

Tadbirkorlik faoliyatining shakllari

Husanova Gulchexra Sayfullayevna

Xalqaro Nordik universiteti

Iqtisodiyot va biznesni boshqarish kafedrası
I.f.f.d., PhD.

g.xusanova@nordicuniversity.org

ORCID: 0009-0002-7621-4008

Annotatsiya

Tadbirkorlik iqtisodiyotdagi tadbirkorlik faoliyatining turli maqsadlari, tuzilmalari va ta'sirlarini aks ettiruvchi keng ko'lamli shakllarni o'z ichiga oladi. Ushbu tadqiqot an'anaviy tadbirkorlikni o'rganadi, bu kichik biznes egaligi va mahalliy bozor bilan aloqadorlik kabi xususiyatlar bilan ajralib turadi. Shuningdek, foydani maksimal darajada oshirishdan ko'ra ijtimoiy ta'sirni ustuvor qo'yadigan ijtimoiy tadbirkorlik ham ko'rib chiqiladi. Tadqiqot, shuningdek, korporativ tadbirkorlik yoki intratadbirkorlikni ham tahlil qiladi, bu esa yirik kompaniyalar o'z tashkilotlari doirasida tadbirkorlik amaliyotlari orqali innovatsiyalarni rag'batlantirishini anglatadi. Raqamli tadbirkorlikning o'sishi ham tahlil qilinadi, bu texnologiya biznes modellarini qanday o'zgartirgani va onlayn tashabbuslar uchun imkoniyatlar yaratganini yoritadi. Bundan tashqari, tadqiqot barqaror tadbirkorlikning ahamiyatini ta'kidlaydi, bu esa ekologik boshqaruvni biznes strategiyalariga integratsiya qilishni o'z ichiga oladi. Ushbu shakllarni tasniflash va ularning o'ziga xos xususiyatlari hamda iqtisodiy rivojlanishga qo'shgan hissalarini tahlil qilish orqali mazkur tadqiqot turli tadbirkorlik yondashuvlarining bugungi dinamik bozor sharoitida birgalikda mavjud bo'lishi va muvaffaqiyatli rivojlanishi bo'yicha kompleks tushuncha berishni maqsad qiladi.

Kalit so'zlar: Tadbirkor, iqtisodiyot, iqtisodiy sherikchilik, xalqaro korporatsiyalar, moliyaviy resurslar.

Kirish

Ijtimoiy faollikka katta qiziqish bildirgan ikki sobiq hippy mamlakatdagi eng mashhur muzqaymoq kompaniyalaridan birini - Ben & Jerry'sni ochadi. Ehtimol,

shunday bo'lishi kerak edi. Ben Koen (Ben va Jerrining "Ben"i) har doim muzqaymoq bilan ishqiboz bo'lgan. Bolaligida u muzqaymoqqa o'zining sevimli pechenye va konfetlarini maydalab, o'zi aralashmalar tayyorlagan. Ammo o'rta maktabda o'qiganidagina u rasmiy "muzqaymoq odami" bo'ldi va uning muzqaymoqlarini sotib olishni istagan bolalar bilan to'lgan mahallalarda o'z yuk mashinasini xursandchilik bilan haydadi. O'rta maktabni tugatgandan so'ng, Ben kollejga kirishga harakat qildi, ammo bu uning uchun emas edi. U bir yarim yil davomida Colgate universitetida o'qidi va u o'zining haqiqiy sevgisiga qaytish uchun o'qishni tashladi: muzqaymoq odami. U yana kollejni sinab ko'rdi - bu safar u kulolchilik va zargarlik buyumlarini o'rgangan Skidmorda - lekin kurslarni tanlaganiga qaramay, bu hali ham yoqmadi.



6.1-rasm: Ben Koen va Jerri Grinfeld 2010 yilda

Ayni paytda, Jerri Grinfeld (Ben va Jerrining "Jerri"si) xuddi shunday yo'ldan borardi. U bir kun shifokor bo'lish umidida Oberlin kollejida tibbiyotga ixtisoslashgan. Ammo u tibbiyot fakultetiga qabul qilinmagach, bu maqsadidan voz kechishga majbur bo'ldi. Ijobiy tomoni shundaki, uning kollejdagi ma'lumoti uni yanada daromadli sohaga: muzqaymoq tayyorlash olamiga yo'naltirdi. U muzqaymoq sanoatiga birinchi marta Oberlindagi talabalar kafeteriyasida chelakchi bo'lib ishlaganida ko'rgan. Shunday qilib, ular o'rta maktabning trek jamoasida birinchi marta uchrashganidan o'n to'rt yil o'tgach, Ben va Jerri yana birlashdilar va muzqaymoq tayyorlash bilan shug'ullanishga qaror qilishdi. Ular Vermont shtatining Burlington shahriga — muzqaymoq do'koniga muhtoj bo'lgan kollej shahriga ko'chib o'tishdi va Penn shtatidan muzqaymoq tayyorlash bo'yicha 5

dollarlik sirtqi kursni tamomladilar. Kursda A ball olgandan so'ng - testlar ochiq kitob bo'lganini hisobga olsak, ajablanarli joyi yo'q - ular o'z hayotlarini tejashga kirishdilar: 8 000 AQSh dollari va 4 000 AQSh dollari miqdoridagi qarz mablag'lari bilan ular yoqilg'i quyish shoxobchasida muzqaymoq do'konini ochdilar. Burlingtondagi band ko'cha burchagi. Keyingi katta qaror ular uchun biznesning qaysi shakli eng ma'qul ekanligi edi. Ushbu bob sizni ularning imkoniyatlari bilan tanishtiradi.

Yakka tartibdagi tadbirkorlik va uning afzalliklari

Yakka tartibdagi tadbirkorlikda, egasi sifatida siz o'z biznesingizni to'liq nazorat qilasiz. Siz barcha muhim qarorlarni qabul qilasiz va odatda barcha kundalik ishlar uchun javobgarsiz. Bu mas'uliyatni o'z zimmangizga olish evaziga siz biznes tomonidan olingan barcha daromadlarni olasiz. Olingan foyda shaxsiy daromad sifatida soliqqa tortiladi, shuning uchun siz hech qanday maxsus federal va shtat daromad solig'ini to'lashingiz shart emas.

Yakka tartibdagi tadbirkorlarning kamchiliklari

Biroq, ko'p odamlar uchun yakka tartibdagi tadbirkorlik mos kelmaydi. To'liq nazoratdan bahramand bo'lishning teskari tomoni biznesni muvaffaqiyatli qilish uchun zarur bo'lishi mumkin bo'lgan barcha iste'dodlarni ta'minlashdir. Va siz ketganingizda, biznes tarqaladi. Bundan tashqari, moliyalashtirish uchun o'z resurslaringizga tayanishingiz kerak: aslida siz businessiz va biznes tomonidan olingan har qanday pul shaxsan sizga qarzga beriladi. Bundan ham muhimi, yakka tartibdagi tadbirkor biznes tomonidan etkazilgan har qanday yo'qotishlar uchun cheksiz javobgarlikni o'z zimmasiga oladi. Cheksiz shaxsiy javobgarlik printsipli shuni anglatadiki, agar korxonaga qarzga duchor bo'lsa yoki falokatga duchor bo'lsa (aytaylik, kimgadir zarar yetkazganligi uchun sudga tortilsa), egasi shaxsan javobgar bo'ladi. Yakka tartibdagi tadbirkor sifatida siz o'z biznesingiz uchun shaxsiy aktivlaringizni (bank hisobingiz, mashinangiz, balki uyingiz) xavf ostiga qo'yasiz. Siz sug'urta bilan xavfingizni kamaytirishingiz mumkin, ammo sizning javobgarligingiz hali ham sezilarli bo'lishi mumkin. Ben va Jerri muzqaymoq biznesini birgalikda boshlashga qaror qilganliklarini hisobga olsak (shuning uchun

biznes faqat bir kishiga tegishli emas edi), ular o'z kompaniyalarini yakka tartibdagi tadbirkor sifatida tashkil eta olmadilar.

Hamkorlik

Hamkorlik (yoki to'liq shirkat) - bu ikki yoki undan ortiq shaxslarning birgalikdagi korxonasi. AQSh korxonalarining 10 foizga yaqini sheriklikdir va ularning aksariyati kichik bo'lsa-da, ba'zilar juda katta. Misol uchun, to'rtta yirik buxgalteriya firmalari sheriklikdir. Hamkorlikni o'rnatish yakka tartibdagi tadbirkorni tashkil etishdan ko'ra murakkabroq, ammo u hali ham nisbatan oson va arzon. Narx hajmi va murakkabligiga qarab o'zgaradi. Advokat yoki buxgalter yordamisiz oddiy hamkorlikni shakllantirish mumkin, garchi odatda professional maslahat olish yaxshi fikr. Professionallar keyinchalik hamkorlar o'rtasida kelishmovchiliklarni keltirib chiqaradigan muammolarni aniqlash va hal qilishda yordam berishi mumkin.

Hamkorlik shartnomasi

Agar sheriklar har bir kishining huquq va majburiyatlarini belgilab beruvchi yaxshi rejalashtirilgan hamkorlik shartnomasini tuzgan bo'lsa, nizolarning ta'sirini kamaytirish mumkin. Shartnomada quyidagi ma'lumotlar bo'lishi mumkin:

- Har bir sherik tomonidan to'lanadigan naqd pul va boshqa badallar miqdori
- Hamkorlik daromadini (yoki zararini) taqsimlash
- Hamkorning mas'uliyati - kim nima qiladi
- Hamkor kompaniyadagi ulushini sotishi mumkin bo'lgan shartlar
- Hamkorlikni tugatish shartlari
- Nizolarni hal qilish shartlari

Cheksiz javobgarlik va sheriklik

Yakka tartibdagi tadbirkorlarda bo'lgani kabi, sheriklik bilan bog'liq asosiy muammo cheksiz javobgarlikdir: bu holda, har bir sherik nafaqat o'z harakatlari uchun, balki barcha sheriklarning harakatlari uchun ham shaxsan javobgardir. Agar arxitektura firmasidagi sherigingiz xatoga yo'l qo'yib, tuzilmaning qulashiga olib kelsa, sizning biznesingiz yo'qotishi sizga ham xuddi o'zi kabi ta'sir qiladi. Va haqiqatan ham yomon yangilik: agar biznesda yo'qotishlarni qoplash uchun naqd

pul yoki boshqa aktivlar bo'lmasa, siz qarzdorlik uchun shaxsan sudga murojaat qilishingiz mumkin. Boshqacha qilib aytganda, xato tufayli zarar ko'rgan tomon sizni shaxsiy mulkingiz uchun sudga berishi mumkin. Ko'p odamlar, tushunarli, cheksiz javobgarlik tufayli sheriklikka kirishni istamaydilar. Biznesning ayrim shakllari egalariga o'z javobgarligini cheklash imkonini beradi. Bularga kommandit shirkat va korporatsiyalar kiradi.

Hamkorlikning afzalliklari va kamchiliklari

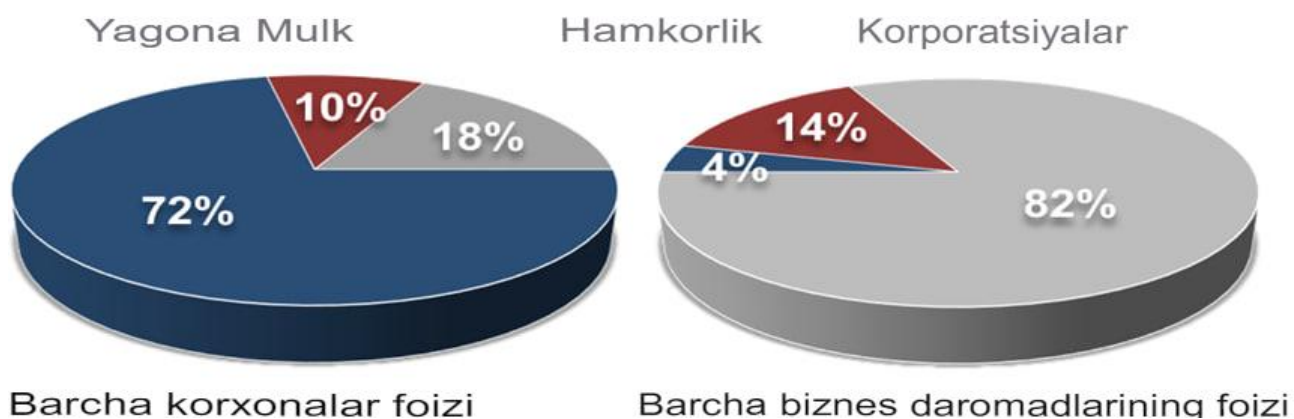
Hamkorlik yakka tartibdagi tadbirkorlikka nisbatan bir qator afzalliklarga ega. Birinchidan, u biznesni yuritish uchun mas'uliyatni o'rtoqlashadigan turli xil iqtidorli shaxslar guruhini birlashtiradi. Ikkinchidan, moliyalashtirishni osonlashtiradi: biznes bir qator shaxslarning moliyaviy resurslaridan foydalanishi mumkin. Hamkorlar nafaqat biznesga mablag' qo'shishadi, balki bank kreditlarini ta'minlash uchun shaxsiy resurslardan ham foydalanishlari mumkin. Nihoyat, uzluksizlik muammo bo'lishi shart emas, chunki sheriklar bir yoki bir nechta sheriklar vafot etgan taqdirda hamkorlikning omon qolishiga qonuniy ravishda ruxsat berishlari mumkin.

Shunga qaramay, ba'zi salbiy tomonlar mavjud. Birinchidan, yuqorida aytib o'tilganidek, sheriklar cheksiz javobgarlikka tortiladi. Ikkinchidan, sherik bo'lish siz qaror qabul qilishni baham ko'rishingiz kerakligini anglatadi va ko'pchilik bu vaziyatdan mamnun emas. Ajablanarlisi yo'q, sheriklar biznesni qanday yuritish borasida ko'pincha turli fikrlarga ega bo'lishadi va kelishmovchiliklar biznesning davom etishiga xavf tug'diradigan darajaga etishi mumkin. Uchinchidan, sheriklar fikr almashishdan tashqari, foydani ham bo'lishishadi. Bu kelishuv barcha hamkorlar o'zlarining sa'y-harakatlari va yutuqlariga ko'ra mukofotlanayotganlarini his qilishlari bilan ishlashi mumkin, ammo bu har doim ham shunday emas. Mulkchilikning sheriklik shakli ba'zilar tomonidan salbiy baholansa-da, bu Ben Koen va Jerri Grinfeldga ayniqsa yoqdi. Muzqaymoq biznesini sheriklik sifatida boshlash arzon edi va ularga cheklangan moliyaviy resurslarini birlashtirib, turli ko'nikmalar va iste'dodlaridan foydalanishga imkon berdi. Do'st sifatida ular bir-birlariga ishonishdi va birgalikda qaror qabul qilish va foydani bo'lishishni

mamnuniyat bilan qabul qilishdi. Ular, shuningdek, bir-birlarining xatti-harakatlari uchun shaxsan javobgarlikka tortilishni istamagan.

Korporatsiya

Korporatsiya yakka tartibdagi tadbirkorlik va sheriklikdan farq qiladi, chunki u yuridik shaxs bo'lib, unga egalik qiluvchi tomonlardan butunlay ajralib turadi. U majburiy shartnomalar tuzishi, mulkni sotib olishi va sotishi, sudga shikoyat qilishi va da'vo qilinishi, o'z harakatlari uchun javobgar bo'lishi va soliqqa tortilishi mumkin. Korxonalar har qanday katta hajmga erishgandan so'ng, uning egalari o'z javobgarligini cheklashlari uchun korporatsiya sifatida tashkil qilish foydalidir. Demak, korporatsiyalar mulkchilikning boshqa shakllaridan foydalanadigan korxonalariga qaraganda o'rtacha kattaroqdir. 6.2-rasmda ko'rsatilganidek, korporatsiyalar AQSHdagi barcha korxonalarining 18 foizini tashkil qiladi, ammo daromadlarning deyarli 82 foizini tashkil qiladi. Ko'pgina yirik taniqli korxonalar korporatsiyalardir, lekin siz biznes yuritishingiz mumkin bo'lgan ko'plab kichik firmalar ham shunday.



6.2-rasm: AQSH korxonalarining turlari

Egalik va aksiya

Korporatsiyalar aksiyalarni sotib olish orqali biznesga pul qo'yadigan aksiyadorlarga tegishli. Ular egalik qiladigan korporatsiyaning ulushi ular ega bo'lgan aksiyalarning foiziga bog'liq. Misol uchun, agar korporatsiya 100 ta aksiya chiqargan bo'lsa va siz 30 ta aksiyaga egalik qilsangiz, kompaniyaning 30 foiziga egalik qilasiz. Aksiyadorlar direktorlar kengashini, korporatsiyani boshqarish uchun qonuniy javobgar bo'lgan odamlar guruhini (birinchi navbatda korporatsiyadan

tashqaridan) saylaydilar. Kengash korporatsiya tomonidan qabul qilingan asosiy siyosat va qarorlarni nazorat qiladi, maqsadlar qo'yadi va ularga erishish uchun rahbariyatni javobgarlikka tortadi va odatda bosh direktor (bosh ijrochi direktor) deb ataladigan yuqori boshqaruvchini ishga oladi va baholaydi. Kengash shuningdek, dividendlar deb ataladigan naqd to'lovlar ko'rinishidagi daromadlarni aksiyadorlarga taqsimlashni ham tasdiqlaydi.

Moliyaviy resurslar

Korporatsiya, shuningdek, korxonalariga aktsiyalarni sotish orqali mablag 'to'plash imkonini beradi. Bu katta afzallik, chunki kompaniya o'sib boradi va faoliyat yuritishi va raqobatlashishi uchun ko'proq mablag' kerak. Korporatsiya o'zining kattaligi va moliyaviy kuchiga qarab bank kreditlarini olishda boshqa biznes shakllaridan ham ustunlikka ega. Tashkil etilgan korporatsiya o'z mablag'larini qarzga olishi mumkin, ammo kichik biznes kreditga muhtoj bo'lganda, bank odatda uning egalari tomonidan kafolatlanishini talab qiladi.

Ixtisoslashgan boshqaruv

Korporatsiyalar o'zlarining kattaligi va yuqori savdo komissiyalari va imtiyozlarini to'lash qobiliyati tufayli, odatda, mulkchilik va sherikliklarga qaraganda ko'proq malakali va iqtidorli xodimlarni jalb qila oladilar. Korporatsiyaning yana bir afzalligi - bu uzluksizlik. Korporatsiya o'z egalari hayotidan alohida yuridik hayotga ega bo'lganligi sababli, u (hech bo'lmaganda nazariy jihatdan) abadiy mavjud bo'lishi mumkin. Korporatsiyaga egalik huquqini topshirish oson: aksiyadorlar o'z aktsiyalarini boshqalarga sotishadi. Biroq, ba'zi ta'sischi o'z aktsiyalarini o'tkazish imkoniyatini cheklashni xohlashadi va shuning uchun xususiy korporatsiya sifatida ishlashni afzal ko'rishadi. Ushbu korporatsiyalarning aktsiyalari faqat bir nechta shaxslarga tegishli bo'lib, ularni keng ommaga sotishga ruxsat berilmaydi. Aktsiyalarni sotishda bunday cheklovlar bo'lmagan kompaniyalar ommaviy korporatsiyalar deb ataladi; aksiyalar keng ommaga sotilishi mumkin.

Korporatsiyaning kamchiliklari

Yakka tartibdagi tadbirkorlik va sheriklik kabi korporatsiyalar ham ijobiy, ham salbiy tomonlarga ega. Masalan, yakka tartibdagi tadbirkorlik va shirkatlarda biznesga egalik qiluvchi va uni boshqaradigan shaxslar bir xil odamlardir. Biroq, korporativ menejerlar aktsiyalarga ega bo'lishlari shart emas va aktsiyadorlar kompaniya uchun ishlashi shart emas. Agar ikkala guruhning maqsadlari bir-biridan sezilarli darajada farq qilsa, bu vaziyat muammoli bo'lishi mumkin.

Masalan, menejerlar ko'pincha kompaniyaning umumiy rentabelligidan ko'ra martaba ko'tarilishidan ko'proq manfaatdor. Aktsiyadorlar xodimlarning farovonligini hisobga olmasdan foyda haqida ko'proq g'amxo'rlik qilishlari mumkin. Bu holat agentlik muammosi, bir tomon boshqasining manfaatlarini ko'zlab harakat qilishi kerak bo'lgan munosabatlarga xos bo'lgan manfaatlar to'qnashuvi sifatida tanilgan. Ko'pincha shaxsiy manfaatlarning bunday vaziyatlarga kirishiga yo'l qo'ymaslik juda qiyin. Korporatsiyaning yana bir kamchiligi - ko'pincha kichik biznesni qo'shilishdan to'xtatib turadi - korporatsiyalarni tashkil etish qimmatroq bo'lishidir. Ariza topshirish va litsenziyalash to'lovlarini buxgalteriya hisobi va advokat to'lovlari bilan birlashtirganda, biznesni qo'shish sizning biznesingiz hajmi va ko'lamiga qarab sizni 1000 dan 6000 dollargacha yoki undan ko'proqqa qaytarishi mumkin. Bundan tashqari, korporatsiyalar kichik biznesga yuk bo'lishi mumkin bo'lgan tartibga solish va davlat nazorati darajalariga bo'ysunadi. Nihoyat, korporatsiyalar odatda "ikki tomonlama soliqqa tortish" deb ataladigan narsaga bo'ysunadilar. Korporatsiyalar federal va shtat hukumatlari tomonidan daromadlari bo'yicha soliqqa tortiladi. Ushbu daromadlar dividendlar sifatida taqsimlanganda, aktsiyadorlar ushbu dividendlar bo'yicha soliq to'laydilar. Shunday qilib, korporativ foyda ikki marta soliqqa tortiladi - korporatsiya birinchi marta soliq to'laydi va aktsiyadorlar ikkinchi marta soliq to'laydi.

Muzqaymoq biznesini boshlaganidan besh yil o'tgach, Ben Koen va Jerri Grinfeld korporativ mulk shaklining ijobiy va salbiy tomonlarini baholadi va "taroz" g'alaba qozondi. Asosiy turtki 2 million dollarlik ishlab chiqarish ob'ektini qurish

uchun mablag' to'plash zarurati edi. Ben va Jerri nafaqat hamkorlikdan korporatsiyaga o'tishga qaror qilishdi, balki ular aksiyalarni jamoatchilikka sotishga ham qaror qilishdi (va shu tariqa davlat korporatsiyasiga aylanishdi). Ularning aksiyalarini jamoatchilikka sotishi biroz g'ayrioddiy edi: Ben va Jerri jamiyatning kompaniyaga egalik qilishini xohlashdi, shuning uchun aksiyani sotib olmoqchi bo'lgan har qanday kishiga taklif qilish o'rniga, ular faqat Vermont aholisiga aksiyalarni taklif qilishdi. Ben, "biznes o'z qo'llab-quvvatlagan jamoaga qaytishga mas'uliyatli" deb hisoblardi. U kompaniyani yoqilg'i quyish shoxobchasida konus sotib olish uchun navbatda turganlarga tegishli bo'lishini xohladi. Aksiya shu qadar mashhur ediki, Vermontdagi har yuzta oiladan biri kompaniya aksiyalarini sotib oldi. Oxir-oqibat, kompaniya kengayishda davom etar ekan, aksiyalar milliy darajada sotildi.

Mas'uliyati cheklangan jamiyatlar

Tashkilotning uchta umumiy shaklining (korporatsiya, yakka tartibdagi tadbirkorlik va sheriklik) jozibador xususiyatlarini ta'minlaydigan va ushbu uchta tashkilot shaklining yoqimsiz xususiyatlaridan qochadigan tashkilotning huquqiy shaklini qanday xohlaysiz? Mas'uliyati cheklangan jamiyat (MChJ) aynan shunday qiladi. Ushbu shakl biznes egalariga cheklangan javobgarlik (korporatsiyalarning asosiy afzalligi) va "ikki tomonlama soliqqa tortish" (yakka tartibdagi tadbirkorlik va sherikliklarning asosiy afzalligi) bilan ta'minlaydi. Keling, MChJni batafsil ko'rib chiqaylik. 1977 yilda Vayoming korxonalariga mas'uliyati cheklangan jamiyat sifatida faoliyat yuritishga ruxsat bergan birinchi shtat bo'ldi. Yigirma yil o'tgach, 1997 yilda Gavayi yangi tashkilot shaklini ma'qullagan oxirgi shtat bo'ldi. O'shandan beri mas'uliyati cheklangan jamiyat mashhurlikka erishdi. Uning tez o'sishi qisman ma'suliyati cheklangan jamiyatga faqat bitta a'zoga ega bo'lishga ruxsat beruvchi davlat nizomidagi o'zgarishlar bilan ta'minlandi. MChJlarga bo'lgan tendentsiyani sizning shahringizdagi yuk mashinalari yonidagi yoki do'kon peshtaxtalarida kompaniya nomlarini o'qish orqali ko'rish mumkin. Jim Evans Tree Care, MChJ va For-Cats-Only Veterinary Clinic, MChJ kabi nomlarni ko'rish odatiy holdir. Ammo MChJlar kichik biznes bilan cheklanmaydi. Crayola, Domino's Pizza,

Ritz-Carlton Hotel Company va iSold It (odamlarga eBay-da o'zlarining keraksiz narsalarini sotishda yordam beradi) kabi kompaniyalar mas'uliyati cheklangan tashkilot shaklida ishlaydi.

Mas'uliyati cheklangan jamiyatda mulkdorlar (aktsiyadorlar emas, balki a'zolar) kompaniyaning qarzlari bo'yicha shaxsan javobgar bo'lmaydilar va uning daromadlariga faqat bir marta, shaxsiy darajada soliq solinadi (shu bilan ikki tomonlama soliqqa tortishni bartaraf etadi).

Biz MChJ uchun cheklangan javobgarlikni himoya qilishning afzalliklarini aytib o'tdik. Endi biz MChJ a'zosi (yoki korporatsiya aktsiyadori) o'z kompaniyasining qarzlari uchun shaxsan javobgar bo'lishi mumkin bo'lgan ba'zi holatlarni ko'rsatishimiz kerak. Tadbirkor quyidagi hollarda shaxsan javobgar bo'lishi mumkin:

- Kompaniya to'lay olmagan biznes qarzini yoki bank kreditini shaxsan kafolatlaydi.
- Hukumatga mehnat soliqlarini to'lamasa.
- Kompaniyaga yoki boshqa birovga zarar yetkazadigan firibgarlik yoki noqonuniy xatti-harakatlar bilan shug'ullanadi.
- Kompaniyani alohida yuridik shaxs sifatida ko'rmaydi, masalan, kompaniya aktivlaridan shaxsiy foydalanish uchun foydalanadi.

Notijorat korporatsiyalar

Notijorat korporatsiya (ba'zan notijorat deb ataladi) moliyaviy foyda olish uchun emas, balki qandaydir jamoat maqsadlariga xizmat qilish uchun tuzilgan tashkilotdir. Tashkilotning faoliyati xayriya, diniy, ta'lim, ilmiy yoki adabiy maqsadlarda bo'lsa, u daromad solig'ini to'lashdan ozod qilinishi mumkin. Bundan tashqari, notijorat korporatsiyasiga hissa qo'shadigan jismoniy shaxslar va boshqa tashkilotlar ushbu badallar uchun soliq imtiyozlarini olishlari mumkin. Odatda notijorat maqomiga ega bo'lish uchun murojaat qiladigan guruhlar turlari juda xilma-xil bo'lib, ularga cherkovlar, sinagogalar, masjidlar va boshqa ibodat joylari kiradi; muzeylar; universitetlar; va tabiatni muhofaza qilish guruhlari.

Qo'shma Shtatlarda 1,5 milliondan ortiq notijorat tashkilotlar mavjud. Ba'zilar juda yaxshi moliyalashtiriladi, masalan, Bill va Melinda Geyts jamg'armasi, taxminan 40 milliard dollar jamg'armaga ega va tashkil etilganidan beri 36,7 milliard dollar ajratgan. Boshqalari esa, United Way, Goodwill Industries, Habitat for Humanity va Qizil Xoch kabi milliy darajada tan olingan. Shunga qaramay, ko'pchilik boy ham, mashhur ham emas, lekin shunga qaramay jamiyatga katta hissa qo'shadi.

Birlashish va sotib olish

Sarlavha: "Qidiruvda: Google Hiring Spree'da 2000 dan ortiq" deb yozilgan. Dunyodagi eng yirik veb-qidiruv tizimi o'zining ichki o'sishi va ishchi kuchini 2000 dan ortiq kishiga ko'paytirish rejalarini oshkor qildi, yollanganlarning yarmi Qo'shma Shtatlardan, qolgan yarmi esa boshqa mamlakatlardan kelgan. Qo'shilgan xodimlar kompaniyaga yangi bozorlarni kengaytirishga yordam beradi va raqobatbardosh Internet axborot provayderlari sanoatida global iste'dodlar uchun kurashadi. To'g'ri bajarilganda, ichki o'sish firmaga foyda keltiradi. O'sishning muqobil yondashuvi boshqa kompaniya bilan qo'shilish yoki sotib olishdir. Birlashish yoki sotib olish orqali o'sishning mantiqiy sababi $1 + 1 = 3$: birlashgan kompaniya ikkita alohida kompaniyaning yig'indisidan qimmatroqdir. Raqobat bosimiga duch kelgan kompaniyalar uchun bu asos jozibador. Bozorning ko'proq ulushini egallash va rentabellikni oshirish uchun kompaniyalar boshqa kompaniyalar bilan birlashish orqali yanada tejamkor bo'lishni xohlashadi.

Birlashish va sotib olish

Ular ko'pincha sinonim sifatida ishlatilsa-da, birlashish va sotib olish atamaları biroz boshqacha ma'noni anglatadi. Ikki kompaniya yangi kompaniya tashkil qilish uchun birlashganda qo'shilish sodir bo'ladi. Sotib olish - bu bir kompaniyaning boshqasi tomonidan sotib olinishi. Birlashishga misol sifatida 2013 yilda US Airways va American Airlines kompaniyalarining birlashishini keltirish mumkin. Birlashgan kompaniya, dunyodagi eng yirik aviatashuvchi, American Airlines nomi bilan parvoz qiladi.

Sotib olishning yana bir misoli - Adidas tomonidan 3,8 milliard dollarga Reebok sotib olingan. Kelishuv Adidasga Shimoliy Amerikada kuchliroq ishtirok etishi va kompaniyaning raqobatchisi Nike bilan raqobatlashishiga yordam berishi kutilgan edi. Ushbu sotib olish tugallangandan so'ng, Reebok kompaniya sifatida o'z faoliyatini to'xtatdi, ammo Adidas hali ham Reebok brendi ostida poyabzal sotadi.

Birlashish va sotib olish sabablari

Kompaniyalar bir qator sabablarga ko'ra, jumladan, quyidagi sabablarga ko'ra boshqa kompaniyalarni birlashtirish yoki sotib olishga undaydi. Qo'shimcha mahsulotlarni sotib olish Adidasning Reebok-ni sotib olishiga turtki bo'ldi. Adidas bosh direktori Gerbert Xayner konferentsiyada ta'kidlaganidek, "Bu hayotda bir marta beriladigan imkoniyat. Bu ikkala kompaniya uchun juda mos keladi, chunki kompaniyalar bir-birini juda to'ldiradi. Adidas motorli yugurish poyabzali va britaniyalik futbolchi Devid Bekxem kabi super yulduzlar bilan kelishuvlar kabi mahsulotlar bilan sport ko'rsatkichlariga asoslangan. Shu bilan birga, Reebok Nelly, Jay-Z va 50 Cent tomonidan tasdiqlangan bitimlar va mahsulotlar bilan sport va o'yin-kulgilarni birlashtirishda katta o'ynaydi. Bu kombinatsiya Nike uchun halokatli bo'lishi mumkin. Albatta, Nike rivojlanishda davom etdi, ammo Xaynerni uning optimizmi uchun ayblab bo'lmaydi.

Yangi bozorlar yoki tarqatish kanallariga ega bo'ling

Yangi bozorlarga ega bo'lish 2005 yilda US Airways va America Westning birlashishida muhim omil bo'ldi. US Airways Sharqiy qirg'oq, Karib dengizi va Yevropada asosiy o'yinchi bo'lgan, Amerika G'arbiy esa G'arbda kuchli edi. Ikki tashuvchini birlashtirish, har ikkala tashuvchining o'zi qila oladigan bozorlarga ko'proq kirishi mumkin bo'lgan aviakompaniyani yaratishi kutilgan edi.

Sinergiyalarni amalga oshirish

2003 yilda Pfizer (AQShda joylashgan tadqiqotga asoslangan farmatsevtika kompaniyasi) tomonidan Pharmacia Corporation (Shvetsiya farmatsevtika kompaniyasi) sotib olinishi dunyoning barcha yirik bozorlarida daromadlari bo'yicha dunyodagi eng yirik dori ishlab chiqaruvchilar va farmatsevtika

kompaniyalaridan birini yaratdi. Sotib olish 48 milliard dollardan ortiq daromadga va 7 milliard dollardan ortiq tadqiqot va ishlanmalar byudjetiga ega sanoat gigantini yaratdi. Har kuni dunyo bo'ylab qariyb qirq million odam Pfizer dori-darmonlari bilan davolanadi. 14 Raqib dori ishlab chiqaruvchi Wyethni keyinchalik 68 milliard dollarga sotib olish uning farmatsevtika bozoridagi ishtirokini yanada oshirdi.

Ushbu xaridlarni amalga oshirishda Pfizer ko'plab sinergiyalarni aniqladi: oddiygina, uning qismlari yig'indisidan kattaroq bo'lgan butunlik. Sinergetikaning ko'plab misollari mavjud. Birlashish odatda bir qancha ortiqcha lavozimlarga olib keladi; birlashgan kompaniyaga marketing bo'yicha ikkita vitse-prezident, ikkita bosh moliya direktori va boshqalar kerak emas. Ortiqcha lavozimlarni yo'q qilish, agar ikki kompaniya birlashmasa, amalga oshirilmaydigan xarajatlarni sezilarli darajada tejashga olib keladi. Aytaylik, kompaniyalarning har biri zavodlarini 50% quvvat bilan ishlagan va birlashish orqali bitta zavod yopilishi va sotilishi mumkin edi. Bu ham sinergiyaga misol bo'lardi. Kompaniyalar birlashtirilgan ob'ektga turli xil kuchli va zaif tomonlarni olib keladi. Agar yangi birlashgan kompaniya kuchliroq korxonaning marketing imkoniyatlaridan va boshqasining tarqatish imkoniyatlaridan foydalana olsa (ular kuchliroq bo'lsa), yangi kompaniya ushbu ikkala funktsiyada ham sinergiyani amalga oshirishi mumkin.

Dushmanlik bilan egallab olish

Agar bitta kompaniya boshqa kompaniyani sotib olishni istasa, lekin bu kompaniya sotib olishni istamasa nima bo'ladi? Natija dushmanlik bilan egallab olish bo'lishi mumkin - maqsadli kompaniya rahbariyati va uning direktorlar kengashi tomonidan qarshilik ko'rsatadigan boshqaruvni o'z zimmasiga olish harakati. Ben Koen va Jerri Grinfeld shunday vaziyatlardan biriga duch kelishdi: Unilever - uchta muzqaymoq brendiga ega bo'lgan juda yirik Gollandiya/Britaniya kompaniyasi - asoschilarning xohishiga qarshi Ben & Jerry'sni sotib olmoqchi edi. Ben & Jerry aktsiyadorlarining aksariyati Unilever tomonida edi. Ular Ben Koen va Jerri Grinfeldning kompaniyani boshqarishni davom ettirish qobiliyatiga unchalik ishonmas edilar va firmaning ijtimoiy missiyasiga e'tibor qaratishdan xafa bo'lishdi. Aktsiyadorlarga Unileverning Ben & Jerry aktsiyalarini joriy bozor narxidan deyarli

ikki baravar qimmatga sotib olish taklifi yoqdi va o'z daromadlarini olishni istashdi. Yakunda Unilever g'alaba qozondi; Ben & Jerry's Unilever tomonidan dushman tomonidan sotib olingan. Kompaniyaning ijtimoiy missiyasi tugashidan qo'rqishlariga qaramay, bu sodir bo'lmadi. Garchi Ben Koen ham, Jerri Grinfeld ham kompaniyaning hozirgi boshqaruvida ishtirok etmasalar ham, ular o'zlarining ijtimoiy faollik ildizlariga qaytdilar va kompaniya homiyligidagi ko'plab ijtimoiy tashabbuslarda faol ishtirok etishdi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Sayfullayevna, K. G. (2020). SPECIALIZATION AND COMPLEXLY PROMOTION OF REGIONS. Архив научных исследований, (14).
2. Khusanova, G. (2024). ЦИФРОВАНИЕ КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА. Nordic_Press, 2(0002).
3. Khusanova, G. (2024). Перспективные направления социально-экономического размытия регионов. Nordic_Press, 2(0002).
4. Sherzodjonovich, H. U. (2024). ANALYSIS OF FREE ECONOMIC ZONES IN UZBEKISTAN. Economics and Innovative Technologies, 12(5), 88-95.
5. Sultani, G., & Usmonjon, H. (2024). STAGES OF INTEGRATION OF THE EDUCATIONAL SYSTEM IN THE DEVELOPMENT OF GLOBALIZATION. EDUCATION AND ECONOMY. MASTERS, 2(9), 74-79.
6. Khusanova, G. (2024). ОБ ИЗМЕНЕНИЯ КЛИМАТА В РЕГИОНАХ НА ПЕРИОД ПОТЕПЛЕНИЯ КЛИМАТА. Nordic_Press, 2(0002).
7. Sherzodjon o'g'li, H. U. (2024). IMPACT OF WORLD BANK PROJECTS ON THE DEVELOPMENT OF THE COUNTRY'S INDUSTRY. ОБРАЗОВАНИЕ НАУКА И ИННОВАЦИОННЫЕ ИДЕИ В МИРЕ, 52(3), 9-14.
8. Sherzodjon o'g'li, H. U. (2024). The Impact of Direct Investments on the Country's Tourism and Education System. MARKAZIY OSIYO MADANIY ME'ROSI VA TURIZM TENDENSIYALARI JURNALI (ISSN: 3060-4834), 1(2), 1-5.
9. Sherzodjon o'g'li, H. U. (2024). THE MAIN DIRECTIONS OF CHINA'S "ONE BELT-ONE ROAD" PROJECT AND THE IMPORTANCE OF

UZBEKISTAN'S PARTICIPATION. Modern education and development, 9(1), 77-86.

10.Sherzodjon o'g'li, H. U. (2024). THE ROLE OF AGRICULTURE IN THE DEVELOPMENT OF THE EXPORT POTENTIAL OF THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN. Лучшие интеллектуальные исследования, 28(1), 62-69.

11.Parwoni, M., & Usmonjon, H. (2024). ISLAMIC FINANCE AND ITS IMPACT ON THE ECONOMY OF UZBEKISTAN. INNOVATIVE DEVELOPMENTS AND RESEARCH IN EDUCATION, 3(32), 242-245.

12.Sherzodjon o'g'li, H. U. (2024). Importance of International Programs and Foreign Investments In Ensuring Tourism and Economic Growth of Our Country. MARKAZIY OSIYO MADANIY ME'ROSI VA TURIZM TENDENSIYALARI JURNALI (ISSN: 3060-4834), 1(2), 6-10.