

**A. Taniyev, S. Zenchenko,
R. Kushatov, O. Xayitov**

BIZNES ASOSLARI



O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY VA O‘RTA MAXSUS TA‘LIM VAZIRLIGI
SHAROF RASHIDOV NOMIDAGI
SAMARQAND DAVLAT UNIVERSITETI

Taniyev A., Zenchenko S., Kushatov R., Xaitov O.

BIZNES ASOSLARI

O‘quv qo‘llanma

Samarqand-2022

UDK :338.24
BBK: 65.050.9
B 67

Taniyev A., Zenchenko S., Kushatov R., Xaitov O. Biznes asoslari. O'quv qo'llanma. – Samarqand: SamDU nashriyoti, 2022 y.– 200 bet.

Biznesning barcha asosiy jihatlari qo'llanmada 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.

“Biznes asoslari” ixtisosligi ta'lim yo'nalishi talabalari uchun mo'ljallangan.

Taqrizchilar:

N.U.Arabov- i.f.d., professor, “Inson resrslarini boshqarish” kafedrası mudiri.

D.A.Nasimov - i.f.d., professor, Davlat boshqaruv akademiyasi Samarqand hududiy filali direktorii.

Samarqand davlat universiteti kengashining 2022 yil 31 martdagi 9-sonli garoriga asosan darslit sifatida nashrga tavsiya etilgan

ISBN 978-9943-8384-2-0

© Samarqand davlat universiteti, 2022

MUNDARIJA

	KIRISH	5
	DAVLAT IQTISODIYATIDA BIZNESNING AHAMIYATI	6
1.1	Iqtisodiyot va biznes tushunchasi	6
1.2	Biznes jamiyat rivojlanishning tizimi sifatida	11
1.3	Bozor iqtisodiyotida sharoitida biznes	18
1.4	Tadbirkorlik doirasida faoliyatning ijtimoiy xarakteri	22
1.5.	Yangi O'zbekiston iqtisodiyotida biznesning o'rni	24
	Nazorat savollari	31
	BIZNESNING NAZARIY ASOSLARI	32
2.1	Biznes tushunchasi va mohiyati	32
2.2	Biznes tushunchalari	37
2.3	Biznesning asosiy turlari	43
2.4	Tadbirkorlik funktsiyalari	49
2.5	Biznes strategiyasi va taktikasi	52
2.6	Tadbirkorlikning biznesdagi roli va ahamiyati	61
	Nazorat savollari	70
	O'Z BIZNESINI YARATISH	71
3.1	Rag'batlar va shartlar	71
3.2	Faoliyat sohasi va bozor tanlash	76
3.3	Biznesni yaratish usullari	80
3.4.	O'z biznesingizni yaratish bosqichlari	84
3.5	Kichik biznes	87
3.6.	Biznesni qayta tuzish va tugatish	93
	Nazorat savollari	98
	BIZNESNING TASHKILiy ASOSILARI	100
4.1	Biznes sub'ektlari	100
4.2	Tashkiliy -huquqiy shakllar	103
4.3	Tashkiliy iqtisodiy shakllar	113
4.4	Biznesning xo'jalik birlikari	118
4.5	Firma tashkil qilmasdan tadbirkorlik faoliyati	123
4.6	Biznes infratuzilmasi	134

4.7.	Tashqi va ichki ishbilarmonlik muhiti	141
	Nazorat savollari	147
	BIZNESGA KIRISHNING ASOSIY TUSHUNCHALARI	149
5.1	Biznesni boshqarish	149
5.2	. Biznesni moliyalashtirish	164
5.3	. Biznesni rejalashtirish	168
5.4	. Biznes madaniyati	183
	Nazorat savollari	188
	XULOSA	190
	Glossaritsy	192
	Adabiyotlar ro'yxati	197

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.

O'zbeistonda biznes XX asrning 90-yillari boshlarida tiklana boshladi, ammo o'ttiz yil davomida davlatimizning o'z imkonoyatlarini tiklamadi. Sabablari ko'p, lekin asosiysi bizning xalqimizning - o'z tarixi, madaniyati, mentaliteti hisoblanadi. Tadbirkorlik faoliyatining (ijodiy biznes) rivojlanishi etarli darajada emasligi O'zbeistonda iqtisodiyotining jahon darajasidan orqada qolishining asosiy sabablaridan biridir. O'zbeistonda iqtisodiyotini rivojlangan davlatlar darajasiga ko'tarish uchun etarli darajadagi "Tadbirkor yoshlarni" - yaxshi kelajakka, farovonlikka, o'zini-o'zi ta'minlashga, hayotdan qoniqishga intiladigan biznesmen, tadbirkorni "tarbiyalash" kerak. Bu jarayonni uzoq davrga cho'zib 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 biznes bilimi va ko'nikmalaridir.

Taklif etilayotgan o'quv qo'llanmada biznes manbalarini tahlil qilish asosida biznes asoslari 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 qaragan. 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 xisoblanadi. Ammo biznesmen ishni yaxshi biladiki daromad faqat o'z mijozlari (xaridorlari) ehtiyojlarini qondirish, kerakli tovarlar, ishlar va xizmatlarni ishlab chiqarish orqali olinishi mumkin.

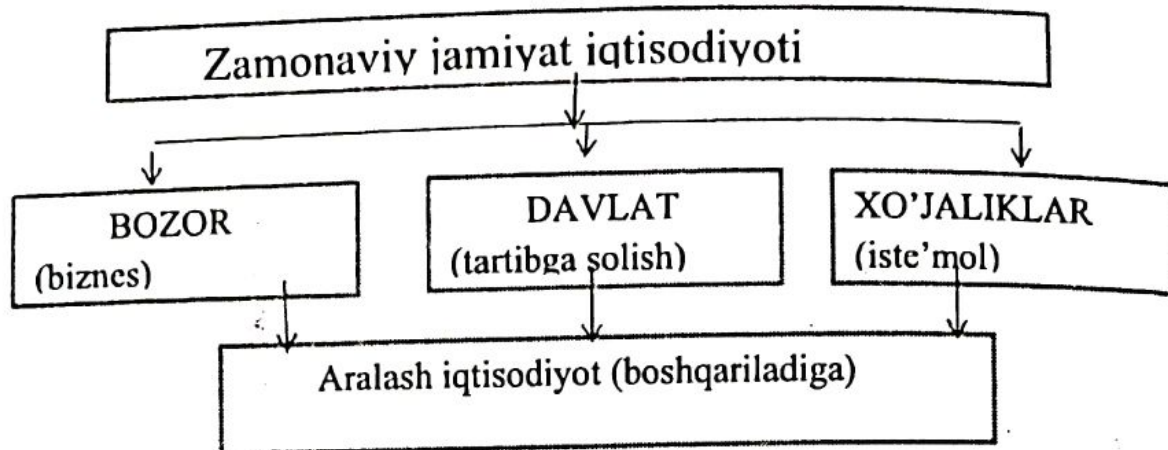
Biznesning dastabki va eng oddiy ta'rifini bu so'zning kelib chiqishiga qarab berish mumkin. Biznes ish bo'lgani uchun tarixan "yaratuvchanlik" "biznes" bilan bir xil bo'lgan. Iqtisodiyotda "biznes" u yoki bu tarzda tovarlar (tovarlar, ishlar va xizmatlar) ishlab chiqarish va uning iste'mol sohasiga 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

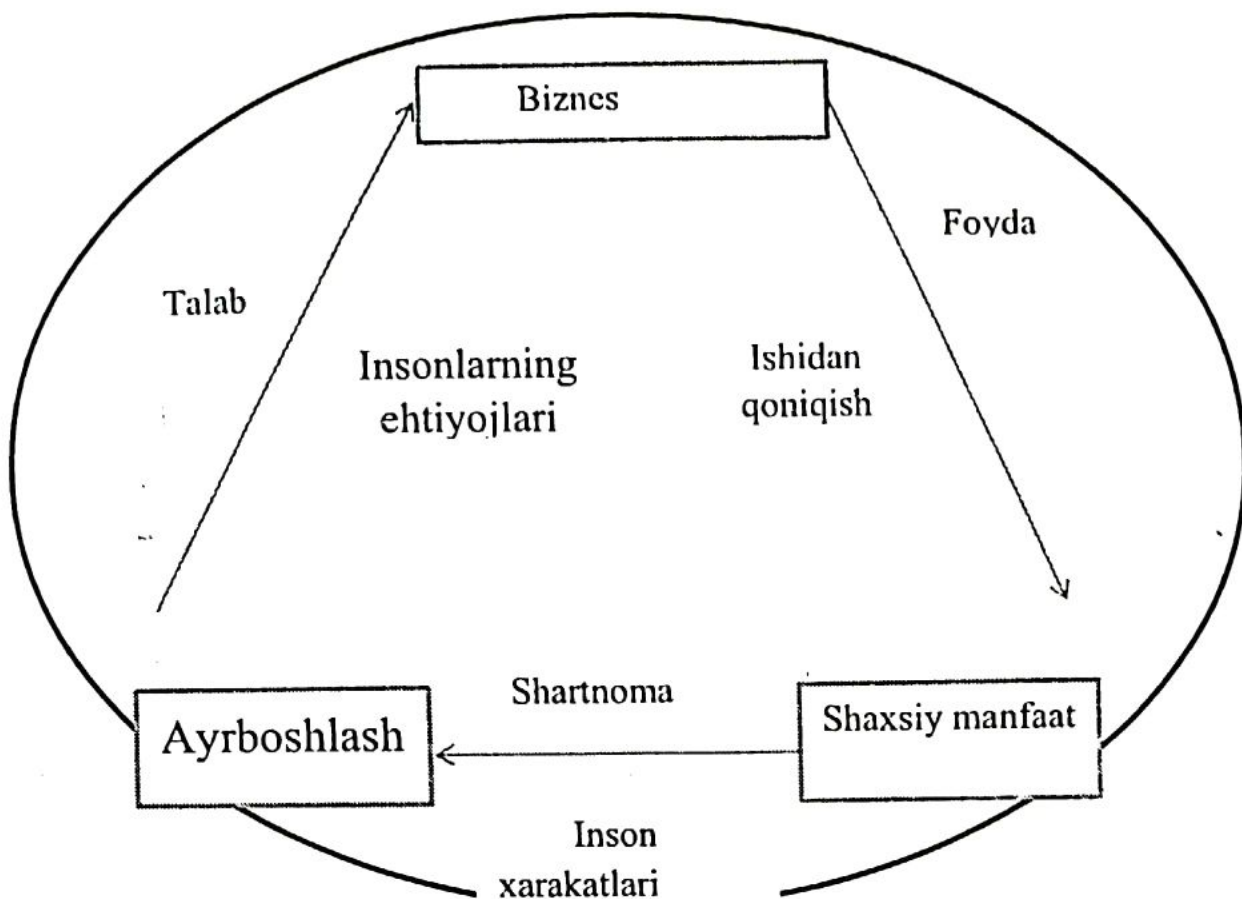
taqsimlanishi ijtimoiy jihatdan nomaqbul bo'lishi mumkin. Amalda ko'pchilik mamlakatlar iqtisodiyoti bozorni o'zini o'zi boshqarish va davlat rejalashtirish elementlarini har xil usulda birlashtiradi (1-rasm).



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.



2 -rasm - Bozorning ichki mohiyati

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).

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: o'lja olish uchun urushlar, qul 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 vijdotsiz 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;

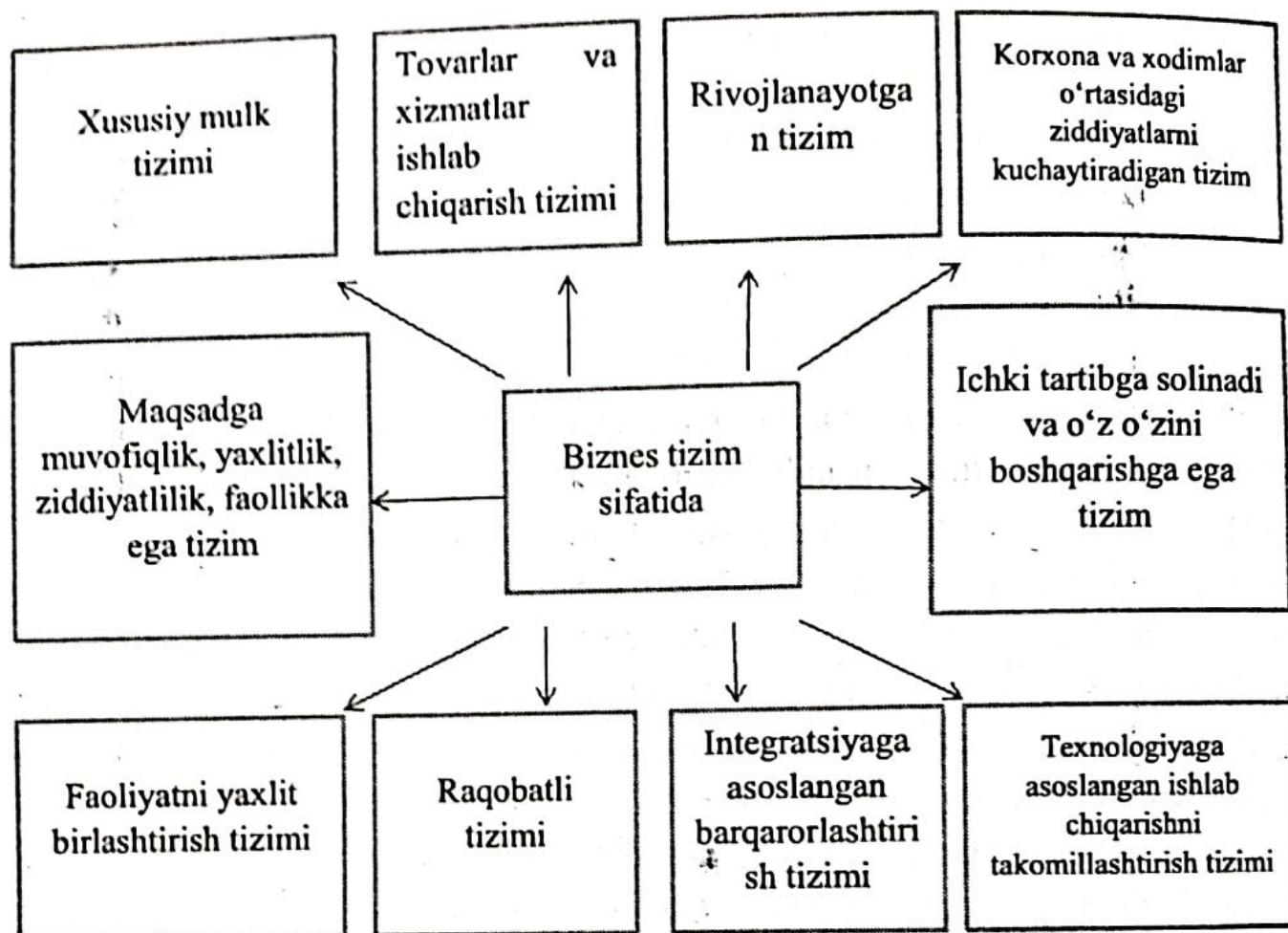
- xo'jalik rahbarlarining ishi mablag 'va foydali buyurtmalar, transport vositalarini "taqillatish", rejalarni tuzatish, kamomadni kamaytirish, pora berish, hisobot ko'rsatkichlarini, ayniqsa, moddiy rag'batlantirishni amalga oshirishda namoyon bo'ldi. .

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.

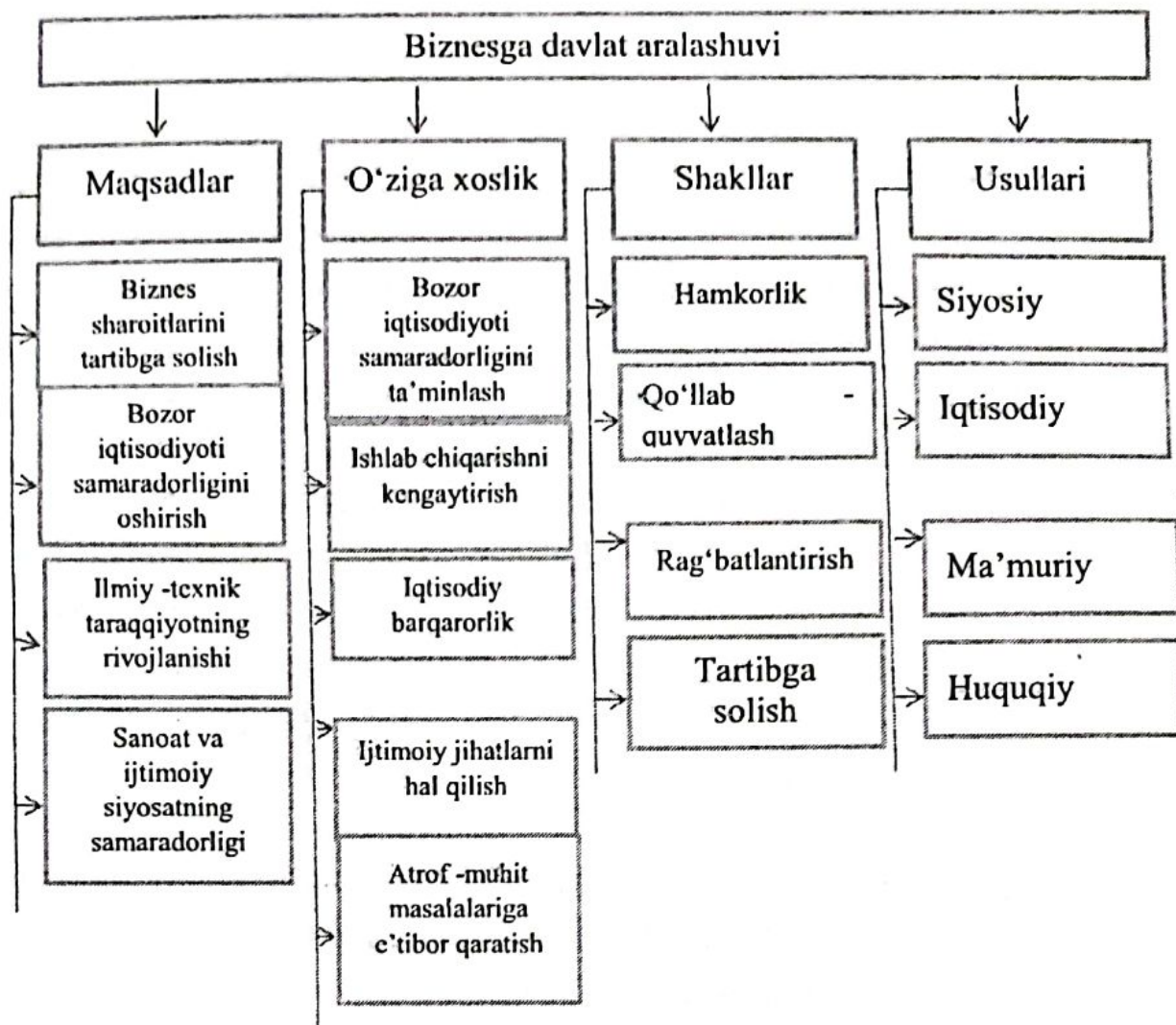
Faoliyat shuni anglatadiki, biznes - bu ijtimoiy hodisa, ijtimoiy tizimlar, odamlar faoliyati bilan chambarchas bog'liq. Ishbilarmonlarning har biri o'z biznesini erkin va qonuniy asosda tanlashi kerak, boshqa odamlarga noqonuniy zarar etkazmasdan, o'z biznesini rivojlantirishga to'sqinlik qilmasdan. 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 oqibatlariga olib kelishi mumkin. Hatto o'rta 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 sohalariga 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 umumiylikiga 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'yoring 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. Sohaslar 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 shaxssifatida 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 faoliyat 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 korxonalarining ishlab chiqarish faoliyatidan kelib chiqadigan savdo bitimlar;
- savdo, bank va boshqa korxonalarining 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 rivojlanib ular quyidagilar:

- guruh;
- 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 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 namoyon 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 ehtiyojlariga 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) majburlirlar. 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, Respublikamizda 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 mamlakatdagi 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'lishi 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 oqibatlariga 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 tranzaksion 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 kompaniya o'tkazilmoqda. Shu bilan birga, shu bilan birga, soliq organlarining korrupsiyasi 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 korxonalarining 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'рни va ahamiyati

Biznes xususiy mulkka asoslangan. Shunday qilib, biznes-bu mulkka ega bo'lgan fuqarolarning daromad keltiradigan faoliyati. "Biznes" so'zi har qanday daromad keltiradigan 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 hamfikir 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'ektlarning 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'zbekiston 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 xisoblanadi.

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 oqibatlar:

- 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.)

Konsesiya tushunchasi bir butun sifatida qaraladi va ko'plab rollarini bajaradi, usiz Firma yoki boshqa har qanday tashkilot yig'ilib bir kuch bo'lib xarakat qila olmaydi. Firma missiyasi tashkilot a'zolari ish mazmunini rag'batlantirishga xizmat qiladi. Masalan, firma konsepsiyasini 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.

Kontsepsiya 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.

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

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

2) kontsepsiyani 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) kontsepsiya 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 reaksiyalari 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 ta'rifida keltirilgan: "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 pragmatizm 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, manfaatlarining 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 kontsepsiya 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'rsatkich s	Kontsepsiya		
	ijobiy	tanqidiy	pragmatik
Biznes maqsadi	umumiy faravonlik	Biznesmen g'arazi	ishtirokchilarning ehtiyojlarini qondirish
Manfaatlar uchun amalga oshirildi	butun jamiyat	biznesmen	ham biznesmen, 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 (auksionlar, yarmarkalar, turli auksionlar); 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;

- kompaniyaning boshqarish, tashkiliy tuzilmalarini 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 baholash, moliyaviy boshqaruvda yordam berish;

- 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 ma'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 auditdan 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 funksiyasi 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 funksiyasidan 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 oqibatlarini odamlar uchun qarama -qarshi bo'lgan biznesning rivojlanish tarixi va ilmiy -texnik inqiloblar tarixidan dalolat beradi.

Ijodiy qidiruv (innovatsion) funksiyasi 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 funktsiya tadbirkorlik sub'ektlarining iqtisodiy erkinlik darajasi, qarorlar qabul qilish shartlari bilan bog'liq bo'lib, bu tadbirkorga mulkdor sifatida xosdir.

Biznesning ijtimoiy funksiyasi 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'lmogda - 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 mustahkamlashga va ularning 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. Strategiya 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 mezonlari: tanlangan strategiya kompaniya tomonidan qo'yilgan maqsadlarga erishishga olib keladimi. Agar strategiya kompaniyaning maqsadlariga mos keladigan bo'lsa, uni keyingi baholash quyidagi sohalarida amalga oshiriladi:

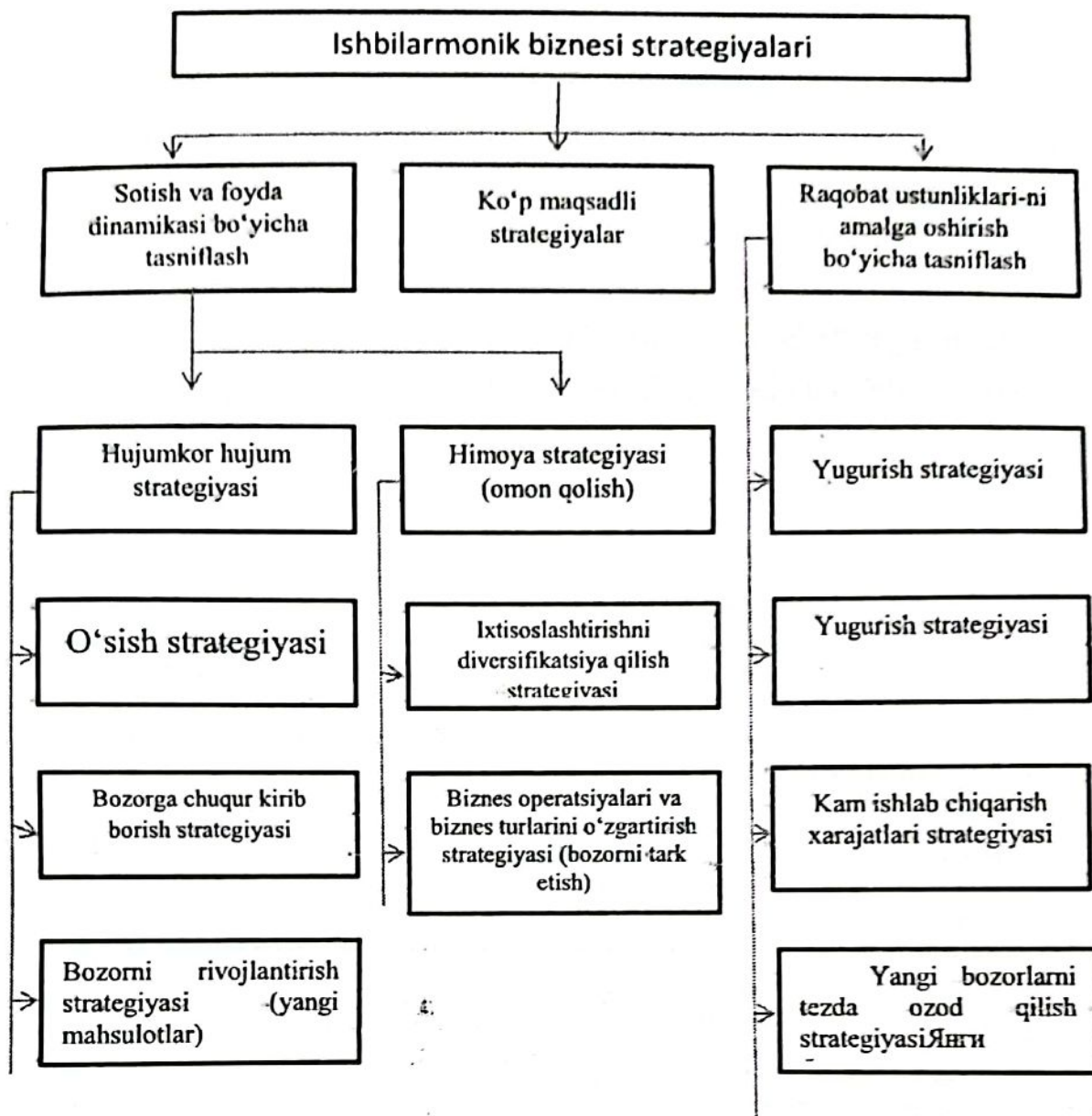
- tanlangan strategiyaning atrof -muhit holati va talablariga muvofiqligi;
- tanlangan strategiyaning firma salohiyati va imkoniyatlariga muvofiqligi;
- strategiyaga xos bo'lgan xavfning maqbulligi.

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.

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.



5 -rasm - Ishbilarmonik biznesi strategiyalarining turlari

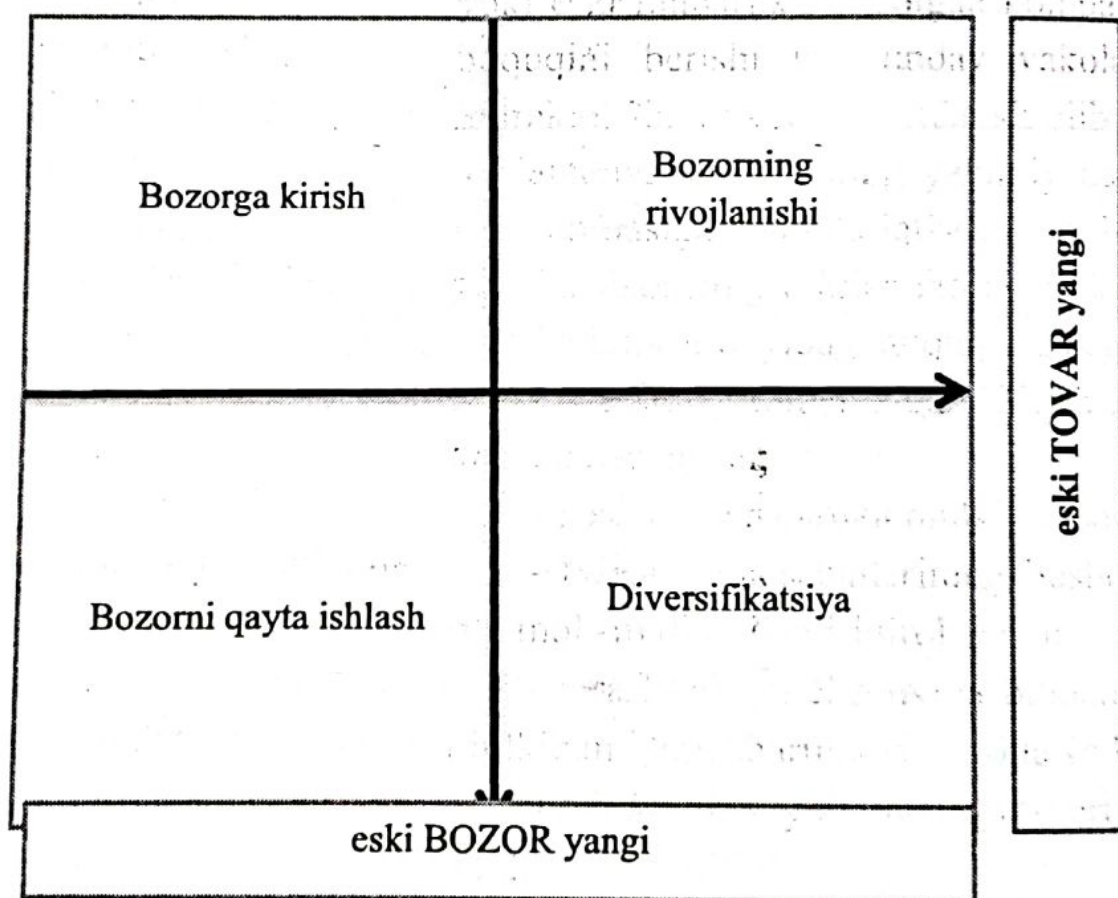
Hujum strategiyasi odatda ma'lum bir yangilikni amalga oshirishga asoslangan va tadbirkorlik yondashuvini o'z ichiga oladi. Jahon biznesi amaliyotida bu strategiyaning variantlari juda ko'p. Masalan, biznes mutaxassisi P. Druker to'rtta tadbirkorlik strategiyasini aniqlaydi:

- 1) birinchi bo'lib sindirish va katta zarba berish;
- 2) tez va kutilmaganda hujum qilish;
- 3) "ekologik 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.

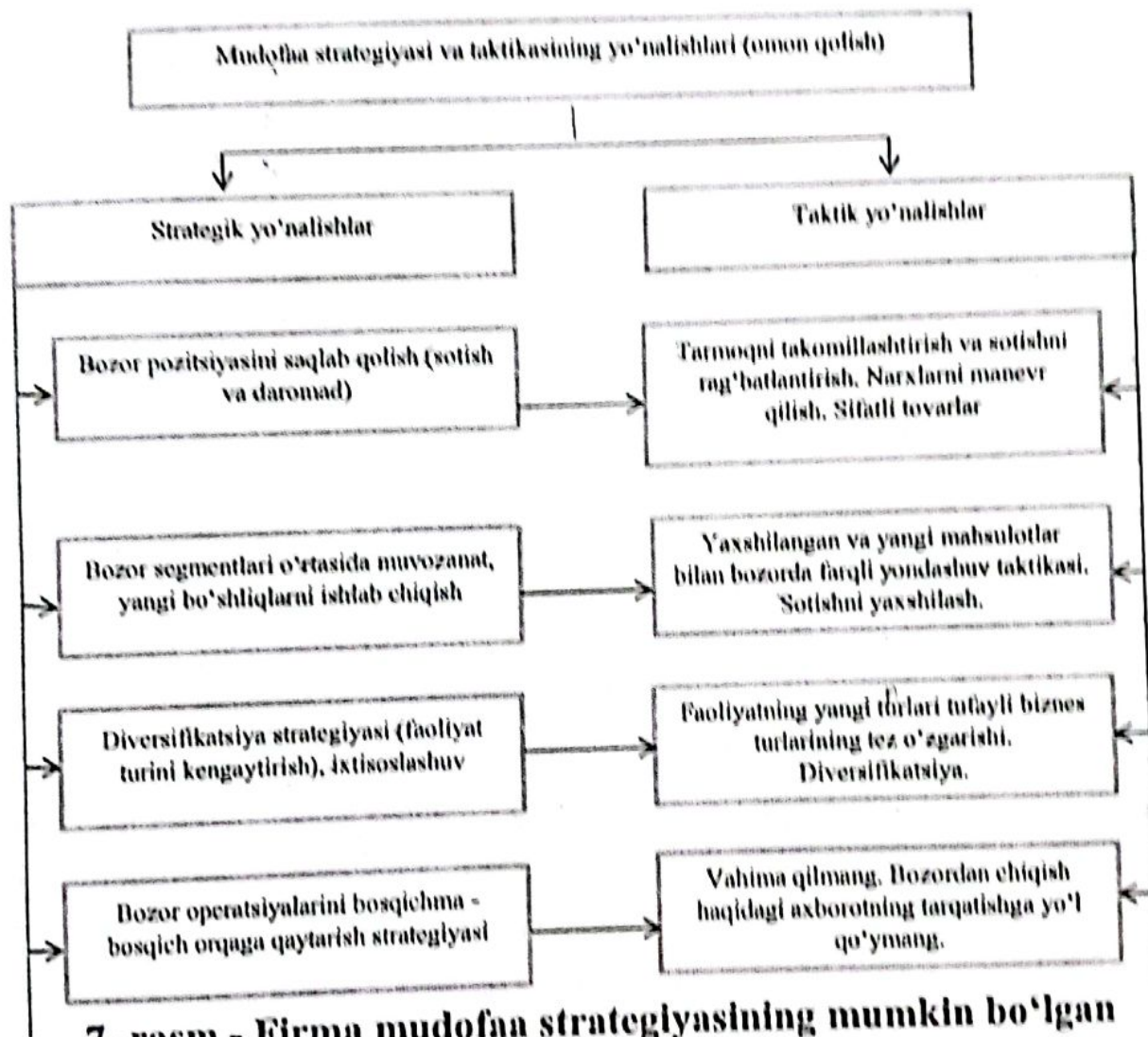


6 -rasm - tovarlar (bozorlar) bo'yicha imkoniyatlar matritsasi

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 oshirishni 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.

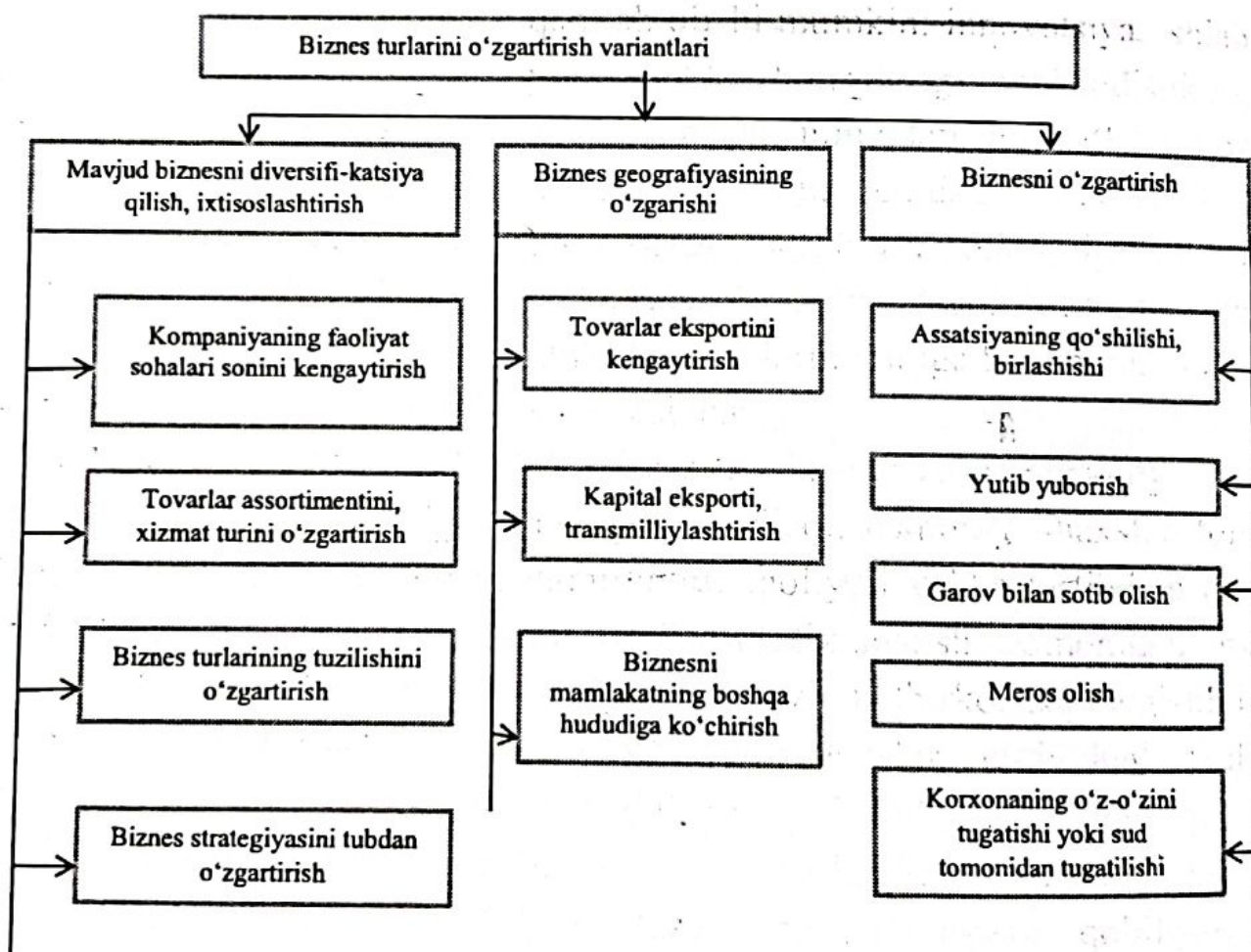


7 -rasm - Firma mudofaa strategiyasining mumkin bo'lgan variantlari

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'rini saqlab qolishni ko'zda tutadi.

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 potentsialidan 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'рни 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 eski etakchilikni qabul qila olmaydi. 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 narxлари 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'ynmagan 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 mulkning 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.

3 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 kelajakda yanada rivojlantirish va kengaytirishga qaratilgan natijasioriyentatsiyasi ustida gap bormiqda. 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 kerak.

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 javobgar bo'ladi, 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. O'Z BIZNESINI YARATISH

3.1. Motivlar va shartlar

3.2. Faoliyat sohasi va bozor joyini tanlash

3.3. Biznes yaratish usullari

3.4. O'z biznesingizni yaratish bosqichlari

3.5. Kichik biznes

3.6. Biznesni qayta tashkil etish va tugatish

3.1. 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;

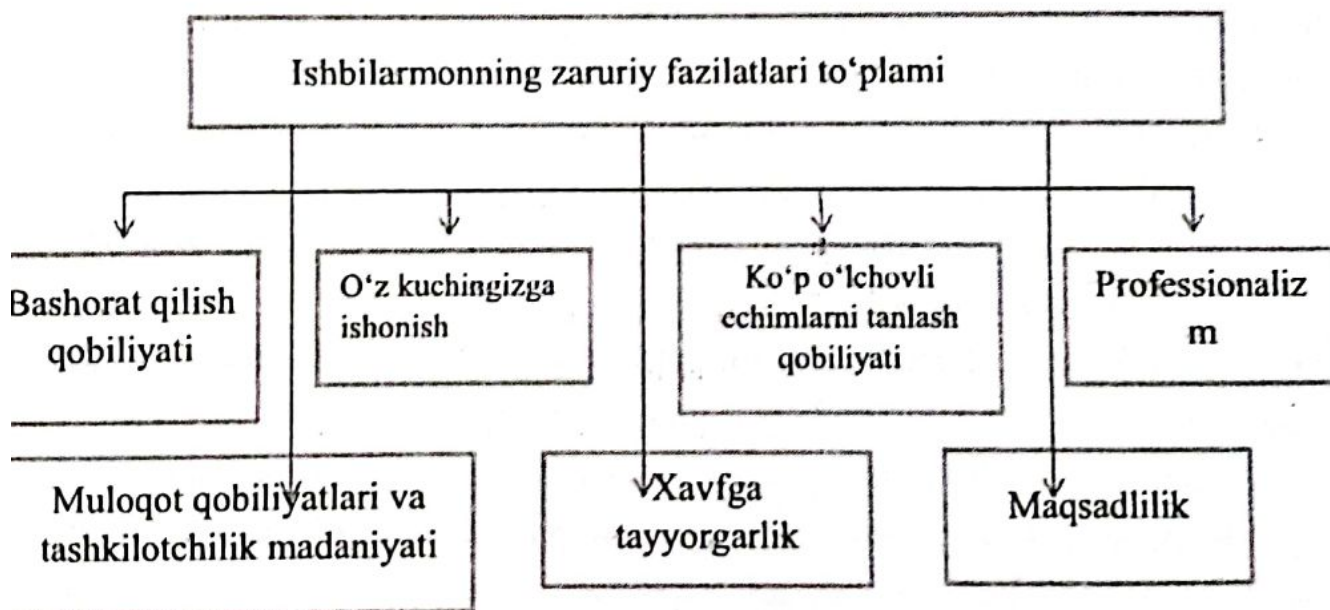
8) loyihani amalga oshirish;

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.

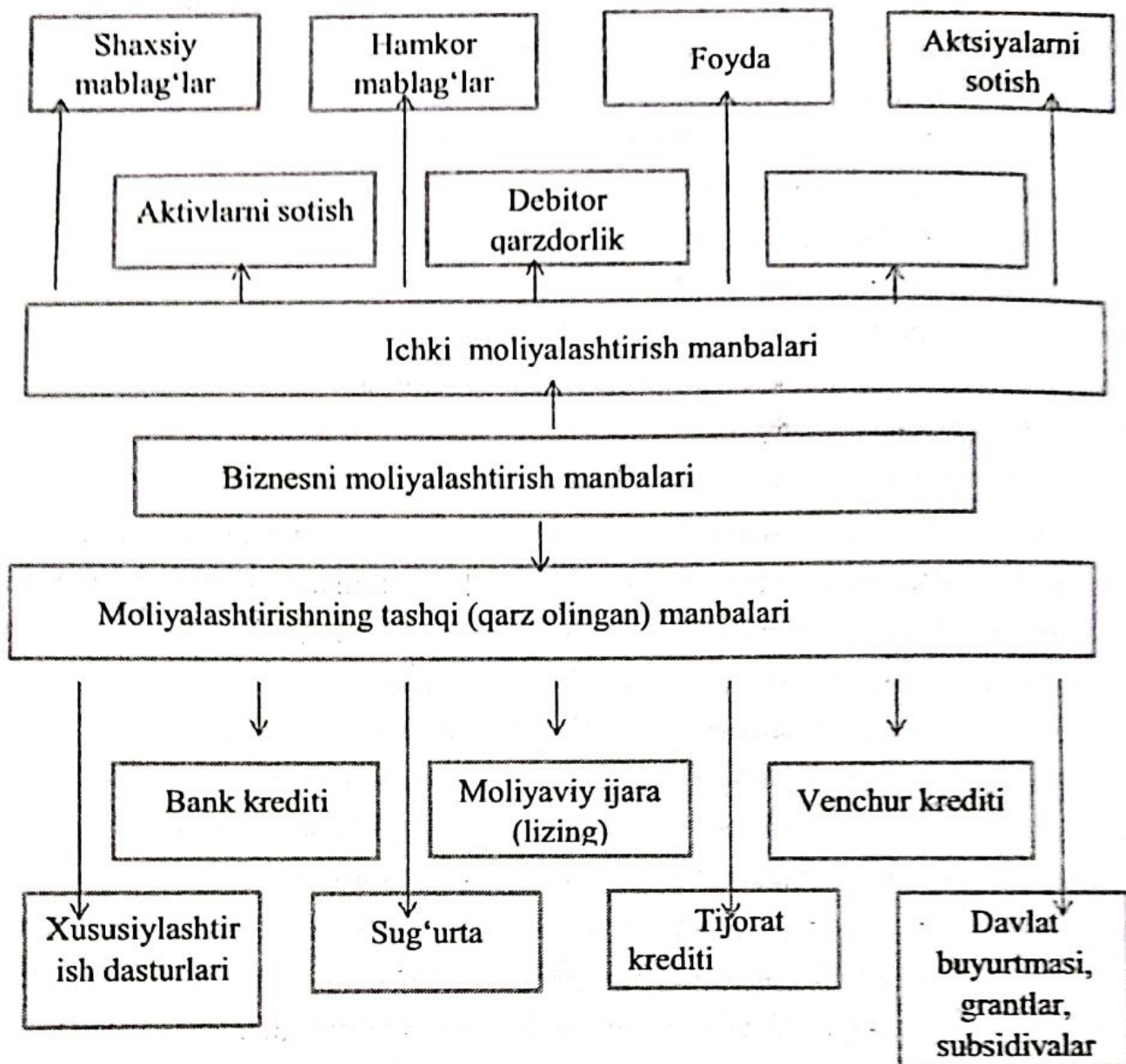
Muvaffaqiyatli ish biznesmenning quyidagi pozitsiyalariga bog'liq:

- 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. Agar kontseptual g'oya ishlab chiqilsa, u holda pul, moddiy va shaxsiy ishlab chiqarish omillari tashkiliy yo'naltirilgan tarzda harakatga keltiriladi. Kontseptual g'oyani ishlab chiqish tadbirkor uchun juda muhim bosqich bo'lib, uning shaxsiy fazilatlarini namoyon bo'ladi va kelajakdagi farovonlik uchun poydevor qo'yiladi.



10-rasm – Biznesni moliyalashtirishning asosiy manbalari

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 tovarlarda 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.

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

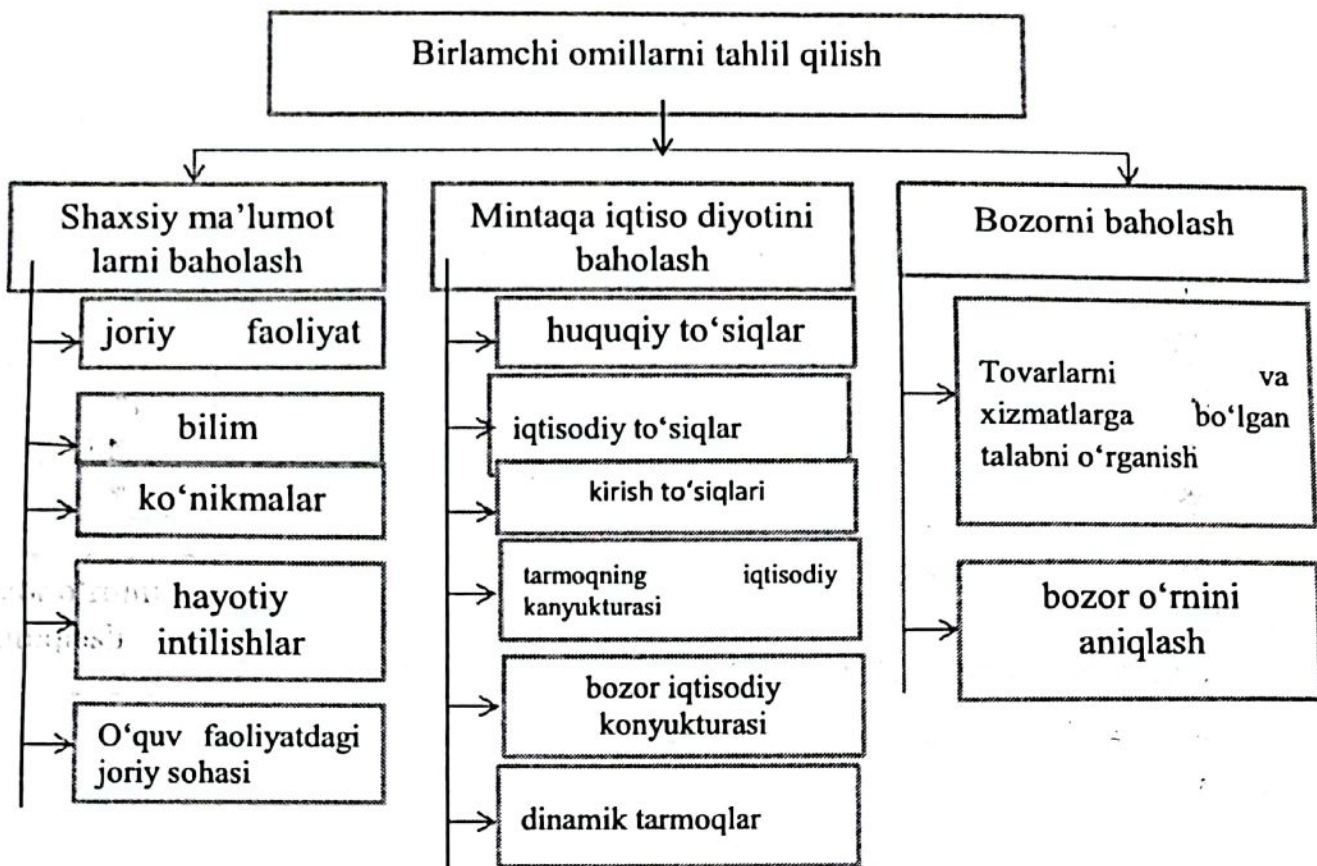
erishish uchun jamoani safarbar qiladi. Korxonani yaratish maqsadlari jamiyat qonunlariga zid bo'lmashligi, sa'y-harakatlarni bir yo'nalishda jamlash, natijani baholash darajalarini belgilash imkonini berishi kerak. Maqsadlarni belgilashda odatda quyidagi savollar tug'iladi:

- 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.

3.2. 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'zilar 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 qarzдор. 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 muvaffaqiyatlariga 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.

3.3. 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 kompaniyasini 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 memorandum (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 konferentsiyalari o'tkaziladigan kungacha aktsiyalar 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 konferentsiyasining 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.

3.5. 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, aksiyadorlik 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 sohaları (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 va kichik 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 va oliy 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 kirsam, 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.

3.6. 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 qarzlarni 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 aksiyadorlarning 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 ryestrndan 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 aksiyadorlarning umumiy yig'ilishiga kiritadi;

2) umumiy yig'ilish tugatish to'g'risida (ovoz beruvchi aksiyalarning to'rt dan 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, 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 aksiyadorlar o'rtasida sotiladi;

8) yuridik shaxslarning yagona davlat reystriga korxona tugatilganligi to'g'risida yozuv kiritilsa.

Kompaniyaning qarzlarini 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.

4. BIZNESNING TASHKILIY ASOSLARI

4.1. Biznes sub'ektlari

4.2. Tashkiliy-huquqiy shakllar (THSH)

4.3. Tashkiliy va iqtisodiy shakllar

4.4. Biznes birliklari

4.5. Firma tashkil etmasdan turib tadbirkorlik faoliyatini boshlash

4.6. Biznes infratuzilmasi

4.7. Tashqi va ichki biznes muhiti

4.1. 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 xodim 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 aksiyalarini sotib olish; mablag'lar to'planganda, kichik tadbirkorlar armiyasiga qo'shib, 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 boshqacha 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 ega*. 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 *erishish 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.*

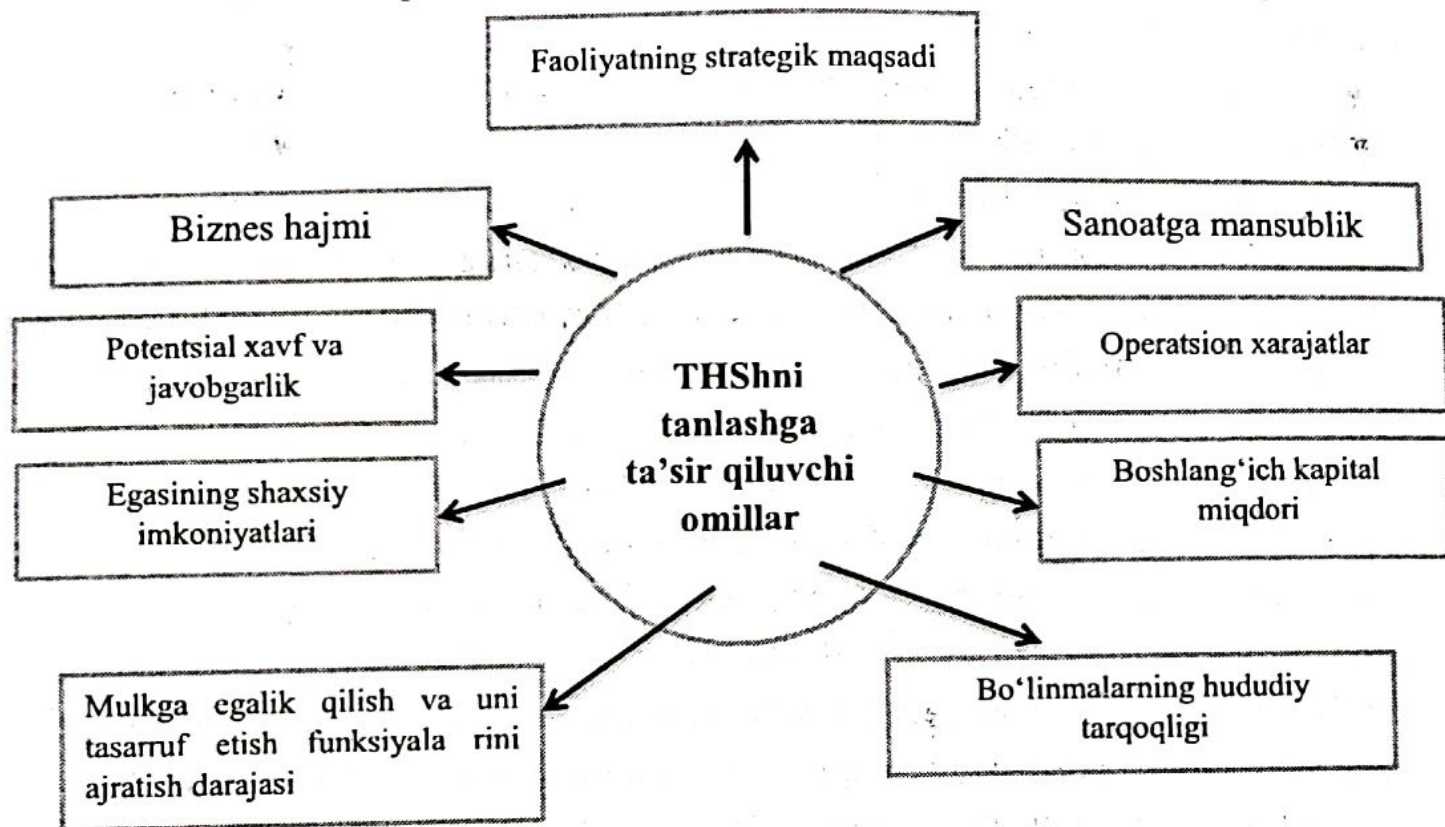
Turli xo'jalik yurituvchi sub'ektlarning o'zaro manfaatdorlik tamoyili har xil: davlat tadbirkorlarni davlat ahamiyatiga molik ustuvor dasturlarda ishtirok etishga turli yo'llar bilan rag'batlantiradi. Imtiyozli markazlashtirilgan kreditlar, subsidiyalar, buyurtmalar, xaridlar, imtiyozli soliqqa tortish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

4.2. 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'lam, 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 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 kapitalarini 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:

- kompaniya nomi;
- yuridik shaxslarni davlat reystrida 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 - bu ustav (qo'shma) kapitali ta'sischilarning (ishtirokchilarning) 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 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 aksiyadorlik jamiyati, ochiq aksiyadorlik jamiyati.

Mas'uliyati cheklangan jamiyat (MCHJ) - bu bir yoki bir nechta shaxsga ega bo'lgan tashkilot. Ustav kapitali ta'sis hujjatlarida belgilangan miqdorda aksiyalarga 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 aksiyalarga bo'lingan jamiyat. Aksiyadorlar aksiyadorlik jamiyatining majburiyatlari bo'yicha javob bermaydilar, lekin ular o'z aksiyalarining qiymatigacha yo'qotish xavfini o'z zimmalariga oladilar.

Ustav kapitalini tashkil etishda aksiyalarning to'liq tengligi, ular aksiyalar bilan majburiy ro'yxatga olinishi bilan saqlanadi. Aksiyador ketganida, u hech qanday to'lovni talab qila olmaydi, chunki bu faqat bitta usulda - o'z aksiyalarini boshqa shaxsga sotish (yoki boshqacha tarzda o'tkazish) orqali amalga oshirilishi mumkin. Ustav kapitalini qimmatli qog'ozlar yordamida tashkil etish yirik kapitalni jamlash, shuningdek, aksiyalarni tezda begonalashtirish va sotib olish imkonini

beradi. Biroq, korxonalarni tashkil etishning ushbu shakli bilan suiiste'mollik ko'pincha sodir bo'ladi.

Ochiq aksiyadorlik jamiyatlari (OAJ) o'rtasidagi asosiy farq shundaki, uning ishtirokchilari o'z aksiyalarini boshqa aksiyadorlarning roziligisiz begonalashtirishi mumkin, yopiq aksiyadorlik jamiyatlarida (YOAJ) esa aksiyadorlar boshqa aksiyadorlar 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 aksiyalarni faqat ta'sischi 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'sischi 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 javobgarligi	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 zimmlariga 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 aksiyalari qiymati doirasida yo'qotish xavfini o'z zimmlariga oladilar.	Ustav kapitali ma'lum miqdordagi aksiyalarga bo'linadi. Aksiyalarni chiqarish huquqi faqat AJga tegishli
	Mas'uliyat cheklangan BJ	O'shanday	Ustav kapitali ma'lum hajmdagi aksiyalarga bo'linadi
	Qo'shimcha javobgarlik bilan BJ	Ishtirokchilar birgalikda va alohida BJ majburiyatlari bo'yicha bir xil miqdorda, javobgarlikni o'z zimmlariga 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 printsipli 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 zimmlariga 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:

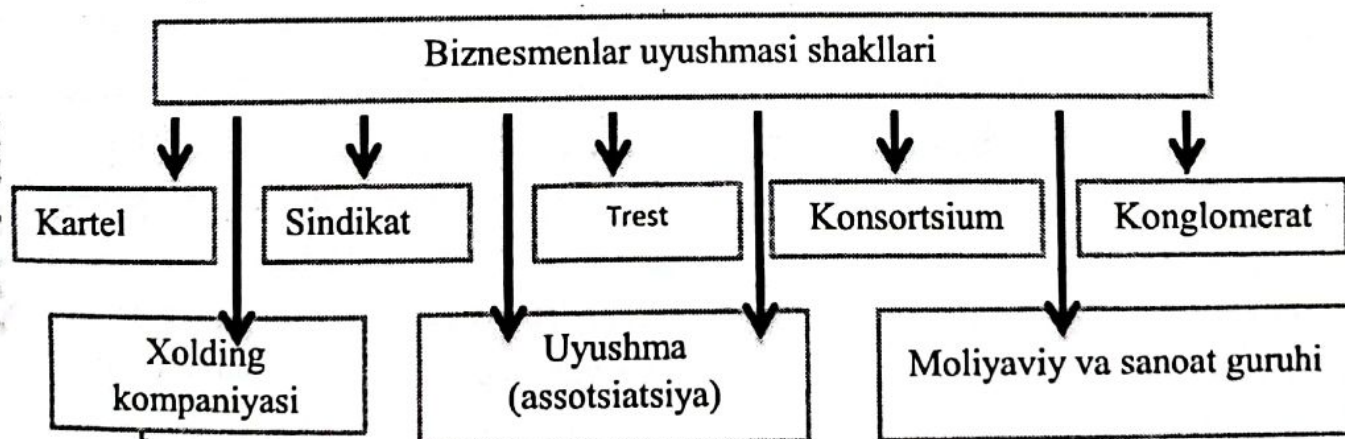
- vazirliklar, ijtimoiy ta'minot muassasalari, davlat ta'lim muassasalari va boshqalar;
- munitsipal va davlat kooperativlari, davlat ishtirokidagi aktsiyadorlik jamiyatlari;
- milliylashtirilgan sanoat tarmoqlari.

Xususiy (individual) sektorga quyidagilar kiradi:

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

4.3. 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 sherikliklari 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 korxonalarining 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 sohaslarining 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 aksiyadorlik 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 guruhlarning 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.

4.4. 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 trust 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 uskunalar 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'ektni 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" (*goodwill*) 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 ryestrada 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 qarzlari 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 korxonalari 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.

4.5. 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 O'zbekiston Jinoyat kodeksida mashhur qarash mavjud edi xususiy tadbirkorlik va tijorat vositachiligiga qarshi qaratilgan. Bu xususiy mulk kabi jahon sivilizatsiyasining tarixiy zabt etilishi O'zbekistonda 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 –

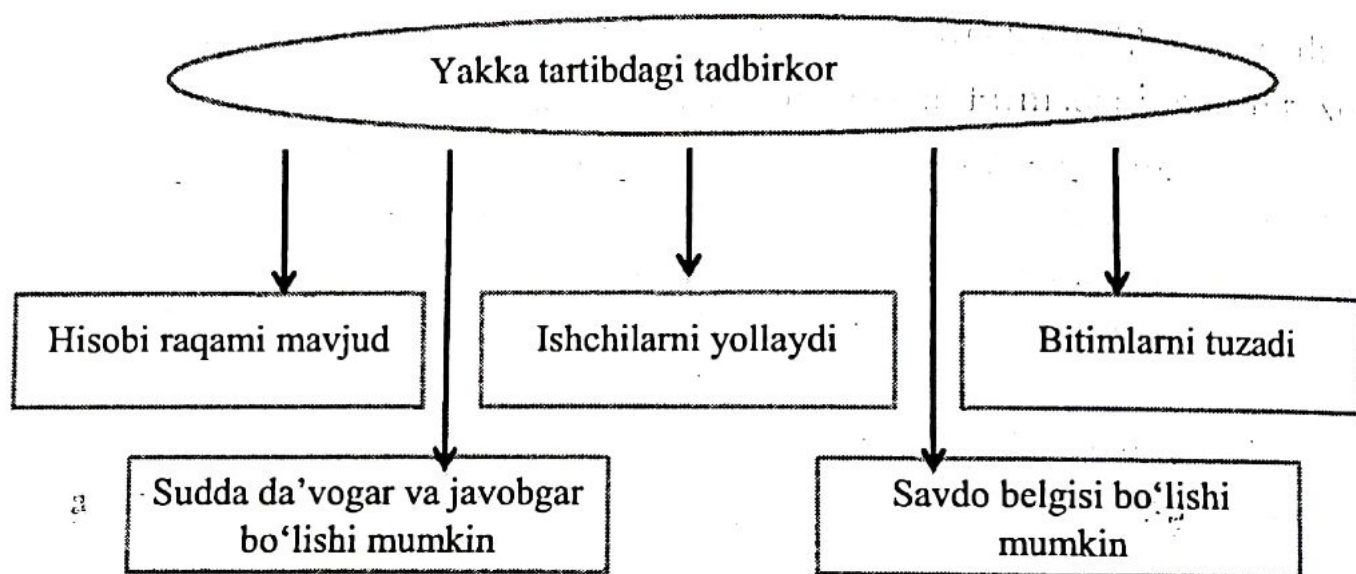
bunday faoliyatdan olingan barcha daromadlar davlat hisobiga undirilishi shart.

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, uchinchi 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 avtoulavlarni 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, karbyuratori 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'sisчисiga 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 guruhlar. 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'ektlarining 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:

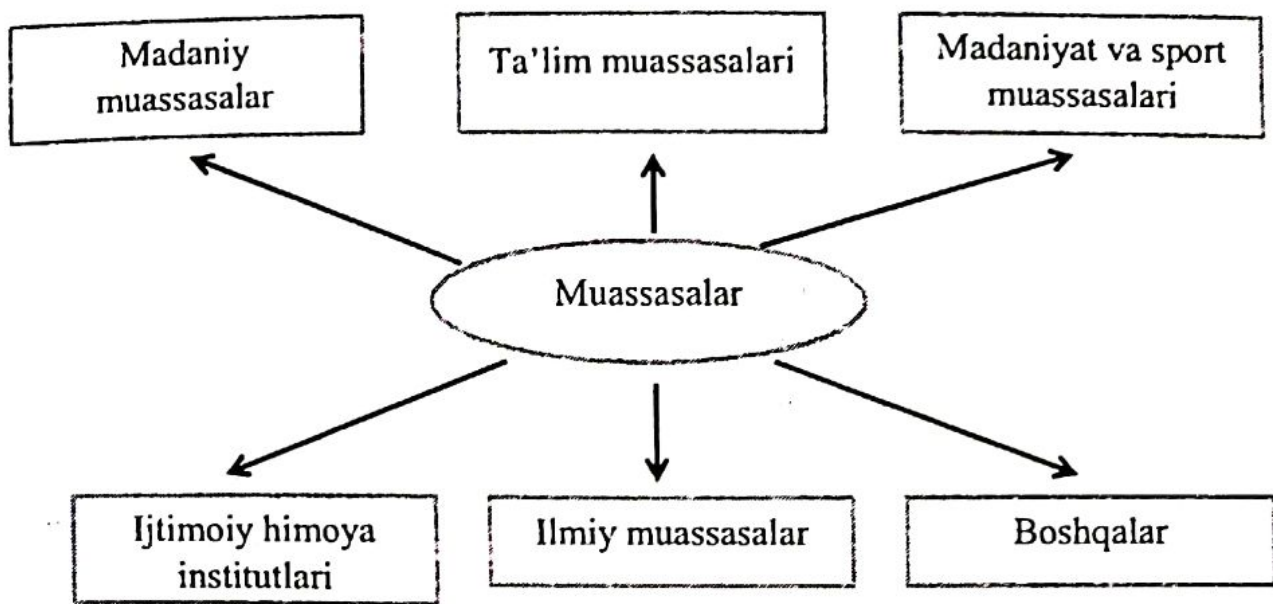
- nizomda ko'rsatilgan, notijorat deb hisoblangan faoliyat turlarini amalga oshirish uchun litsenziya olish uchun ariza berish, aks holda u bunday litsenziyalarni ko'rmaydi;

- 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 birlashtirilgan; 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 memorandum 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.

4.6. 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 gorizontaal 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;

- auksionlar, 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 inspeksiya 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-maqсадli 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.

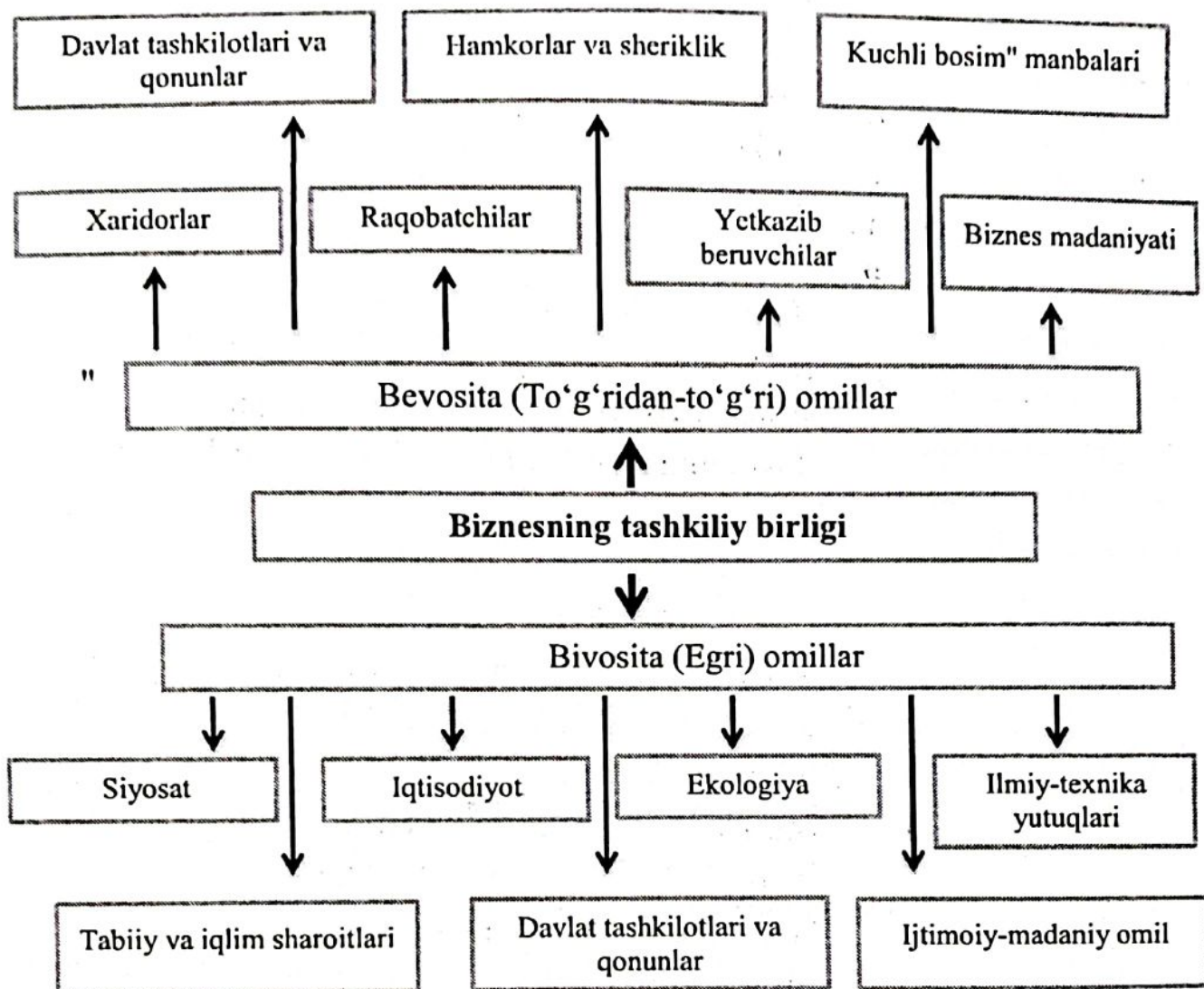
4.7. Tashqi va ichki biznes muhiti

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.

Islahotlarning 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'рни
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.

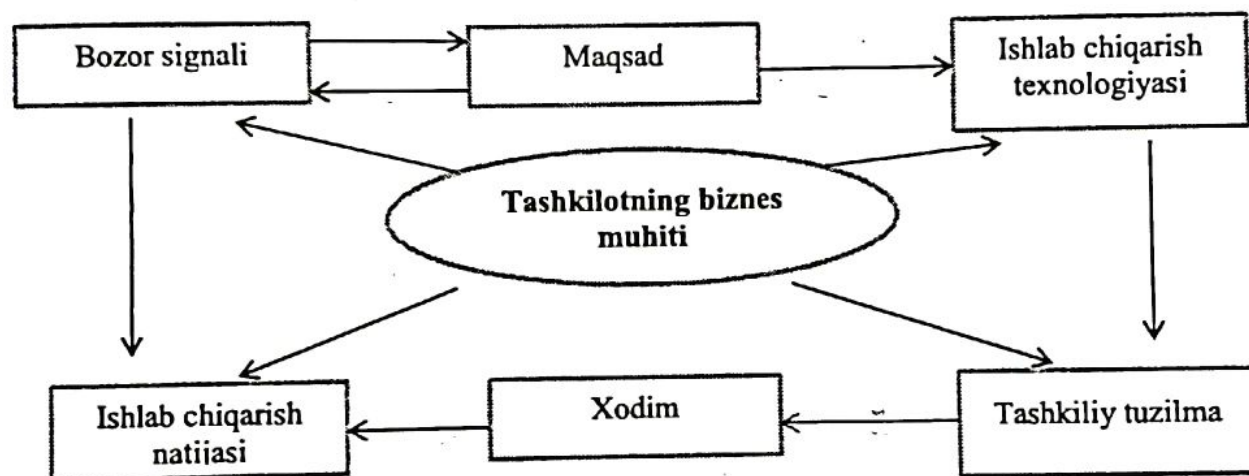
Korxonaning muvaffaqiyati ko'p jihatdan tashkilotning ishlashi uchun ichki sharoitlarning umumiylikiga bog'liq. Ichki ishbilarmonlik muhiti ko'p jihatdan sub'ektivdir: bu to'g'ridan-to'g'ri tadbirkorning o'ziga, uning malakasi, irodasi, fidoyiligi, biznesni tashkil etish va yuritishdagi intilish darajasi,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

5. BIZNESNI YURITISHNING ASOSIY ASPEKTLARI

5.1. Biznes boshqaruvi

5.2. Biznesni moliyalashtirish

5.3. Biznesni rejalashtirish

5.4. Biznes madaniyati

5.1. 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.

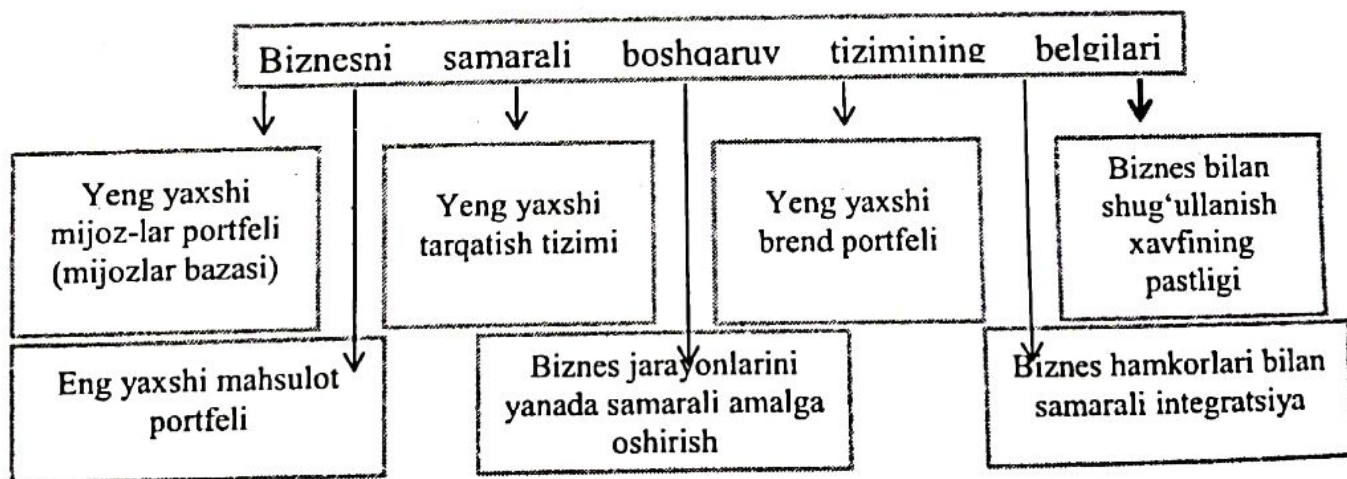
Biznes egasi sifatida biznesmen xaridorlar, kreditorlar, etkazib beruvchilar, mahalliy hokimiyat organlari, qonun chiqaruvchi organlar, hakamlik sudlari va boshqalarni o'z ichiga olgan turli odamlar bilan muloqot qiladi. Va tashqi muhitning har bir elementi alohida yondashuvni talab qiladi, bunda butun 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). boshqarishning 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 qoidolari" 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 printsiplari: 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 etish, 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 firma'dagi 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 menejrlarning 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?

Hamamiz 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 qilishi 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.

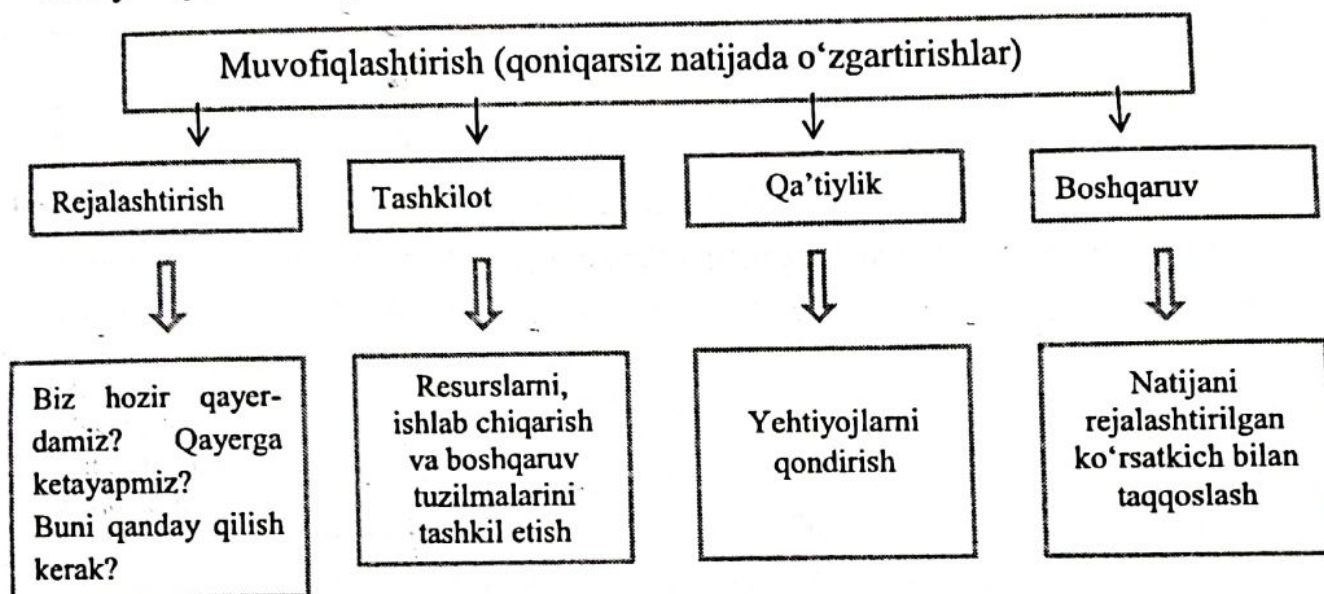
Menejmentda asosiy narsa korxona manfaatlariga javob beradigan maqsadlarni qo'yishdir. Bugungi kunda yaxshi menejer - bu o'z kompaniyasi uchun yangi bozorlarni yaratadigan, o'zgarishlarga nafaqat passiv munosabatda bo'ladigan, balki bozorning o'zini ham o'zgartiradigan mutaxassis.

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 funksiyalari uchun umumiy bo'lgan boshqaruv tsiklining tipik elementlarini o'z ichiga oladi: rejalashtirish, tashkil etish, qat'iylik, nazorat va muvofiqlashtirish (20-rasm).

Firmaning asosiy maqsadlariga muvofiq, har bir boshqaruv quyi tizimi uchun ularning funksional 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

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

Rejalashtirish funksiyasi asosan qaror qabul qilish jarayonidir. Rejalashtirish bosqichlari:

- maqsadlarni belgilash;
- dastlabki binolarni aniqlash;
- muqobil variantlarni aniqlash;
- eng yaxshi muqobilini tanlash;
- rejani kiritish va amalga oshirish.

Tashkilot funksiyasi 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).

Insonlarga e'tibor	9	1:9							9:9	
	8	Demakratik						Tashkilotchi		
	7									
	6			Manipuyator						
	5					5:5				
	4									
	3									
	2	Pissimist						Diktator		
	1	1:1							9:1	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Ishlab chiqarishga e'tibor										

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 sanksiyalar 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.

5.2. 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; ventur 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 uskunalarini 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. Balans katta jadval bo'lib ko'rinadi. Unda firmaning barcha dromadlari 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 mulkning 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. Rentabellikning uchta ko'rsatkichi mavjud:

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

$$P_p = P_v : C; (1)$$

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

$$R_{oo} = P_B : K + O; (2)$$

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

$$R_v = P_b : I. (3)$$

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 zahiralarini 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.

5.3. 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 chiqarishning 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.

Reja ijrosi, harakatining qo'llanmasi. 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) 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 xabarlar, 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 sifatleri 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.

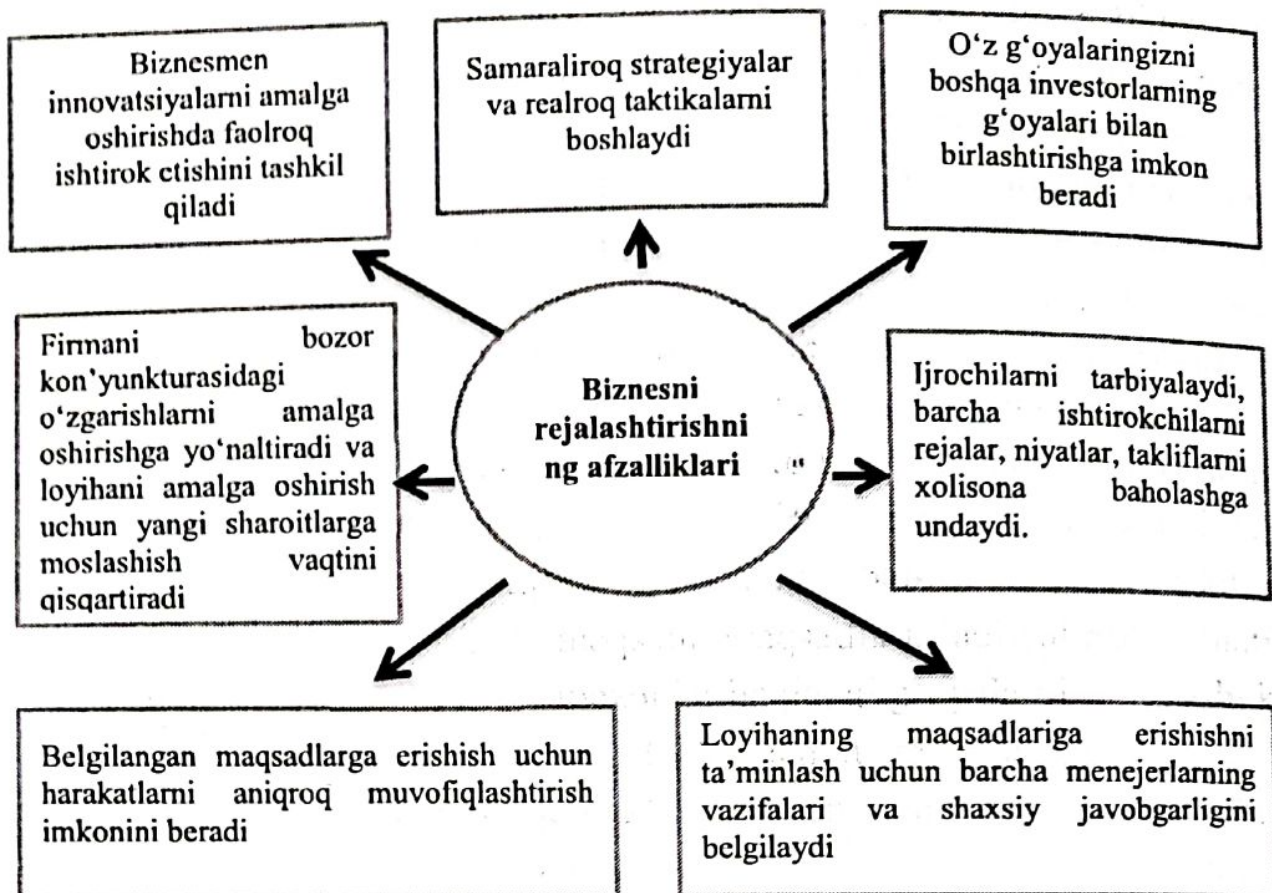
Biznes jarayonlari iste'molchilar uchun qiymat yaratadigan yoki keraksiz harakatlarni bartaraf etadigan tarzda tuzilishi kerak. Yaxshi tuzilgan biznes-jarayonlarning chiqishi iste'molchi uchun qiymatni va rentabellikni oshiradi (mahsulot yoki xizmatni ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytiradi).

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, budget);
- biznes g'oya tashabbuskori kapitalining etarliligi va moliyalashtirishning mumkin bo'lgan manbalari.

Biznesni rejalashtirish jarayoni iqtisodiy kontseptsianing 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 aksiyadorlik jamiyatlari kabi yopiq jamiyatlardagi aksiyalarni (ulushlarni) yoki aksiyadorlardan

(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;

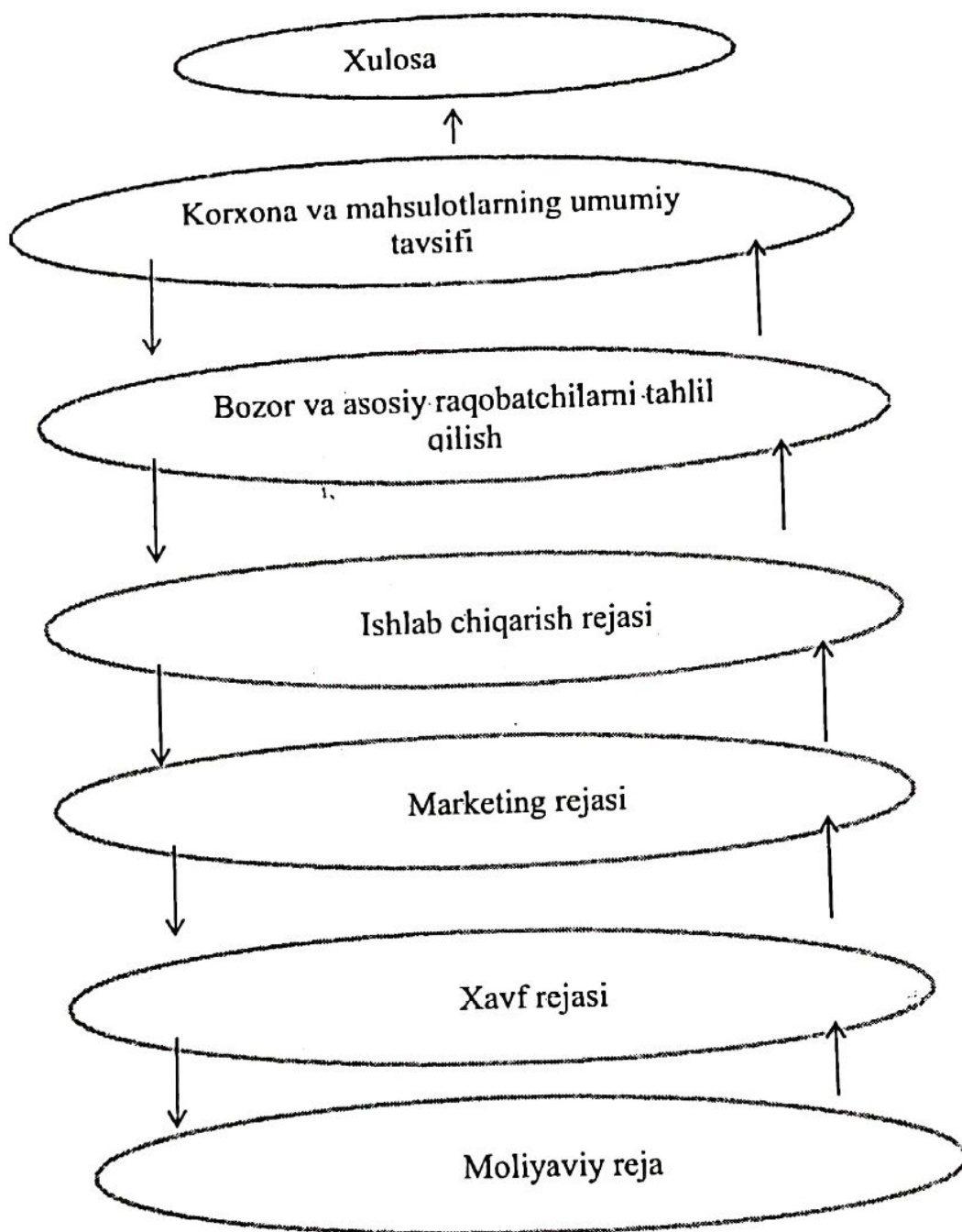
- moliyaviy sog'lomlashtirish bo'yicha biznes-reja.

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 masoslash 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 istiqbollari 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 budget samarasi.

Investitsion loyihani amalga oshirish jarayonida biznes-loyiha bozor kon'yunkturasi 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.

5.4. 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.

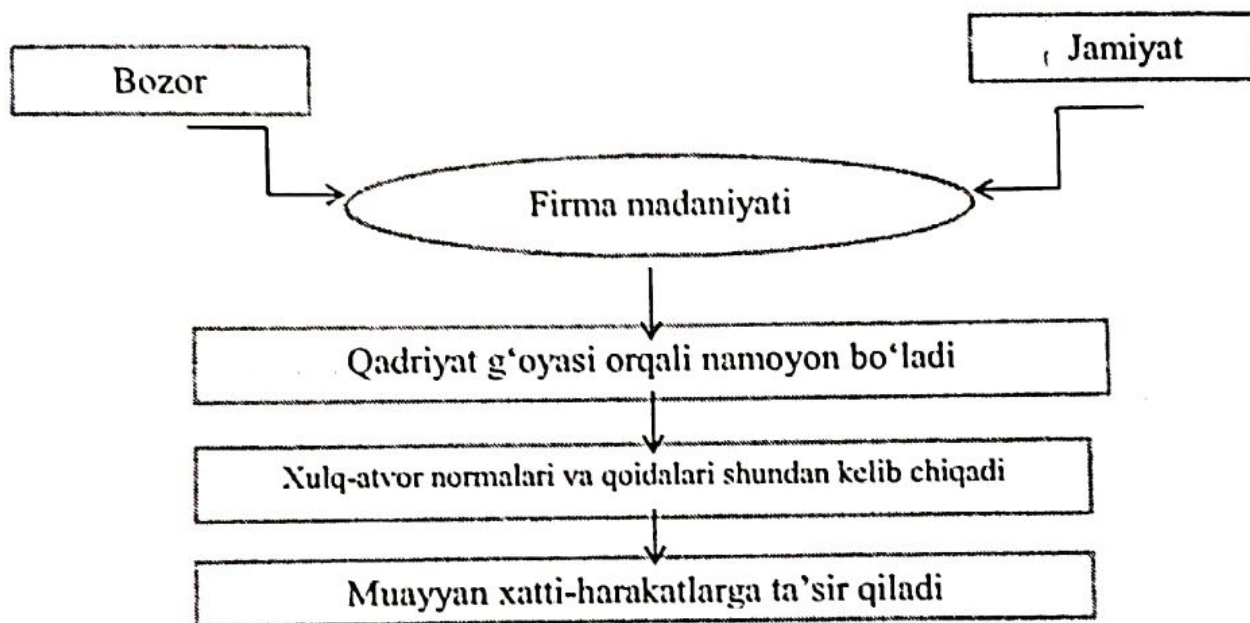
Ishbilarmonlik madaniyati jamiyatning umumiy madaniyatining bir qismi bo'lib, biznesni yuritishda muhim rol o'ynaydi. Bu uning rivojlanishiga, ishlab chiqarish samaradorligini oshirishga, mahsulot va xizmatlar sifatini oshirishga hissa qo'shadi, korxona rentabelligini ta'minlaydi, korxona uchun ma'lum 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-quvvatlash, 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.

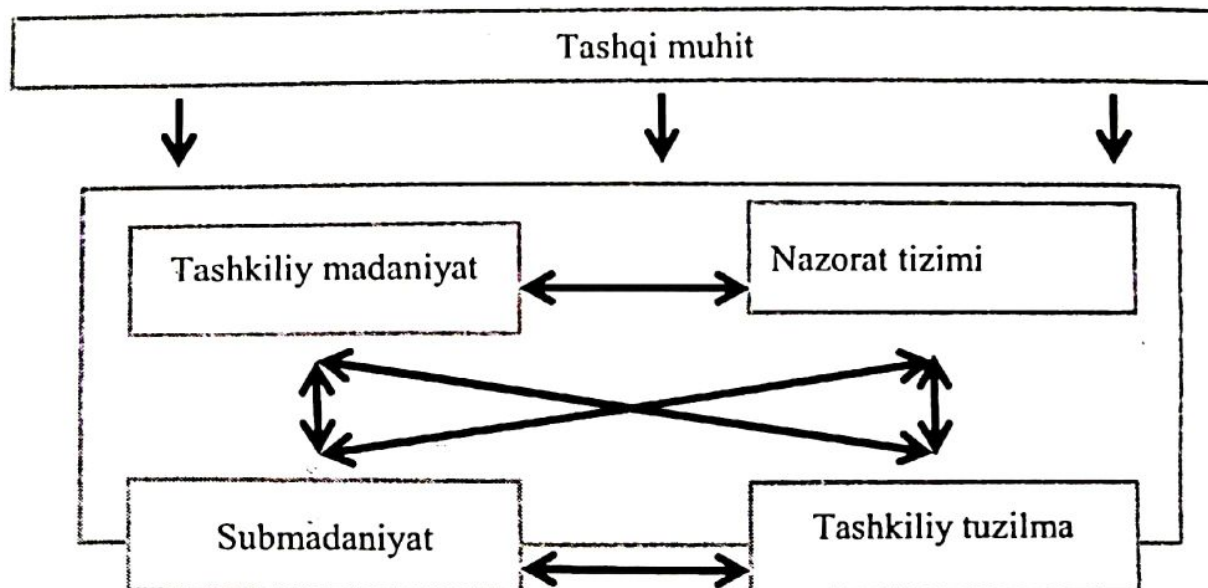
Tashkiliy madaniyat tegishli model va belgilangan tamoyillar asosida ishlab chiqilishi va amalga oshirilishi kerak. Mana shu tamoyillarning eng muhimlari.

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 guruhlariga, 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.

XULOSA

Bozor iqtisodiyotini bilishda fan va amaliyotning uyg'unligi sifatida biznes asoslari muhim o'rin tutadi. Biznes asoslarini 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, 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. 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,

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 shirkat - 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

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 aksiyalarining 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 xususiyati, 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 hissalar 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 zimmlariga 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 (opcion 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 stavkalarining o'zgarishini hisobga olgan holda belgilanadi. Variant birja spekulyatsiyasining 1 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 shirkat - 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 memorandum - 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 spekulativ 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, suda da'vogar va javobgar bo'lishi mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021-yil 30-dekabrda "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 "Intellectual 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. Raqamli 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 Innovatsion 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 texnologiya» nashr, 2008. – 314 b.

14. Xodiyev B.Yu., Qosimova M.S., Samadov A.N. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik. T.: TDIU, 2011.

15. Ziyaev T.M. Ishchi kuchi va bandlik nazariyalari. – T.: TDIU, 2007.

16. Shodmonov Sh.Sh., Yusupov R.A. Zamonaviy bozor iqtisodiyoti nazariyasi va amaliyoti. – T.: TDIU, 2007.

17. Shodmonov Sh.Sh., YUusupov R.A. Zamonaviy bozor iqtisodiyoti nazariyasi va amaliyoti. – T.: TDIU, 2007.

18. Shodmonov Sh., Alimov R., Jo'raev T. Iqtisodiyot nazariyasi. – T.: «Moliya», 2016. – 416 b.

19. www.stat.uz – O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasining rasmiy sayti.

20. www.uza.uz – O'zbekiston Respublikasi Milliy Axborot Agentligi rasmiy sayti.

21. www.ceep.uz – O'zbekiston Respublikasi Iqtisodiyot vazirligi huzuridagi Samarali iqtisodiy siyosat markazi rasmiy sayti.

22. www.internetindicators.com – Iqtisodiy indikatorlar Internet veb-sayti.

23. 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.

24. www.uzsecurities.com – O'zbekiston Respublikasining Qimmatli qog'ozlar bozori haqida axborot beruvchi rasmiy sayti.

25. www.uzexport.com - O'zbekiston Respublikasining mamlakat eksport salohiyati haqida axborot beruvchi rasmiy sayti.

Taniyev A., Zenchenko S., Kushatov R., Xaitov O.

BIZNES ASOSLARI

O'quv qo'llanma

Muharrir
Musahhih
Texnik muharrir

O. Sharapova
X. Rahimova
B. Egamberdiyev

ISBN 978-9943-8384-2-0

2022-yil 15 oktyabrda tahririy-nashriyot bo'limiga qabul qilindi.

2022-yil 20 oktyabrda original-maketdan bosishga ruxsat etildi.

Qog'oz bichimi 60x84.1/16. "Times New Roman" garniturasini.

Offset qog'ozi. Shartli bosma tabog'i – 12,5.

Adadi 50 nusxa. Buyurtma № 292

SamDU tahririy-nashriyot bo'limida chop etildi.
140104, Samarqand sh., Universitet xiyoboni, 15.



ISBN 978-9943-8384-2-



9 789943 838420