi muhim guruhga global fanda raqobatlasha olmaydigan, ammo mintaqalarda intellektual kontsentratsiya markazlari sifatida zarur bo'lgan universitetlar kiradi. Ular mahalliy biznes va ijtimoiy loyihalarni etishtirish va keng madaniy shlyuzni yaratish kabi ijtimoiy funktsiyani birinchi o'ringa qo'yadilar. Shu bilan birga, qo'llab-quvvatlovchi mintaqaviy universitetlarni ajratib ko'rsatish, ularga mutaxassislar mutlaqo ildiz deb belgilagan kengaytirilgan universitet funktsiyasini berish muhimdir.

Uchinchi turdagi universitetlar onlayn ta'lim jarayonlariga xizmat ko'rsatishga qaratilgan. Aslida, bu universitetlar odamlarga o'zlari uchun keng tarqalgan ko'plab qisqa kurslardan o'z darajalarini qo'shishga yordam beradi. Ushbu universitetlarning vazifasi bugungi kunda har qanday rivojlangan mamlakat aholisi

uchun ijtimoiy imperativ bo'lgan oliy ma'lumot uchun eng keng qamrovni ta'minlashdir.

Alohida guruh korporativ universitetlar tomonidan tuziladi, ular korporatsiyalar va tarmoqlar uchun kadrlar tayyorlash va qayta tayyorlashni ta'minlaydi. Onlayn ta'limning korporativ segmenti 3 milliard rublni tashkil etadi, deyiladi kompaniyaning qo'shma tadqiqotida

"Guruhlar netologiyasi", HSE va Tomas NIU. Ko'pgina kompaniyalar o'zlari qilishni afzal ko'rishadi. Ish beruvchilarning 20 foizi xodimlarni mustaqil ravishda o'qitadilar – ular o'zlari onlayn kurslarni ishlab chiqadilar va o'quv jarayonini boshqaradilar. Tadqiqotga ko'ra, yana 69% ishning bir qismi uchun uchinchi tomon xizmat ko'rsatuvchi provayderlarni jalb qiladi va kompaniyalarning atigi 10% xodimlarning onlayn ta'limini uchinchi tomon provayderlari rahm-shafqatiga to'liq beradi.

Universitetlarning yana bir turi – hozirgi kollejlardan o'sishi kerak bo'lgan narsa. Hozir u amaliy bakalavr deb nomlanadi, ammo u amaliy bakalavrga qaraganda kengroq. 2030 yilgi mehnat bozorida qo'l bilan ishlaydigan odamlarning kasblari kam bo'ladi va yuqori obro'ga ega bo'ladi.

Shuni yodda tutish kerakki, talab mavjud universitetlar uchun ulkan raqobat sektorini yaratadi. Yangi sektor yirik kompaniyalarning o'quv markazlari, shuningdek ixtisoslashgan firmalar, bozorda tug'ilgan ta'lim startaplari tomonidan tashkil etiladi. Ya'ni, universitetga eng kuchli qiyinchilik noan'anaviy talabning keskin kengayishi bilan shakllanadi. Universitetlar bu tez o'zgaruvchan, yuqori darajada individuallashtirilgan talabni qondirish uchun juda inertdir va bu, albatta, sektorni yangi tijoratlashtirish uchun katta imkoniyatdir.

Yangi tashkil etilgan ta'lim nodavlat tuzilmalari orasida "nti universiteti 20.35" loyihasi alohida e'tiborga loyiqdir. Strategik tashabbuslar agentligi (asi) Rossiyada nti universiteti 20.35 onlayn platformasini ishga tushirmoqda, uning vazifasi raqamli iqtisodiyot uchun kadrlar tayyorlash bo'ladi. Loyihaning hamkori-Rossiya venchur kapital firmasi (RVK). 2017 yilda loyiha 300 million rubl oldi va 2018 yilda u yana 1,6 milliard rubl oladi.

Loyiha uchun mablag'lar nti moliyalashtirish doirasida hukumatning alohida qarori bilan ajratiladi. Birinchi kurslar ikki turdagi vakolatlar asosida yaratiladi: softskills (shaxsiy samaradorlikni boshqarish, jamoa, yangi turdagi tashkilotlarni boshqarish, global bozorlardagi iqtisodiy samaradorlik va boshqalar) va uchidan uchigacha texnologiyalar (sun'iy intellekt, kengaytirilgan va virtual haqiqat, kiberfizik tizimlar va boshqalar). Loyiha, shuningdek, oliy ta'lim dasturlari uchun ta'lim litsenziyasiga ega bo'lmaydi. Nti nishasi qo'shimcha ta'limdir, shu ma'noda universitet klassik ta'lim tashkilotlari uchun raqobat yaratmaydi, balki butun dunyo bo'ylab cheksiz imkoniyatlardan foydalangan holda individual dasturga yig'iladi. Nti universiteti bitiruvchilari davlat diplomini olmaydilar, buning o'rniga yarim yillik dastur oxirida ular yutuqlarni aks ettiruvchi raqamli vakolat profiliga ega bo'ladilar. Yaratilgan onlayn platformaning xususiyatlaridan biri bu ma'lum bir talaba uchun zarur bo'lgan vakolatlarni" aqlli " tanlashdir. Platforma mavjud bo'lmasa-da, o'quv muassasasi xodimlari talabalar uchun o'quv traektoriyalarini tanlash bilan shug'ullanadilar.

Shunga qaramay, O'zbekistonning etakchi biznes maktablari 100% masofaviy o'qitish formatiga qarshi. "Onlayn ta'lim asosiy bilimlarni olish kerak bo'lgan joyda yaxshi, ammo mavzuni chuqur o'rganish va murakkab muammolarni hal qilish uchun siz boshqa tinglovchilar bilan bir auditoriyada jonli ishlashingiz kerak", deydi Elena Pereverzeva,"MIRBIS" dekani. Skolkovo biznes maktabida masofaviy formatdan kengroq foydalanish haqida o'ylanmoqda. Ammo bu erda biz to'liq masofaviy kursni yaratishdan ko'ra ko'proq onlayn simulyatsiyalar va talabalarning onlayn dasturlarda mustaqil ishlashi haqida gapiramiz, deydi Skolkovo biznes maktabi akademik dekani o'rinbosari Denis Konanchuk. "Biznes ta'limi kompyuterda o'tirish orqali o'rganilishi mumkin bo'lgan aniq bilimlarni olishdan ko'ra ancha kengroqdir. Bu, shuningdek, jamiyatni shakllantirish, loyiha va jamoaviy ish, ishlarni muhokama qilishdir", deydi u. U MBA dasturidagi barcha treninglarni masofaviy formatga o'tkazishga urinishni marketing hiylasidan boshqa narsa emas deb hisoblaydi. Hozirgi vaqtda mamlakatning bir qator etakchi universitetlari tashqi cheklovlar

va to'siqlarga qaramay, raqamli iqtisodiyot muammolariga munosib javob bera oladigan ta'lim muhitini shakllantirishga kirishdilar.

Tayanch iboralari:Kichik biznes. Raqamli iqtisodiyot Iqtisodiyotning yuqori texnologiyali sektori. Raqamli texnologiyalar. Bulutli xizmatlar. Ta'lim muhiti.. Raqamli kompetentsiyalar.

Nazorat savollari:

1.Raqamli iqtisodiyotning rivojlanishini tartibga soluvchi asosiy hujjat nima

2. Iqtisodiyotning yuqori texnologiyali sektorida kichik biznesning o'rni va roli

3. Raqamli texnologiyalarni rivojlantirish muammolari va istiqbollarini aytib bering

4. Bulutli xizmatlar toifalari?

5. Ta'limning turli shakllaridagi raqamli kompetentsiyalar.

6. Raqamli iqtisodiyotning afzalliklari

7. Raqamli iqtisodiyotda kichik biznesni rivojlantirishda ta'limning o'rni

8. Raqamli iqtisodiyotning ta'lim muhitini shakllantirish

10-bob. Biznes xavfsizligi

10.1. Tadbirkorlik faoliyatidagi iqtisodiy xavfsizlik

"Xavfsizlik tushunchasi nafaqat makroiqtisodiy darajada (davlatning iqtisodiy xavfsizligi), balki mikroiqtisodiy darajada (xo'jalik yurituvchi sub'ektning iqtisodiy xavfsizligi) ham ko'rib chiqilishi uchun muhimdir."

"Davlat xavfsizligi" atamasi birinchi marta 1881 yil 14 avgustdagi "davlat tartibini va jamoat tinchligini himoya qilish chora-tadbirlari to'g'risida" gi Nizomda qo'llanilgan. hozirgi vaqtda iqtisodiy xavfsizlikni ta'minlashning huquqiy asoslari quyidagilardan iborat:

* O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi;
* O'zbekiston Respublikasining xalqaro shartnomalari;
* boshqa qonunlar va boshqa normativ-huquqiy hujjatlar
* O'zbekiston Respublikasi hukumatining qarorlari;
* O'zbekiston Respublikasining ta'sis subyektlari, mahalliy o'zini o'zi boshqarish organlarining iqtisodiy xavfsizlik sohasidagi vakolatlari doirasida qabul qilingan qonunlari va boshqa normativ-huquqiy hujjatlari

Xavfsizlik-bu fuqarolar va umuman davlatning mavjudligi va mumkin bo'lgan progressiv rivojlanishini ta'minlash bo'yicha iqtisodiy faoliyatning natijasidir. U bir nechta aniqlikka ega. Bir holda, xavfsizlik zarar va yo'qotishlarning oldini olish imkoniyatini nazarda tutadi, boshqalarida u jamiyatning hayotiy manfaatlarini himoya qilish darajasini tavsiflaydi, uchinchidan, xavfsizlikni, shu jumladan iqtisodiy xavfsizlikni ta'minlashga qaratilgan iqtisodiy rivojlanishning barqaror darajasini qo'llab – quvvatlaydi . [..4-bet]

Iqtisodiy xavfsizlik an'anaviy ravishda iqtisodiy tizimning eng muhim sifat xarakteristikasi sifatida qaraladi, bu uning aholining normal yashash sharoitlarini saqlab qolish, milliy iqtisodiyot resurslarini barqaror ta'minlash, shuningdek milliy davlat manfaatlarini izchil amalga oshirish qobiliyatini belgilaydi. Va bu jihatdagi eng muhim omillardan biri bu kichik tadbirkorlik sohasini rivojlantirish uchun xavfsiz sharoitlarni yaratish81.

Kichik tadbirkorlik sub'ektlarining iqtisodiy faoliyatining iqtisodiy xavfsizligi tabiat va jamiyatning universal toifasi sifatida umuman xavfsizlikka xos bo'lgan bir qator xususiyatlarga ega. Ushbu jihatda "iqtisodiy xavfsizlik" toifasi eng umumiy shaklda xo'jalik yurituvchi sub'ektlarning o'z vazifalarini jamiyat va o'z biznes manfaatlari yo'lida bajarish qobiliyatini tushunish kerak.

10.2. Raqib bilan birlashish va sotib olish. Qarshi reyd

Jahon amaliyoti shuni ko'rsatadiki, aksariyat hollarda qo'shilish va sotib olish ikkala kompaniyaning yuqori boshqaruv xodimlarining o'zaro roziligi bilan amalga oshiriladi. Shu bilan birga, ushbu kompaniyaning boshqaruvi va/yoki egasi (egalari) irodasiga zid ravishda kompaniya yoki uning aktivi ustidan qonuniy va jismoniy ma'noda to'liq nazorat o'rnatilganda, dushmanlik bilan birlashish va qo'shilish amaliyoti ham tez-tez uchraydi.

Birlashish deganda bir nechta kompaniyalarning birlashishiga olib keladigan jarayon tushuniladi. Birlashish bir sub'ektni boshqasi ustidan nazorat qilishni o'z ichiga olmaydi- birlashgandan so'ng, kompaniyalar bir butunni tashkil qilishi kerak. Birlashish bitimining o'ziga xos xususiyati shundaki, "sotib olingan" kompaniyaning aktsiyadorlari birlashgandan keyin aktsiyalarga bo'lgan huquqlarini saqlab qolishadi, ammo allaqachon yangi kompaniya. Birlashish bir kompaniyani boshqasiga qo'shilish yoki yangi kompaniya tashkil etish orqali amalga oshiriladi. Transchegaraviy (transmilliy) birlashmalar deganda turli mamlakatlarda joylashgan kompaniyalarning birlashishi tushuniladi.

Bir kompaniya tomonidan boshqa kompaniya ustidan nazoratni o'rnatishi va uning boshqaruvini to'liq yoki qisman egalik qilish1 bilan bitta kompaniya tashkil qilmasdan. Transchegaraviy sotib olish - bu xorijiy davlatda ro'yxatga olingan kompaniyani egallab olish. Shunday qilib, qo'shilish va qo'shib olish - bu mulkni o'zgartirish yoki kompaniyaning mulkchilik tuzilmasini o'zgartirish tartibi bo'lib, qayta qurish choralari tizimining yakuniy bo'g'inidir. Birlashish va sotib olishning

maqsadi korporativ nazoratni qo'lga kiritish va bozorda raqobatdosh ustunliklarga erishishdir.

Do'stona sotib olish (qo'lga olish) – bu sof kuch harakati va huquqiy protsedura o'rtasidagi xoch bo'lib, qoida tariqasida, minimal, ammo huquqiy asoslarda amalga oshiriladi. Do'stona sotib olish va korporativ egallab olish bugungi kunda tadbirkorlik faoliyati ishtirokchilari o'rtasidagi munosabatlarning ob'ektiv haqiqati hisoblanadi. Deyarli barcha tadbirkorlar ushbu hodisaga duch kelishlari kerak. Korporativ nizoni boshlash va korporativ egallab olishni tashkil etish hozirgi kunga qadar mustaqil faoliyat turiga aylangani, uning maqsadi ham kompaniyadan, ham alohida aktsiyadorlardan mulk va mulk huquqlarini olib qo'yishdir.

Iqtisodiyotning turli sohalarida bozorni qayta taqsimlash odatiy holdir, shuning uchun kelajakda kompaniyalarni do'stona egallab olish qoladi, ammo u reyd bo'lishni to'xtatishi kerak. Buning uchun jinoiy jazolanadigan tarkibiy qism do'stona egallab olish jarayonidan chiqib ketishi kerak. Bu bir muncha vaqt oldin tashkilotning bankrotligi bilan sodir bo'lgan. Eslatib o'tamiz, reyddan oldin, bu biznesni olib tashlashning "qonuniy" usuli sifatida ishlatilgan tashkilotlarning bankrotligi edi. Biroq, qonunchilikdagi o'zgarishlardan so'ng, bankrotlik endi bunga mos kelmadi.

Reydlarga qarshi kurash :

Mulkni qayta taqsimlash bo'yicha asosiy urushlar 90-yillarning ikkinchi yarmida aniq namoyon bo'ldi.o'tgan asr. Ammo bugungi kunda ham mulkni majburan qayta taqsimlash jarayonlari sodir bo'lmoqda. Faqat mulkni noqonuniy o'zlashtirish usullari va vositalari o'zgargan. Va agar ilgari, "kapitalning dastlabki to'planishi" bosqichida asosan to'g'ridan – to'g'ri noqonuniy usullar mavjud bo'lsa va birozdan keyin bankrotlik protseduralari qo'llanilgan bo'lsa, unda mulkni qayta taqsimlashning eng dolzarb usuli bu korporativ egallab olishdir. Va zamonaviy rus iqtisodiy va huquqiy haqiqatining bunday murakkab, ko'p qirrali hodisasiga samarali qarshi turish himoya qilishning strategik va taktik usullarini ishlab chiqish va izchil amalga oshirishni o'z ichiga oladi.

Dushman hujumidan himoya qilish tizimini samarali qurish uchun, birinchi navbatda, kompaniyaga qo'llanilishi mumkin bo'lgan egallab olish usullarini aniqlash kerak.

Zamonaviy O'zbekistonda dushmanlik bilan egallab olishning eng keng tarqalgan usullari:

* kichik aktsiyalarni birlashtirish (sotib olish) ;

* bosqinchi tomonidan kompaniyaning aktsiyalarini keyinchalik uni qo'lga kiritish uchun sotib olishni tashkil etish;

* qo'shimcha emissiya • tajovuzkor kompaniya, kompaniyaning ozchilik aktsiyadori bo'lib, qo'shimcha aktsiyalarni chiqarishni boshlaydi, keyin chiqarilgan aktsiyalarni sotib oladi, bu esa o'z ulushini oshiradi); bunday sxema ko'pincha asosiy aktsiyador davlat bo'lgan kompaniyalarda qo'llaniladi, chunki mansabdor shaxsni qo'shimcha emissiya uchun ovoz berishga qiziqtirish osonroq. Natijada, reyder tomonidan sotib olinganidan keyin davlat ulushi bir necha foizga kamayadi;

* tashkilotlarning aktivlarini tortib olishga olib keladigan yuqori intellektual tovlamachilik – greenmail (korporativ shantaj). Buyuk Britaniyadagi aktsiyadorlik jamiyatlariga qarshi chekinish uchun dushman korporativ harakatlar haqida birinchi eslatma 19-asrga to'g'ri keladi, ammo "greenmail" atamasi faqat o'tgan asrning 80-yillarida keng qo'llanilgan va greenmail kabi firibgarlik faoliyatining bunday ta'rifi hech qanday rasmiy ruxsat etilgan ro'yxatda yo'q. O'zbekiston bu hodisa bilan 1990-yillarning o'rtalarida iqtisodiyotni liberallashtirish bilan birga tanishgan.

* • boshqaruv ustidan nazorat: bosqinchi poraxo'rlik yoki tahdid yo'li bilan kompaniya ustaviga boshqaruvni – kuzatuv kengashini yoki kengashni shakllantirishga ruxsat beruvchi o'zgartirishlar kiritadi, bunda rahbarlik lavozimlarining ko'p qismini bosqinchi yoki vasiylar vakillari oladi;

* qayta qo'lga olish • tajovuzkor kompaniya "davlat manfaatlarini himoya qilish" mavzusida spekulyatsiya qiladi): OAJning ozchilik aktsiyadori sifatida tajovuzkor kompaniya sudlarda xususiylashtirishni bekor qilishni talab qiladi, buning natijasida nazorat paketi boshqa egasiga o'tishi mumkin;

* huquqiy terror • ko'pincha bunday operatsiyaning maqsadi "chekinish" ni olishdir): tajovuzkor kompaniya har qanday

sababga ko'ra tashkilotga qarshi da'volarni tashkil qiladi - tashkilotdagi ekologik vaziyatdan tortib, u yoki bu xodimni "noto'g'ri" ishdan bo'shatishgacha, prokuratura, favqulodda vaziyatlar vazirligi, sanitariya-epidemiologiya stantsiyasida "muammolar" ni tashkil qiladi. va boshqalar.;

• registrator yordamida tortib olish (agar OAJning mustaqil registratori tajovuzkor kompaniya nazorati ostida bo'lsa): huquqiy manipulyatsiya orqali tajovuzkor kompaniya OAJ aktsiyadorlari yig'ilishini o'tkazishga to'sqinlik qilishi mumkin, hatto uning atigi 10% aktsiyalari bo'lsa ham, o'z yig'ilishini tashkil etishga harakat qilishi mumkin. Uzoq davom etgan sud jarayonlari natijasida tajovuzkor kompaniya yo OAJ ustidan nazoratni o'rnatadi yoki aktsiyalarni haqiqiy qiymatidan bir necha baravar yuqori narxga sotib olishga majbur qiladi;

* qarzni tortib olish • agar tashkilot tajovuzkor kompaniya oldida kreditorlik qarziga ega bo'lsa yoki agressor kompaniyaning kreditorlik qarzlarini sotib olgan bo'lsa): to'lanmagan yoki muddati o'tgan kredit bahonasida tajovuzkor kompaniya sud qarorini qabul qiladi. qayta tashkil etish to'g'risida va shu bilan boshqaruv organlariga kiradi yoki shunchaki tashkilotni mol-mulk kompleksi bilan qarz olish uchun;

• kuchni tortib olish: sudning noqonuniy qarorini qabul qilib, agressor uni ijro etish uchun ijro etuvchi xizmatni, politsiyani, ichki ishlar vazirligining maxsus kuchlarini, shuningdek mulkiy kompleksni egallab oladigan, "uning" direktorini nomlaydigan va tashkilot ustidan nazoratni o'rnatadigan o'zining xavfsizlik tuzilmalarini jalb qiladi. Biroq, bu" toza " shaklda kuchni tortib olish kamdan-kam uchraydi;

* axborot terrori, uning maqsadi ko'pincha "chekinish" ni olishdir: tajovuzkor kompaniya egasiga qarshi matbuotda axborot kampaniyalarini va tashkilot yaqinidagi mitinglarni har qanday sababga ko'ra tashkil qiladi.

Korxonani himoya qilishga tizimli yondashuv bir nechta himoya usullarining kombinatsiyasidan muntazam foydalanishni o'z ichiga oladi, xususan, dushman yo'lida "slingshotlar" ning maqbul sonini ("himoya samaradorligi/himoya xarajatlari" nisbati

nuqtai nazaridan) belgilash va ulardan potentsial va haqiqiy tajovuzkorlarning niyatlari va harakatlariga qarab foydalanish.

10.3. Axborot xavfsizligi. Axborot resurslarini himoya qilish

"Iqtisodiy sohada axborot xavfsizligini ta'minlashning strategik maqsadlari mahalliy axborot texnologiyalari va elektronika sanoatining rivojlanish darajasining etarli emasligi, axborot xavfsizligini ta'minlashning raqobatbardosh vositalarini ishlab chiqish va ishlab chiqarish, shuningdek, axborot xavfsizligini ta'minlash sohasida xizmatlar ko'rsatish hajmi va sifatini oshirish natijasida yuzaga keladigan salbiy omillarning mumkin bo'lgan eng past darajasiga kamaytirishdir".

Axborot xavfsizligi - bu axborot va qo'llab-quvvatlovchi infratuzilmani tabiiy yoki sun'iy tabiatning tasodifiy yoki qasddan ta'siridan himoya qilish, axborot egalari yoki foydalanuvchilariga va qo'llab-quvvatlovchi infratuzilmaga zarar etkazish bilan to'la. Axborot xavfsizligi faqat axborotni himoya qilish bilan bog'liq emas. Axborot munosabatlari sub'ekti nafaqat ruxsatsiz kirishdan, balki mijozlarga xizmat ko'rsatishda tanaffusga olib kelgan tizimning buzilishidan ham aziyat chekishi (zarar ko'rishi) mumkin. Bundan tashqari, ko'plab ochiq tashkilotlar uchun (masalan, o'quv) axborotni himoya qilish birinchi o'rinda turmaydi.

Axborot xavfsizligini ta'minlash asoslarini o'zlashtirish uchun siz kontseptual apparatga ega bo'lishingiz kerak. Ba'zi bir asosiy atamalarni oshkor qilish o'z-o'zidan maqsad emas, axborotni himoya qilishning maqsadlari va vazifalari to'g'risida dastlabki g'oyalarni shakllantirish muhimdir.

Axborot xavfsizligi deganda uning huquqi bo'lmagan shaxslar tomonidan ma'lumotni ko'rish, o'zgartirish yoki yo'q qilish, shuningdek, elektromagnit nurlanish va shovqinlar, kompyuter texnologiyalari ob'ektlari o'rtasida uzatishda maxsus ushlash (yo'q qilish) moslamalari tufayli ma'lumotlarning tarqalishi chiqarib tashlanadigan holat tushuniladi.

Axborotni himoya qilish-bu qayta ishlangan ma'lumotlarning maxfiyligi va yaxlitligini, shuningdek foydalanuvchilar uchun ma'lumotlarning mavjudligini ta'minlashga qaratilgan chora-tadbirlar majmui.

Maxfiylik-foydalanuvchilarning (shaxslar yoki tashkilotlarning) tor doirasi bilan cheklangan tanqidiy ma'lumotlarni sir saqlash.

Yaxlitlik-bu ma'lumot oldindan belgilangan tur va sifatni saqlaydigan xususiyatdir.

Mavjudlik-bu foydalanuvchi uchun zarur bo'lgan shaklda, joyda va vaqtda va unga kerak bo'lgan vaqtda bo'lgan ma'lumotlarning holati.

Axborotni himoya qilishning maqsadi ma'lumotlarning yaxlitligini, ularning maxfiyligini yoki iste'molchilar uchun ma'lumotlarning mavjud emasligini buzish natijasida kelib chiqadigan boshqaruv yo'qotishlarini minimallashtirishdir.

Yuqoridagi ta'riflar to'plami axborot xavfsizligi tizimini qurish bo'yicha umumiy, hali ham mavhum nuqtai nazarni shakllantirish uchun etarli. Abstraktsiya darajasini pasaytirish va batafsilroq rejani shakllantirish uchun axborot xavfsizligi tizimini tashkil etishning asosiy tamoyillarini bilish kerak.

Axborot xavfsizligi tizimini qurish tamoyillari:

Axborot xavfsizligi muammolarini hal qilishning zamonaviy tajribasi shuni ko'rsatadiki, axborotni himoya qilishni tashkil qilishda eng katta ta'sirga erishish uchun bir qator printsiplarga amal qilish kerak.

Eng muhimi, axborot xavfsizligi tizimini takomillashtirish va rivojlantirishning uzluksizligi printsipi. Uning mohiyati tizimning ishlashini doimiy ravishda nazorat qilish, uning zaif tomonlarini, ma'lumotlarning tarqalishi va ruxsatsiz kirishning mumkin bo'lgan kanallarini aniqlash, ichki va tashqi tahdidlarning tabiatidagi o'zgarishlarga qarab himoya mexanizmlarini yangilash va to'ldirish, shu asosda axborotni himoya qilishning eng oqilona usullari, usullari va usullarini asoslash va amalga oshirishdan iborat. Shunday qilib, axborot xavfsizligini ta'minlash bir martalik ish bo'lishi mumkin emas.

Ishlab chiqarishning barcha tarkibiy elementlarida va axborotni qayta ishlashning texnologik tsiklining barcha bosqichlarida mavjud himoya vositalarining butun arsenalidan kompleks foydalanish printsipi bir xil darajada muhimdir. Axborotni himoya qilishning murakkab tabiati tajovuzkorlarning harakatlariga bog'liq. Bu erda mudofaa qurollari hujum qurollariga mos kelishi kerak degan da'vo qonuniydir.

Bundan tashqari, ishlatilgan barcha vositalar, usullar va tadbirlar yaxlit mexanizm – axborot xavfsizligi tizimiga birlashtirilganda eng katta ta'sirga erishiladi. Faqat bu holda, himoya tizimining biron bir alohida elementiga xos bo'lmagan tizim xususiyatlari, shuningdek tizimni boshqarish, uning resurslarini qayta taqsimlash va uning samaradorligini oshirishning zamonaviy usullarini qo'llash qobiliyati paydo bo'ladi.

Axborot xavfsizligi tizimini axborotni oshkor qilish, oshkor qilish va ruxsatsiz kirishdan himoya qilishni ta'minlaydigan organlar, vositalar, usullar va tadbirlarning uyushgan to'plami sifatida aniqlash mumkin.

Xavfsizlikni ta'minlashning eng muhim shartlari qonuniylik, etarlilik, shaxs va tashkilot manfaatlari muvozanatiga rioya qilish, axborot xavfsizligi xizmati vakillarining yuqori professionalligi, foydalanuvchilarni tayyorlash va maxfiylikni saqlash bo'yicha barcha belgilangan qoidalarga rioya qilish, xodimlar va rahbariyatning o'zaro javobgarligi, davlat huquqni muhofaza qilish organlari bilan o'zaro hamkorlik qilishdir.

Tayanch iboralari: Iqtisodiy xavfsizlik. Dushmanlik bilan birlashish va qo'shilish. Reydlarga qarshi turish. Axborot xavfsizligi. Reyd. Maxfiylik

Nazorat savollari:

1. Do'stona assimilyatsiya va ushlash.
1. . Reydlarning mohiyati.
2. . O‘zbekistonda dushmanlik bilan egallab olishning eng keng tarqalgan usullari.
3. . Reydlardan himoya qilishning asosiy usullari.

4. . Tijorat sirining mohiyati, ushbu rejim qo'llaniladigan ma'lumotni kim belgilaydi.

5. . "Axborot xavfsizligi"nimani anglatadi?

6. . Ob'ektning axborot xavfsizligi tizimini qurish tamoyillari.

7. . Axborot sızdırmazlık kanallarining tasnifi.

8. . Axborotni himoya qilish tizimini yaratishning asosiy bosqichlarini aytib bering.

11-bob. Tadbirkorlik tashkilotlarini tugatish

11.1. Tadbirkorlik tashkilotlarini tugatish shakllari

Tadbirkorlik tashkilotini yuridik shaxs sifatida tugatish ixtiyoriy ravishda ham, majburiy ravishda ham sodir bo'lishi mumkin va uning boshqa shaxslarga huquqiy vorislik tartibida huquq va majburiyatlardan o'tmasdan tugatilishiga olib keladi.

yuridik shaxs tugatilishi mumkin:

a) uning muassislari (ishtirokchilari)yoki unga ta 'sis hujjatlari bilan vakolat berilgan yuridik shaxs organining qarori bo' yicha, shu jumladan yuridik shaxs tashkil etilgan muddat tugashi munosabati bilan u yaratilgan maqsadga erishish bilan;

b) sud qarori bilan, uni yaratishda yo'l qo'yilgan qo'pol qonun buzilishlari munosabati bilan, agar bu qoidabuzarliklar tuzatib bo'lmaydigan bo'lsa, yo tegishli ruxsatnomasiz (litsenziyasiz) faoliyatni amalga oshirish, yo qonun bilan taqiqlangan faoliyatni amalga oshirish yoki qonun yoki boshqa huquqiy hujjatlarni takroran qo'pol ravishda buzish bilan.

Qayta tashkil etish-bu yuridik shaxsning o'zgarishi bo'lib, unda barcha huquq va majburiyatlar yoki ularning bir qismi qayta tashkil etish jarayonida tashkil etilgan boshqa yuridik shaxsga o'tadi. Tadbirkorlik tuzilmalarini qayta tashkil etish ixtiyoriy va majburiydir.

Tadbirkorlik firmasini qayta tashkil etish quyidagi asoslar bo'yicha amalga oshirilishi mumkin:

- ixtiyoriy ravishda, uning muassislari (ishtirokchilari) yoki kompaniyaning ta'sis hujjatlari bilan bunday harakatlarga vakolatli ushbu biznes sub'ektining organining qarori bilan;
- ixtiyoriy, lekin vakolatli davlat organlarining roziligi bilan

organlar; ushbu qoida odatda tadbirkorlik sub'ektlari tomonidan bozorda ustunlikni ta'minlash uchun raqobatbardosh monopollashtirish va integratsiya strategiyalaridan foydalanishni cheklash maqsadida qo'llaniladi;

- ayrim davlat hokimiyati organlarining qarori bilan va

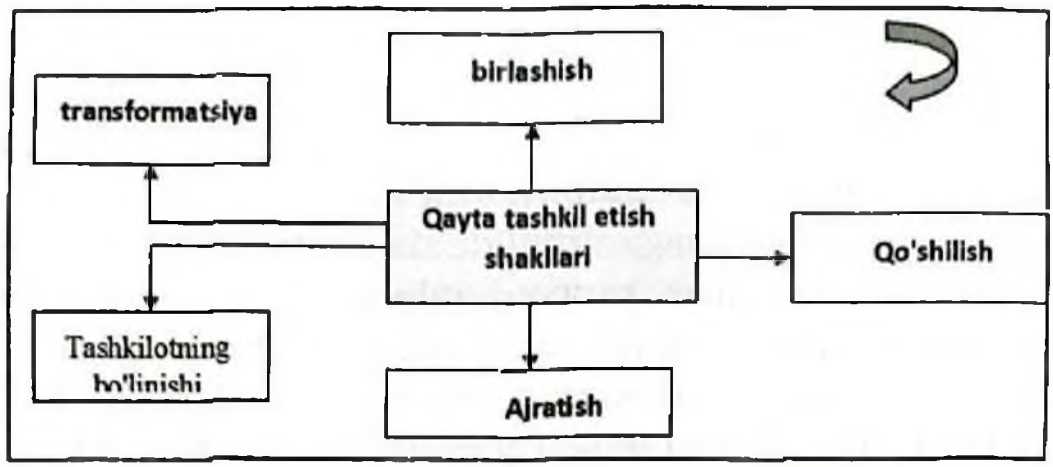
boshqaruv; davlat dumasi va Rossiya Federatsiyasi hukumati ikki yoki undan ortiq davlat korxonalari tomonidan tashkil etilgan ishlab chiqarish birlashmalariga nisbatan bunday huquqqa ega;

- sud qarori bilan; agar tadbirkorlik firmasi davlat boshqaruvi organi tomonidan belgilangan muddatda qayta tashkil etilmagan bo'lsa, sud barcha zarur protseduralarni amalga oshiradigan kompaniyaga tashqi menejerni tayinlashi mumkin.

O'zbekiston Respublikasining fuqarolik kodeksida xo'jalik shirkatlari va jamiyatlarini ixtiyoriy ravishda o'zgartirish tartibini belgilaydigan maxsus normalar mavjud. Ishlab chiqarish kooperativi o'z a'zolarining umumiy yig'ilishining bir ovozdan qabul qilingan qarori bilan ixtiyoriy ravishda xo'jalik shirkati yoki jamiyat sifatida qayta tashkil etilishi mumkin. Mas'uliyati cheklangan jamiyat o'z ishtirokchilarining bir ovozdan qabul qilgan qarori bilan ixtiyoriy ravishda aktsiyadorlik jamiyati yoki kooperativ sifatida qayta tashkil etilishi mumkin. Aksiyadorlik jamiyati aktsiyadorlarning umumiy yig'ilishining qarori bilan mas'uliyati cheklangan jamiyat yoki ishlab chiqarish kooperativi sifatida qayta tashkil etilishi mumkin.

Yuridik shaxsni uni ajratish yoki ajratish shaklida majburiy qayta tashkil etish qonunda belgilangan hollarda vakolatli davlat organlarining qarori bilan amalga oshiriladi.

Yuridik shaxsni qayta tashkil etish-bu mavjudlikni tugatish usuli. U quyidagi shakllarda amalga oshirilishi mumkin: birlashish, qo'shilish, bo'linish, ajratish va o'zgartirish va uning ta'sischilari (ishtirokchilari) yoki ta'sis hujjatlari bilan vakolat berilgan yuridik shaxs organining qarori bilan amalga oshiriladi (rasm. 7).



Rasm. 7. Yuridik shaxsni qayta tashkil etishning mavjud shakllari

Fuqorolik kodeksi 49-moddasiga asosan Yuridik shaxsni qayta tashkil etish (qo'shib yuborish, qo'shib olish, bo'lish, ajratib chiqarish, o'zgartirish) uning muassislari (ishtirokchilari) yoki ta'sis hujjatlarida shunga vakil qilingan yuridik shaxs organi qaroriga muvofiq amalga oshirilishi mumkin.

Qonunda belgilangan hollarda yuridik shaxsni bo'lish yoki uning tarkibidan bir yoxud bir necha yuridik shaxsni ajratib chiqarish shaklida uni qayta tashkil etish vakil qilingan davlat organlarining qarori bilan yoxud sud qarori bilan amalga oshiriladi.

Qonunda belgilangan hollarda yuridik shaxslarni qo'shib yuborish, qo'shib olish yoki o'zgartirish shaklida qaytadan tashkil etish vakolatli davlat organlarining roziligi bilangina amalga oshirilishi mumkin.

Qo'shib olish shaklida qayta tashkil etish hollarini istisno qilganda, yangidan vujudga kelgan yuridik shaxslar davlat ro'yxatidan o'tkazilgan paytdan boshlab yuridik shaxs qayta tashkil etilgan hisoblanadi.

Yuridik shaxs unga boshqa yuridik shaxsni qo'shib olish shaklida qayta tashkil etilganida qo'shib olingan yuridik shaxsning faoliyati to'xtatilgani haqidagi yozuv yuridik shaxslarning yagona davlat reyestriga kiritilgan paytdan boshlab yuridik shaxs qayta tashkil etilgan hisoblanadi.

Birlashish - bu ikki yoki undan ortiq boshqa tashkilotlarning barcha huquq va majburiyatlarini unga topshirish orqali yangi

tashkilotning paydo bo'lishi, ikkinchisining faoliyati tugashi bilan. Birlashish to'g'risida shartnoma tuzish orqali amalga oshiriladi birlashish, bu birlashishda ishtirok etadigan tashkilotlar o'rtasida tuziladi. Shartnomada tartib va shartlar ko'rsatilgan.

Qo'shilish-bu bir yoki bir nechta tashkilotlarning faoliyatini tugatish, ularning barcha huquq va majburiyatlarini boshqa tashkilotga o'tkazish. O'tkazish uzatish akti orqali amalga oshiriladi.

Tashkilotning bo'linishi-bu yangi tashkil etilgan tashkilotga barcha huquq va majburiyatlarini topshirish bilan uning faoliyatini to'xtatish. Tashkilotni ajratishda uning barcha huquq va majburiyatlari bo'linish balansiga muvofiq yangi tashkil etilgan tashkilotga o'tadi.

Ajratish-bu bir yoki bir nechta tashkilotlarni tashkil etish, ularga qayta tashkil etilayotgan tashkilotning huquq va majburiyatlarining bir qismini ikkinchisining faoliyatini to'xtatmasdan o'tkazish. Tashkilot tarkibidan yangi tashkilotlar (bir yoki bir nechta) ajratilganda, uning huquq va majburiyatlarining bir qismi ajratish balansiga muvofiq yangi tashkil etilgan tashkilotlarga o'tkaziladi.

Tashkilotning transformatsiyasi deganda Rossiya federatsiyasi fuqarolik kodeksining qoidalariga va yuridik shaxslarning ayrim tashkiliy-huquqiy shakllari to'g'risidagi federal qonunlarga muvofiq yuridik shaxsning bir tashkiliy-huquqiy shaklni boshqasiga o'tkazish tushuniladi.

Qayta tashkil etish natijasida vujudga kelgan tadbirkorlik tuzilmalari davlat ro'yxatidan o'tkazilgandan keyin o'n kun ichida soliq organida ro'yxatdan o'tishlari shart.

Yuridik shaxs qayta tashkil etilgan deb hisoblanadi, qo'shilish shaklida qayta tashkil etilgan hollar bundan mustasno, yangi tashkil etilgan yuridik shaxslar davlat ro'yxatidan o'tkazilgan paytdan boshlab.yuridik shaxs unga boshqa yuridik shaxs qo'shilish shaklida qayta tashkil etilganda, birinchisi yuridik shaxslarning yagona davlat reestriga qo'shilgan yuridik shaxs faoliyati to'xtatilganligi to'g'risidagi yozuv kiritilgan paytdan boshlab qayta tashkil etilgan deb hisoblanadi.

O'zbekiston Respublikasining fuqarolik kodeksiga va yuridik shaxslarning ayrim tashkiliy-huquqiy shakllari to'g'risidagi qonunlarga muvofiq yuridik shaxslarni qayta tashkil etishda yangi paydo bo'lgan yuridik shaxslarning huquqiy vorisligi belgilanadi. yuridik shaxslarni qayta tashkil etishda yuzaga keladigan huquqiy vorislik san'atga muvofiq universaldir. O'zbekiston Respublikasi fuqarolik kodeksining 129-moddasida fuqarolik huquqlari ob'ektlari universal vorislik (meros, yuridik shaxsni qayta tashkil etish) tartibida yoki boshqa yo'l bilan, agar ular muomaladan chiqarilmasa yoki muomalada cheklanmagan bo'lsa, bir shaxsdan boshqasiga erkin ajratilishi yoki o'tishi mumkinligi belgilangan.

Vorislik nafaqat majburiyatlarni, balki qayta tashkil etilayotgan yuridik shaxslarning boshqa mulkiy va nomulkiy huquqlarini ham qamrab oladi.shu bilan birga, qoidalar va mualliflik huquqi egasining nomiga tegishli huquqlarni ro'yxatdan o'tkazish zarurati o'z kuchini saqlab qoladi. Tomonlar tomonidan tan olinmagan yoki e'tiroz bildirilmagan va qayta tashkil etish paytida aniqlanmagan huquq va majburiyatlar ham o'tadi.

Qayta tashkil etishda qayta tashkil etilgan yuridik shaxsning barcha kreditorlari va qarzdorlariga, shu jumladan tomonlar tomonidan e'tiroz bildirilgan majburiyatlarga nisbatan barcha majburiyatlari bo'yicha vorislik to'g'risidagi nizomlarni o'z ichiga olgan topshirish dalolatnomasi va ajratish balansi tuziladi. Topshirish dalolatnomasi va ajratish balansi yuridik shaxsning muassislari (ishtirokchilari) yoki yuridik shaxslarni qayta tashkil etish to'g'risida qaror qabul qilgan organ tomonidan tasdiqlanadi va yangi paydo bo'lgan yuridik shaxslarni davlat ro'yxatidan o'tkazish yoki mavjud yuridik shaxslarning ta'sis hujjatlariga o'zgartirishlar kiritish uchun ta'sis hujjatlari bilan birga taqdim etiladi.

Yuridik shaxsni qayta tashkil etishda kreditorlarning manfaatlari (huquqlari) himoya qilinishi kerak, shuning uchun yuridik shaxsni qayta tashkil etish to'g'risida qaror qabul qilgan yuridik shaxsning (yoki organning) muassislari (ishtirokchilari) bu haqda qayta tashkil etilayotgan yuridik shaxsning kreditorlarini yozma ravishda xabardor qilishlari shart.

11.2. Tadbirkorlik tashkilotlarining to'lovga layoqatsizligi (bankrotligi)

To'lovga layoqatsizlik (bankrotlik) deganda hakamlik sudi tomonidan qarzdorning kreditorlarning pul majburiyatlari bo'yicha talablarini to'liq qondira olmasligi va (yoki) majburiy to'lovlarni to'lash majburiyatini bajarishi tushuniladi.

"Yuridik shaxs kreditorlarning pul majburiyatlari, ishdan bo'shatish nafaqalarini to'lash va (yoki) mehnat shartnomasi bo'yicha ishlagan yoki ishlagan shaxslarning mehnatiga haq to'lash to'g'risidagi talablarini qondira olmaydi va (yoki) agar tegishli majburiyatlar va (yoki) majburiyatlar u tomonidan bajarilmagan bo'lsa, majburiy to'lovlarni to'lash majburiyatini bajara olmaydi. sanadan boshlab uch oy ichida, ular qachon bajarilishi kerak edi." (3-modda. N 127-FZ (2017 yil 29 dekabrda o'zgartirilgan). Yuridik shaxsning bankrotligi belgilari)

O‘zbekistonning bankrotlik to'g'risidagi qonunchiligida ikkita juda muhim nuqta mavjud: birinchidan, u kreditorlarni afzal ko'radi. Ikkinchidan, to'lovga layoqatsizlik (bankrotlik) to'g'risidagi asosiy qonunda davlat va ma'muriy boshqaruv organlarining tegishli qarorlarni qabul qilishga ta'siri kamaytirildi. Ya'ni, xo'jalik yurituvchi sub'ektlar protseduralarni o'tkazish (tanlash) to'g'risida kelishib olishadi yoki hakamlik sudiga murojaat qilishadi.

Pul majburiyati qarzdorning qarz beruvchiga fuqarolik-huquqiy bitim va (yoki) O‘zbekiston Respublikasi fuqarolik kodeksida nazarda tutilgan boshqa asoslar bo'yicha ma'lum miqdordagi pulni to'lash majburiyatidir.

Majburiy to'lovlar Rossiya federatsiyasi qonunlarida belgilangan tartibda va shartlarda tegishli darajadagi byudjetga va davlat byudjetidan tashqari jamg'armalariga soliqlar, yig'imlar va boshqa majburiy badallar deb tan olinadi. Hakamlik sudi tomonidan qarzdorni bankrot deb topish to ' g 'risidagi ariza qabul qilinishidan oldin va hakamlik sudi tomonidan bunday ariza qabul qilingandan keyin va qarzdorni bankrot deb topish to' g 'risida va bankrotlik to' g 'risidagi ish yuritishni ochish to' g 'risida qaror qabul qilinishidan oldin kelib chiqqan pul majburiyatlari va

majburiy to' lovlarning tarkibi va miqdori tegishli majburiyatni bajarish muddati tugaganidan keyin keyingi bankrotlikning har bir protsedurasi joriy etilgan sanada belgilanadi.

Qonunga muvofiq qarzdorning bankrotlik belgilarini aniqlash uchun quyidagilar hisobga olinadi:

* pul majburiyatlari miqdori, shu jumladan berilgan tovarlar, bajarilgan ishlar va ko'rsatilgan xizmatlar uchun qarz miqdori, qarzdor tomonidan to'lanishi kerak bo'lgan foizlarni hisobga olgan holda qarz miqdori, asossiz boyitish natijasida kelib chiqadigan qarz miqdori va kreditorlarning mol-mulkiga zarar etkazish natijasida kelib chiqadigan qarz miqdori, qarzdor javobgar bo'lgan fuqarolar oldidagi majburiyatlar bundan mustasno hayotga yoki sog'likka zarar etkazganlik uchun, zararni qoplashdan tashqari kompensatsiya to'lash majburiyati, intellektual faoliyat natijalari mualliflariga haq to'lash majburiyatlari, shuningdek qarzdorning muassislari (ishtirokchilari) oldidagi bunday ishtirokdan kelib chiqadigan majburiyatlar;

* O'zbekiston Respublikasi qonunlarida belgilangan jarimalar (jarimalar) va boshqa moliyaviy sanktsiyalarni hisobga olmagan holda majburiy to'lovlar miqdori.

Pul majburiyatlari yoki majburiy to'lovlar miqdori, agar sud tomonidan ushbu qonunda belgilangan tartibda aniqlansa, belgilangan hisoblanadi.

Yuridik shaxsning bankrotligi to'g'risidagi ish hakamlik sudi tomonidan qarzdor — yuridik shaxsga qo'yiladigan talablar birgalikda kamida 100 ming rublni tashkil etgan taqdirda qo'zg'atilishi mumkin.va agar tegishli majburiyatlar va (yoki) majburiyatlar ular bajarilishi kerak bo'lgan kundan boshlab 3 oy ichida bajarilmasa.

Qarzdor-yuridik shaxsning bankrotligi protseduralarini amalga oshirish uchun federal qonunga muvofiq arbitraj menejeri (vaqtinchalik menejer, ma'muriy menejer, tashqi menejer, bankrotlik bo'yicha menejer) tasdiqlanadi.

Hakamlik boshqaruvchisi:

* o'z-o'zini tartibga soluvchi arbitraj menejerlaridan birining a'zosi bo'lgan O'zbekiston Respublikasi fuqarosi tan olinadi;

* kasbiy faoliyat sub'ekti bo'lib, ushbu Federal qonun bilan tartibga solinadigan professional faoliyatni amalga oshiradi

xususiy amaliyot bilan shug'ullanadigan faoliyat;

* kasbiy faoliyat va tadbirkorlik faoliyatining boshqa turlari bilan shug'ullanish huquqiga ega, agar bunday faoliyat ushbu Federal qonun bilan belgilangan majburiyatlarning to'g'ri bajarilishiga ta'sir qilmasa.

* faqat bitta o'zini o'zi tartibga soluvchi tashkilotning a'zosi bo'lish huquqiga ega.

Arbitraj menejerlarining o'zini o'zi tartibga soluvchi tashkiloti ushbu tashkilotga a'zo bo'lish uchun quyidagi majburiy shartlarni belgilaydi:

* oliy ma'lumotga ega bo'lish;

* boshqaruv lavozimlarida kamida bir yillik ish stajiga ega bo'lish va bankrotlik to'g'risidagi ishda arbitraj menejerining yordamchisi sifatida kamida ikki yil amaliyot o'tash, agar uzoq muddat o'z-o'zini tartibga soluvchi tashkilot tomonidan tasdiqlangan arbitraj menejerlarining kasbiy faoliyati standartlari va qoidalarida nazarda tutilmagan bo'lsa (bundan buyon matnda kasbiy faoliyat standartlari va qoidalari deb yuritiladi).;

* arbitraj menejerlarini tayyorlash dasturi bo'yicha nazariy imtihondan o'tish;

* ma'muriy huquqbuzarlik sodir etganlik uchun diskvalifikatsiya yoki jinoyat sodir etganlik uchun muayyan lavozimlarni egallash yoki muayyan faoliyat bilan shug'ullanish huquqidan mahrum qilish shaklida jazoning yo'qligi;

* • qasddan sodir etgan jinoyati uchun sudlanmaganligi;

* ushbu federal qonun, boshqa federal qonunlar, O'zbekiston Respublikasi ning boshqa normativ-huquqiy hujjatlari, federal standartlar, kasbiy faoliyat standartlari va qoidalari buzilganligi sababli ushbu yoki boshqa o'zini o'zi tartibga soluvchi tashkilot a'zolari orasidan arbitraj menejerlarini chiqarib tashlash faktini o'z-o'zini tartibga soluvchi tashkilotga a'zo bo'lish to'g'risida ariza taqdim etilgan kundan uch yil oldin o'z-o'zini tartibga soluvchi tashkilot tomonidan belgilangan muddatda yo'q qilinmagan yoki tuzatib bo'lmaydigan xarakterga ega.

Arbitraj sudi tomonidan arbitraj boshqaruvchisi sifatida bankrotlik to'g'risidagi ishda arbitraj menejerlari tomonidan tasdiqlanishi mumkin emas:

* qarzdorga, kreditorga nisbatan manfaatdor shaxslar;

* qarzdorga, kreditorga va boshqa shaxslarga ilgari o'tkazilgan protseduralarda hakamlik boshqaruvchisi zimmasiga Yuklangan vazifalarni bajarmaganligi yoki lozim darajada bajarmaganligi natijasida etkazilgan zararni to'liq qoplamagan;

* bankrotlik to'g'risidagi ishda qo'llaniladigan protseduralar joriy etilgan;

bankrotlik to'g'risidagi ishda ishtirok etgan shaxslarga zarar etkazilgan taqdirda javobgarlikni sug'urtalash shartnomasi bo'lmaganlar.

Shuni ta'kidlash kerakki, raqobatbardosh kreditor yoki kreditorlar yig'ilishi hakamlik sudiga qo'shimcha talablarni, shu jumladan oliy iqtisodiy yoki yuridik ma'lumotga ega bo'lish va boshqalarni taklif qilish huquqiga ega.

Qarzdor-korxona (tashkilot) bankrot deb topilganligi to'g'risida ariza bilan hakamlik sudiga murojaat qilish huquqi qarzdorga, bankrotlik kreditoriga va Rossiya Federatsiyasi hukumati tomonidan bankrotlik to'g'risidagi ishda va bankrotlik protseduralarida majburiy to'lovlar va pul majburiyatlarini to'lash to'g'risidagi talablarni taqdim etish huquqiga ega bo'lgan federal ijro etuvchi hokimiyat organlari bo'lgan vakolatli organlarga, shuningdek sub'ektlarning ijro etuvchi O'zbekiston Respublikasi, mahalliy o'zini o'zi boshqarish organlari, bankrotlik to'g'risidagi ishda va bankrotlik protseduralarida tegishli ravishda Rossiya Federatsiyasining ta'sis sub'ektlari va munitsipalitetlarning talablarini taqdim etishga vakolatli shaxslar.

Hakamlik sudiga murojaat qilish huquqi bankrotlik to'g'risidagi kreditor, pul majburiyatlari bo'yicha vakolatli organ tomonidan ijro hujjati sud ijrochilari xizmatiga yuborilgan (ijroga taqdim etilgan) kundan boshlab 30 kun o'tgach va uning nusxasi qarzdorga beriladi.

Qarzdor korxona bankrotlikni oldindan bilgan taqdirda, agar u belgilangan muddatda majburiy to'lovlarni to'lash bo'yicha pul majburiyatlari va (yoki) majburiyatlarini bajara olmasligini aniq

ko'rsatadigan holatlar mavjud bo'lsa, qarzdorning arizasini hakamlik sudiga topshirishga haqlidir. Shu bilan birga, rahbar qarzdorning arizasini hakamlik sudiga murojaat qilishi kerak, agar:

* bitta kreditor yoki bir nechta kreditorlarning talablarini qondirish qarzdorning pul majburiyatlarini bajara olmasligiga, majburiy to'lovlarni va (yoki) boshqa kreditorlar oldida to'liq to'lovlarni to'lash majburiyatiga olib keladi;

* qarzdorni tugatish to'g'risida qaror qabul qilish uchun qarzdorning ta'sis hujjatlariga muvofiq vakolatli qarzdorning organi tomonidan qarzdorning arizasi bilan hakamlik sudiga murojaat qilish to'g'risida qaror qabul qilindi;

* qarzdorning mulki egasi tomonidan vakolat berilgan organ-unitar korxona, murojaat qilish to'g'risida qaror qabul qildi hakamlik sudi qarzdorning arizasi bilan;

qarzdor korxonaning mol-mulkini undirish qarzdorning iqtisodiy faoliyatini sezilarli darajada murakkablashtiradi yoki imkonsiz qiladi;

* qonunlarda nazarda tutilgan boshqa hollarda.

Qarzdor korxonalarga nisbatan qo'llaniladigan protseduralar 17-jadvalda keltirilgan.

17-jadval

Qarzdor korxonalarga nisbatan qo'llaniladigan protseduralar

Korxonalar - qarzdorlarga nisbatan qo'llaniladigan tartiblarning turlari	Jarayonlarning mazmuni	Sharh
qayta tashkil etish tartiblari. Maqsad: korxonani nochor davlatdan chiqarish orqali qarzdor korxonani saqlab qolish	Suddan oldingi sanitariya	Qarzdorning mol-mulki egasi - unitar korxona, qarzdorning ta'sischilari (ishtirokchilari), qarzdorning kreditorlari va boshqa shaxslar tomonidan bankrotlikning oldini olish va qarzdorning to'lov qobiliyatini tiklash maqsadida, shu jumladan bankrotlik to'g'risidagi ishning istalgan bosqichida ko'rilgan choralar.
	Kuzatuv	Qarzdorning mol-mulkining (aktivlarining) saqlanishini ta'minlash va qarzdorning moliyaviy ahvolini tahlil qilish maqsadida bankrotlik tartibi. Kuzatish muddati hakamlik sudi qarzdorni bankrot deb topish to'g'risidagi arizani qabul qilgan paytdan boshlab va Rossiya Federatsiyasi qonunchiligiga muvofiq belgilanadigan vaqtgacha belgilanadi. Nazorat joriy etilganda, hakamlik sudi vaqtinchalik boshqaruvchini tayinlaydi. Kuzatuv muddati - 3 oydan 5 oygacha
	Tashqi boshqaruv	Qarzdorga nisbatan uning to'lov qobiliyatini tiklash maqsadida uni boshqarish vakolatini tashqi boshqaruvchiga majburiy o'tkazish bilan bankrotlik tartibi qo'llaniladi. Qarzdor-korxonaning tashqi boshqaruvi hakamlik sudi tomonidan maxsus (hakamlik) boshqaruvchini tayinlashdan iborat. Bunday tayinlash, agar korxonaning qoniqarsiz

		boshqaruvi aniqlansa va bir vaqtning o'zida qarzdor korxonaning to'lov qobiliyatini tiklash imkoniyatiga ishonch mavjud bo'lsa. Tashqi boshqaruv muddati 18 oyni tashkil etadi va qonun hujjatlarida belgilangan tartibda 6 oydan ortiq bo'lmagan muddatga uzaytirilishi mumkin.
	moliyaviy tiklanish	Qarzdorning to'lov qobiliyatini tiklash va qarzni to'lash jadvaliga muvofiq qarzni to'lash uchun bankrotlik to'g'risidagi ishda qo'llaniladigan tartib. Moliyaviy tiklanish muddati 2 yildan ortiq emas.
tugatish tartib-qoidalari. Maqsad - korxona faoliyatini tugatish.	Bankrotlik to'g'risidagi ish yuritish	Qarzdorning bankrot deb topilgan korxonasini tugatish kreditorlarning talablarini yetarli darajada qondirish maqsadida bankrotlik to'g'risidagi ish yuritish jarayonida amalga oshiriladi. Bankrotlik to'g'risidagi ish yuritish hakamlik sudi tomonidan tayinlangan va olti oygacha bo'lgan muddatga joriy etilgan bankrotlik boshqaruvchisi tomonidan amalga oshiriladi. Bankrotlik to'g'risidagi ish yuritish muddati olti oydan ko'p bo'lmagan muddatga uzaytirilishi mumkin.
jahon kelishuvi. Maqsad qarzdor va kreditorlar o'rtasida to'lovlarni kechiktirish, qarzlar bo'yicha bo'lib-bo'lib to'lash yoki asosiy qarz miqdorini kamaytirish bo'yicha kelishuvga erishishdir.		Qarzdor va kreditorlar o'rtasida bankrotlik to'g'risidagi ish yuritishning istalgan bosqichida tuzilishi mumkin. Kelishuv bitimi hakamlik sudining bankrotlik to'g'risidagi ish yuritishni tugatish to'g'risidagi ajrimida ko'rsatilganidek, hakamlik sudi tomonidan tasdiqlanishi kerak.

Kreditorlar talablarini qondirish tartibi Bankrotlik to'g'risidagi qonunga muvofiq amalga oshiriladi.:

* sud xarajatlari, shu jumladan xabarlarni nashr etish;

* arbitraj boshqaruvchisiga, reyestr egasiga haq to'lash bilan bog'liq xarajatlar;

* joriy kommunal va ekspluatatsiya to'lovlari,

qarzdorning faoliyati uchun zarur;

• hakamlik sudi tomonidan qarzdorni bankrot deb topish to ' g 'risidagi ariza qabul qilinganidan keyin va qarzdor bankrot deb e' tirof etilishidan oldin paydo bo 'lgan kreditorlarning talablari, shuningdek, agar qonunda boshqacha qoida nazarda tutilmagan bo' lsa, bankrotlik to ' g 'risida ish yuritish jarayonida vujudga kelgan pul majburiyatlari bo' yicha kreditorlarning talablari;

* hakamlik sudi tomonidan qarzdorni bankrot deb topish to'g'risidagi ariza qabul qilingandan keyin va qarzdorning ishchilariga bankrotlik to'g'risidagi ish yuritish davrida hisoblangan ish haqi bo'yicha qarz;

* bankrotlik to'g'risidagi ish yuritish bilan bog'liq boshqa xarajatlar.

Kreditorlarning talablari ketma-ketlikka muvofiq qondiriladi:

* birinchidan, korxonadan fuqaroning hayoti yoki sog'lig'iga zarar etkazish uchun javobgarligi, shuningdek ma'naviy zararni qoplash munosabati bilan vaqtincha to'lovlarni kapitallashtirish amalga oshiriladi;

* ikkinchidan, ishdan bo'shatish nafaqalarini to'lash va ishchilarga, shuningdek mehnat shartnomalari (shartnomalari) bo'yicha ishlaydiganlarga ish haqini to'lash va mualliflik shartnomalari bo'yicha mukofotlarni to'lash bo'yicha hisob-kitoblar amalga oshiriladi;

* uchinchi navbatda, qarzdorning mol-mulki garovi bilan ta'minlangan majburiyatlar bo'yicha kreditorlarning talablari, asosan, boshqa kreditorlar oldidagi garov predmetining qiymati hisobiga qondiriladi, birinchi va ikkinchi bosqich kreditorlari oldidagi majburiyatlar bundan mustasno, tegishli garov shartnomasi tuzilishidan oldin paydo bo'lgan da'vo huquqlari.

Jismoniy shaxslarning bankrotligi

Jismoniy shaxs hakamlik sudi tomonidan bankrot deb topilishi mumkin. Qonunda jismoniy shaxs o'zini bankrot deb topish uchun sudga murojaat qilish huquqiga ega bo'lganda va bu uning bevosita majburiyati bo'lganida aniq tartibga solinadi.

Sud jismoniy shaxsning qarzini qayta tuzish tartibidan foydalanadi. Qonun tomonlar o'rtasida kelishuv bitimini tuzishga imkon.

Jismoniy shaxs bankrot deb topilgandan so'ng, ushbu fakt to'g'risida iqtisodiy munosabatlarni amalga oshirishni rejalashtirgan moliya institutlarini xabardor qilishi shart. Shuningdek, xuddi shu shaxs ishtirokidagi bankrotlik to'g'risidagi yangi ish uning arizasiga binoan boshlanishi mumkin emas.

Sud hujjati tartibida yuzaga kelgan moliyaviy vaziyatdan chiqishning bir nechta variantlari ko'zda tutilgan: kreditor bilan nizoni suddan tashqari kollektorlar ishtirokisiz tinch yo'l bilan hal qilish va muddati o'tgan majburiyatlar uchun jarimalar tayinlash. Yangi usul bo'yicha keyingi to'lov va uch yillik kechiktirish bilan kreditni qayta hisoblash. Bankrotlik to'g'risidagi e'lon.

Fuqaroni bankrot deb topish to ' g ' risida ariza bilan hakamlik sudiga murojaat qilish huquqi fuqaro, bankrotlik krediti beruvchi, vakolatli organga tegishli. Fuqaroni bankrot deb topish to'g'risidagi ariza hakamlik sudi tomonidan qabul qilinadi, agar fuqaroga qo'yiladigan talablar kamida besh yuz ming rublni tashkil etsa va ushbu talablar, agar ushbu Federal qonunda boshqacha qoida nazarda tutilgan bo'lmasa, ular bajarilishi kerak bo'lgan kundan boshlab uch oy ichida bajarilmasa.

Fuqaroni bankrot deb topish to'g'risidagi arizaning asosliligini ko'rib chiqish natijalariga ko'ra hakamlik sudi quyidagi ta'riflardan birini chiqaradi:

* ushbu arizani asosli deb topish va fuqaroning qarzlarini qayta tuzishni joriy etish;

* ushbu bayonotni asossiz deb topish va
uni ko'rib chiqmasdan qoldiring;

* ko'rsatilgan arizani asossiz deb topish va fuqaroning bankrotligi to'g'risidagi ish yuritishni tugatish.

Fuqarolarning mol-mulki yo'qligi, buning natijasida kreditorlarning talablarini mutanosib ravishda qondirish mumkin,

bu fuqaroning bankrotligi to'g'risidagi ish yuritishni tugatish uchun asos emas.

Fuqaroning mol-mulki, agar fuqaro bankrot deb topilsa va fuqaroning mol-mulkini sotish joriy etilsa, sotilishi kerak:

1. Fuqaroni bankrot deb topish va fuqaroning mol-mulkini sotishni yo'lga qo'yish to'g'risidagi hakamlik sudining hal qiluv qarori qabul qilingan sanada mavjud bo'lgan va ko'rsatilgan qaror qabul qilingan kundan keyin aniqlangan yoki sotib olingan barcha mulki. bankrotlik mulkini tashkil etadi, ushbu moddaning 3-bandida ko'rsatilgan mol-mulk bundan mustasno.

2. Fuqaroning va fuqaroning bankrotligi to'g'risidagi ishda ishtirok etadigan boshqa shaxslarning asosli iltimosiga binoan, hakamlik sudi fuqaroning mol-mulkini tanlov massasidan chiqarib tashlashga haqlidir, unga muvofiq federal qonun ijro hujjatlari bo'yicha undirilishi mumkin va sotishdan tushgan daromad kreditorlarning talablarini qondirishga sezilarli ta'sir ko'rsatmaydi. Ushbu bandning qoidalariga muvofiq tanlov massasidan chiqarib tashlangan fuqaroning mol-mulki ro'yxati hakamlik sudi tomonidan tasdiqlanadi, bu haqda shikoyat qilinishi mumkin bo'lgan ajrim chiqariladi.

Fuqarolik protsessual qonunchiligiga muvofiq undirib olinmaydigan mol-mulk tanlov massasidan chiqarib tashlanadi. Ijro hujjatlari bo 'yicha undiruvni mulk huquqi bo' yicha fuqaroga tegishli bo ' lgan quyidagi mol-mulkka qaratish mumkin emas:

• turar-joy binolari (uning qismlari), agar qarzdor fuqaro va uning oila a'zolari birgalikda tegishli xonada yashasalar, u doimiy yashash uchun mos bo'lgan yagona bino bo'lsa, ushbu xatboshida ko'rsatilgan mol-mulk bundan mustasno, agar u ipoteka predmeti bo'lsa va unga ipoteka to'g'risidagi qonun hujjatlariga muvofiq undirilishi mumkin;

* ushbu qismning ikkinchi xatboshida ko'rsatilgan ob'ektlar joylashgan er uchastkalari, ushbu xatboshida ko'rsatilgan mulk bundan mustasno, agar u ipoteka predmeti bo'lsa va ipoteka to'g'risidagi qonun hujjatlariga muvofiq undirilishi mumkin bo'lsa;

* oddiy uy jihozlari va uy-ro'zg'or buyumlari, shaxsiy buyumlar (kiyim-kechak, poyabzal va boshqalar), zargarlik buyumlari va boshqa hashamatli buyumlar bundan mustasno;

qarzdor fuqaroning kasbiy faoliyati uchun zarur bo'lgan mol-mulk, federal qonun bilan belgilangan eng kam ish haqining yuz baravaridan oshadigan buyumlar bundan mustasno;

* tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish bilan bog'liq bo'lmagan maqsadlarda, naslchilik, sut va ishchi qoramollar, kiyiklar, quyonlar, qushlar, asalarilar, yaylovlarga haydashdan oldin ularni saqlash uchun zarur bo'lgan ozuqa (asalarichilikka chiqish) • shuningdek ularni saqlash uchun zarur bo'lgan xo'jalik binolari va inshootlari;

* keyingi ekish uchun zarur bo'lgan urug'lar;

* qarz oluvchi fuqarosining o'zi va unga qaram bo'lgan shaxslarning yashash minimumining belgilangan qiymatidan kam bo'lmagan umumiy summasi uchun oziq-ovqat va pul;

* qarzdor fuqaroning oilasiga kunlik ovqat tayyorlash va isitish uchun zarur bo'lgan yoqilg'i

. yashash xonasining isitish mavsumi;

* transport vositalari va boshqa zarur fuqarolar, qarzdorning nogironligi sababli mol-mulk;

* qarzdor fuqaroga berilgan sovg'alar, davlat mukofotlari, faxriy va esdalik nishonlari.

Tayanch iboralari:Qayta tashkil etish. Tugatish. Birlashish. Qo'shilish. Ajratish. Ajratish. Arbitraj boshqaruvchisi (vaqtinchalik boshqaruvchi, ma'muriy boshqaruvchi, tashqi boshqaruvchi, tanlov boshqaruvchisi). To'lovga layoqatsizlik. Bankrotlik. Sudgacha sanitariya. Kuzatuv tartibi. Tashqi boshqaruv tartibi. Kelishuv bitimi.

Nazorat savollari:

1. Tadbirkorlik tashkilotlarini qayta tashkil etish, tugatish va bankrotlik jarayonlarini tartibga soluvchi asosiy qonun hujjatlari qanday?
2. Tashkilotlarni tugatishning qanday shakllari mavjud?
3. Tashkilotlarni qayta tashkil etish shakllarini tavsiflaysizmi?

4. Tashkilot va yakka tartibdagi tadbirkorning to'lovga layoqatsizligi (bankrotligi) nimani anglatadi?

5. Sudgacha sanitariya va uning boshqa protseduralardan asosiy farqlari nimada bankrotlik?

6. Kuzatuv protsedurasining mohiyati nimada?

7. Qarzdor tashkilotning tashqi boshqaruvi nima?

8. Raqobatbardosh ishlab chiqarish tartibini tavsiflaysizmi?

9. Kelishuv shartnomasi nimani anglatadi?

10. Kreditorlarning talablarini qondirish tartibi qanday?

XULOSA

Bozor iqtisodiyotini bilishda fan va amaliyotning uyg'unligi sifatida biznesga kirish muhim o'rin tutadi. Biznesga kirishni o'rganish zarurati quyidagilardan iborat:

- zamonaviy biznesning asosiy tamoyillari majmuini va uning asosini tashkil etgan elementlarni tizimli ravishda taqdim etishda;
- biznesni zamonaviy iqtisodiyotni tashkil etishning turli darajalarini qamrab oluvchi va zamonaviy jamiyat hayotining barcha jabhalarida namoyon bo'ladigan yagona munosabatlar tizimi sifatida tavsiflash;
- biznesni tarixiy vaqt kontekstida, insoniyatning o'tmish tarixining asosiy voqealari, jamiyatning hozirgi holati va rivojlanish istiqbollari bilan bog'liq holda tadqiq qilish;
- tadbirkorlik munosabatlari, tadbirkorlik tamoyillarining roli, raqobat, insoniyat jamiyati rivojlanishidagi pul omili haqidagi turli ilmiy (va ilmiy bo'lmagan) qarashlarning shakllanishini tahlil qilish;
- O'zbekiston biznesining o'ziga xos xususiyatlarini biznes rivojlanishining global tendentsiyasi namoyon bo'lishining tarixiy tabiiy shakli sifatida ko'rib chiqish, qarama-qarshiliklar va "sovet tipidagi" iqtisodiyotning salbiy oqibatlarini bartaraf etish jarayonida madaniyatli ishbilarmonlik munosabatlarini o'rnatish;
- olingan bilimlar asosida o'z biznesini qilish istagini rivojlantirish.

O'zbekiston iqtisodiyoti hali izchil ochiq, haqiqatan ham ko'p tuzilmali va zamonaviy biznes sub'ektlari bo'lgan ijodiy fikrlaydigan, mustaqil va faol odamlarning biznes tashabbuslarini qo'llab-quvvatlashga tizimli yo'naltirilgan emas. Jamiyatda xo'jalik yurituvchi sub'ektlarning o'zaro ta'siri jarayonini, ishbilarmonlik munosabatlarini o'rganish, eng avvalo, iqtisodiy bilimlar doirasidan ancha chiqib ketadi, chunki insoniyat jamiyati ichidagi barcha munosabatlar biznesdir. Iqtisodiyot, albatta, bu munosabatlarning asosini tashkil qiladi, lekin barcha biznes munosabatlarini bevosita iqtisodiy sifatida kvalifikatsiya qilish mumkin emas. Tadbirkorlik sub'ektlari - bu tadbirkorlik bilan professional tarzda shug'ullanuvchi shaxslar. Kasbiy faoliyatning

ushbu turi o'ziga xos xususiyatlarga ega bo'lib, ularni o'rganishning aniq predmeti sifatida ko'rib chiqish tavsiya etiladi. Tadbirkorlik faoliyati bilan vaqti-vaqti bilan, vaqt oralig'ida, ta'bir joiz bo'lsa, to'liq bo'lmagan vaqt bilan shug'ullanib bo'lmaydi. Ishbilarmonlik munosabatlari faqat tadbirkorlik muhitida rivojlanmaydi. Shuning uchun ham ishbilarmonlik aloqalarini rivojlantirish uchun eng keng imkoniyatlarni ta'minlovchi bozor iqtisodiyoti xo'jalik yurituvchi sub'ektlar o'rtasidagi o'zaro raqobat bilan bog'liq bo'lgan ichki qarama-qarshiliklarga qaramay, o'zining barqarorligini isbotlaydi.

Glossariy

Agent - biznesda vositachi hisoblanadi. U bilan shartnomalar muayyan muddatga, hududga, bitim turiga tuziladi. Agentning faoliyati ishlab chiqaruvchining nomidan va uning hisobidan amalga oshiriladi. Agentning ish haqi - komissiya.

Aksiyadorlik jamiyati - ustav kapitali ma'lum miqdordagi aktsiyalarga bo'lingan yuridik shaxs. Aksiyadorlik jamiyatining ishtirokchilari (aktsiyadorlari) uning majburiyatlari bo'yicha javob bermaydilar va jamiyat faoliyati bilan bog'liq yo'qotishlar xavfini o'z ulushlari qiymati doirasida o'z zimmalariga olmaydilar.

Bankrotlik - arbitraj tomonidan tan olinishi yoki qarzdor tomonidan qarzdorning kreditorlarning pul majburiyatlari bo'yicha talablarini to'liq qondirish yoki majburiy to'lovlarni to'lash majburiyatini bajarishga qodir emasligi.

Bank - kredit muassasasi bo'lib, jami jami bo'lib quyidagi operatsiyalarni amalga oshirishga mutlaq huquqqa ega: omonatlarga mablag'larni jalb qilish, to'lovli, muddatlilik, jismoniy va yuridik shaxslarning bank hisobvaraqlarini ochish va yuritish.

Biznes - odamlar, biznes ishtirokchilari o'rtasidagi ishbilarmonlik munosabatlari: daromad olishga qaratilgan tadbirkorlik faoliyati.

Birja - bu standartlar va namunalar bo'yicha tovarlarning ulgurji savdosi, muayyan qimmatli qog'ozlar va valyutalar bilan savdosi amalga oshiriladigan uyushgan, muntazam ishlaydigan bozor.

Biznesda vositachi-vositachi, biznesdagi sheriklar o'rtasida aloqa o'rnatadi. Xizmat uchun vositachilik haqi oladi. Ba'zan deyiladi.Qimmatli qog'ozlar bilan operatsiyalarni amalga oshirishda u qimmatli qog'ozlar bozorining professional ishtirokchisidir.

Tadbirkorlik firmasining tashqi muhiti - bu siyosiy vaziyat, iqtisodiy muhit, biznes infratuzilmasi, tadbirkorlik qonunchiligi.

Tashqi boshqaruv - bu qarzdorni boshqarish vakolatini tashqi boshqaruvchiga o'tkazish orqali uning to'lov qobiliyatini tiklash uchun unga nisbatan qo'llaniladigan bankrotlik tartibi.

Korxonaning ichki muhiti - ishlab chiqarishni tashkil etish, ishlab chiqarishning moddiy-texnik vositalari bilan ta'minlashni tashkil etish, inson resurslarini boshqarish imkoniyatlari, korxonaning moliyaviy menejmenti va marketing faoliyati imkoniyatlari;

O'zbekiston Respublikasisining Davlat soliq qo'mitasi - O'zbekiston Respublikasisida soliq tizimini boshqaruvchi organ hisoblanadi. Uning asosiy vazifasi soliqlar to'g'risidagi qonun hujjatlariga rioya etilishini, ularning to'g'ri hisoblanishini, tegishli budjetlarga soliqlar va boshqa to'lovlarning to'liq va o'z vaqtida kiritilishini nazorat qilishdan iborat.

Davlat budjeti - soliqlar hisobidan jamlanadigan va davlat tomonidan o'z funksiyalarini amalga oshirish uchun foydalaniladigan mablag'larning markazlashgan fondidir.

Ishbilarmonlik munosabatlari - klassik siyosiy iqtisodda ishlab chiqarish munosabatlari deb ataladigan narsaning yana bir ifodasidir.

Omonat (hissa) - ma'lum shartlarda saqlash uchun bankka qo'yilgan pul summasi.

Sho'ba xo'jalik jamiyati - xo'jalik jamiyati, agar boshqa (asosiy) xo'jalik jamiyati yoki shirkat o'z ustav kapitalidagi ustun ishtiroki tufayli yoki ular o'rtasida tuzilgan shartnomaga muvofiq yoki boshqacha tarzda belgilash qobiliyatiga ega bo'lsa, sho"ba korxona deb tan olinadi. bunday kompaniya tomonidan qabul qilingan qarorlar.

Qaram xo'jalik jamiyati - ustun ishtirokchi jamiyat aksiyadorlik jamiyatining ovoz beruvchi aktsiyalarining 20 foizidan ortig'iga yoki mas'uliyati cheklangan jamiyat ustav kapitalining 20 foiziga ega bo'lgan xo'jalik jamiyati.

Biznes infratuzilmasi - tadbirkorlikning samarali faoliyat yuritishi uchun har xil turdagi resurslarning (moliyaviy, tovar, mehnat, axborot va boshqalar) erkin almashinuvi va to'lib-toshilishini ta'minlovchi elementlar majmuidir.

Tijorat bitimi - ikki yoki undan ortiq sheriklar o'rtasida tovarlar, ishlar, xizmatlar yetkazib berish, ma'lumot almashish, intellektual faoliyat natijalari bo'yicha kelishuv.

Raqobat (iqtisodiy) - xo'jalik yurituvchi sub'ektlarning qarama-qarshilik xususiyatl, bunda ularning mustaqil harakatlari ularning har birining tegishli tovar bozorida tovar aylanishining umumiy shartlariga bir tomonlama ta'sir ko'rsatish imkoniyatlarini samarali cheklaydi.

Shartnoma - bu bitimni amalga oshirish shartlarini belgilaydigan yuridik yozma hujjat. Kontseptual g'oya - nima, qanday va kim uchun ishlab chiqarish haqidagi g'oya.

Biznesdagi manfaatlar konsensusi - barcha biznes ishtirokchilarining kontragentlarining suverenitetini buzmaslik bo'yicha o'zaro majburiyatlari.

Kredit - to'lash sharti bilan va odatda foizlarni to'lash bilan naqd yoki tovar ko'rinishidagi kredit.

Tugatish - yuridik shaxs faoliyatini merosxo'rliksiz tugatish.

Qo'shimcha mas'uliyatli jamiyat - bir yoki bir nechta shaxs tomonidan tashkil etilgan yuridik shaxs. Ustav kapitali uning majburiyatlari bo'yicha o'z mol-mulki bilan subsidiar javobgar bo'lgan ishtirokchilarning qo'shgan hissalari qiymatining karrali miqdoridagi badallaridan iborat.

Mas'uliyati cheklangan jamiyat - bir yoki bir nechta shaxs tomonidan tashkil etilgan yuridik shaxs. Uning ustav kapitali ishtirokchilarning badallaridan iborat bo'lib, ular doirasida kompaniya faoliyati bilan bog'liq yo'qotishlar xavfini o'z zimmalariga oladilar.

Variant - bu xaridor/sotuvchining bitimni umuman rad etish yoki majburiyatlarning bir qismini bajarish huquqi bilan bog'liq bo'lgan maxsus bitim turi. Masalan, ma'lum bir haq (opsion mukofoti) evaziga bir shaxs 331 ikkinchisiga ma'lum muddatga kelishilgan kurs bo'yicha tovarlarni, valyutani, qimmatli qog'ozlarni sotib olish (yoki sotish) yoki kompensatsiya to'lamasdan bitimni butunlay rad etish huquqini beradi. yo'qotishlar. Mukofot miqdori narxlar va stavkalarning o'zgarishini hisobga olgan holda belgilanadi. Variant birja spekulyatsiyasining I w vositalaridan biridir.

To'liq shirkat - a'zolari (to'liq sheriklari) jamiyat nomidan tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanadigan va o'z majburiyatlari

bo'yicha o'zlariga tegishli mol-mulk bilan javob beradigan yuridik shaxs.

Tadbirkorlik faoliyati - bu shunday tartibda ro'yxatdan o'tgan shaxs tomonidan mulkdan foydalanish, tovarlarni sotish, ishlarni bajarish yoki xizmatlar ko'rsatishdan muntazam ravishda foyda olishga qaratilgan o'z tavakkalchiligi ostida amalga oshiriladigan mustaqil faoliyat. qonun bilan belgilangan.

Sotishdan olingan foyda - yalpi foydaning bir qismi bo'lib, mahsulot (ishlar, xizmatlar), asosiy vositalar, korxona (firma)ning boshqa mol-mulkini sotishdan olingan foyda va sotuvdan tashqari operatsiyalardan olingan daromad bo'lib, uni hisoblashda soliqqa tortiladi. korxona va tashkilotlarning foyda solig'i. U mahsulotlarni (ishlarni, xizmatlarni) joriy narxlarda qo'shilgan qiymat solig'i va aktsiz solig'isiz sotishdan tushgan tushum va uni ishlab chiqarish va sotish xarajatlari o'rtasidagi farq sifatida aniqlanadi.

Forvard operatsiyalari - ma'lum bir davr uchun haqiqiy, lekin naqd pul bo'lmagan tovarlar bilan operatsiyalar. Bu tovarlarni o'zi o'tkazmaydi, balki ularni o'z vaqtida etkazib berish majburiyatini oladi.

Tadbirkorlik sub'ektlari - aslida tadbirkorlar, iste'molchilar, yollanma ishlaydigan fuqarolar, davlat organlari, agar ular o'z biznes manfaatlaridan kelib chiqqan holda harakat qilsalar.

Tadbirkorlik sub'ektlarining suvereniteti – tadbirkorlar, iste'molchilar, ish bilan band bo'lgan fuqarolar, xo'jalik yurituvchi subekt bo'lgan davlat organlariga bitimning predmeti, shakli, shartlarini mustaqil izlash, mustaqil qarorlar qabul qilish, tavakkal qilish, iqtisodiy va huquqiy javobgarlikni o'z zimmasiga olish imkoniyatidir. ularning faoliyati natijalari uchun.

Kommandit shirka - to'liq sheriklar bilan bir qatorda bir yoki bir nechta ishtirokchi-investorlar (kommandit sheriklar) mavjud bo'lib, ular kiritilgan badallar doirasida zarar ko'rish xavfini o'z zimmalariga oladilar va shartnomada qatnashmaydilar. tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirish.

Unitar korxona - mulkdor tomonidan unga berilgan mulkka egalik huquqiga ega bo'lmagan tijorat tashkiloti. Unitar korxonalar shaklida faqat davlat va shahar korxonalari tuzilishi mumkin. Bunday korxonalarning mulki tegishli ravishda davlat

yoki munitsipal mulkda bo'lib, xo'jalik yuritish yoki operativ boshqaruv huquqi asosida shunday korxonaga tegishlidir.

Tadbirkorlik firmasining ustavi - bu korxonalar, tashkilotlar, muassasalar faoliyatini, ularning boshqa tashkilotlar va fuqarolar bilan munosabatlarini, xo'jalik faoliyatining ma'lum bir sohasidagi huquq va majburiyatlarini tartibga soluvchi qoidalar to'plami.

Uyushma memorandumi - iqtisodiy faoliyatning ma'lum bir sohasidagi firma a'zolari o'rtasidagi munosabatlarni tartibga soluvchi qoidalar to'plami.

Jismoniy shaxslar - qobiliyatli va huquqiy qobiliyatli fuqarolardir.

Fyuchers bitimlari -muddatli bitimlardir. Forvard bitimidan farqli o'laroq, bu standart emas, balki individual shartnoma bo'lib, unda shartlar birja tomonidan oldindan belgilanadi. Ular narx o'zgarishidan sug'urta qilish (xedjlash) uchun ishlatiladi yoki spekulyativ xususiyatga ega.

Fond birjasi- qimmatli qog'ozlar bozorida savdoning tashkilotchisi hisoblanadi. Tovar va valyuta birjalarining fond bo'limlari fond birjalari tomonidan tan olinadi va fond birjalari to'g'risidagi qonun hujjatlari bilan tartibga solinadi. Fond birjasi notijorat sheriklik shaklida tuziladi. Fond birjasi faqat birja a'zolari o'rtasida savdoni tashkil qiladi.

Qimmatli qog'ozlar - har qanday qimmatli qog'oz, shu jumladan hujjatli bo'lmagan, bir vaqtning o'zida quyidagi xususiyatlar bilan tavsiflanadi: sertifikatlash, topshirish va so'zsiz amalga oshirilishi kerak bo'lgan mulkiy va nomulkiy huquqlar majmuini belgilaydigan shakl va tartibda. qonun; masalalar tomonidan e'lon qilingan; qimmatli qog'ozni sotib olish vaqtidan qat'i nazar, bir emissiya doirasida huquqlarni amalga oshirishning bir xil hajmi va shartlariga ega;

Yuridik shaxs - alohida mol-mulkka egalik qiluvchi, xo'jalik yoki operativ nazorat qiluvchi va bu bilan o'z majburiyatlari bo'yicha javob beradigan tashkilot; o'z nomidan mulkiy va shaxsiy nomulkiy huquqlarga ega bo'lishi va ularni amalga oshirishi, majburiyatlar bo'lishi, sudda da'vogar va javobgar bo'lishi mumkin.

Adabiyotlar ro'yxati

1. O`zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021-yil 30-dekabrdagi "O'zbekiston Respublikasining 2022-2026-yillarga mo'ljallangan investitsiya dasturini tasdiqlash hamda investitsiya loyihalarini boshqarishning yangi yondashuv va mexanizmlarini joriy etish to'g'risida"gi PQ-72-sonli qarori .

2. O`zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021-yil 31-maydagi "Ijro.gov.uz" ijro intizomi idoralararo yagona elektron tizimi samarali faoliyat ko'rsatishini ta'minlashga qaratilgan qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi PQ-5132-sonli qarori .

3. O`zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021-yil 28-yanvardagi "Intellektual mulk obyektlarini muhofaza qilish tizimini takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-4965-sonli qarori

4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 3-iyuldagi « O'zbekiston Respublikasida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-3832-son qarori

5. Abchuk V.A. Ensiklopediya sovremennogo biznesa: uchebnoye posobiye. –SPb: Vektor, 2005. – S.501Bekmurodov A.SH., G'afurov U.V. O'zbekiston – iqtisodiyotni modernizatsiyalash hamda islohotlarni chuqurlashtirishning yangi va yuksak bosqichi yo'lida: O'quv qo'llanma. – T.: «Iqtisodiyot" nashr, 2008. – 128 b.

6. Ayupov R.X., Baltabayeva G.R. Rakamli valyutalar bozori: innovatsiyalar va rivojlanish istikbollari. –T: "Fan va texnologiya" nashriyoti, 2018, 172 bet.

7. Baltabayeva G.R.va boshqalar. Kichik biznes va tadbirkorlikda innovatsion rivojlanish yunalishlari. –T: "Fan va texnologiya" nashriyoti, 2018, 232 bet.

8. Bekmurodov A.SH., G'afurov U.V. O'zbekistonda iqtisodiyotni liberallashtirish va modernizatsiyalash: natijalar va ustuvor yo'nalishlar: O'quv qo'llanma. – T.: TDIU, 2007. – 102 b.

9. Gorfinkel V.YA. Organizatsiya predprinimatelskoy deyatelnosti: uchebnoye posobiye. – M.: YUNITI-DANA, 2004. – S.187, 205

10.Taniyev A.B Innavatsion iqtisodiyot. Darslik.S.: SamDU 2020 460 b.

11.Taniyev A.B., Parsaev G.M. Internet marketing. Darslik. S.: SamDU 2021 182 b

12.Samadov A.N., Ostanaqulova G.N. Kichik biznes va tadbirkorlik. T.: Moliya-iqtisod, 2008

13. Shodmonov SH.SH., G'afurov U.V. Iqtisodiyot nazariyasi. Ma'ruzalar matni. – T.: «Fan va tåxnologiya» nashr, 2008. – 314 b.

14. Shukurov I. Agrobiznesni tashkil etish va boshqarish. O'quv qo'llanma. – Samarqand: SamDCHTI nashriyoti, 2023 y.-354 b.

15. .Xodiyev B.Yu., Qosimova M.S., Samadov A.N. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik. T.: TDIU, 2011.

16. Ziyaev T.M. Ishchi kuchi va bandlik nazariyalari. – T.: TDIU, 2007.

17. Shodmonov Sh.Sh., Yusupov R.A. Zamonaviy bozor iqtisodiyoti nazariyasi va amaliyoti. – T.: TDIU, 2007.

18. Shodmonov Sh.Sh., YUsupov R.A. Zamonaviy bozor iqtisodiyoti nazariyasi va amaliyoti. – T.: TDIU, 2007.

19. Shodmonov Sh., Alimov R., Jo'raev T. Iqtisodiyot nazariyasi. – T.: «Moliya", 2016. – 416 b.

20. www.stat.uz – O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasining rasmiy sayti.

21. www.uza.uz – O'zbekiston Respublikasi Milliy Axborot Agentligi rasmiy sayti.

22. www.ceep.uz – O'zbekiston Respublikasi Iqtisodiyot vazirligi huzuridagi Samarali iqtisodiy siyosat markazi rasmiy sayti.

23. www.internetindicators.com – Iqtisodiy indikatorlar Internet veb-sayti.

24. www.uzreport.com – SAIPRO konsalting kompaniyasiga tegishli, O'zbekiston va butun dunyodagi biznes tizim va iste`molchilarga axborot yetkazib berishga mo'ljallangan integratsiyalashgan internet loyiha.

25. www.uzsecurities.com – O'zbekiston Respublikasining Qimmatli qog'ozlar bozori haqida axborot beruvchi rasmiy sayti.

26. www.uzexport.com - O'zbekiston Respublikasining mamlakat eksport salohiyati haqida axborot beruvchi rasmiy sayti.

Adabiyotlar ro'yxati

1. O`zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021-yil 30-dekabrdagi "O'zbekiston Respublikasining 2022-2026-yillarga mo'ljallangan investitsiya dasturini tasdiqlash hamda investitsiya loyihalarini boshqarishning yangi yondashuv va mexanizmlarini joriy etish to'g'risida"gi PQ-72-sonli qarori .

2. O`zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021-yil 31-maydagi "Ijro.gov.uz" ijro intizomi idoralararo yagona elektron tizimi samarali faoliyat ko'rsatishini ta'minlashga qaratilgan qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi PQ-5132-sonli qarori .

3. O`zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021-yil 28-yanvardagi "Intellektual mulk obyektlarini muhofaza qilish tizimini takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-4965-sonli qarori

4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 3-iyuldagi « O'zbekiston Respublikasida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-3832-son qarori

5. Abchuk V.A. Ensiklopediya sovremennogo biznesa: uchebnoye posobiye. –SPb: Vektor, 2005. – S.501Bekmurodov A.SH., G'afurov U.V. O'zbekiston – iqtisodiyotni modernizatsiyalash hamda islohotlarni chuqurlashtirishning yangi va yuksak bosqichi yo'lida: O'quv qo'llanma. – T.: «Iqtisodiyot" nashr, 2008. – 128 b.

6. Ayupov R.X., Baltabayeva G.R. Rakamli valyutalar bozori: innovatsiyalar va rivojlanish istikbollari. –T: "Fan va texnologiya" nashriyoti, 2018, 172 bet.

7. Baltabayeva G.R.va boshqalar. Kichik biznes va tadbirkorlikda innovatsion rivojlanish yunalishlari. –T: "Fan va texnologiya" nashriyoti, 2018, 232 bet.

8. Bekmurodov A.SH., G'afurov U.V. O'zbekistonda iqtisodiyotni liberallashtirish va modernizatsiyalash: natijalar va ustuvor yo'nalishlar: O'quv qo'llanma. – T.: TDIU, 2007. – 102 b.

9. Gorfinkel V.YA. Organizatsiya predprinimatelskoy deyatelnosti: uchebnoye posobiye. – M.: YUNITI-DANA, 2004. – S.187, 205

10.Taniyev A.B Innavatsion iqtisodiyot. Darslik.S.: SamDU 2020 460 b.

11.Taniyev A.B., Parsaev G.M. Internet marketing. Darslik. S.: SamDU 2021 182 b

12.Samadov A.N., Ostanaqulova G.N. Kichik biznes va tadbirkorlik. T.: Moliya-iqtisod, 2008

13. Shodmonov SH.SH., G'afurov U.V. Iqtisodiyot nazariyasi. Ma'ruzalar matni. – T.: «Fan va tåxnologiya» nashr, 2008. – 314 b.

14. Shukurov I. Agrobiznesni tashkil etish va boshqarish. O'quv qo'llanma. – Samarqand: SamDCHTI nashriyoti, 2023 y.-354 b.

15. .Xodiyev B.Yu., Qosimova M.S., Samadov A.N. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik. T.: TDIU, 2011.

16. Ziyaev T.M. Ishchi kuchi va bandlik nazariyalari. – T.: TDIU, 2007.

17. Shodmonov Sh.Sh., Yusupov R.A. Zamonaviy bozor iqtisodiyoti nazariyasi va amaliyoti. – T.: TDIU, 2007.

18. Shodmonov Sh.Sh., YUsupov R.A. Zamonaviy bozor iqtisodiyoti nazariyasi va amaliyoti. – T.: TDIU, 2007.

19. Shodmonov Sh., Alimov R., Jo'raev T. Iqtisodiyot nazariyasi. – T.: «Moliya", 2016. – 416 b.

20. www.stat.uz – O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasining rasmiy sayti.

21. www.uza.uz – O'zbekiston Respublikasi Milliy Axborot Agentligi rasmiy sayti.

22. www.ceep.uz – O'zbekiston Respublikasi Iqtisodiyot vazirligi huzuridagi Samarali iqtisodiy siyosat markazi rasmiy sayti.

23. www.internetindicators.com – Iqtisodiy indikatorlar Internet veb-sayti.

24. www.uzreport.com – SAIPRO konsalting kompaniyasiga tegishli, O'zbekiston va butun dunyodagi biznes tizim va iste`molchilarga axborot yetkazib berishga mo'ljallangan integratsiyalashgan internet loyiha.

25. www.uzsecurities.com – O'zbekiston Respublikasining Qimmatli qog'ozlar bozori haqida axborot beruvchi rasmiy sayti.

26. www.uzexport.com - O'zbekiston Respublikasining mamlakat eksport salohiyati haqida axborot beruvchi rasmiy sayti.

MUNDARIJA

	Kirish	3
	Davlat iqtisodiyatida biznesning ahamiyati	
1.1	Iqtisodiyot va biznes tushunchasi	4
1.2	Biznes jamiyat rivojlanishning tizimi sifatida	9
1.3	Bozor iqtisodiyotida sharoitida biznes	16
1.4	Biznes faoliyatining ijtimoiy xarakteri	20
1.5.	Zamonaviy iqtisodiyotda biznesning o'rni	22
	Biznesning nazariy asoslari	
2.1	Biznes tushunchasi va mohiyati	30
2.2	Biznes tushunchalari	35
2.3	Biznesning asosiy turlari	42
2.4	Biznes funktsiyalari	47
2.5	Biznes strategiyasi va taktikasi	50
2.6	Tadbirkorlikning biznesdagi o'rni va ahamiyati	59
	Biznesning tashkiliy asosilari	
3.1	Biznes sub'ektlari	69
3.2	Tashkiliy -huquqiy shakllar	72
3.3	Tashkiliy iqtisodiy shakllar	82
3.4	Biznesning birlikari	86
3.5	Firma tashkil etmasdan turib tadbirkorlik faoliyatini boshlash	92
3.6	Biznes infratuzilmasi	103
3.7.	Tashqi va ichki biznes muhiti	110
	Biznesga kirishning asosiy tushunchalari	
4.1	Biznes boshqaruvi	118
4.2	Biznesni moliyalashtirish	133
4.3	Biznesni rejalashtirish	137
4.4	Biznes madaniyati	152
	O'z biznesini yaratish	
5.1	Motivlar va shartlar	159
5.2	Faoliyat sohasi va bozor joyini tanlash	164
5.3	Biznesni yaratish usullari	168
5.4.	O'z biznesingizni yaratish bosqichlari	172
5.5	Kichik biznes	175
5.6.	Biznesni qayta tuzish va tugatish	181
	Tadbirkorlik faoliyati va uning uzliksizligini ta'minlash	
6.1.	Tadbirkorlik faoliyatining mohiyati	188
6 2.	Tadbirkorlik faoliyatini litsenziyalash	196
6.3.	Tadbirkorlik sohasida jinoiy javobgarlik	198
6.4.	Kichik biznes faoliyatini moliyaviy qo'llab-quvvatlash.	201

6.5	Maxsus soliq rejimlari	209
6.6	Tadbirkorlar faoliyatida biznesni rejalashtirish	215
6.7	Tadbirkorlik faoliyatida biznesni baholash	228
	Tadbirkorlik riski	
7.1.	Tadbirkorlik riskining mohiyati. Yo'qotishlar xavfning sifat va miqdoriy aksi sifatida. ...	251
7.2.	Tadbirkorlik tavakkalchiligining funktsiyalari	255
7.3.	Tadbirkorlik riski darajasiga ta'sir etuvchi omillar. Iqtisodiy risklarni boshqarish	259
	Kichik korxonalarning raqobatbardoshligi	
8.1.	Kichik biznesning raqobatbardoshligi muammolari	268
8.2.	Kichik korxonalarning raqobatbardoshligini baholash mezonlari	271
8.3.	Kichik biznesning raqobatdagi muvaffaqiyatining asosiy omillari	273
	Raqamli iqtisodiyotda kichik biznesning o'rni va ahamiyati	
9.1.	Iqtisodiyotning yuqori texnologiyali sektorida kichik biznesning o'rni va roli	279
9.2.	Kichik biznesda samaradorlikni oshirish uchun "bulutli hisoblash" texnologiyalaridan foydalanish	283
9.3.	Raqamli iqtisodiyotda kichik biznesni rivojlantirishda ta'limning o'rni	289
	Biznes xavfsizligi	
10.1.	Tadbirkorlik faoliyatida iqtisodiy xavfsizlik	297
10.2.	Raqib bilan birlashish va sotib olish. Qarshi reyd	298
10.3.	Axborot xavfsizligi. Axborot resurslarini himoya qilish	302
	Tadbirkorlik tashkilotlari faoliyatini tugatish	
11.1.	Tadbirkorlik tashkilotlarini tugatish shakllari.....	306
11.2.	Tadbirkorlik tashkilotlarining to'lovga layoqatsizligi (bankrotligi).	311
	Xulosa	323
	Glossariy	325
	Adabiyotlar ro'yxati	330

A.B. TANIYEV, S.A. ALIKULOV, I.S. SHUKUROV,
R.X. KUSHATOV, O.M. PARDAYEVA

BIZNESGA KIRISH

Darslik

Toshkent - "NIF MSH" - 2024

Muharrir: Xolsaidov F.B.

Bichimi 60x90. "Cambria" garniturasi.
Ofset bosma usulida bosildi.
Shartli bosma tabog'i 21. Nashr bosma tabog'i 21.
Adadi 100 nusxa.

"METODIST NASHRIYOTI" MCHJ matbaa bo'limida chop etildi.
Manzil: Toshkent shahri, Shota Rustaveli 2-vagon tor ko'chasi, 1-uy.

+99893 552-11-21

Nashriyot roziligisiz chop etish ta'qiqlanadi