

O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY TA’LIM, FAN VA INOVATSIYALAR VAZIRLIGI
SAMARQAND IQTISODIYOT VA SERVIS INSTITUTI

ESHPU LATOVA ZAYNAB BARATOVNA

BIZNESDA

BUXGALTERIYA HISOBI

(Accountant in Business)

O‘quv qo‘llanma

Samarqand-2024

UO'K: 657.2(075)

E 95

KBK: 65.05ya73

Z.B.Eshpulatova.

Biznesda buxgalteriya hisobi [Matn]: o'quv qo'llanma / Samarqand iqtisodiyot va servis instituti – Samarqand.: "STEP-SEL" MCHJ nashriyoti, 2024 - 356 bet.

O'quv qo'llanma "Biznesda buxgalteriya hisobi» fani tarkibiga kiruvchi biznesni tashkil etishning maqsadi va ahamiyati, biznes tuzilma va unda faoliyat yuritayotgan bo'limlarning roli, biznesda axborot texnologiyalari, biznes sub'ektlarining manfaatdor tomonlari, Biznesda siyosiy, iqtisodiy omillar, biznesda ijtimoiy, ekologik va texnologik omillar, raqobat omillari, buxgalteriya hisobi va biznesdagi kasbiy etika, buxgalteriya hisobini tartibga soluvchi huquqiy, me'yoriy hujjatlar, biznes sub'ektlarida buxgalteriya hisobini tashkil etishning o'rni va ahamiyati, g'aznachilik, boshqaruv hisobi va funktsiyalari, moliyaviy hisob va moliya bo'limi funktsiyalari, audit tushunchasi, turlari va nazorat, firibgarlikni aniqlash va oldini olish kabi mavzular o'rin olgan. Shuni alohida qayd etish kerakki, qiziquvchilar uchun darslik "Biznesda buxgalteriya hisobi" fanining o'quv dasturi asosida, yani ACCA xalqaro tashkiloti talablari "Accountant in Business" sertifikat talablarini qamrab olgan va ushbu mavzular doirasida ochib berilgan.

Taqrizchilar:

K.M.Misirov – TDIU professori, i.f.d.

T.S.Tashnazarov – SamISI professori, i.f.d.

O'quv qo'llanma institut Kengashining 2024 - yil 27 - noyabrdagi majlisda muhokama qilingan va nashrga tavsiya etilgan. (4-sonli majlis bayoni).

ISBN: 978-9910-702-30-3

© Z.B.Eshpulatova, SamISI. 2024 y.

© "STEP-SEL" MCHJ nashriyoti. 2024 y.

KIRISH

Xalqaro profesional assosatsiyasining to'liq malakasiga ega bo'lish, professionallik kafolati bo'lib xizmat qiladi va moliya sohasida eng yuqori lavozimlarga ega bo'lishga imkon beradi.

Bugungi kunda ACCA (The Association of Chartered Certified Accountants) –dunyo bo'yicha eng yirik va shiddat bilan rivojlanib borayotgan xalqaro professional assosatsiya bo'lib hisoblanadi. Ushbu yirik professional assosatsiyatsiyasi 170 mamlakatda 147 000 a'zolarini va ACCA talabalarini birlashtiradi.

ACCA obro'si moliyaviy va buxgalteriya malakasini oshirish bo'yicha bir asrdan ko'proq tajribaga asoslangan. Uning tashkil etilishi 1904 yil bo'lib hisoblanadi. So'nggi besh yil ichida assotsiatsiya a'zolari soni va uning xalqaro bozorga ta'siri sezilarli darajada o'sdi. ACCA so'ngi 10 yil oralig'ida mamlakatimizda ham joriy etish ko'rsatkichi o'sib bormoqda.

ACCA sertifikatiga ega bo'lish uchun, tegishli dastur asosida malakali imtixonlarni topshirish kerak bo'ladi va sertifikat egasi bo'lishga imkon beradi. Talabalarga ACCA malakali imtixonlarning mazmun mohiyatini va boshlang'ich darajadagi malakali imtixonlarning birinchi pog'onasida F1 "Accountant in Business" darajasini o'rgatish muhim bo'lib hisoblanadi. Ba'zi o'quv adabiyotlarda F1 "Business and Technology" deb nomlanadi.

Mamlakatimiz Prezidenti tomonidan so'ngi yillarda olib borilayotgan isloxotlari biznes sub'ektlarini ko'paytirish, investitsion muhitni yaxshilash va shu bilan birga aholi real daromadlarini oshirishga qaratilgan. Ushbu natijalarga erishish uchun biznesda buxgalteriya tizimini xalqaro amaliyotga muvofiqlashtirish kerak bo'ladi.

Shu bois, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining PQ-4611-son 24.02.2020 yildagi "Moliyaviy hisobotning xalqaro standartlariga o'tish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi qarori va O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 30.07.2020 yildagi 460-son "Biznes va tadbirkorlik oliy maktabi faoliyatini tashkil etish chora-

tadbirlari to‘g‘risida”gi qarorlari¹, 11.09.2023 yildagi PF-158-son “O‘zbekiston-2030” strategiyasi to‘g‘risida”gi Farmonlari qabul qilindi. Ushbu qabul qilingan me‘riy huquqiy hujjatlar, bizning oldimizga buxgalteriya sohasida bir qancha vazifalarni oldiga qo‘yadi:

Birinchidan, Moliyaviy hisobotning xalqaro standartlariga (keyingi o‘rinlarda - MHXS) o‘tishni jadallashtirish orqali xorijiy investorlarni zarur axborot muhiti bilan ta‘minlash va xalqaro moliya bozorlariga kirish imkoniyatlarini kengaytirish, shuningdek, hisob va audit sohalari mutaxassislarini xalqaro standartlar bo‘yicha tayyorlash tizimini takomillashtirish.

Ikkinchidan, Biznes va tadbirkorlik, korporativ va loyiha boshqaruvi, menejment sohasida boshqaruv kadrlari va mutaxassislarni tayyorlash tizimini xalqaro standartlarga muvofiq tubdan takomillashtirish va ularning professional saviyasini oshirish, shuningdek, biznes va tadbirkorlik faoliyatini boshqarishning zamonaviy usullarini joriy etishni ilmiy-metodik qo‘llab-quvvatlash.²

Yuqorida aytib o‘tilgan vazifalarni bajarishimiz uchun, xalqaro bozor integratsiyasini qamrab olish maqsadida buxgalteriya soha bilimlarini bugundan boshlab o‘sib kelayotgan yosh avlodga va kadrlarga zamon talab etayotgan xalqaro standartlar asosida ko‘nikmalarni hosil qilishdan iborat. Moliyaviy Hisobotning Xalqaro Standartlari 170tadan ziyod mamalakatlarda tan olingan va hisob tizimlari ushbu standartlarga maksimal darajada muvofiqlashtirilgan.

Oliy ta‘limda tahsil olayotgan boshlang‘ich bosqich talabalarga ACCA F1 “Accounting in Bizness” sertifikat talablarini qamrab olgan “Biznesda buxgalteriya hisobi” fan kiritilishi xalqaro amaliyotni yoritishning birinchi qadamlaimizdan biri bo‘ldi deb hisoblayman.

“Biznesda buxgalteriya hisobi” o‘quv qo‘llanmada o‘n beshta mavzu joy olgan bo‘lib, har bir mavzuda unga kiritilgan rejalar bo‘yicha mavzularni yoritishda talabaga eslab qolish va oson bo‘lishi uchun mavzularga doir tayanch iboralar, nazorat savollari, glossariy keltirilgan.

¹ 30.07.2020 yildagi 460-son “Biznes va tadbirkorlik oliy maktabi faoliyatini tashkil etish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori

² 24.02.2020. PQ-4611-son “Moliyaviy hisobotning xalqaro standartlariga o‘tish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori

“Biznesda buxgalteriya hisobi” nomli o‘quv qo‘llanmada biznesni tashkil etishning maqsadi va ahamiyati, biznes tuzilma va unda faoliyat yuritayotgan bo‘limlarning roli, biznesda axborot texnologiyalari, biznes sub’ektlarining manfaatdor tomonlari, biznesda siyosiy, iqtisodiy omillar, biznesda ijtimoiy, ekologik va texnologik omillar, raqobat omillari, buxgalteriya hisobi va biznesdagi kasbiy etika, buxgalteriya hisobini tartibga soluvchi huquqiy, me’yoriy hujjatlar, biznes sub’ektlarida buxgalteriya hisobini tashkil etishning o‘rni va ahamiyati, g‘aznachilik, boshqaruv hisobi va funktsiyalari, moliyaviy hisob va moliya bo‘limi funktsiyalari, audit tushunchasi, turlari va nazorat, firibgarlikni aniqlash va oldini olish kabi mavzular o‘rin olgan. Shuni alohida qayd etish kerakki, qiziquvchilar uchun o‘quv qo‘llanma “Biznesda buxgalteriya hisobi” fanining o‘quv dasturi asosida, ACCA xalqaro tashkiloti talablari “Accountant in Business” sertifikat talablarini qamrab olgan va ushbu mavzular doirasida ochib berishga harakat etilgan.

«Biznesda buxgalteriya hisobi» o‘quv qo‘llanma «FIA - Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016» va Kaplan Publishing BT Study Text 2020-21. ACCA Applied Knowledge asosida mavzular yoritilgan bo‘lib, 60410100 “Buxgalteriya hisobi va audit” (tarmoqlar bo‘yicha), 60411500 – “Biznes tahlil” ta’lim yo‘nalishida tahsil olayotgan bakalavr bosqich talabalari, biznes sub'ekti xodimlari, oliy - o‘quv yurti professor-o‘qituvchilari, magistrantlar va boshqa qiziquvchilar uchun foydalaniladigan qisqa yoritilgan o‘quv qo‘llanma bo‘lib xizmat qiladi.

O‘quv qo‘llanmani takomillashtirish bo‘yicha taklif va mulohazalaringizni Samarqand shaxri, Amir Temur ko‘chasi, 9-uyga yuborishlaringizni so‘raymiz.

I BOB. MAVZU. BIZNESNI TASHKIL ETISH TUSHUNCHASI

1.1. Biznes tashkilot tushunchasi va tashkil etish maqsadi.

1.2. Biznes sub'ekt turlari va vazifalari.

1.3. Biznes tashkilot tarmoqlari.

1.1. Biznes tashkilot tushunchasi va ularni tashkil etish masalalari.

Biznes tushunchasi bu foyda olish maqsadida tadbirkor tomonidan amalga oshiriladigan faoliyat bo'lib, mikro va makro miqiyosida o'zining sezilarli o'ringa ega. Albatta ma'lum bir biznes turini amalga oshirish uchun yuridik maqomiga ega bo'lgan biznes tashkilotini tashkil etilishi muhim masalalardan biri bo'lib hisoblanadi. Internet ma'lumotlarda biznes, biznes tashkiloti tushunchalariga quyidagicha ta'rif keltirilgan.

«Biznes» atamasi ilk bor XVIII-asrning oxiri, XIX-asrning boshlarida paydo bolgan. «Biznes» sozi inglizcha «business» sozidan olingan bolib, «ish», «mashgulot» degan manoni bildiradi.

Biznes – bu insonning daromad olib, hayot kechiradigan, tirikchilik vosidasi.³

Xalqaro biznes olamida xamkorlik va korporatsiya tamoyillarini birlashtirgan tadbirkorlik sub'ektlari mavjud. ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology (BT/FBT) Study Text. Chapter 1. The business organization. KAPLAN PUBLISHING 2021-2022” da quyidagicha yoritilgan:

Tashkilot bu turli maqsadlarga yonaltirilgan tashkilotlar ham mavjud bo'lib, ular inson ehtiyojlarini qondirish bilan bog'liq. Misol uchun, klublar, maktablar, xayriya tashkilotlari va kasalxonalar kabi turli xil ehtiyojlarni qondirish uchun tashkil etilgan ko'plab tashkilotlar mavjud.

Umuman biznes tashkilotlari tushunchasiga ega bulishimiz uchun quyidagi birinchi rasimda aks ettirilgan savollarga javobini berishimiz lozim (1.1.1-rasm).

³ <https://yoshlarkelajagimiz.uz/biznes-aslida-nima-biznes-sozining-manosi-qanday/>



1.1.1-rasm. Biznes tashkilotlarning ahamiyati⁴.

Buchanan va Huczynski ularning xususiyatlarini umumlashtiradigan ta'riflarini keltirib o'tganlar.⁵

Tashkilotlar – bu jamoaviy maqsadlarga nazorat ostida erishish uchun ijtimoiy mexanizm.⁶

Ushbu ta'rifning uchta asosiy jihatiga e'tibor bering:

- kollektiv maqsadlar
- ijtimoiy tadbirlar
- nazorat qilinadigan ishlab chiqarish.

Buchanan va Huczynski ta'rifining uchta keltirgan ta'rif xususiyatlarini batafsilroq ko'rib chiqamiz:

a) **"Kollektiv maqsadlar" ('Collective goals')** - tashkilot uning maqsadlari bilan belgilanadi. Misol uchun, maktablarda maqsad – to'g'ridan-to'g'ri maksimal darajada o'quvchilarga yahshi ta'lim-tarbiya berish bilan bog'liq. Shu bois, uni tashkil etilishi va strukturasi, daromad olishni maqsad qilgan biznes tashkilotidan tabiiy ravishda farqlanadi.

b) **"Ijtimoiy kelishuvlar" ('Social arrangements')** – bitta o'zi ishlaydigan odamni tashkilot deb tasniflash mumkin emas. Tashkilotlar

⁴ ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology (BT/FBT) Study Text. Chapter 1. The business organization. KAPLAN PUBLISHING 2021-2022. 2-p

⁵ ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology (BT/FBT) Study Text. Chapter 1. The business organization. KAPLAN PUBLISHING 2021-2022. 2-p

⁶ Buchanan and Huczynski

odamlar umumiy maqsadga erishish uchun birgalikda ishlashlari uchun tuzilgan joy. Odatda, tashkilot qanchalik katta bo'lsa, uning tuzilmalari shunchalik rasmiy bo'ladi.

c) **“Boshqariladigan ishlab chiqarish”** (**‘Controlled performance’**) - tashkilotda guruh maqsadlariga erishishni kafolatlaydigan tizimlar va protseduralar joriy etilishi kerak. Kompaniya uchun bu savdo maqsadlarini belgilash yoki xodimlarning ish faoliyatini vaqti-vaqti bilan baholashni o'z ichiga olishi mumkin.

Shuni ta'kidlash kerakki, aksariyat tashkilotlar o'rtasidagi asosiy o'xshashlik shundaki, ular asosan kirish ma'lumotlarini yig'ish va ularni dam olish kunlarida ishlov berish bilan shug'ullanadilar.

Ishlab chiqarish kompaniyasi uchun bu xom ashyoni yig'ish va uni o'z mijozlariga sotilishi mumkin bo'lgan tayyor mahsulotga aylantirishni o'z ichiga olishi mumkin.

Buxgalteriya hisobi bo'yicha o'quv markazi, shuningdek, dastlabki ma'lumotlarni (talabalar va o'quv dasturlari) qabul qiladi va ularni yakuniy natijalarga (malakali buxgalterlar)ga aylantiradi.

Futbol jamoasini tashkilot deb ta'riflashimiz mumkin, chunki:

Unda o'yin o'ynash uchun yig'ilgan bir nechta odamlardan tashkil topgan o'yinchilar mavjud;

Jamoaning maqsadi bor (raqibga qaraganda ko'proq gol urish);

O'z ishlarini to'g'ri bajarish uchun ishtirokchilar ichki nazorat tizimini qo'llab-quvvatlashlari kerak, bu esa jamoaning birgalikda ishlashiga imkon beradi. Mashg'ulotlarda ular taktikani o'yinda gol ura oladigan, to'pni uzatishga umid qilishlari uchun mashq qiladilar;

Jamoaning har bir a'zosi tashkiliy tuzilmaning bir qismidir va turli vazifalarni bajarishga qodir: darvozabon jamoaning oldingi safidagilarga qaraganda gol urishning oldini olishda ko'proq tajribaga ega;

Bundan tashqari, hamma birgalikda ishlashi uchun jamoaviy ruh bo'lishi kerak. O'yinchilarga maydonda ham, maydon tashqarisida ham eng yaxshisini berish tavsiya etiladi

Why do we need organisations?

Tashkilotlar odamlarga quyidagilarga imkon beradi:

- **ko'nikmalar va o'z bilimlarini almashishga imkon beradi**

(Share skills and knowledge) – bu odamlarga o‘zlari hal qila olmaydigan vazifalarni bajarishga imkon beradi.

- **Ixtisosligi (Specialise)**-individual ishchilar cheklangan faoliyat turiga e’tibor qaratishlari mumkin. Bu ularga hamma narsada yaxshi bo‘lishga harakat qilgandan ko‘ra yuqori darajadagi ko‘nikma va bilimlarni rivojlantirishga imkon beradi.

- Pul yoki vaqt bo‘lsin, **resurslarni birlashtiring (Pool resources)**.

Bu **sinergiyaga (synergy)** olib keladi, bu erda tashkilotlar shaxslar o‘zlari erisha oladigan darajadan ko‘proq narsaga erisha oladilar.

1.2. Biznes sub’ekt turlari va vazifalari.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyev “Tadbirkorlik sub’ektlarini toifalarga ajratish mezonlari hamda soliq siyosati va soliq ma’muriyatchiligini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi farmoni⁷ qabul qilindi.

Hujjat bilan tadbirkorlik sub’ektlari quyidagi mezonlar asosida toifalarga ajratiladi:

kichik tadbirkorlik sub’ektlari:

- **yakka tartibdagi tadbirkorlar;**
- **mikrofirmalar** – ta’sischilari (ishtirokchilari) jismoniy shaxslar bo‘lgan hamda jami daromadi kalendar yil davomida 1 mlrd so‘mgacha bo‘lgan tadbirkorlik sub’ektlari;
- **kichik korxonalar** – jami daromadi kalendar yil davomida 1 mlrd so‘mdan 10 mlrd so‘mgacha bo‘lgan hamda ushbu kichik bandning uchinchi xatboshisidagi ta’sischilari (ishtirokchilari) yuridik shaxslar bo‘lgan tadbirkorlik sub’ektlari;
- **o‘rta tadbirkorlik sub’ektlari** – jami daromadi kalendar yil davomida 10 mlrd so‘mdan 100 mlrd so‘mgacha bo‘lgan tadbirkorlik sub’ektlari;

⁷ 10.02.2023 yildagi PF-21-son “Tadbirkorlik sub’ektlari toifalarga ajratish mezonlari hamda soliq siyosati va soliq ma’muriyatchiligini yanada takomillashtirish chora tadbirlari to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni

- **yirik tadbirkorlik sub'ektlari** – jami daromadi kalendar yil davomida 100 mlrd so‘m va undan yuqori bo‘lgan tadbirkorlik sub'ektlari.

Shuningdek, farmon bilan 2023 yil 1 apreldan boshlab:

- tadbirkorlik faoliyatini qo‘llab-quvvatlash davlat jamg‘armasi hisobidan bir yilda bir marotaba o‘rta tadbirkorlik sub'ektlariga mol-mulkni sug‘urta qilish xarajatlarining 50 foizigacha, biroq BHMning 20 baravaridan oshmagan qismi qoplab beriladi;

- jami daromadi 10 mlrd so‘mdan kam bo‘lmagan tadbirkorlik sub'ektlari uchun davlat xaridlarida 20 foizlik kvota joriy etiladi va ushbu xaridlar doirasida byudjet buyurtmachilari bilan tuziladigan shartnomalarda 50 foiz miqdorida oldindan to‘lovni amalga oshirish nazarda tutiladi.

Bunda, soliq organlari tomonidan jami daromadi 10 mlrd so‘mdan oshgan tadbirkorlik sub'ektlari to‘g‘risidagi ma’lumotlar shakllantiriladi va maxsus axborot portali bilan ma’lumot almashinuvi ta’minlanadi;

- davlat xaridlarida eng yaxshi takliflarni tanlash va tender savdolarida ishtirokchilar takliflarini baholashda QQS summasi inobatga olinmaydi;

- yuqori qo‘shilgan qiymatli mis mahsulotlarini eksport qiluvchi korxonalarning mahsulotlar ishlab chiqarish va ularni tashqi bozorga sotish bilan bog‘liq xarajatlarini eksport qiymatining 6 foizigacha qoplash tartibi bekor qilinadi.⁸

Bugungi kunda biznes dunyosida turli xil biznes tashkilotlari mavjud bo‘lib, har qanday biznesning muvaffaqiyati uning tuzilishiga bog‘liq. Shaxs yoki guruh sifatida sizni tashkilotda shakllanish darajangizni oshiradi.

Biznes tashkilotlarining asosiy turlariga yakka tartibdagi tadbirkorlik, sheriklik va korporatsiyalar kiradi.

Biz muhokama qilganimizdek, turli tashkilotlar turli maqsadlarga ega. ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology (BT/FBT) Study Text. Chapter 1. The business organization. KAPLAN PUBLISHING

⁸ <https://qalampir.uz/uz/news/uzbekistonda-tadbirkorlik-sub-yektlari-toifalarga-azhratilyapti-76965>

2021-2022” da ularni bir necha xil toifalarga ajratilgan.

Tijorat (yoki foyda olishni istagan) tashkilotlar o‘zlarining asosiy maqsadlarini egalarining boyligini maksimal darajada oshirishga qaratiladi.

Tijorat kompaniyaning uchta keng tarqalgan shakli mavjud:

Yakka tartibdagi tadbirkorlar (Sole traders) - tashkilot bir shaxsga tegishli va boshqariladi. Ushbu turdagi tashkilotlarda egasi qonuniy ravishda biznesning o‘zidan ajratilmaydi. Agar mijoz yakka tartibdagi tadbirkorning biznesini sudga bersa, u holda mijoz aslida egasini sudga beradi.

Sheriklik (Partnerships) asosida -tashkilot ikki yoki undan ortiq jismoniy shaxslarga tegishli va boshqariladi. **An'anaviy traditsional sheriklik tashkiloti (Traditionally, partnerships) huddi** (yakka tartibdagi tashkilot kabi) egalarining alohida huquqiy identifikatsiyaga ega emaslar. Biroq, so‘nggi yillarda ko‘plab mamlakatlarda muqobil sheriklik tuzilmalari (masalan, buyuk Britaniyadagi mas'uliyati cheklangan jamiyatlar (LLP)) tashkil etildi, bu biznes alohida korxona sifatida mavjudligini va egalarining javobgarligi sheriklikka sarmoya kiritgan summa bilan cheklanganligini anglatadi.

Mas'uliyati cheklangan jamiyatlar (Limited liability companies) – kompaniya o‘z egalari uchun alohida huquqiy identifikatsiyaga ega (ular aktsiyadorlar sifatida tanilgan). Egasining javobgarligi kompaniyaga sarmoya kiritgan summasi bilan cheklanadi.

Buyuk Britaniyada mas'uliyati cheklangan jamiyatlarning ikki turi mavjud:

Xususiy mas'uliyati cheklangan jamiyatlar (Private limited companies) - (keyingi nomi " Ltd " deb nomlanib) – odatda bir nechta aktsiyadorlarga tegishli bo‘lgan kichik korxonalar. Aktsiyalarni keng jamoatchilikka taklif **Tijorat yoki notijorat faoliyati (Commercial versus not-for-profit)**

Tijorat (yoki foyda olishni istagan) tashkilotlar o‘zlarining asosiy maqsadlarini egalarining boyligini maksimal darajada oshirishga qaratiladi.

Jamoaviy Mas'uliyati cheklangan jamiyat (Public limited

companies) - (**“plc” deb nomlanib**) – bu juda katta korxonalar bo‘lishi mumkin. Aktsiyalar keng jamoatchilikka taklif qilinishi mumkin, ya’ni millionlab turli aktsiyadorlar bo‘lishi mumkin. Bu kompaniyani moliyalashtirishni osonlashtiradi va keyingi o‘rinishni rag‘batlantiradi.

Tijorat tashkilotlari:

1. Tijorat tashkilotlarining asosiy maqsadi foyda olishdir.
2. Biznes egalari mulkdorlardir.
3. Tadbirkorlik tashkiloti faoliyatining natijasi foyda yoki zarar deb ataladi.
4. Foyda yoki zarar mulkdorlar o‘rtasida taqsimlanadi.
5. Tijorat tashkilotlarining moliyaviy hisobotlari savdo hisobvarag'i, foyda va zararlar hisobi va balansni o‘z ichiga oladi.⁹

Notijorat tashkilotlar (Not-for-profit organisations) foyda olishni asosiy maqsadi deb hisoblamaydilar. Buning o‘rniga, ular o‘z a‘zolarining yoki o‘zlari yaratgan jamiyatning alohida ehtiyojlarini qondirishga intilishadi.¹⁰

Notijorat tashkilotlar quyidagilar:

- Davlat idoralari va agentliklari (masalan, buyuk Britaniyaning daromadlar va yig'imlar vazirligi va bojxona);
- Maktablar;
- Kasalxonalar;
- va xayriya tashkilotlari (masalan, Qizil jamiyat, Oxfam va chegara bilmas shifokorlar) kabi jamiyatlar;
- Klublar.

Turli notijorat tashkilotlarning maqsadlari sezilarli darajada farq qiladi:

-Kasalxonalar bemorlarni davolash uchun mavjud.

-Konsullar o‘z vazifalarini o‘z jamoalariga g'amxo‘rlik qilishda ko‘rishlari mumkin.

-Davlat tashkilotlari odatda davlat siyosatini amalga oshirish uchun mavjud.

⁹<https://www.yourarticlelibrary.com/difference/commercial-organisations-and-not-for-profit-organisations/63244>

¹⁰ ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology
(BT/FBT) Study Text. Chapter 1. The business organization. KAPLAN PUBLISHING 2021-2022. 2-5 p

-Xayriya tashkiloti o'zining asosiy maqsadi bo'lishi mumkin 'tabiiy ofat qurbonlariga yordam berish' kabilar.

Davlat sektori tashkilotlari (Public sector organisations)

Davlat sektori iqtisodiyotning asosiy davlat xizmatlarini ko'rsatish bilan shug'ullanadigan va davlat tashkilotlari tomonidan nazorat qilinadigan qismidir.

Davlat sektorini tashkil etuvchi tashkilotlar har bir mamlakatda farq qiladi, lekin odatda quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- politsiya
- harbiy
- jamoat transporti
- boshlang'ich ta'lim
- sog'liqni saqlash'' kabi tashkilotlar kiradi.

Xususiy sektor tashkilotlari (Private sector organisations)

Xususiy sektor hukumat tomonidan boshqarilmaydigan, individual shaxs yoki bir guruh tomonidan boshqariladigan tashkilotlardan iborat. Bularga:

Buyuk Britaniyada, xususiy sektor odatda quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- biznes
- xayriya tashkilotlari va
- klublar.

Ular tijorat va notijorat tashkilotlarni o'z ichiga oladi.

Nodavlat tashkilotlar (Non-governmental organizations (NGOs))-bu foyda olishning asosiy maqsadi bo'lmagan va milliy hukumat bilan bevosita bog'liq bo'lmagan tashkilot

Nodavlat tashkilotlar (Non-governmental organizations (NGOs)) ko'pincha o'zlari faoliyat yuritayotgan mamlakatlarda siyosiy, ijtimoiy yoki ekologik o'zgarishlarni amalga oshiradilar.

Buyuk Britaniyada **NGOslarga** quyidagi tashkilotlar kiradi:

- Amerika Qizil Jamiyati (The American Red Cross);
- Najot Armiyasi (Salvation Army);
- Xalqaro Amnistiya (Amnesty International).

- Doctors Without Borders;
- Greenpeace.

. **Kooperatsiyalar (Co-operatives)** – bu o‘z a‘zolari-o‘z tovarlari yoki xizmatlarini sotib oladigan odamlar tomonidan boshqariladigan va demokratik tarzda boshqariladigan tashkilotlar. Har bir ishtirokchi odatda asosiy qarorlar bo‘yicha bitta ovoz oladi – aktsiyadorlar o‘zlariga tegishli bo‘lgan har bir aktsiya uchun bitta ovoz oladigan kompaniyalardan farqli o‘laroq.

Ular faqat har qanday daromadni baham ko‘radigan a‘zo egalarining ehtiyojlarini qondirish uchun tashkil etilgan.

Buyuk Britaniyada kooperativning eng yirik namunasi 5,5 milliondan ortiq a‘zoga ega bo‘lgan va bank, sayohat va oziq-ovqat kabi turli bozorlarda faoliyat yuritadigan kooperativ guruhdir.

Biznes sherikligi nima va uning afzalliklari va kamchiliklari qanday? Sherikchilik bir nechta egasi bo‘lgan va biznes ro‘yxatdan o‘tgan yoki mas’uliyati cheklangan jamiyat sifatida tashkil etilgan taqdirda mavjud bo‘ladi.

Biznes sheriklari foyda, zarar va majburiyatlardan ulush oladilar. Biznes sheriklari- jismoniy shaxslar va korporatsiyalar, trestlar, boshqa sheriklik yoki ushbu misollarning har qanday kombinatsiyasi egalari bo‘lishlari mumkin.

Eng katta kamchiliklardan biri shundaki, egalari kompaniyaning barcha qonuniy majburiyatlari va majburiyatlari uchun cheksiz javobgardirlar. Bundan tashqari, sheriklarning har biri vakil vazifasini bajaradi va shuning uchun kompaniya boshqa sheriklarning rozilgisiz majburiyat olishi mumkin.

Bitta sherikning javobgarligi ikkala sherikni ham sud jarayonlariga qarshi himoyasiz qiladi. Soliq imtiyozlari korporatsiya uchun bo‘lgani kabi ahamiyatli emas. Biznesdan tushgan daromadlar va zararlar egalarining shaxsiy soliq deklaratsiyalarida aks ettiriladi.

Sheriklik biznes -bu huquqiy munosabatlarning o‘ziga xos turi. Bu biznes turi bo‘lib, unda ikki yoki undan ortiq kishi biznesni boshqarish va yo‘qotish uchun javobgarlikni baham ko‘radi.

* Oson sozlash

- * Hisobot standartlari cheklangan.
- * Boshqa sheriklar bilan umumiy boshqaruv yo'nalishlari.
- * Muayyan shartlar bajarilgan taqdirda, biznesning ko'plab zararlarini boshqa individual to'lovlar bilan qoplanishi mumkin.
- * Uyushmani buzish o'rtacha darajada oson.
- * Hamkorlar vakil emas. Pensiya majburiyatlari va ishchilarning ish haqini himoya qilish sheriklar uchun majburiy emas.
- * Pul olish osonroq, chunki siz bir kishining ish haqi yoki resurslariga bog'liq emassiz.

Ba'zi sheriklik biznes bilan shug'ullanadigan odamlarni o'z ichiga oladi, boshqa sheriklik esa cheklangan sheriklarni o'z ichiga olishi mumkin.

Biznesda sheriklikning uchta asosiy turi mavjud.

Odatiy sheriklik. Siz va sizning sheriklaringiz kompaniyani boshqarish mas'uliyatini bo'lishasiz.

Mas'uliyati cheklangan sheriklik. Qarz majburiyatlari teng taqsimlanmasdan, ma'lum bir sherikga tegishli bo'lishi mumkin.

Yangi sherikning birinchi qadamlaridan biri bu kompaniya bilan sheriklik shartnomasini imzolashdir. Ushbu shartnomada sheriklarning barcha majburiyatlari, ularning foyda (va zarar) dagi ulushi va boshqa tegishli ma'lumotlar tasvirlangan.

Sheriklik shartnomasi quyidagilarni o'z ichiga olishi kerak:

- Har bir faol sherikning majburiyatlari.
- Har bir sherikning kundalik boshqaruv vazifalari.
- Qanday qilib va qachon hissa qo'shish kerakligi.
- Kerakli vaziyatda sheriklar o'rtasida bo'lishish qanday sodir bo'lishligi.

Ish haqi o'rniga, biznes sheriklari har yili biznesning daromadlari va zararlarining bir qismini oladilar. To'lovlar sheriklik shartnomasi asosida taqsimlanadi. Foyda har bir sherik uchun alohida soliqqa tortiladi. Bundan tashqari, ba'zi sheriklar to'plamni olishlari mumkin (oldindan kelishilgan to'lov) sheriklikdagi ulushlari bilan birga emas. Bu odatda boshqaruv vazifalari sifatida ko'rsatadigan har qanday xizmatlar uchun taqdim etiladi.

Hamkor tomonidan kiritilgan investitsiyalar va boshqa tarkibiy qismlar miqdori uning har yili biznes doirasida foyda (yoki zarar) dagi ulushini aniqlaydi.¹¹

1.2. Biznes tashkilot tarmoqlari

Biznes sub'ekti tadbirkorlik turlarini amalga oshirilayotganida tarmoqlarga bo'linadi.

Biznes tarmog'i - bu sizning sohangizdagi mijozlar, hamkorlar va tengdoshlar bilan mazmunli aloqalarni rivojlantirishdir.

Internet ma'lumotlarda bugungi kunda mamalakatimizda quyidagi biznes tarmoqlari mavjud:

1. Bozorga turli xil tovarlar va xizmatlarni etkazib beradigan kompaniyalar;
2. Tijorat faoliyatni rivojlantirishga qaratilgan biznes;
3. Moliya sohasiga yonaltirilgan faoliyat;
4. Konsalting kompaniyalari;

Tadbirkorlik shakillari yuqori paragraflarda ochib berishga harakat qildik va ularni quyidagi turlarga bo'lishimiz mumkin:

- Yakka tartibdagi tadbirkorlik;
- Aktsiadorlik jamiyati – jamoat va nodavlat;
- Ma'suliyati cheklangan jamiyat – MCHJ;
- Unitar tashkilot;
- Ishlab chiqarish korxonasi;
- Dehqon xo'jaligi.

Har bir faoliyat turiga quyidagicha ta'rif keltirilgan:

Ishlab chiqarish biznesi – ushbu turdagi tashkilot, maxsulotni o'zi ishlab chiqarishva sotish orqali foyda oladi va bu butun biznesning rivojlanishiga asos bo'lib xizmat qiladi.

Tijorat tashkilotlari –bunday kompaniyalar biznes dunyosida vositachilar bo'lib, birjalar va mahsulot sotilishi mumkin bo'lgan boshqa platformalarda mahsulotlarni sotish bilan foliyat yuritishadi. Bunday tashkilotlar o'zlarining ishlab chiqarishiga ega emaslar, ular faqat qayta sotish bilan shug'ullanadilar.

¹¹ <https://anowaraglassthai.medium.com/what-is-partnership-business-advantages-and-disadvantages-best-result-for-you-13d8dfae24d6>

Molyaviy tashkilotlar – banklar, auditorlik, lizing, sug'urta kompaniyalarga bo'linadi.

Konsalting firmalari – biron bir biznes faoliyatiga doir yuqori malakali mutahassislar tomonidan maslahatlarni berish.

Kichik biznes turlari – faoliyati odatda tor sohalarga yo'naltirilgan. Misol uchun,

- ta'mirlash ishlari – poyabzal, kiyim-kechak, mebel jihozlarni tuzatish;
- Fitness markazlari – suzish havzalari, turli sport seksiyalari;
- Sartarosh, vizajist, kosmitolog xizmatlari – har qanday go'zallik salonlari;
- Qurulish va ta'mirlash kompaniyalari – santexnika o'rnatish, eshik va derazalar almashtirish;
- Yuridik xizmatlar;
- Dizaynerlik xizmatlari;
- Transport kompaniya xizmatlari.

Jamoat umumiy ovqatlanish biznesi – restoran, kafe, fastfud.¹²

Xalqaro amaliyotda tashkilotlar faoliyat ko'rsatadigan tarmoqlar (Sectors in which organisations operate)

Tashkilotlar o'rtasidagi yana bir farq ular faoliyat ko'rsatadigan bozordir.

Ko'p sonli turli sektorlar mavjud, ularga quyidagilar kiradi:

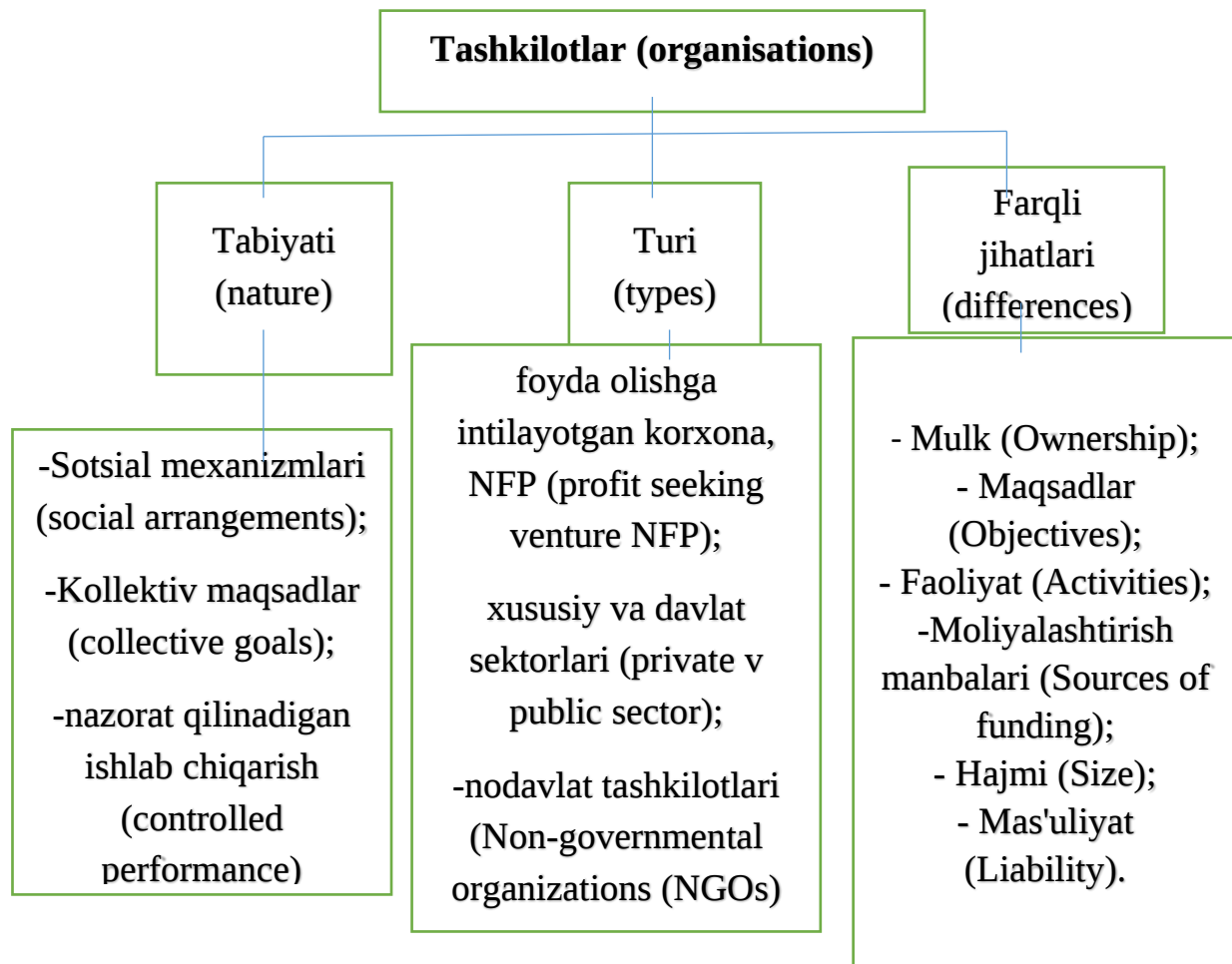
- **Qishloq xo'jaligi (Agriculture)**-oziq-ovqat mahsulotlarini ishlab chiqarish, qayta ishlash va qadoqlash.
- **Tog'– kon sanoati (Mining)**-foydali qazilmalarni qazib olish va qayta ishlash.
- **Moliya (Finance)** - bunga banklar, investitsiyalar va boshqa shaxslarga qarz berish va boshqa kompaniyalar kiradi
- **Chakana savdo (Retailers)**-ishlab chiqaruvchilar, iste'molchilar tomonidan ishlab chiqarilgan tovarlarni sotish.
- **Xizmat ko'rsatish (Service)**-nomoddiy tovarlar va xizmatlarni ishlab chiqarish.

¹² <https://uzinterbiz.com/yangi-boshlayotganlar-uchun/nimadan-boshlash-kerak/foydali-biznes-turlari/.html>

• **Yuk tashish va etkazib berish (logistika) (Transportation)**- tovarlarni joylar o'rtasida ko'chirish.

Yukorida sanab o'tilgan tashkilotlar hammasi emas, lekin bu ozgina bo'lsada tashkilot tushunchasini sizlarga oshib beradi degan umiddamiz.

Tashkilot turi, tabiyati va nima maqsadda tashkil etilishi, uning farqli xususiyatlarini 1.3.1.-rasmida ko'rib chiqamiz.



1.3.1-rasm. Tashkilot o'ziga xos xususiyatlari

1.3.1-rasmida aks ettirilgan farqli xususiyatlarga qaramay, har xil turdagi tashkilotlar ko'pincha bir-biri bilan o'xshash muammolarga duch kelishadi. Masalan, ularning ko'pchiligida rag'batlantirilishi kerak bo'lgan xodimlar bo'ladi. Ko'pgina tashkilotlar kelajak uchun strategiyalarni ishlab chiqishlari yoki tranzaktsiyalarning aniq hisobini ta'minlash uchun qanday tizimlarni joriy etish kerakligini ko'rib chiqishlari kerak bo'ladi.

Xulosa qilib aytganda, har xil turdagi tashkilotlar o'rtasida bir qator

asosiy farqlar mavjud. Bu o'z ichiga oladi (lekin cheklangan emas):

Mulk (Ownership)-xususiy sektor tashkilotlari yakka tartibdagi mulkdorlar yoki aktsiyadorlarga tegishli bo'lishi mumkin (tashkilot turiga qarab). Davlat sektori tashkilotlari hukumat tomonidan nazorat qilinadi, kooperativlar esa ularning a'zolariga tegishli bo'ladi.

Maqsadlari (Objectives)-yuqorida aytib o'tilganidek, har bir tashkilot juda boshqacha maqsadlarga ega. Bu ijtimoiy xizmatlarni taqdim etishdan (xayriya tashkilotlari va davlat sektori tashkilotlari uchun) egalarining farovonligini oshirishgacha (foyda olishni istagan tashkilotlar uchun) farq qilishi mumkin.

Faoliyat (Activities)-tashkilot faoliyati uning maqsadlariga erishishga qaratilgan bo'ladi. Bu shuni anglatadiki, tashkiliy faoliyat tashkilotlarning o'zlari kabi xilma-xildir!

Moliyalashtirish manbalari (Sources of funding) -davlat sektori tashkilotlari Markaziy hukumatdan pul olishga intilishadi. Kompaniyalar va kooperativlar kabi xususiy sektor tashkilotlari o'z egalaridan mablag' yig'ishlari kerak bo'ladi. Xayriya tashkilotlari odatda xayriya mablag'lari hisobidan moliyalashtiriladi.

Hajmi (Size)-tashkilotlar hajmi jihatidan yirik transmilliy kompaniyalardan tortib, yakka tartibdagi tadbirkorlarga qadar bir kishidan iborat.

Mas'uliyati (Liability)-yakka tartibdagi tadbirkorlar yoki sheriklik egalari o'z bizneslari tomonidan etkazilgan har qanday zarar uchun javobgardirlar. Kompaniya egalari cheklangan javobgarlikka ega.¹³

Shu bois, tashkilot tushunchasiga uning maqsadi, faoliyat turi va huquqiy maqomi muhim rol o'ynaydi. Bu omillar o'z navbatida tashkilotning kelesidagi strategik maqsadlarini belgilab beradi va eng asosiysi ehtoyojni ta'minlab beradi, aylana ciklning aylanishida lokomotivi bo'lib hisoblanadi.

Tayanch iboralar: biznes, tadbirkorlik, tashkilot, sub'ekt, ijtimoiy mexanizm, xamkorlik, korporatsiya, tamoyillar, kollektiv maqsadlar, ijtimoiy tadbirlar, yakka tartibdagi tadbirkorlar, mikrofirmalar, o'rta

¹³ ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology (BT/FBT) Study Text. Chapter 1. The business organization. KAPLAN PUBLISHING 2021-2022. 2-10 p

tadbirkorlik sub'ektlari, yirik tadbirkorlik sub'ektlari, sheriklik (partnerships), Mas'uliyati cheklangan jamiyatlar (Limited liability companies), Xususiy mas'uliyati cheklangan jamiyatlar (Private limited companies), Jamoaviy Mas'uliyati cheklangan jamiyat (Public limited companies), tijorat tashkilotlari, Notijorat tashkilotlar (Not-for-profit organisations), mulk (ownership), maqsad (objective), faoliyat (activities), mas'uliyati (liability).

Nazorat savollari

1. Biznes bu nima?
2. Buchanan va Huczynski ularning tashkilot xususiyatlarini umumlashtiradigan ta'riflari?
3. Tashkilotlar odamlarga nimalarga imkon beradi?
4. O'zbekistonda biznes sub'ekt turlari va vazifalari?
5. Velokobritaniyada biznes sub'ekt turlari va vazifalari?
6. Notijorat tashkilotlar (Not-for-profit organisations) bu qanday tashkilotlar va uning maqsadi?
7. Davlat sektori tashkilotlari (Public sector organisations)?
8. "plc" nima?
9. LLP nima?
10. Nodavlat tashkilotlar (Non-governmental organizations (NGOs)?
11. Kooperatsiyalar (Co-operatives) bu qanday tashkilotlar?
12. Biznes tashkilot tarmoqlari?
13. Tashkilotlarni farqli xususiyatlari?

Glossariy

Biznes – bu insonning daromad olib, hayot kechiradigan, tirikchilik vosidasidir.

Tashkilotlar – bu jamoaviy maqsadlarga nazorat ostida erishish uchun ijtimoiy mexanizmlardir.

Mikrofirmalar – ta'sischilari (ishtirokchilari) jismoniy shaxslar bo'lgan hamda jami daromadi kalendar yil davomida 1 mlrd so'mgacha bo'lgan tadbirkorlik sub'ektlari;

Kichik korxonalar – jami daromadi kalendar yil davomida 1 mlrd so‘mdan 10 mlrd so‘mgacha bo‘lgan hamda ushbu kichik bandning uchinchi xatboshisidagi ta’sischilari (ishtirokchilari) yuridik shaxslar bo‘lgan tadbirkorlik sub’ektlari;

O‘rta tadbirkorlik sub’ektlari – jami daromadi kalendar yil davomida 10 mlrd so‘mdan 100 mlrd so‘mgacha bo‘lgan tadbirkorlik sub’ektlari;

Yirik tadbirkorlik sub’ektlari – jami daromadi kalendar yil davomida 100 mlrd so‘m va undan yuqori bo‘lgan tadbirkorlik sub’ektlari.

Biznes tarmog'i - bu sizning sohangizdagi mijozlar, hamkorlar va tengdoshlar bilan mazmunli aloqalarni rivojlantirishdir.

II BOB. BIZNES TUZILMA VA UNDA FAOLIYAT YURITAYOTGAN BO‘LIMLARNING ROLI

2.1. Tashkiliy tuzilma va turlari.

2.2. Markazlashgan va markazlashtirilmagan.

2.3. Strategiya darajalari.

2.4. Biznes tashkilotidagi asosiy bo‘limlarning roli va vazifalari.

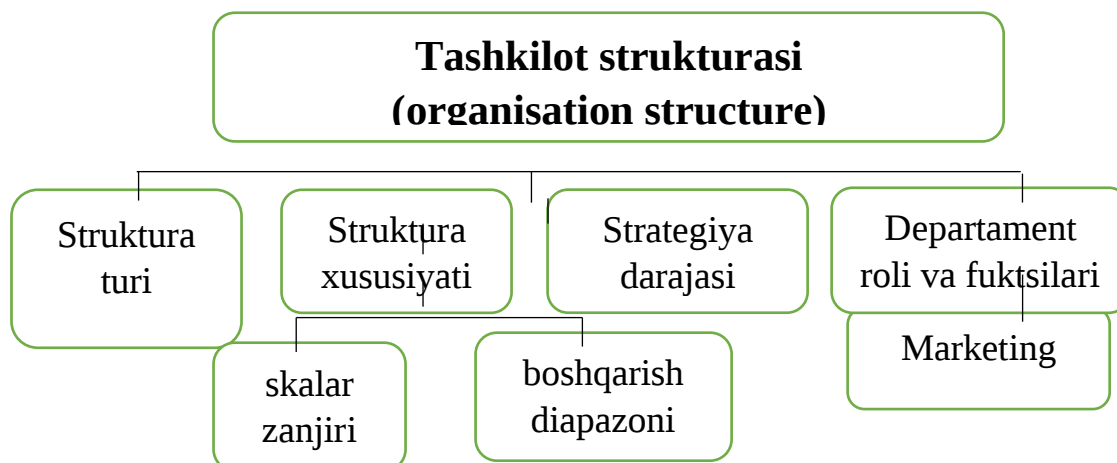
2.1. Tashkiliy tuzilma va turlari.

Biznes sub’ekting tarkibi va strukturasi ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology (BT/FBT) Study Text. Chapter 2. Business organisation and structure. KAPLAN PUBLISHING 2021-2022”da quyidagicha yoritilgan.

Tashkiliy tuzilma ishning qanday taqsimlanishi bilan bog‘liq. Unda tashkilot ichidagi shaxslar va guruhlarining roli va vazifalari yoritilgan.

Tashkilotni tuzishning bir necha mumkin bo‘lgan usullari mavjud. ACCA F2 sertifikat bilan bog‘liq “Business organisation and structure” mavzuga doir imtihonga tayyorgarlik ko‘rish uchun siz ularning har biri bilan tanishishingiz, shuningdek ularning afzalliklari va kamchiliklarini o‘lchashingiz kerak.

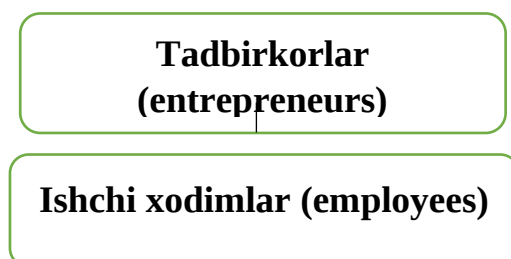
Aksariyat tashkilotlarning tuzilishi vaqt o‘tishi bilan kompaniya o‘sishi bilan o‘zgaradi. Strukturaviy o‘zgarishlarning odatiy sxemasi quyidagicha bo‘ladi (2.1.1.-rasm).



2.1.1.-rasm. Tashkilotning tipik tashkiliy strukturasi.

Tadbirkorlik tuzilmasi (Entrepreneurial structure). Ushbu tuzilma egasi-menejer atrofida qurilgan va rivojlanishning dastlabki bosqichlarida kichik biznesga xosdir (2.1.2.-rasm).

Bu, shuningdek, tadbirkor tashkilot taklif qiladigan mahsulot yoki xizmat haqida maxsus bilimga ega bo'lgan hollarda ham tez-tez uchraydi.



2.1.2.-rasm. Tadbirkorlik tuzilmasi (Entrepreneurial structure).¹⁴

Biznesda tadbirkorlik sub'ektning faoliyat yuritishda afzalliklari va kamchiliklari mavjud. Har bir biznes sektori, uning tuzilishi va faoliyat turiga qarab, biznes sheriklari, aktsiyadorlar, manfaatdor tomonlar va ishchi xodimlar uchun ham biznesdagi afzalliklari va kamchiliklariga ega (2.1.1, 2.1.2.-jadvalga qarang).

2.1.1-jadval

Tadbirkorlik tuzilmalarining afzalliklari va kamchiliklari

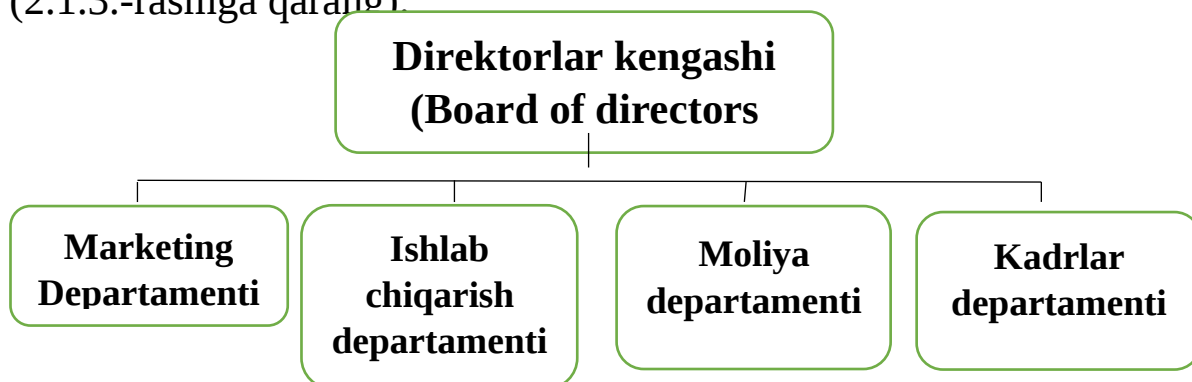
Afzalliklari (Advantages)	Kamchiliklari (Disadvantages)
• Tez qaror qabul qilish. • Bozorga nisbatan sezgirroq munosabatda bo'la olish. • Maqsadga muvofiqlik. • Yaxshi nazorat qila olish imkoniyatiga ega bo'lish. • Ishchi kuchi bilan yaqindan muloqotda bo'lish.	• Karyera tuzilmasining etishmasligi. • Menejer/egasining imkoniyatlariga bog'liq. • Bardosh bera olmaydi diversifikatsiya / o'sish.

¹⁴ ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology (BT/FBT) Study Text. Chapter 2. Business organisation and structure. KAPLAN PUBLISHING 2021-2022. 18 p

2.1.2.-jadval

Afzalliklari (Advantages)	Kamchiliklari (Disadvantages)
• Qarorlarni faqat bitta kishi qabul qiladi - bu tezkor qaror qabul qilishga olib kelishi kerak. • Bozorning har qanday elementi o'zgargandan so'ng, tadbirkor buni tan olishi va tezda harakat qilishi kerak. • Bo'ysunish zanjirining yo'qligi va kichik hajmdagi tashkilotlar tadbirkorning xodimlar va tashkilot ichidagi barcha qarorlar ustidan nazorat qilaolish imkoniyatiga ega ekanligini va bu maqsadlarni yaxshiroq muvofiqlashtirishga olib kelishi	• Ushbu turdagi tuzilma odatda kichik kompaniyalar uchun mos keladi, bu erda xodimlarning hajmi tufayli martabada ko'tarilish imkoni mavjud emas. • Agar tashkilot o'ssadigan bo'lsa, bitta kishi qarorlar hajmining oshishi bilan kurasha olmaydi va hokazolar.

Funksional / idoraviy tuzilma (Functional/departmental structure). Funksional tashkilotlar o'xshash vazifalarni bajaradigan xodimlarni bo'limlarga birlashtiradi. Ushbu turdagi tuzilma ko'pincha tadbirkorlik tuzilmasidan o'sib ketgan tashkilotlarda uchraydi. Bu nisbatan kam mahsulot yoki filiallarga ega bo'lgan va nisbatan barqaror muhitda mavjud bo'lgan kichik tashkilotlar uchun eng mos keladi (2.1.3.-rasmga qarang).



2.1.3.-rasm. Kichik tadbirkorlik tashkilot tuzilmasi¹⁵

¹⁵ ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology

Har bir xodimning biznes yo‘nalishidagi funktsional majburiyatlarini aniq belgilash kerak. Har bir bo‘limni yo‘nalishlar bo‘yicha to‘g‘ri loyihalash va shakllantirish muhimdir. Masalan, moddiy bo‘limning buxgalteri dastlabki hujjatlarni (schyot-faktura, oldi-sotdi shartnomalari, ishonchnoma, nakladnoy, inventarizatsiya ombori boshlig‘ining hisoboti va boshqalar) nazorat qilish kabi funktsional vazifalarni bajarishi kerak. Hisob-kitob bo‘limining buxgalteri funktsional majburiyatlarga xodimlarning ish haqini hisoblash, daromad solig‘ini hisoblash, yagona ijtimoiy to‘lov, kasallik ta‘tilini hisoblash, tug‘ruq varaqalari, ta‘til to‘lovlarini hisoblash va hisoblash va shunga mos ravishda xodimlarning ish haqi to‘g‘risidagi hisobotlarni qonuniy ravishda tuzish kiradi. Kassirning funktsional majburiyati to‘g‘ridan-to‘g‘ri kassa hujjatlari va, albatta, pul mablag‘lari bilan bog‘liq.

Biz yuqorida buxgalteriya apparatining faqat uchta xodimning funktsional vazifalarini ko‘rsatib o‘tdik va har birida ish va funktsional majburiyatlarning tuzilishi bir-biridan farq qiladi, lekin o‘zaro bog‘liqdir. Chunki, oxir-oqibat, tashkilotning yakuniy moliyaviy natijasini aniqlash uchun barcha hisobotlar bosh buxgalter stolida to‘planadi.

Biznes sub’ektlarida departament tashkil etishining afzalliklari va kamchiliklari mavjud 2.1.3., 2.1.4.-jadvalga qarang.

2.1.3.-jadval

Funktsional tuzilmalarning afzalliklari va kamchiliklari¹⁶

Afzalliklari (Advantages)	Kamchiliklari (Disadvantages)
• Vaqtni tejash. • Standartlashtirish. • Mutaxassislar uchun ma’lumot olish uchun qulayik ayratilishi. • Martaba mkoniyatlari.	• Imperiya qurilishi. • Sekinlik. • Funktsiyalar o‘rtasidagi ziddiyatlar. • Diversifikatsiya bilan kurashaolmasligi

(BT/FBT) Study Text. Chapter 2. Business organisation and structure. KAPLAN PUBLISHING 2021-2022. 19 p

¹⁶ ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology (BT/FBT) Study Text. Chapter 2. Business organisation and structure. KAPLAN PUBLISHING 2021-2022. 20 p

2.1.4.-Jadval

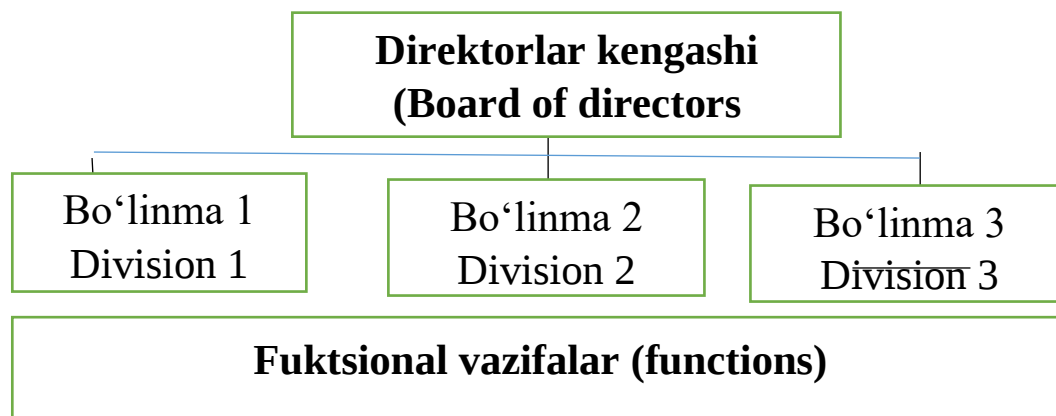
Afzalliklari (Advantages)	Kamchiliklari (Disadvantages)
Kompaniyaning turli bo'limlarida funktsiyalarni takrorlash o'rniga, shunga o'xshash faoliyat guruhlariga bo'linadi, bu esa quyidagilarga olib keladi: - xarajatlarni kamaytirish - mahsulotlarni / tizimlarni standartlashtirish va boshqalar. – shunga o'xshash ko'nikmalarga ega bo'lgan odamlar birlashadilar va shu bilan o'zlarini yolg'iz his qilmaydilar. Katta tashkilot hajmi va funktsiyalarni taqsimlash bilan xodimlar martaba ko'tarilish imkoniyatiga ega – ular ko'tarilishlari mumkin	* Bo'lim rahbarlari o'z vakolatlarini oshirishga qaratilgan qarorlar qabul qilishga harakat qilishlari yoki umuman kompaniya manfaati uchun ishlash o'rniga o'z bo'linmasi manfaati uchun harakat qilishlari mumkin. Bu imperiyaning yaratilishiga va bo'linmalar o'rtasidagi ziddiyatlarga olib keladi. * Uzoqroq bo'ysunish zanjiri tufayli qarorlar sekinroq qabul qilinadi. * Ushbu tuzilish uslubi tez o'sib boradigan va diversifikatsiya qilinadigan tashkilot uchun mos emas. Masalan, bitta tashkilotning ishlab chiqarish bo'limi mutaxassislari, masalan, gaz plitalari va radio qabul qiluvchilarni ishlab chiqarishga dosh berolmasligi mumkin

Bo'lim / ishlab chiqarish tuzilmasi (Divisional/product structure). Bunday tuzilma tashkilot bir nechta bo'linmalarga bo'linganda paydo bo'ladi, ularning har biri mahsulotni avtonom ravishda nazorat qiladi (masalan, avtomobillar va mototsikllar uchun alohida bo'linmalar), geografik bo'lim (masalan, AQSh va Evropa uchun alohida bo'linmalar) yoki hatto mijozlar tomonidan (masalan, korporativ va xususiy mijozlarga xizmat ko'rsatadigan alohida bo'linmalar).

Har bir bo'linma, ehtimol, o'ziga xos bozor segmentida ishlashi uchun zarur bo'lgan barcha bo'limlar bilan funktsional tuzilishga ega bo'ladi.

Bo'limlar, ehtimol, o'zlarining daromadlari, xarajatlari va kapital

qo'yilmalari bilan foyda markazlari sifatida ishlaydi. Har bir bo'linma umuman tashkilotning alohida qismi bo'lib, ko'pincha strategik biznes birligi (strategic business unit (SBU)) deb nomlanadi (2.1.4.-rasmga va 2.1.5., 2.1.6.-jadvallarga qarang).



**2.1.4.-rasm. Bo'lim / ishlab chiqarish tuzilmasi
(Divisional/product structure) funksional vazifalarning
taqsimlanishi**

A Ltd-bu ikki xil mahsulot ishlab chiqaradigan kompaniya: toster mashinalari va televizorlarni. Ushbu mahsulotlarni ishlab chiqarish uchun turli xil tarkibiy qismlar, shuningdek turli xil reklama va savdo turlari talab qilinadi.

Shunday qilib, A Ltd toster birligi va televizor bo'linmasidan tashkil topgan tarkibiy tuzilishga ega. Har bir bo'linmaning o'z savdo, xarid qilish, xodimlarni boshqarish va reklama bo'limlari mavjud.

Biroq, moliya bo'limi hali ham markazlashtirilgan tarzda boshqariladi.

2.1.5.-jadval¹⁷

Afzalliklari (Advantages)	Kamchiliklari (Disadvantages)
O'sishni rag'batlantiradi. Mahsulotlar/bo'linmalar uchun aniq javobgarlik. Bosh menejerlarni tayyorlash. Keyinchalik diversifikatsiya qilish	Potentsial nazoratni yo'qotish. Maqsadlarning nomuvofiqligi. Takrorlash. The mutaxassislar o'zlarini yolg'iz his qilishlari mumkin.

¹⁷ ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology (BT/FBT) Study Text. Chapter 2. Business organisation and structure. KAPLAN PUBLISHING 2021-2022. 21-22 p

uchun moslashish qulayligi. Yuqori menejment strategik masalalarga e'tibor qaratishi mumkin	Markazlashtirilgan xarajatlarni taqsimlash muammoga aylanishi mumkin.
--	---

2.1.6.-Jadval

Afzalliklari (Advantages)	Kamchiliklari (Disadvantages)
Agar tashkilot o'sishni va diversifikatsiyani istasa, funktsional tuzilma bunga dosh berolmaydi, shuning uchun uning o'rniga divizion tuzilmani joriy etish kerak. Agar kompaniya yanada diversifikatsiya qilishni xohlasa, boshqa bo'limga "biriktirish" oson. Va bu mahsulot assortimentining o'sishi va xilma-xilligiga hissa qo'shadi, masalan, qo'shimcha lazzat qo'shish va boshqalar.bozorning boshqa segmentlarini qamrab olish uchun. Bu, o'z navbatida, maxsus jihozlardan foydalanishga yordam beradi. • Kompaniya faoliyatining bo'linmalarga bo'linishi bilan, bu bo'linma rahbarlari o'zlarining mas'uliyat sohasi qayerda ekanligini aniq ko'rishlari mumkinligini anglatishi kerak va bu yuqori rahbariyatga har bir bo'linmaning kundalik faoliyatiga aralashishdan ko'ra strategik masalalarga e'tibor qaratish imkonini berishi kerak. bu bo'linma faoliyati ustidan nazoratning etishmasligiga va maqsadlarning nomuvofiqligiga olib kelishi mumkin. • Asosiy e'tibor mahsulotning	* Lizingga olingan kompaniyalarning aksariyat bo'limlarida buxgalteriya hisobi yoki xodimlarni boshqarish kabi ba'zi funktsiyalar markazlashtirilgan tarzda amalga oshiriladi. Bunday holda, markazlashtirilgan funktsiyaning qiymati, masalan, xodimlarni boshqarish funktsiyasidan foydalanadigan bo'limlarga yuklanishi mumkin. Hisobni to'ldirishni hisoblashning turli usullari mavjud va bo'linma rahbarlari, agar ularning bo'linmasining rentabelligi o'zboshimchalik deb hisoblagan miqdorga kamaysa, shikoyat qilishlari mumkin.

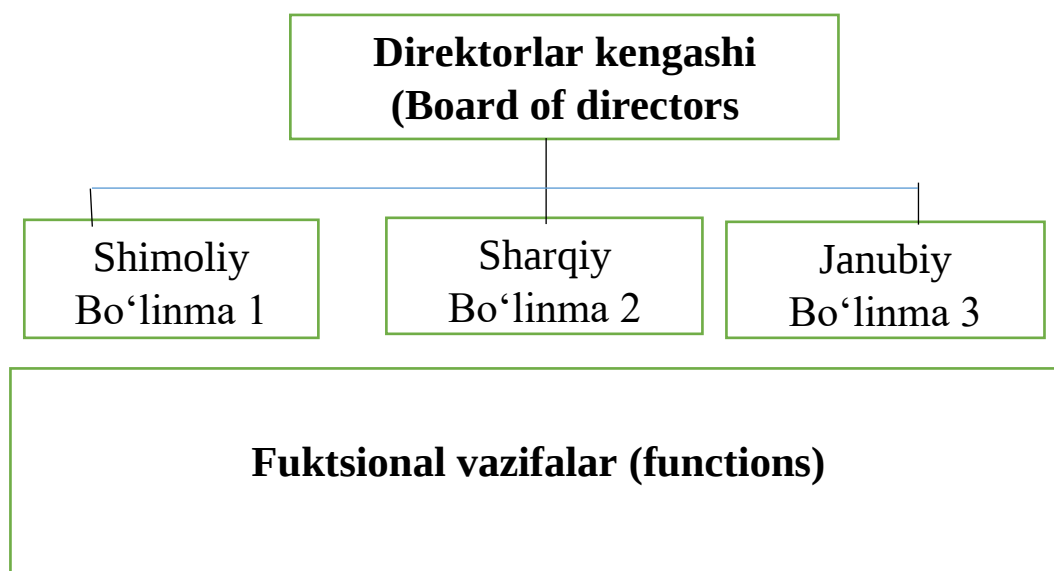
ishlashi va rentabelligiga qaratiladi.

Mahsulot rentabelligi uchun javobgarlikni bo‘linma darajasiga yuklash orqali ular har kuni tezda javob berish va qaror qabul qilish imkoniyatiga ega bo‘ladilar.

Bosh direktorning roli ixtisoslashuvga kamroq bog‘liq. Bu sizga kompaniya faoliyati haqida kengroq tasavvurga ega bo‘lishga imkon beradi.

Geografik tuzilma (Geographically structured). Bunday tuzilma har bir bo‘linma ma’lum bir mintaqada ishlaydi.

Masalan, global kompaniya geografik zonalarga qarab turli bo‘limlarga bo‘linadi. Bir bo‘linma tashkilotning Osiyodagi faoliyati uchun, ikkinchisi Evropadagi faoliyati uchun va uchinchisi Amerikadagi faoliyati uchun javobgar bo‘ladi (2.1.5.-rasmga va 2.1.7.-jadvallarga qarang).



2.1.5.-rasm. Geografik jihatdan tuzilgan (Geographically structured) funktsional vazifalarning taqsimlanishi

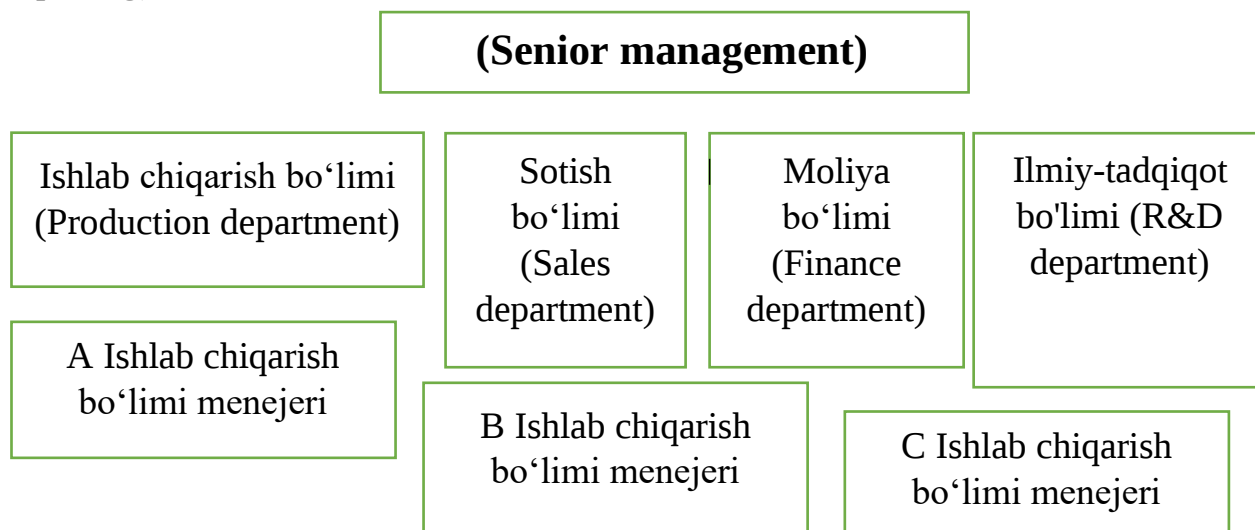
2.1.7.-jadval

Funksional tuzilmalarning afzalliklari va kamchiliklari¹⁸

Afzalliklari (Advantages)	Kamchiliklari
• Geografik o‘rishni ta’minlaydi. • Bu mahalliy darajada qaror qabul qilishga imkon beradi. • Mintaqalar uchun aniq javobgarlik. • Bosh menejerlarni tayyorlash. • Oliy rahbariyat strategik masalalarga e’tibor qaratishi mumkin	Yuqorida ko‘rsatib o‘tilgan bo‘linmalardagi kamchiliklar kabi

Misol uchun, mahsulot V geografik bo‘linma tuzilishi. Mahsulotni ajratish, odatda, mahsulot nisbatan murakkab va kapital uskunalar, malakali operatorlar va boshqalar uchun katta xarajatlarni talab qilganda, masalan, avtomobilsozlik sanoatida geografik bo‘linishdan afzalroqdir.

Matritsa tuzilmasi (Matrix structure). Matritsa tuzilmalari funksional va bo‘linish tuzilmalarining birikmasidir (2.1.6. – rasmga qarang).



2.1.6.-rasm. Ishlab chiqarish bo‘limi tuzilmasi

Matritsa ikkita menejer oldida ikki tomonlama hisobotni talab

¹⁸ ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology (BT/FBT) Study Text. Chapter 2. Business organisation and structure. KAPLAN PUBLISHING 2021-2022. 23 p

qiladi. Masalan, 2.1.6-rasmga qarasangiz. yuqorida, A mahsulotini ishlab chiqaruvchi xodim ishlab chiqarish bo'limi menejeri va A mahsuloti uchun mas'ul menejerga hisobot berishi kerak.

Matritsa tuzilishining maqsadi tuzilma bo'limlari va funktsional vazifalar afzalliklarini birlashtirishdir. Matritsa tuzilmaning afzalliklari va kamchiliklarini 2.1.8, 2.1.9-jadvallarda ko'rib chiqamiz.

2.1.8.-jadval

Matritsa tuzilmaning afzalliklari va kamchiliklari¹⁹

Afzalliklari (Advantages)	Kamchiliklari (Disadvantages)
• Ham funktsional, ham bo'linma tuzilmalarining afzalliklari. • Moslashuvchan. • Mijozlarga yo'naltirish. • Va tajriba almashishni rag'batlantiradi.	• Ikki tomonlama buyruq va nizolar. • Funktsional vakolatlarni taqsimlashda noqulayliklar. • Ko'p vaqtni talab qiladigan majlislar • Yuqori ma'muriy xarajatlar.

2.1.9.-jadval

Matritsa tuzilmaning afzalliklari va kamchiliklari²⁰

Afzalliklari (Advantages)	Kamchiliklari (Disadvantages)
• Bugungi tez o'zgaruvchan sharoitlarda qiyin vaziyatlarda tezkor moslashuvchanlik talab qilinadi. Agar avtomobil ishlab chiqaruvchisi yangi modelni o'ylab chiqish, ishlab chiqarish va bozorga chiqarishni istasa, bu jarayonda tashkilotning aksariyat bo'linmalari	• Matritsa tuzilmasi boshqaruvda qiyinchiliklarni tug'dirishi mumkin. Ular noaniq va bir-biriga zid bo'lishi mumkin. Jamoa a'zosi mahsulot menejeri va funktsional menejer oldida javobgar bo'lishi, chalkashlik va stressga olib

¹⁹ ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology (BT/FBT) Study Text. Chapter 2. Business organisation and structure. KAPLAN PUBLISHING 2021-2022. 24 p

²⁰ ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology (BT/FBT) Study Text. Chapter 2. Business organisation and structure. KAPLAN PUBLISHING 2021-2022. 25 p

ishtirok etadi va maqsadlarga erishish uchun moslashuvchan tizim zarur bo'ladi. Bo'lingan kompaniyada bu vazifalarni amalga oshirish sal qiyinroq bo'ladi, matritsa tuzilmasi esa bu vazifani bajara oladi. • Ishlab chiqarish menejerlari mijozlar bilan ishlayotgan menejerlari bilan almashtirilishi mumkin, bu holda butun jamoa mijozning ehtiyojlarini qondirishga e'tibor qaratadi.	kelishi mumkin. Mojaroni hal qilish uchun ko'p vaqtni talab qiladigan keraksiz majlislarga olib kelishi mumkin, bu esa ma'muriy xarajatlarning oshishiga olib keladi
---	---

Cheksiz tuzilma (Boundaryless structure). Bu tuzilmada yanada moslashuvchan yondashuvni qo'llaydigan zamonaviy tashkiliy dizayn modelni ishlatadi. Chegarasiz tashkilotlar, asosan, bo'ysunish zanjiri yoki rasmiy bo'linmalar bilan cheklanmagan, balki moslashuvchanlikka qaratilgan tuzilgan loyihadir. Chegarasiz tashkilotlar ochiq, virtual va modull turlari mavjud. Bularga quyidagicha qisqacha ta'rif keltirilgan.

Ochiq tashkilotlar o'z funktsiyalarini asosiy (ya'ni strategik ahamiyatga ega) va asosiy bo'lmagan funktsional vazifalarga ajratadilar. Asosiy bo'lmagan toifaga kiradigan har qanday vazifalarni boshqa tashkilotlarga topshiriladi. Misol uchun aytsorsing kabi tashkilotlarga.

Autsorsing-bu shartnoma asosida tashkilotning muayyan bir funktsional vazifalarini yuqori malakali mutahasislar tomonidan bajarish.

Masalan, buxgalterlarni o'qitadigan tashkilot, ish xahi hisoblashni boshqa uchunchi tashkilot tomonidan hisob-kitoblarni amalga oshirishlari uchun morojat qilishlari mumkinn. Talabalarni o'qitish kabi asosiy funktsiyalar esa faqat kompaniya xodimlari tomonidan amalga oshiriladi.

Virtual tashkilotlar (Virtual organisations). Bu tashkilot o'zining ko'plab funktsiyalarini autsorsing kompaniyalariga

topshirganda, lekin ko‘pincha vazifalarni birgalikda amalga oshirishga xarakat qilishadi.

Masalan, ko‘plab onlayn-do‘konlarni virtual kompaniyalar deb hisoblash mumkin. Ularning mahsulotlari ishlab chiqaruvchilardan sotib olinadi, sotiladigan mahsulotlar mijozlarga uchinchi tomon kuryerlari tomonidan etkazib beriladi va hatto ularning veb-saytlari tashqi it mutaxassislari tomonidan xizmat ko‘rsatilishi va joylashtirilishi mumkin.

Umuman olganda, virtual biznesda ushbu turli xil uchinchi tomonlarning ishlarini muvofiqlashtiradigan va shu bilan o‘z mijozlarining ehtiyojlarini qondiradigan kichik Markaziy xodimlar mavjud.

Model tashkilotlar (Modular organisations).Bular chegarasi bo‘lmagan ishlab chiqaruvchi kompaniyalarning namunalari. Faqat o‘z mahsulotingizni yaratish o‘rniga, ular ishlab chiqarish jarayonini modullar yoki komponentlarga ajratadilar. Keyin har bir komponent kompaniya tomonidan ishlab chiqarilishi yoki tashqi etkazib beruvchiga topshirilishi mumkin.

Masalan, uyali telefon ishlab chiqaruvchisi uchinchi tomon ishlab chiqaruvchilariga protsessorlari va ekranlari kabi telefonlari uchun ba’zi asosiy komponentlarni ishlab chiqarish uchun pul to‘lashi mumkin. Keyin ular ishlab chiqaruvchi tomonidan o‘zi ishlab chiqargan boshqa komponentlar bilan birga yig‘iladi. Haddan tashqari holatlarda, barcha tarkibiy qismlarni ishlab chiqarish tashqi manbalarga topshirilishi mumkin, ya’ni kompaniya ularni yakuniy mahsulotini yaratish uchun yig‘adi.²¹

2.2. Makkazlashgan va markazlashtirilmagan.

Tuzilmalarni tahlil qilishning yana bir usuli-qarorlar qabul qilinadigan darajani aniqlash.

- **Markazlashgan tuzilmada** qarorlar qabul qilish vakolatlari tashkiliy ierarxiyaning eng yuqori darajalarida saqlanadi.

²¹ ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology (BT/FBT) Study Text. Chapter 2. Business organisation and structure. KAPLAN PUBLISHING 2021-2022. 27 p

- **Markazlashtirilmagan tuzilmada** javobgarlik qaror qabul qilish vakolatlari bo‘linmalar va quyi darajadagi odamlarga beriladi.

Markazsizlashtirish darajasiga quyidagi omillar ta’sir qiladi:

- * boshqaruv uslubi;
- * menejment/xodimlarning qobiliyatlari;
- * geografik qamrov;
- * tashkilot hajmi / faoliyat ko‘lami.

Markazsizlashtirishning afzalliklari va kamchiliklari quyidagilardan iborat (2.2.1-jadvalga qarang).

2.2.1.-jadval

Markazsizlashtirishning afzalliklari va kamchiliklari²²

Afzalliklari (Advantages)	Kamchiliklari (Disadvantages)
✓ Yuqori boshqaruv apparati strategiyaga o‘z diqqatini qaratishlari mumkin. ✓ Mahalliy mutaxassislar tajribasi orqali joylarda yanada samarali qarorlar qabul qilishi. ✓ Malaka oshirish va martaba o‘shishi orqali motivatsiyani oshirishi. ✓ Bo‘ysunish zanjirini qisqartirish orqali tezkor qayta javob berish /moslashuvchanlikning oshishi.	✓ Yuqori boshqaruv apparati tomonidan nazoratni yo‘qotish. ✓ Maqsadlarning nomuvofiqligi tufayli samarasiz echimlar. ✓ Tajribasiz menejerlar tomonidan qabul qilingan noto‘g‘ri qarorlar. ✓ O‘qish xarajatlari. ✓ Tashkilotdagi funktsional vazifalarning takrorlanishi ✓ Ma’lumot olish uchun qo‘shimcha xarajatlar paydo bo‘lishi.

Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. PART V: Chapter 05 « Business organisation, structure and strategy” qismida markazlashgan va markasizlashtirilgan kabi tushunchalar quyidagicha yoritilgan.

Markazlashgan tashkilot-bu hokimiyat bir joyda to‘plangan

²² ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology (BT/FBT) Study Text. Chapter 2. Business organisation and structure. KAPLAN PUBLISHING 2021-2022. 34 p

tashkilotdir.

Markazlashtirish ikki yo‘l bilan ko‘rib chiqamiz:

(a) Geografiya. Ba’zi funktsiyalar turli idoralarda, bo‘limlarda yoki joylarda tarqoq emas, balki markazlashtirilgan bo‘lishi mumkin.

Masalan, kotibiyatni qo‘llab-quvvatlash va axborotni saqlash (topshirish) mutaxassis bo‘limlarida markazlashtirilishi mumkin (funktsional vazifalarga qarab taqsimlanadi). Xodimlar barcha vazifalarni axborot tizimlari yoki uskunalar orqali bajaradilar.

(b) Hokimiyat. Markazlashtirish, shuningdek, odamlar qarorlarni o‘z rahbarlariga yuqoriga qarab yo‘naltirishlari kerakligini anglatadi. Shuning uchun markazsizlashtirish tashkilotning quyi darajalarida delegatsiya, vakolat va avtonomiyani oshirishni nazarda tutadi.

Markazlashtirish katta nazorat va muvofiqlashtirishni taklif etadi va markazsizlashtirish katta moslashuvchanlikni taklif etadi.

2.2.2.-jadval

Markazlashtirish va markazsizlashtirishning afzalliklari va kamchiliklari ²³

Markazlashtirish	Markazsizlashtirish / delegatsiya
Qarorlar bir nuqtada qabul qilinadi va shuning uchun muvofiqlashtirish osonroq	Ish yuki va stress jihatidan yuqori darajadagi menejerlardan qochadi
Katta menejerlar muammolar va oqibatlarni kengroq ko‘rib chiqishlari mumkin.	Ko‘proq kichik menejerlarning motivatsiyasini yaxshilaydi va ma’suliyatni oshiradi
Katta menejment turli funktsiyalar manfaatlarini muvozanatlashtirishi mumkin masalan, har bir kishiga ajratiladigan resurslar to‘g‘risida qaror qabul qilish orqali	Qaror qabul qiluvchilar tomonidan mahalliy muammolar to‘g‘risida ko‘proq xabardor bo‘lish (geografik jihatdan tarqalgan tashkilotlar ko‘pincha mintaqaviy markazsizlashtiriladi)

²³ Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. PART B: Chapter 05 « Business organisation, structure and strategy» 141 p

Yuqori menejerlarning malakasi va tajribasi tufayli qarorlarning sifati (nazariy jihatdan) yuqori.	Qarorlarni qabul qilishning katta tezligi va o'zgaruvchan voqealarga javob berish, chunki qarorlarni yuqoriga yo'naltirishning hojati yo'qligi. Bu tez o'zgaruvchan bozorlarda ayniqsa muhimdir.
Bu ehtimol, menejerlarga to'lanadigan harajatlarni vazifalar markazlashtirilgan xodimlar tomonidan bajariladi	Kichik menejerlarning ko'nikmalarini rivojlantirishga yordam beradi: boshqaruv vorisligini qo'llab-quvvatlaydi
Inqiroz qarorlari markazda tezroq qabul qilinadi, orqaga qaytishga hojat yo'q.	Javobgarlikning alohida sohalarini aniqlash mumkin: boshqaruv, ishlashni o'lchash va hisobdorlik yaxshiroqdir.
Siyosatlar, protseduralar va hujjatlar butun tashkilot bo'ylab standartlashtirilishi mumkin.	Aloqa texnologiyasi qarorlarni mahalliy darajada qabul qilishga imkon beradi, agar kerak bo'lsa, ma'lumot va bosh ofisdan ma'lumot olinadi.

Markazsizlashtirish ko'proq vakolat va qaror qabul qilishni quyidagi darajalarga topshirishni anglatadi. Bu atama korporatsiyalardan tortib hukumatlarga qadar turli tashkilotlar uchun keng tarqalgan.

Markazsizlashtirish markazlashtirish bilan farq qiladi. Ikkinchisi yuqori darajadagi boshqaruv ostida ko'proq vakolatni ta'kidlaydi. Boshqacha qilib aytganda, qaror qabul qilish yuqori darajadagi menejerlarda to'plangan. Natijada, top-menejerlar yuqori qaror qabul qilish kuchiga ega va delegatsiya kam yoki umuman yo'q.

Qo'l ostidagilarga ko'proq vakolat berish ko'proq motivatsiyani rag'batlantiradi. Xodimlar o'z ishlari to'g'risida qaror qabul qilishda ko'proq ishtirok etadilar. Ular ish sohasidagi muammolar haqida ko'proq bilganliklari sababli, ular tegishli va tezkor qarorlar qabul qilishlari

mumkin.

Ammo, bu ham xavf bilan birga keladi. Takrorlanadigan funktsiyalar va qarorlar kabi muammolar ko'pincha paydo bo'ladi. Bundan tashqari, top-menejerlar o'z qo'l ostidagilar ustidan nazoratni yo'qotishi mumkin.

Markazsizlashtirish kompaniyalar katta bo'lganda muhim ahamiyatga ega. Tashkilotlarni boshqarish yanada murakkablashmoqda. Shunday qilib, faqat top-menejerlarga tayanib qaror qabul qilish deyarli mumkin emas. Og'ir ish yukini yaratishdan tashqari, qarorlar tashkilot uchun samarasiz bo'lishi mumkin.

Masalan, to'g'ri qaror qabul qilishiga qaramay, quyi darajalarda amalga oshirish yomon bo'lishi mumkin. Va top-menejerlar qaror qabul qilish bilan juda band bo'lib, o'z qarorlari bo'ysunuvchilar tomonidan qanday bajarilishini nazorat qilishlari mumkin emas. Natijada, yaxshi qarorlar tashkilotlarda samarasiz, chunki ular yomon amalga oshiriladi.

Markazsizlashtirish muhimligining yana bir sababi-bu ko'proq ma'lumotli qaror qabul qilish. Masalan, kompaniya ko'plab bo'linmalarga ega yoki bir nechta geografik hududlarda ishlaydi. Quyi menejerlar mahalliy sharoitlarni bosh ofis rahbariyatiga qaraganda yaxshiroq tushunishadi. Shunday qilib, ularga vakolat berib, ular to'g'ri va tegishli qarorlar qabul qilishlari mumkin. Bundan tashqari, ular mahalliy hududdagi ishbilarmonlik muhitidagi o'zgarishlarga tezda javob berishlari mumkin.

Markazlashtirish va markazsizlashtirish-bu buyruqlar zanjiridagi turli darajalar o'rtasida qaror qabul qilish va vakolatlarning qay darajada o'tkazilishi. Agar rol yuqori boshqaruvga ko'proq e'tibor qaratilsa, bu markazlashtirishga olib keladi. Aks holda, bu markazsizlashtirishdir.

Yuqori menejerlar muhim qarorlarni qabul qilish vakolatlarini quyi darajalarga topshiradilar. Bu ularni yanada kuchaytirishga qaratilgan amallari. Shunday qilib, ular o'z bo'linmalari to'g'risida faol ravishda tashkil etishlari va qaror qabul qilishlari mumkin. Odatda markazlashtirish quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- Kamroq yuqori boshqaruv nazorati;
- Ko'proq avtonomiya;

- Quyi darajalarda ko‘proq qarorlar;
- Darajalar o‘rtasida ko‘proq taqsimlangan vakolat.

Markazlashtirilmagan hokimiyat hisobdorlikni talab qiladi. Quyi menejerlar markazlashtirilgan tuzilishga qaraganda ko‘proq rollarni bajaradilar. Ular aniq ish joylari to‘g‘risida qaror qabul qilishlari mumkin. Biroq, ularning qarorlari ham kompaniyaning maqsadlari va strategiyalariga mos kelishi kerak. Bundan tashqari, ularning roli uchun ham katta mas'uliyat bor.²⁴

Yuqoridagilardan xulosa qiladigan bo‘lsak, quyidagi xulosalarga kelishimiz mumkin:

Birinchidan, markazlashtirish afzaliklardan biri katta menejerlar bajaradigan vazifalarni markazlashgan ofislar omalga oshiradi, bu xolat esa o‘z navbatida menejerlarga to‘lanadigan ish haqi harajatlarni kamaytiradi.

Ikkinchidan, lekin bugungi kunda tez o‘zgaruvchan bozorlarda tezkor qarorlarni qabul qilish chegaralanadi, bu holat esa tashkilot biznesda raqobatbardoshligining samaradorligi pasayadi.

Uchinchidan, markasizlashtirish ma’lumotlarning aylanishi tezligi yuqori bo‘lishini ta’minlaydi. Bu esa o‘z navbatida biznesda shu vaqtning o‘zida aloqa texnologiyasi qarorlarni mahalliy darajada qabul qilishga imkon beradi, agar kerak bo‘lsa, ma’lumot va bosh ofisdan ma’lumot olinadi.

2.3. Strategiya darajalari.

Tashkilotda boshqaruvning har bir darajasi o‘z funktsiyalari va majburiyatlariga ega bo‘ladi. Bu, ayniqsa, tashkilot uchun kelajak uchun strategiya yoki rejani ishlab chiqishda to‘g‘ri keladi.

Entoni uchburchagi-bu tashkilot ierarxiyasining har bir darajasida amalga oshiriladigan strategik rejalashtirish turlarini tasvirlash uchun ishlatilishi mumkin bo‘lgan model (2.3.1.-rasmga qarang).

2.3.1.-rasmda ko‘rsatib o‘tilgan rejalashtirishning turli darajalarning batavsil tavsifi:

- **Strategik rejalashtirish** yuqori darajadagi rahbarlar

²⁴ <https://penpoin.com/decentralization/>

tomonidan amalga oshiriladi. Bu butun tashkilot uchun uzoq muddatli qarorlar qabul qilishni o'z ichiga oladi.

- **Taktik rejalashtirish** o'rta menejment tomonidan amalga oshiriladi. U odatda ma'lum bo'limlar yoki bo'limlar uchun rejalarni ko'rib chiqadi va resurslardan qanday foydalanishni belgilaydi.

- **Operatsion rejalashtirish** kichik menejerlar va nazoratchilar tomonidan amalga oshiriladi.



STRATEGIYANI REJALASHTIRISH (STRATEGIC PLANNING)

TAKTIK REJALASHTIRISH (TACTICAL PLANNING)

OPERATIV REJALASHTIRISH (OPERATIONAL PLANNING)

2.3.1.-rasm. Entoni uchburchagi.

Bu qisqa muddatli, batafsil va amaliy.

Strategik, taktik va operatsion rejalashtirishga amaliy misol:

Yuqoridagi rejalashtirish darajalari supermarketda quyidagicha qo'llanilishi mumkin:

- Strategik rejalashtirish butun biznes uchun rejalar tuzishni o'z ichiga oladi. Bu do'konlarni qaysi joylarda ochish yoki yopish va investorlardan naqd pul jalb qilish bilan bog'liq bo'lishi mumkin.

- Taktik rejalashtirish-bu supermarketga xos strategiyani ishlab chiqish. Masalan, maxsus takliflar, mahalliy reklama va omborda qanday mahsulotlarni sotib olish kerakligi to'g'risida qarorlar.

- Operatsion rejalashtirish smenalarni tashkil qilish, javonlarni qachon to'ldirish yaxshiroq ekanligi to'g'risida qaror qabul qilish, reklama va yangi xodimlarni jalb qilish kabi amaliy kundalik strategiyalarni o'z ichiga oladi.

E'tibor berishingiz kerak bo'lgan omillardan biri bu

muvaffaqiyatga erishish uchun strategiya darajalari bir-birini qo'llab-quvvatlashi kerakligidir. Agar mijozlarga xizmat ko'rsatishni yaxshilash bo'yicha strategik qaror qabul qilinsa, u har bir do'konda qabul qilingan tegishli taktik qarorlar bilan qo'llab-quvvatlanishi kerak, masalan, qo'shimcha mijozlarga xizmat ko'rsatish xodimlarini yollash uchun do'kon byudjetining katta qismini ajratish. Shunga qaramay, bu faqat operatsion strategiyalar yangi lavozimga eng munosib nomzodlarni tanlagan taqdirdagina muvaffaqiyatli bo'ladi.

Demak biznes yuritishda siz strategiya darajalarini aniqlab, amalga oshirmoqchi bo'layotgan kelajakdagi samaradorlikni oshirish qadamlarni belgilab olishingiz muhim. Ozgina bo'lsada e'toborsiz qabul qilingan strategik qarorlaringiz tashkilot kelajagini poymol etishi mumkin bo'ladi.

2.4. Biznes tashkilotidagi asosiy bo'limlarning roli va vazifalari

Tashkilot tuzilmalarining farqli xususiyatlariga qaramay, ko'p o'xshashliklarga ega. Ulardan biri shuki, ko'plab tashkilotlarda bir xil funktsiyalar va vazifalarni bajaradigan o'xshash asosiy bo'limlar mavjud. Barcha bo'limlar bir biri bilan bog'liq, chunki buxgalteriya operatsiyalarni amalga oshirishda moliyaviy hisobotda ko'rsatilganiga qadar, har bir bo'lim vazifalari bog'langan holda amalga oshiriladi (2.4.1.-rasmga qarang).

2.4.1.-jadval

Biznes sub'ektlarida mavjud bo'limlarning turlari va rollari ²⁵

Bo'lim nomlanishi (Department)	Rollari (Role)	Asosiy tashvishlantiradigan muammolar (Key concerns)
Ilmiy-tadqiqot ishlari bo'limi (Research and development)	☒ Mavjud mahsulotlarni takomillashtirish	☒ Mijozlarning ehtiyojlarini oldindan bilish

²⁵ ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology (BT/FBT) Study Text. Chapter 2. Business organisation and structure. KAPLAN PUBLISHING 2021-2022. 36-37 p

	☒ Yangi mahsulotlarni ishlab chiqish	☒ Yangi g'oyalarni yaratish ☒ Sinovdan o'tkazish - ☒ xarajat
Xarid qilish bo'limi (Purchasing)	☒ Biznesni yuritish uchun zarur bo'lgan tovarlar va xizmatlarni sotib olish	☒ Narx va to'lov shartlari ☒ Sifat ☒ Ombordagi miqdor/ yetkazib berish muddati
Ishlab chiqarish (Production)	☒ Xom ashyoni tayyor mahsulotga aylantirish	☒ Sifat (materiallar va tayyor mahsulotlar) ☒ Xarajatlar ☒ Yo'qotish / samaradorlik ☒ Zaxira miqdori / ishlab chiqarish grafigi
To'g'ridan to'g'ri xizmat ko'rsatish bo'limi (Direct service provision)	☒ Mijozlarga xizmat ko'rsatish (masalan, buxgalteriya xizmatlarni taqdim etish firmasi)	☒ Sifat ☒ Ish vaqtini ko'rsatsdigan tabel/jadval
Marketing	☒ Mijozlarning ehtiyojlarini aniqlash ☒ Bozor tadqiqotlari ☒ Mahsulotni ishlab chiqish ☒ Narxni shakillantirish ☒ Reklama ☒ Tarqatish	☒ Mijozlarning ehtiyojlari ☒ Sifat ☒ Reklama strategiyasi ☒ Tarqatish kanali strategiyasi ☒ Narxlar strategiyasi
Ma'muriyat (Administration)	☒ Ma'muriyat tomonidan qo'llab-quvvatlash	☒ Samaradorlik ☒ Axborotni qayta ishlash

	☒ Tranzaktsiyalarni qayta ishlash	
Moliy bo‘limi (Finance)	☒ Buxgalteriya hisobi ☒ Moliyaviy hisobot ☒ Moliyaviy nazorat ☒ Byudjetni tuzish ☒ Kapitalni jalb qilish	☒ Buxgalteriya hisobining aniqligi va to‘liqligi ☒ Oylik boshqaruv hisoboti ☒ Yillik moliyaviy hisobot

2.4.1.-jadvalda ko‘rsatib o‘tilgan biznes sub’ektlarida bo‘limlarning rollarini ko‘rib chiqadigan bo‘lsak, har bir bo‘limning roli samaradorlikni oshirishga qaratilgan. Faoliyat davomida amalga oshirilgan barcha operatsiyalar natijasini moliya bo‘limi moliyaviy hisobotlarda taqdim etilgan ko‘rsatkichlar asosida tahlil amalga oshiriladi. Byudjetni tuzish, kapitalni jalb qilish, moliyaviy nazoratni amalga oshirish barcha bo‘lim faoliyati bilan uzviy bog‘liq. Har bir bo‘lim roli muhim funktsional vazifalardan tashkil topgan bo‘lib kelajakda korxona rivojlanishida to‘g‘ri iqtisodiy qarorlarni qabul qilishda muhim ahamiyatga ega.

Tayanch iboralar: tuzilma, tadbirkorlik tuzilmasi (Entrepreneurial structure), funktsional / idoraviy tuzilma (Functional/departmental structure), bo‘lim / ishlab chiqarish tuzilmasi (divisional/product structure), geografik tuzilma (geographically structured), matritsa tuzilmasi (matrix structure), Cheksiz tuzilma (Boundaryless structure), Outsourcing, Virtual tashkilotlar (Virtual organisations), Model tashkilotlar (Modular organisations), makkazlashgan, markazlashtirilmagan, Entoni uchburchagi, Ilmiy-tadqiqot ishlari bo‘limi (Research and development), Xarid qilish bo‘limi (Purchasing), Ishlab chiqarish (Production), Marketing, Ma’muriyat (Administration), Moliy bo‘limi (Finance).

Nazorat savollari

1. Tashkiliy tuzilma va turlari?
2. Tadbirkorlik tuzilmasi (Entrepreneurial structure) izohlab bering?
3. Funktsional / idoraviy tuzilma (Functional/departmental structure) izohlang?
4. Bo‘lim / ishlab chiqarish tuzilmasi (Divisional/product structure) izohlang?
5. Geografik tuzilma (Geographically structured) izohlang?
6. Matritsa tuzilmasi (Matrix structure) izohlang?
7. Cheksiz tuzilma (Boundaryless structure) izohlang?
8. Outsourcing bu nima?
9. Markazlashgan tuzilma?
10. Markazlashtirilmagan tuzilma?
11. Strategiya darajalari?
12. Biznes tashkilotidagi asosiy bo‘limlarning roli va vazifalari?

Glossariy

Ochiq tashkilotlar o‘z funktsiyalarini asosiy (ya’ni strategik ahamiyatga ega) va asosiy bo‘lmagan funktsional vazifalarga ajratadilar.

Outsourcing-bu shartnoma asosida tashkilotning muayyan bir funktsional vazifalarini yuqori malakali mutahassislar tomonidan bajarish

Virtual tashkilotlar (Virtual organisations). Bu tashkilot o‘zining ko‘plab funktsiyalarini outsourcing kompaniyalariga topshirganda, lekin ko‘pincha vazifalarni birgalikda amalga oshirishga xarakat qilishadi.

Markazlashgan tuzilma qarorlar qabul qilish vakolatlari tashkiliy ierarxiyaning eng yuqori darajalarida saqlanadi.

Markazlashtirilmagan tuzilma javobgarlik qaror qabul qilish vakolatlari bo‘linmalar va quyi darajadagi odamlarga beriladi.

III BOB. BIZNESDA AXBOROT TEXNOLOGIYALARI

3.1. Ma'lumot tushunchasi va xususiyatlari.

3.2. Axborot texnologiyalardan boshqaruvda foydalanish o'rni va ahamiyati.

3.3. Xalqaro amaliyotda buxgalteriya hisobi uchun dasturlar to'plami.

3.4. Buxgalteriya hisobi uchun "bulutli" havolalar.

3.5. Katta ma'lumotlarning buxgalteriya hisobi va auditdagi ahamiyati.

3.6. Blokcheyn texnologiyasi va uning hisob tizimidagi ahamiyati.

3.7. Kiberxavfsizlik.

3.1. Ma'lumot tushunchasi va xususiyatlari.

ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology (BT/FBT) Study Text. Chapter 4. Information technology and information systems in business. KAPLAN PUBLISHING 2021-2022"da ma'lumot tushunchasi, axborot o'rtasida farqli jihatlari, turlari va xususiyatlari quyidagicha talqin etilgan.

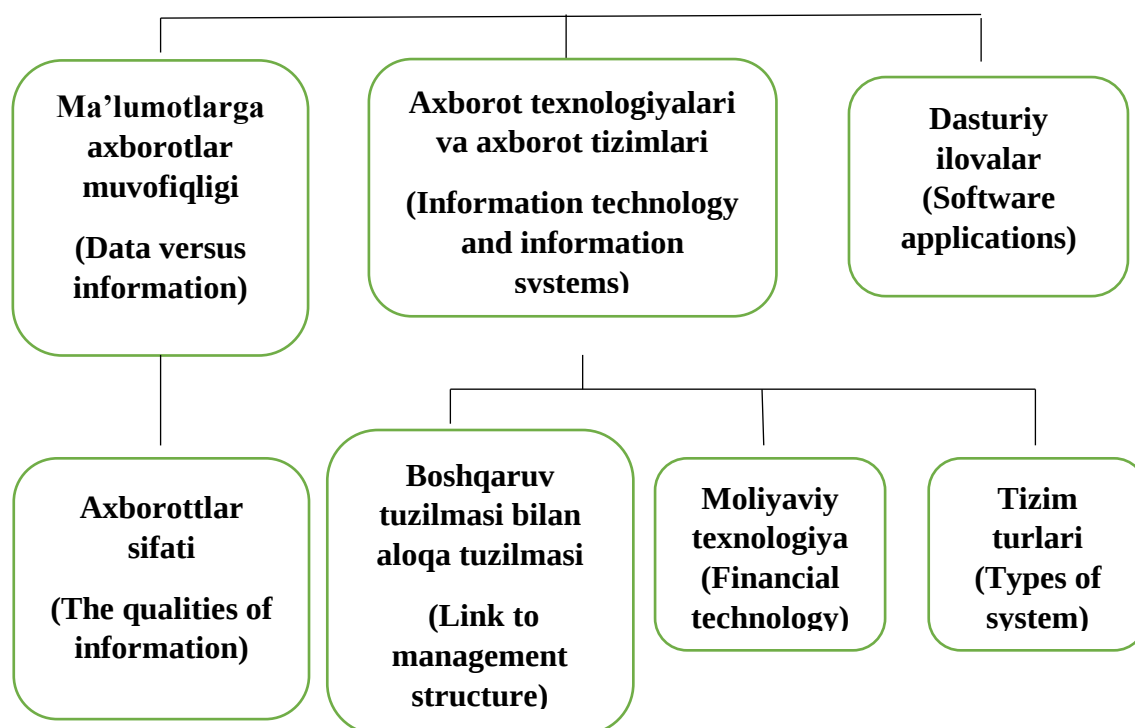
Axborot va ma'lumotlar – bu ikki xil bir-biridan farq qiladigan ma'lumotlar turlari. (Types of data). Ma'lumotlar (data) raqamlar, harflar, belgilar, xom faktlar, hodisalar va operatsiyalardan iborat bo'lib, ular qayd etilgan, ammo hali qaror qabul qilish uchun mos shaklga aylantirilmagan.

Miqdoriy ma'lumotlar (Quantitative data)-bu raqamli ravishda o'lchashga qodir bo'lgan ma'lumotlar, masalan.bitta mahsulot birligini ishlab chiqarish uchun zarur bo'lgan standart ish soatlari.

Sifatli ma'lumotlarni raqamli ravishda o'lchash mumkin emas, lekin ular ishlab chiqarish birligini ishlab chiqarish uchun ishlatiladigan ishchi kuchi darajasi kabi o'ziga xos xususiyatlarni aks ettirishi mumkin.

Ma'lumotlar diskret deb hisoblanadi, agar ular faqat ma'lum belgilangan qiymatlarni qabul qila olsalar, masalan, kuniga avtomobil yuvish orqali o'tadigan transport vositalarining haqiqiy soni 35 bo'lishi

mumkin, ammo 35,3 emas. Holbuki, uzluksiz ma'lumotlar har qanday raqamli qiymatni oladi va biz sakkiz soatlik ish kunida transport vositalarining o'tkazuvchanligini soatiga 4,375, ya'ni 8 soat ichida 35 ta transport vositasi sifatida o'lchashimiz mumkin.



3.1.1.-rasm. Axborot texnologiyalari va tizimlari. (Information technology and systems)²⁶

Ma'lumotlar to'planishi va foydalanuvchi talab qiladigan shaklda umumlashtirilishi kerak.

Birlamchi ma'lumotlar (Primary data) ma'lum bir so'rov uchun to'planadi, masalan, ushbu faoliyat uchun standart vaqtni belgilashda "qo'shimcha qiymat" faoliyatini amalga oshiradigan xodimlarni kuzatish orqali.

Savdo uyushmasi tomonidan bir qator firmalardan to'plangan va savdo assotsiatsiyasi statistikasini o'z ichiga olgan ma'lumotlar ushbu sektorda o'z tergovini olib boradigan firma tomonidan foydalanilganda **ikkinchi darajali (secondary data) ma'lumotlar** bo'ladi.

²⁶ ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology (BT/FBT) Study Text. Chapter 4. Information technology and information systems in business. KAPLAN PUBLISHING 2021-2022". 77-p

Ma'lumotlar (Information)-bu ularni qabul qiladigan odam uchun muhim bo'lgan tarzda qayta ishlangan ma'lumotlar, keyinchalik ular o'z qarorlarini qabul qilish sifatini yaxshilash uchun foydalanishi mumkin.

Ma'lumot tashkilot uchun juda muhim va uning ichida ham, tashqarisida ham talab qilinadi. Menejerlarga ma'lumotlar quyidagilarni amalga oshirish uchun kerak:

- hozirgi va tarixiy yozuvlarni taqdim eting;
- biznesda nima bo'layotganini tahlil qilish;
- qisqa va uzoq muddatda qaror qabul qilish uchun asos yaratish;
- haqiqiy natijalarni rejalar va prognozlar bilan taqqoslash orqali biznes samaradorligini kuzatib boring.

Ushbu ma'lumot turli uchinchi shaxslar tomonidan qo'llaniladi, jumladan:

- aktsiyadorlar yoki egalar-ularning investitsiyalari qanday ishlashini bilishni istaganlar;
- mijozlar va etkazib beruvchilar-biznes qanchalik barqaror ekanligini bilishni istaganlar va ishonchli savdo sherigi bo'la oladimi;
- xodimlar- tashkilotning faoliyati, ish xavfsizligi va ish haqiga qanday ta'sir qilishidan manfaatdor bo'lganlar tomonidan davlat idoralari, masalan, soliq organlari.

Yirik tashkilotning moliya bo'limining yigirma beshta xodimi hisoblash muhandisligi bo'yicha kirish kursini o'tashdi. Kurs oxiridagi test natijasi quyida ko'rsatilgan baholar edi. Ballar mumkin bo'lgan 50 balldan, o'tish ballari esa 50 balldan 20 ballni tashkil etdi (3.1.1.-jadvalga qarang).

Hozircha bu ma'lumotlar shunchaki foydasiz. Unga ma'no berish uchun biz uni qayta ishlashimiz va uni ma'lumotga aylantirishimiz kerak.

Aslida, bu ma'lumotlarni ma'lumotga aylantirishning ko'plab usullari mavjud. Masalan, biz baho olgan talabalarning foizini hisoblashimiz mumkin. Bunday holda, 25 yoki 76% dan 19 nafar xodim imtihon topshirdi.

3.1.1.-jadval

**Kompyuter texnologiyalari kursining imtihonida
talabalarning to'plangan ballari**

12	19	8	21	32
25	34	22	30	20
43	21	16	45	32
27	38	39	21	18
33	11	28	26	27

Shu bilan bir qatorda, batafsilroq ma'lumot uchun biz chastota taqsimotini yaratishimiz mumkin (3.1.2.-jadval).

3.1.2.-jadval

Olingan baho (Marks obtained)	Chastotasi (Frequency)
0-9	1
10-19	5
20-29	10
30-39	7
40+	2

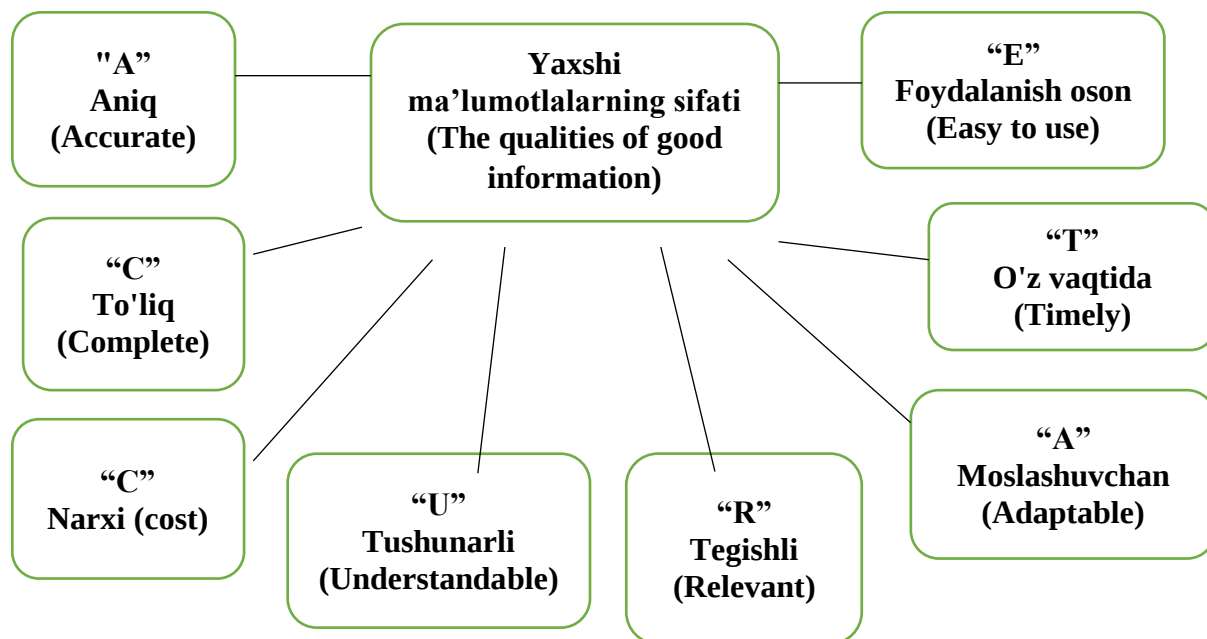
Ushbu jadvalda testdan o'tgan 19 nafar xodim (20+ ga yetgan) sinfnining eng yaxshi 3 oralig'ida, o'tmaganlar – 6 nafar xodim – eng past ikki oraliqda ekanligi ko'rsatilgan.

Ma'lumotlar qanday qayta ishlangan bo'lsa ham, biz ulardan asosiy qarorlarni qabul qilish uchun foydalanishimiz mumkin. Masalan, biz ushbu natijalarni boshqa sinflar bilan taqqoslashimiz va u bilan bog'liq muammolar mavjudligini aniqlashimiz mumkin.

Ma'lumot biznes uchun juda muhim bo'lganligi sababli, biznes faqat ishonchli ma'lumotlarga tayanishi juda muhimdir.

"Yaxshi" ma'lumotlar qaror qabul qilish jarayonida yordam beradi, qabul qiluvchi uchun foydalidir va unga ishonish mumkin.

"Yaxshi" bo'lish uchun ma'lumot quyidagi xususiyatlarga ega bo'lishi kerak (buni ACCURATE qisqartmasi yordamida eslab qolishingiz mumkin) (3.1.2.-rasmga qarang).



3.1.2.-rasm. Yaxshi ma'lumotlarning sifati. (The qualities of good information)²⁷

Yuqoridagi ma'lumotlarga asoslanib, 3.1.2-rasmda ko'rsatilgan axborot tizimlari haqida ma'lumot har xil va har xil foydalanish va miqyosda bo'lishi mumkin deb aytishimiz mumkin. Ammo har qanday holatda ham ma'lumotlar aniq, to'liq, ishonchli, arzon, tushunarli, o'z vaqtida va albatta yuqori sifatli bo'lishi kerak. Ma'lumot xavfsiz va bir vaqtning o'zida foydalanish oson bo'lishi kerak. Asosan, axborot tizimi kelajakda yoki hozirgi vaqtda ma'lum bir biznes tuzilmasiga nima kerakligini tez va o'z vaqtida aniqlashga yordam beradi.

3.2. Axborot texnologiyalardan boshqaruvda foydalanish o'rni va ahamiyati.

Zamonaviy biznes dunyosida ko'plab tashkilotlar katta hajmdagi ma'lumotlar va ma'lumotlarni saqlaydi va qayta ishlaydi. Qo'lda bu amaliy bo'lmaydi, shuning uchun ular kerakli ishlov berish va saqlash operatsiyalarini bajarish uchun avtomatlashtirilgan tizimlarga tayanadilar.

Axborot tizimlari (IS) tashkilot faoliyatini qo'llab-quvvatlash

²⁷ ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology (BT/FT) Study Text. Chapter 4. Information technology and information systems in business. KAPLAN PUBLISHING 2021-2022". 80-p

uchun ma'lumotlarni boshqarish va taqdim etishni anglatadi.

ACCA Imtihonga tayyorgarlik ko'rishda bilishingiz kerak bo'lgan beshta asosiy axborot tizimlari mavjud va biz ularni tez orada batafsil ko'rib chiqamiz.

Axborot texnologiyalari (IT) ma'lumotlarni yig'ish, saqlash, uzatish yoki taqdim etish bilan bog'liq har qanday uskunani tavsiflaydi.

Oddiy qilib aytganda, bu axborot tizimlarini boshqaradigan apparat infratuzilmasi.

Bunga tashkilot tomonidan ishlatiladigan ish stollaridagi kompyuterlari, noutbuklar, serverlar, printerlar va qattiq disklar kiradi.

Biznes qarorlarni tezkor qabul qilishda so'ngi yil internet ma'lumotlariga ko'ra eng ko'p qo'llaniladigan quyidagi axborot texnologiyalardan foydalanilmoqda. Bularga:

1. Tranzaktsiyalarni Qayta Ishlash Tizimi (Transaction Processing System);
2. Boshqaruv Axborot Tizimi (Management Information System);
3. Qarorlarni Qo'llab-Quvvatlash Tizimlari (Decision Support Systems);
4. Mutaxassislar Tizimi (Expert System);
5. Ofisni Avtomatlashtirish Tizimi (Office Automation System);
6. Bilimlarni Boshqarish Tizimlari (Knowledge Management Systems).

Bularni barchasini keyingi paragrafimizda batafsil o'rganamiz.

ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology (BT/FBT) Study Text. Chapter 4. Information technology and information systems in business. KAPLAN PUBLISHING 2021-2022”da quyidagi boshqaruvda qo'llaniladigan axborot tizimlarining turlarini misol qilib keltirib o'tilgan.

Boshqaruv tuzilishi va axborot talablari (Management structure and information requirements)

Boshqaruvning uchta darajasi mavjud – strategik, taktik va operatsion.

Har bir daraja tashkilot ichida har xil turdagi strategiyalarni

yaratadi va shuning uchun har xil turdagi ma'lumotlarga muhtoj.

Boshqaruvning strategik darajasi (The strategic level of management) tashkilotning uzoq muddatli strategiyalarini rejalashtirish uchun ichki va tashqi manbalardan ma'lumotlarni talab qiladi. Ichki ma'lumotlar – ham miqdoriy, ham sifat jihatidan – odatda umumlashtirilgan shaklda, ko'pincha bir martalik asosda taqdim etiladi.

Taktik boshqaruv (The tactical level of management) qatlami strategik boshqaruv darajasidan ma'lumot va ko'rsatmalarni, shuningdek operatsion boshqaruv darajasidan muntazam va miqdoriy ma'lumotlarni talab qiladi. Ma'lumotlar umumlashtirilgan shaklda taqdim etiladi, ammo resurslar va ishchi kuchini taktik rejalashtirishni amalga oshirish uchun etarlicha batafsil.

Operatsion boshqaruv (The operational level of management) qatlami taktik boshqaruv darajasidan ma'lumot va ko'rsatmalarni talab qiladi. Operatsion darajasi, birinchi navbatda, kundalik vazifalarni bajarish bilan bog'liq va ma'lumotlarning aksariyati ichki manbalardan olinadi. Ma'lumotlar batafsil va aniq bo'lishi kerak.

Tashkilotda asosiy jihozlardan foydalanish bilan bog'liq misolni ko'rib chiqamiz:

Operatsion ma'lumotlar joriy haftadagi xarajatlar markazining ma'lum bir davrda ishlatilgan foizlarni belgilash to'g'risidagi hisobotini o'z ichiga oladi.

Taktik ma'lumotlar 12 oylik qisqa muddatli byudjetni o'z ichiga olishi va har bir jihoz uchun mashina soatlari bo'yicha byudjetdan foydalanishni aks ettirishi mumkin. Mashina soatlarining umumiy soni ma'lum bir davr uchun ishlab chiqarish byudjeti asosida aniqlanadi.

Strategik ma'lumotlar kompaniyaning bozor ulushi bo'yicha uzoq muddatli strategiyasini nazarda tutadi, bu esa o'z navbatida ishlab chiqarish rejasini belgilaydi. Ushbu reja uzoq muddatda kapital uskunalariga talab qilinadigan investitsiyalar darajasini aniqlash uchun ishlatiladi. Bu jarayon, shuningdek, yangi texnika va texnologiyalarni

o'rganishga olib keladi.²⁸

3.3. Xalqaro amaliyotda buxgalteriya hisobi uchun dasturlar to'plami.

Har bir darajadagi menejerlar har xil turdagi ma'lumotlarga muhtoj bo'lganligi sababli, ularni taqdim etish uchun ularga turli xil axborot tizimlari kerak bo'ladi (3.3.1.-rasmga qarang).

Tranzaktsiyalarni qayta ishlash tizimi (Transaction processing system (TPS))- TPS tashkilotning barcha kundalik operatsiyalarini qayd qiladi va ularni muntazam ravishda hisobot berish uchun umumlashtiradi.

Tranzaktsiyalarni qayta ishlash tizimlari asosan operatsion menejerlar tomonidan asosiy qarorlarni qabul qilish uchun ishlatiladi.

Bunga misollar kiradi:

- Savdo/marketing tizimlari-savdo bitimlarini ro'yxatdan o'tkazish va taqdim etish;
- marketing va reklama tadbirlari haqida batafsil ma'lumot;
- Ishlab chiqarish ishlab chiqarish tizimlari-sotib olish qismlarini ro'yxatdan o'tkazish, tovarlarni ishlab chiqarish va jo'natish;

Moliyaviy va buxgalteriya tizimlari-tashkilotda moliyaviy ma'lumotlarni saqlash.

TPS kitob do'konidagi savdolarni hisobga olish uchun ishlatilishi mumkin. Har bir kunning oxirida u har bir turdagi qancha kitob sotilganligi haqida qisqacha ma'lumot beradi.

Bu operatsion menejerlarga etkazib beruvchilardan qaysi kitoblarni buyurtma qilishlari kerakligini va zaxiralarini to'ldirish uchun qancha kitob sotib olishlari kerakligini hal qilishga imkon beradi.

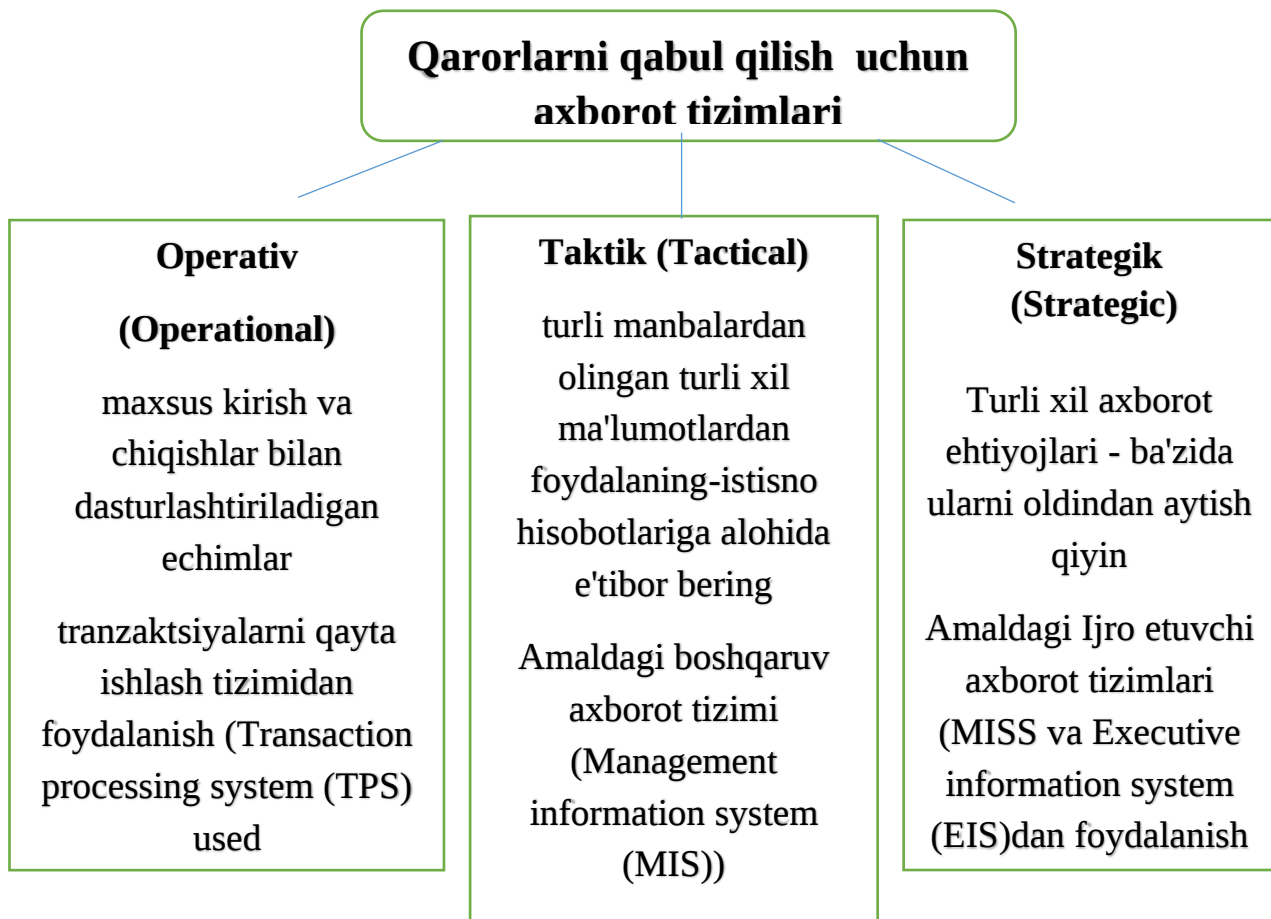
Management information systems (MIS). Boshqaruv axborot tizimlari ma'lumotlarni TPS-dan taktik menejerlar uchun ma'lumotlarga aylantiradi. Ushbu ma'lumotlar ularga ish samaradorligini nazorat qilish, muvofiqlashtirishni qo'llab-quvvatlash va tashkilot faoliyati to'g'risida

²⁸ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology (BT/FBT) Study Text. Chapter 4. Information technology and information systems in business. KAPLAN PUBLISHING 2021-2022" 81-p

ma'lumot berish uchun mo'ljallangan.

MIS biznes samaradorligini tarixiy va joriy tahlil qilish, shuningdek, kelajakdagi operatsiyalar bo'yicha bashorat qilish uchun ishlatiladi. Milliy avtosalonlar tarmog'ini boshqaradigan kompaniya ishlashni o'lchash uchun misdan foydalanishi mumkin. MIS savdo bo'yicha maslahatlar ma'lumotlaridan quyidagi hisobotlarni yaratish uchun foydalanishi mumkin:

- har bir avtomobil turi bo'yicha umumiy savdo hajmi;
- har bir sotuvchi tomonidan amalga oshirilgan umumiy savdo hajmi;
- ko'rgazma zallari yoki geografik hududlar bo'yicha umumiy savdo hajmi.



3.3.1-rasm. Qarorlarni qabul qilish uchun axborot tizimlari (Informations systems to support decision making)²⁹

²⁹ ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology (BT/FBT) Study Text. Chapter 4. Information technology and information systems in business. KAPLAN PUBLISHING 2021-2022" 82-p

Ushbu ma'lumotlar nazorat va ish faoliyatini baholash uchun juda foydali bo'lishi mumkin.

Qarorlarni qabul qilish tizimlari (Decision support systems (DSS)). DSS - bu qaror qabul qiluvchilarga qaror qabul qilishga ta'sir qilishi mumkin bo'lgan yuqori darajadagi noaniqlik yoki noma'lum omillar mavjud bo'lganda yarim yoki tuzilmagan qarorlar qabul qilishda yordam beradigan kompyuter tizimi. DSS tashkilotning ichki ma'lumotlariga (TPS-dan) va tashqi ma'lumotlarga (bozor, iqtisodiy o'sish va boshqalar) tayanadi.

ADSS tashkilot talablariga moslashtiriladi.

Crabtree supermarketlar tarmog'i o'z mahsulotlarini onlayn sotishni boshlashni rejalashtirmoqda, ammo bu tashkilotga mos keladimi yoki yo'qmi, aniq emas.

DSS o'zi Crabtrees haqida ma'lumot to'playdi-u onlayn sotishni boshlash uchun resurslarga egami?

Shuningdek, u onlayn oziq-ovqat bozori haqida ma'lumot beradi, masalan, bozor hajmi va raqobatchilari kim.

Keyin DSS ushbu ma'lumotni tushunarli shaklda taqdim etadi va Crabtree rahbariyatiga qaror qabul qilishga yordam beradi.

Ijro etuvchi axborot tizimlari (Executive information systems (EIS)). Ushbu tizimlar strategik menejerlarga biznes bo'ylab ma'lumotlarga, shuningdek tashqi muhitdan tegishli ma'lumotlarga moslashuvchan kirish imkoniyatini beradi.

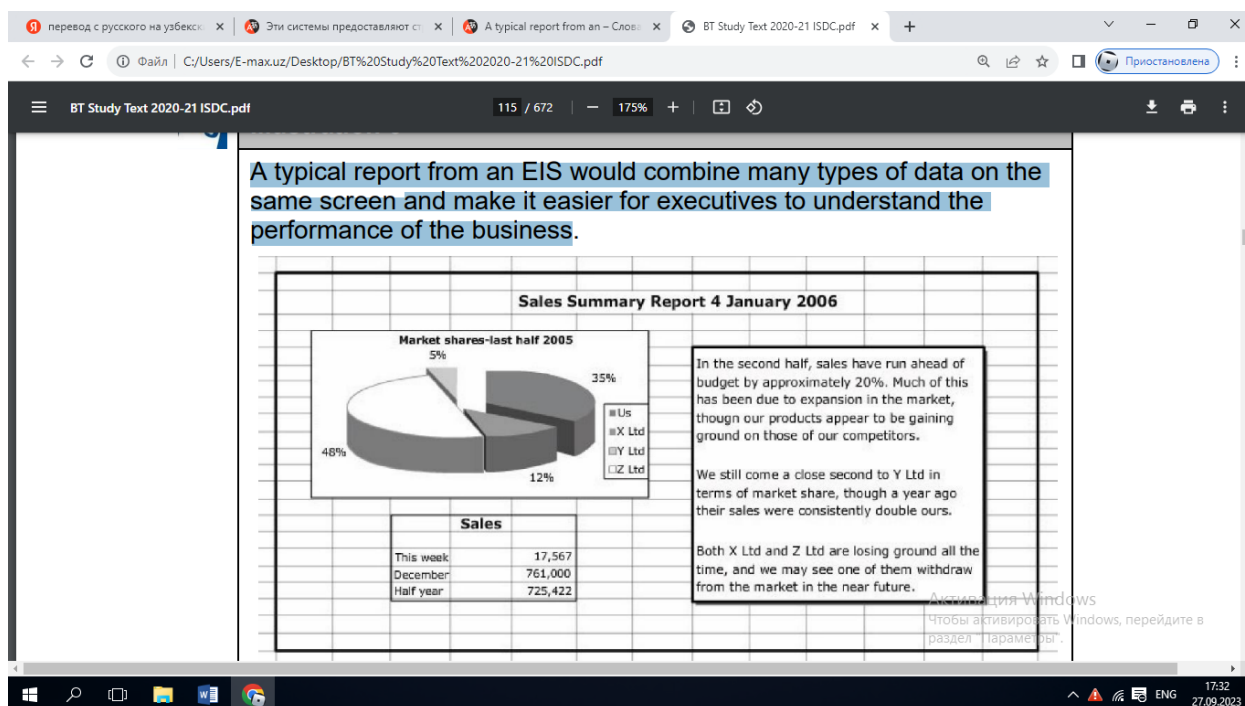
EIS yuqori menejmentga o'z ma'lumotlarini foydali, umumlashtirilgan hisobotlarga aylantirish orqali butun biznesni osonlikcha modellashtirishga imkon beradi.

Keyinchalik bu ma'lumotlar asosiy xodimlarga osongina tarqatilishi mumkin.

Oddiy hisobot men bir xil ekranda ko'plab ma'lumotlar turlarini birlashtirib menejerlarga biznes samaradorligini tushunishni osonlashtiradigan quyidagi hisobotlarni taqdim qilar edim.

Ekspert tizimlari (Expert systems (ES)). Ekspert tizimlari maxsus (ekspert) bilimlarni o'z ichiga oladi va mutaxassis bo'lmaganlarga tizimdan ma'lumot, maslahat va tavsiya etilgan

echimlarni so‘rashga imkon beradi.



Bu oddiy axborot tizimlari ierarxiasining bir qismi emas va tashkilotning barcha darajalaridagi xodimlar tomonidan qo‘llaniladi.

Ekspert tizimlari texnik yoki murakkab sohalarda keng qo‘llaniladi, masalan:

- qonun doirasida (masalan, mulkni topshirish to‘g‘risida)
- soliq (masalan, shaxsiy soliq hisob-kitoblari)
- bank operatsiyalari (masalan, kredit berish)
- tibbiyot (masalan, simptomlarni tashxis qo‘yish).

Buxgalter mijozning shaxsiy soliq majburiyatlarini hisoblash uchun ES dan foydalanishi mumkin.

Buxgalter mijozning holati to‘g‘risida tegishli ma’lumotlarni kiritadi. Keyin ES jismoniy shaxslarga soliq solish bilan bog‘liq qoidalar va qoidalar ma’lumotlar bazasiga kirish huquqiga ega bo‘ladi, mijozga qanday qoidalar qo‘llanilishini hal qiladi va keyin soliq majburiyatini hisoblash uchun foydalanadi.³⁰

³⁰ ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology (BT/FBT) Study Text. Chapter 4. Information technology and information systems in business. KAPLAN PUBLISHING 2021-2022” 83-86 p

3.4. Buxgalteriya hisobi uchun “bulutli” havolalar.

“Bulutli” havolalar (Cloud computing) - bu internetga asoslangan hisoblash. Bu jismoniy kompyuterlarda saqlanadigan dasturiy ta'minot, ilovalar, serverlar va xizmatlarga bo'lgan ehtiyojni oldini oladi.

Buning o'rniga, u ushbu ma'lumotlarni Internetda saqlaydigan va vakolatli foydalanuvchilarga kirishni ta'minlaydigan bulutli xizmat ko'rsatuvchi provayderlarda saqlaydi.

Buxgalteriya hisobi uchun “bulutli” havolalar (Cloud computing accounting software). Bulutli hisoblash buxgalteriya dasturi-bu uzoq serverlarda joylashgan buxgalteriya dasturi. Bulutli buxgalteriya dasturi boshqa barcha bulutli dasturlar singari ishlaydi. Ma'lumot har doim mavjud bo'ladigan tarzda saqlanganligi sababli, foydalanuvchilar Internetga ulangan sayyoradagi istalgan kompyuterga kirishlari va buxgalteriya hisobini yuritishlari mumkin.

Bulutli hisoblash uchun buxgalteriya dasturidan foydalanish shuni anglatadiki, biznes dasturiy ta'minot uchun pul to'lashi, o'rnatishi, boshqarishi yoki alohida kompyuterlarda himoya qilishi shart emas.

Bulutli hisoblashning tashkilot uchun afzalliklari (Benefits of cloud computing to the organisation):

- **Ma'lumotlarni saqlash va almashish (Store and share data)** – bulutli xizmatlar ko'pincha an'anaviy mahalliy jismoniy disklarga qaraganda ko'proq ma'lumotlarni saqlashi mumkin va bu ma'lumotlarni almashish osonroq (jismoniy joylashuvidan qat'i nazar).
- **Talab bo'yicha o'z - o'ziga xizmat ko'rsatish (On-demand self-service)**-foydalanuvchilar talab bo'yicha texnologiyaga kirishlari mumkin. Masalan, har safar iTunes yoki Play Store-dan dasturni yuklab olganingizda, uni saqlanadigan bulut xizmatidan yuklab olasiz.
- **Moslashuvchanlik (Flexibility)**-ish yanada moslashuvchan tarzda amalga oshirilishi mumkin, chunki xodimlar endi kerakli ma'lumotlarga kirish uchun ish tarmoqlari yoki jihozlariga "ulanishi" shart emas.
- **Birgalikda ishlash (Collaboration)**-bulut xodimlarning

yanada samarali o‘zaro ta’siriga hissa qo‘shadi – hujjatlar, rejalar va boshqalar bilan. bir vaqtning o‘zida turli xil foydalanuvchilar ishlashi mumkin.

- **Raqobatbardoshroq (More competitive)**-kichik firmalar katta moliyaviy investitsiyalarsiz faqat eng yirik tashkilotlar uchun mavjud bo‘lgan texnologiya va xizmatlardan foydalanishlari mumkin. Bu kichik tashkilotlarga katta raqobatchilar bilan yaxshiroq raqobatlashishga imkon berishi mumkin.

- **Soddalashtirilgan masshtablashtirish (Easier scaling)** - bulutli xizmatlar hajmi, vakolatli foydalanuvchilar soni va boshqalar bo‘yicha yuqori darajadagi moslashuvchanlikni ta’minlaydi.bu shuni anglatadiki, xizmat biznes o‘sishi bilan kengayishi mumkin va korxonalarga ancha oson kengayish imkonini beradi.

- **Qisqartirilgan texnik xizmat ko‘rsatish (Reduced maintenance)**– tashkilot tomonidan it xizmatlarini (xavfsizlik yoki dasturiy ta’minot) muntazam ravishda texnik xizmat ko‘rsatish va yangilashga ehtiyoj qolmaydi; bulutli xizmat ko‘rsatuvchi provayder bu haqda g'amxo‘rlik qiladi.

- **Zaxira nusxalari (Back-ups)**-ular ma’lumotlarning zaxira nusxasini yaratish uchun ishlatilishi mumkin. Bu qo‘shimcha xavfsizlik qatlamini qo‘shadi va ma’lumotlarning zaxira nusxalarini saqlash uchun jismoniy qurilmalarga bo‘lgan ehtiyojni yo‘q qiladi.

- **Favqulotda vaziyatlarni tiklash (Disaster recovery)** – bu tabiiy ofatlarni tiklashga ham yordam berishi mumkinligini anglatadi. Bulutli texnologiyalardan foydalanish uni tezroq va arzonroq qiladi.

- **Sifatli xavfsizlik (Better security)** - bulut ma’lumotlar xavfsizligini oshirishi mumkin. Misol uchun, agar xodim o‘tmishda nozik ma’lumotlarga ega noutbukni yo‘qotgan bo‘lsa, bu tashkilot xavfsizligi uchun yuqori xavfli hodisa bo‘ladi. Ma’lumotlarni bulutda saqlash uskunalar bilan bog‘liq xavflarni kamaytirishi kerak.³¹

³¹ ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology (BT/GBT) Study Text. Chapter 4. Information technology and information systems in business. KAPLAN PUBLISHING 2021-2022” 90-91 p

3.5. Katta ma'lumotlarning buxgalteriya hisobi va auditdagi ahamiyati.

Katta ma'lumot (Big data) -bu ma'lumotlar to'plamining atamasi bo'lib, u shunchalik kattaki, uni an'anaviy ma'lumotlar bazalari va ma'lumotlarni qayta ishlash ilovalari yordamida saqlash va qayta ishlash qiyinlashadi.

Katta ma'lumotlar ko'pincha moliyaviy ma'lumlardan ko'proq narsani o'z ichiga oladi va ko'pincha tuzilmagan boshqa tashkiliy ma'lumotlarni (ichki va tashqi) o'z ichiga olishi mumkin.

Katta ma'lumotlar tizimlariga kiritilgan ma'lumotlarga misollar quyidagilarni o'z ichiga olishi mumkin:

- ijtimoiy tarmoqlardan trafik;
- veb - server jurnallari;
- oqimli audio kontent;
- bank operatsiyalari;
- veb-sahifalar tarixi va ularning mazmuni;
- hukumat hujjatlari;
- moliyaviy bozor ma'lumotlari.

An'anaga ko'ra, korxonalar turli xil manbalardan dolzarb masalalar bo'yicha tuzilgan ma'lumotlarni to'plashdi va ularni ma'lumotlar bazasiga yoki ma'lumotlar omboriga joylashtirdilar.

Dunyo raqamli tizimga tobora ko'proq o'tayotganligi sababli (va ayniqsa Internetning rivojlanishi tufayli), tashkilot va uning atrof-muhitiga tegishli deyarli barcha ma'lumotlar elektron shaklda saqlanishi mumkin.

Elektron o'zaro ta'sirlar natijasida hosil bo'lgan tuzilmagan ma'lumotlar hajmi sezilarli darajada oshdi – elektron pochta, onlayn-do'konlar, matnli xabarlar, ijtimoiy tarmoq saytlari, shuningdek ma'lumotlarni to'playdigan va uzatadigan turli xil elektron qurilmalar (masalan, smartfonlar). Darhaqiqat, so'nggi bir necha yil ichida zamonaviy dunyodagi ma'lumotlarning taxminan 90% tashkil etilganligi taxmin qilinmoqda.

Shunday qilib, korxonalar saqlashi va so'rov o'tkazishi kerak bo'lgan ma'lumotlar miqdori eksponensial sur'atlarda o'sib boradi va ulardan maksimal darajada foydalanish uchun yangi vositalar va usullarni talab qiladi.

Misol uchun, Ford Hybrid Fusion avtomobilining zamonaviy modeli (gibrid benzin/elektr dvigateli bilan) soatiga 25 GB gacha ma'lumot ishlab chiqaradi va kompaniya o'n baravar ko'proq ma'lumot ishlab chiqaradigan avtomobillar bilan tajriba o'tkazmoqda. Ushbu ma'lumotlardan ko'p maqsadlarda foydalanish mumkin, jumladan:

- Kelgusi 50 yil ichida butun dunyo bo'ylab yo'llarda avtomobillar parki tomonidan ishlab chiqarilgan CO2 emissiyasini bashorat qiluvchi kompyuter modeli ishlab chiqildi. Bu Fordga yoqilg'i tejash talablari va atrof-muhitni hisobga olishni muvozanatlashda yordam beradi.

- Matematik modellar Ford Auto Start-Stop kabi yangi funksiyalarni ishlab chiqishga olib kelgan texnologiya xaritasini ishlab chiqishda yordam berish uchun millionlab mumkin bo'lgan avtomobil kombinatsiyalarini tahlil qiladi.

- Ford tadqiqotchilari Ford Fleet Purchase Planner kabi maxsus vositalarni ishlab chiqdilar, ular avtomobil parki mijozlarining ehtiyojlarini tahlil qiladi va ularning optimal avtomobil tanlovini aniqlaydi.

Katta ma'lumotlarning xususiyatlari (The features of big data).

Gartner ma'lumotlariga ko'ra, katta ma'lumotlarni " 3Vs " yordamida tasvirlash mumkin:

- **Hajmi (Volume)**-bu tashkilot saqlashi va qayta ishlashi kerak bo'lgan ma'lumotlarning katta hajmini anglatadi. Match.com (onlayn tanishuv kompaniyasi) o'z mijozlari haqida 70 terabayt ma'lumotga ega ekanligini taxmin qildi.

- **Turli xillik (Variety)** - katta ma'lumotlar ko'plab manbalardan olinishi mumkin. Masalan, Match.com (foydalanuvchi ruxsati bilan) shuningdek, mijoz qaysi shaxs bilan uchrashishni xohlashi haqida aniq tasavvurga ega bo'lish uchun foydalanuvchi brauzerlari va qidiruv tarixi, ko'rish odatlari va xarid qilish tarixi ma'lumotlarini to'playdi.

- **Tezlik (Velocity)** - ma'lumotlar muntazam ravishda o'zgarib turishi va doimiy yangilanishga muhtoj bo'lishi mumkin. Uchun Match.com . yangi mijozlar xizmatga qo'shilishadi yoki mavjud mijozlar sherikning ehtiyojlari va istaklari o'zgarishi mumkinligini bilib olishadi. Match.com u bilan kurashishga qodir ekanligiga ishonch hosil qilish uchun doimiy ravishda ma'lumotlarni to'plash kerak.

Tashkilotlar ba'zan yuqoridagi ro'yxatga qo'shadigan yana bir V belgisi:

- **Ishonchlilik (ma'lumotlarning to'liqligi) (Veracity (truthfulness))** – tashkilot aniq ma'lumotlarni to'plashi juda muhimdir. Butalabni bajarmaslik, tahlilni ma'nosiz qiladi. Match.com kompaniya mijozlar ma'lumotlarini yig'ishda mijozlar o'zlarini potentsial sheriklarga iloji boricha ijobiy nuqtai nazardan ko'rsatishni xohlashlari mumkinligini aniqladi. Bu nomufofiqliklarga olib keladi. Shuning uchun mijozlarning fikr-mulohazalariga tayanishdan ko'ra, xolis ma'lumot manbalaridan (masalan, xarid qilish tarixi yoki veb-brauzerlar) foydalanish muhimdir.

Misol uchun, Sara yaqinda o'z biznesi uchun katta ma'lumotlarni yig'ish usullarini o'rganishni boshladi. U tanlagan ba'zi ma'lumotlar manbalari ishonchsiz ekanligidan xavotirda va shuning uchun uni noto'g'ri xulosalarga olib kelishi mumkin.

Netflix butun dunyo bo'ylab 120 milliondan ortiq foydalanuvchiga ega, ular oyiga milliardlab soatlik dasturlarni tomosha qilishadi. Kompaniya qaysi shoularga sarmoya kiritish bo'yicha qarorlarni asoslash uchun ko'rish odatlarini tahlil qilish natijasida olingan ma'lumotlardan foydalanadi. O'tgan tomosha ko'rsatkichlarini tahlil qilish va tomoshabinlar guruhlarini va ular tomosha qilishi mumkin bo'lgan shoularni tushunish shou efirga uzatilishidan oldin ham tomosha qilish ehtimolini taxmin qilish imkonini beradi. Bu shou hayotiy yoki yo'qligini aniqlashga yordam beradi.

Katta ma'lumotlar afzalliklari (Benefits of big data).

Katta ma'lumotlar tashkilot uchun bir qator afzalliklarga ega, jumladan:

- Asosiy biznes savollariga javob berish va shuning uchun qaror qabul qilish vaqtini qisqartirish orqali **innovatsiyalarni rag'batlantirish (Driving innovation)**.

- Raqobatchilar tomonidan aniqlanmagan tendentsiyalar yoki ma'lumotlarni aniqlash orqali **raqobatbardosh ustunlikka erishish (Gaining competitive advantage)**.

- Brak mahsulotlarni va samarasizlikni aniqlash yoki ish tartibini takomillashtirish orqali **ishlab chiqarish samaradorligini oshirish (Improving productivity)**.

Misol uchun, Yetkazib berish kompaniyasi UPS tezligi, yo'nalishi, tormoz ishlashi va avtomobilning boshqa mexanik jihatlarini haqidagi ma'lumotlarni kuzatuvchi sensorlar bilan yetkazib berish vositasini jihozlaydi.

Ishlash va marshrutlarni optimallashtirish uchun ushbu ma'lumotlardan foydalanish quyidagilarga olib keldi sezilarli yaxshilanishlar, jumladan:

- Bir yil ichida 15 million daqiqadan ko'proq bo'sh vaqt yo'q qilindi, bu esa 103 000 gallon yoqilg'ini tejashga imkon berdi.

- Xuddi shu yili 1,7 million mil yo'l bosib, yana 183 ming galon yoqilg'ini tejashga imkon berdi.

Katta ma'lumotlar va tahlillar buxgalteriya hisobi va audit samaradorligini qanday oshiradi? (How big data and analytics improve the effectiveness of accountancy and audit) (3.5.1.-jadval)

3.5.1.-Jadval

Katta ma'lumotlar buxgalteriya amaliyoti va auditorlik tekshiruvlarida ta'siri³²

Boshqaruv hisobi (Management accounting)	Katta ma'lumotlar samarali boshqaruv nazorati tizimlari va byudjet jarayonlarini rivojlantirishga yordam beradi.
---	--

³² ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology (BT/FBT) Study Text. Chapter 4. Information technology and information systems in business. KAPLAN PUBLISHING 2021-2022" 96 p

Moliyaviy buxgalteriya hisobi (Financial accounting)	Katta ma'lumotlar samarali boshqaruv nazorati tizimlari va byudjet jarayonlarini rivojlantirishga yordam beradi.
Hisobot (Reporting)	Katta ma'lumotlar bizning o'zgaruvchan global iqtisodiyotimizda hisobot berish uchun mas'ul bo'lganlarga foydali ma'lumotlarni taqdim etish maqsadida buxgalteriya hisobi standartlari sifatini oshirishga yordam beradi
Audit (Audit)	So'nggi yillarda ma'lumotlarni tahlil qilish auditorlik tekshiruvlarning sifatini oshirdi, ammo katta ma'lumotlar va tahlildagi muhim texnologik yutuqlar ishni yanada yuqori sifatli bajarish uchun imkoniyatlar yaratmoqda. Boshqa afzalliklarga qo'shimcha ravishda, katta ma'lumotlardan foydalanish quyidagilarga imkon beradi: - namunaga asoslangan testlardan farqli o'laroq, audit bilan bog'liq bo'lgan butun ma'lumotlar guruhlarini sinab ko'rish imkoniyatlarini kengaytiradi; - yuqori sifatli tegishli auditorlik dalillarini to'plash imkonini beradi; - biznes xatarlari va firibgarlik holatlarini tezroq va har tomonlama aniqlashni ta'minlaydi.

MINI KEYS

PL-bu buxgalterlar va biznes maslahatchilarining global firmasi bo'lib, mijozlarning keng doirasiga keng ko'lamli xizmatlarni taklif etadi. Dastlab kompaniya faqat ikkita xizmatni (buxgalteriya hisobi va audit) taklif qildi, ammo so'nggi o'n yil ichida soliq xizmatlari, sud-

buxgalteriya ekspertizasi (yirik yuridik firma bilan hamkorlikda), to'lovga layoqatsizlik bo'yicha konsalting va atrof-muhit bo'yicha hisobot kabi ba'zi bir maslahat xizmatlarini taqdim etdi.

Katta ma'lumotlarga asoslangan yondashuvni qo'llashning PL afzalliklarini baholang.

3.6. Blokcheyn texnologiyasi va uning hisob tizimidagi ahamiyati.

Blokcheyn markazlashtirilmagan, taqsimlangan va ommaviy raqamli buxgalteriya daftari sifatida tavsiflangan bo'lib, u ko'plab kompyuterlarda tranzaksiyalarni ro'yhatdan o'tkazish uchun ishlatiladi, shuning uchun keyingi barcha bloklar va tarmoq konsensusini o'zgartirmasdan ro'yhatdagi yozuvlarni orqaga qaytarish mumkin emas.

Shu bilan bir qatorda, Angliya banki buni amalga oshirilgan operatsiyalarning umumiy yozuvlarini bir-biri bilan tanish bo'lmagan odamlar uchun ishonchli texnologiya sifatida ishlatadi.

Blokcheynning asosiy afzalligi-bu xavfsizlik. Raqamli asrda kiberxavfsizlik IT tizimlari va internetdan foydalanish bilan bog'liq asosiy xavf hisoblanadi. Buning sababi shundaki, an'anaviy tizimlar "yopiq" edi va shuning uchun ma'lumotlarning o'zgarishi faqat bir tomonidan amalga oshirilardi. Agar tizim kiber atakaga uchragan bo'lsa, bunday holatlar oldini olish uchun ustidan ozgina nazorat mavjud.

Misol uchun, jismoniy shaxslarning o'z banklari yoki kredit karta kompaniyalari bilan munosabatlari bo'lishi mumkin. Agar tranzaksiya ulardan birortasi bilan amalga oshirilsa (masalan, siz tovarlar yoki xizmatlar uchun to'lash uchun kredit kartangizdan foydalansangiz), tranzaksiya faqat bitta tomon tomonidan qayd etiladi-kredit kartangiz kompaniyasi.

Ushbu kompaniya tranzaksiya haqiqatan ham ishonchli ekanligini qanday biladi? Agar tafsilotlar oqilona ko'rinsa, tranzaksiyalarga ruxsat beriladi. Bu kredit karta firibgarligi bilan shug'ullanadiganlarga (noqonuniy) foyda olish imkonini beradi.

Blokcheyn bunday kiberxavfsizlik xavflarini bartaraf etishga qaratilgan samarali nazorat mexanizmini taqdim etadi. Bu "ochiq" yoki

hammaga ochiq bo'lgan buxgalteriya mexanizmi, chunki u tarqatilgan daftarning shakli; u jamoaviy buxgalteriya shakli sifatida tavsiflangan.

Blokcheynning asosiy xususiyatlari (Key features of a blockchain).

- Blockchain tizimida tranzaksiyalar Internet orqali ishlaydigan tarmoqdan foydalangan holda bir nechta ishtirokchilar tomonidan qayd etiladi. Xuddi shu yozuvlar bir nechta turli tomonlar tomonidan saqlanadi; bitim kiritilganda, u nafaqat ikki tomon, balki umumiy zanjirni tashkil etuvchi barcha tomonlar ham qayd etiladi. Bu blokcheyndagi barcha yozuvlar hammaga ochiq va ushbu tarmoqning bir qismi bo'lgan har bir kishiga tarqatiladi.

- Savdo amalga oshirilganda (masalan, xaridor va sotuvchi o'rtasida), ushbu bitimning tafsilotlari hamma tomonidan qayd etiladi – xarajatlar, vaqt, sana va jalb qilingan tomonlarning tafsilotlari. Blokcheynni tashkil etuvchi barcha kitoblar bir xil tarzda yangilanadi va tranzaksiyani qabul qilish uchun zanjirning barcha ishtirokchilarining o'z kitoblarini yangilash uchun roziligini talab qiladi.

- Tranzaksiyani tekshirish jarayoni kompyuterlar tomonidan amalga oshiriladi; aslida, bu tranzaksiyani tekshiradigan tarmoqni tashkil etuvchi kompyuterlardir. Agar barcha kompyuterlar tranzaksiyani tekshirsa va ma'lumotlarning to'g'riligini tasdiqlasa, barcha blockchain ishtirokchilarining tizimlarida yozuvlar yangilanadi. Kompyuterlar har bir tranzaksiya blokcheynga qo'shilishidan oldin haqiqiylikni ta'minlash uchun birgalikda ishlaydi. Ushbu markazlashtirilmagan kompyuterlar tarmog'i bitta tizim zanjirga yangi bloklarni qo'sha olmasligini ta'minlaydi.

- Blokcheynga yangi blok qo'shilganda, u oldingi blok tarkibidan hosil bo'lgan kriptografik xesh yordamida oldingi blok bilan bog'lanadi. Bu zanjir hech qachon uzilmasligini va har bir blok doimiy ravishda yozib olinishini ta'minlaydi. Blokcheyndagi o'tgan operatsiyalarni o'zgartirish ataylab qiyin, chunki birinchi navbatda barcha keyingi bloklarni o'zgartirish kerak.

Blockchain texnologiyasini boshqarishning ushbu jihati kiberxavfsizlikning asosiy muammosini hal qiladi. Agar kimdir tranzaksiyaga aralashishga harakat qilsa, bu blokcheynni tashkil etuvchi tarmoq ishtirokchilari tomonidan rad etiladi, ularning roli tranzaksiyani tekshirishdan iborat. Agar faqat bir tomon rozi bo'lmasa, bitim tuzilmaydi.

Misol uchun, Bitcoin-bu 2009 yilda muomalaga kiritilgan raqamli valyuta. Ethereum va Bitcoin kabi boshqa kripto-valyutalar mavjud.

Bitcoinning jismoniy versiyasi mavjud emas; barcha Bitcoin operatsiyalari Internet orqali amalga oshiriladi. An'anaviy valyutalardan farqli o'laroq, Bitcoin markazlashtirilmagan, ya'ni u hech qanday bank tomonidan nazorat qilinmaydi yoki

hukumat tomonidan. Buning o'rniga, Bitcoin Bitcoin hisoblariga ega bo'lgan foydalanuvchilardan tashkil topgan peer-to-peer to'lov tarmog'idan (peer-to-peer (P2P)) foydalanadi.

Bitcoinlarni ikki xil usulda sotib olish mumkin:

- 1) boshqa valyutalarni bitkoinlarga almashtirish; va
- 2) Bitcoinlarni qazib olish.

Birinchi usul, albatta, eng keng tarqalgan va Mt.Gox va CampBX kabi birjalar yordamida amalga oshirish mumkin. Ushbu birjalar foydalanuvchilarga funt sterling, AQSh dollari va boshqalarni almashtirishga imkon beradi.

Bitcoin qazib olish (bitcoin mining) Bitcoin tarmog'i tomonidan yaratilgan matematik muammolarni hal qilish uchun kompyuter tizimini o'rnatishni o'z ichiga oladi. Bitcoin konchisi ushbu murakkab muammolarni hal qilar ekan, Bitcoin konchining hisob raqamiga o'tkaziladi. Tarmoq tobora murakkab matematik muammolarni yaratish uchun mo'ljallangan, bu esa yangi bitcoinlarning doimiy tezlikda hosil bo'lishini ta'minlaydi.

Bitcoin-bu innovatsion to'lov tarmog'i va yangi turdagi pul.

P2P texnologiyasidan foydalangan holda, Bitcoin hech qanday nazorat qiluvchi organ yoki Markaziy banksiz ishlaydi; tranzaksiyalarni qayta ishlash va chiqarish tarmoq ishtirokchilari tomonidan birgalikda amalga oshiriladi. Bitcoin ochiq manba hisoblanadi; uning arxitekturasini

butun dunyoga ma'lum, hech kim Bitcoinga egalik qilmaydi yoki uni boshqarmaydi, ammo hamma tarmoq a'zolariga aylanishi mumkin. O'zining noyob xususiyatlari bilan Bitcoin ilgari hech qanday to'lov tizimi taqdim etmagan imkoniyatlarning yangi ufqlarini ochadi.

Foydalanuvchi Bitkoinlarni qabul qilganda, balans parol himoyasi yordamida shifrlangan himoyalangan "hamyon" da saqlanadi. Bitcoin bitimi amalga oshirilganda, Bitcoin egasi haqidagi ma'lumotlar barcha kitoblarda onlayn ravishda yangilanadi va tegishli hamyonlardagi balans shunga mos ravishda yangilanadi.

Markaziy bank tranzaksiyalarni sanksiyalashga hojat yo'q, chunki ular tizimning bir qismi bo'lgan kompyuterlar tomonidan tekshiriladi. Shunday qilib, bu tezlik, xarajatlarni kamaytirish (tranzaksiya to'lovlari past, odatda har bir tranzaksiya uchun 0,01 dollar) va xavfsizlikni oshirish kabi afzalliklarga ega.

Bundan tashqari, Bitcoin hisobini yaratish uchun hech qanday shart yo'q va tranzaksiyalarda cheklovlar yo'q. Bitcoins butun dunyo bo'ylab foydalanish mumkin, lekin bu valyuta faqat bitcoins qabul sotuvchilar dan tovarlar sotib olish uchun yaxshi.

Buxgalterlar uchun blockchain texnologiyasining dolzarbligi (The relevance of blockchain technology to accountants)

Blockchain buxgalteriya hisobi bilan bog'liq barcha ma'lumotlarning o'zgaras, shaffof yozuvini ta'minlaydi.

Blockchain buxgalterlik kasbiga qanday foyda keltirishi mumkinligiga misollar:

- Kitoblarni saqlash va xarajatlarini kamaytirish.
- Aktivlarga egalik qilish va ularning tarixi, majburiyatlarning mavjudligi va korxonaga tegishli va unga tegishli bo'lgan summalarni o'lchashga mutlaq ishonchni ta'minlash.
- Xodimlarga buxgalteriya hisobiga emas, balki rejalashtirish, baholash, hisobot berish va boshqalar kabi boshqa vazifalarga e'tibor qaratish imkonini beradigan vaqtni tejash.³³

³³ ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology (BT/FBT) Study Text. Chapter 4. Information technology and information systems in business. KAPLAN PUBLISHING 2021-2022" 97-99 p

3.7. Kiberxavfsizlik.

15.04.2022 yildagi O‘RQ-764-son “Kiberxavfsizlik to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasining Qonunning 3-moddasida Kiberxavfsizlikga doir quyidagi ta’riflar keltirilgan.

ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology (BT/FBT) Study Text. Chapter 4. Information technology and information systems in business. KAPLAN PUBLISHING 2021-2022”da kiberxavfsizlikga quyidagicha ta’rif keltirilgan.

Kiber xavfsizlik nima? What is cyber security?

Kiberxavfsizlik (Cyber security) - bu internetga ulangan tizimlarni, shu jumladan apparat, dasturiy ta’minot va ma’lumotlarni kiberhujumlardan himoya qilish.

Kiberhujum (A cyber attack)-bu jismoniy shaxs yoki tashkilotning boshqa shaxs yoki tashkilotning axborot tizimini buzishga qaratilgan zararli va qasddan qilingan urinishi. Odatda, tajovuzkor jabrlanuvchining tarmog‘ini buzishdan qandaydir foyda qidiradi.

Kompyuter kontekstida xavfsizlik kiberxavfsizlik va jismoniy xavfsizlikni o‘z ichiga oladi – ikkalasi ham tashkilotlar tomonidan ma’lumotlar va tizimlarga ruxsatsiz kirishdan himoya qilish uchun ishlatiladi.

Kiberhujumlar natijasida ma’lumotlar uchun asosiy xavflar (Key risks to data of cyber attacks). Agar tashkilotning kompyuter tizimidagi ma’lumotlarga ruxsatsiz kirish yoki buzilgan, yo‘qolgan yoki o‘g‘irlangan bo‘lsa, bu falokatga olib kelishi mumkin.

Kiberjinoyatchilar turli xil texnik usullardan foydalanadilar. Doimiy ravishda yangi usullar paydo bo‘ladi va ushbu toifalarning ba’zilari bir-biriga mos keladi, ammo bu siz muhokama qilayotganda eshitishingiz mumkin bo‘lgan atamalar.

- **Zararli dastur (Malware)** - bu bitta kompyuter, server yoki kompyuter tarmog‘iga zarar etkazish uchun mo‘ljallangan dastur. Qurtlar, viruslar va troyanlar zararli dasturlarning barcha turlari bo‘lib, ular ko‘payish va tarqalish usullari bilan bir - biridan farq qiladi. Ushbu

hujumlar kompyuterni yoki tarmoqni ishdan chiqarishi yoki tajovuzkorga tizimni masofadan boshqarish imkoniyatini beradigan kirish huquqini berishi mumkin.

- **Fishing (Phishing)**-bu foydalanuvchilarning maxfiy ma'lumotlariga — Login va parollarga kirishni maqsad qilgan Internet firibgarligining bir turi. Qabul qiluvchini aldab, masalan, muhim hujjat sifatida yashiringan zararli dasturlarni yuklab olishlari yoki ularni soxta veb-saytga olib boradigan havolani bosishga ishontirishlari mumkin, u erda foydalanuvchi nomlari va parollar kabi maxfiy ma'lumotlar so'raladi.

- **“Xizmatni rad etish” kabi hujumlari (Denial of service attacks)** - onlayn xizmatning to'g'ri ishlashini tiklashga harakat qilish uchun qo'pol kuch usuli. Masalan, tajovuzkorlar veb-saytga shunchalik ko'p trafik yuborishlari yoki ma'lumotlar bazasiga shunchalik ko'p so'rovlar yuborishlari mumkinki, bu tizimning ishlashini buzadi va uni hech kim kirolmaydigan darajada buzib tashlaydi.

- **Markazdagi inson faktori hujum qilishi (Man in the middle attacks)** – bu usul yordamida tajovuzkorlar foydalanuvchi va ular kirmoqchi bo'lgan veb-xizmat o'rtasida yashirincha turishga muvaffaq bo'lishadi. Masalan, tajovuzkor Wi-Fi tarmog'ini mehmonxona tarmog'iga taqlid qiladigan kirish ekrani bilan sozlashi mumkin; foydalanuvchi tizimga kirgandan so'ng, tajovuzkor foydalanuvchi tomonidan yuborilgan har qanday ma'lumotni, shu jumladan parollarni olishi mumkin.

2018 yil 30-noyabrda Marriott International 500 milliongacha mijozlarning yozuvlari, ehtimol tarixdagi eng katta ma'lumotlarning buzilishi natijasida buzilganligini e'lon qildi.

Global tarmoqning xabar berishicha, xakerlar 2014-yilda Marriottga tegishli Starwood mehmonxonalarida xonalarni bron qilish ma'lumotlar bazasiga kirishgan.

Kompaniya 8-sentabr kuni AQShning Starwood guest bron ma'lumotlar bazasiga kirishga "ruxsatsiz tomon" urinishi haqida ogohlantirish olganini ma'lum qildi. Ushbu kashfiyot Starwood tarmog'i

orqali uzoq vaqt davomida ruxsatsiz kirishni aniqlagan keyingi tergovga turtki bo'ldi.

Xakerlar ma'lumotlarni shifrlash orqali nusxa ko'chirdi va himoya qildi, bu esa rasmiylarga ularning tarkibini aniqlashni qiyinlashtirdi. Marriott group oqish natijasida aniqlangan ma'lumotlar toifalarini quyidagicha ro'yxatlaydi:

- Ismlar
- Pochta manzili
- Telefon raqami
- Elektron pochta manzili
- Pasport raqami
- Starwood imtiyozli mehmon hisobi ma'lumotlari
- Tug'ilgan sanasi
- Jinsi
- Kelish va ketish haqida ma'lumot
- Bron qilish sanasi
- Aloqa parametrlari.

Biznesda it tizimlari va dasturiy ta'minotni himoya qilish turli usullari mavjud (3.7.1.-jadval).

3.7.1.-jadval

Ma'lumotlar xavfsizligini ta'minlash uchun ishlatilishi mumkin bo'lgan turli xil usullar.³⁴

Potentsial tahdid (Potential threat)	Yechim (Solution)
Tabiiy ofatlar -masalan, yong'in, toshqin (Natural disasters – e.g. fire, flood)	• Yong'in protseduralari-yong'in signalizatsiyasi, yong'inga qarshi vositalar, yong'in eshiklari, xodimlarni o'qitish va sug'urta qoplamasi. • Joylashuvi, masalan, suv toshqiniga moyil bo'lgan podval.

³⁴ ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology (BT/FBT) Study Text. Chapter 4. Information technology and information systems in business. KAPLAN PUBLISHING 2021-2022" 100-102 p

	• Jismoniy muhit, masalan, konditsioner, changni nazorat qilish vositalari. • Zaxira protseduralari-qayta tiklash imkoniyatini ta'minlash uchun ma'lumotlarni muntazam ravishda zaxiralashingiz kerak.
Kompyuter uskunalari yoki dasturiy ta'minotidagi nosozlik. (Malfunction – of computer hardware or software.)	• Tarmoqni loyihalash-katta hajmli davrlarni engish uchun. • Zaxira protseduralari (yuqorida aytib o'tilganidek)
Viruslar (Viruses) -bu tizimga kiritilgandan so'ng keng tarqalgan kichik dasturlar. Butun kompyuter tizimiga ta'sir qilishi mumkin.	• Viruslarning tizimga zarar etkazishini oldini olish uchun virusli dasturiy ta'minot muntazam ravishda ishga tushirilishi va yangilanishi kerak. • Rasmiy xavfsizlik siyosati va protseduralari. • Ruxsatsiz dasturiy ta'minot uchun muntazam tekshiruvlar.
Xakerlar -ruxsatsiz shaxslarning tizimlariga qasddan kirish. (Hackers – deliberate access to systems by unauthorised persons).	• Xavfsizlik devori dasturi-internetdan tizimga ruxsatsiz kirishdan himoya qilishni ta'minlashi kerak. • Parollar va foydalanuvchi nomlari-tizimga ruxsatsiz kirishni cheklash.
Elektron kuzatish orqali eshitish (Electronic eavesdropping) -masalan, foydalanuvchilar o'zlari uchun mo'ljallanmagan shaxsiy ma'lumotlarga kirish huquqiga ega.	• Ma'lumotlarni shifrlash-ma'lumotlar uzatishdan oldin shifrlanadi va uzatish tugagandan so'ng odam o'qiydigan formatda tiklanadi. • Parollar va foydalanuvchi nomlari (yuqorida aytib o'tilganidek).

Inson xatolari (Human errors) - kompyuterlar va tarmoqlardan foydalanishda kutilmagan xatolar	• Trening-xodimlarni etarli darajada tayyorlash va operatsion protseduralar.
--	--

Xulosa qiladigan bo'lsak, kiberxavfsizlik bu iqtisodiy, jismoniy, ma'naviy jinoyatning bir turi deb aytsak ham bo'ladi. Asosan xaker tomonidan biro bir biznesga yoki faoliyat turiga shikast etkazish, yolg'on ma'lumotlar berish orqali o'z jinoiy xatti-xarakatni amalga oshirish orqali maqsadga erishish. Bugungi kunda, dunyo bo'ylab millionlab insonlar va qanchadan qancha biznes sub'ektlari kiber jinoyatga duch bo'lmoqda. Kiberxavfsizlik insondan diqqatni va ehtiyotkorlikni talab qiladi.

Tayanch iboralar: ma'lumot, axborot, miqdoriy ma'lumotlar (quantitative data), Birlamchi ma'lumotlar (Primary data), Tranzaktsiyalarni Qayta Ishlash Tizimi (Transaction Processing System), Boshqaruv Axborot Tizimi (Management Information System), Qarorlarni Qo'llab-Quvvatlash Tizimlari (Decision Support Systems), Mutaxassislar Tizimi (Expert System), Bilimlarni Boshqarish Tizimlari (Knowledge Management Systems), Ofisni Avtomatlashtirish Tizimi (Office Automation System), ijtimoiy tarmoqlardan trafik, veb - server jurnallari, oqimli audio content, bank operatsiyalari, blokcheyn, bitcoin, zararli dastur (malware), fishing (phishing).

Nazorat savollari

1. Ma'lumot tushunchasi?
2. Axborot texnologiyalardan boshqaruvda foydalanish o'rni va ahamiyati?
3. Boshqaruvning uchta darajasi?
4. Tranzaktsiyalarni Qayta Ishlash Tizimi (Transaction Processing System) izohlang?
5. Boshqaruv Axborot Tizimi (Management Information System) izohlang?

6. Qarorlarni Qo'llab-Quvvatlash Tizimlari (Decision Support Systems) izohlang?
7. Mutaxassislar Tizimi (Expert System) izohlang?
8. Bilimlarni Boshqarish Tizimlari (Knowledge Management Systems) izohlang?
9. Ofisni Avtomatlashtirish Tizimi (Office Automation System) izohlang?
10. Buxgalteriya hisobi uchun "bulutli" havolalar (Cloud computing accounting software)?
11. Katta ma'lumotlarning buxgalteriya hisobi va auditdagi ahamiyati?
12. Katta ma'lumotlar tizimlariga kiritilgan ma'lumotlarga misollar?
13. "3Vs" yordamida tasvirlanishi?
14. Katta ma'lumotlar afzalliklari (Benefits of big data)?
15. Blokcheyn nima texnologiyasi va uning hisob tizimidagi ahamiyati?
16. Bitcoin-bu nima?
17. Kiberxavfsizlik bu nima va turlari?

Glossariy

Axborot va ma'lumotlar – bu ikki xil bir-biridan farq qiladigan ma'lumotlar turlari. (Types of data). Ma'lumotlar (data) raqamlar, harflar, belgilar, xom faktlar, hodisalar va operatsiyalardan iborat bo'lib, ular qayd etilgan, ammo hali qaror qabul qilish uchun mos shaklga aylantirilmagan.

Miqdoriy ma'lumotlar (Quantitative data) - bu raqamli ravishda o'lchashga qodir bo'lgan ma'lumotlar, masalan. bitta mahsulot birligini ishlab chiqarish uchun zarur bo'lgan standart ish soatlari.

Birlamchi ma'lumotlar (Primary data) ma'lum bir so'rov uchun to'planadi, masalan, ushbu faoliyat uchun standart vaqtni belgilashda "qo'shimcha qiymat" faoliyatini amalga oshiradigan xodimlarni kuzatish orqali.

Ma'lumotlar (Information)-bu ularni qabul qiladigan odam

uchun muhim bo'lgan tarzda qayta ishlangan ma'lumotlar, keyinchalik ular o'z qarorlarini qabul qilish sifatini yaxshilash uchun foydalanishi mumkin.

Tranzaktsiyalarni qayta ishlash tizimi (Transaction processing system (TPS))- TPS tashkilotning barcha kundalik operatsiyalarini qayd qiladi va ularni muntazam ravishda hisobot berish uchun umumlashtiradi.

Qarorlarni qabul qilish tizimlari (Decision support systems (DSS)). DSS - bu qaror qabul qiluvchilarga qaror qabul qilishga ta'sir qilishi mumkin bo'lgan yuqori darajadagi noaniqlik yoki noma'lum omillar mavjud bo'lganda yarim yoki tuzilmagan qarorlar qabul qilishda yordam beradigan kompyuter tizimi.

Management information systems (MIS). Boshqaruv axborot tizimlari ma'lumotlarni TPS-dan taktik menejerlar uchun ma'lumotlarga aylantiradi.

“Bulutli” havolalar (Cloud computing) - bu Internetga asoslangan hisoblash. Bu jismoniy kompyuterlarda saqlanadigan dasturiy ta'minot, ilovalar, serverlar va xizmatlarga bo'lgan ehtiyojni oldini oladi.

Katta ma'lumot (Big data) -bu ma'lumotlar to'plamining atamasi bo'lib, u shunchalik kattaki, uni an'anaviy ma'lumotlar bazalari va ma'lumotlarni qayta ishlash ilovalari yordamida saqlash va qayta ishlash qiyinlashadi.

Blokcheyn markazlashtirilmagan, taqsimlangan va ommaviy raqamli buxgalteriya daftari sifatida tavsiflangan bo'lib, u ko'plab kompyuterlarda tranzaktsiyalarni ro'yhatdan o'tkazish uchun ishlatiladi.

Bitcoin-bu innovatsion to'lov tarmog'i va yangi turdagi pul.

Kiberxavfsizlik — kibermakonda shaxs, jamiyat va davlat manfaatlarining tashqi va ichki tahdidlardan himoyalanganlik holati;

kiberxavfsizlik hodisasi — kibermakonda axborot tizimlarining ishlashida uzilishlarga va (yoki) ulardagi axborotning ochiqqligi, yaxlitligi va undan erkin foydalanilishining buzilishiga olib kelgan hodisa;

kiberxavfsizlik obyekti — axborotning kiberhimoya qilinishini hamda milliy axborot tizimlari va resurslarining kiberxavfsizligini ta'minlashga doir faoliyatda foydalaniladigan axborot tizimlari majmui, shu jumladan muhim axborot infratuzilmasi obyektlari;

kiberxavfsizlik subyekti — milliy axborot resurslariga ega bo'lish, ulardan foydalanish va ularni tasarruf etish hamda ulardan foydalanish bo'yicha elektron axborot xizmatlari ko'rsatish, axborotni himoya qilish hamda kiberxavfsizlik bilan bog'liq muayyan huquqlar va majburiyatlarga ega bo'lgan yuridik shaxs va (yoki) yakka tartibdagi tadbirkor, shu jumladan muhim axborot infratuzilmasi subyektlar;

kiberhimoya — kiberxavfsizlik hodisalarining oldini olishga, kiberhujumlarni aniqlashga va ulardan himoya qilishga, kiberhujumlarning oqibatlarini bartaraf etishga, telekommunikatsiya tarmoqlari, axborot tizimlari hamda resurslari faoliyatining barqarorligini va ishonchliligini tiklashga qaratilgan huquqiy, tashkiliy, moliyaviy-iqtisodiy, muhandislik-texnik chora-tadbirlar, shuningdek ma'lumotlarni kriptografik va texnik jihatdan himoya qilish chora-tadbirlari majmui;

kiberhujum — kibermakonda apparat, apparat-dasturiy va dasturiy vositalardan foydalangan holda qasddan amalga oshiriladigan, kiberxavfsizlikka tahdid soladigan haraka³⁵

³⁵ 15.04.2022 yildagi O'RQ-764-son "Kiberxavfsizlik to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasining Qonuni. 3-modda <https://lex.uz/uz/docs/-5960604>

IV BOB. MAVZU. BIZNES SUB'EKTLARINING MANFAATDOR TOMONLARI.

4.1. Biznesda manfaatdor tomonlar tushunchasi

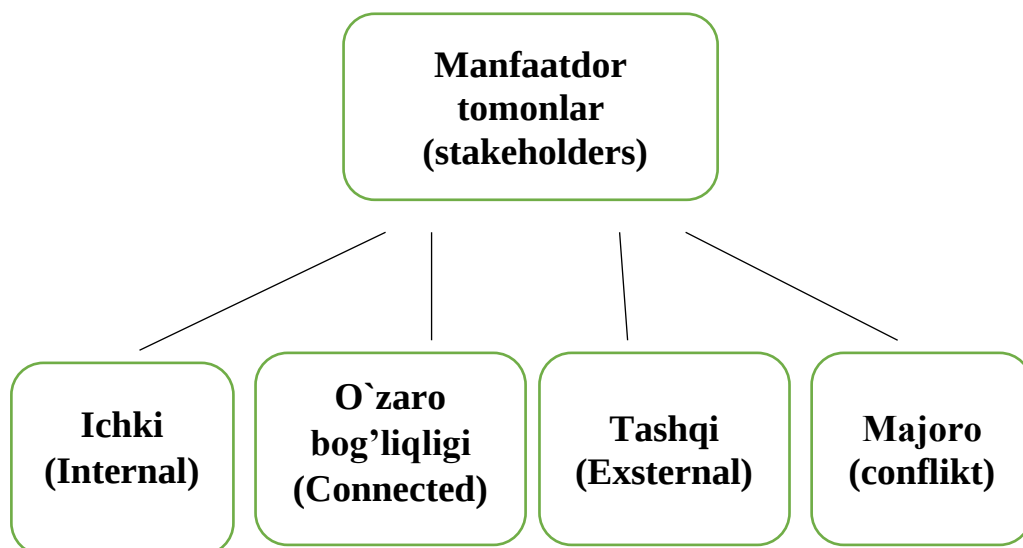
4.2. Manfaatdor tomonlar turlari va ularning o'zaro bog'liqligi.

4.3. Manfaatdor tomonlar o'rtasidagi ziddiyatlar.

4.1. Biznesda manfaatdor tomonlar

Biznesda manfaatdor tomonlar ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology (BT/GBT) Study Text. Chapter 5. Stakeholders in business organisations. KAPLAN PUBLISHING 2021-2022”da quyidagicha talqin etilgan.

Manfaatdor tomon (a stakeholder) - bu tashkilot samaradorligi oshishi manfaatdor bo'lgan yoki tashkilot harakatlariga ta'sir qiladigan yoki ta'sir qilishi mumkin bo'lgan shaxs yoki guruh (4.1.1.-rasm).³⁶



4.1.1.-rasm. Manfaatdor tomonlarning turlari va holatlari.

Biznes sub'ekt rahbarlari tomonidan manfaatdor tomonlarning turli ehtiyojlarini tushunish juda muhimdir. Ularning ehtiyojlarini qondirmaslik kompaniya uchun halokatli bo'lishi mumkin.

³⁶ ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology (BT/GBT) Study Text. Chapter 5. Stakeholders in business organisations. KAPLAN PUBLISHING 2021-2022” 112 p

Manfaatdor tomonlarni keng ma'noda uch guruhga bo'lish mumkin: ichki, tashqi va bog'liq.

Bu tashkilotda mavjud bo'lgan har qanday manfaatdor tomonlar.

Ularning maqsadlari tashkilotda boshqaruv tizimi qanday boshqarilishiga kuchli ta'sir ko'rsatishi mumkin.

Ichki manfaatdor tomonlarga quyidagilar kiradi (4.1.1.-jadval):

4.1.1.-jadval

Biznes sub'ektlarda ichki manfaatdor tomonlar

Manfaatdor tomonlar (Stakeholder)	Ehtiyoj / kutilayotgan natija (Need/expectation)	Misol (Example)
Ishchi xodimlar (Employees)	Ish haqi, ish sharoitlari va bandlik kafolatlari	Agar ishchilarga ko'proq mas'uliyat yuklansa, ular ish haqining oshishini kutishadi
Menejerlar/direktorlar (Managers/directors)	Mavqei, ish haqi, bonuslar, ish xavfsizligi	Agar o'sish ro'y bersa, menejerlar daromadni oshirishni xohlashadi, bu esa bonuslarning ko'payishiga olib keladi

O'zaro bog'liq manfaatdor tomonlar o'zaro bog'liqligi firma bilan qiziqadi yoki u bilan ishlaydi. Ular turli maqsadlarni ko'zlaydilar (4.1.2.-jadvalga qarang).

4.1.2.-Jadval

O`zaro bog`liq manfaatdor tomonlarning maqsadi

Manfaatdor tomonlar (Stakeholder)	Ehtiyoj / kutilayotgan natija (Need/expectation)	Misol (Example)
Manfaatdor tomonlar (Shareholders)	Daromadning barqaror oqimi, kapitalning o`sishi va biznesning davom etishi.	Agar o`sinh uchun kapital kerak bo`lsa, aktsiyadorlar dividendlar oqimining ko`payishini kutishadi.
Mijozlar (Customers)	Mijozlarning qoniqishi sifatli mahsulot va xizmatlarni taqdim etish orqali erishiladi	Har qanday urinish, masalan, sifatni va narxni oshirish, mijozlarning noroziligiga olib kelishi mumkin.
Etkazib beruvchilar (Suppliers)	Tezkor to`lovning amalga oshirish	Agar etkazib beruvchilarga to`lovni kechiktirish to`g`risida qaror qabul qilinsa, mavjud etkazib beruvchilar tovarlarni etkazib berishni to`xtatishi mumkin.
Moliyaviy xizmat ko`rsatuvchi provayderlar (Finance providers)	Moliyalashtirilgan mablag`larni qoplash qobiliyati shu jumladan foiz to`lo`vlari va investitsiya xavfsizligini ta`minlash	Firmaning pulni aylantirish qobiliyati

Tashqi manfaatdor tomonlar odatda tashkilot bilan to`g`ridan-to`g`ri aloqaga ega emaslar, lekin uning faoliyatiga ta`sir qilishi yoki uning ta`siriga tushishlari mumkin. O`zaro bog`liq manfaatdor tomonlar kabi, tashqi manfaatdor tomonlar ham turli maqsadlarga ega (4.1.3.-

jadvalga qarang).

4.1.3.-jadval

Tashqi manfaatdor tomonlar va ularning maqsadlari

Manfaatdor tomonlar (Stakeholder)	Ehtiyoj / kutilayotgan natija (Need/expectation)	Misol (Example)
Keng jamoatchilik (Community at large)	Keng jamoatchilik manfaatdor tomon bo'lishi mumkin, ayniqsa tashkilotning qarorlari ularning hayotiga ta'sir qilsa.	Masalan, mahalliy aholining shahar atrofidagi savdo markazlariga munosabati
Ekologik bosim guruhleri (Environmental pressure groups)	Tashkilot tashqi muhitga zarar etkasmaqligi lozim	Agar biron bir tashkilot atrof-muhitga zarar keltiradigan ob'ektlarni qurishni qaror qilsa ekologik bosim guruhleri norozilik namoyishlarni kilishlari mumkin
Davlat (Government)	Kompaniya faoliyati iqtisodiyotning muvaffaqiyati uchun muhim ahamiyatga ega (ish joylarini ta'minlash va soliqlarni to'lash). Kompaniya qonunchilikka rioya qilishi kerak (masalan, mehnatni muhofaza qilish va xavfsizlik sohasida)	Kompaniyalarning harakatlari qonunni buzishi yoki atrof-muhitga zarar etkazishi mumkin va shuning uchun hukumatlar tashkilotlar nima qilishi mumkinligini nazorat qiladi.
Kasaba uyushmalari (Trade unions)	Qaror qabul qilish jarayonida faol ishtirok etish	Agar biron bir bo'lim yopilsa, kasaba uyushmasidan

		maslahat olish kerak bo‘ladi va xodimlarga muqobil ish topishda yordam beradigan sxema ishlab chiqilishi kerak.
--	--	---

Tashkilot bilan shartnomaviy munosabatlarga asoslangan manfaatdor tomonlarni tasniflashning yana bir usullari mavjud. Bularga birlamchi (Primary stakeholders) va ikkilamchi (Secondary stakeholders) manfaatdor tomonlar bo‘lib hisoblanadi.

Birlamchi manfaatdor tomonlar (Primary stakeholders) shartnoma munosabatlariga ega bo‘lganlardir, masalan, xodimlar, direktorlar, aktsiyadorlar – aslida yuqorida muhokama qilingan "bog'langan" yoki "ichki" toifalarga kiradigan har qanday manfaatdor tomon.

Ikkilamchi manfaatdor tomonlar (Secondary stakeholders) - bu tashkilotga qiziqqan, ammo jamoatchilik kabi shartnomaviy aloqalarga ega bo‘lmagan tomonlar. "Tashqi" toifadagi har qanday manfaatdor tomonlar ushbu guruhga kiradi.³⁷

Birlamchi manfaatdor tomonlar bilvosita manfaatlardan farqli o‘laroq, tashkilotga bevosita qiziqish bildiradilar. Ushbu manfaatdor tomonlar odatda o‘z hayotlarini to‘g‘ridan-to‘g‘ri tashkilot orqali saqlab turadilar yoki tashkilotdan to‘g‘ridan-to‘g‘ri foydalanadilar.

Yuqorida sanab o‘tilgan manfaatdor tomonlar ichida menejerlar biznesda manfaatdor tomon bo‘lib, biznes maqsadi yo‘lida faoliyatini amalga oshiradilar.

Menejerlar maqsadlar qo‘yishda mutlaqo erkin emas: ular turli manfaatdor tomonlar guruhlariga ega. Menejerlar manfaatdor tomonlarning agenti sifatida ishlaydi, ularning ta’siri tashkilotdan tashkilotga farq qiladi. Agentlik tushunchasi, ayniqsa, katta bo‘linish mavjud bo‘lgan yirik tashkilotlar uchun dolzarbdir

³⁷ ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology (BT/FBT) Study Text. Chapter 5. Stakeholders in business organisations. KAPLAN PUBLISHING 2021-2022” 112-115 p

Kompaniyaning mulki va uning boshqaruvi o'rtasida Kompaniyaning boshqarayotganlar buni aktsiyadorlar manfaatlariga eng yaxshi xizmat qiladigan tarzda qilishlari kerak (to'g'rirog'i o'z manfaatlarini ko'zlashdan ko'ra) menejment manfaatlariga muvofiq bo'lishi muhimdir.

Tashkilotning maqsadlari, shuning uchun ular aktsiyadorlar va boshqa manfaatdor tomonlarga foyda keltiradigan tarzda harakat qiladilar.

Misol uchun, Shiseido, 1872-yilda tashkil etilgan Yaponiya kosmetika kompaniyasi va dunyodagi eng yirik kompaniyalardan biri. Investorlar uchun qulay strategiya: o'z kapitalining daromadliligi bo'yicha ortib borayotgan maqsadlarni belgilash va yuqori standartlarni ta'kidlash muhim bo'lib hisoblanadi.

2015-yil martida yakunlangan yil davomida uning daromadining 55 foizidan 40 foizi Yaponiyadan tashqarida ishlab chiqarilgan. Uning 53 000 investori xorijiy edi. Xalqaro aktsiyadorlar global standartlarga muvofiq axborot olishga intilishlari ortib bormoqda. Aktivlar va o'z mablag'larining rentabelligi, aktivlarni boshqarish samaradorligi va boshqalar, ishonchli sarmoyalarni kiritish kompaniyaning manfaatdor tomonlarning maqsadi bo'lib hisoblanadi.³⁸

Manfaatdor tomonlarni xaritalash: kuch va qiziqishini taklif qilib borish muhim ahamiyat kasb etadi.

Mendel manfaatdor tomonlar kuchiga ega bo'lgan va tashkilot faoliyatiga qiziqish bildirish ehtimoli bo'lgan matritsaga joylashtirilishi mumkinligini taklif qiladi. Ushbu omillar tashkilotning manfaatdor tomonlari bilan izlash kerak bo'lgan munosabatlar turini aniqlashga yordam beradi. (4.1.1.-rasm).

Ushbu matritsada aks ettirilgan A,B,C,D nuqtalari quyidagicha e'tirof etilgan:

(a) Asosiy o'yinchilar D segmentida topilgan: strategiya hech bo'lmaganda ular uchun maqbul bo'lishi kerak. Masalan, asosiy mijoz bo'lishi mumkin. Ushbu manfaatdor tomonlar hatto qaror qabul qilishda

³⁸ FIA - Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. Part A: The business organisation, its stakeholders and the external environment. 11-p

ishtirok etishlari mumkin.

(b) C segmentidagi manfaatdor tomonlarga ehtiyotkorlik bilan munosabatda bo'lish kerak. Ko'pincha passiv bo'lsa-da, ular D segmentiga o'tishga qodir, shuning uchun ularni talabini qondirish zarur. Katta institutsional aktsiyadorlar C segmentiga kirishi mumkin.

Qiziqish darajasi			
		Past (Low)	Yuqori (High)
Yuqori (High)		C	D
	KUCH		
		A	B
	Past (Low)		

4.1.1.-rasm. Mendelning manfaatdor tomonlar kuchiga ega bo'lgan va tashkilot faoliyatiga qiziqish bildirish ehtimoli bo'lgan matritsasi.

(s) B segmentidagi manfaatdor tomonlar strategiyaga ta'sir o'tkazish qobiliyatiga ega emaslar, ammo ularning qarashlari kuchliroq manfaatdor tomonlarga, ehtimol ular orqali ta'sir o'tkazish muhim bo'lishi mumkin. Shuning uchun ular xabardor bo'lishi kerak. Jamiyat vakillari va xayriya tashkilotlari B segmentiga kirishi mumkin

(d) A segmentida minimal harakat sarflanadi.

Yagona manfaatdor tomon xaritasi barcha holatlarga mos kelishi dargumon. Xususan, manfaatdor tomonlar kelajakdagi turli xil potentsial strategiyalar ko'rib chiqilganda kvadratdan kvadratga o'tishlari mumkin.

Manfaatdor tomonlarning xaritasi manfaatdor guruhlarining ahamiyatini baholash uchun ishlatiladi. Bu o'z navbatida tashkilotga ta'sir qiladi.

(a) Korporativ boshqaruv doirasi manfaatdor tomonlarning qiziqish va kuch darajasini tan olishi kerak.

(b) Muayyan manfaatdor tomonlarning o‘rnini o‘zgartirishga intilish va boshqalarning munosabatiga qarab o‘zlarini o‘zgartirishlariga yo‘l qo‘ymaslik o‘rinli bo‘lishi mumkin.

(c) Asosiy bloklar va o‘zgarishlarni osonlashtiruvchilarni aniqlash kerak.

Ushbu guruhlarining har biri uchta asosiy tanlovga ega. Bular quyidagilar:

- **Sadoqat (Loyalty).** Ular aytganidek qila oladilar;
- **Chiqish (Exit).** Masalan, o‘z aksiyalarini sotish yoki yangi ish topish orqali;
- **Ovoz berish (Voice).** Ular qolishi va tizimni o‘zgartirishga harakat qilishlari mumkin. Ovozni tanlaganlar tashkilotga turli darajada ta’sir o‘tkaza oladiganlardir. Ta’sir kuch darajasini va uni amalga oshirishga tayyorligini anglatadi.

Mavjud tuzilmalar va tizimlar manfaatdor tomonlarning ta’sirini yo‘naltirishi mumkin.

(a) Ular hokimiyatning joylashuvi bo‘lib, odamlar guruhlariga strategik tanlovlarga turli darajada ta’sir ko‘rsatadi.

(b) Ular strategik qarorlarni shakllantiradigan axborot o‘tkazgichlari;

(c) Ular tanlovlarni cheklaydi yoki ba’zi variantlarga boshqalardan ustunlik qiladi. Bu mumkin bo‘lgan narsalarga nisbatan jismoniy yoki axloqiy cheklovlar bo‘lishi mumkin;

(d) Ular madaniyatni o‘zida mujassam etgan;

(e) Ular strategiyaning muvaffaqiyatli amalga oshirilishini belgilaydilar;

(f) Firma turli manfaatdor guruhlarga turli darajadagi qaramlikka ega. Pul oqimi inqirozi bo‘lgan kompaniya o‘z bankirlariga odatdagi naqd pul protsentiga qaraganda ko‘proq qarashadi.

Shunday qilib, turli manfaatdor tomonlar strategiya bo‘yicha o‘z qarashlariga ega bo‘ladilar. Ba’zi manfaatdor tomonlar salbiy kuchga ega bo‘lganligi sababli, boshqacha qilib aytganda, qarorga to‘sqinlik qilish yoki buzish kuchi, ularning ehtimol javobi ko‘rib chiqilishi

mumkin.³⁹

3.2. Ichki va tashqi manfaatdor tomonlar va ularning o'zaro bog'liqligi.

Ichki manfaatdor tomonlar: xodimlar va boshqaruv.

Chunki xodimlar va rahbariyat, ularning maqsadlari bilan chambarchas bog'liq qanday amalga oshirilishiga kuchli ta'sir ko'rsatishi mumkin. Ularni quyidagi masalalar qiziqtiradi:

a) Tashkilotning davom etishi va rivojlanishi. Tashkilotning davomiy mavjudligida menejment va xodimlar alohida qiziqish uyg'otadi;

b) Shaxsiy manfaatlar va maqsadlar. Menejerlar va xodimlarning shaxsiy manfaatlari va maqsadlari bor tashkilot maqsadlariga erishish uchun ishlatilishi mumkin.

Manfaatdor tomonlarning o'ziga xos funktsional xususiyatlari va xavf-xatari mavjud. (4.2.1.-jadvalga qarang).

Manfaatdor tomonlarning bog'liq tomonlari (4.2.2.-jadval)

Agar boshqaruv faoliyati aktsiyadorlar qiymatidagi o'zgarishlarga asoslanib baholansa va mukofotlansa, shunda aktsiyadorlar xursand bo'lishadi, chunki menejerlar aktsiyalarning o'sishi uzoq muddatli narxini rag'batlantirishlari mumkin.

4.2.1.-jadval

Manfaatdor tomonlarning o'ziga xos funktsional xususiyatlari va xavf-xatari⁴⁰

Ichki manfaatdor tomon	Manfaatdorlarning qiziqishlari	Xavf-xatar
Menejerlar va xodimlar	• Ishda amal zinasidan ko'tarilish • Pul mablag'lari; • Rag'batlantirish;	• faqat aktsiyadorlarning manfaatlari "tizim maqsadlari" ga intilish; • ishlab chiqarishga intilish;

³⁹ FIA - Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. Part A: The business organisation, its stakeholders and the external environment. 13-14 p

⁴⁰ FIA - Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. Part A: The business organisation, its stakeholders and the external environment. 12 p

	• Foyda • qoniqish	• Amalga oshirishga to'sqinlik qiladigan salbiy kuch; • Ko'chirishni rad etish; • Istefo
--	---	--

4.2.2.-jadval

Manfaatdor tomonlarning bog'liq tomonlari⁴¹

Bog'liq manfaatdor tomonlar	Manfaatdorlarning qiziqishlari	Xavf-xatar
Aktsiyadorlar (korporativ strategiya)	Aktsiyadorlar boyligini oshirish, rentabellik bilan o'lchanadi, P/E nisbatlar, bozor kapitallashuvi, dividendlar va daromad	Aktsiyalarni sotish (masalan, yirtqichlarga) yoki yuklashni boshqarish
Bankirlar (pul oqimlari)	• Kredit kafolati • kredit shartnomalariga rioya qilish	• Kreditni rad etish • Yuqori foiz to'lovlari • To'lov qobiliyati
Yetkazib beruvchilar (sotib olish strategiya)	• Foydali sotish • Tovarlar uchun to'lov • Uzoq muddatli munosabatlar	• Kredit berishni rad etish • Sud nizolari • O'zaro munosabatlarni to'xtatish
Mijozlar (mahsulot bozor strategiyasi)	• Va'da qilingan tovarlar • Kelajakdagi imtiyozlar	• Tovarlarini boshqa mijozdan sotib olish

⁴¹ FIA - Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. Part A: The business organisation, its stakeholders and the external environment. 12 p

Aktsiyadorlar kompaniyalarni boshqarishda direktorlar o'z investorlari haqida nima deb o'ylashganini Financial Times FTSE tomonidan o'tkazilgan kompaniyalar o'rtasida o'tkazilgan so'rovda qaysi qism yetakchi ekanligi so'ralgan. So'ralganlarning deyarli yarmi o'zlarining asosiy aktsiyadorlari "kamdan-kam hollarda yoki hech qachon" foydali narsalarni taklif qilishmagan deb hisoblashadi. Ularning biznesi haqida oltmish to'qqiz foizi o'z mutaxassisi deb hisoblangan. Investorlar o'z bizneslarini yaxshi tushunadilar. Uzoq muddatli strategiyani qabul qilishda aktsiyadorlar, investorlar biznesni rivojlanishida va daromadlilik ko'rsatkichlarning oshishida manfaatdor tomonlar bo'lib hisoblanadi.

Misol uchun, investorlar ichki manfaatdor tomonlar bo'lib, ular bilan bog'liq tashvish va uning ishlashi sezilarli darajada ta'sir qiladi. Agar, masalan, venchur kapital firmasi 5% kapital va sezilarli ta'sir evaziga texnologiya startapiga 10 million dollar sarmoya kiritishga qaror qilsa, kompaniya startapning ichki manfaatdor tomoniga aylanadi.

Venchur kapitalistik firmaning sarmoyaviy rentabelligi startapning muvaffaqiyati yoki muvaffaqiyatsizligiga bog'liq, ya'ni kompaniya manfaatdor⁴²

Tashqi manfaatdor tomonlar guruhlar - hukumat, mahalliy hokimiyat organlari, yirik professional tashkilotlar - juda xilma-xil maqsadlarga ega bo'lishi mumkin.

Tashqi manfaatdor tomonlar ish beruvchilarni o'z ichiga olishi mumkin. Yevropada manfaatdor tomonlar rejimlarining ko'tarilishi, oliy ma'lumotni hukumat boshqaradigan byurokratiyadan zamonaviy tizimlarga o'tishda paydo bo'ldi, bunda hukumat roli to'g'ridan-to'g'ri ko'proq nazoratni o'z ichiga oladi.⁴³

Tashqi manfaatdor tomonlar, ichki manfaatdor tomonlardan farqli o'laroq, kompaniya bilan bevosita munosabatlarga ega emaslar. Buning o'rniga, tashqi manfaatdor tomon odatda biznes operatsiyalaridan ta'sirlangan shaxs yoki tashkilotdir. Kompaniya uglerod chiqindilarining ruxsat etilgan chegarasidan oshib ketganda, kompaniya joylashgan

⁴² <https://www.investopedia.com/terms/s/stakeholder.asp>

⁴³ https://uz.wikidea.ru/wiki/Stakeholder_theory

shahar tashqi manfaatdor tomon hisoblanadi, chunki unga ifloslanishning ko'payishiga ta'sir qiladi.

Aksincha, tashqi manfaatdor tomonlar ba'zan kompaniyaga aniq havolasiz bevosita ta'sir ko'rsatishi mumkin. Masalan, hukumat tashqi manfaatdor tomondur. Hukumat uglerod chiqindilari bo'yicha siyosatni o'zgartirishni boshlaganda, qaror uglerod darajasi oshgan har qanday sub'ektning biznes faoliyatiga ta'sir qiladi.⁴⁴

3.3. Manfaatdor tomonlar o'rtasidagi ziddiyatlar.

Manfaatdor tomonlarning ziddiyati - bu turli manfaatdor tomonlarning mos kelmaydigan maqsadlarga ega bo'lgan holat. Bu kompaniya uchun "muammo" yaratadi, chunki bu uning ishlashi va muvaffaqiyatiga ta'sir qilishi mumkin.

Mojaro kompaniyalardan manfaatdor tomonlarning manfaatlarini samarali boshqarishni talab qiladi. Barcha manfaatdor tomonlar kompaniya uchun strategik emas. Shunday qilib, kompaniyalar qaysi biriga ustuvor ahamiyat berish kerakligini aniqlashlari kerak. Ustuvorliklarni joylashtirish va ular bilan adolatli muomala qilish orqali kompaniya kompaniyaga salbiy ta'sirini minimallashtiradi. Keyinchalik, bu oxir-oqibat ular bilan yaxshi munosabatlarni va kompaniyaning uzoq muddatli muvaffaqiyatini qo'llab-quvvatlaydi.

Kompaniyadagi manfaatdor tomonlarga aktsiyadorlar, xodimlar, mijozlar, yetkazib beruvchilar, kreditorlar, aktsiyadorlik investorlari, mahalliy jamoalar va hukumatlar misol bo'la oladi. Asosiy manfaatdor tomonlar qaysi? Bu kompaniya faoliyat ko'rsatadigan biznes modeli va sanoatiga bog'liq. Lekin, albatta, ular kompaniyaga nisbatan turli manfaatlarga ega, masalan:

- Aktsiyadorlar dividendlardan manfaatdor. Shuningdek, ular kompaniyaga sarmoya kiritish orqali kapital daromadlarini olishni imkoniyatiga ega. Ular kompaniyaning o'sishda davom etishini va ko'proq foyda keltirishini, taqsimlangan dividendlar va kapital o'sishiga ijobiy ta'sir ko'rsatishini xohlashadi.

⁴⁴ <https://www.investopedia.com/terms/s/stakeholder.asp>

- Xodimlar va rahbariyat yuqori maosh va imtiyozlardan manfaatdor. Bundan tashqari, ular sogʻlom ish muhiti, istiqbolli martaba yoʻllari va yetarli oʻquv va rivojlanish dasturlari bilan qiziqishadi. Ular kompaniyaga ularning ishlashi bilan taʼsir qiladi va menejment uchun ular qabul qilgan qarorlar kompaniyaning muvaffaqiyatiga sezilarli taʼsir koʻrsatadi.

- Mijozlar kompaniya mahsulotlariga, mijozlarga xizmat koʻrsatishga va maxfiylikni himoya qilishga qiziqishadi. Ular kompaniyaning sifatli, ammo arzon mahsulotlarni taklif qilishini xohlashadi. Yana bir jihat-soʻnggi paytlarda tobora ommalashib borayotgan biznes etikasi. Kompaniyalar nafaqat foyda olish uchun, balki ijtimoiy va ekologik mas'uliyatli boʻlsa, ularga yoqadi.

- Yetkazib beruvchilar kompaniya tomonidan kirishlarni sotib olishdan manfaatdor. Ular kompaniyalar oʻz vaqtida toʻlashlarini, ulardan buyurtma berishni davom ettirishlarini va ommaviy sotib olishlarini xohlashadi. Kompaniyalar boshqa yetkazib beruvchilarga oʻtib, daromadlarini kamaytirganda, ular buni yoqtirmaydilar

- Hukumat soliqlarni oʻz vaqtida toʻlaydigan va qoidalarga rioya qiladigan kompaniyalarga qiziqish bildirmoqda. Hukumat, shuningdek, kompaniyalardan ekologik mas'uliyatli biznesni yuritishni, raqobatga qarshi xatti-harakatlardan voz kechishni va adolatli ish bilan taʼminlash amaliyotini qoʻllashni talab qiladi. Yana bir qiziqish ish oʻrinlari emas, daromad biznes iqtisodiyotida yaratishdir.

- Kreditorlar kompaniyaning asosiy qarz va foizlarni oʻz vaqtida toʻlashini xohlashadi. Ular kompaniyaning qarzini toʻlamasligini xohlamaydilar. Shuning uchun ular kompaniyaning likvidligi va toʻlov qobiliyati kabi jihatlarga eʼtibor berishadi. Kredit reytingi standart stavkani aniqlash uchun qarash kerak boʻlgan yana bir koʻrsatkichdir. Agar kompaniyaning toʻlov qobiliyati yaxshi boʻlsa, ular kreditlar uchun yangi shartnomalar imzolashni xohlashadi.

- Mahalliy jamoalar kompaniya tomonidan yaratilgan ish oʻrinlari haqida xavotirda. Ular kompaniyani mahalliy ishchilarni jalb qilishni xohlashadi. Boshqa tomondan, ular kompaniyaning ekologik mas'uliyatli biznes amaliyotini amalga oshirishini, salbiy taʼsirlarni

keltirib chiqarmasligini va mahalliy hamjamiyat dasturlarini qo'llab-quvvatlashini xohlashadi.

Har bir manfaatdor tomon o'z manfaatlarini himoya qilishga intiladi. Ular o'z manfaatlari qondirilishiga va maqsadlariga erishilishiga ishonch hosil qilishni xohlashadi. Biroq, kompaniyalar uchun ularning barcha istaklarini bajarish mumkin emas. Ular ko'pincha ustuvorliklarni belgilab olishlari kerak, ya'ni qaysi manfaatlar ular uchun birinchi o'rinda turishni belgilab olishi muhim.

Ko'pincha nizolar kelib chiqadi, chunki manfaatdor tomonlar turli xil va ko'pincha qarama-qarshi manfaatlarga ega. Bu ko'pincha kompaniyalarni qaror qabul qilishda ikkilanishga olib keladi. Ular ba'zi manfaatdor tomonlarga yoqmasligi mumkin bo'lgan tanlovlarni birinchi o'ringa qo'yishlari kerak. Quyida biz ba'zi misollarni keltiramiz.

Birinchidan, yuqori ish haqi va yuqori dividendlar. Aksiyadorlar odatda kompaniyaning foydasi oshishini xohlashadi, chunki bu dividendlar va kapital o'sishiga ta'sir qiladi. Shunday qilib, ular korxonalar xodimlarga yuqori ish haqi to'lashini ko'rishni istamaydilar.

Ikkinchidan, Qisqa muddatli daromad va biznesni kengaytirish. Kengayish biznes hajmini va kompaniya faoliyatining ko'lamini oshiradi. Bu yangi ish o'rinlarini yaratadi va albatta, mahalliy hamjamiyat va hukumat buni yaxshi ko'radi.

Biroq, kengayish qisqa muddatli foydani kamaytiradi va qisqa muddatli investitsiyaga ega bo'lgan aksiyadorlarga yoqmasligi mumkin. Kompaniyalar mashina va uskunalar kabi kapital tovarlarni sotib olish yoki yangi fabrikalar qurish uchun ko'proq pul sarflashlari kerak. Bularning barchasi kamroq foyda keltiradi va shuning uchun dividendlar kamayadi.

Uchinchidan, Samaradorlik va ishni yo'qotish. Turg'unlik kabi qiyin paytlarda kompaniyalar tejamkorroq bo'lishi va samaradorlik choralarni ko'rish kerak. Shunday qilib, ular hali ham sog'lom ishlashlari va xodimlarni ishdan bo'shatishni kamaytirishi. Biroq, bu aksiyadorlar rahbariyat tomonidan qilingan variant bo'lishi mumkin, ammo xodimlar tomonidan emas.

To‘rtinchidan, Sifat va arzon mahsulotlar va boshqalar. Kamroq foyda. Mijozlar yuqori sifatli, ammo arzonroq mahsulotlarni xohlashadi. Biroq, bu kompaniya uchun yuqori va past foyda, aktsiyadorlar va rahbariyat istamaydigan variantni anglatadi.

Beshinchidan, Tashqi biznes joyga ko‘chish va boshqalar. Ichki bandlik. Masalan, kompaniya samaradorlikni oshirish uchun ishlab chiqarish quvvatlarini chet elga ko‘chirishga qaror qiladi. Ushbu tanlov egasiga foyda keltiradi, chunki kompaniyaning foydasi yaxshilanadi. Biroq, bu o‘z ishini yo‘qotadigan xodimlarning manfaatlariga ziddir. Hukumat va mahalliy jamoalar ham buni yoqtirmaydilar, chunki bu ichki iqtisodiyotda ish imkoniyatlarini pasaytiradi.

Manfaatdor tomonlarning nizolarini hal qilish uchun yechimlar korxonalar o‘rtasida keng farq qilishi mumkin. Optimal yechimga erishish uchun ular manfaatdor tomonlarni tahlil qilishlari kerak. Quyidagilarni amalga oshirish lozim:

- Ularning manfaatdor tomonlari kimligini sanab o‘ting;
- Ularning manfaatlarini aniqlang va savdolashish kuchini baholang va

ularning kompaniyaga qanchalik ta’sir qilishini aniqlang. Aniqlangandan so‘ng, kompaniya ustuvorliklarni belgilaydi va ular bilan kurashish uchun yechimlarni belgilaydi. Quyida manfaatdor tomonlarning mojarolarini hal qilish uchun misollar keltirilgan:

- Arbitraj rahbariyat va xodimlar o‘rtasidagi sanoat nizolarini har ikki tomon uchun majburiy bo‘lgan qarorlarni qabul qilish uchun mustaqil uchinchi tomonni (arbitr) taqdim etish orqali hal qiladi.
- Foyda taqsimlash sxemalari foydaning bir qismini xodimlar va menejmentga taqsimlaydi, bu ularning aktsiyadorlar bilan ziddiyatlarini yengillashtirishi mumkin.
- Ulushga egalik qilish sxemalari foydani taqsimlash sxemalari bilan bir xil maqsadlarga ega, ammo xodimlar va menejmentga kompaniya aktsiyalariga egalik qilish imkoniyatini beradi.

- Xodimlarning ishtiroki xodimlar va menejerlar o'rtasidagi yuzaga kelishi mumkin bo'lgan nizolarni kamaytirish uchun aloqa, qaror qabul qilish va motivatsiya tizimlarini yaxshilaydi.⁴⁵

Tayanch iboralar: Manfaatdor tomon (a stakeholder), Majoro (konflikt), ichki manfaatdor tomonlar, Birlamchi manfaatdor tomonlar (Primary stakeholders), Ikkilamchi manfaatdor tomonlar (ikkilamchi stakeholders), matritsa, ishchi xodimlar (employees), menejerlar (managers), direktorlar (directors), mijozlar (customers), etkazib beruvchilar (suppliers), moliyaviy xizmat ko'rsatuvchi provayderlar (finance providers), ekologik bosim guruhlari (environmental pressure groups), davlat (government), kasaba uyushmalari (trade unions).

Nazorat savollari

1. Biznesda manfaatdor tomonlar?
2. Biznes sub'ektlarda ichki manfaatdor tomonlar?
3. Biznes sub'ektlarda tashqi manfaatdor tomonlar?
4. O'zaro bog'liq manfaatdor tomonlarning maqsadi?
5. Mendelning manfaatdor tomonlar kuchiga ega bo'lgan va tashkilot faoliyatiga qiziqish bildirish ehtimoli bo'lgan matritsasi izohlang?
6. Manfaatdor tomonlar o'rtasidagi ziddiyatlar?

Glossariy

Manfaatdor tomon (a stakeholder) - bu tashkilot nima qilayotganidan manfaatdor bo'lgan yoki tashkilot harakatlariga ta'sir qiladigan yoki ta'sir qilishi mumkin bo'lgan shaxs yoki guruh.

Birlamchi manfaatdor tomonlar (Primary stakeholders) shartnoma munosabatlariga ega bo'lganlardir, masalan, xodimlar, direktorlar, aktsiyadorlar – aslida yuqorida muhokama qilingan "bog'langan" yoki "ichki" toifalarga kiradigan har qanday manfaatdor tomon.

Ikkilamchi manfaatdor tomonlar (ikkilamchi stakeholders) -

⁴⁵ Z.B.Eshpulatova. Biznesda buxgalter. O'quv-qo'llanma. TURON-NASHR. 2022 y. 27-31 b

bu tashkilotga qiziqqan, ammo jamoatchilik kabi shartnomaviy aloqalarga ega bo'lmagan tomonlar. "Tashqi" toifadagi har qanday manfaatdor tomonlar ushbu guruhga kiradi.⁴⁶

Manfaatdor tomonlarning ziddiyati - bu turli manfaatdor tomonlarning mos kelmaydigan maqsadlarga ega bo'lgan holat. Bu kompaniya uchun "muammo" yaratadi, chunki bu uning ishlashi va muvaffaqiyatiga ta'sir qilishi mumkin.

⁴⁶ ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology (BT/FBT) Study Text. Chapter 5. Stakeholders in business organisations. KAPLAN PUBLISHING 2021-2022" 112-115 p

V BOB. BIZNESDA SIYOSIY, IQTISODIY OMILLAR

5.1. Biznes yuritishda siyosiy omillar va PESTEL tahlili.

5.2. Biznesda iqtisodiy omillar.

5.3. Ishsizlik.

5.4. Inflyatsiya.

5.1. Biznes yuritishda siyosiy omillar va PESTEL tahlili

Ayrim iqtisodiy adabiyotlarda iqtisodiyotga ta'sir qiluvchi omillarga quyidagilarni ettirof etib o'tgan. Bulardan, Z. Yo'ldoshevning " Milliy iqtisodiyot" nomli o'quv-qo'llanmalarida iqtisodiyotga ta'sir qiluvchi omillarga tashqi va ichki omillarga bo'lib ajratganlar.

Tashqi omillarni quyidagi guruhlariga bo'lish mumkin:

1. Iqtisodiy;
2. Siyosiy;
3. Demografik;
4. Madaniy.

Jahon hamjamiyatini **iqtisodiy omillariga** eng avvalo u yoki bu davlatning milliy iqtisodiyotini ixtisoslik - yo'nalishini belgilaydigan xalqaro mehnat taqsimoti kiritadi.

Siyosiy omillar har xil shakllarda namoyon bo'lishi mumkin. Masalan u yoki bu mahsulot yetkazib berish yoki xizmat ko'rsatishni taqiqlab qo'yish; u yoki bu savdo-siyosiy uyushmalariga qabul qilish yoki qilmaslik; diplomatik munosobatlarni o'rnatilishi yoki buzilishi; u yoki bu harbiy-siyosiy tashkilotlarga kirish, u yoki bu davlat bilan borayotgan urush holati va hokazo.

Jahon hamjamiyatida namoyon bo'ladigan **demografik omillar** eng avvalo ishsizlikni keltirib chiqarishi mumkin bo'lgan ishchi kuchlarining migratsiyasini (bir joydan ikkinchi joyga ko'chishi) bilan bog'liqdir. Bunday holat qaysi davlat uchun yaxshi ko'rsatkich bo'lishi mumkin, va uning aksi davlat uchun yomon ko'rsatkich bo'lishi mumkin.

Milliy iqtisodiyotga **madaniy omillar** ham kuchli ta'sir o'tkazishi mumkin. Masalan madaniyati kuchli bo'lgan davlatlar boshqa davlat madaniyatiga ta'siri (bosqinchiligi-ekspansiya) tufayli uning iqtisodini

pasayishiga (foйда keltirib turgan madaniyat va san'at tarmoqlari daromadlarini pasayib ketishi tufayli) olib keladi.

Milliy iqtisodiyotga ta'sir qiluvchi **ichki** omillar:

- Shaxsiy-insoniy omillar
- Moddiy-ashyoviy omil
- Milliy iqtisodiyotni tashkil qilish shakllari.

Shaxsiy-insoniy omil- bu mehnat qilish qobiliyatidan iborat bo'**lmish ishchi kuchi** va uning faoliyat qilishidir. Shaxsiy insoniy omil mehnatga layoqatli aholi, uning jismoniy va aqliy qobiliyati, bilim va saviyasi, malaka va mahoratidir.

Moddiy ashyoviy omil-bu ishlab chiqarish uchun zarur bo'lgan barcha moddiy shakldagi vositalardir. Uning tarkibiga tabiiy boyliklar, ulardan olingan xom ashyolar, mashina- mexanizm, asbob-uskuna, qurilmagan inshootlar kiradi. Ular ishlab chiqarish vositalari, deb ham yuritiladi. Ularning ma'lum narxda hisoblanib, pulga chaqilgan shakli, ya'ni qiymat-pul shakli MDH mamlakatlarida ishlab chiqarish fondlari nomini olgan.

Moddiy omillar tarkiban uch qismdan iborat:

-Mehnat qurollari (mashina, asbob-uskuna, o'lchash hisoblash asboblari)

-Mehnat predmeti (xom ashyo va materiallar)

-Mehnat sharoiti (bino, inshoot, yo'l, omborlar va hokazolar)

Moddiy-ashyoviy omil bilan shaxsiy-insoniy omil birikib mehnat jarayoni, ya'ni ishlab chiqarish yuzaga keladi. Buning natijasida turli-tuman mahsulotlar va xizmatlar yaratiladi.⁴⁷

Ijtimoiy muhit PESTEL tahlilining tarkibiy qismlarini o'z ichiga oladi, ammo ekologik omillarni istisno qiladi. Demak, u siyosat, iqtisodiyot, ijtimoiy madaniyat va texnologiya omillaridan iborat.

Nima uchun ekologik omillarni istisno qilish kerak?

Sababi shundaki, tabiiy muhitdagi har qanday o'zgarish siyosiy va iqtisodiy, ijtimoiy-madaniy va texnologik siyosatdagi o'zgarishlarga ta'sir qilishi mumkin, aksincha emas. Masalan, global isish bosimi hukumatlarning iqtisodiy siyosat olib borishiga ta'sir qiladi. Bu,

⁴⁷ 3. Йўлдошевнинг "Миллий иқтисодиёт" ўқув қўлланма Тошкент-2004. 14-15 бет

shuningdek, ushbu o'zgarishlarga moslashishda hamjamiyatga ta'sir qiladi. Ammo, hukumat ham, xalq ham, ular global haroratga ta'sir qila olmaydi. Global haroratni keskin pasaytira olmaymiz. Biz faqat ekologik toza faoliyatni amalga oshirish, global haroratning ko'tarilishiga ta'sirini kamaytirish orqali moslashamiz. Shu sababli atrof-muhit omillari yuqori iyerarxiyada e'tirof etib o'tilgan ko'rsatkichlar asosida tashkil etilishi kerak.

Vazifa muhiti (Task environment) kompaniya va uning manfaatdor tomonlari o'rtasidagi o'zaro munosabatlarni qamrab oladi. Ular hukumat, maxsus qiziqish guruhlar, mijozlar, raqobatchilar, savdo uyushmalari, kasaba uyushmalari, kreditorlar va jamiyatdan iborat.

PESTEL tahlilida biznes operatsiyalariga ta'sir qiluvchi siyosiy, iqtisodiy, ijtimoiy-madaniy, texnologik, tabiiy va huquqiy kuchlarning o'zgaruvchilari batafsil bayon etilgan. Har bir o'zgaruvchining kompaniyalar uchun ahamiyati sanoat turiga qarab farq qiladi. Masalan, foiz stavkalari tijorat banklariga ishlab chiqaruvchilarga qaraganda ko'proq ta'sir qiladi.

Barcha tashkilotlarga bilvosita ta'sir ko'rsatadigan barcha omillarni qamrab oladi, masalan: umumiy iqtisodiy tendentsiyalar, aholining o'sishi, yangi texnologiyalar. Bu omillar PEST (political-legal, economic, social-cultural, technological) (siyosiy-huquqiy, iqtisodiy, ijtimoiy-madaniy, texnologik) omillarga qisqartiriladi.

5.2. Biznesda iqtisodiy omillar (mikro va makroiqtisodiyot)

Iqtisodiyot-bu o'zaro bog'liq bo'lgan ishlab chiqarish, iste'mol va birja faoliyatining murakkab tizimi bo'lib, oxir-oqibat barcha ishtirokchilar o'rtasida resurslar qanday taqsimlanishini belgilaydi. Tovarlar va xizmatlarni ishlab chiqarish, iste'mol qilish va taqsimlash iqtisodiyotda yashovchi va faoliyat yuritadigan kishilarning yehtiyojlarini qondirish uchun birlashadi.

Iqtisodiyot millat, mintqa, bitta sanoat yoki hatto oilani ifodalashi mumkin. Iqtisodiyot sub'ektda tovar va xizmatlarni ishlab chiqarish, iste'mol qilish va sotish bilan bog'liq barcha faoliyatni o'z ichiga oladi, xoh u millat bo'lsin, xoh kichik shaharcha bo'lsin.

Ikki iqtisodiyot bir xil emas. Ularning har biri o'z resurslari, madaniyati, qonunlari, tarixi va geografiyasiga muvofiq shakllanadi. Ularning har biri ishtirokchilarning tanlovi va harakatlariga qarab rivojlanadi. Ushbu qarorlar bozor operatsiyalari va jamoaviy yoki iyerarxik qarorlarni qabul qilishning ba'zi kombinatsiyasi orqali qabul qilinadi. Bugungi zamon iqtisodiyoti quyidagi turlarga bo'linadi:

1. **Bozorga Asoslangan Iqtisodiyot (Market-Based Economies).** Bozorga asoslangan yoki "erkin bozor" iqtisodiyoti odamlar va korxonalarga talab va taklifga muvofiq tovar va xizmatlarni erkin almashish imkonini beradi. Amerika Qo'shma Shtatlari asosan bozor iqtisodiyoti muvaffaqiyatga erishishni kutishsa, ular iste'molchilar xohlagan narsani ishlab chiqaradilar va iste'molchilar to'lashga tayyor bo'lgan narsalarni oladilar. Ushbu qarorlar orqali talab va taklif qonunlari narxlar va umumiy ishlab chiqarishni belgilaydi. Agar iste'molchilarning ma'lum bir mahsulotga bo'lgan talabi oshsa, talabni qondirish uchun ishlab chiqarish o'sishga intiladi. Talabning ortishi iste'molchilarning xaridlarini qisqartirmaguncha narxlarning ko'tarilishiga olib keladi. Keyin mahsulotga talab pasayadi va u bilan narxlar pasayadi. Talab va taklifning bu doimiy tortilishi bozor iqtisodiyotiga tabiiy ravishda o'zini muvozanatlash tendentsiyasiga imkon beradi. Bir sektordagi narxlar talab darajada ko'tarilgach, bu talabni to'ldirish uchun zarur bo'lgan pul va mehnat zarur bo'lgan joylarga o'tadi.

2. **Buyruqlarga Asoslangan Iqtisodiyot (Command-Based Economies).** Buyruqbozlikka asoslangan iqtisodiyot tovarlarni ishlab chiqarish darajasi, narxlari va taqsimlanishini nazorat qiluvchi Markaziy hukumatga bog'liq. Bunday tizimda hukumat ulardan foydalanadigan iste'molchilar nomidan muhim deb hisoblangan sohalarga egalik qiladi. Kompaniyalar o'rtasida raqobat qilish man etiladi va narxlar nazorat qilinadi. Kommunistik buyruqbozlikka asoslangan iqtisodiyotni talab qiladi. Zamonaviy misollarga Kuba va Shimoliy Koreya kiradi. Buyruqbozlikka asoslangan iqtisodiyot talab va taklifning ishlashini almashtirishga harakat qiladi.

2. **Aralash Iqtisodiyot (Mixed Economies).** Sof bozor iqtisodiyoti zamonaviy dunyoda kamdan-kam uchraydi, chunki odatda ma'lum darajada hukumat aralashuvi yoki markazlashgan rejalashtirish mavjud. Hatto Qo'shma Shtatlarni ham aralash iqtisodiyot deb hisoblash mumkin. U ishlab chiqarishni talab qilmasligi mumkin, ammo unga ta'sir qilish usullari mavjud. Masalan:

2021 yil oxirida Prezident Jo Bayden mamlakatning strategik neft zahiralaridan chiqarilgan 50 million galon neftni yetkazib berishni ko'paytirish orqali benzin narxini pasaytirishga majbur qilish maqsadida buyurtma qildi.

2022 yilda Federal rezerv mamlakat banklariga bir qator foiz stavkalarini oshirdi. Maqsad kreditlarga bo'lgan talabni kamaytirish va shu sababli tovarlar va xizmatlar narxlarida inflyatsiyani kamaytirish maqsadida butun iqtisodiyotda foiz stavkalarini oshirish edi.

Darhaqiqat, dunyoning rivojlangan iqtisodiyotlarining aksariyati bozorga asoslangan va buyruqbozlikka asoslangan modellarni aralashtiradi. Xitoy faqat 1978 yilgacha xususiy tadbirkorlikni rag'batlantiradigan bir qator islohotlarni boshlaguniga qadar buyruqbozlik iqtisodiyotiga ega edi.

Iqtisodiyot va iqtisodiyotga ta'sir qiluvchi omillarni o'rganish iqtisodiyot deb ataladi. Iqtisodiyot intizomini ikkita asosiy yo'nalishga ajratish mumkin, Mikroiqtisodiyot va Makroiqtisodiyot.⁴⁸

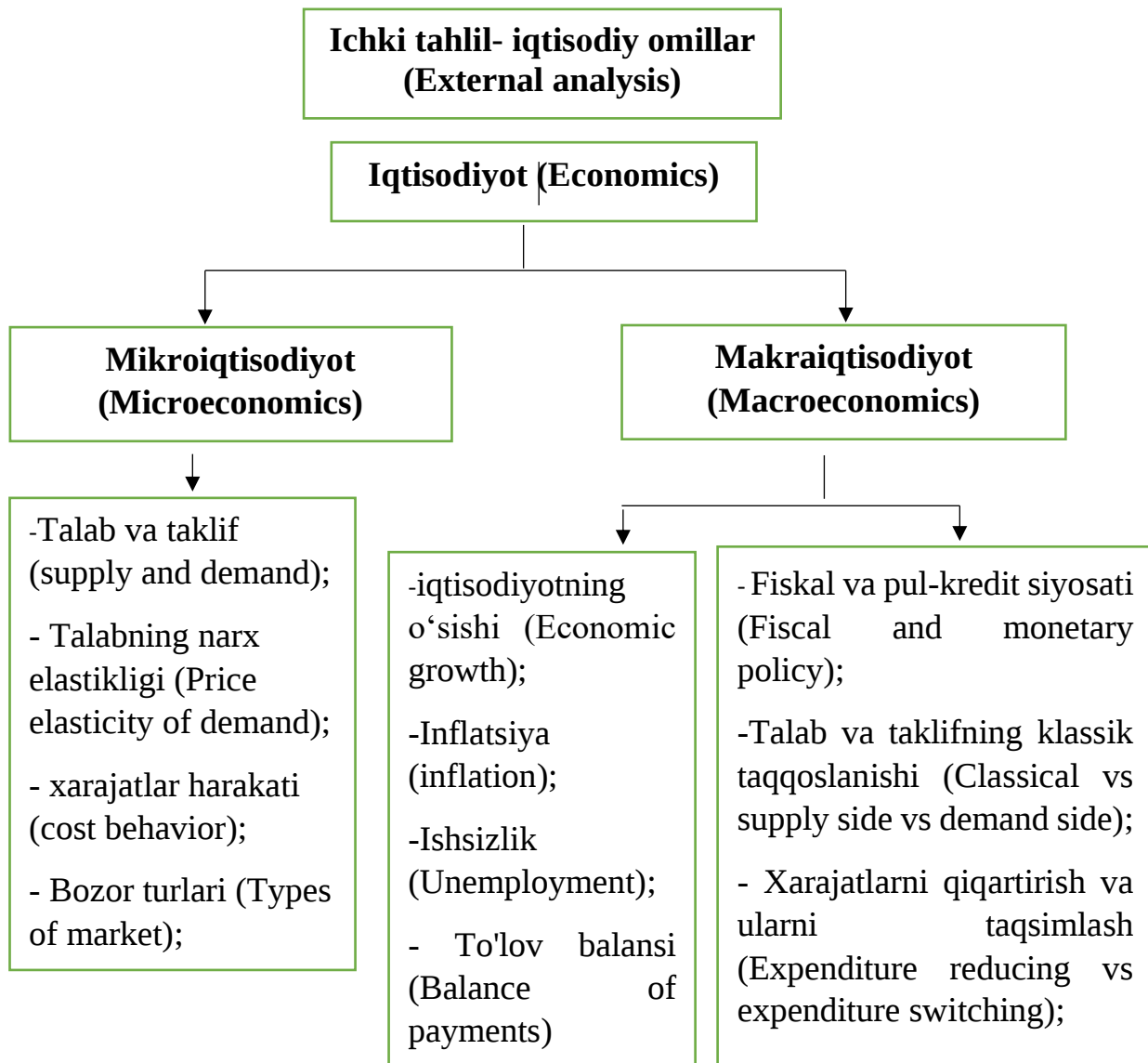
Iqtisodiyotga ta'sir qiluvchi omillarni qisqacha tarzda KAPLAN PUBLISHING. ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology (BT/FBT) Study Text. Chapter 7. External analysis –economic factors'' qismida quyidagicha 5.2.1-rasmda aks ettirilgan.

Masalan, Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. PART A: Chapter 03 «The macroeconomic environment'' qismida makroiqtisodiyotga quyidagicha ta'rif keltirilgan:

Makroiqtisodiyot-bu alohida iqtisodiy birliklar qarorlarining umumlashtirilgan ta'sirini o'rganish (uy xo'jaliklari yoki korxonalar

⁴⁸ <https://www.investopedia.com/terms/e/economy.asp>

kabi). Bu to'liq milliy iqtisodiyotga yoki xalqaro umumiy iqtisodiy tizimdir.



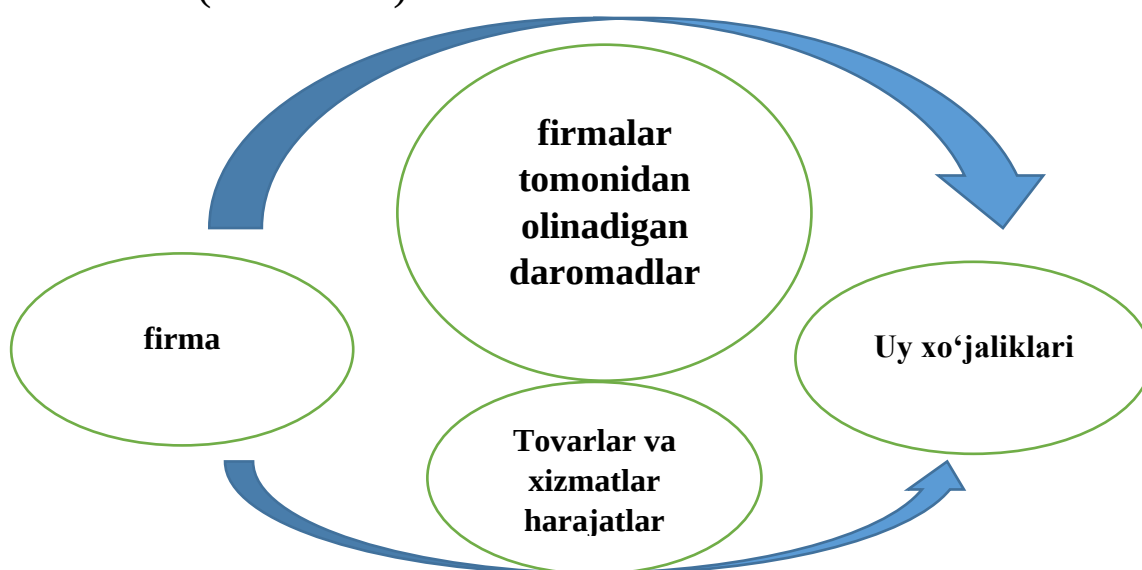
5.2.1.- rasm. Ichki tahlil- iqtisodiy ta'sir qiluvchi omillar (External analysis).⁴⁹

Makroiqtisodiy siyosat hukumatning iqtisodiy masalalarni, shu jumladan iqtisodiy o'sish, inflyatsiya, bandlik va savdo ko'rsatkichlarini nazorat qilish bo'yicha olib boradigan siyosati va harakatlarini tavsiflaydi.

⁴⁹ KAPLAN PUBLISHING. ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology (BT/FBT) Study Text. Chapter 7. External analysis –economic factors. 148 p

Iqtisodiyotda aylana oqimi mavjud, ya'ni xarajatlar amalga oshiriladi, so'ng ishlab chiqarish va daromadlar olinadi, hammasi bir xil qiymatga ega bo'ladi.

Firmalarning daromadi-bu tovar va xizmatlarni sotishdan olingan daromad. (5.2.2-rasm)



5.2.2- rasm. Iqtisodiyotda daromad va harajatlarning aylana oqimi

Uy xo'jaliklari olingan daromad ushbu tovar va xizmatlarga xarajatlar sifatida ishlatiladi.

(a) Ishlab chiqarilgan tovarlarning umumiy savdo qiymati, agar shunday bo'lsa, tovarlarning umumiy xarajatlariga teng bo'lishi kerak.

(b) Xarajatlar miqdori uy xo'jaliklarining umumiy daromadiga teng bo'lishi kerak, chunki bu tovarlarni iste'mol qiladigan uy xo'jaliklari va ular uchun daromadga ega bo'lishi kerak.

Bugungi kunda uy xo'jaliklarida pul oqimlaridan to'g'ri investitsiyalarni kiritmaydigan xo'jaliklari mavjud. Daromadlarning iqtisodiyotda va uy xo'jaliklari o'rtasida aylanishi va bog'lanishi. (5.2.3-rasm)

Shuni ta'kidlash kerakki, aylanma oqim tarkibiy qismlaridan birining xatti-harakatlaridagi o'zgarishlar (masalan, investitsiya) umuman iqtisodiy ko'rsatkichlarda sezilarli o'zgarishlarga olib kelishi mumkin.⁵⁰

⁵⁰ Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. PART A: Chapter 03 «The macroeconomic environment» 59-60 p

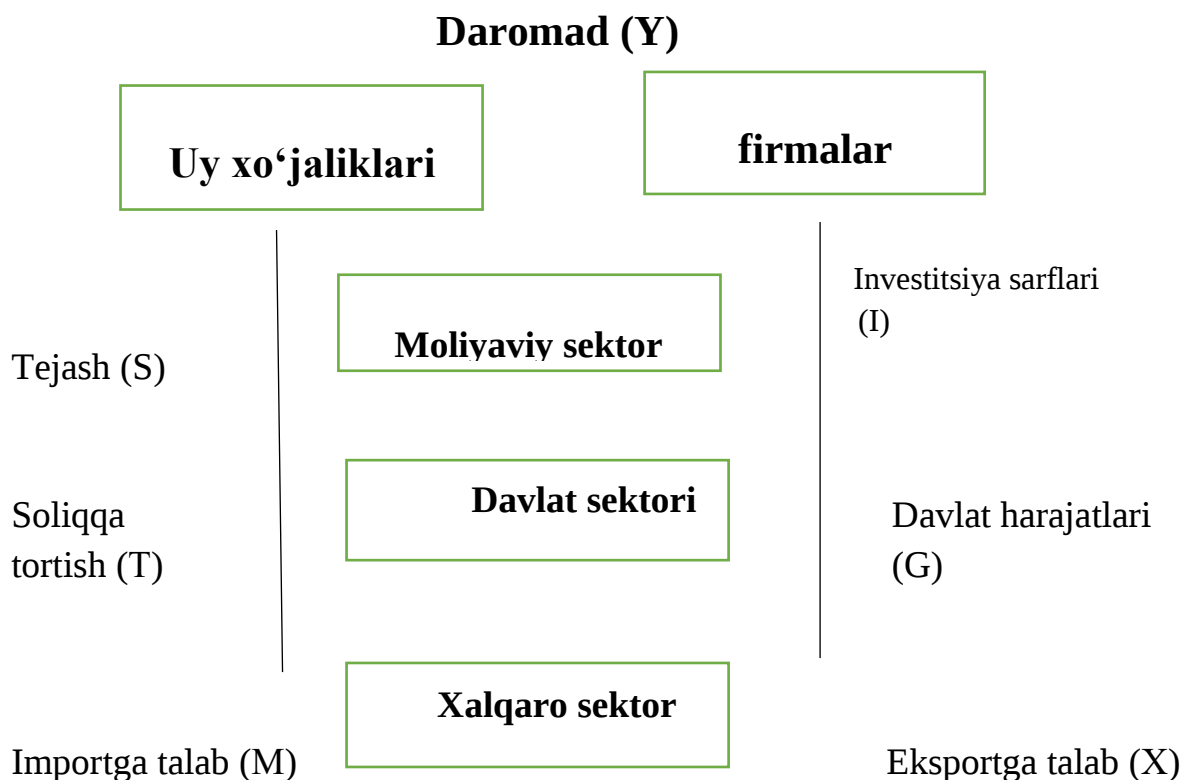
Yuqoridagilardan kelib chiqib iqtisodiyotning asosiy vazifalari quyidagicha bʻyladi deb oʻylaymiz:

Birinchidan, inson tomonidan yaratilgan tovarlar va xizmatlarning, resurslarning xarakati boʻyicha iqtisodiyot turli fazalardan - **ishlab chiqarish, ayirboshlash, taqsimlash va iste'mol qilish jarayonlarining** uzluksizligini taʼminlash;

Ikkinchidan, iqtisodiy resurslarni jamiyat, mamlakat, ayrim korxona va firma, oila ihtiyorida tʻyplangan, ayni vaqtda mavjud boʻlgan hamda tovar ishlab chiqarish, xizmat koʻrsatish, ularni iste'molchiga yetkazib berish va iste'mol jarayonlarida foydalanish mumkin boʻlgan iqtisodiy imkoniyatlar, zaxiralar, manbalarni yaratib berish;

Uchinchidan, barqaror oʻsishni taʼminlash, insoniyat va jamiyat uchun moddiy, iqtisodiy-ijtimoiy va maʼnaviy ehtiyojlarni zamon talab etadigan darajada taʼminlay olish;

Toʻrtinchidan, bugungi davrda raqamli iqtisodiyoti rivojlangan mamalakatlar qatorida, zamonaviy, iqtisodiy, innovatsion, investitsion iqtisodiy muhitni shakillantirish.



5.2.3- rasm. Daromadning pul aylanma oqimi

Iqtisodiy omillarga bir nechta misollar keltirish mumkin. Ularga quyidagilar kiradi:

Foiz Stavkasi (Interest Rate). Foiz stavkasi iqtisodiyotdagi naqd pulning likvidligiga ta'sir qiluvchi asosiy omil hisoblanadi. Investitsiyalarning ko'payishi bilan mamlakatda pul oqimi kamayadi va natijada mamlakat likvidligi pasayadi. Aksincha, mamlakatda investitsiya pul oqimining pasayishi mamlakat likvidligini oshiradi.

Investitsiyalarning yuqori rentabelligi investorlarni jalb qiladi. Ammo, agar kreditlar bo'yicha foiz stavkasi oshsa, mamlakatda pul oqimi kamayadi, natijada mamlakat likvidligi pasayadi. Aksincha, kreditga nisbatan foiz stavkasining pasayishi bilan mamlakatda pul oqimi oshadi va mamlakat likvidligini oshiradi. Demak, foiz stavkasi iqtisodiyotga ta'sir qiladi.

Valyuta Kursi (Exchange Rate). Valyuta kursi eksport va importni amalga oshirishda, xalqaro to'lovlar va tovarlar narxiga ta'sir qiladi.

Soliq Stavkasi (Tax Rate). Soliq stavkasi iqtisodiyotning hal qiluvchi qismidir. Soliq stavkasi tovarlar narxiga va ularni sotishga ta'sir qiladi, iqtisodiyotga ta'sir qiladi.

Inflyatsiya (Inflation). Tovarlar yoki xizmatlarga talab narxining oshishi inflyatsiya va pul taklifini oshiradi.

Mehnat (Labor). Mehnat va xarajat yoki ish haqi har doim iqtisodiyotga ta'sir qiluvchi muhim iqtisodiy omillardir. Natijada, ko'plab mamlakatlar boshqa mamlakatlardan ishchi kuchini outsorsing qilishni boshladilar. Kompaniya ishchi kuchi arzon bo'lgan zavod yoki ishlab chiqarishni boshlaydi.

Talab va taklif (Demand / Supply). Tovarlar yoki xizmatlarga talab yoki taklif iqtisodiyotga ta'sir qiladi, chunki talabning oshishi tovarlar narxi yoki xizmat o'sishi, bu esa inflyatsiyaga olib keladi. Inflyatsiya bilan iqtisodiyotda pul zaxirasi tovarlar yoki xizmatlar taklifining oshishi bilan ortadi. Bir xil narxlar pasayadi. Talab va taklif bir-biriga bog'liq.

Ish haqi (Wages). Mehnatga yoki xodimga to'lanadigan ish haqi-bu iqtisodiyotga ta'sir qiladigan tovarlar yoki xizmatlar narxiga qo'shilgan kompaniya uchun to'g'ridan-to'g'ri xarajat hislabiladi. Ish haqining iqtisodiyotga ta'sir qilishining yana bir usuli bu ish haqini oshirish, quvvatni iste'mol qilish va iste'mol xarajatlarini yaxshilashdir.

Qonun va siyosat (Law and Policies). Qonunning o'zgarishi bilan mamlakat iqtisodiyoti o'zgaradi. Masalan, agar hukumat mamlakatda spirtli ichimliklarni taqiqlashi kerak bo'lgan qonun chiqarsa, bu u bilan shug'ullanadigan kompaniyalarga, ularning xodimlariga va do'kon egalari ta'sir qiladi, bu esa iqtisodiyotga keng darajada ta'sir qiladi. Xuddi shunday, hukumat tomonidan amalga oshirilgan har qanday siyosat iqtisodiyotga ta'sir qiladi.

Hukumat yo'ndashuvi (Government Activity). Hukumat faoliyati iqtisodiyotga ham ta'sir qiladi. Masalan, agar hukumat sug'urta yoki tibbiyot yoki texnologiya kabi biron bir sohani ilgari sursa, u o'z iqtisodiyotini rivojlantiradigan va umuman qo'llab-quvvatlaydigan sohani rag'batlantiradi.

Turg'unlik (Recession). Yetishmovchilik iste'molchilarning xarid qobiliyatiga ta'sir qilib, kompaniyalarni o'z tovarlari yoki xizmatlaridan voz kechishga majbur qiladi. Demak, yuqoridagi iqtisodiy omillar iqtisodiyotga qanday ta'sir qilishini ko'rishimiz mumkin.

Ishsizlik, bozor, yer, kapital, fan va texnologiya kabi boshqa ko'plab iqtisodiy omillar iqtisodiyotga ta'sir qiladi. Biroq, mamlakatning to'g'ri ishlashi uchun iqtisodiyot barqaror bo'lishi kerak. Ibratli darajada, raqobatbardosh daromad bilan muntazam biznes bilan ko'rish mumkin.⁵¹

Milliy iqtisodiyotda multiplikator (The multiplier in the national economy). Multiplikator milliy iqtisodiyotda daromadlarning aylanish jarayonini o'z ichiga oladi. Investitsiyalarni jalb qilinishi milliy daromadning o'sishiga olib keladi. Milliy daromadning o'sishi har qanday yangi investitsiyaning qanday nisbatda sarflanishi yoki qanday nisbatda tejalishi kabi omillarga bog'liq holda sarflarning dastlabki o'sishining ko'paytmasi bo'ladi.

⁵¹ <https://www.wallstreetmojo.com/economic-factors/>

Zamonaviy makroiqtisodiyotning Markaziy tushunchalaridan biri bu multiplikatordir. Keynes daromadlarini aniqlash modeli iste'mol va investitsiya xarajatlarining o'zaro ta'siri milliy ishlab chiqarish darajasini qanday belgilashini ko'rsatadi.

Keynes investitsiyalarning ko'payishi daromad va bandlik darajasini oshirishini tta'kidlagan. Shuningdek, u investitsiyalarning ko'payishi milliy daromad qanchalik darajada o'zidan yoqoriroq miqdorga oshirishini ko'rsatgan.⁵²

Ko'rinib turibdiki iqtisodiyotga ta'sir qiluvchi tashqi va ichki omillar bir-biri bilan uzviy bog'liq. Tashqi iqtisodiy omillar o'zgarishiga qarab, ichki iqtisodiyotda valyuta kursi, milliy daromad, inflyatsiya darajalari kabi omillar ham mos ravishda o'zgaradi. Iqtisodiyot omillarning mamalakat iqtisodiyotiga zanjirli ta'sir qiluvchi omillar qatoriga kiritsa bo'ladi. Bitta omilning ta'siri boshqa omillar ta'sirini zanjirli mehanizmdek o'z ichiga qamrab oladi desak mubolag'a bo'lmaydi deb o'ylayman.

Mikroiqtisodiyot iqtisodiyotning alohida qismlari kam resurslarni qanday taqsimlash to'g'risida qaror qabul qilishiga qaratilgan. Yuqorida aytib o'tilganidek, bu alohida qismlarga iste'molchilar, firmalar va tarmoqlar kiradi. Mikroiqtisodiyot ushbu shaxslar tomonidan qabul qilingan talab va taklif qarorlari sanoat yoki bozor ichidagi tovarlar va xizmatlarni sotish narxlariga qanday ta'sir qilishini o'rganishga harakat qiladi. Talab quyidagi turlarga ajratiladi:

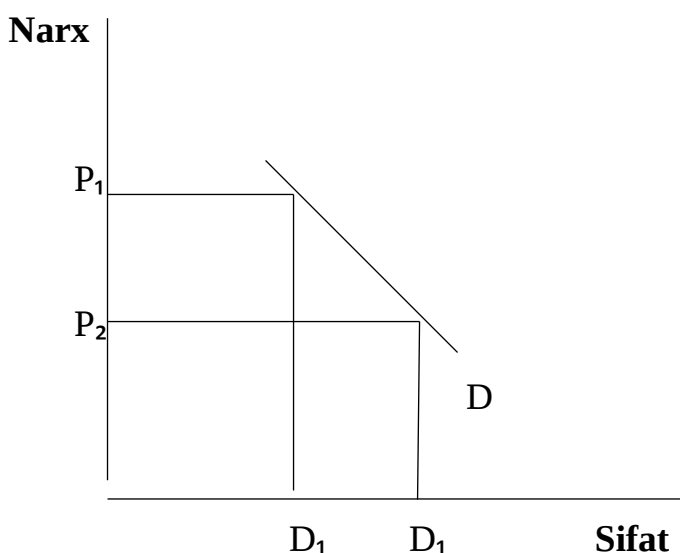
Shaxsiy talab (Individual demand) kimdir turli narxlarda qancha tovar yoki xizmatni sotib olmoqchi ekanligini ko'rsatadi. Ushbu talab samarali bo'lishi kerak, chunki iste'molchilar tovarlarni yoki xizmatlarni sotib olish uchun naqd pulga ega bo'lishlari kerak, aksincha ularni umuman xohlamasliklari kerak. Berilgan narx bo'yicha talab darajasini ko'rib chiqayotganda, biz 'talab shartlari' (ya'ni boshqa o'zgaruvchilar) doimiy ushlab turiladi deb taxmin qilamiz.

⁵² <https://www.economicdiscussion.net/national-income/determination/multiplier-and-the-determination-of-national-income/26044>

Ko'pincha arzon narxlarda tovarlar va xizmatlarga talab odatda yuqori va yuqori narxlarda tovarlar va xizmatlarga talab past bo'ladi. Tovar va xizmatlardagi narx o'zgarishiga qarab talabning o'zgarishi:

- narx pasayganda talab oshgani sayin talabning oshishi;
- talabning pasayishi, chunki narxlar ko'tarilganda talab pasayadi.

Shunday qilib, quyidagi diagrammada talab egri chizig'i D talabning normal pastga egri chizig'ini aks ettiradi va narxlar o'zgarganda ushbu egri chiziq bo'ylab harakatlarni talabning pasayishi (narx ko'tariladi) yoki talabning kengayishi (narx pasayadi) deb atash mumkin (5.2.4-rasmga qarang).



5.2.4-rasm. Talabning narx o'zgarishiga qarab nuqtaga kelishi.

Aksariyat tovarlar uchun narx qancha past bo'lsa, talab shunchalik yuqori bo'ladi. Bu ikkita jarayonning natijasidir.

-Almashtirish ta'siri paydo bo'ladi (bu erda substitution effect). Bu iste'molchi narxlarning nisbiy o'zgarishi tufayli bir nechta mahsulotni, ikkinchisiga qaraganda kamroq sotib olinganda.

Misol uchun, agar bitta tovar o'rnini bosuvchi bir xil maqsadda ishlatiladigan tovar bo'lsa va birisining narxi ikkinchisiga nisbatdan arzonroq narxda sotilayotganda, unda birinchisining narxining pasayishi iste'molchilarni talabning bir qismini past narxdagi tovarga almashtirishga olib keladi.

-Daromad olishning ta'siri mavjud (There is an income effect).

Bu erda tovarlar narxining o'zgarishi iste'molchilar daromadlarining sotib olish qobiliyatiga ta'sir qiladi (ularning Real daromadlarining o'zgarishi). Agar tovarlarning narxi tushib qolsa, iste'molchi o'zining Real daromadlarining o'sishini his qiladi va natijada eng oddiy tovar va xizmatlarni sotib olishga intiladi.

K plc yengil avtomobillar ishlab chiqaruvchisi hisoblanadi. Kompaniya o'z avtomobillarini sotadigan narxni oshirsa, avtomobillarga bo'lgan talab va shuning uchun kompaniya sotadigan avtomobillar soni kamayishini aniqlashi mumkin.

Bu almashtirish effekti bilan bog'liq bo'lishi mumkin. Mijozlar tanlashi mumkin bo'lgan ko'plab avtomobil ishlab chiqaruvchilari mavjud. Agar K o'z avtomobillarining narxini oshirsa, ular raqobatchilardan qimmatroq bo'lishi mumkin, bu esa mijozlarni arzonroq muqobillarga o'tishga majbur qiladi.

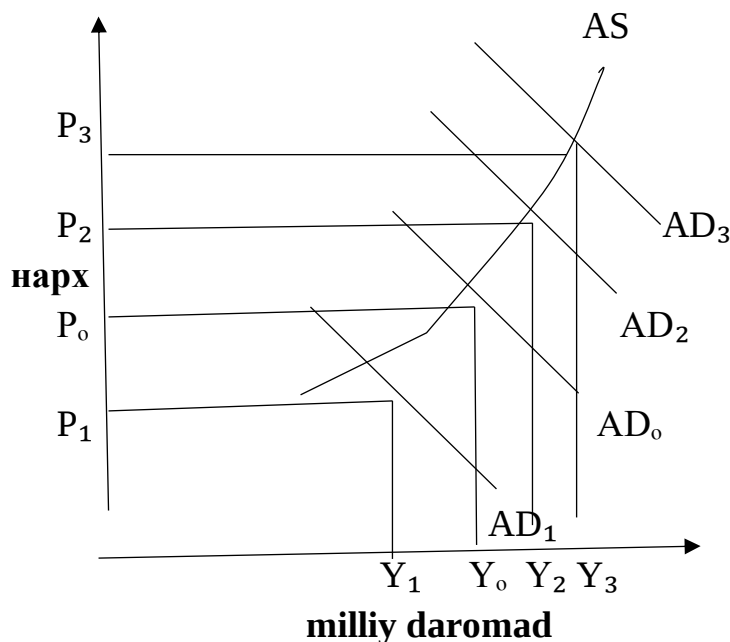
Daromad ta'siri tufayli k savdosi ham zarar ko'rishi mumkin. Avtomobillar nisbatan qimmatga tushadi va iste'molchilar daromadlarining katta qismini tashkil qiladi. Agar k kompaniyasi o'z avtomobillari uchun juda yuqori narxni belgilasa, uning ko'plab mijozlari ushbu mahsulotni sotib ololmasligi mumkin, bu esa talabning pasayishiga olib keladi.

Albatta, reklama va ishlab chiqaruvchilar ta'mlarni manipulyatsiya qilishlari mumkin, ayniqsa, ota-bobolarimiz ularsiz juda yaxshi ish qilgan konditsionerlar kabi ko'rgazmali mahsulotlar uchun bozorlarni "yaratish" uchun. Ba'zi ovqatlar mavsumiy talabga ega (masalan, pishirilgan go'sht), garchi ular yil davomida mavjud bo'lsa-da, chunki Lazzatlar o'zgaradi (masalan, yozda ko'proq salatlar iste'mol qilinadi).

Iqtisodiyotga ta'sir qiladigan yana muhim omillardan biri bu yalpi talab va yalpi taklifning o'zgarib borishi. Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. PART A: Chapter 03 «The macroeconomic environment» qismida quyidagicha tushunchalar e'tirof etilgan.

Iqtisodiyotda tovarlar va xizmatlarga bo'lgan umumiy talab yalpi talab deb ataladi va u aylanma oqimning bir nechta tarkibiy qismlaridan

iborat. Ushbu tarkibiy qismlarga iste'mol, investitsiyalar, davlat xarajatlari va eksportdan importning chegirmasi kiradi. Oddiy qilib aytganda, yalpi talab egri chizig'i mamlakatdagi jismoniy shaxslar va korxonalar uchun barcha talab egri chiziqlarining yig'indisini ifodalaydi va u 5.2.5-rasmida quyidagicha aks ettiriladi:



5.2.5- rasm. Yalpi talab va taklif modeli⁵³

5.2.5-rasm shuni ko'rsatadiki, yalpi talab egri chizig'i chapdan o'ngga qiyalashadi (ya'ni narxlar pasayishi bilan talab oshadi, chunki odamlar o'zlariga ko'proq narsani olishi mumkin), lekin ko'rsatilganidek siljishi mumkin. O'zgarish iste'molchilar ishonchining oshishi yoki pasayishi kabi omilga bog'liq bo'lishi mumkin. Bu quyidacha tushuntiriladi.

Internet manbalarda yalpi talabga quyidagicha ta'rif keltirilgan.

Yalpi talab - bu mamlakat iqtisodiyotidagi barcha tovarlar va xizmatlarga bo'lgan umumiy talab bo'lib, bunday tovarlar va xizmatlarga almashtirilgan pulning umumiy miqdori sifatida ifodalanadi. Bu mamlakatning yalpi ichki mahsulotiga (YaIM) bo'lgan talabga teng va mamlakat ichida sotib olingan barcha narsalar ularning narxlari bilan bog'liqligini tavsiflaydi.

⁵³ Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. PART A: Chapter 03 «The macroeconomic environment» 61 p

Yalpi talab iste'mol xarajatlari, Davlat xarajatlari, investitsiya xarajatlari va mamlakatning sof eksporti kabi turli komponentlar yordamida hisoblanadi va quyidagi formula asosida amalga oshiriladi.

$$\textbf{Yalpi talab (Aggregate Demand Formula (AD))} = \\ C + I + G + (X - M)$$

Bu yerda:

Iste'mol xarajatlari (Consumer Spending (C)) – bu investitsiya uchun foydalanilmaydigan yakuniy mahsulotlarga oilalarning umumiy xarajatlari;

Investitsiya xarajatlari (Investment Spending (I)) – investitsiya iste'mol tovarlarini ishlab chiqarish uchun barcha kompaniyalarning xaridlarini o'z ichiga oladi. Biroq, har bir xarid yalpi talab uchun hisobga olinmaydi, chunki faqat mavjud element o'rnini bosadigan xarid talabga qo'shilmaydi;

Davlat xarajatlari (Government Spending (G)) – bu hukumatning jamoat tovarlari va ijtimoiy xizmatlarga xarajatlarini o'z ichiga oladi. Bu transfer to'lovlarni o'z ichiga olmaydi, ijtimoiy xavfsizlik kabi, tibbiy yordam, va hokazo;

Eksport (Exports (X)) - bu chet mamlakatning tovar va xizmatlariga sarf-xarajatlarining umumiy qiymati;

Import (Import (M)) - bu xorijiy mamlakatlardan import tovarlar va xizmatlar bo'yicha uy mamlakat xarajatlarining umumiy qiymati. Bu davr davomida sof eksportga erishish uchun mamlakat eksport qiymatidan ushlab qolinadi.

Eksport (X) va import (M) o'rtasidagi farq sof eksport deb ham ataladi.

Misol uchun, bir yil davomida Qo'shma Shtatlarda, shaxsiy iste'mol xarajatlari 15 trillion dollarni, xususiy investitsiyalar va yakuniy bo'lmagan kapital tovarlariga korporativ xarajatlar 4 trillion dollarni, Davlat iste'mol xarajatlari 3 trillion dollarni, eksport qiymati 2 trillion dollarni, import qiymati esa 1 trillion dollarni tashkil etdi.

Endi bizga ma'lum bo'lgan ko'rsatkichlardan foydalanib, AQShning yalpi talabini hisoblaymiz:

Bu yerda,

$C = \$ 15$ trillion

$I = \$ 4$ trillion

$G = \$ 3$ trillion

N_x (sof import) = \$ 1 trillion (\$2 trillion - \$ 1 trillion

Demak, Aggregate Demand Formula (AD)= $\$15 + \$4 + \$3 + (\$2 - \$1) = \23

Shunday qilib, bu davrda AQShning AD (yalpi talabi) \$ 23 trln ga teng.

Afzalliklari:

1. Bu ushbu davrda iqtisodiyotdagi barcha tovarlar va xizmatlarga bo'lgan umumiy talabni bilishga yordam beradi.

2. U ko'plab iqtisodchilar va bozor tahlilchilari tomonidan tadqiqotlari uchun ishlatiladi.

3. Yalpi talab egri chizig'i iqtisodiyotdagi tovarlar yoki xizmatlar narxlari o'zgarishining mahsulot talabiga ta'sirini bilishga yordam beradi.

Kamchiliklari:

1. Yalpi talabni hisoblash AD o'sishi bilan iqtisodiyotda o'sish bo'lishini isbotlamaydi. Yalpi ichki mahsulot va yalpi talabni hisoblash bir xil bo'lgani uchun ular faqat bir vaqtning o'zida ko'payadi va bu sabab va natijani ko'rsatmaydi.

2. ADni hisoblashda mamlakatning millionlab shaxslari o'rtasidagi turli xil maqsadlar uchun turli xil iqtisodiy bitimlar ishtirok etadi, bu o'zgarishlarni hisoblashni qiyinlashtiradi, regressiyalarni boshqaradi va hokazo.⁵⁴

Yalpi taklif (Aggregate supply)-bu – mamlakatda muayyan vaqtda ishlab chiqarilib, narxlarning muayyan darajasida sotishga tayyor turgan, o'zining ijtimoiy nafliligi, turlari, sifati, miqdori va ijtimoiy qiymati bo'yicha shu davrdagi talabga javob beradigan barcha tovarlar va xizmatlar hajmidir.

- Yalpi taklif umumiy miqdorining tovarlar turlari, miqdori, sifati hamda narxiga bog'liq.

⁵⁴ <https://www.wallstreetmojo.com/aggregate-demand/>

Yalpi taklif hajmiga ta'sir qiluvchi omillarga quyidagilar kiradi:

1. Resurslar narxlarining o'zgarishi.

Boshqa sharoitlar o'zgarmay qolganda, resurslar narxining oshishi mahsulot birligiga xarajatlarning ko'payishiga, resurs narxlarining pasayishi esa xarajatlarning kamayishiga olib keladi. Resurs narxlariga bir qator omillar ta'sir ko'rsatadi. Resurslar taklifining ko'payishi ular narxini pasaytiradi va natijada mahsulot birligiga xarajatlari kamayadi. Resurslar taklifining kamayishi esa qarama-qarshi natijaga olib keladi.

- Yer resurslari
- Ishchi kuchi resurslari.
- Kapital.
- Tadbirkorlik qobiliyati.
- Import resurslar narxlari.
- Bozordagi hukmronlik.

2. **Samaradorlikning o'zgarishi.** *Samaradorlik* – bu ilgari ta'kidlanganidek, milliy ishlab chiqarish real hajmining sarflangan resurs miqdori nisbatidir. Boshqacha aytganda, samaradorlik – xarajat birligiga to'g'ri keluvchi ishlab chiqarishning o'rtacha hajmi yoki ishlab chiqarish real hajmi ko'rsatkichi.

3. **Huquqiy me'yorlarning o'zgarishi.** Korxonalar o'z faoliyatida amal qiladigan huquqiy me'yorlarning o'zgarishi mahsulot birligiga to'g'ri keladigan xarajatlarni va yalpi taklifni o'zgartirishi mumkin.

Huquqiy me'yorlar o'zgarishining ikki turi mavjud:

- a) soliq va subsidiyalarning o'zgarishi;
- b) davlat tomonidan tartibga solish tavsifi va usullarining o'zgarishi.

Yalpi talab egri chizig'i va yalpi taklif egri chizig'i kesishgan nuqta umumiy muvozanatni ifodalab, bu holatga narxning muvozanatli darajasi va milliy ishlab chiqarishning muvozanatli real hajmi orqali erishiladi.⁵⁵

⁵⁵ <https://ppt-online.org/569573>

5.3. Inflyatsiya

Inflyatsiyaning yuqori sur'atlari iqtisodiyot uchun zararli hisoblanadi. Inflyatsiya daromad va boylikni qayta taqsimlaydi. Noaniqlik pulning qiymati haqida biznesni rejalashtirishni qiyinlashtiradi. Doimiy o'zgaruvchan narxlar qo'shimcha xarajatlar.

Inflyatsiya odatda narx darajasining oshishi va pul birligining qadirsizlanishiga olib keladi. Tarixan inflyatsiya mavjud bo'lmagan davrlar juda kam bo'lgan. Inflyatsiyaning yuqori sur'atlari nima uchun zararli deb hisoblanishini quyida muhokama qilamiz. Shunga qaramay, deflyatsiya (narxlarning pasayishi) odatda o'sishning past sur'atlari va hatto turg'unlik bilan bog'liqligini yodda tutish muhimdir. Sog'lom iqtisodiyot inflyatsiyani talab qilishi mumkin. Albatta, agar iqtisodiyot o'sishi kerak bo'lsa, pul massasi kengayishi kerak va inflyatsiyaning past darajasi o'sishga likvid mablag'lar yetishmasligi to'sqinlik qilmasligini ta'minlaydi. (Likvidlik-bu aktivlarni naqd pulga aylantirish qulayligi.)

Hozirgi kunda ko'plab rivojlangan mamlakatlar hukumatlarining siyosiy yondashuvlarida markaziy o'rnini egallagan iqtisodiy siyosat maqsadi barqaror narxlardir.

Inflyatsiya daromad va boylikni istalmagan tarzda qayta taqsimlashga olib keladi. Boylikni qayta taqsimlash kreditorlik qarzlardan debitorlik qarzlarga qadar bo'lishi mumkin. Buning sababi, qarzar inflyatsiya bilan haqiqiy qiymatini yo'qotadi. Misol uchun, siz 1000 yevro qarz oldingiz va narxlar ikki baravar oshdi. Siz uchun bu tanqislikni keltiradi va pulning qarz miqdorining oshishiga olib kelishi mumkin. Agar narxlar tushganda, aksincha xolat, ya'ni qarzingizning haqiqiy qiymati ikki baravar kamaygan bo'lar edi.

To'lov balansi inflyatsiyaga ta'siri. Agar mamlakat asosiy savdo sheriklariga qaraganda yuqori inflyatsiya darajasiga ega bo'lsa, uning eksporti importga nisbatan arzon bo'lsa, natijada, savdo balansi zarar ko'radi, eksport qiluvchi tarmoqlarda va import o'rnini bosuvchi ishlab chiqaradigan tarmoqlarda bandlikka ta'sir qiladi. Oxir-oqibat, valyuta kursiga ham ta'sir qiladi.

Pul qiymati va narxlarning noaniqligi ham inflyatsiya darajasiga bog‘liq. Agar inflyatsiya darajasi nomukammal kutilgan bo‘lsa, hech kim inflyatsiyaning haqiqiy darajasi haqida aniq ma’lumotga ega bo‘lolmaydi. Natijada, hech kim pulning qiymati yoki narxlarning haqiqiy ma’nosi haqida ham aniq ma’lumotga ega bo‘lmaydi.

Agar inflyatsiya darajasi haddan tashqari ko‘payib ketsa va giperinflyatsiya mavjud bo‘lsa, bu muammo shunchalik bo‘rttiriladiki, pul befoyda bo‘lib qoladi, shuning uchun odamlar uni ishlatishni xohlamaydilar va barterga murojaat qilishga majbur bo‘lishadi. Narxlar kamroq ma’lumotni yetkazib berganligi sababli, resurslarni taqsimlash jarayoni unchalik samarali va oqilona bo‘lmaydi, qaror qabul qilish deyarli imkonsizdir.

Barqaror narxlarni maqsad qilishning to‘rtinchi sababi bu tez-tez o‘zgarib turadigan narxlarning resurs qiymati. Britaniyada allaqachon inflyatsiya pulning haqiqiy qiymatini hisoblash usuli topilgan. Pulning real qiymatidagi o‘zgarishlarni yagona ko‘rsatkich sifatida o‘lchash uchun barcha tovar va xizmatlarni yagona narx indeksiga guruhlashimiz kerak. Bular:

Iste'mol narxlari indeksi (Consumer Price Index, CPI) - bu iste'mol savatchasi qiymati dinamikasining nisbiy ko‘rsatkichidir (iste'mol tovarlari va xizmatlar): oziq-ovqat tovarlari, uy joylar, ko‘p iste'mol qilinadigan sanoat tovarlari, yoqilg‘i va energiyalar. Har oyda oldingi oyga nisbatan hisoblanadi⁵⁶ (5.3.1-jadvalga qarang).

5.3.1-jadval

Iste'mol narxlari indeksini hisoblash⁵⁷

Mahsulot va xizmatlar turlari	Har bir toifaga sarflangan haftalik uy xarajatlarining ulushi (%)	Har bir toifada sotib olingan tovarlar (\$) va xizmatlarning o‘rtacha narxi	O‘rtacha narx (\$)
Kiyim va poyabzal	25	\$44	$0,25 * \$44 = \11

⁵⁶ <https://fayllar.org/m-a-r-k-e-t-i-n-g-asosij-marketing-tushunchalari-va-zamonaviy.html?page=27>

⁵⁷ [keting-tushunchalari-va-zamonaviy.html?page=27](https://fayllar.org/m-a-r-k-e-t-i-n-g-asosij-marketing-tushunchalari-va-zamonaviy.html?page=27)

Uy-ro'zg'or buyumlari va	10	\$90	$0,10 \cdot \$90 = \9
xizmatlari	50	\$8	$0,50 \cdot \$8 = \4
Oziq-ovqat	15	\$20	$0,15 \cdot \$20 = \3
Sayohat	100 %		Narx savatchasi \$27

Savat narxi bazis yilida \$25 ,di, shuning uchun yillik inflyatsiya 8% ni tashkil etdi, ya'ni:

$$\text{CPI bir yilda} = \frac{\text{O'rtacha narx 1 yil}}{\text{O'rtacha narx bazis yili}} = \frac{\$27}{\$25} \times 100 = 108$$

Izoh. Sotib olingan tovarlar va xizmatlar savati va savatdagi har bir narsaga qo'llaniladigan og'irliklar yildan-yilga o'zgarishi mumkin, chunki mahsulotlar va xarajatlar tartibi o'zgaradi.

Buyuk Britaniyada Chakana narxlar indeksi (RRI Retail Price Index) o'lchovi inflyatsiya tomonidan har oy nashr etiladi Milliy statistika boshqarmasi. Bu narxning o'zgarishini o'lchaydi vakillik namunasi ning chakana savdo tovarlar va xizmatlar.

PRI (Retail Price Index) xalqaro statistik standartlarga mos kelmasligi sababli, 2013 yildan buyon Milliy statistika byurosi uni "milliy statistika" deb tasniflamaydi. Iste'mol narxlari indeksi o'rniga. Biroq, 2018 yilga kelib Buyuk Britaniya xazinasini har xil indekslarga bog'liq soliqlarni ko'tarish uchun inflyatsiyaning RRI o'lchovidan foydalanadi.

1988 yilda 100 ga asoslangan inflyatsiya ko'rsatkichlarining 3 ko'rsatkichi: Chakana narxlar indeksi, RPIX va CPI bilan o'rtacha daromad indeksi kiritilgan.

Buyuk Britaniya RRI quyidagicha qurilgan:

- Baza yili yoki boshlang'ich nuqtasi tanlanadi. Bu narx o'zgarishini o'lchaydigan standartga aylanadi.

- O‘rtacha bir oila sotib olgan narsalar ro‘yxati tuziladi. Bunga yordam beradi. Yashash xarajatlari va oziq-ovqat mahsulotlarini o‘rganishadi.

- Og‘irliklar to‘plami hisoblab chiqiladi, bu o‘rtacha oilaviy byudjetdagi moddalarning nisbiy ahamiyatini ko‘rsatib beradi - o‘rtacha uy xarajatining ulushi qancha ko‘p bo‘lsa, shuncha og‘irlik bo‘ladi.

- Har bir buyumning narxi buyumga berilgan vaznga ko‘paytiriladi, shunda buyum narxining hissasi uning ahamiyatiga mutanosib bo‘ladi.

- Har bir buyumning narxi asosiy yilda ham, taqqoslash yilida (yoki oyda) topilishi kerak.

Bu kerakli vaqt oralig‘ida foiz o‘zgarishini hisoblash imkonini beradi.

RRI hisoblashda RRIX va SRI hisoblashda ishlatiladigan Jevons usuli emas, balki Carli usulining o‘zgarishi qo‘llaniladi.

O‘lchanmagan Carli usuli inflyatsiya darajasini oshirib yuboradi. Ammo yuqorida aytib o‘tilganidek, RRI hisoblash og‘irliklardan foydalanadi, bu ortiqcha so‘zlarni olib tashlaydi.

Amalda taqqoslash qisqa davrlarda amalga oshiriladi va og‘irliklar tez-tez qayta baholanadi.

CPI odatda pastroq bo‘ladi, garchi bu qamrovdagi farqlardan ko‘ra ko‘proq indekslarni hisoblash formulalaridagi farqlarga bog‘liq bo‘lsa. Buyuk Britaniya hukumati 2010 yil iyun byudjeti 2011 yil apreldan boshlab ba’zi imtiyozlarni oshirish uchun CPI o‘rniga RPI o‘rniga foydalaniladi.

Shtatlarning pensiyalariga kelsak, Buyuk Britaniya hukumati 2011 yildagi kuzgi bayonotida bu ko‘rsatkichlar CPI, o‘rtacha daromad yoki 2,5 foizga ko‘payishini tasdiqladi.

Ipoteka foiz stavkalarining o‘zgarishi sababli PRI o‘zgarishi o‘zgaruvchanligi o‘ngdagi grafikada ko‘rsatilgan. Bu RRIX -ga o‘tish foydasiga ishlatilgan dalillardan biri edi.

PRIning o‘zgarishi quyidagilarni o‘z ichiga oladi RPIX, bu xarajatlarni olib tashlaydi ipoteka foiz to‘lovlari, bilvosita soliqlarni istisno qiladigan RPIY (QQS) va mahalliy hokimiyat organlari soliqlari,

shuningdek ipoteka uchun foizlar to'lovlari va o'rtacha hisoblash uchun Carli (arifmetik) usulidan ko'ra Jevons (geometrik) dan foydalanadi RPIJ.⁵⁸

Buyuk Britaniyada 1970 va 1980 yilda, inflyatsiya oqibatida yuqori ishsizlik ko'rsatkichlari bo'ldi.

Bugungi kunda Buyuk Britaniyada inflyatsiya yana rekord darajaga ko'tarildi. Buyuk Britaniyada sentyabr oyida iste'mol narxlari indeksi (CPI) 2021 yil sentyabriga nisbatan 10,1 foizga o'sganini ko'rsatdi. Bu haqda Buyuk Britaniya Milliy statistika boshqarmasi (ONS) xabar bermoqda.

Shu tariqa, inflyatsiya yillik ko'rsatkichlar bo'yicha 40 yillik rekord o'rnatilgan joriy yilning iyul oyi darajasiga qaytdi.

Avgust oyida Buyuk Britaniyada inflyatsiya 9,9 foizni tashkil etgan. Inflyatsiyaning tezlashishiga eng katta hissa qo'shgan oziq-ovqat va alkogolsiz ichimliklar narxlarining ko'tarilishi bo'ldi - yillik 14,6 foizga o'sdi.

Bu 1980 yil apreldan beri eng yuqori ko'rsatkichdir. ONS ma'lumotlariga ko'ra, ushbu toifadagi narxlar ketma-ket 14 oy davomida o'sib bormoqda.

Narxlar eng tez o'sib borayotgan non mahsulotlari, don mahsulotlari, go'sht mahsulotlari, sut, pishloq va tuxumdir.

Narxlarning sezilarli o'sishi uy-ro'zg'or buyumlari va mebel (10,8 foiz), restoran va mehmonxonalar (9,7 foiz), shuningdek, uy-joy kommunal xizmatlari (9,3 foiz) toifalarida ham kuzatildi.

Bugun e'lon qilingan ma'lumotlar iqtisodiyot zaiflashganda ham asosiy inflyatsiya kuchliligicha qolayotganini ko'rsatmoqda deydi Capital Economics bosh iqtisodchisi Pol Deyls Reuters agentligiga.

Mutaxassisning ta'kidlashicha, oziq-ovqat va energiya narxlarini hisobga olmaganda, asosiy inflyatsiya 30 yillik eng yuqori ko'rsatkichga — 6,5 foizga yetgan.⁵⁹

⁵⁸ https://uz.wikidea.ru/wiki/Retail_price_index#Calculation

Iste'molchilar narxlari indekslari, qisqacha qo'llanma (PDF), Milliy statistika boshqarmasi, arxivlandi (PDF) asl nusxasidan 2015 yil 10 yanvarda, olingan 10 yanvar 2015

⁵⁹ <https://daryo.uz/k/2022/10/19/buyuk-britaniyada-inflyatsiya-yana-rekord-darajaga-kotarildi/>

Xulosalar shundan iboratki, inflyatsiya bir nechta turlarga ajratilgan ekan. So‘ngi oxirgi 2-3 yillarda turli iqtisodiy omillar ta’siri, ya’ni pandemiya, durye-yoda notinchlik va ishsizlikning armiyasi ko‘payishi natijasida, inflyatsiya darajasi ko‘p mamlakatlarda o‘shish sura’tlarini ko‘rsak bo‘ladi. Bu vaziyat o‘z navbatida iqtisodiy siklning kuchli tebranishiga olib keladi. Lekin, insoniyat har doim iqtisodiy o‘shish yoki pasayish tendentsiyalarga duch kelishi mumkin. Shu bois, dunyo mamlakatlari iqtisodiy ekspertlari bu vaziyatni barqarorlashtirish yo‘llarini topish muhim ahamiyat kasb etmoqda.

5.4. Ishsizlik

Ishsizlik - iqtisodiy faol aholining bir qismi o‘ziga loyiq ish topa olmasdan qolishi va mehnat zaxirasiga aylanishi. O‘zbekistonda Ishsizlik tushunchasi rasman 1992 y. «Aholini ish bilan ta’minlash to‘g‘risida»gi qonunining qabul qilinishi bilan me’yoriy kuchga ega bo‘ldi (1998 y. 1 mayda ushbu qonunning yangi tahriri qabul qilindi).

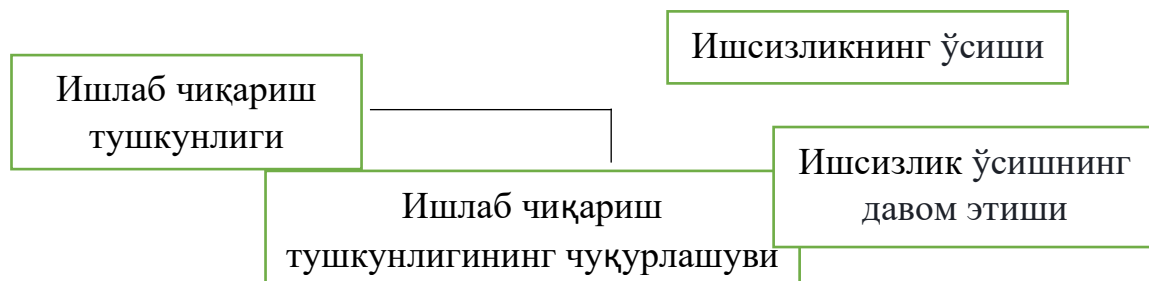
Ishsizlik inson manfaatlariga to‘g‘ridan to‘g‘ri ta’sir qiladigan yirik ijtimoiy-iqtisodiy muammolardan biri hisoblanadi. Ish joyini yo‘qotish ko‘p kishilar uchun oilaviy turmush darajasining pasayishini, shaxsiy hayotining notinchligini keltirib chiqaradi, kishiga jiddiy ruhiy ta’sir ko‘rsatadi.

Amaldagi iqtisodiy hayotda ishsizlik ish kuchi taklifining unga bo‘lgan talabdan oshib ketishi tarzida namoyon bo‘ladi. Ishsizlik sababi turlicha: texnika rivojlanish bilan mehnat unumdorligi ortadi, ishlab chiqarish kam mehnat talab bo‘lib qoladi. Iqtisodiyotda jami talab va taklif muvozanati buziladi, tovarlarga bozor talabining qisqarishi ish kuchiga talabni ham qisqartirib yuboradi, natijada ish kuchining bir qismi ortiqcha bo‘lib qoladi; iqtisodiyot rivojlanishi bilan malakali ish kuchiga talab oshib, malakasizlar kerak bo‘lmay qoladi; aholi ishlab chiqarishga nisbatan tez o‘sgan kezlarda, uning bir qismi ortiqcha bulib, ishsiz qoladi.

Mehnat qonunlariga ko‘ra, ishsizlarga mehnat birjalari orqali ishsizlik nafaqasi to‘lanadi.⁶⁰

⁶⁰ <https://qomus.info/encyclopedia/cat-i/ishsizlik-uz/>

Tolametova Zilola Abdujabborovna, Qulmatov Alimjan Abdulloyevich, “Ishsizlikning kelib chiqish sabablariga nazariy yondashuv uni bartaraf etish yo‘llari” nomli ilmiy makolasida iqtisodiy beqarorlikning kuchayishi ishlab chiqarish tushkunligini keskinlashtiradi, buning natijasida esa ishsizlik o‘sadi. Ishsizlik iqtisodiy beqarorlik va tushkunlik, inqirozini yanada kuchaytiradi deb e’tirof etgan.(5.2.1-rasm va 5.4.1.-jadvalga qarang).



5.4.1.-rasm.- Ishsizlik kelib chiqish oqibatlari.⁶¹

5.4.1-jadval

Ishsizlikning oshkora kategoriyalari

Ishsizlikning oshkora kategoriyalari	Sharhlar
Friktsion ishsizlik	vaqtincha ishsizlik bo‘lib, ish joyini almashtirish paytida yuz beradi, eski ishdan ketib, yangi ishga o‘tguncha ishsizlik yuz beradi. Ya’ni ular ish qidirayotgan ishchi kuchlaridir. Ishsizlarning ushbu toifasiga o‘z kasbini o‘zgartirayotgan, ko‘chib ketayotgan kishilar, birinchi marotaba ishga kirayotgan yoshlar, vaqtinchalik ishdan bo‘shatilganlar kiradi. Ishsizlikning bunday shakli istalgan ijtimoiy tizimda, iqtisodiy rivojlanishning istalgan darajasida mavjud, u ijtimoiy xavfli ishsizlik deb hisoblanmaydi.

⁶¹ Tolametova Zilola Abdujabborovna, Qulmatov Alimjan Abdulloyevich, Ishsizlikning kelib chiqish sabablariga nazariy yondashuv uni bartaraf etish yo‘llari. makola Iqtisod va moliya 2017.4. 47-b

Strukturaviy ishsizlik	iqtisodiyot, fan texnika taraqqiyoti jadal rivojlangan sari yangi ishlab chiqarishlar, korxonalar sifat jihatidan yangi tarmoqlar paydo bo‘lishi va ayni vaqtda boshqa korxonalar, tarmoqlar, texnologiyaning eskirishi bilan bog‘liq. Bunda doimiy ravishda yangi kasblar paydo bo‘ladi va ilgari keng tarqalgan ba’zi kasblar keraksizga aylanadi, yangi kasblarga talab kuchayadi va eskilariga bo‘lgan ehtiyoj kamayadi. Bular natijasida keraksiz bo‘lib qolgan ishchi kuchi strukturali ishsizlikni hosil qiladi.
Mavsumiy ishsizlik	mavsumiy ishda band bo‘lganlarning mavsum tugagach ishsiz qolishi bo‘lib, bu ishsizlik turi qishloq xo‘jaligi, qurilish va sayyohlik sohalariga xos.
Davriy ishsizlik	ishlab chiqarishning pasayishi natijasida ishchi kuchiga bo‘lgan talabning kamayishi va ishsizlarning paydo bo‘lishidir. Davriy ishsizlik bozorning eng jiddiy iqtisodiy va ijtimoiy muammolaridan biridir. Davriy ishsizlikda ishlashni xohlaydigan va bunga salohiyatli kishilar ishsiz bo‘lishga majburdirlar, chunki ishlab chiqarishning umumiy tanazzuli tufayli ishchi kuchi iqtisodiyotga kerak bo‘lmay qoladi
Institutsional ishsizlik	mehnat bozorining institutlari vujudga keladi. Uning asosiy sababi – ishsiz kishining nafaqa hisobiga yashash imkoniyatiga ega bo‘lishi va shu sababli ish qidirishga rag‘batning yo‘qolishidir. Institutsional ishsizlik insonning asosiy ehtiyojlarini ta’minlash uchun ishsizlik bo‘yicha nafaqa miqdori yetarli bo‘lganda ommaviy hodisa sifatida vujudga keladi, nafaqa to‘lash muddati davomli bo‘ladi.

Friktsion va strukturaviy ishsizlikda ma'lum o'xshashliklar va farqli jihatlar mavjud. Asosiy farqi shundaki, friktsion ishsizlikda ma'lum malaka va tajriba mavjud bo'ladi hamda undan foydalanib qisqa vaqtda ish topish mumkin. Strukturali ishsizlikda ishchi kuchi darhol yoki qisqa muddatda ish topa olmaydi. U malakasini o'zgartirishi, qayta malaka oshirishi, ma'lumot olishi, kasb egallashi lozim. Hatto ba'zi hollarda yashash joyini o'zgartirishga ham to'g'ri keladi.

Institutsional ishsizlikning oqibatlarini bir xilda bo'lmaydi. Albatta, ishsiz kishining munosib turmush darajasini saqlab turish, qashshoqlik va uning ijtimoiy oqibatlarini bartaraf etish ijobiy holdir, uning salbiy tomoni jamiyatdagi ishchi kuchi salohiyatidan samarali foydalanmaslik, fuqarolarda boqimandalik ruhiyatini shakllantirish, mehnatga bo'lgan sabab va rag'batlantirishning yo'qolishidir. Ishsizlikning o'z o'lchami mavjud. U ishsizlik darajasi deb ataladi. Ishsizlik darajasi mehnatga layoqatli kishilarning qanday qismi ishsiz qolganini bildiradi va quyidagi formula bilan hisoblanadi:

$$Y_k = N/O \times 100$$

bunda: Y_k – ishsizlik darajasi; N – ishsizlar soni; O – mehnatga layoqatli aholi soni.

Ishsizlik muddati ko'rsatkichi ham mavjud. Bu ko'rsatkich ishsizlikning davomiyligini bildiradi. Bu jihatdan qisqa muddatli va uzoq muddatli ishsizlik bor. Ularning nisbati iqtisodiy holatga bog'liq. Har bir mamlakat o'zidagi cheklangan resurslardan samarali foydalangan holda maksimal miqdordagi tovar va xizmatlaryaratishga harakat qiladi. Bunga erishish uchun esa to'la bandlik va ishlab chiqarishni ta'minlash kerak.⁶²

Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016.
PART A: Chapter 03 «The macroeconomic environment» o'quv-qo'llanmasida ishsizlikga ta'sir qiluvchi omillarga quyidagilar e'tirof etilgan.

⁶² Толаметова Зилола Абдужабборовна, Қулматов Алимжан Абдуллоевич, Ишсизликнинг келиб чиқиш сабабларига назарий ёндашув уни бартараф этиш йўллари. макола Иқтисод ва молия 2017.4. 48-49 б

Ish o‘rinlarini yaratish va ishsizlikni kamaytirish ko‘pincha xuddi shu narsani anglatishi kerak, ammo ishsizlikni kamaytirmasdan ko‘proq ish o‘rinlarini yaratish mumkin.

a) bu ish o‘rinlari bozoriga yangi ish o‘rinlari yaratilganidan ko‘ra ko‘proq odam kirganda sodir bo‘lishi mumkin. Masalan, agar 500,000 yangi ish o‘rinlari bir yil davomida yaratilgan, lekin 750,000 qo‘shimcha kollej bitiruvchilari ish izlayotgan bo‘ladi va oqibatda ishsizlik 250,000 soniga o‘sadi.

(b) ish o‘rinlarini yaratmasdan rasmiy ishsizlik ko‘rsatkichlarini kamaytirish ham mumkin. Masalan, hukumat tomonidan moliyalashtiriladigan o‘quv sxemasiga ro‘yxatdan o‘tgan shaxslar ishsizlik reyestridan olinadi, garchi ular to‘la vaqtli ishlarga ega bo‘lmasalar ham.

Hukumat ish o‘rinlarini yaratish yoki ishsizlikni kamaytirish uchun bir nechta variantni sinab ko‘rishi mumkin.

(a) to‘g‘ridan-to‘g‘ri ish joylariga ko‘proq pul sarflash (masalan, ko‘proq davlat xizmatchilarini yollash);

(b) iqtisodiyotning xususiy sektorida o‘shishni rag‘batlantirish; yalpi talab o‘shib borayotganida, ehtimol, firmalar talabni qondirish uchun ishlab chiqarishni ko‘paytirishni xohlashadi va shuning uchun ko‘proq ishchi kuchi yollanadi;

(v) ish ko‘nikmalarini o‘qitishni rag‘batlantirish, chunki malakasiz ishchilar orasida yuqori darajadagi ishsizlik bo‘lishi mumkin va shu bilan birga malakali ishchilar yetishmasligi - hukumat firmalarga kerak bo‘lgan ko‘nikmalarga ega bo‘lgan ishchilarni bilan ta‘minlash uchun o‘quv sxemalarini moliyalashtirishda yordam berishi mumkin;

(g) asosiy mintaqaviy sohalarda ish beruvchilarga grant yordamini taklif qilish;

(d) jismoniy shaxslarga ko‘chirish xarajatlari bo‘yicha moliyaviy yordam taklif qilish va bo‘sh ish o‘rinlari to‘g‘risida ma‘lumot oqimini yaxshilash orqali mehnat harakatchanligini rag‘batlantirish;

Boshqa siyosatlar real ish haqini bozor kliring darajalariga kamaytirishga qaratilgan bo‘lishi mumkin.

(a) kasaba uyushma a'zolari uchun ma'lum ishlarni cheklaydigan yopiq do'kon shartnomalarini bekor qilish;

(b) bunday qoidalar mavjud bo'lgan yeng kam ish haqi qoidalarini bekor qilish.⁶³

Umuman olganda bir qancha olimlarning iqtisodiy qarashlari turlicha, lekin umuiy xulosa qiladigan bo'lsak, ishsizlik kelib chiqishning eng muhim omillardan bu inflyatsiyaning ko'tarilishi va mahsulot ishlab chiqarishning kuvvati kamayib borishidan iborat. Shu bois, iqtisodiy muvozanatni ushlab turish va biznes sektorlaning ko'payishi uchun shart-sharoitlar yaratib berish har bir davlatning birinchi vazifalardan bo'lib hisoblanadi.

Tayanch iboralar: PESTEL tahlili, shaxsiy-insoniy omillar, moddiy-ashyoviy omil, mikroiqtisodiyot, makroiqtisodiyot, vazifa muhiti (task environment), foiz stavkasi (interest rate), valyuta kursi (exchange rate), soliq stavkasi (tax rate), inflyatsiya (inflation), mehnat (labor), talab (demand), taklif (supply), ish haqi (wages), qonun (law), siyosat (policies), turg'unlik (recession), yalpi talab, inflatsiya, ishsizlik.

Nazorat savollari

1. Biznes yuritishda siyosiy omillar va PESTEL tahlili?
2. Bugungi zamon iqtisodiyot turlari?
3. Ichki tahlil- iqtisodiy ta'sir qiluvchi omillar (External analysis)?
4. Makroiqtisodiyot?
5. Mikroiqtisodiyot?
6. Iqtisodiy omillarni keltirib o'ting?
7. Milliy iqtisodiyotda multiplikator (The multiplier in the national economy) bu nima?
8. Yalpi talab nima?
9. Yalpi taklif hajmiga ta'sir qiluvchi omillar?
10. Inflyatsiya bu nima va turlari?
11. Buyuk Britaniyada inflyatsiya?

⁶³ Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. PART A: Chapter 03 «The macroeconomic environment» 68-69 p

12. Ishsizlik tushunchasi?
13. Ishsizlik turlari?

Glossariy

Shaxsiy-insoniy omil- bu mehnat qilish qobiliyatidan iborat bo'lmish ishchi kuchi va uning faoliyat qilishidir. Shaxsiy insoniy omil mehnatga layoqatli aholi, uning jismoniy va aqliy qobiliyati, bilim va saviyasi, malaka va mahoratidir.

Moddiy ashyoviy omil-bu ishlab chiqarish uchun zarur bo'lgan barcha moddiy shakldagi vositalardir. Uning tarkibiga tabiiy boyliklar, ulardan olingan xom ashyolar, mashina- mexanizm, asbob-uskuna, qurilmagan inshootlar kiradi.

Iqtisodiyot-bu o'zaro bog'liq bo'lgan ishlab chiqarish, iste'mol va birja faoliyatining murakkab tizimi bo'lib, oxir-oqibat barcha ishtirokchilar o'rtasida resurslar qanday taqsimlanishini belgilaydi.

Makroiqtisodiyot-bu alohida iqtisodiy birliklar qarorlarining umumlashtirilgan ta'sirini o'rganish (uy xo'jaliklari yoki korxonalar kabi). Bu to'liq milliy iqtisodiyotga yoki xalqaro umumiy iqtisodiy tizimdir.

Foiz Stavkasi (Interest Rate). Foiz stavkasi iqtisodiyotdagi naqd pulning likvidligiga ta'sir qiluvchi asosiy omil.

Samaradorlik – xarajat birligiga to'g'ri keluvchi ishlab chiqarishning o'rtacha hajmi yoki ishlab chiqarish real hajmi ko'rsatkichi.

Inflyatsiya (lat. inflatio "shishiradi") - tovarlar va xizmatlar narxlarining umumiy darajasining barqaror o'sishi[1]; pulning qadrsizlanishi jarayoni, ortiqcha ishlab chiqarish (emissiya) yoki muomaladagi tovar massasining pasayishi tufayli ularning sotib olish qobiliyatining pasayishi, chiqarilgan pulning doimiy miqdori.⁶⁴

Ishsizlik - iqtisodiy faol aholining bir qismi o'ziga loyiq ish topa olmasdan qolishi va mehnat zaxirasiga aylanishi.

⁶⁴ <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%BD%D1%84%D0%BB%D1%8F%D1%86%D0%B8%D1%8F>

VI BOB. BIZNESDA IJTIMOIIY, EKOLOGIK VA TEXNOLOGIK OMILLAR

6.1. Biznesda ijtimoiy omillar.

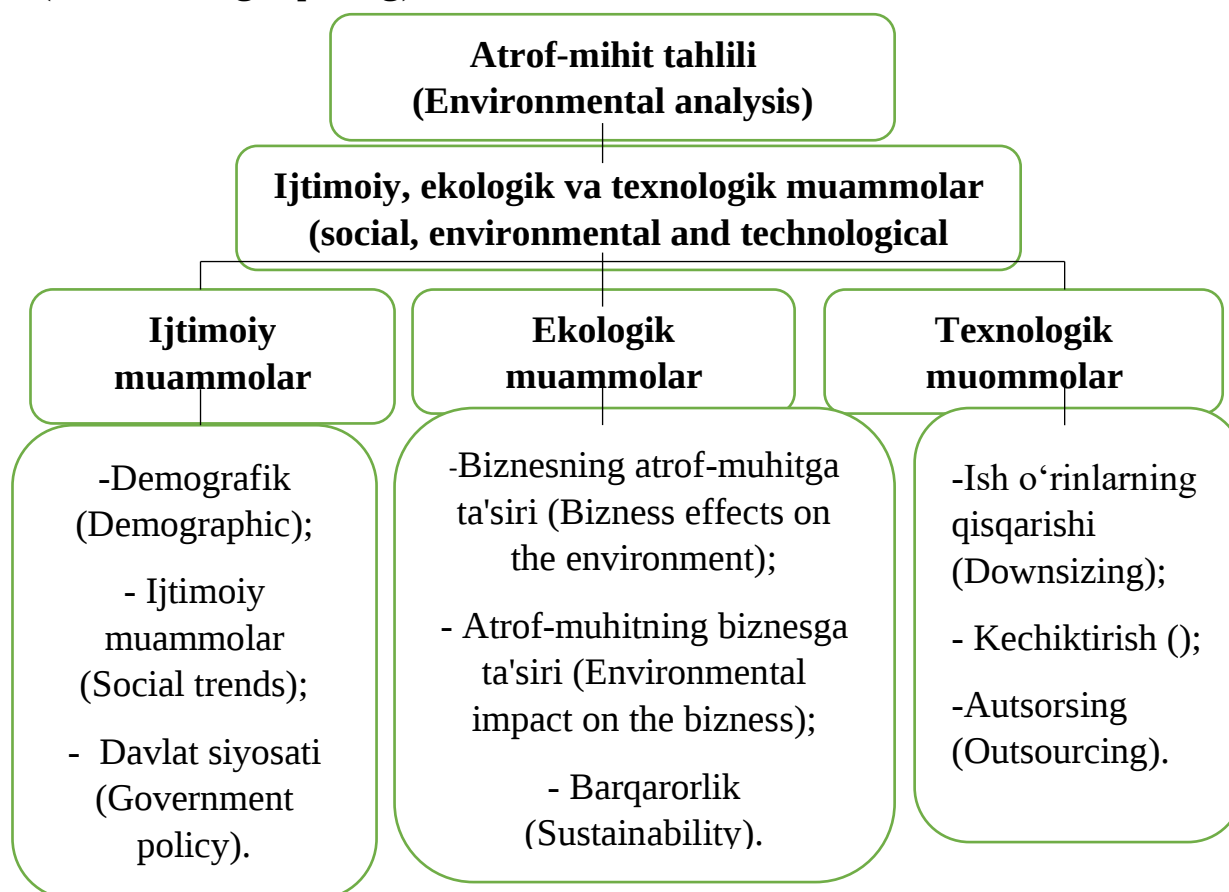
6.2. Biznesda ekologik omillar.

6.3. Biznesda texnologik omillar.

6.1. Biznesda ijtimoiy omillar.

PEST tahlilidan foydalanganda, e'tiborga olish kerak bo'lgan so'nggi omillar biri bu - ijtimoiy va texnologik muammolar, shuningdek, ular tashkilotga qanday ta'sir qilishi mumkinligini tahlil qilishadi.

Ijtimoiy-ekologik tahlil o'z ichiga quyidagi qo'rsatkichlarni oladi (6.1.1-rasmga qarang).



6.1.1-rasm. Atrof-muhit tahlili uchun inobatga olinadigan omillar

Yuqorida aks ettirilgan ko'rsatkichlar, Kaplan publishing Text-study book 2021-2022 da keltirilgan bo'lib, har bitta muammolarga kuiydagicha ta'riflangan.

1.1. **Demographic trends.** *"Demografiya" soʻzining maʼnosi bu - har qanday hududdagi aholi tarkibini anglatadi – xoh mamlakat boʻlsin, xoh mamlakat ichidagi hudud.*

Korxonalar kuzatishi kerak boʻlgan bir qator muhim demografik muammolar mavjud.

Bularga quyidagilar kiradi:

➤ **Aholi soni (Population size).** Aholining oʻsishi (yoki kamayishi) tugʻilish, oʻlim, immigratsiya va emigratsiya kabi omillarning kombinatsiyasidan kelib chiqadi. Koʻpgina kompaniyalar aholi prognozlarini kuzatib boradilar, chunki aholi sonining koʻpayishi koʻpincha oʻz tovarlari va xizmatlari uchun bozorning oʻsishiga olib keladi.

➤ **Aholining tarkibi (Population composition).** Bu koʻpincha aholining yoshi bilan bogʻliq boʻlib, odatda tugʻilish va oʻlimning nisbiy koʻrsatkichlari taʼsir qiladi. Irlandiyada aholining qariyb 36 foizi 25 yoshgacha boʻlganligi sababli, mamlakatda koʻplab yosh ishchi kuchiga muhtoj korxonalar mavjud.

Buyuk Britaniyada 2011 yilda aholining 17 foizi 65 yoshdan oshgan. 2035 yilga kelib bu koʻrsatkich 23 foizga yetishi kutilmoqda. Bu omil kelajakda pensiya yoshidagi ishchi kuchiga ehtiyoj oshishiga olib kelishi mumkin.

➤ **Aholining joylashuvi (Population location).** 1950 yilda dunyo aholisining taxminan 30% shaharlarda yashagan. 2050 yilga kelib bu koʻrsatkich 70% gacha koʻtarilishi kutilmoqda.

Shaharlarda boʻsh joy, er muammosi tobora qadrlanayotganini hisobga oladigan boʻlsak, ixcham mebellarni taklif qiladigan kompaniyalar oʻz mahsulotlariga boʻlgan talabning oshishiga duch kelishlari mumkin.

Boylik (Wealth). Mamlakatda iqtisodiy oʻsish koʻpincha aholi daromadlarining oʻsganini anglatadi. Bu, oʻz navbatida, tovarlar va xizmatlarga talabning oshishiga olib keladi. 2010 yilda dunyodagi iqtisodiy taraflama eng tez rivojlanayotgan va oʻsib borayotgan mamlakatlar qatoriga Qatar, Paragvay va Singapur kiritilgan.

➤ **Ta'lim (Education).** Oliy ma'lumotli ishchi kuchi iqtisodiy o'sishning asosiy omilidir.

Ta'lim standartlarining murakablashib borishi, malakali xodimlarga muhtoj bo'lgan yuqori texnologiyali korxonalarni kengaytirishga imkon beradi.

➤ **Sog'lik (Health).** Ko'pgina g'arbiy mamlakatlarda aholi ortiqcha vazndan aziyat chekmoqda. Bu tibbiyot mutaxassislariga bo'lgan ehtiyojning oshishiga olib keladi.

Janubiy Afrikaning barcha aholisining 10% dan ortig'i OIV bilan kasallangan. Mamlakatda umr ko'rish davomiyligining pasayishi (2010 yilda 49 yosh), ayniqsa, o'rta yoshdagi odamlar soni kamaygan aholi tarkibining o'zgarishi bilan bog'liq katta tashvish tug'diradi. Odatda, bu yoshlar va qariyalarni qo'llab-quvvatlaydigan iqtisodiy jihatdan eng faol va malakali guruhdir.⁶⁵

6.1.2. Ijtimoiy tendentsiyalar (Social trends).

Ushbu tadqiqot vaqt o'tishi bilan jamiyat qanday o'zgarishini ko'rsatadi. Ushbu o'zgarishlarga ta'sir qiluvchi bir qancha asosiy omillar mavjud, jumladan:

- * ijtimoiy tuzilma;
- * qadriyatlar;
- * hayotga munosabat;
- * did.

Tashkilotlar ushbu ijtimoiy o'zgarishlarni tahlil qilishlari va ularning faoliyatiga qanday ta'sir qilishini tushunishga harakat qilishlari kerak.

6.1.3. Ijtimoiy tuzilma (Social structure).

Ijtimoiy tuzilma ko'pincha ijtimoiy sinf tushunchasi bilan chambarchas bog'liq.

Ijtimoiy sinf-bu bir xil ijtimoiy, iqtisodiy yoki ta'lim maqomiga ega bo'lgan odamlar guruhi.

⁶⁵Kaplan publishing BT Study Text 2020-21. ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology (BT/GBT) Study Text. 204-205 p

Ijtimoiy tuzilishdagi o'zgarishlar tashkilotlarga sezilarli ta'sir ko'rsatishi mumkin. Xususan, tashkilotlar ushbu guruhning ijtimoiy mavqeini uning sotib olish afzalliklari bilan bog'lashlari mumkin.

Bu shuni anglatadiki, tashkilot o'z marketingini ma'lum bir ijtimoiy guruhga yo'naltirish orqali yaxshilashi mumkin. Masalan, qimmatbaho hashamatli mahsulotlarni ishlab chiqaradigan va sotadigan tashkilotlar kam daromadli ijtimoiy guruh vakillariga e'tibor qaratmasligi mumkin.

6.1.4. Qadriyatlar (Values).

Ijtimoiy qadriyatlar-bu ijtimoiy guruhni birlashtirishga yordam beradigan qabul qilingan xatti-harakatlar va me'yorlar.

Ijtimoiy qadriyatlardagi o'zgarishlarning bir qator misollari mavjud bo'lib, ular bir qator tashkilotlar va ularning faoliyatiga ta'sir ko'rsatdi.

Bularga quyidagilar kiradi:

- Issiqxona gazlari chiqindilari va hayvonlarni sinovdan o'tkazish kabi ekologik va axloqiy muammolar haqida xavotirning kuchayishi madaniyatdagi o'zgarishlarni qabul qilishni istamaydigan firmalar uchun falokatga aylanishi mumkin.

- Ko'p ayollar farzand ko'rishdan oldin martabaga erishishni afzal ko'rishadi. Bu birinchi farzand tug'ilganda onalarning o'rtacha yoshi oshishiga olib keldi. Bu keksa onalar ko'pincha moliyaviy holati ancha yuqori bo'lib, sifatli bolalar kiyimlari, bolalar aravachalari va boshqalarga talabning oshishiga olib keldi.

- An'anaviy ish kunidan 9 dan 5 gacha bo'lgan turmush tarzini o'zgartirish supermarketlarning tun bo'yi ochilishiga olib keldi. Internet va boshqa axborot texnologiyalari odamlarga ushbu tendentsiyaga javoban yarim tunda xarid qilish yoki bank operatsiyalarini amalga oshirishga imkon beradi.

6.1.5. Hayotga munosabat (Attitudes).

Biror narsaga bo'lgan munosabat odam yoki odamlar guruhining biror narsatni yoqtirishlari yoki yoqmasligini aks ettiradi. Bu shaxs, joy, narsa yoki hodisaga nisbatan ijobiy yoki salbiy munosabatlardir.

Shunga qaramay, tashkilotlarda jamiyatdagi har bir shaxsning o'ziga xos fikr va turli qarashlarni e'tiborga olishlari kerak. Masalan:

- Evropa bo'ylab tashkilotlardan da'vo qilingan qoidabuzarliklar uchun tovon puli olishga harakat qilayotgan xodimlar uchun tayyor bo'lishlari kerak. Bu "kompensatsiya madaniyati" "compensation culture" deb nomlandi va tashkilotlarning xarajatlarini sezilarli darajada oshirishi mumkin.
- Jamiyatning chiqindilarga bo'lgan munosabatidagi o'zgarishlar qayta ishlash kompaniyalari uchun yangi imkoniyatlar ochdi.
- Odamlar tobora ko'proq Internet va kompyuterlardan foydalanishga odatlanib qolishmoqda. 2003 yilda Buyuk Britaniyada 3 million internet foydalanuvchi qatorida edi. 2010 yilga kelib ularning soni 18 millionga yetdi. Bu onlayn kompaniyalar uchun katta imkoniyatlar yaratdi va ko'plab g'isht va ohak chakana sotuvchilari o'z mahsulotlarini sotish uchun veb-saytlar yaratdilar.

6.1.6. Did (Tastes).

Did insonning shaxsiy xohish-istaklaridan kelib chiqadi.

Ijtimoiy darajada didlar shaxs tegishli bo'lgan ijtimoiy guruh bilan bog'liq bo'lishi mumkin.

Aksariyat tashkilotlar jamiyatdagi o'zgaruvchan moda va didni hisobga olishlari kerak. Bunga rioya qilmaslik rentabellikning sezilarli darajada pasayishiga yoki hatto tashkilotning bankrotlikka uchrashiga olib kelishi mumkin.

Kiyim - kechak bunga ajoyib misoldir: 2000-yillarning boshlarida Buyuk Britaniyada Marks va Spenserlarning chakana savdosi sezilarli darajada kamaydi, chunki iste'molchilar uni moda sifatida qabul qilishni to'xtatdilar.

Vaqt o'tishi bilan modada sezilarli o'zgarishlar yuz beradigan boshqa biznes sohalariga avtomobillar va mebellar kiradi.

Ijtimoiy ta'sirlar (Social influences).

Jonson va Skoulzning fikrlariga ko'ra, kuzatilishi kerak bo'lgan ijtimoiy ta'sirga quyidagilar kiradi:

Aholi demografiyasi (Population demographics)-bu mintaq, mamlakat yoki mamlakat ichidagi hudud bo'ladimi, har qanday hududdagi aholi tarkibini tavsiflash uchun ishlatiladigan atama.

Daromadlarni taqsimlash (Income distribution) - marketing bo'yicha mutaxassisga maqsadli bozorlar hajmi haqida bir oz ma'lumot beradi. Buyuk Britaniya kabi rivojlangan mamlakatlarning aksariyatida taqsimot nisbatan teng. Biroq, boshqa mamlakatlarda bunday emas.

-Ijtimoiy harakatchanlik (Social mobility) - marketolog ijtimoiy sinflar va ular o'rtasida aholining taqsimlanishi to'g'risida xabardor bo'lishi kerak. Marketolog ushbu bilimlardan bozorda turli xil ijtimoiy sinflar o'rtasida tovarlarni ilgari surish uchun foydalanishi mumkin.

-Turmush tarzini o'zgartirish (Lifestyle changes) - bu ijtimoiy qadriyatlar, kredit, sog'liq va ayollar kabi narsalar haqidagi qarashlarimiz. So'nggi yillarda bizning qarashlarimiz o'zgardi va bu ma'lumotlar sotuvchilar uchun juda muhimdir.

-Iste'molchilar huquqlarini himoya qilish (Consumerism) - so'nggi yillardagi ijtimoiy tendentsiyalardan biri iste'molning o'sishi bo'ldi. Ushbu tendentsiya hukumatlar iste'molchilar huquqlarini himoya qiluvchi qonunlarni ishlab chiqishga majbur bo'ladigan darajada kuchaydi.

Ta'lim darajasi (Levels of education) - so'nggi bir necha yil ichida ta'lim darajasi keskin oshdi. Hozirgi vaqtda oliy ma'lumotli aholining ulushi har qachongidan ham yuqori.

O'zini tekshirish uchun test

6.1.7. Davlat siyosati (Government policy).

Ko'pgina kompaniyalar uchun ijtimoiy va demografik o'zgarishlarning ta'siri asosan hukumatning tendentsiyalarga bo'lgan munosabatida namoyon bo'ladi. Misol uchun:

- **Aholi tuzilishi (Population structure).**

Tug'ilish darajasi past bo'lgan mamlakatlar hukumatlari ko'pincha ayollarni ko'proq farzand ko'rishga undash uchun soliq imtiyozlari va boshqa moliyaviy imtiyozlarni joriy qiladilar. Masalan, Singapurda ham shunday. Yana bir keng tarqalgan siyosat immigratsiyani

rag'batlantirishdir. Kanada va Avstraliya buni o'n yildan ortiq vaqtdan beri targ'ib qilmoqda.

-Aholisi tez o'sib borayotgan mamlakatlar hukumatlari ko'pincha ko'p bolali oilalarga siyosatini olib boradilar, masalan, Xitoy tomonidan qabul qilingan "bir bola" siyosati.

-65 yoshdan oshgan aholining o'sib borishi ko'plab mamlakatlarda pensiya inqirozini keltirib chiqaradi. Asosiy muammo shundaki, ishlab turgan aholidan olinadigan daromad solig'idagi ulushi nafaqaxo'rlarning pensiya ehtiyojlarini qondirish uchun etarli bo'lmaydi. Hukumat bu holatda pensiya yoshini oshirish, shuningdek, xususiy va professional pensiya dasturlarini rag'batlantirish kabi harakatlarni amalga oshiradilar.

- **Turar joy (Housing).**

- Ko'pgina mamlakatlarda yangi uylarga bo'lgan talabning ortishi hukumatlarning yangi uy-joy qurish rejalarini ishlab chiqishiga olib keldi, bu esa quruvchilarga qo'shimcha talabni keltirib chiqardi.

- **Ish bilan ta'minlash (Employment).**

Buyuk Britaniyada yolg'iz ota-onalarning ulushi 1971 yildagi 7% dan 2009 yilda 25% gacha ko'tarildi. Buyuk Britaniya hukumati yolg'iz ota-onalarga bolalarni parvarish qilish vaucherlari va soliq imtiyozlari orqali ishga qaytish imkoniyatini berishga e'tibor qaratdi. Bu esa o'z navbatida bolalarni parvarish qilish xizmatlari va maktabdan keyingi to'garaklarga qo'shimcha talab yaratdi.

- **Salomatlik (Health).**

-Chekishning oqibatlari haqidagi xavotirlar ko'plab mamlakatlarda televizorda tamaki reklamasini taqiqlashga olib keldi. Semirib ketish bilan bog'liq xavotirlar tez ovqatlanish sanoatida shunga o'xshash qonunlarni qabul qilish uchun hukumatlarga bosimning oshishiga olib keladi.

- Janubiy Afrikada hukumat OITS to'g'risida xabardorlikni oshirish bo'yicha ko'plab tashabbuslarni amalga oshirdi. Jahon hamjamiyati yordam berish uchun arzon dori-darmonlarni etkazib berishni talab qilib, katta bosim ostida.

- Ba'zi hukumatlar, shuningdek, tushlik paytida maktabda ovqatlanish sifatini oshirish choralarini ko'rdilar, bu esa ushbu taomlarni etkazib beruvchilar uchun aniq talabni ko'yadi.⁶⁶

6.2. Biznesda ekologik omillar

Ekologik omillarga tashkilot atrof-muhitga - uning jismoniy muhitiga qanday ta'sir qilishini yoki boshqa tashkilotlar tomonidan ta'sir qilishini o'rganadi. Ushbu tahlil avvalgi paragrafda yoritib o'tilgan, tashkilotning ijtimoiy omillarini tahlil qilish bilan parallel ravishda amalga oshiriladi. Buning sababi shundaki, atrof-muhitga ahamiyat bermaydigan kompaniyalar ko'pincha hukumatlar va iste'molchilar kabi asosiy manfaatdor tomonlardan keskin norozilikni kutishlari mumkin.

Qanday qilib biznes o'zining jismoniy atrof-muhitiga ta'sir qilishi yoki qilmasligi mumkin?

Kompaniya o'z atrof-muhitiga qanday qilib e'tiborni qaratishi to'g'risida qaror qabul qilishdan oldin, u yoki biznes faoliyati va atrof-muhitning bir-biriga ta'sirini tahlil qilishi kerak bo'ladi.

Biznesda ekologik omillarni tushunib olishimiz uchun, bazi bir misollarni ko'rib chiqsak (6.2.1-jadvalga qarang).

6.2.1.-jadval

Ekologik omillar ta'siri

Biznesning ekologiyaga ta'siri	Ekologik omillarning biznesga ta'siri
- Tabiyatning ifloslanishi (Pollution). Atrof-muhitning ifloslanishi, masalan, axlat yoki zararli chiqindilar. - Resurslarning noo'rin ishlatilishi (Wastage of resources). Oziq-ovqat, suv yoki boshqa xom ashyo kabi resurslarni noto'g'ri sarflanishi.	- Iqlim o'zgarishi (Changing climate). Iqlim o'zgarishi bir qator korxonalarga, ayniqsa oziq-ovqat mahsulotlarini ishlab chiqaruvchi korxonalarga o'z ta'sirini ko'rsatishi mumkin. - Resurslarning etishmasligi (Lack of resources). Resurslarning etishmasligi xom ashyo narxining oshishiga olib keladi, bu esa biznesda foyda ko'rsatkichlarning pasayishiga olib keladi.

⁶⁶ Kaplan publishing BT Study Text 2020-21. ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology (BT/FBT) Study Text. 206-209 p

- Уничтожение (Destruction) Tabiiy yashash joylarini qisqarib borishi. - O'simlik va hayvon turlarining yo'qolib ketishi (Loss of plant and animal species.)	- Sotishning pasayib ketishi (Loss of sales). Agar kompaniyaning atrof-muhit ko'rsatkichlari yomon bo'lsa, mijozlar bunday korxona bilan hamkorlik qilishni xohlamasligi mumkin. - Qonunchilik (Legislation). Atrof-muhitga chiqindilari bilan zarar keltirayotgan kompaniyalar uchun hukumatning tegishli qonunlarni qabul qilishiga undashi mumkin. Bajaraolishlari uchun qo'shimcha harajatlarning belgilanishi yoki jarimalar kabi talab korxonada daromadning pasayishiga olib kelishi mumkin.
--	---

Atrof-muhitning biznesga ta'siriga misollar:

AQShda 2009 yildan 2010 yil davomida asalarilar soni keskin 34 foizga kamaygan edi. Ko'pchilik buni butun mamlakat bo'ylab fermerlar va korxonalar tomonidan pestitsidlardan foydalanish bilan bog'laydi. Bu nafaqat atrof-muhitga ta'sir qiladi. Asalarilar sonining kamayishi AQShda ishlab chiqarilgan texnik ekinlarga sezilarli ta'sir ko'rsatadi, chunki ular bir qator texnik ekinlarni, shu jumladan hayvonlarni boqish uchun ishlatiladigan ekinlarni changlatish uchun zarurdir.

Dunyo bo'ylab asalarilarning yo'qolishi global iqtisodiyotga to'g'ridan-to'g'ri 41 milliard dollardan ko'proq zarar etkazishi kutilmoqda. Bu shuni ko'rsatadiki, korxonalar atrof-muhitga ta'sir ko'rsatishi mumkin bo'lsa-da, atrof-muhit ham biznesning rentabelligiga bevosita ta'sir qilishi mumkin.

Korxonalar atrof-muhitga etkazishlari mumkin bo'lgan zararni cheklash usullari mavjud:

Agar biznes atrof-muhit uchun o'z ma'suliyatini xis qilmayotganini tushunib etsa, ushbu holat bo'yicha bir qator chora tadbirlarni amalga oshirishlari mumkin. Ushbu tadbirlarga quyidagilarni kiritisa bo'ladi:

- **Kamroq xom ashyolardan foydalanish uchun mahsulot dizaynini qayta ishlash (Redesign of products to use fewer raw**

materials) - Apple texnologiya kompaniyasi so‘nggi bir necha yil ichida o‘z assortimentidagi mishyak kabi zararli moddalarni sezilarli darajada kamaytirdi va o‘z mahsulotlarini qayta ishlashni osonlashtirdi;

- **Oziq – ovqat mahsulotlarini qadoqlashdan foydalanishni kamaytirish (Reduction in packaging on products)** - Buyuk Britaniyaning ba’zi supermarketlari chiqindixonalarga tushadigan plastmassa miqdorini kamaytirish maqsadida xaridorlarga plastik tashuvchi sumkalar uchun haq olishni boshladilar.

- **Ikkilamchi qayta ishlash (Recycling)**-ko‘plab korxonalar qog'oz va shisha kabi chiqindilarni qayta ishlash usullarini izlay boshladilar.

- **Energiya samaradorligini oshirish (Improving energy efficiency)**-korxonalarda" energiya nazoratchilari " bo‘lishi mumkin – biznes doirasida energiya sarfini kamaytirish yo‘llarini aniqlash uchun mas'ul bo‘lgan xodimlar.

- **Ishlab chiqarishni puxta rejalashtirish (Careful production planning)** – agar korxonalar faqat mijozlar talab qiladigan birliklar sonini ishlab chiqarsa, yo‘qotishlar kamayadi.

Barqarorlik (Sustainability).

Bugungi kunda korxonalar ekologik barqarorlikka intilishlari kerak.

Barqarorlik shuni anglatadiki, tashkilotlar resurslardan kelajak avlodlar ehtiyojlarini xavf ostiga qo‘ymaydigan tarzda foydalanishlari kerak.

Masalan, qog'oz ishlab chiqaruvchi o‘zi yoqtirgan har bir kishi uchun daraxt ekish haqida o‘ylashi mumkin. Bu kelajak avlodlarga ularning ehtiyojlarini qondirish uchun etarli miqdorda yog'och beradi.Ushbu yondashuv bir qator manfaatdor tomonlarga foyda keltiradi (6.2.2-jadvalga qarang).

Bugungi kunga kelib, kompaniyaning katta qismi atrof-muhitga nisbatan ehtiyotkorlik siyosatini qo‘llamoqda.⁶⁷

⁶⁷ Kaplan publishing BT Study Text 2020-21. ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology (BT/FBT) Study Text. 210-212 p

Yevropa mamalakatlarida biznes muhiti bilan ishbilarmonlik muhitining xususiyatlarini FIA - Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. PART A: The business organization, its stakeholders and the external environment» qismida quyidagicha ta'riflar keltirilgan:

Umumiy strategik boshqaruv usuli qanday qo'llanilishidan qat'iy nazar, hech bir tashkilot o'zi faoliyat yuritayotgan muhitning xususiyatlarini hisobga olmasa, o'z maqsadlariga erisha olmaydi.

6.2.2-jadval

Manfaatdor tomonlar uchun sog'lom atrof-muhitning avzalliklari

Manfaatdor tomonlar (Stakeholder)	Выгода (Benefit)
Ishchi xodimlar/mahalliy qo'mita (Workers/local community)	Chiqindilarni va atrof-muhit ifloslanishini kamaytirish yanada yoqimli va sog'lom muhitga olib keladi
Mijozlar (Customers)	Ko'pgina mijozlar atrof-muhitga e'tibor qaratadigan kompaniyalar bilan ishlashni afzal ko'rishadi, chunki ular ularni axloqiy deb bilishadi
Aksionerlar (Shareholders)	Chiqindilarni kamaytirish va samaradorlikni oshirish biznesning rentabelligini oshirishi mumkin. Bu investorlar uchun uzoq muddatli daromadlilikning oshishiga olib kelishi mumkin.
Jamiyat (Public)	Ifloslanish darajasining pasayishi kislotali yomg'ir va tuproq eroziyasi kabi ekologik muammolarning kamayishiga olib kelishi mumkin.

Atrof-muhit-bu tashkilotni jismoniy va ijtimoiy jihatdan o‘rab turgan hamma narsa.

Atrof-muhitni tahlil qilish strategiyani ishlab chiqish jarayonining manbalaridan biridir. Jonson va Scholes quyidagi tartibni taklif qilishadi:

1-chi qadam. Atrof-muhitning tabiatini baholang (masalan, u o‘zgaradimi?).

2-chi qadam. O‘tmishda tashkilotga ta’sir qilgan yoki kelajakda buni amalga oshirishi mumkin bo‘lgan ta’sirlarni aniqlang.

3-chi qadam. Darhol yoki raqobat muhitida ishdagi asosiy kuchlarni aniqlaydigan tarkibiy tahlilni tayyorlang.

Ushbu uchta qadamlardan muhim jihatlarini aniqlashi kerak. Keyin quyidagi savollarni berish kerak:

4-chi qadam. Tashkilotning boshqa tashkilotlarga nisbatan pozitsiyasi qanday?

5-chi qadam. Atrof-muhit qanday tahdidlar va/yoki imkoniyatlarni keltirib chiqaradi?

Tashkilotning muhiti bir necha usul bilan tekshirilishi mumkin. Bular quyidagilar:

(a) **Global/lokal (Global/local)**. Ba’zi tashkilotlar dunyo bo‘ylab faoliyat ko‘rsatmoqda. Biroq, ular hali ham o‘zlari faoliyat yuritayotgan yoki yeksport qilayotgan mamlakatlar yoki bozorlarning mahalliy talablariga sezgir bo‘lishlari kerak. Ba’zi kompaniyalar boshqalarga qaraganda global raqobatga ko‘proq duch kelishadi.

(b) **Umumiy / vazifa (General/task)**. bu ular foydalanadigan usul, ya’ni quyidagilar:

(i) **Umumiy (yoki makro) muhit (The general (or macro) environment)** barcha tashkilotlarga bilvosita ta’sir ko‘rsatadigan barcha omillarni qamrab oladi, masalan: umumiy iqtisodiy tendentsiyalar, aholining o‘sishi, yangi texnologiyalar. Bu omillar PEST (political-legal, economic, social-cultural, technological) (siyosiy-huquqiy, iqtisodiy, ijtimoiy-madaniy, texnologik) omillarga qisqartiriladi;

(ii) **Vazifa (yoki mikro) muhit (The task (or micro) environment)** tashkilotga bevosita ta’sir ko‘rsatadigan sohalarni, masalan, xom ashyo, raqobatchilar va mijozlarni sotib olish qobiliyatini

o'z ichiga oladi. Porter vazifalar muhitini beshta raqobatbardosh kuchga tahlil qiladi, ular bo'limda muhokama qilinadi.

Atrof-muhit noaniqlik manbai. Boshqacha qilib aytganda, qaror qabul qiluvchilar atrof-muhit omillari to'g'risida yetarli ma'lumotga ega emaslar va ko'p narsalar ularning nazoratidan tashqarida. Umumiy noaniqlik darajasi ikki o'q bo'yicha baholanishi mumkin: soddalik/murakkablik va barqarorlik/dinamizm.

(a) Oddiylilik/murakkablik (Simplicity/complexity).

(i) Tashkilot duch keladigan turli xil ta'sirlar. Tashkilot qanchalik ochiq bo'lsa, ta'sirlarning xilma-xilligi shunchalik katta bo'ladi. Tashkilot faoliyat ko'rsatadigan bozorlar soni qanchalik ko'p bo'lsa, u ta'sir qiladigan sub'ektlar soni shunchalik ko'p bo'ladi.

(ii) Kerakli bilim miqdori. Muvaffaqiyatli ishlash uchun ba'zi muhitda bilim talab qilinadi. Masalan, barcha korxonalar soliq tizimini bilishlari kerak, ammo farmatsevtika korxonalari yangi dori-darmonlarni majburiy sinovdan o'tkazish tartib-qoidalarini haqida bilishlari kerak.

(iii) Ekologik ta'sirlarning o'zaro bog'liqligi murakkablikni keltirib chiqaradi. Import va eksport qiluvchi kompaniyalar o'zlarining valyuta kurslariga bo'lgan foiz stavkalaridagi sezilarli o'zgarishlari. Keyin foiz stavkalari kompaniyaning qarz olish xarajatlariga ta'sir qiladi. Stsenariy-qurilish va modellashtirish-bu atrof-muhit sharoitlarini tushunishni rivojlantirish uchun murakkabliklar bilan kurashish usullari.

(b) Barqarorlik / dinamizm (Stability/dynamism).

(i) Atrof-muhit maydoni bir xil bo'lib qolsa, barqaror bo'ladi. (Masalan, investorlar hukumat o'zgarishi haqida asabiylashadi.) Talabni bashorat qila oladigan firmalar barqaror muhitga duch kelishadi.

(ii) Beqaror muhit tez-tez o'zgarib turadi. Ko'pgina moda mahsulotlarining muhiti beqaror.

Qoida tariqasida, noaniqlik uchun quyidagi nazorat ro'yxatidan foydalanish taklif etilgan:

- Oddiy (tashvishlanadigan ozgina atrof-muhit ta'siri) va barqaror: past noaniqlik;
- Murakkab va barqaror: past va o'rtacha noaniqlik;
- Oddiy va beqaror: o'rtacha va yuqori noaniqlik;

- Murakkab va beqaror: yuqori noaniqlik.

Ishbilarmonlik muhiti o'zgaruvchang bo'lishi mumkin va ishbilarmonlik muhitidagi o'zgarishlar bir qator omillar bilan bog'liq. Ba'zi yuz beradigan o'zgarishlar va omillar quydagilar deb e'tirof etilgan:

(a) biznesning globallasuvi omili-raqobatning kuchayishi va global mijozlar ichki bozor sifatida dunyoning istalgan nuqtasida osonlikcha raqobatlasha oladigan kompaniyalar;

(b) fan va texnologiya rivojlanishi omili, ayniqsa aloqa (internet) va transport (ayniqsa, havo sayohat);

(c) birlashish va strategik ittifoqlar;

(d) mijozlarning fikri va xatti-harakatlarini o'zgartirish;

(e) hukumat va jamoatchilik tomonidan biznes qarorlarini tekshirishni kuchaytirish;

(f) savdo-sotiqni liberallashtirish va biznes o'rtasidagi tartibga solish va hamkorlikni hukumat tomonidan tashqi bozorlarga kirishni osonlashtirish;

(g) biznes amaliyotidagi o'zgarishlar-kamaytirish, autsorsing va qayta muhandislik;

(h) kompaniyalar va ularning xodimlari o'rtasidagi ijtimoiy va ishbilarmonlik munosabatlaridagi o'zgarishlar, mijozlar va boshqa manfaatdor tomonlar.

Kompaniyalar ko'proq xalqaro raqobatga duch kelganda, ayniqsa xalqaro bozorlarga yanada kengroq kirish, ularning tashkiliy tuzilmasini tanlash afzalroq. Tarmoq tashkilot shakllari va virtual tashkilotlar ushbu tendentsiyaning yana bir namoyonidir. Ehtiyoj strategik xalqaro ittifoqlar tashqi bozorlarni tushunish va ularga kirish zarurati bilan bog'liq.

Bunday munosabatlar kommunikatsiya texnologiyalari (elektron pochta, internet) ning rivojlanishi asosiy omil b'ylishi mumkin.

Ba'zi firmalar ko'proq moslashuvchanlik uchun o'zlarining ishchi tuzilmalarini o'zgartiradi.⁶⁸

⁶⁸ FIA - Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. PART A: The business organization, its stakeholders and the external environment. 21- 23 p

6.3. Biznesda texnologik omillar.

Texnologik o'zgarishlar firmaga turli yo'llar bilan ta'sir qilishi mumkin, masalan:

- Tashkilot tuzilmalari, masalan, uyda ishlaydigan, lekin ish joyidagi fayllar va tizimlarga kirish huquqiga ega bo'lgan xodimlar.
- Yangi mahsulotlarni ishlab chiqish, masalan, kengayib borayotgan imkoniyatlarga ega shartnomalar.
- Ishlab chiqarishdagi o'zgarishlar, masalan, kompyuter tomonidan boshqariladigan uskunalar, 3D bosib chiqarish kabi bosmalar.
- Marketing, masalan, mahsulotni sotish uchun Internet/ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish.

Texnologiyani tashkilot tuzilmasiga ta'siri.

✓ Ba'zi ma'muriy va boshqaruv funktsiyalari yanada samarali IT tizimlari bilan almashtirilishi.

✓ Ba'zi ishlab chiqarish funktsiyalari robotlar va avtomatlashtirilgan ishlab chiqarish liniyalaridan foydalanish bilan almashtirildi. Bu, shuningdek, ko'plab rahbarlarga bo'lgan ehtiyojni kamaytirdi.

✓ Yaxshilangan aloqa (elektron pochta, xavfsiz intranet tarmoqlari, simsiz tarmoqlardan foydalanish) xodimlarning ofisdan / uydan tashqarida ishlashlari mumkinligini anglatadi, bu esa yanada moslashuvchan ish vaqtini ta'minlaydi.

Ushbu holat xodimlarning qisqarishiga va firmalarning kechikishiga olib keldi.

Xodimlarni qisqartirish-bu ish yoki ish faoliyatini majburiy ravishda kamaytirmasdan tashkilotdagi xodimlar sonini kamaytirish uchun ishlatiladigan atama.

Qisqartirish 1980 va 1990-yillarning o'ziga xos xususiyati ham yirik, hamda kichik tashkilotlar natijada "ixcham" va "moslashuvchan" bo'lib qolishdi.

(Delaying) Ko'pincha qisqartirish bilan bog'liq bo'lgan kechiktirish jarayoni boshqaruv darajalarini yo'q qilish jarayonidir.

Bu, odatda, qat'iy ierarxik tuzilishga ega bo'lgan tashkilotni va ko'plab boshqaruv darajalariga ega bo'lgan tashkilotni minimal boshqaruv darajalariga ega bo'lgan "tekis" tashkilotga aylantirish uchun amalga oshiriladi. Bunday tashkilotlar, odatda, odamlar turli jamoalarda turli xil rollarni o'ynaydigan jamoaviy ishlarga e'tibor berishadi.

(Outsourcing). Outsourcing-bu tashkilot ishining ilgari uyda amalga oshirilgan ba'zi jihatlarini ixtisoslashgan etkazib beruvchilarga o'tkazishni anglatadi.

Ba'zi hollarda etkazib beruvchilarga firma hujjatlariga kirish huquqi beriladi, shunda ular materiallar tugashidan oldin etkazib berilishini ta'minlash uchun ishlab chiqarish jadvallari va ombor yozuvlarini ko'rib chiqishlari mumkin.

Autsorsingning quyidagi turlari mavjud:

-**Umumiy (Total)** - bu uchinchi tomon provayderi tashkilotning it tizimlari va xizmatlarining katta qismini yoki barchasini taqdim etganda.

- **Bir martalik qo'llab-quvvatlash (Ad-hoc – occurs)** - bu tashkilot qisqa vaqt ichida it-yordamga muhtoj bo'lib, vaqtincha zarur bo'lganda tashqi yordamni yollaydi.

- **Qisman texnik xizmat ko'rsatish yoki qo'llab-quvvatlash (Partial)** kabi ba'zi it funktsiyalari autsorsingga topshirilganda, boshqalari esa tashkilotda qoladi.

-**Loyihalarni boshqarish (Project management)** - ad-hoc-ga o'xshash, bu ma'lum bir it tizimini yaratish va/yoki amalga oshirish uchinchi tomon sotuvchisiga topshirilganda sodir bo'ladi.

Autsorsing tashkilotga avzalliklari va kamchiliklarini 6.3.1-jadvalda ko'rsak bo'ladi.

6.3.1.-jadval

Autsorsing tashkilotga avzalliklari va kamchiliklari

Avzalliklari (Advantages)	Kamchiliklari (Disadvantages)
Sotuvchi tashkilotda etishmayotgan maxsus ko'nikma va bilimlarga ega bo'lishi mumkin, masalan, dasturlash sohasida.	Keyinchalik, tuzilmani avvalgi darajasiga qaytarish qiyin bo'lishi mumkin, chunki autsorsing ko'pincha tashkilotning maxsus ko'nikmalarga ega bo'lgan

	xodimlarini yo‘qotishiga olib keladi
Autsorsing belgilangan to‘lov shartnomasi asosida amalga oshirilishi mumkin. Bu kompaniya yil davomida IT xizmatlari uchun qancha pul to‘lashi haqidagi har qanday noaniqlikni yo‘q qiladi.	Autsorsing tashkilotning sifatsiz mahsulotlarni etkazib beruvchilar bilan noqulay shartnoma tuzishiga olib kelishi mumkin
Autsorsing biznesning moslashuvchanligini oshirishi mumkin, bu esa etkazib beruvchining ish darajasini talabga qarab o‘zgartirishga imkon beradi	It autsorsingi uchinchi tomon sotuvchilariga tashkilot ma’lumotlariga kirishga imkon beradi. Bu maxfiy ma’lumotlar bo‘lishi mumkin, bu esa ma’lumotlar xavfsizligini buzish xavfiga olib kelishi mumkin
Sotuvchi tashkilotda IT funksiyalarini yanada samarali bajarishi mumkin, bu esa xarajatlarni tejashga olib keladi.	Uchinchi tomon IT xizmatlariga tayanib, tashkilot o‘zining noyob tizimlarini yarata olmaydi. Bu shuni anglatadiki, u o‘z tizimlaridan raqobatbardosh ustunlikka erisha olmaydi

AQShning Wal Mart do‘konlar tarmog‘i darhol o‘z sotuvchilariga Internet orqali savdo ma’lumotlarini taqdim etadi. Ushbu savdo ma’lumotlari sotuvchilarga Wal-Mart orqali kelajakda o‘z mahsulotlariga kutilayotgan talabni mustaqil ravishda bashorat qilish va har qanday rejalashtirish qarorlarini qabul qilishdan oldin Wal-Mart-dan haqiqiy xarid buyurtmasini kutish o‘rniga, ushbu prognozlar asosida ishlab chiqarish jadvallari rejalashtirish imkonini beradi.

Kelinglar Kaplan publishing BT Study Text 2020-21. ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology (BT/FBT) Study Text. Chapter 8. External analysis – social, environmental and technological factors”da

yoritilgan mavzular asosida texnologiyaning biznesga ta'sirini o'rganib chiqsak.

➤ **Texnologik o'zgarishlarning mahsulotlarga ta'siri (Impact of technological change on products)**

* Texnologik taraqqiyot ko'plab mahsulotlarning tobora takomillashib borishiga imkon beradi, masalan, mobil telefonlar kichrayib, rasm va videolarni yozib olish va Internetga kirish uchun foydalanish mumkin.

* Yangi texnologiyalar o'rnini bosuvchi mahsulotlarga olib kelishi mumkin, masalan, kino sanoati 1980-yillarning boshlarida videoning paydo bo'lishi natijasida tanazzulga yuz tutdi.

* Ba'zi sohalarda biznes modeli butunlay o'zgartirildi, masalan, onlayn-banking supermarketlarga, xususan, bank xizmatiga o'tishga imkon berish orqali kirish to'siqlarini kamaytirdi.

➤ **Texnologik o'zgarishlarning ishlab chiqarish jarayonlariga ta'siri (Impact of technological change on production processes).**

* Texnologiyaning ishlab chiqarishga eng aniq ta'siri robotlar va avtomatlashtirilgan ishlab chiqarish liniyalaridan foydalanishdir.

* Shu bilan birga, IT tizimlari ishlab chiqarishni yanada samarali rejalashtirish va monitoring qilish uchun ishlatiladi, bu esa inventarizatsiya darajasining pasayishiga, sifatni yaxshilashga, to'siqlarni bartaraf etishga va xarajatlarni kamaytirishga olib keladi.

➤ **Texnologik o'zgarishlarning marketingga ta'siri (Impact of technological change on marketing).**

* **Narx yaratilishi (Pricing)** - ko'pgina chakana sotuvchilar raqobatchilarning narxlarini oshirib yuborilmasligiga ishonch hosil qilish uchun kuzatib boradilar. "Narxlarni boshqarish" sxemalarining aksariyati axborot texnologiyalariga asoslangan.

* **Reklama, targ'ib qilish (Promotion)** - bu erda aniq muammo veb-saytlardan foydalanishdir, ammo reklama usullari virusli va banner reklamalarini ham o'z ichiga oladi.

*** Tarqatish (Distribution)** - Internet orqali ma'lumotni tarqatish ko'plab firmalarga potentsial mijozlarning keng doirasiga to'g'ridan-to'g'ri sotish uchun katta imkoniyatlar yaratadi.

*** Marketing tadqiqotlari (Market research)**, masalan, mijozlar ma'lumotlar bazalari.

➤ **Texnologik o'zgarishlarning butun jamiyatga ta'siri (Impact of technological change on society as a whole).**

Jamiyat kompyuter va aloqa texnologiyalariga tobora ko'proq qaram bo'lib bormoqda. Ko'pchilik sanoat asri ortda qoldi va uning o'rnini axborot asri egalladi, deb bahslashishi mumkin. Asosiy muammolar:

Elektron tijorat (E-commerce)

- (i) onlayn reklama (online advertising)
- (ii) mahsulotlarga onlayn buyurtmani amalga oshirish (online ordering of products)
- (iii) moliyaviy operatsiyalarni onlayn amalga oshirish (online financial transactions)
- (iv) elektron ma'lumotlar almashinuvi (Electronic data interchange)
 - Uyda turib xarid qilish (Home shopping)
 - Uyda turib bank xizmatlaridan foydalanish (Home banking)
 - Uydan masofaviy o'qish xizmatlaridan foydalanish (Home learning)
 - Uyda bazimlarni o'tkazish (Home entertainment)
 - Masofadan ishlash/alokasi uzish (Teleworking/telecommuting).

Ba'zi sanoat tarmoqlari yo'q bo'lib ketishi mumkin, ammo yangilari paydo bo'ladi. Bandlik tarkibi o'zgaradi.

Masalan, savdo va chakana savdo xodimlari soni kamayishi mumkin, chunki uy xaridorlari to'g'ridan-to'g'ri markazlashtirilgan omborlardan buyurtma berishadi. Mijozlar uchun jozibali va interaktiv

interfeyslarni yaratish uchun veb-ishlab chiqish va HTML5 kabi yangi tillar bo'yicha yangi ko'nikmalar zarur.⁶⁹

Tayanch iboralar: ijtimoiy muammolar, ekologik muammolar, texnologik muammolar, demografiya, aholi soni (population size), aholining tarkibi (population composition), boylik (wealth), ta'lim (education), sog'lik (health), qadriyatlar (values), did (tastes), iste'molchilar huquqlarini himoya qilish (consumerism), turar joy (housing), barqarorlik (sustainability), ishchi xodimlar/mahalliy qo'mita (workers/local community), mijozlar (customers), aksionerlar (shareholders), jamiyat (public), barqarorlik / dinamizm (stability/dynamism), delayering, autsorsing.

Nazorat savollari

1. Biznesda ijtimoiy omillar?
2. Atrof-muhit tahlili uchun inobatga olinadigan omillar?
3. Demografiya bu nima?
4. Korxonalar kuzatishi kerak bo'lgan bir qator muhim demografik muammolar?
5. Biznesda ekologik omillar?
6. Qanday qilib biznes o'zining jismoniy atrof-muhitiga ta'sir qilishi yoki qilmasligi mumkin?
7. Agar biznes atrof-muhit uchun o'z ma'suliyatini xis qilmayotganini tushunib etsa, ushbu holat bo'yicha bir qator chora tadbirlarni amalga oshirishlari mumkin. Ushbu tadbirlarga nimalarni kiritsa bo'ladi?
8. Manfaatdor tomonlar uchun sog'lom atrof-muhitning avzalliklari?
9. Atrof-muhitni tahlil qilish strategiyani ishlab chiqish jarayonining manbalaridan biridir. Jonson va Scholes taklif qilayotgan qadamlar?
10. Tashkilotning muhitni tekshirilishi mumkin bo'lgan usullar?

⁶⁹ Kaplan publishing BT Study Text 2020-21. ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology (BT/GBT) Study Text. 213-216 p

11. Biznesda texnologik omillar?

12. Texnologik o'zgarishlarning mahsulotlarga ta'siri (Impact of technological change on products)?

13. Elektron tijorat (E-commerce) izohlang?

14. Sog'liqni saqlash sohasidagi muammolar tobora ortib borayotganligi sababli, ba'zi mamlakatlar hukumatlari oziq-ovqat mahsulotlarini batafsil belgilashni nazarda tutuvchi qonunchilikni qabul qilishga majbur bo'lmoqdalar.

Bunday holatda bitta firman uchun imkoniyat ekanligi ikkinchisi uchun biznesi uchun xavf tug'diradigan oziq-ovqat sotadigan firmalarni misolida keltirib o'ting?

15. Auditorlik firmasi boshqaruv xodimi funktsiyasidan voz kechishga va yukni boshqa mavjud xodimlar o'rtasida taqsimlashga qaror qildi.

Bu erda qanday o'zgarishlar haqida gap ketayapti?

16. Texnologik o'zgarishlar sayyohlik agentliklarining dam olish xizmatlariga bo'lgan talabga qanday ta'sir qilgani haqida izoh bering?

Glossariy

"Demografiya" so'zining ma'nosi bu - har qanday hududdagi aholi tarkibini anglatadi – xoh mamlakat bo'lsin, xoh mamlakat ichidagi hudud.

Ijtimoiy sinf-bu bir xil ijtimoiy, iqtisodiy yoki ta'lim maqomiga ega bo'lgan odamlar guruhi.

Ijtimoiy qadriyatlar-bu ijtimoiy guruhni birlashtirishga yordam beradigan qabul qilingan xatti-harakatlar va me'yorlar.

Ekologik omillarga tashkilot atrof-muhitga - uning jismoniy muhitiga qanday ta'sir qilishini yoki boshqa tashkilotlar tomonidan ta'sir qilishini o'rganadi.

VII BOB. RAQOBAT OMILLARI

7.1. Raqobat tushunchasi.

7.2. Porterning beshta kuch modeli.

7.3. Porterning: qiymat zanjiri.

7.4. Korporativ baholash (SWOT).

7.1. Raqobat tushunchasi.

Raqobat-bu mustaqil tovar ishlab chiqaruvchi (korxona)lar o'rtasida iqtisodiyotda o'z mavqeini mustahkamlash uchun kurash. Raqobat ko'p qirrali iqtisodiy hodisa bo'lib, u bozorning barcha sub'ektlari o'rtasidagi murakkab munosabatlarni ifodalaydi. Resurslarni yetkazib beruvchilar o'rtasidagi Raqobat o'zlarining iqtisodiy resurslarini (kapital, yer, ishchi kuchi) yuqori darajada sotish uchun amalga oshiriladi. Ishlab chiqaruvchilar va resurslarni yetkazib beruvchilar o'rtasidagi raqobat bozor munosabatlari rivojlangan, iqtisodiyot to'liq erkinlashgan sharoitda yaqqol namoyon bo'ladi.

Raqobat iste'molchilar o'rtasida ham yuz berib, tovarlarni qulay va arzon baholarda sotib olishga qaratiladi, ya'ni xaridor har bir sarflangan pul birligi evaziga ko'proq naflilikka ega bo'lishga harakat qiladi, arzon va sifatli tovarni tezroq sotib olish uchun kurashadi. Raqobatda ishlab chiqaruvchilar o'rtasida sarflangan xarajatlarga ko'proq fonda olish, shu foyda orqasidan quvish natijasida tovarlarni sotish doiralari, ya'ni qulay bozorlar, arzon xom ashyo, energiya va arzon ishchi kuchi manbalari uchun kurash boradi. Raqobat asosida ishlab chiqaruvchilarning mulk egasi sifatida alohidalashuvi va mustaqil bo'lishi, manfaatlar to'qnashuvi yotadi. Chunki har bir mulk egasining o'z manfaati bo'lib, ular shu manfaatga erishish uchun intiladi. Mulk egasining tovar ishlab chiqarish va boshqa barcha sohalaridagi faoliyati shu manfaatga bo'ysundirilgan bo'ladi. Raqobat mavjud bo'lishining yana bir sharti - bu tovar pul munosabatlarining, ma'lum darajada rivojlangan bozor tizimining bo'lishidir. Shu sababli raqobatning asosiy sohasi bozor hisoblanadi.

Yangi texnologiya joriy qilish, talabga javoban tovar turlarini tez o'zlashtirish, malakali ishchi kuchiga ega bo'lish va zamonaviy

marketing xizmatidan foydalanish kabilar Raqobat kurashidan g'olib chiqish shartiga aylanadi. Monopoliya raqobatga zid, chunki u tovar ishlab chiqaruvchiga tanho hukmronlikni ta'minlab, o'zaro bellashuv uchun sharoit qoldirmaydi.

Raqobat yo'lini tanlash jihatdan ham halol va g'irrom raqobatga bo'linadi. Halol raqobat bozordagi kurashda qabul qilingan, hammaga maqbul usullar bilann olib boriladi, bozor qoidalariga asoslanadi. Firrom Raqobatda taqiqlangan va qoralangan usullar, ya'ni qalloblik, ko'zbo'yamachilik, so'zida turmaslik, aldash, iqtisodiy josuslik, qo'porovchilik va hatto jismoniy zo'ravonlik kabi jinoyatkorona usullar qo'llaniladi. Bozor iqtisodiyoti aslida faqat halol Raqobatni tan oladi. Raqobat iqtisodiyotni sog'lomlashtirib turadi.

Raqobatdan jamiyat manfaatlari yo'lida foydalanish va uni nazorat qilishda davlat tomonidan qabul qilinadigan monopoliyaga qarshi qonunlar muhim ahamiyatga ega.

Raqobat olib borish usuliga ko'ra, narx bilan raqobat va narxsiz raqobatga bo'linadi. Narx bilan raqobatlashuv tovarlar yoki xizmatlarni raqiblarga qaraganda foydani vaqtinchalik kamaytirish hisobiga arzon narxda sotishni bildiradi (narxdan tashlamalar, ulgurji xaridorlarga imtiyozlar va boshqalar), Narxsiz raqobatga xaridorlarni egallash va saqlab turishning narxlarni arzonlashtirish bilan bog'liq bo'lmagan har qanday qonuniy usullari kiradi (sifatini oshirish, xizmat muddatini o'zaytirish, ekologik tozalik, xavfsizlik va boshqalar) O'z miqyosiga ko'ra, Raqobat eng avvalo 2 turga - tarmoq ichidagi va tarmoqlararo raqobatga bo'linadi. Iqgisodiy adabiyotlarda tarmoq ichidagi raqobatning 4 ta shakli alohida ajralib ko'rsatiladi. Bular erkin raqobat, monopolistik raqobat, monopoliya va oligopoliya raqobat-ning amal qilishi uchun muayyan shart sharoitlar mavjud bo'lishi shart. Bu shart sharoitlar faqat bozor munosabatlari qaror topgan muhitda bo'lishi mumkin. Iqtisodiyotda monopollashuv tamoyillarining kuchayib borishi bilan raqobat cheklanadi. Raqobatchilik muhitini vujudga keltirish uchun davlat monopoliyalarga qarshi siyosat olib boradi, iqtisodiyot-ni monopoliyadan chiqarish bo'yicha chora-tadbirlar ko'radi, monopoliyaga qarshi qonunchiliknn amalga oshiradi.

Davlatning raqobatga nisbatan siyosati uning ma'rifatli, madaniy ko'rinishlari va qoidalarini ta'minlashga yo'naltiriladi. Bunday siyosat ishlab chiqarishni takomillashtirish, mahsulotlarni samarali taqsimlashga, texnika va iktisodiy taraqqiyotga yordam beradi, iste'molchilarning manfaatlarini ximoya qilishga xizmat qiladi.

Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. PART A: Chapter 03 «Microeconomic factors» qismida raqobat tushunchasi quyidagicha e'tirof etilgan.

Firmalarning sanoatda tuzilishi va ularning bir – biri bilan raqobatlashishi ko'pincha mukammal raqobat, nomukammal raqobat, monopoliya, oligopoliya yoki monopolistik raqobat atamalari yordamida tavsiflanadi (7.1.1.-jadvalga qarang).

7.1.1-jadval

Bozorning raqobat turlari

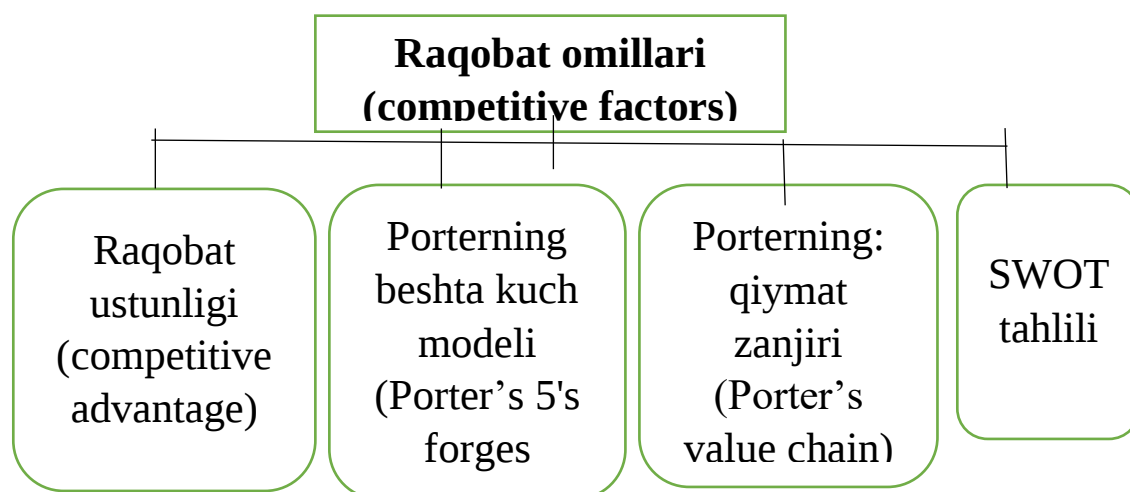
Bozor / raqobat turi	Izoh
Ideal raqobat (Perfect competition)	Mukammal raqobatbardosh bozorda bir xil (ya'ni bir hil) tovar yoki xizmatlarni ishlab chiqaradigan ko'plab firmalar mavjud. Bozorga kirish va chiqish oson. Mukammal raqobat ostida ishlab chiqaruvchilar va iste'molchilar o'zlari talab qiladigan barcha ma'lumotlarga ega – ular bozor haqida mukammal bilimga ega. Mukammal raqobat sharoitida ishlab chiqarish narxi va darajasi muvozanat nuqtasiga intiladi. Yuqori narxda sotmoqchi bo'lgan ishlab chiqaruvchilar hech narsa sotmaydi va muvozanatdan past narx sifatida sotmoqchi bo'lgan ishlab chiqaruvchilar 100% bozor ulushini oladi. Talab egri chizig'i gorizontal – u mukammal elastik. Dunyoda haqiqatan ham mukammal raqobatbardosh bozorlar kam. Ba'zi moliyaviy bozorlar axboroti erkinligi mavjud bo'lib raqobat bozor munosabatlariga yaqin.
Nomukammal raqobat	Nomukammal raqobat gipotetik yoki haqiqiy bozor neoklassik mukammal raqobatning mavhum qoidalarini buzganda mavjud bo'ladi. Ushbu muhitda kompaniyalar

(Imperfect competition)	turli xil mahsulotlar va xizmatlarni sotadilar, o'zlarining shaxsiy narxlarini belgilaydilar, bozor ulushi uchun kurashadilar va ko'pincha kirish va chiqish to'siqlari bilan himoyalanganadilar.
Monopoliya (Monopoly)	Monopoliya bozorda faqat bitta ishlab chiqaruvchiga ega bo'lgan vaziyatni tavsiflaydi. Bu sof ta'rif, garchi bu atama ko'pincha bozorning juda yuqori ulushiga ega bo'lgan firmani tavsiflash uchun ishlatiladi. Monopoliya-bu bitta sotuvchi yoki ishlab chiqaruvchi sanoat yoki sektorda ustun mavqega ega bo'lgan bozor tuzilmasi. Monopoliyalar tushkunlikka tushadi yekin bozor iqtisodiyoti chunki ular raqobatni bo'g'adi va iste'molchilar o'rnini bosuvchi vositalarni cheklaydi.
Oligopoliya (Oligopoly)	Oligopoliya-bu oz sonli firmalarga ega bo'lgan bozor tuzilmasi bo'lib, ularning hech biri boshqalarni sezilarli ta'sirga ega bo'lishiga to'sqinlik qila olmaydi. Konsentratsiya nisbati eng yirik firmalarning bozor ulushini o'lchaydi. Monopoliya-bu faqat bitta ishlab chiqaruvchiga ega bozor, duopoliyada ikkita firma, oligopoliya esa ikki yoki undan ortiq firmalardan iborat. Oligopoliyadagi firmalar sonining aniq yuqori chegarasi yo'q, lekin ularning soni bir firmaning harakatlari boshqalarga sezilarli ta'sir ko'rsatadigan darajada past bo'lishi kerak.
Monopolistik raqobat (Monopolistic competition)	Monopolistik raqobat ko'plab kompaniyalar raqobatdosh mahsulotlar yoki xizmatlarni o'xshash, ammo mukammal bo'lmagan o'rinbosarlarni taklif qilganda mavjud bo'ladi. Monopolistik raqobatbardosh sohaga kirish uchun to'siqlar past va har qanday firmaning qarorlari uning raqobatchilariga bevosita ta'sir qilmaydi. Raqobatdosh kompaniyalar narxlar va marketing qarorlari asosida o'zlarini farqlaydilar.

Bozor, shuningdek, cheklovchi yoki raqobatga qarshi faoliyatga duchor bo'lishi mumkin. Raqobatni cheklaydigan amaliy misollarga:

- Damping - mahsulotni zarar bilan sotish;

- Eksklyuziv muomala-shartnoma asosida faqat bitta biznesdan sotib olish yoki sotish bilan bog‘liq;
- Narxlarni belgilash – ikki yoki undan ortiq korxona bir xil narxda sotishga rozi;
- Shartnoma rad etish-muayyan mijozga mahsulotni sotishni rad etish;
- Narxlarni cheklash-bozorga kirishni to‘xtatish uchun mo‘ljallangan monopoliya;
- Chakana narxni saqlash-sotuvchi mustaqil narxni belgilay olmaydi;
- Hukumat subsidiyalari-raqobatchilar uchun adolatsiz deb hisoblanadi.⁷⁰



7.1.1.-rasm. Raqobat omillari

Raqobat afzalliklari (Competitive advantage). Firmaning tashqi tahlilining bir qismi sohadagi raqobat darajasi va manbalarini baholashni o‘z ichiga oladi. Bu erda asosiy savol firmaning barqaror raqobatbardosh ustunlikka egami yoki yo‘qmi.

Ushbu jarayon uch bosqichda tahlil qilinadi:

- * sohadagi asosiy raqobat kuchlari o‘rganilmoqda
- * firma raqobatbardosh ustunlikka erishishning turli usullari ko‘rib chiqiladi

⁷⁰ Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. PART A: Chapter 03 «Microeconomic factors»103-117 p

* firma ichidagi turli xil faoliyat va bo‘linmalar uning raqobatbardoshligini oshirishga qanday hissa qo‘shishi tahlil qilinadi.⁷¹

Umuman olganda, raqobatbardosh bozorga erishish bir nechta omillarga bog‘liq jarayon. Yirik bozorlarda biznes aylanishini va bozor mexanizmlarini 100 foiz nazorat qilish mushkul bo‘lishi mumkin. Sog‘lom raqobatni sindiradigan qora marketing sotuvchilari deb nomlanuvchi biznesni amalga oshiruvchi iqtisodiy sub'ektlar mavjud. Ularni butunlay yo‘q qilib bo‘lmaydi. Sababi, mijozlar ko‘pincha bunday tur bozorlaridan foydalanishni afzal ko‘rishadi. (bu ko‘pincha soliq to‘lovlaridan qochish, har hil qonunda belgilangan tartibda qog‘ozbozlik muammolariga duch kelish va narx muammosi). Lekin, ko‘pincha bunday marketingdan foydalanish biznesda firibgarlarga duch kelib qolish oqibatlarga olib kelishi natijasida, biznes tanazzulga uchrashi mumkin.

Shu boiz, sog‘lom raqobatdosh bozorning shakllanishi nafaqat biznes sub'ektlariga, mamlakatlararo biznes aylanish sikiliga o‘z samarsini olib kelishi aniq deb o‘ylamiz.

7.2. Porterning beshta kuch modeli.

Porterning beshta kuchlari har bir sohani shakllantiradigan va sanoatning zaif va kuchli tomonlarini aniqlashga yordam beradigan beshta raqobatdosh kuchlarni aniqlaydigan va tahlil qiladigan modeldir. Besh kuchlar tahlili ko‘pincha korporativ strategiyani aniqlash uchun sanoat tuzilmasini aniqlash uchun ishlatiladi. Porter modeli iqtisodiyot ichidagi raqobat darajasini tushunish va kompaniyaning uzoq muddatli rentabelligini oshirish uchun iqtisodiyotning istalgan segmentiga qo‘llanilishi mumkin. Besh kuch modeli Garvard biznes maktabi professori Maykl E. Porter nomi bilan atalgan.

Porterning beshta kuchi - bu turli sohalar turli xil rentabellik darajasini saqlab qolish imkoniyatini tushuntirishga yordam beradigan biznesni tahlil qilish modeli. Model Maykl Ye. Porterning "Raqobat strategiyasi: sanoat va raqobatchilarni tahlil qilish usullari" kitobida 1980

⁷¹ Kaplan publishing BT Study Text 2020-21. ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology (BT/GBT) Study Text. 226 p

yilda nashr yetilgan. "Five Forces" modeli kompaniyaning sanoat tuzilishini hamda uning korporativ strategiyasini tahlil qilishda keng qo'llaniladi. Porter ba'zi ogohlantirishlar bilan dunyodagi har qanday bozor va sanoatni shakllantirishda muhim rol o'ynaydigan beshta inkor etilmaydigan kuchlarni aniqladi. Beshta kuch tez-tez raqobat intensivligini, jozibadorligini va sanoat yoki bozorning rentabelligini o'lchash uchun ishlatiladi.

Porter's Five Forces beshta kuchi:

1. Sanoatdagi raqobat;
2. Sanoatga yangi kiruvchilarning salohiyati;
3. Ta'minotchilarning kuchi;
4. Mijozlarning kuchi;
5. O'rnini bosadigan mahsulotlarga tahdidi.

Porter's Five Forces - bu kompaniyaning raqobat muhitini tahlil qilish.

- Kompaniyaning raqobatdosh raqiblari, yangi potentsial bozor ishtirokchilari, yetkazib beruvchilar, xaridorlar va ularning o'rnini bosadigan mahsulotlar soni va kuchi kompaniyaning rentabelligiga ta'sir qiladi.

- Raqobat ustunligini oshirish uchun biznes strategiyasini boshqarish uchun Beshta kuchlar tahlilidan foydalanish mumkin

✓ **Sanoatda raqobat**

Beshta kuchning birinchisi raqobatchilar soni va ularning kompaniyani qisqartirish qobiliyatiga ishora qiladi. Raqobatchilar soni, ular taklif qiladigan teng mahsulot va xizmatlar soni bilan bir qatorda qancha ko'p bo'lsa, kompaniyaning kuchi shunchalik kam bo'ladi. Ta'minlovchilar va xaridorlar, agar ular yaxshiroq shartnoma yoki arzonroq narxlarni taklif qila olsalar, kompaniyaning raqobatini izlaydilar. Aksincha, raqobatdosh raqobat past bo'lgan taqdirda, kompaniya yuqori narxlarni belgilash va yuqori savdo va foyda olish uchun bitimlar shartlarini belgilash uchun ko'proq kuchga ega.

Sanoatda yangi ishtirokchilar salohiyati- Kompaniyaning qudratiga uning bozoriga yangi ishtirokchilarning kuchi ham ta'sir

qiladi. Raqobatchining kompaniya bozoriga kirib borishi va samarali raqobatchisi bo'lishi uchun qancha vaqt pul sarflansa, tashkil etilgan kompaniyaning mavqei sezilarli darajada zaiflashishi mumkin. Kirish uchun to'siqlari kuchli bo'lgan sanoat ushbu sohadagi mavjud kompaniyalar uchun juda mos keladi, chunki kompaniya yuqori narxlarni talab qilishi va yaxshi shartlar bo'yicha muzokaralar olib borishi mumkin.

Ta'minlovchi kuchi-beshta kuch modelidagi navbatdagi omil yetkazib beruvchilarning sarf-xarajatlar narxini osonlikcha qanday oshirishi mumkinligini hal qiladi. Bunga tovar yoki xizmatning asosiy ma'lumotlarini yetkazib beruvchilar soni, ushbu ma'lumotlar qanchalik noyoblighi va kompaniyaning boshqa yetkazib beruvchiga o'tishi qancha xarajat qilishi ta'sir qiladi. Sanoatga yetkazib beruvchilar qancha kam bo'lsa, shuncha kompaniya yetkazib beruvchiga bog'liq bo'ladi. Natijada, yetkazib beruvchi ko'proq quvvatga ega va kirish xarajatlarini oshirishi savdoda boshqa afzalliklarga erishishi mumkin. Boshqa tomondan, ko'plab yetkazib beruvchilar mavjud bo'lganda yoki raqib yetkazib beruvchilar o'rtasida kommunikatsiya xarajatlari past bo'lsa, kompaniya kirish xarajatlarini pastroq ushlab turishi va foydasini oshirishi mumkin.

Mijozlarning kuchi - mijozlarning narxlarni pasayishiga yoki ularning quvvat darajasiga tushishi kerak bo'lgan beshta kuchdan biridir. Bunga kompaniyaning qancha xaridorlari borligi, har bir mijozning qanchalik ahamiyatli ekanligi va yangi mijozlar yoki ishlab chiqarish bozorlarini topish uchun kompaniyaga qancha mablag' sarflanishiga ta'sir qiladi. Kichikroq va kuchli mijozlar bazasi har bir mijoz arzon narxlar va yaxshi bitimlar bo'yicha muzokaralar olib borish uchun ko'proq kuchga ega ekanligini anglatadi. Ko'proq, mustaqil mijozlarga ega bo'lgan kompaniya rentabellikni oshirish uchun yuqori narxlarni talab qilishda kamroq vaqtga ega bo'ladi. "Besh kuch" modeli korxonalarga daromadlarni ko'paytirishga yordam berishi mumkin, ammo ular beshta kuchdagi har qanday o'zgarishlarni doimiy ravishda kuzatib borishlari va o'zlarining biznes strategiyasini to'g'rilashlari kerak.

O‘rnini bosadigan mahsulotlarga tahdid- beshta kuchning oxirgisi o‘rinbosarlarga qaratilgan. Kompaniyaning mahsulotlari yoki xizmatlari o‘rniga ishlatilishi mumkin bo‘lgan tovar yoki xizmatlarni almashtirish tahdid soladi. Yaqin o‘rnini bosadigan tovarlarni yoki xizmatlarni ishlab chiqaradigan kompaniyalar narxlarni oshirish va qulay sharoitlarda qulflash uchun ko‘proq kuchga ega. Yaqin o‘rnini bosadiganlar mavjud bo‘lganda, mijozlar kompaniya mahsulotini sotib olishdan voz kechish imkoniyatiga ega bo‘ladilar va kompaniyaning kuchi zaiflashishi mumkin.

Porterning beshta kuchini va ularning sohaga qanday tatbiq etilishini tushunish kompaniyaga o‘z biznesining strategiyasini o‘z investorlaridan yuqori daromad olish uchun o‘z resurslaridan yaxshiroq foydalanish uchun tuzatishga imkon berishi mumkin.⁷²

Porterning "besh kuch" yondashuvi firmaning raqobat muhitini batafsil ko‘rib chiqadi, beshta asosiy sohani yoki "kuch" ni tahlil qiladi.

Birgalikda, bu omillar sanoat daromadlarining umumiy potentsialini belgilaydi.

Misol uchun bitta firma misolida aytadigan bo‘lsak, uning yuqori daromad olish qobiliyati ushbu besh omilni raqobatchilardan ko‘ra samaraliroq boshqara olishiga bog‘liq bo‘ladi.

Porteraning beshta kuchi-qo‘shimcha tafsilotlar

1. Raqobatbardosh raqobat (Competitive rivalry).

Yuqori raqobat firmalarni mijozlarni ushlab turish uchun narxlarni pasaytirishga va/yoki sifatni oshirishga majbur qiladi. Natijada, marja pasayadi.

Mavjud raqobatning intensivligi quyidagi omillarga bog‘liq bo‘ladi:

- Raqobatchilarning soni va nisbiy kuchi – bu sohada bir nechta yirik kompaniyalar hukmronlik qiladigan joyda raqobat unchalik kuchli emas (masalan, benzin sanoati, CD kompakt disklarni ishlab chiqarish);
- O‘sish sur‘ati-bozor kengayib borayotgan joyda raqobat kam.

⁷² <https://uz.thelittlecollection.com/porter-676>

- Yuqori belgilangan xarajatlar haqida gap ketganda, kompaniyalar savdo hajmini saqlab qolish va zaif raqobatchilarni bozordan chiqarib yuborish uchun narxlarni marjinal xarajatlar darajasiga tushiradilar;

- Xaridorlar etkazib beruvchilar o'rtasida osongina o'tishlari mumkin bo'lsa, raqobat kuchayadi;

- Agar chiqish to'sig'i (ya'ni, bozorni tark etish bilan bog'liq xarajatlar) yuqori bo'lsa, kompaniyalar siqib chiqarilgunga qadar ushlab turiladi, bu esa raqobatni kuchaytiradi va foydani kamaytiradi.

- Raqobatning bozorda mavjudligi strategik zarurat bilan bog'liq bo'lsa, tashkilot yuqori raqobatbardosh bo'ladi.

✓ **Kirish tahdidi (Threat of entry).**

Bozorda yangi ishtirokchilarning paydo bo'lishi ishlab chiqarish quvvatlarining oshishiga va raqobatning kuchayishiga olib keladi. Yangi a'zolarining tahdidi kirish to'siqlarining kuchiga va mavjud raqobatchilarning yangi a'zoning paydo bo'lishiga ehtimoliy javobiga bog'liq bo'ladi. Kirish to'siqlari-bu yangi boshlanuvchilar uchun bozorda dastlabki langarni qiyinlashtiradigan omillar.

Bozorga kirishga to'sqinlik qiladigan oltita asosiy omil mavjud. Bularga:

- Ishlab chiqarish hajmi oshgani sayin sanoatning o'ziga xos xarajatlari sezilarli darajada pasayganda, yangi ishchi xodim bunday yukni bajaray olmasligi mumkin.

- Mashhur bo'lib qolgan brend ostida mahsulotlarni ishlab chiqarayotgan firmalar, mijozlar oldidagi imidjini yoqatmasliklari uchun kistasiga uradigan xarajatlarni amalga oshirishlari mumkin.

- Kapitalni ko'paytirishga bo'lgan ehtiyoj. Sanoat korxonalarga faoliyatini amalga oshirish uchun katta hajmdagi dastlabki investitsiyalarga ehtiyoj sezganda(masalan, po'lat sanoati, temir yo'l transporti kabi korxonalar).

- Boshqa xarajatlarga yonaltirish, ya'ni bir etkazib beruvchidan ikkinchisiga o'tishda bir martalik xarajatlar (masalan, bir nechta garaj tarmog'i avtodilerni o'zgartirganda).

- Xarajatlarni amalga oshirish mumkin bo'lgan kanallariga kirish cheklangan bo'lishi mumkin (masalan, ba'zi yirik hojatxona brendlari uchun sotuvlarning 90% 12 ta chakana savdo shoxobchalariga to'g'ri keladi), masalan, dorixona tarmoqlari va yirik chakana savdo tarmoqlariga. Shuning uchun yangi ishlab chiqarayotgan hech kinga tanish bo'lmagan hojatxona mahsulotlari dorixona tarmoqlari va yirik chakana savdo tarmoqlarida joy egallashi qiyin.

- Patentlar, maxsus bilimlar, mol etkazib beruvchilar bilan yahshi yolga ko'yilgan aloqlar, davlat subsidiyalari xech qaysi omilga bog'liq bo'lmagan iqtisodiy afzalliklarga kiritishimiz mumkin.

✓ **O'rnini bosuvchi mahsulotlar tahdidi (Threat of substitute products).**

Ushbu tahdid barcha sohalarni qamrab oladi (masalan, temir yo'l transporti va avtobus transporti va shaxsiy transport vositalari) yoki sanoat ichida (masalan, etkazib berish bilan birga kelgan yangi sut o'rnini bosuvchi uzoq muddatli sut). Porterning ta'kidlashicha, "o'rnini bosuvchi mahsulotlar potentsial daromadlarni cheklaydi... sanoat firmalari o'zlari uchun foyda keltirishi mumkin bo'lgan maksimal narxni belgilash orqali." O'rnini bosuvchi mahsulotlar tomonidan taklif qilinadigan pul uchun muqobil variantlar qanchalik yaxshi bo'lsa, iste'molchilar ularga o'tishga shunchalik tayyor bo'lishadi.

✓ **Mijozlarning bozor kuchi (Bargaining power of customers).**

Nufuzli mijozlar narxlarni pasaytirish va/yoki sifatni yaxshilashga erishishlari mumkin.

Qanday bo'lmasin, marja pasayadi. Bozor kuchi yuqori (masalan, Sainsbury va Tesco kabi o'z etkazib beruvchilariga nisbatan), omillar uyg'unligi paydo bo'lganda.

Bunday omillarga quyidagilar kiradi:

- Agar xaridorning xaridlari etkazib beruvchining umumiy hajmining katta qismini tashkil etsa yoki ma'lum bir bozorda umumiy savdo hajmining katta qismini tashkil etsa.

- Agar xaridor kam daromad olayotgan bo'lsa.

- Va agar xarid qilish sifati ahamiyatsiz bo'lsa yoki etkazib berish muddati muhim bo'lmasa, narxlar pasayadi.

- Mahsulotlar juda farqlangan va yaxshi brend imidjiga ega bo'lgan joyda, chakana sotuvchi xaridorlarning talablarini qondirish uchun butun assortimentni sotib olishi kerak bo'ladi.

✓ **Etkazib beruvchilar bilan kelishuvining kuchi (Bargaining power of suppliers).**

Sotuvchilarning yuqori narxlarni belgilash qobiliyatiga quyidagi omillar ta'sir qiladi:

- o'zgartirish xarajatlari darajasi va almashtirishlarning mavjudligi

- narxlarni nazorat qiluvchi bir yoki ikkita dominant provayderga ega bo'lish

- shuningdek, boshqa joylarda mavjud bo'lmagan tovar, texnik xususiyatlar yoki dizayn jihatidan taklif etilayotgan mahsulotlarning o'ziga xosligi darajasi.

Masalan, Porterning 5 ta printsiplari uylarni qurishda quyidagicha qo'llanilishi mumkin:

- Raqobat - juda yuqori (Competitive rivalry – very high).

- ko'p sonli mahalliy va xalqaro firmalar

- mahsulotingizni farqlash qiyin

- firmalar odatda yuqori belgilangan xarajatlarga ega.

-Kirish xavfi yuqori (Threat of entry – high).

Sanoat tarmog'iga kirib borayotgan yangi firmalar uchun asosiy to'siqlar quyidagilar:

- kapital talablari past - qurilish ko'p vaqt talab etadi, agar kerak bo'lsa, uskunalarning katta qismini yollash mumkin

- miqyosni tejash uchun (masalan, g'isht sotib olayotganda) talab qilinadi

- erni sotib olish uchun dastlabki moliyalashtirish

- qurilish uchun ruxat olish uchun rejalahtirish idoralari bilan yaxshi munoabatlar kerak.umuman olganda, bu to'siqlar kichik bo'lib, yuqori penetratsion tahdidga olib keladi.

-O'rnini bosuvchi tovarlarning paydo bo'lish xavfi yuqori ekanligi (Threat of substitutes – high).

- Asosiy tahdid-ijaraga olish yoki sotib olish uchun ishlatilgan mulkning mavjudligi.

- Bu ma'lum bir mamlakatga bog'liq bo'ladi – ba'zi mamlakatlarda uy-joy tanqisligi mavjud (masalan, Turkiya), boshqalarida esa turar-joy mulklari bozorlarining jadal o'sishi kuzatilmoqda.

- Yetkazib beruvchilarning ta'siri-materiallarga past, erga yuqori va rejalashtirish aniqligi (Power of suppliers – low for materials, higher for land and planning permission).

- Materiallar etkazib beruvchilari kam quvvatga ega-ko'plab etkazib beruvchilar, ajratilmagan mahsulotlar.

- Eng yaxshi er uchastkalarini etkazib beruvchilar kuchli mavqega ega va yuqori narxlarni taklif qilishlari mumkin.

- Mahalliy rejalashtirish idorasi juda yuqori quvvatga ega.

-Iste'molchilarning kuchi-past (Power of customers – low).

- Uy-joy sektorida mijozlar ko'proq tanlovga ega, ammo alohida-alohida sotib olish qobiliyati past

Umumiy strategiyalar (Generic strategies). Porter tomonidan ishlab chiqilgan ushbu model tashkilot o'z bozorida raqobatbardosh ustunlikka erishishning turli usullarini ko'rib chiqadi.

Porterning ta'kidlashicha, raqobatbardosh ustunlikka erishish uchun biznes uchta strategiyadan biri bo'lishi mumkin emas. Har bir biznes o'zining individual shartlariga eng mos keladigan strategiyani tanlashi mumkin.

Xarajatlar bo'yicha etakchilik (Cost leadership).

Bu shuni anglatadiki, kompaniya raqobatchilardan sifat jihatidan kam bo'lmagan, ammo arzonroq mahsulot ishlab chiqaradi. Bunga odatda ichki samaradorlikni oshirish orqali erishiladi.

Xarajatlar bo'yicha etakchilik odatda tashkilotga imkon beradi:

- * mahsulotlaringizni raqobatchilardan arzonroq narxda soting, savdo hajmini oshiring; yoki

* mahsulotlaringizni raqobatchilar bilan bir xil narxda soting, lekin yuqori daromad oling.

Masalan, Casio Electronics Ltd xarajatlar bo'yicha etakchilik tamoyiliga amal qiladi va 1 milliarddan ortiq cho'ntak kalkulyatorlarini sotdi. Uning kalkulyatorlari sifat jihatidan teng, ammo kompaniya o'z faoliyatini ishlab chiqarish xarajatlarini minimallashtiradigan tarzda tashkil etdi, masalan, ishchi kuchi kam bo'lgan mamlakatlarda o'z mahsulotlarini ommaviy ishlab chiqarish orqali.

Turli xillilik (Differentiation).

Ushbu strategiya mijozlarni mahsulotimiz raqobatchilarimizdan ustun ekanligiga ishontirishni o'z ichiga oladi. Buni mahsulotga qo'shimcha funktsiyalarni qo'shish yoki reklama yoki Brendlash orqali iste'molchilarning mahsulot haqidagi tasavvurlarini o'zgartirish orqali amalga oshirish mumkin.

Differentsiatsiya odatda korxonaga o'z mahsulotiga yuqori narx belgilash imkonini beradi.

British Airways (BA) xalqaro aviakompaniya. U mijozlarga yuqori darajadagi xizmat ko'rsatish va qulay, hashamatli reyslar orqali yo'lovchilarga ko'plab raqobatchilariga qaraganda yaxshiroq xizmatlarni taklif qilish orqali tabaqalashtirilgan yondashuvni qo'llaydi. Bu kompaniyaga o'z xizmatlari uchun qo'shimcha haq olish imkonini beradi.

Bu umuman bozorga emas, balki ma'lum bir bozor segmentiga yo'naltirishni o'z ichiga oladi. Bir xil ehtiyojlarga ega bo'lgan iste'molchilarning ma'lum bir guruhi aniqlanadi va korxona ularning ehtiyojlariga mos mahsulot yoki xizmatlarni taqdim etadi.

Bunday individual yondashuv, qoida tariqasida, korxonaga o'z mahsulotlari uchun qo'shimcha haq olish imkonini beradi.

Saga maqsadli yondashuvga ega bo'lgan kompaniyaning namunasidir. U 50 yoshdan oshgan mijozlarga mo'ljallangan turli xil mahsulot va xizmatlarni taklif etadi.

Porterning ta'kidlashicha, kompaniyalar yuqoridagi uchta yondashuvdan birini qabul qilishlari kerak, aks holda ular "o'rtada qolib

ketishadi" va bu ularga muvaffaqiyatli raqobatbardoshlikni qiyinlashtiradi.⁷³

7.3. Porterning: qiymat zanjiri (Porter's value chain)

Firma o'z faoliyati davomida raqobatbardosh ustunligiga egami yoki yo'qligini aniqlash maqsadida Porter qiymat zanjirini ishlab chiqqan.

Ushbu yondashuv firma faoliyatini beshta "birlamchi" va to'rtta "yordamchi" faoliyatga ajratishni o'z ichiga oladi, so'ngra ularning har biri xarajatlar yoki sifat jihatidan ustunlik berishini aniqlash uchun tahlil qilinadi (7.3.1 va 7.3.2.-jadvalga qarang).

7.3.1.-jadval

Birlamchi faoliyat (Primary activities)

Faoliyat (Activity)	Izoh (Description)	Misol (Example)
Kirish logistikasi (Inbound logistics)	Xom ashyo materiallarni qabul qilish, saqlash va qayta ishlash	O'z vaqtida inventarizatsiya qilish tizimi xarajatlarga ustunlik berishi mumkin
Opetatsiyalar (Operations)	Xom ashyoni tayyor mahsulot va xizmatlarga aylantirish	Malakali hunarmandlardan foydalanish sifat jihatidan ustunlik berishi mumkin
Ta'minot logistikasi (Outbound logistics)	Mijozlarga tayyor mahsulotlarni saqlash, tarqatish va etkazib berish	Ta'minot autsorsingi xarajatlar ustunligini berishi mumkin
Marketing va sotish (Marketing and sales)	Marketing tadqiqotlari + 4 Ps	Sport mashhurlarining homiyligi mahsulot imidjini yaxshilashi mumkin.
Service	O'rnatish, o'qitish, ta'mirlash kabi savdo nuqtasi ochilgandan keyin sodir bo'ladigan barcha harakatlar.	Marks & Spencerning tovarlarni qaytarib berishga do'stona munosabati unga sifat jihatidan sezilarli ustunlik beradi.

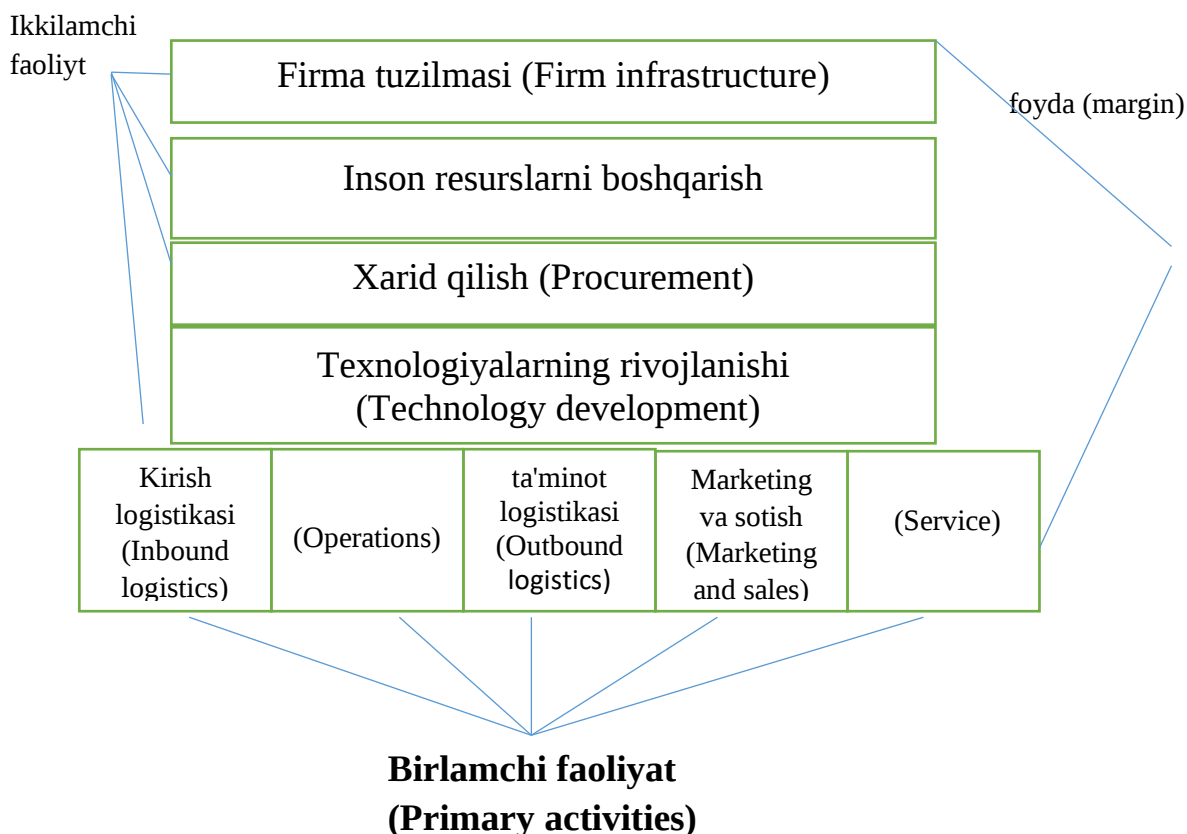
⁷³ Kaplan publishing BT Study Text 2020-21. ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology (BT/FBT) Study Text. 227-231 p

7.3.2.-jadval

Ikkilamchi faoliyat (Support (also known as secondary) activities)

Faoliyat (Activity)	Izoh (Description)	Misol (Example)
Firma tusilmasi (Firm infrastruc- ture)	Firma qanday tuzilgan	Markazlashtirilgan xarid ulgurji chegirmalar orqali xarajatlarni tejashga olib kelishi mumkin
Texnologiya rivojlanganligi (Technology development)	Firma qanday texnologiyalar dan foydalana- yapti	Kompyuter tomonidan boshqariladigan eng yangi uskunalar mijozning individual talablariga muvofiq mahsulotlarni ishlab chiqishda ko‘proq moslashuvchanlikni ta’minlaydi
Inson resurslari- ning o‘sib borishi (Human resour- ces development)	raqobatbardosh ustunliklarga erishishda insonlar qanday hissa qo‘shadilar	Tajribali xaridorlarni jalb qilish supermarketga raqobatchilardan ko‘ra sifatli ichimlikni sotib olishga imkon beradi
Xarid qilish (Procurement)	Xaridlar, faqat materiallar bilan cheklanmaydi.	Shahar tashqarisida bino sotib olish High Street raqobatchilariga narx ustunligini berishi mumkin

Tahlil natijalari quyidagicha umumlashtiriladi (7.3.1-rasmga qarang).



7.3.1.-rasm. Kompaniyaning raqobatbardoshligini umumiy tahlil qilish ⁷⁴

Porter qiymat zanjiri endi turli bo‘linmalar raqobatbardoshlikni oshirishga qanday hissa qo‘shishini tushunish uchun ishlatilishi mumkin:

- ✓ **Ta'minot (Purchasing).**
- * **Xarajatlar avzalliklari (Cost advantages)** – arzonroq materiallarni sotib olish, ulgurji chegirmalar, markazlashtirilgan xarid qilish.
- * **Sifat afzalliklari (Quality advantages)** - yuqori sifatli materiallarni sotib olish, tajribali xaridorlarni jalb qilish.
- ✓ **Ishlab Chiqarish (Ishlab Chiqarish).**

⁷⁴ Kaplan publishing BT Study Text 2020-21. ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology (BT/FBT) Study Text. 232-233 p

* **Xarajatlar avzalliklari (Cost advantages)** – ommaviy ishlab chiqarish liniyalari, standartlashtirish, ish haqi minimal darajadan bir oz yuqori bo‘lgan ishchilarni yollash, zaxiralarning past darajasini saqlab turish.

* **Sifat afzalliklari (sifat afzalliklari)** - yuqori sifatli materiallardan foydalanish, sifatni nazorat qilishning qat'iy tartib-qoidalari, yuqori malakali xodimlarni jalb qilish, moslashuvchan ishlab chiqarish tizimlari, ko‘proq izchillikni ta‘minlash uchun texnologiyalardan foydalanish, doimiy kadrlar tayyorlash.

✓ **Marketing (Marketing)**

* **Xarajatlarning afzalliklari**-ma‘lumotni og‘zaki ravishda tarqatish, tarqatish xarajatlarini kamaytirish uchun to‘g‘ridan-to‘g‘ri sotish.

* **Sifat afzalliklari**-marketing tadqiqotlari mahsulotlarni mijozlar ehtiyojlariga moslashtirishga yordam beradi, katta reklama byudjetlari, homiylik, sifat narxlari, brendni rivojlantirish.

✓ **Xizmat (Xizmat)**

* **Xarajatlarning afzalliklari**-outsourcing (?), xizmatlarni taqdim etishdan bosh tortish, kam haq to‘lanadigan xodimlar.

* **Sifat afzalliklari**-outsourcing (?), yuqori malakali xodimlar.

Yana muhim tushunchalardan biri bi qiymat tarmoqlari. **Qiymat tarmoqlari (Value networks)** - bu butun guruh manfaati uchun bir-biri bilan o‘zaro aloqada bo‘lgan tashkilotlar va shaxslar o‘rtasidagi aloqalar to‘plamini anglatadi. Bu ishtirokchilarga ma‘lumot almashish va mahsulotlarni sotib olish va sotish imkonini beradi.

Tashkilotlarning qiymat zanjirlari alohida mavjud emas. Masalan, kompaniyaning kiruvchi logistikasi va uning etkazib beruvchilarining chiquvchi logistikasi o‘rtasida aloqalar bo‘ladi.⁷⁵

Qiymat zanjiri g‘oyasi ilmiy muomalaga dastlab 1985 yili AQShlik olim Porter tomonidan taklif qilingan va unda mahsulot istemolchi qo‘liga yetib borguncha qanday qilib o‘zida qiymat jamlashi mumkinligini tushuntirib bergan. Porterning qiymat zanjiri

⁷⁵ Kaplan publishing BT Study Text 2020-21. ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology (BT/GBT) Study Text. 234-235 p

yondashuviga ko‘ra, u kompaniyaning mahsulotni yaratish, bozorga olib chiqish, sotish, istemolchiga yetkazib berish va unga xizmat ko‘rsatish bilan bog‘liq bo‘lgan ichki faoliyat turlari va ularning yig‘indisi sifatida tavsiflanadi. M.Porterning qiymat zanjiriga bergan ta’rifidan shunday xulosa kelib chiqadiki, qiymat zanjirini boshqarish mahsulot ishlab chiqaruvchi kompaniyaning uzoq muddatli raqobatbardoshlikni ta’minlash strategiyasiga asoslangan xarakatlar rejasidir. Porter bu strategiyani amalga oshirishda kompaniyalarning faoliyatini ikkita turga bo‘lib oladi:

- (1) birlamchi faoliyat turlari;
- (2) qo‘llab-quvvatlovchi faoliyat turlari.

Xalqaro logistika boshqaruvi kengashi mutaxasssilarining bergan ta’rifiga ko‘ra, oziq-ovqat sanoatida qiymat zanjiri menejmenti deganda, xom-ashyoni qiymat nuqtai-nazaridan saqlash va harakat oqimi jarayonlarini samarali rejalashtirish va amaliyotga joriy qilish tushuniladi. Bunda boshqaruv jarayoni mahsulot ishlab chiqarish jarayonidan to magazin peshtaxtasiga yetib borib, istemolchining talabalarini qondirish uchun kerakli bo‘lgan jarayondagi barcha axborotni o‘z ichiga qamrab oladi. Ushbu ta’rifda qiymat zanjiri bajarishi kerak bo‘lgan vazifa an’anaviy tarzda tushuntirilgan va logistika operatsiyalarini ketmaketligiga urg‘u berilgan. Xalqaro oliy raqobat markazi mutaxasssilarining fikriga ko‘ra, qiymat zanjiri bu—dastlabki ta’minotchilardan boshlab, mahsulotni oxirgi foydalanuvchisigacha bo‘lgan biznes jarayonlarini integratsiyalashuvi bo‘lib, u bozorni mahsulot, xizmatlar va axborot bilan ta’minlaydi, ya’ni istemolchilarga qiymat yaratadi. Ushbu yondashuvda qiymat zanjiri biznes jarayonlarni integratsiyalashuviga e’tibor qaratilgan va yuqorida keltirilgan birinchi ta’rifga nisbatan mukammal deb aytish mumkin. Sababi, biznes operatsiyalarini integratsiyasi bu - aniq reja asosida ishlab chiqilgan harakatlar dasturiga e’tibor qaratish zarurligini ko‘rsatib turibdi va integratsiyani maqsad va vazifalarini reja negiziga qo‘yish kerakligini anglatadi. “Xalqaro taklif qiymat zanjiri menejmenti” deb nomlanuvchi jurnal muxarrirlarining yondashuviga ko‘ra, qiymat zanjiri bu — firmaning barcha faoliyatiga tegishli ishlarda birgalikda ishlash bo‘lib

hisoblanadi va o'z ichiga quyidagilarni qamrab oladi: rejalashtirish (strategik va taktik), operatsiyalar (xaridlar, ishlab chiqarish, sotish, marketing, taqsimot, NPD), mehnat resurslari menejmenti, monitoring va nazorat (teskari aloqa). Sodda so'zlar bilan tushuntirganda, taklif qiymat zanjiri quyidagi vazifalarni muvaffaqiyatli hal etish uchun axborot bilan ishlash usuli bo'lib hisoblanadi. Ya'ni:

Vaqtning tejash. Dunyo mamlakatlarida oziq-ovqat bozorlari tez o'zgaruvchan va mahsulotning yashash sikli esa qisqaroq bo'lib bormoqda.

Bu jarayon menejerlardan muammoga qayta-qayta murojat qilish va korxonalarning bazaviy raqobat ustunliklarini aniqlashtirish asosida ularni bozorda raqobatga chidamli bo'lishlari uchun qanday pozitsiya egallashga o'rgatadi. Asosiy muammo shundan iborat bo'ladiki, korxonalarning menejerlari bozorda shakllangan vaziyatni o'zgartirishga xarakat qilishlari lozim. Buning uchun ular quyidagi holatlarga kuchli e'tibor qaratishlari kerak bo'ladi:

- qiymat zanjirida firmalar faoliyati tahlili va raqobat ustunliklarini o'rganish;

- bozordagi raqobatchi korxonalar o'rtasida kuchlar balansiga baho berish;

- korxonaning istemolchilar va jamiyat oldidagi majburiyatlar hamda mahalliy hokimiyat bilan munosabatlarni muvofiqlashtirish va x.k

Qiymat zanjiri dastlab tarmoqning o'zida shakllangan bo'ladi va u korxonani xom-ashyo ta'minotidan boshlanadi hamda istemol qilingan maxsulotni chiqindiga chiqarish va uni tugatish, ikkilamchi xom-ashyo sifatida foydalanish bilan nihoyasiga yetadi. Bunda tarmoqdagi va turdosh tarmoqlardagi korxonalar ham ishtirok etishlari mumkin. Qiymat zanjirining keyingi ko'rinishi bevosita mahsulot ishlab chiqaruvchi korxona faoliyati bilan bog'liq bo'ladi va u ikkita qismga ajratib ko'rsatiladi: korxonaning qiymat zanjiridagi birlamchi faoliyati va maxsulot savdosidan keyingi qo'llab-quvvatlash xizmati faoliyati. Shuning uchun biz qiymat zanjirini xom-ashyo yetkazib berish bosqichini ham qo'shgan holda shakllantirish lozim deb topdik. Chunki,

xom-ashyo yetkazib berish birmuncha murakkab va u korxona va maxsulot raqobatbardoshligiga to‘g‘ridan-to‘g‘ri ta’sir etadi.

Qiymat zanjiri tarkibini shartli ravishda faoliyat turiga qarab besh qismga bo‘lingan holda ajratilishi lozim.

Birinchi qismi- birlamchi faoliyat, xom ashyo tishtirishdan boshlab tayyor mahsulot ishlab chiqarishgacha bo‘lgan bo‘g‘imlar kiritilgan.

Ikkinchi faoliyat turi esa “qo‘llab-quvvatlovchi” faoliyat sohalari deb atalib, ularga mahsulotni bozorda sotish va daromad olish jarayonini boshqarishga bog‘liq ishlar kiritilgan.

Bozorda mahsulot sotishni tashkil etish va daromad olishni boshqarish eng murakkab jarayon bo‘lib hisoblanadi va u mablag‘ va harakatni talab qiladi.

Yuqorida keltirilgan ma’lumotlardan ko‘rinib turibdiki, qiymat zanjiri xom-ashyo tayyorlash uchun ekin ekishdan boshlanadi va tayyor mahsulotni chakana savdosi bilan tugaydi. Ushbu jarayonga xom-ashyo tayyorlashgacha bo‘lgan bosqich, ya’ni qishloq xo‘jalik ekinini yetishtirish jarayonini qo‘shilishi jiddiy ahamiyatga ega. Chunki, yo‘qotishlarning katta qismi ushbu bosqichda yuz beradi, xom-ashyo sifati mahsuloti sifatiga to‘g‘ridan-to‘g‘ri kuchli ta’sir ko‘rsatadi. Qayta ishlash sanoati vakillarining muvaffaqiyati ta’minotchilarning ishni qanday tashkil qilishga kuchli bog‘liq bo‘ladi. Istemolchilarning yakuniy mahsulotdan oladigan nafi yoki yo‘qotishlari esa tayyor mahsulot ishlab chiqaruvchilarning iqtisodiy samardorlik darajasidan kelib chiqib, shakllanadi.⁷⁶ Demak, qiymat zanjiri yetkazib beruvchilar, distribyutorlar, mijozlar va qiymat zanjirlariga ulangan qiymat tarmog‘i deb atash mumkin.

7.4. Korporativ baholash (SWOT).

SWOT tahlili tashkilotning kuchli va zaif tomonlarini, imkoniyatlari va tahdidlarini o‘rganadi. Bu strategik tahlilning ajralmas

⁷⁶ “Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” ilmiy elektron jurnali. № 6, noyabr-dekabr, 2020 yil Мамасолиев Ғайратбек Махамадюсупович „Озиқ-овқат саноатида қиймат занжирининг шакли ва уни бошқариш хусусиятлари, номли мақоласи 85-86-бет

qismidir. Tashqi muhit muammolariga qaratilgan PEST tahlilidan farqli o'laroq, SWOT tahlili tashkilot joylashgan ichki va tashqi vaziyatni tahlil qilish uchun ishlatiladi. Kuchli va zaif tomonlar tashkilot ichida nima yaxshi yoki yomon ish qilayotganini o'rganadi, imkoniyatlar va tahdidlar esa tashkilotga tashqaridan ta'sir qilishi mumkin bo'lgan ijobiy va salbiy omillarni ko'rib chiqadi.

Buning uchun PEST tahlili, shuningdek ushbu bobda muhokama qilingan boshqa modellar qo'llaniladi. Shuning uchun SWOT tahlili tashkilot uzoq muddatli strategik rejalashtirish jarayonida foydalanadigan muhim vositadir.

Barcha zaif va kuchli tomonlarni aniqlangandan so'ng, rahbariyat quyidagilarni ko'rib chiqishi mumkin:

- * kuchli tomonlarni imkoniyatlarga moslashtirish tashkiliy rivojlanish uchun yangi sohalarni ochib berishi mumkin yoki:

- * zaif tomonlarni yo'q qilish yoki tashkilot duch keladigan tahdidlarga qarshi kurashish usullari.

Raqobatda tadbirkor o'z raqiblarini bilishi lozim. Ularning kuchli va kuchsiz tomonlari haqidagi ma'lumotlarni to'plab, tadbirkor atrofida qancha raqib borligini va ular qayerda joylashganligini bilishi kerak. Tadbirkor qolaversa, keyingi ikki yil ichida o'zinikiga o'xshagan qancha korxona ochilganligi va yopilganligini aniqlashi zarur. Boshqacha, ammo uning o'rnini bosishi mumkin bo'lgan tovarlar ishlab chiqaruvchi va xizmatlar ko'rsatuvchi bilvosita raqiblar xususidagi masalani ham o'rganishi lozim.⁷⁷

Bu borada bugungi kunda qo'llaniladigan SWOT tahlili asosida amalga oshiriladi. SWOT tahlili - strategik rejalashtirishning dolzarb va samarali usuli. SWOT tahlil qilish respondentlarning tashqi va ichki muhitiga ta'sir etuvchi omillarni belgilaydigan strategik rejalashtirish usuli bo'lib, mehnat sharoitlari bo'yicha yuqori tuzilgan tushunchalarni shakllantirishga yordam beradi. Tadqiqot natijasi to'g'ri qaror qabul qilish imkoniyatini beradi. Bunday tahlil menejerlar va sotuvchilar

⁷⁷ З.Я.Худойбердиев (рахбар), К.З.Хомитов., А.Муродов, Л.К.Кўпайсинова, .У.Арабов. «Тадбиркорлик ва ишга жойлаштириш технологияси асослари» Касб-хунар коллежлари учун ўқув қўлланма., ТОШКЕНТ “ИЛМ-ЗИЁ” 2016. 269-б

tomondan yuqori baholandi.

SWOT -tahlilni qanday bajarish kerak - bu jarayonni bosqichma-bosqich kesishga harakat qiling:

Atrof muhitni o'rganish . Asosiy savol: biznesga qanday omillar ta'sir qiladi?

Atrof-muhitni tahlil qilish . Bir qator savollar yuzaga kelishi mumkin bo'lgan tahdid va xavflarni aniqlashga qaratilgan bo'lishi kerak.

SWOT matritsasi. To'plangan ma'lumotlar to'rt tomondan guruhlangan.

SWOT strategiyasi. Elementlarning kesish nuqtalari hisoblab chiqilgan, asosiy strategiya ularga bog'liq.

Misol uchun shaxsiy SWOT tahlilini bajarganda quyidagicha amalga oshiriladi (7.4.1.-jadval):⁷⁸

7.4.1-jadval

Shaxsni kelajakda samaradorligini aniqlash SWOT tahlili

	Sizning kuchli tomonlaringiz «S»	Sizning zaif tomonlaringiz «W»
Bundan foydalanamiz	Bilim darajangiz, tajribangiz, biznesda muloqot qilaolish qobiliyatingiz, o'zingizga ishonchingiz darajasi, qiynchiliklarga duch kelganingizda nimalarga tayanishingiz?	Sizda qanday muammolar mavjud? Siz yoqtirgan sohaning qaysi ko'nikmalarda, tomonlarda, bilim darajasida zaifsiz? Sizga nimalar noqulayliklarni tug'diradi? Sizga nisbatdan kimlar bosim o'tkazayapti? Siz nimani qilishni yoqtirmaysiz?
Bularni bajaramiz	Sizning imkoniyatlaringiz «O»	Siz bugungi kungacha nimalarga erishaolmadingiz «T»

⁷⁸ <https://uz.unistica.com/swot-tahlil-strategik-rejalashtirishning-dolzarb-va-samarali-usuli/>

	Siz nima qilmoqchisiz? Qayerda o'qimoqchisiz? Nimani o'rganmoqchisiz? Maqsadlaringizga erishish uchun sizda qanchalik kuchingiz bor? Sizga bog'liq bo'lgan faktor qanday? Sizning vaqtingiz to'g'ri taqsimlanganmi? Agar yuqorijagilarning barchasini amalga oshirolsangiz, bu sizga nimani beradi?	Siz nima qilishingiz kerak edi? Siz bugunga qadar bajaraolmagan ishlar? Nimalarga vaqtingizni ajratolmayapsiz? Siz nimani nazorat qilolmayapsiz? Sizga bog'liq bo'lmagan omillar nimalardan iborat? Vaqtingizni nega to'g'ri taqsimlab ololmayapsiz?
--	--	--

SWOT -tahlil metodologiyasi ishlab chiqilgan strategiyaga bog'liq bo'lishi kerak bo'lgan barcha aniqlangan omillarni hisobga olgan holda ishlab chiqilgan. Natijalarni qo'llash kompaniyaning rivojlanishi uchun va muvaffaqiyatli savdo va reklama uchun foydalidir. Metodologiya juda dolzarb, bugungi kunda yirik kompaniyalar rahbarlarining aksariyati bunday o'zgarishlarni amalga oshirmoqda. SWOT tahlillari quyidagi savollarga to'la javob berishi kerak:

1. Kompaniyaning kuchli pozitsiyalari bormi?
2. Mumkin bo'lgan o'zgarishlar bormi?
3. Tuzatishga muhtoj zaif fikrlar bormi?
4. Foydali qobiliyat?
5. Maqsadlarga erishishga yordam beradigan tashqi o'zgarishlar?

SWOT tahlili asosida xulosa shakllantiriladi, chunki kelajakda tashkilot savdo-sotiq rivojlanishi kerak. Sektor tomonidan resurslarni qayta taqsimlash bo'yicha tavsiyalar berilgan. Ushbu materiallar kelgusida tekshiriladi va yakunlanadigan savdo va reklama strategiyasi, takliflarini yaratish uchun asos bo'lib xizmat qiladi. SWOT -tahlil qilish barcha tomonlarni o'rganishni o'z ichiga oladi va

ularni bir xil parametrlar bo'yicha baholaydi:

- takliflarning xususiyatlari;
- xodimlarning tajribasi;
- xodimlar va biznes jarayonlarni boshqarish;
- moliyalashtirishga qabul qilish;
- yaxshi savdo tashkiloti;
- reklama siyosatining mantiqi;
- ishlab chiqarish xarajatlari.⁷⁹

Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016.
PART A: The business organization, its stakeholders and the external environment“ SWOT tahlilini quyidagi taraflarga ajratgan holda kompaniyaning kuchli va zaif tomonlarini baholaydi.

Ichki baholash: kuchli va zaif tomonlari (Internal appraisal: strengths and weaknesses). Ichki baholash aniqlaydi:

(a) tashkilotning tegishli strategiyalar bilan ishlatilishi kerak bo'lgan kuchli tomonlari bo'lgan sohalarini;

(b) tashkilotning zaif tomonlari bo'lgan sohalari, ularni takomillashtirish strategiyasiga muhtoj tomonlari.

Kuchli va zaif tomonlarini tahlil qilish tashkilotning tashqi tomonga yondashuvini shakllantirishga qaratilgan.

Tashqi baholash: imkoniyatlar va tahdidlar (External appraisal: opportunities and threats). Tashqi baholash tashkilotning kuchli tomonlarini ishlatishi mumkin bo'lgan imkoniyatlarini belgilaydi va shuningdek, kompaniya o'zini himoya qilishi kerak bo'lgan ekologik tahdidlarni taxmin qilaoladi.

Imkoniyatlar (Opportunities)

- a) ishbilarmonlik muhitida qanday imkoniyatlar mavjud?
- b) ularning o'ziga xos foyda olish salohiyati qanday?
- (c) tashkilot munosib imkoniyatlardan foydalana oladimi?
- (d) raqobatchilarning qiyosiy qobiliyati qanday?
- (e) imkoniyat bu sohada kompaniyaning qiyosiy ishlash salohiyati nima?

⁷⁹ <https://uz.unistica.com/swot-tahlil-strategik-rejalashtirishning-dolzarb-va-samarali-usuli/>

Tahdidlar (Threats)

a) kompaniya yoki uning ishbilarmonlik muhiti uchun qanday tahdidlar paydo bo'lishi mumkin?

b) raqobatchilar qanday ta'sir qiladi?

(c) kompaniya qanday ta'sir qiladi?⁸⁰

Demak xulosa qilib aytganda, kompaniya uchun SWOT tahlili kuchli va zaif tomonlarini anglashga yordam beradi. Raqobatbardosh muhitda o'z vaqtida tezkor tahlil qilib kamchiliklarni bartaraf qiladi va korxona samaradorligini yo'qotmasdan faoliyatini uzluksiz davom ettirishda imkoniyat yaratadi.

Tayanch iboralar: ideal raqobat (perfect competition), nomukammal raqobat (imperfect competition), monopoliya (monopoly), oligopoliya (oligopoly), monopolistik raqobat (monopolistic competition), damping, turli xillilik (differentiation), differentsiatsiya, birlamchi faoliyat (primary activities), ikkilamchi faoliyat (support (also known as secondary) activities), imkoniyatlar (opportunities), tahdidlar (threats).

Nazorat savollari

1. Raqobat tushunchasi?
2. Bozorning raqobat turlari?
3. Raqobat omillari (competitive factors)?
4. Raqobat afzalliklari (Competitive advantage)?
5. Porterning beshta kuch modeli izohlang?
6. Birlamchi faoliyat (Primary activities)?
7. Ikkilamchi faoliyat (Support (also known as secondary) activities)?
8. Porterning: qiymat zanjiri izohlang?
9. Vaqtni tejash?
10. Korporativ baholash (SWOT)?
11. Mcdonalds kabi Burger do'konlari tarmog'i uchun eng muhim raqobat kuchini aniqlash uchun Porter tomonidan taklif qilingan

⁸⁰ Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. PART A: The business organization, its stakeholders and the external environment" 47 p

beshta asosiy omildan foydalaning va izohlang yoki O'zbekistonda Burger do'konlari tarmog'i misolida izohlang?

12. Kadrlar bo'limi (HR) firmada xizmat ko'rsatish bo'limi sifatida tashkil etilgan.

Qanday qilib ushbu bo'lim raqobatdosh ustunliklarga hissa qo'shishi mumkin?

Glossariy

Raqobat-bu mustaqil tovar ishlab chiqaruvchi (korxona)lar o'rtasida tovarlarni qulay sharoitda ishlab chiqarish va yaxshi foyda keltiradigan narxda sotish, umuman iqtisodiyotda o'z mavqeini mustahkamlash uchun kurash.

Damping - mahsulotni zarar bilan sotish

Porterning beshta kuchi - bu turli sohalar turli xil rentabellik darajasini saqlab qolish imkoniyatini tushuntirishga yordam beradigan biznesni tahlil qilish modeli

VIII BOB. Buxgalteriya hisobi va biznesdagi kasbiy etika

8.1. Biznes etikasi va uning ahamiyati.

8.2. Professional etika.

8.3. Korporativ axloq qoidalari.

8.4. Axloqiy tahdidlar va dilemmalar.

8.1. Biznes etikasi va uning ahamiyati.

Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. PART V: Chapter 07 Corporate governance and social responsibility» bobida korporativ boshqaruv va biznesning ijtimoiy mas'uliyati kontsepsiyasi ishlab chiqilgan. Kompaniyalar rahbariyati va egalari bir xil odamlar bo'lishi shart emasligi sababli, menejmentni mulkdorlar va boshqa manfaatdor tomonlarning manfaatlari yo'lida harakat qilishga undash muhimligi e'tirof etilgan. Etika, qonun, boshqaruv va ijtimoiy javobgarlik kabi tushunchalar Buyuk Britaniya biznes kompaniyalar faoliyati misolida quyidagicha yoritib berilgan.

Quyidagi xulosalar e'tirof etilgan:

- Axloq, huquq, boshqaruv va ijtimoiy mas'uliyatning o'zaro ta'siri.
- Qonunlar-bu kompaniya va shaxslar amal qilishi kerak bo'lgan qoidalar.

Korporativ boshqaruv talablari va ijtimoiy javobgarlik kompaniyalar va jismoniy shaxslar uchun qo'shimcha qoidalar va ko'rsatmalar sifatida qaralishi mumkin. Ular qonun nimani talab qilishi va jamiyat nimani kutishi o'rtasidagi farqni ko'paytiradi. Buning sababi shundaki, qonun ularni har doim ham axloqiy yoki ijtimoiy mas'uliyatli munosabatda bo'lishga undayvermaydi.

Sub'ektlarning qanday bog'liqligini tekshirish usullaridan biri bu ularning qanchalik tartibga solinishini ko'rib chiqishdir (8.1.1.-jadval).

Jadvaldan ko'rinib turibdiki, qonun yuqori darajada tartibga solingan, korporativ boshqaruv kamroq tartibga solingan va ijtimoiy mas'uliyat va axloq qoidalari tartibga solinmagan, chunki misol uchun farzand asrab olish kabi tanlovlar shaxslarning erkin tanloviga bog'liq.

8.1.1.-jadval

Tartibga solish darajalari⁸¹

Qonun, boshqaruv, ijtimoiy javobgarlik va axloq o'rtasidagi munosabatlar			
Qonun	Korporativ boshqaruv	Ijtimoiy mas'uliyat	Axloq qoidalari
Shaxslar va kompaniyalar rioya qilish kerak qoidalari Xulq-atvor jamiyatining minimal darajasi imkon beradi.	Ommaviy keltirilgan kompaniyalari faqat tartibga solinadi. Boshqalar eng yaxshi amaliyotga rioya qilishlari tavsiya yetiladi.	Tartibga solinmaydi. Jismoniy shaxslar va kompaniyalar erkin tanlovga ega. Ijtimoiy bosim ijtimoiy mas'uliyatli tarzda harakat qilish	Qadriyatlar va tamoyillar. Jismoniy shaxslar va kompaniyalar amal qilishadi Axloqiy pozitsiyani qabul qilish erkin tanlovga bog'liq.
Ko'proq tartibga solish, kamroq tanlov erkinligi		Kamroq tartibga solish, ko'proq tanlov erkinligi	

Kaplan Publishing BT Study Text 2020-21. ACCA Applied Knowledge. ACCA diplom in Business and Technology (Rqf Level 4) Business and Technology (BT/FBT) Chapter 10 "Professional ethics in accounting and business" biznes etikasi va uning ma'nosi quyidagicha tavsiflanadi:

Axloq (Etika) - bu to'g'ri va noto'g'ri tushunchalarni ko'rib chiqadigan axloqiy tamoyillar tizimi.

Biznesda etiika - bu axloqiy qadriyatlarni biznes xatti-harakatlariga qo'llashdir.

Harakat to'g'ri yoki noto'g'ri deb hisoblanadimi, odatda bir qator turli omillarga bog'liq, jumladan:

* oqibatlar-maqсад vositani oqlaydimi?

⁸¹ Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. PART B: Chapter 07 Corporate governance and social responsibility» 193 p

- * harakatlar ortidagi motivatsiya;
- * ko'rsatmalar - masalan, "boshqalarga qanday munosabatda bo'lishni xohlasangiz, shunday munosabatda bo'ling";
- * asosiy qadriyatlar inson huquqining ahamiyati kabi.

8.1.1-misol. Siz hamkasbingiz kompaniyadan o'g'irlyotganini ko'rasiz. Siz nima qilasiz? Siz ular haqida rahbariyatga xabar berasizmi, bu ularning ishdan bo'shatilishiga va do'stini yo'qotishiga olib kelishi mumkinmi? Agar vaziyat haqida keyinroq bilsangiz, jim turasizmi va o'zingizni jazolash xavfiga duchor qilasizmi? Siz hamkasbingizni qilmishini tan olishga undaysizmi? Bu o'g'irlik hajmiga bog'liqmi, masalan, 1 dollarlik qog'oz yoki 1000 dollarlik uskuna? Bu sizning hamkasbingiz bilan qanchalik do'stona ekanligingizga bog'liqmi?

Ko'rib turganingizdek, axloqiy muammolar juda murakkab va turli xil omillarga bog'liq bo'lishi mumkin bo'lgan axloqiy hukmlarni talab qiladi.

Axloqiy qarorlar qabul qilish ko'pincha qiyin jarayondir. Odamlar axloqiy dilemmaga duch kelishlari va o'z harakatlarining to'g'riligiga ishonch hosil qilmasliklari mumkin.

Bunday qarorlarni qabul qilishda bir nechta mumkin bo'lgan yondashuvlar mavjud:

Izchil yondashuv va plyuralist (Consequentialist versus pluralist). Ularning orasidagi farqni tushunish uchun siz bilan quyidagi e'ttiroflarni ko'rib chiqaylik.

*** Izchil yondashuv (Consequentialist approach)**

Ushbu yondashuv qarorning oqibatlarini yoki natijalariga qarab qaror to'g'ri yoki noto'g'ri ekanligini ta'kidlaydi. Natija to'g'ri ekan, harakatning o'zi muhim emas.

Misol uchun, agar odam o'z oilasini boqishi kerak bo'lsa, oziq-ovqat olishning boshqa usuli bo'lmasa, o'g'irlik axloqiy jihatdan maqbul deb hisoblanishi mumkin.

Ushbu yondashuvni ikkita qo'shimcha nuqtai nazarga bo'lish mumkin:

Egoizm (egoizm)– natija qaror qabul qiluvchi uchun qulay bo'lsa, harakat axloqiy jihatdan to'g'ri bo'ladi; va

Utilitarizm (Utilitarianizm) – agar natija eng ko'p odamlar yoki "umumiy manfaatlar" uchun qulay bo'lsa, harakat axloqiy jihatdan to'g'ri deb hisoblanadi.

Misol uchun, agar buxgalter o'zi ishlayotgan kompaniyada katta firibgarlikni yashirishni so'rasa, axloqqa xudbinlik bilan yondashish buxgalterni rad etishga olib kelishi mumkin. Buning sababi shundaki, agar firibgarlik keyinroq aniqlansa, buxgalter jiddiy jarimaga tortilishi mumkin.

Amaliy nuqtai nazardan, jimjitlik ham qabul qilinishi mumkin emas, chunki firibgarlik aktsiyadorlarning daromadlariga zarar etkazishi va xodimlarning hayotini xavf ostiga qo'yishi mumkin. Shunday qilib, firibgarlik haqida xabar berish, uning davom etishiga yo'l qo'ymaslik o'rniga, ko'proq odamlarga foyda keltirishi mumkin.

*** Plyuralistik yondashuv (Pluralist approach)**

Ushbu yondashuv barcha manfaatdor tomonlarning ehtiyojlarini biron bir guruh manfaatlariga jiddiy zarar etkazmasdan qondirish majburiyatini o'z ichiga oladi.

Masalan, tog'-kon kompaniyasi foydali qazilma konlariga kirish va o'z aktsiyadorlariga katta foyda keltirish uchun yangi kon ochishni xohlashi mumkin. Biroq, mahalliy aholi konning ishlashi natijasida atrof-muhitning ifloslanishidan norozi bo'lishi mumkin.

Relyativistga qarshi absolutist (Relyativistga qarshi absolutist).

*** Relativizm**

Bu nuqtai nazarga ko'ra, barcha harakatlarni baholaydigan universal axloqiy kodeks mavjud emas. Bu shuni anglatadiki, biror xarakatni "axloqiy" deb tasniflash uchun, vaziyatga bog'liq bo'ladi (depends on the circumstances).

Agar kimningdir oilasi och qolganligi uchun non o'g'irlagan bo'lsa-chi? Nisbiylik tarafdorlari turli odamlar bu o'g'irlikka boshqacha munosabatda bo'lishadi, deb ta'kidlashlari mumkin. Ba'zilar o'g'irlik hech qachon oqlanmaydi deb o'ylashlari mumkin, boshqalari esa vaziyatni hisobga olgan holda, bu oqilona harakat deb o'ylashadi.

Relativizmning asosiy kuchi shundaki, u turli odamlar va madaniyatlar nima to'g'ri va nima noto'g'ri ekanligi haqida turli xil qarashlarga ega bo'lishi mumkinligini tan oladi. Xalqaro miqyosda faoliyat yuritadigan tashkilotlar uchun bu qanday choralar ko'rish to'g'risida qaror qabul qilishda ko'proq moslashuvchanlikni ta'minlaydi. Bu ularga mahalliy kayfiyatga yaxshiroq javob berishga imkon beradi.

Afsuski, ko'pincha relativizm tashkilotlar va jismoniy shaxslar uchun o'zlari xohlagan narsani qilishlari va axloqsiz faoliyatni davom ettirishlari uchun bahona bo'lib xizmat qiladi, deb ta'kidlashadi.

*** Absolutizm**

Ushbu axloqiy yondashuv, muayyan harakatlar, ularning kontekstidan yoki ular yuzaga keladigan sharoitlardan qat'i nazar, tabiatan to'g'ri yoki noto'g'ri ekanligini ta'kidlaydi.

Absolutizmning asosiy kuchi shundaki, u shaxslar va kompaniyalar uchun amal qilish oson bo'lgan qoidalar tizimini ta'minlaydi.

Biroq, absolyutist ushbu axloqiy qoidalar tizimini qaerdan topishi kerakligi ko'pincha aniq emas-bu tabiatan diniy bo'lishi kerakmi? Yoki ular umumiy qabul qilingan deb hisoblagan narsaga tushib qolishadimi?

Absolyutizm, shuningdek, mutlaq qoidalar bir-biriga zid bo'lgan muammolarga olib kelishi mumkin. Masalan, birovning hayotini saqlab qolish uchun biror narsani o'g'irlash kerak bo'lsa, nima qilish kerak?

E'tibor bering, absolyutizm deontologik etika (deontologik etika) g'oyasi bilan bog'liq. Bu nemis faylasufi Immanuel Kantning ishi bilan bog'liq bo'lib, u axloqiy dilemmaga duch kelganda, odam ko'rib chiqilayotgan harakatni ko'rib chiqishi va uning tabiatan to'g'ri yoki noto'g'ri ekanligini hal qilishi kerakligini taklif qildi. U qabul qilingan qarorning oqibatlarini e'tiborsiz qoldiradi va buning o'rniga odamning axloqiy majburiyatlarini bajarishiga e'tibor beradi.

8.1.2-misol. Sizda yirik supermarketlar tarmog'ini boshqaradigan kompaniya mavjud deb tasavvur qiling. Ushbu biznesni X mamalakatda kengaytirish imkonini o'ylab toptingiz. Ushbu kengayish mahalliy darajada katta miqdordagi ish o'rinlarini yaratilishi va sizga katta foyda keltirishi kutilmoqda.

X mamlakatidagi mahalliy amaldorlar tegishli qurilish ruxsatnomalarini olish uchun sizdan pora sifatida pul berishingizni aytib o'tishdi. Bu X mamlakatidagi amaldorlar uchun odatiy holdir, lekin sining mamlakatingizda bunday xarakatlar qonunga zid. Ushbu holatda nima qilgan bo'lar edingiz?

Javob sizning axloqiy yondashuvingizga bog'liq. Keling, yuqoridagi savolga axloqiy javobning barcha turlarini ko'rib chiqaylik.

Javob 1. **Consequentialist approach.** Izchil yondashuv tarafdori sizning qaroringiz pora to'lash oqibatlariga bog'liqligini ta'kidlaydi.

Agar siz xudbin bo'lsangiz (o'z ehtiyojlaringizga g'amxo'rlik qilsangiz), ehtimol siz pora to'lagan bo'lar edingiz, chunki siz hali ham ushbu korxonadan katta foyda olishingizni ko'zlayapsiz. Agar siz biznes bilan shug'ullanayotgan bo'lsangiz, pora berishni ham ko'rib chiqishingiz mumkin, chunki bu sizga nafaqat katta daromad olish imkonini beradi, balki ko'plab mahalliy aholini ish bilan ta'minlaydi. Shunday qilib, X mamlakatining amaldorlarga pora berish umumiy manfaatga xizmat qilishi mumkin, lekin axloqiy qoidalarga zid.

Javob 2. **Plyuralistik yondashuv (Pluralist approach).** Plyuralizm tarafdorlari pora ikkala tomonga ham zarar keltirmaslikni va manfaatdor tomonlarning manfaatlarini xavf ostiga qo'yimasligini ta'minlashga harakat qilishadi. Bunday holda, to'lov aktsiyadorlarimiz uchun ba'zi zararlarga duch keltirsada, pora X mamlakatida biznesimizni kengayishimizga va barchaga foyda keltirishiga imkon beradi.

Javob 3. **Relativizm.** Nisbiylik tarafdorlari pora berish to'g'risida qaror qabul qilish kontekstini ko'rib chiqadilar. Bunday holda, poraxo'rlik X mamlakatida biznes yuritishning umumiy qabul qilingan yondashuv bo'lganligi sababli, biz yondashuvimizda moslashuvchan bo'lishimiz va pora berishni o'ylashimiz mumkin.

Javob 4. * **Absolutizm.** Absolyutizm tarafdorlari pora to'lash tubdan noto'g'ri bo'lganmi yoki yo'qligini ko'rib chiqadilar. Bunday holda, mamlakatimizda poraxo'rlik noqonuniy hisoblanganligi sababli, absolyutizm tarafdori, ehtimol, X mamlakatidagi mansabdor shaxslarga pora berish noo'rin bo'lar edi, degan xulosaga keladi, chunki bu har doim noto'g'ri deb hisoblanadi.

Nima uchun biznesdagi axloq korxonalar uchun juda muhim?

Korxonalar jamiyatning bir qismidir. Jamiyat o'z xodimlaridan to'g'ri xulq - atvorni va kompaniyalardan ma'lum standartlarga rioya qilishni kutadi.

Keling, siz bilan nima uchun axloq tashkilot uchun ham, biznes jarayonidagi shaxs uchun ham muhimligini bir nechta sabablarini ko'rib chiqaylik (8.1.2-jadvalga qarang.).

8.1.2.-jadval

Tashkilot uchun	Biznes jarayonidagi shaxs uchun
Axloqiy me'yorlarga rioya qilish biznes uchun yuk emas, balki rentabellik omili sifatida qaralishi kerak.	So'nggi yillarda iste'molchilar va xodimlarning qarashlari o'zgardi.
Axloq qoidalariga rioya qilish to'g'ri korporativ boshqaruvning bir qismidir va biznesni samarali olib borishni o'z ichiga oladi.	Iste'molchilar eng arzon bo'lmasa ham, axloqiy mahsulotlarni (masalan, Fairtrade qahva va banan) sotib olishni afzal ko'rishlari mumkin.
Investorlar kompaniyaning risklarni boshqarish yondashuviga ishonchlari komil.	Xodimlar buyruqlarni ko'r-ko'rona o'zlarining shaxsiy fikriga ko'ra axloqsiz deb hisoblaydigan tarzda bajarmaydilar.
Xodimlar tegishli axloqiy korporativ xatti-harakatlar sharoitida ishlayotganliklarini anglash orqali rag'batlantiriladi.	Shaxs uchun

8.1.3-misol. Mahsulotlarning **adolatli savdo faoliyati** to'g'risidagi belgi-bu xaridorlar uchun noqulay sharoitlarda rivojlanayotgan mamlakatlarning ishlab chiqaruvchilari adolatli kelishuvga erishishlarini ta'minlaydigan iste'mol tovarlari belgisi. Misol uchun, butun dunyo bo'ylab qahvaning katta qismi o'z mahsulotlarini mahalliy kooperativ orqali sotadigan kichik fermerlar tomonidan etishtiriladi

Adolatli kofe savdosi ishlab chiqaruvchilarga barqaror ishlab chiqarish xarajatlarini qoplaydigan narxni, shuningdek, mahalliy rivojlanish loyihalariga investitsiya qilingan qo'shimcha mukofotni kafolatlaydi.

Rivojlangan mamlakatlardagi iste'molchilar Fairtrade mahsulotlari uchun yuqori narxni to'lashga tayyor bo'lishlari mumkin, chunki ular axloqiy va ekologik jihatdan etishtirilgan.⁸²

Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. Part F: Professional ethics in accounting and business” qism “Ethical considerations” 19- bo'limida tashkilotda etika tushunchasi quyidagicha yoritilgan.

Barcha a'zolarining axloqiy xulq-atvori rahbariyatning asosiy tashvishi bo'lishi kerak. Tashkilot ichida qonun hujjatlariga rioya qilishga asoslangan yondashuv qonun talablariga muvofiqligini ta'kidlaydi. Vijdonli yondashuv tashkilotning qadriyatlari va madaniyatiga axloqni o'z ichiga olgan kengroq faoliyat sohasini o'z ichiga oladi. Tashkilotlar ba'zan xodimlar uchun odob-axloq qoidalarini chiqaradilar. Ko'pgina xodimlar professional xulq-atvor qoidalarini bilan bog'langan.

Kompaniyalar qonuniy qoidalarga rioya qilishlari kerak, aks holda ular jarimaga tortiladi va ularning mansabdor shaxslari shunga o'xshash ayblovlarga duch kelishlari mumkin. Tashkilotlardagi axloq ijtimoiy mas'uliyat va biznes amaliyoti bilan bog'liq.

Tashkilotlarda ishlaydigan odamlar o'zlari bilan birga o'zlarining qadriyatlarini olib kelishadi. Tashkilotlarda turli axloqiy tizimlar mavjud. Bularga:

(a) **Shaxsiy etika (Personal ethics).** Ular inson tarbiyati, diniy e'tiqodlari, siyosiy qarashlar, shaxsiyat va boshqalardan kelib chiqadi.

(b) **Kasbiy etika (professional ethics).** Bularga ACCA axloq kodeksi va tibbiy etika kiradi.

(c) **Tashkilot madaniyati** (misol uchun 'mijoz birinchi') (**Organisation cultures** (eg 'customer first')). Biz oldingi bobda

⁸² Kaplan Publishing BT Study Text 2020-21. ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology (BT/FBT) Chapter 10 “Professional ethics in accounting and business” 249-253 p

madaniyatni muhokama qilgan edik; madaniyat, odatdagi xatti-harakatni anglatadigan narsa, shuningdek, ko'p hollarda to'g'ri deb tan olingan xatti-harakatni anglatadi.

(d) **Tashkilot tizimlari (Organisation systems).** Axloq qoidalari qadriyatlarning umumiy bayoni bilan qo'llab-quvvatlanadigan rasmiy Kodeksda bo'lishi mumkin. Muammo shundaki, axloq qoidalari har doim ham pulni tejashga qodir emas va axloqiy qarorlar haqiqiy xarajatlarga olib keladi. Bundan tashqari, tashkilot turli manfaatdor tomonlar oldida turli xil axloqiy majburiyatlarga ega. Kimustuvorliklarni belgilaydi?

Biz ko'rsatishga harakat qilganimizdek, axloqiy muammolarga bir necha tomondan yondashish mumkin. Afsuski, bu murakkab muammolar kamdan-kam hollarda aniq echimlarga ega ekanligini anglatadi va odatda prinsipial menejer har qanday muammoni echimni topish uchun o'z vakolatidan foydalanishlari mumkin. Oliy ma'lumotlu buxgalter bor kuchini manfaatdor tomonlarning turli xil manfaatlari, shuningdek, qonun chiqaruvchilar va bosim guruhlarining munosabati va mavjud bo'lgan axloqiy taxminlarning xilma-xilligini hisobga olgan holda to'g'ri ish qilish uchun harakat qilishi kerak.

CASE STUDY. Tashkilot tizimlari va maqsadlari axloqiy ta'sirga ega. Garvard Business Review nashrining xabar berishicha, AQShning Sears Roebuck chakana sotuvchisi uning avtoservis mijozlari keraksiz ish uchun haq olayotgani haqidagi shikoyatlar bilan to'lib-toshgan: bu mexaniklar sotishlari kerak bo'lgan avtomobil ehtiyot qismlari soni berilganligi sababli sodir bo'lgan

Etikani boshqarishning ikkita yondashuvi (Two approaches to managing ethics).

Tashkilotlarda axloqni boshqarish bo'yicha ikkita taklif qilingan yondashuv mavjud. Bularga:

1. Muvofiqlikka asoslangan yondashuv (Compliance-based approach). Muvofiqlikka asoslangan yondashuv, birinchi navbatda, kompaniyaning qonun xatiga muvofiq harakat qilishini va qoidabuzarliklarning oldini olish, aniqlash va jazolashni ta'minlashga qaratilgan. Ba'zi tashkilotlar axloqsiz xatti-harakatlarning huquqiy

oqibatlariga duch kelganda, quyidagi huquqiy ehtiyot choralari ko'rishadi.

- Noto'g'ri xatti-harakatlarni aniqlash uchun muvofiqlik protseduralarni amalga oshiradilar;
- Shartnomalar auditi;
- Xodimlar uchun jazodan qo'rqmasdan jinoiy xatti-harakatlar to'g'risida xabar berish tizimlarini yo'lga qo'yish;
- Qonunbuzarliklar bilan kurashish uchun intizomiy protseduralar.

2. Birdamlikka asoslangan dasturlar (Integrity-based programmes). Vijdonli yondashuv qonunga g'amxo'rlik qilishni va boshqaruv mas'uliyatida axloqiy xulq-atvorga urg'u berish bilan birgalikda amalga oshiriladi. Vijdonlilik strategiyalari kompaniyalarning etakchi qadriyatlari, intilishlari va fikrlash va xatti-harakatlarini aniqlashga qaratilgan. Tashkilotning kundalik faoliyatiga integratsiyalashgan holda, bunday strategiyalar axloqiy fikrlash va harakatlarga kuchli insoniy impulsni jalb qilish bilan birga zararli axloqiy xatolarning oldini olishga yordam beradi.

3. Hushtak chalish (Whistleblowing)-bu xodim tashkilot tomonidan noqonuniy, axloqsiz yoki noqonuniy xatti-harakatlarini oshkor qilishi. Bu jamoat manfaatlari uchun amalga oshiriladi deb ko'rinishi mumkin, ammo maxfiylik buxgalterlarning axloq kodeksida juda muhimdir. Ma'lumot berish ko'pincha ma'lumot beruvchi uchun moliyaviy yo'qotishlarga olib keladi.

(a) Hushtak chalganlar ishlarini yo'qotishi mumkin;

(b) Afsuski, professional tashkilotning a'zosi bo'lgan ma'lumotni oshkor qiluvchi ushbu tashkilot uni katta qiziqish bildirib, hamdardlik bilan tinglashini ishonch bilan kutmasin. Ba'zi professional tashkilotlar axloqiy xatti-harakatlar nimani anglatishini tor talqin qilishadi. Ko'pchilik uchun tijorat sirlarini saqlash vazifalari muhimroq hisoblanadi.

Buyuk Britaniyada 1998 yildagi jamoat manfaatlarini oshkor qilish to'g'risidagi qonun informatorlarni himoya qiladi, ammo oshkor qilish

mavzusi ham, uni amalga oshirish usuli ham qonun talablariga javob berishi kerak.

IMTIHON DIQQAT MARKAZIDA (EXAM FOCUS POINT).

Yuqorida tavsiflangan axloq qoidalari missiya, madaniyat va nazorat strategiyalari bilan bog'liq bo'lishi mumkin. Muvofiqlikka asoslangan yondashuv byurokratik nazorat zarurligini nazarda tutadi; yaxlitlikka asoslangan yondashuv madaniy nazoratga tayanadi.⁸³

Shunday qilib, xalqaro amaliyotda qaror qabul qilish uchun biznesda axloqning to'rt turi mavjud. Har bir qaror qaysi tashkilotda ishlayotganingizga bog'liq? Qanday vaziyatda siz u yoki bu odammisiz? Xodimning axloqiy xulq-atvori nimaga olib keladi?

Ammo, har qanday vaziyatda qanday qaror qabul qilishni bilish juda muhim, chunki bu to'g'ridan-to'g'ri sizga va atrofdagi shaxslarga foyda yoki zarar keltirishi mumkin. Menimcha, biznesdagi axloq bu birinchi navbatda tashkilotning va shaxsning axloqiy e'tiqodidir.

Ikkinchidan, siz ishlayotgan tashkilotda biznesda axloqiy me'yorlar tamoyillari qanday o'rnatilishi muhimdir.

Xulosa qilib xulosa qilish mumkin biznesdagi axloq – bu siz faoliyat yuritayotgan muhit bilan bog'liq bo'lgan axloqiy me'yorlar va qoidalar majmuasi.

8.2. Kasbiy etika.

Kasbiy etika tushunchasini tahlil qilishdan oldin, keling, kasb atamasini siz bilan tahlil qilaylik.

Kaplan Publishing BT Study Text 2020-21 da. ACCA Applied Knowledge. ACCA diplom in Business and Technology (Rqf Level 4) Business and Technology (BT/FBT) Chapter 10 "Professional ethics in accounting and business " kasb va kasbiy etika quyidagicha tavsiflanadi:

Professionallik, bandlikning boshqa turlaridan farqli o'laroq, quyidagi omillar bilan tavsiflanadi:

- * o'qish davrida maxsus ko'nikmalarni o'zlashtirish;
- * professional tashkilotga rahbarlik qilish;

⁸³ Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. Part F: Professional ethics in accounting and business" 19-chapter "Ethical considerations" 488-491 p

- *axloq kodeksiga rioya qilish;
- * jamoat manfaatlari uchun harakatlar;
- * amaliyotga kirishdan oldin sertifikatlashdan o'tish.

Buxgalter, huquqshunoslik, tibbiyot xodimi va o'qituvchi kabi kasblarning ko'plab misollari mavjud. Masalan, professional buxgalter (masalan, ACCA a'zosi) yuqoridagi to'rtta mezonga javob beradi.

Ko'pgina mamlakatlarda (shu jumladan Buyuk Britaniyada) malakasiz odamlar o'zlarini "buxgalterlar" deb atashlari va biznes bilan shug'ullanishlari mumkin. Biroq, bunday odamlar professional buxgalterlar emas, chunki ular professional buxgalteriya tashkilotining a'zosi emas ACCA kabi va axloq kodeksiga rioya qilishlari shart emas.

Yuqorida ta'kidlab o'tilganidek, kasblar, xususan, ushbu kasbning barcha vakillari rioya qilishlari shart bo'lgan xulq-atvor kodeksining mavjudligi bilan ajralib turadi. Bu umuman kasbning obro'siga uning ayrim vakillarining shubhali harakatlaridan ta'sirlanmasligini ta'minlaydi.

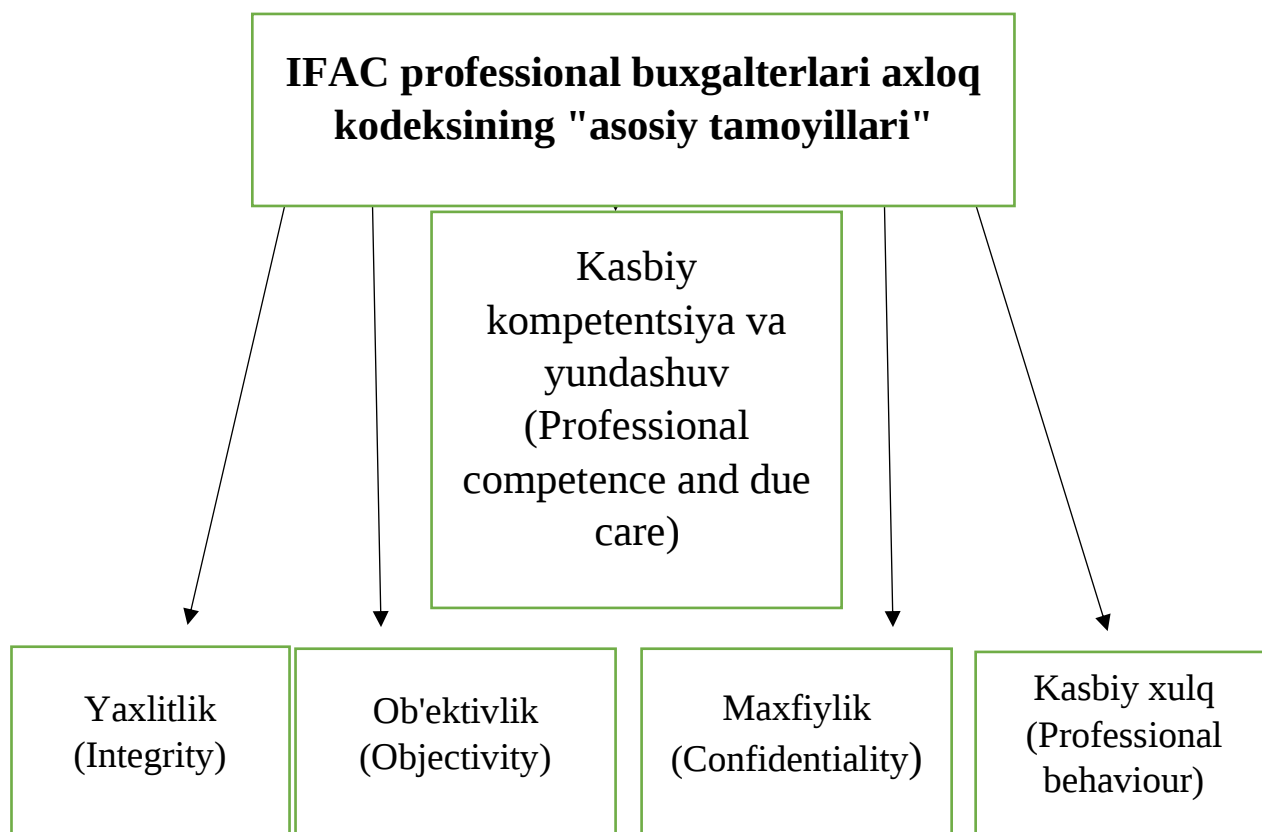
Professional axloq kodeksi (Professional codes of ethics). Xalqaro buxgalterlar federatsiyasi (IFAC) va ACCA o'z a'zolari uchun axloq kodekslarini ishlab chiqdilar.

IFAC professional buxgalterlarning axloq kodeksi " butun dunyo bo'ylab amaliyotchi buxgalterlar tomonidan qo'llanilishi kerak bo'lgan axloqiy me'yorlarni belgilaydi.

IFAC ba'zi yurisdiksiyalarda o'z kodeksidan farq qiladigan maxsus talablar va tavsiyalar bo'lishi mumkinligini tan oladi, bu holda professional buxgalterlar mahalliy qonunlar yoki qoidalar taqiqlamagan taqdirda qat'iy qoidalarga rioya qilishlari kerak. "IFAC professional buxgalterlar axloq kodeksi" ning asosiy tamoyillari mavjud (8.2.1.-rasmga qarang).

Professional buxgalterlar har doim Kodeksning asosiy tamoyillariga rioya qilishlari kerak. IFRS kodeksi qoidalarga asoslangan yondashuvga emas, balki muammolarni hal qilishda kontseptual yondashuvga asoslangan. Professional buxgalterlar uzoq muddatli bir to'plam qoidalarga asoslangan Kodeksni tuzishlari muhim emas, ular

fundamental printsiplarga tahdid qilishi mumkin bo'lgan barcha kutilmagan holatlarni aniqlash va oldini olishlarga majbur.



8.2.1. Shakl "IFAC professional buxgalterlar axloq kodeksi"ning asosiy tamoyillari⁸⁴

"IFAC professional buxgalterlar axloq kodeksi", shuningdek, umuman buxgalterlar va xususan auditorlarning jamoat manfaatlari yo'lida harakat qilishidan manfaatdor bo'lishlari lozim.

IFAC a'zolari ACCA kabi professional tashkilotlardir, shuning uchun IFAC Kodeksga zid harakat qilayotgan buxgalterni jazolay olmaydilar. Biroq, IFAC huquqbuzarning professional organi ushbu masalani tekshirishini va agar kerak bo'lsa, buxgalterni jazolashini kutadi.

"ACCA axloq va xulq-atvor kodeksi" Assotsiatsiya tomonidan nashr etilgan yillik qoidalar to'plamida mavjud. Barcha ro'yxatdan o'tgan talabalar, filiallar va ACCA a'zolari unga rioya qilishlari shart.

⁸⁴ Kaplan Publishing BT Study Text 2020-21. ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology (BT/GBT) Chapter 10 "Professional ethics in accounting and business" 254 p

Assa kodeksi IFAC kodeksiga asoslanadi va shunga o'xshash kontseptual yondashuvni qo'llaydi, unda amal qilish kerak bo'lgan bir xil asosiy tamoyillar ro'yxati keltirilgan. Ushbu tamoyillar 8.2.1-rasmda tasvirlanganlar bilan bir xil. Ushbu tamoyillar yaxlitlik, ob'ektivlik, maxfiylik, kasbiy kompetentsiya va tegishli ehtiyotkorlik, kasbiy xatti-harakatlardir.

8.2.1-misol. ACCA intizom qo'mitasining qarori ACCA a'zosi yuqorida tavsiflangan har qanday axloqiy tamoyillarni buzganligi uchun intizom qo'mitasiga chaqirilishi mumkin va ogohlantirilishi, jarimaga tortilishi, vaqtincha a'zolikdan chetlashtirilishi yoki a'zolikdan chiqarilishi mumkin.

Masalan, 2004 yil yanvar oyida ACCA a'zosi sud tomonidan uchta yolg'on hisobot bo'yicha aybdor deb topildi. Bu "yaxlitlik" va "kasbiy xulq-atvor" tamoyillariga ziddir, Shuning uchun intizom qo'mitasi bu masalani ko'rib chiqdi. A'zo ACCA a'zolidan chetlashtirildi va 750 funt sterling miqdorida xarajatlarni to'lashi shart deb belgilandi.

Etika joriy qilinishida buxgalterning roli (The role of the accountant in promoting ethical behaviour). Ko'pgina ish uchrashuvlarida yoki direktorlar Kengashlarida faqat professional buxgalter ma'lum bir kasbning vakili hisoblanadi va shuning uchun jamoat manfaatlari yo'lida harakat qilishga majburdir.

Jamoat manfaati (Public interest) - bu jamiyatning umumiy farovonligi. Professional buxgalterlar buni hisobga olishlari kerak, chunki ular butun jamiyat, shuningdek, biznes va uning egalari manfaati uchun harakat qilish uchun kengroq burchga ega.

Shunday qilib, professional buxgalter butun biznesda axloqiy xulq-atvorni rivojlantirishda alohida rol o'ynaydi.⁸⁵

Buxgalter uz zimmasiga muayyan majburiyaglar oladi va buxgalterlarning Kasbiy etika kodeksiga rioya qilish tug'risida qasamyod qiladi. Amerika qasamyod etgan buxgalterlar institutining Kasbiy etika kodeksida quyidagi axloqiy me'yorlar o'z ifodasini toptan:

⁸⁵ Kaplan Publishing BT Study Text 2020-21. ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology (BT/FBT) Chapter 10 "Professional ethics in accounting and business" 255-257 p

- xolis va manfaatlar ixtilofidan mustaqil bo‘linglar;
- o‘z kasbiy majburiyataaringizning barchasini vijdonan bajaringlar;
- kasbiy etika me'yorlariga rioya qilinglar;
- o‘z layoqat darajangizni doimo oshirib boringlar;
- kasbiy va axloqiy mulohazalarda sezgir bo‘linglar;
- maxfiy axborotni oshkor etmanglar. Bozor munosabatlariga o‘tish sharoitida buxgalterlar ko‘p yo‘nalishlar bo‘yicha ixtisoslashishi mumkin.

Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. Part F: Professional ethics in accounting and business” qism “Ethical considerations” 19- bo‘limida buhgalterlar va etika tushunchasi quyidagicha yoritilgan.

Buxgalter sifatida sizning odob-axloqqa rioya qilishingiz sizni professional sifatida ko‘rsatishi mumkin. Ushbu odob-axloq qoidalari keng jamoatchilik tomonidan buxgalter kasbiga bo‘lgan ishonchini kuchaytiradi.

Buxgalterlarning axloqiy xatti-harakatlarining asosiy sabablari:

(a) Axloq masalalari Qonunchilik va me'yoriy hujjatlarda belgilangan tartib qoidalarga bo‘liq bo‘lishi mumkin, shu sababli buxgalter uni qo‘llaydi;

(b) Kasb o‘z vakillaridan o‘zini tutishni va aholiga ma’lum standartlarga muvofiq xizmat ko‘rsatishni talab qiladi. Ushbu standartlarga rioya qilgan holda, biz kasbning obro‘si va avtoritetini himoya qilamiz.;

(c) Buxgalterning axloqiy xulq-atvori jamoat manfaatlarini himoya qilishga xizmat qiladi.

Buxgalteriya etikasiga yondashuvlar (Approaches to accountancy ethics). Professional mutaxassislar qaysi xatti - harakatlar axloqiy, qaysi esa yo‘q yaxshi bilishadilar. Farq mavjud bo‘lsa-da, umuman olganda, umumiy qarashlar va qadriyatlar mavjud bo‘lib, ular orqali kasb odob-axloq harakatlari namoyon bo‘ladi.

Shaxslarga muayyan sharoitlarda axloqiy harakat qilishlarini baholashga yordam berish, ushbu masalani tushuntirib beradigan

qo'llanma (odatda boshqaruv organi tomonidan) tavsiyalar berilishi kerak. Bunday qo'llanma odatda "axloq kodeksi" ('Code of ethics' or 'Code of conduct') deb nomlanadi.

Ushbu “Axloq Kodeksi” buxgalter kasbining hatti-xarakatlarini qonun va standartlar doirasida belgilab beradi. Kodesdagi yo‘rinomalarga rioya qilish esa har bir buxgalter ucyun vijdoniga bog‘liq. Qanchalik Kodestda qo‘rsatilgan tarni- qoidalarga rioya qilib o‘z kasb faoliyatini amalga oshirsa, jamoat oldida mutahassis sifatida ishonchlarini oshiradi va ko‘plab yutuqlarga va lavozimda ko‘tarilishiga erishishi mumkin deb o‘ylayman.

Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. Part F: Professional ethics in accounting and business” 19-chapter “Ethical considerations” qismida buxgalterlar uchun ahloq kodeksi tushunchasi quyidagicha ochib berilgan.

Xalqaro buxgalterlar federatsiyasi (The International Federation of Accountants (IFAC)) dunyodagi barcha yirik buxgalteriya tashkilotlarini ifodalovchi xalqaro tashkilotdir. Uning vazifasi professional buxgalterlar ishining yuqori standartlarini ishlab chiqish va ular ko‘rsatadigan xizmatlar sifatini oshirishdaniborat.

IFAC and the ACCA

Yuqori standartlarni ishlab chiqishni ta'minlash uchun IFAC axloq qo'mitasi axloq kodeksini ishlab chiqdi. Kodeks barcha buxgalterlar rioya qilishi kerak bo‘lganodob-axloq qoidalarning minimal darajasini belgilaydi. IFAC a'zosi sifatida ACCA IFAC kodeksiga muvofiq o‘z axloq kodeksini ishlab chiqardi. IFAC kodeksi hozirgi vaqtda buxgalterlar uchun axloqiy standartlar bo‘yicha Xalqaro kengash (IESBA) tomonidan boshqariladi. Qo‘shimcha ma'lumot olish uchun www.ifac.org saytga kirishingiz mumkin.

ACCAning odob-axloq kodeksining asosiy tamoyillari (Fundamental principles of the ACCA Code of Ethics and Conduct).

ACCA a'zosi bo‘lganingizda, siz ASSA odob- axloq Kodeksiga rioya qilishga rozilik bildirasiz. Ishtirokchilar quyidagi asosiy tamoyillarga rioya qilishlari shart:

- To‘laqonlilik;
- Maxfiylik
- Ob'ektivlik
- Professional xatti-harakatlar
- Kasbiy kompetentsiya va tegishli g'amxo‘rlik.

Kodeksni ACCA qoidalar kodeksining 3-bo‘limida topish mumkin (<http://rulebook.accaglobal.com>) Bu juda uzun, lekin siz uni o‘qishga harakat qilishingiz kerak (yoki hech bo‘lmaganda ravon o‘qing). Bu sizning imtihoningizdagi savollarda yuzaga kelishi mumkin bo‘lgan muammolar haqida tushuncha beradi. Misol uchun, mijozlardan sovg'alar olish bo‘limi mavjud bo‘lib, unda sovg'a "asosiy tamoyillarga rioya qilish uchun xavf tug'diradi". Bundan tashqari, ob'ektivlik xavf ostida bo‘lishi mumkinligi va sovg'alar va mehmondo‘stlikni faqat qiymati past bo‘lgan taqdirdaginaqabul qilish kerak deb taxmin qilinadi. Umid qilinmoqdaki, siz bu imtihonni topshirganingizda savolga osongina javob beraolshingiz mumkin.

MINI KEYS Sovg'alar (Gifts) SAVOL.

Jeyn, Will va Lesley TV Co deb nomlangan mijozning auditori, Jeyn esa katta auditor. TV Co katta, qimmat televizorlar ishlab chiqaradi. TV Co direktori. Jeynga audit uchun minnatdorchilik sifatida sovg'a sifatida yangi va eng qimmat televizorlardan birini taklif qilaaypti. Agar Jeyn televidiniyada ishlashga rozi bo‘lsa, asosiy printsiplardan qaysi biri xavf ostida bo‘lishi mumkin?

- Kasbiy kompetentsiya
- Maxfiylik
- Ob'ektivlik
- Ishonchlilik

JAVOB (ANSWER).

C. Ob'ektivlik. Savol va variantlarni yana bir bor ko‘rib chiqing.

Savolda asosiy printsip so‘ralayotgani va faqat A, B va C variantlari asosiy printsiplar ekanligini payqadingizmi?-Variant D-bu shaxsiy fazilat. Bu shuni anglatadiki, D variantini darhol chiqarib tashlash mumkin. Siz ushbu mahoratni rivojlantirishingiz kerak savollar va javoblarni o‘qish, ko‘plab savollarni mashq qilish

Buxgalterdan kutilayotgan shaxsiy fazilatlar (Personal qualities expected of an accountant).

Asosiy printsiplarga rioya qilgan holda, sizdan ma'lum fazilatlar kutiladi.

ACCA talabasi (va bo'lajak a'zosi) sifatida siz asosiy printsiplarga mos kelishingizga ishonch hosil qilish uchun quyidagi fazilatlarni rivojlantirishingiz kerak (8.2.1.,8.2.2.- jadval).

- **Shaxsiy fazilatlari (Personal qualities)**
- **Kasbiy fazilatlar (Professional qualities)**

8.2.1.-jadval

ACCA talabasi (va bo'lajak a'zosi) sifatida rivojlantirishingiz kerak bo'ladigan shaxsiy fazilatlar

Shaxsiy fazilatlari (Personal qualities)	Batafsil izoh (Detail)
Ishonchlilik (Reliability)	Ishni bajarishda siz uning professional standartlarga muvofiq bajarilganligiga ishonch hosil qilishingiz kerak.
Javobgarlik (Javobgarlik)	Ish joyida siz o'zingizning ishingiz uchun "javobgarlikni" o'z zimmangizga olishingiz kerak.
Vaqt jadvali (Timeliness)	Mijozlar va hamkasblar o'z vaqtida kelishingizga va ishni belgilangan muddatda bajarishingizga ishonishadi
Xushmuomalalik (Courtesy)	Siz mijozlar va hamkasblarga nisbatan muloyim va ehtiyotkor bo'lishingiz kerak.

Hurmat (Respect)	Buxgalter sifatida siz konstruktiv munosabatlarni rivojlantirish va boshqalarning qadriyatlari va huquqlarini inobatga olgan holda boshqalarni hurmat qilishingiz kerak.
-------------------------	--

8.2.2.-jadval

Buxgalterdan kutilayotgan kasbiy fazilatlar

Kasbiy fazilatlar (Professional qualities)	Batafsil izoh (Detail)
Mustaqillik (Independence)	Siz o‘z ishingizni xolis bajarishingiz va o‘zingizni mustaqil shaxs sifatida qabul qilishingiz kerak.
Skeptitsizm (Scepticism)	Uning sifati va ishonchliligi to‘g‘risida o‘z fikringizni bildirish uchun sizga berilgan ma’lumotlarni so‘roqdan o‘tkizishingiz kerak.
Moddiy javobgarlik (Accountability)	Siz o‘zingizning qarorlaringiz uchun javobgar ekanligingizni tan olishingiz kerak.
Ijtimoiy javobgarlik (Social responsibility)	Buxgalterlar jamoat oldida ma’suliyatga ega, shuningdek ish beruvchisi yoki mijozlari oldidagi majburiyatlarga ega

Manfaatlar to‘qnashuvi (Conflicts of interest).

ACCA axloq va xulq-atvor kodeksida manfaatlar to‘qnashuviga bag‘ishlangan bo‘lim mavjud. ACCA a‘zolari, agar a‘zolar mijoz bilan to‘g‘ridan-to‘g‘ri raqobatlashsa yoki mijoz bilan raqobatlashadigan kompaniya bilan qo‘shma korxona bo‘lsa, a‘zolar va mijozlar manfaatlari o‘rtasidagi ziddiyat paydo bo‘lishi mumkinligini bilishlari kerak.

Qoidalariga ko'ra, firma ishtirokchilari va mijozlari o'rtasida jiddiy manfaatlar to'qnashuvi mavjud bo'lsa yoki yuzaga kelishi mumkin bo'ladigan holat vujudga kelsa, ular o'z majburiyatlarni qabul qilmasligi yoki davom ettirmasligi kerak.

A'zolar manfaatlar to'qnashuvi natijasida yuzaga keladigan tahdidlarni baholab, ular ahamiyatsiz bo'lmasa, ehtiyot choralarini ko'rishlari kerak. Barcha tegishli ma'lumotlarga ega bo'lgan oqilona va kerakli ma'lumotga ega bo'lgan uchinchi tomonning manfaatlar to'qnashuvi ishtirokchilar va firmalarning qarorlariga ta'sir qilishi mumkin deb hisoblasa, tahdid muhimmi yoki yo'qmi tushunib olish kerak.

Axborotni oshkor qilish (ya'ni, barcha ma'lum bo'lgan tegishli tomonlarni mumkin bo'lgan manfaatlar to'qnashuvi to'g'risida xabardor qilish) eng muhim kafolatdir. Vaziyatga bog'liq bo'lgan boshqa echimlar ham mavjud, masalan, alohida guruhlardan foydalanish yoki maxfiylik to'g'risida shartnomalarini imzolashdan foydalanish mumkin.

ACCA odob-axloq kodeksi shaxsiy manfaatlardan mustaqillik tahdidi paydo bo'lishi mumkin bo'lgan ko'plab sohalarni ta'kidlaydi.

Moliyaviy manfaatlar (Financial interests)

Moliyaviy manfaatlar, auditorlik firmasi mijozning moliyaviy manfaatlarga ega bo'lgan joyda mavjud bo'ladi, masalan, auditorlik firmasi mijozning aksiyalariga egalik qiladi yoki sug'urta tashkilotida ishonchli vakili hisoblanadi.

Mijozga moliyaviy manfaat shaxsiy manfaatlarga jiddiy tahdid soladi. Ham ACCAda, ham IFACda, quyida sanab o'tilgan tomonlarga mijozga to'g'ridan-to'g'ri moliyaviy manfaat yoki bilvosita muhim moliyaviy manfaatlarga ega bo'lishga ruxsat berilmaydi:

- Ishonchli firma;
- Hamkor sherigi (va ularning eng yaqin qarindoshlari) bilan bir ofisda ishlaydigan sheriklar;
- Sifatni ta'minlash guruhi a'zosi;
- Ta'minot guruhi a'zosining eng yaqin qarindoshi. Shuning uchun quyidagi ehtiyot choralari o'rinli bo'ladi.
- Foizlarni tasarruf etish;

- Agar kerak bo'lsa, odamni jamoadan chiqarib tashlash;
- Mijozning audit qo'mitasini vaziyat to'g'risida xabardor qilish;
- Agar kerak bo'lsa, bajarilgan ishni tekshirish uchun mustaqil sherikdan foydalanish.

Yaqin biznes aloqalari (Close business relationships).

Firma va mijoz o'rtasida to'g'ri kelmaydigan yaqin ishbilarmonlik o'rnatilgan munosabatlariga misollar:

- Kafolat beruvchi mijoz bilan qo'shma korxonada katta moliyaviy manfaatlarning mavjudligi
- Bir yoki bir nechta firma xizmatlari yoki mahsulotlarini kafolat beruvchi mijozning bir yoki bir nechta xizmatlari yoki mahsulotlari bilan birlashtirish va ikkalatomonga havola qilingan xizmat paketini ilgari surish bo'yicha kelishuvlar
- Firmada distribyutor yoki marketolog vazifasini bajarash uchun shartnoma tuzib, unga ko'ra firma distribyutor yoki sotuvchi bo'lib ishlaydi, kafolat beruvchi yoki aksincha sifatida

Shunga qaramab, manfaatniva ahamiyatligini baholash kerak bo'ladi. Biroq, manfaat aniq ahamiyatsiz bo'lgan hollar bundan mustasno, kafolat etkazib beruvchisi mijoz bilan bunday korxonada qatnashmasligi kerak. Shunday qilib, tegishli ehtiyot choralari kafolat berishni to'xtatish yoki (boshqa) ishbilarmonlik munosabatlarini tugatish kerak bo'lib qoladi.

Mijoz bilan ishlash (Employment with client).

Ehtimol, xodimlar firma va mijoz o'rtasida ishlashini rotasiya qilinishi mumkin yoki bunday harakatni osonlashtirish uchun muzokaralar yoki suhbatlar o'tkazilishi mumkin. Ikkala holat ham mustaqillikka tahdid soladi.

- Auditor lavozimni egallab turgan xodim kelajakda ish beruvchini ko'zida yahshi ko'rinish istagida ishga ta'sir qilishi mumkin (shuning uchun bu ob'ektivlikka ta'sir qiladi).
- Moliya direktori bo'lgan sobiq sherik, auditorlik firmasining tizimlari vaprotseduralari to'g'risida juda ko'p ma'lumotga ega boladi.

Mustaqillik tahdid darajasi, turli omillarga bog'liq bo'ladi, misol

uchun, mijozda ma'lum bir shaxsning mijozda oldingi davrlarda tutgan o'rnini, uning ilgari auditga ta'sir qilganlik darajasi, ushbu shaxsning auditga ulanishi va yangi roli o'rtasidagi vaqt oralig'i.

Buning oldini olish uchun, turli ehtiyot choralarini ko'rib chiqish mumkin.

Bular quyidagilar:

- Ta'minot rejasiga o'zgartirish kiritishni hisobga olish;
- Audit lavozimidan ketgan shaxs o'rniga etarli tajribaga ega bo'lgan shaxsga topshirilishini ta'minlash;
- Bajarilgan ishlarni tekshirish uchun topshiriqda ishtirok etmagan qo'shimcha professional buxgalterni jalb qilish;
- Vazifani bajarish sifatini tekshirish.

Auditorlik tekshiruvlarni o'tkazilgan mijozlar uchun odob-axloq Kodeksi shuni ko'rsatadiki, kamida ikki yil o'tmaguncha huddi shu mijozda audit tekshiruvlarini o'tkazilishi mumkin emas va mijoz firmada katta lavozimlarni egallashi mumkin emas. Auditorlik firmadan mijozga o'tgan auditorlikni amalga oshirgan shaxs, firmadan hech qanday imtiyoz yoki to'lov olish huquqiga ega bo'lmasligi kerak, oldindan belgilangan kelishuvlarga muvofiq amalga oshirilgan hollar bundan mustasno. Kompaniyada audit buyurtmachisi bilan jiddiy ish muzokaralarida ishtirok etayotgan shaxs firmani xabardor qilishi va keyinchalik ushbu shaxs topshiriqdan chetlatilishi to'g'risida protseduralar bo'lishi kerak.

Mijozlar uchun e'lonlar taxtasida yozilgan sherik (Partner on client board) xodimi yoki sug'urta tashkilotning ishonchli vakili mijozlar kengashida bo'lmasligi kerak. Ishonchli mijoz uchun kompaniya kotibi lavozimini bajarish auditorlik yoki sug'urta firma xodimi uchun maqbul bo'lishi mumkin, ammo agar lavozim mohiyatan ma'muriy bo'lsa (biroq, kotibning rolini muntazam ma'muriy vazifalardan tashqariga chiqish uchun uni oshirishga qaratilgan boshqaruv hisobotlarida kompaniya kotibining roliga ko'proq e'tibor qaratishni unutmang).

Oilaviy va shaxsiy munosabatlar (Family and personal relationships). Sug'urta kompaniyasi va mijoz xodimlari o'rtasidagi

oilaviy yoki yaqin shaxsiy munosabatlar mustaqillikka jiddiy tahdid solishi mumkin. Ko‘rib chiqiladigan omillar:

- Ishonchlilikni ta‘minlash bo‘yicha topshiriqni bajarish uchun shaxsning majburiyatlari;
- Munosabatlarning yaqinligi;
- Mijozni tasdiqlash jarayonida boshqa tomonning roli.

Agar xavfsizlik guruhning a‘zosi yaqin qarindoshi ta‘minot topshirig‘ini bajarishda bevosita va sezilarli ta‘sir ko‘rsatish imkoniyatiga ega bo‘lgan direktor lavozimida, mansabdor hodim yoki mijozlarni xavfsizlik xizmati xodimi bo‘lsa, ushbu shaxs xavfsizlik guruhidan chiqarilishi kerak.

Auditorlik firmasi, shuningdek, xavfsizlik guruhining a‘zosi bo‘lmagan xodim xavfsizlik bo‘yicha mijozning direktori, mansabdor shaxsi yoki xodimi bilan yaqin oilaviy yoki shaxsiy munosabatlarga ega bo‘lsa, mustaqillikka tahdid mavjudmi yoki yo‘qligini ko‘rib chiqishi kerak.

Firma sifat nazorati siyosati va protseduralariga ega bo‘lishi kerak, bunda xodim mijoz tomonidan yollangan taqdirda, yaqin oila a‘zosining lavozimini ko‘tarishto‘g‘risidagi ma‘lumotlarni oshkor qilishlari kerak.

Sovg'alar va mehmondo'stlik (Gifts and hospitality).

Sovg'a/mehmondo'stlik qiymati aniq ahamiyatsiz bo‘lgan hollar bundan mustasno, firma yoki tekshirish guruhi a‘zosi uni qabul qilmasligi kerak.

Kredit va kafolat (Loans and guarantees).

Kredit va kafolatlar bo‘yicha maslahatlar ikki toifaga bo‘linadi.

- Mijoz bank yoki shunga o‘xshash muassasalar bo‘lsa;
- Boshqa holatlar.

Agar kredit tashkilotining mijozni auditorlik firmasiga yoki auditorlik guruhi a‘zosiga oddiy tijorat sharoitida oz miqdorda mablag‘ ajratilsa, mustaqillik xavfi yo‘q. Agar kredit muhim bo‘lsa, xavfni maqbul darajaga tushirish uchun ehtiyot choralarini ko‘rish kerak. Tegishli ehtiyot chorasini sifatida, holis tekshirishni amalga oshiradigan mustaqil mutahassis tomonidan amalga oshirilishini ta‘minlash kerak (boshqa ofis hamkori bo‘lishi lozim).

Bank mijozidan yoki boshqa kredit muassasasidan tekshirish guruhi a'zolariga berilgan kreditlar jismoniy shaxs uchun katta ahamiyatga ega bo'lishi mumkin, ammo agar ular oddiy tijorat sharoitida taqdim etilsa, ular mustaqillikka tahdid solmaydi.

Shu bilan birga, auditorlik firmasi yoki jismoniy shaxs bank yoki shunga o'xshash muassasa bo'lmagan mijoz bilan hech qanday kredit yoki kafolat shartnomasini tuzmasligi kerak.

Muddati yotgan to'lovlar (Overdue fees).

Kechiktirilgan to'lovlar mavjud bo'lgan vaziyatda auditor uchun mijozga kreditberish xavfi mavjud bo'lib, shu bois yuqoridagi tavsiyalar dolzarb bo'lib qoladi.

Auditorlik firmalari auditorlik qo'mitasi yoki boshqaruvda ishtirok etayotgan boshqa shaxslar bilan masalalarni muhokama qilish va agar kerak bo'lsa, muddati o'tgan to'lovlar to'lanmasa, ishdan bo'shatish imkoniyatini muhokama qilish orqali sezilarli bo'lishi mumkin bo'lgan to'lovlarning ko'payishidan ehtiyot bo'lishlari kerak.

Foiz yoki shartli to'lovlar (Percentage or contingent fees).

Shartli to'lovlar-bu tranzaksiya natijasi yoki bajarilgan ish asosida oldindan belgilangan asosda hisoblangan to'lovlar (diskont kabi bo'lishi mumkin).

Axloq printsiplarga ko'ra, firma shartnomada hech qanday mukofot summasiniko'rsatmasligi kerak, unga muvofiq ish haqi miqdori ishonchli ta'minlash bo'yicha ishnatijasiga yoki ishonchlilikni ta'minlash bo'yicha topshiriq predmeti bo'lgan narsalarga bog'liq bo'lishi kerak emas. Shuningdek, kafolat beruvchi mijozdan ishonchlilikni ta'minlash bilan bog'liq bo'lmagan ish uchun shartli mukofotni qabul qilish odatda noo'rin bo'ladi.

To'lovlarning yuqori foizi (High percentage of fees).

Kompaniya mijoz tomonidan kafolat uchun olingan umumiy to'lovlar firmaning umumiy to'lovlarining katta qismini tashkil etadigan holatlarda yuzaga keladigan vaziyatga e'tiborli bo'lishi kerak. Firmaning tuzilishi va uning savdo faoliyatining davomiyligi kabi omillar mustaqillik xavfi mavjudligini aniqlashda muhim ahamiyat kasb etadi. Shuningdek, sug'urta mijozi tomonidan olinadigan komissiyalar

individual sherik daromadining katta qismining tashkil etadigan holatlardan ehtiyot bo'lish kerak.

Bunday holatlarda ehtiyot choralari quyidagilarni o'z ichiga olishi mumkin:

- Audit qo'mitasi bilan masalalarni muhokama qilish;
- Mijozlarga qaramlikni kamaytirish choralari ko'rish;
- Tashqi/ichki sifat nazorati sharhlarini olish;
- ACCA kabi uchinchi tomon bilan maslahatlashish.

Axloq Kodeksida aytilishicha, agar bitta mijoz yoki tegishli mijozlar guruhi tomonidan to'lanadigan audit va qayta ishlash to'lovlari firmaning umumiy to'lovlarining 15 foizidan oshsa, jamoat tomonidan ishtirokchining ob'ektivligi xavf ostida bo'lishi mumkin. Agar tashkilot ro'yxatga olingan bo'lsa yoki jamoat manfaat bo'lsa, bu ko'rsatkich 10% bo'lishi kerak.

Yaratilgan yangi firmalar uchun ushbu cheklovlar doirasida qolish qiyin bo'ladi va bunday vaziyatda firmalar tavsiflangan ehtiyot choralari qo'llashlari kerak.

Past ball (Lowballing). Agar firma kafolat xizmati uchun to'lovning oldingi firma tomonidan undirilganidan ancha past darajasini belgilasa, shaxsiy manfaatlarga jiddiy tahdid mavjud. Agar firma tenderi muvaffaqiyatli bo'lsa, firma quyidagi ehtiyot choralari ko'rishi kerak:

- Firma hujjatlarini shunday yuritish kerakki, vazifani bajarish uchun tegishli xodimlar va vaqt sarflanganini namoyish qila bilishi kerak;
- Barcha tegishli xavfsizlik standartlari, ko'rsatmalar va sifat nazorat tartib-qoidalariga rioya qilish kerak.

Ishga jalb qilish (Recruitment).

Kafolat beruvchi mijoz bilan ishlashga yuqori rahbariyatni jalb qilish, ayniqsa kafolat shartnomasi mavzusiga ta'sir ko'rsatishga qodir bo'lgan auditorlik firmasining shaxsiy manfaatlariga tahdid soladi. Kafolat provayderlari mijoz o'rniga boshqaruv qarorlarini qabul qilmasliklari kerak.

Ularning ishtiroki nomzodlarning qisqa ro'yxatini ko'rib chiqish bilan cheklanishi mumkin, agar mijoz ularni tanlash

mezonlarini ishlab chiqqan bo'lsa.⁸⁶

8.3. Korporativ axloq qoidalari.

Korporativ boshqaruv-bu boshqaruv xodimlari tomonidan tartibga solinadigan va nazorat qilinadigan tizim.

Ko'p mamlakatlar korporativ boshqaruv printsiplariga asoslangan yondashuvni qo'llaydilar, ya'ni kompaniyalar uchun eng yaxshi amaliyot ko'rsatmalari belgilanadi. Iqtisodiy hamkorlik va taraqqiyot tashkiloti 2004 yilda korporativ boshqaruv tamoyillarini e'lon qiladi. Bular quydagilar:

Aktsiyadorlarning huquqlari: korporativ boshqaruv tizimi aktsiyadorlarning huquqlarini himoya qilishi kerak.

Aktsiyadorlarning adolatli muomalasi: barcha aktsiyadorlarga adolatli va teng munosabatda bo'lish kerak.

Manfaatdor tomonlar: korporativ boshqaruv tizimi manfaatdor tomonlarning qonuniy huquqlarini tan olishi va ular bilan hamkorlikni osonlashtirishi kerak.

Oshkoralik va shaffoflik: tashkilotning ishlashiga taalluqli barcha muhim faktlar haqidagi ishonchli axborotni, shu jumladan uning moliyaviy holati, faoliyatining natijalari, mulkning va boshqaruvining tuzilishi to'g'risidagi axborotni o'z vaqtida oshkor qilish, shuningdek qonunda ko'rsatilgan tashkilotning ichki hujjatlari bilan ko'zda tutilgan tartibda manfaatdor shaxslarning axborotdan erkin foydalanishini ta'minlash.

Direktorlar kengashi: Direktorlar kengashi kompaniyaning yo'nalishini belgilashi va boshqaruvni nazorat qilishi, kengashning kompaniya va uning a'zolari oldidagi hisobdorligini qo'llab-quvvatlashi kerak.

Asosan yirik kotirovkalangan kompaniyalarda boshqaruvning bir qator elementlari mavjud:

(a) Xavfni boshqarish va kamaytirish yaxshi boshqaruvning barcha ta'riflarida muhim ahamiyatga ega.

⁸⁶ Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. Part F: Professional ethics in accounting and business" 19-chapter "Ethical considerations" 489-491 p

(b) O'rnatilgan eng yaxshi amaliyot ko'rsatmalarida yaxshi nazorat va boshqaruv tomonidan ishlab chiqilgan umumiy ishlash eng ko'p ta'riflarga asoslanadi.

(c) Yaxshi boshqaruv tashkilotga ta'sir ko'rsatadigan barcha manfaatdor tomonlar guruhlarini nuqtai nazaridan o'z strategiyasini axloqiy va samarali tarzda amalga oshirish uchun asos yaratadi va jismoniy yoki intellektual resurslardan suyiste'mol qilishdan himoya choralarini taklif etadi.

(d) Yaxshi boshqaruv nafaqat tashqi o'rnatilgan kodlar haqida. Shuningdek, qonun xatini qo'llashga tayyor bo'lishni talab qiladi.

(e) Hisobdorlik odatda barcha boshqaruv doiralarida asosiy mavzudir. Hisob va boshqa hisobotlar shaklida ma'lumotlarning erkin oqimi mavjud. Biroq, tijorat maxfiyligi masalalari juda ko'p ochiqlikka to'sqinlik qilishi mumkin.

Keng qamrovli suyiste'mollar korporativ boshqaruv sifatini oshirishga qaratilgan turli xil tadbirlarga olib keldi. Bularga:

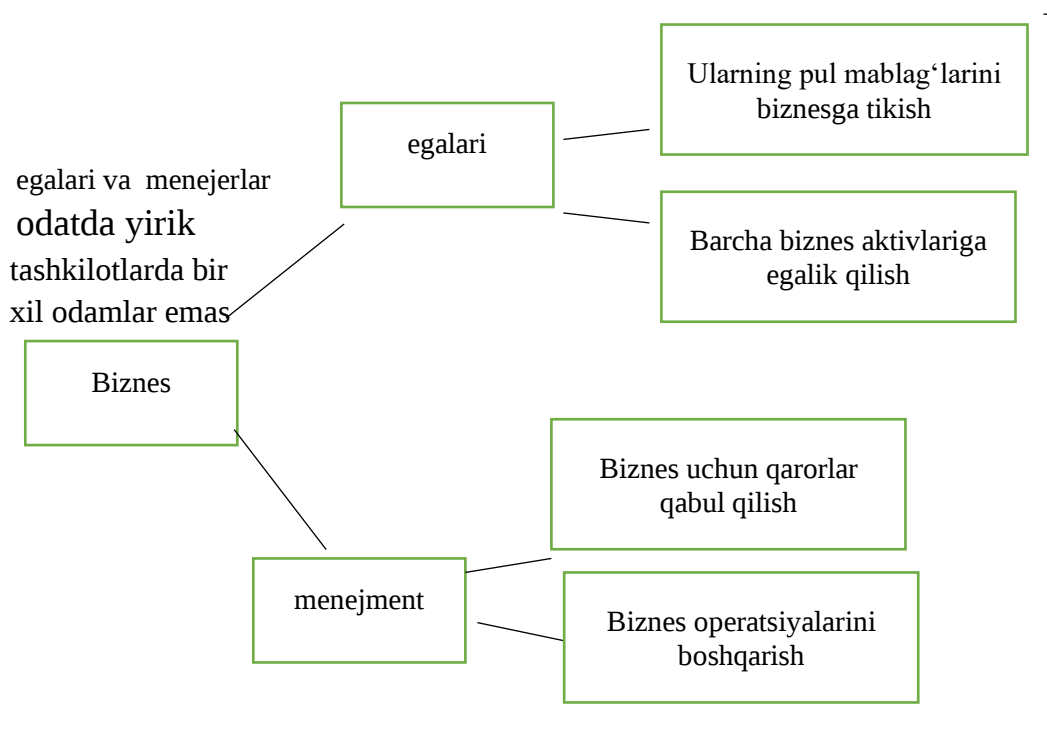
(a) Buxgalteriya hisobi standartlarini ishlab chiqish qisman moliyaviy hisobotda suyiste'mollarning oldini olish zarurati bilan bog'liq.

(b) Turli xil professional organlarning barchasi o'zlarining professional xulq-atvoriga ega.

(c) Bir qator yirik moliyaviy janjallar buyuk Britaniyaga hukumat aralashuviga olib keldi, ular xulq-atvor standartlari bo'yicha komissiyalar shakllantirib, ularning har biri o'zini tutish kodeksini ishlab chiqaradi

Korporativ boshqaruv asosan kompaniyaning ko'plab manfaatdor tomonlari, masalan, aktsiyadorlar, yuqori boshqaruv rahbarlari, mijozlar, yetkazib beruvchilar, moliyachilar, hukumat va jamiyat manfaatlarini muvozanatlashni o'z ichiga oladi. Korporativ boshqaruv kompaniyaning maqsadlariga erishish uchun asos yaratganligi sababli, u harakat rejalari va ichki nazoratdan tortib to samaradorlikni o'lchash va korporativ oshkor qilishgacha bo'lgan deyarli barcha boshqaruv sohalarini qamrab oladi.

Korporativ boshqaruvning istiqbollari 8.3.1.-rasmda aks ettirilgan.



8.3.1.- rasm. Boshqaruv istiqbollari ⁸⁷

Kichik biznesda aktsiyadorlar (ya'ni egalari) direktorlar bo'lishi mumkin, shuning uchun egalari va menejerlari bir xil pog'onada turadi va hech qanday o'rtalarida muammo yo'q.

Kattaroq korxonalarda aktsiyadorlar (ya'ni egalari) har kuni biznesni boshqarish bilan shug'ullanishi shart emas. Egalari va menejerlar bir xil pog'onada bo'lmaydi va shuning uchun manfaatlar to'qnashuvi bo'lishi mumkin.

Agentlik (agency) tushunchasi. Korporativ boshqaruvga nisbatan agentlik kontseptsiyasi tashkilot egalarini (aktsiyadorlarni) direktor va kompaniyani (kompaniya direktorlarini) ularning agentlari sifatida boshqaradi.

Shuning uchun korporativ boshqaruv tizimi kompaniyani boshqarayotganlarning buni aktsiyadorlar manfaatlariga eng yaxshi xizmat qiladigan tarzda amalga oshirishini ta'minlashi kerak (o'z manfaatlarini ko'zlashdan ko'ra). Menejerlar va direktorlarni

⁸⁷ Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. PART B: Chapter 07 Corporate governance and social responsibility" 178-179-p

mukofotlash usuli ularni aktsiyadorlarga foyda keltiradigan tarzda harakat qilishga undashini ta'minlash ham muhimdir.

Korporativ boshqaruv bo'yicha doimiy munozaralar rahbarlik asosan printsiplar shaklida bo'lishi yoki batafsil qonun qoidalarga ehtiyoji bor-yo'qligi bilan bog'liq bo'lishi kerak.

Buyuk Britaniyadagi Hampel hisoboti printsiplarga asoslangan yondashuviga qat'iy turadi. Qo'mita kompaniyalarga me'yoriy yukni yumshatishni afzal ko'radi va korporativ boshqaruv kodlarini belgilangan qoidalar to'plami sifatida ko'rib chiqishga qarshi edi. Hisobotda odatda tegishli bo'lishi mumkin bo'lgan ko'rsatmalar bo'lishi mumkin, ammo kompaniyalarning turli xil holatlari ba'zan istisnolar uchun asosli sabablar mavjudligini anglatadi.

Biroq, bir qator sharhlovchilar Xempel hisobotini ushbu yondashuvini tanqid qildilar. Ba'zi tanqidchilar Xempel hisobotida keltirilgan printsiplar shu qadar kengki, ular eng yaxshi korporativ boshqaruv amaliyoti uchun qo'llanma sifatida juda kam qo'llaniladi deb izohladilar. Masalan, turli xil kelib chiqadigan ijro etilmaydigan direktorlarning o'z hissasini qo'shishi mumkinligi haqidagi taklif kompaniyalarni eski bolalar tarmog'i orqali direktorlarni jalb qilishdan uzoqlashtiradigan darajada kuchli emas.

AQShda asosiy e'tibor qoidalarga asoslangan yondashuvga qaratilgan va bu Sarbanes- Oxley Act to'g'risidagi qonun 2002 yilda qabul qilingan.

Korporativ boshqaruv quyidagi tamoyillarga asoslanadi:

- Adolatlilik (haqqoniylik) - kapitaldagi ishtirok ulushi va turgan joyidan qat'i nazar barcha aktsiyadorlarga nisbatan teng munosabat, ularning huquqlarini samarali himoya qilish imkoniyatini berish. Tashkilot Kengashi barcha aktsiyadorlarga ularning huquqlari buzilgan hollarda samarali himoya olish imkoniyatini beradi.

Hisob berishlik - Tashkilot Kengashining aktsiyadorlarga, ijro organlarining – ijro rahbariyati (tashkilot Boshqaruvi)ga hisob berishi. Ushbu tamoyil tashkilot boshqaruv organlarining hisob berishi va vakolatlarning chegaralanishini, shuningdek aktsiyadorlarga to'la hisob berishini ta'minlaydi, bu tashkilot aktsiyadorlariga tashkilotning joriy

moliyaviy holatiga, erishilgan iqtisodiy ko‘rsatkichlarga, faoliyatining natijalariga, tashkilot boshqaruv tuzilmasiga taalluqli ishonchli axborotni o‘z vaqtida va to‘liq taqdim etish yo‘li bilan amalga oshiriladi, bu esa aktsiyadorlar va investorlarga asoslangan qarorlar qabul qilish imkoniyatini beradi.

Javobgarlik – Tashkilot uning aktsiyadorlari, xodimlari, mijozlari va sheriklari oldidagi javobgarlik, Bank aktivlarini ko‘paytirish, uning barqarorligi va ishonchliligini oshirish maqsadlarida ular bilan yaqin hamkorlik. Ushbu tamoyil tashkilot aktsiyadorlari va xodimlari uchun odob-ahloq me'yorlarini belgilaydi, shuningdek mansabdor shaxslar huquqqa xilof, aybli (atayin yoki ehtiyotsizlik sababli) harakatlar qilganida yoki harakatsizligida ularga nisbatan amaldagi qonunchilikka muvofiq javobgarlikni ko‘zda tutadi.

Shaffoflik – tashkilotning ishlashiga taalluqli barcha muhim faktlar haqidagi ishonchli axborotni, shu jumladan uning moliyaviy holati, faoliyatining natijalari, mulkning va boshqaruvining tuzilishi to‘g‘risidagi axborotni o‘z vaqtida oshkor qilish, shuningdek qonunchilik va tashkilotning ichki hujjatlari bilan ko‘zda tutilgan tartibda manfaatdor shaxslarning axborotdan erkin foydalanishini ta’minlash.

Samaradorlik – tashkilot Boshqaruvi tashkilotning joriy faoliyati, jumladan tashkilotning samarali kadrlar siyosatini belgilash, xodimlarining malakasini oshirish, xodimlarining mehnatini rag‘batlantirish va ijtimoiy himoyalash, manfaatlarini himoyalash faoliyatiga oqilona va vijdonan samarali rahbarlik qilishi shart.

Nazorat ostida bo‘lishlik – tashkilot aktsiyadorlarining huquqlari va qonuniy manfaatlarini himoya qilish maqsadlarida tashkilotning moliyaviy-xo‘jalik faoliyati ustidan Aktsiyadorlar umumiy majlisi va Taftish komissiyasi tomonidan amalga oshiriladigan nazorat; Tashkilot Kengashi tomonidan tasdiqlangan siyosat va protseduralarga muvofiq yuqori rahbarlarning quyi rahbarlar ustidan nazorati; shuningdek xatarlarga yo‘naltirilgan ichki nazoratning samarali tizimini o‘rnatish bilan bir qatorda ichki va tashqi auditorlarning ishidan samarali foydalanish.

Yuqorida ko'rsatilgan tamoyillarga rioya qilish korporativ odob-ahloqning xalqaro standartlarga mos normalari va an'alarini shakllantirish va tashkilot faoliyatining kundalik amaliyotiga joriy etishga yo'naltirilgan bo'lib, ular tashkilotning aktsiyadorlari, mijozlari va xodimlari ko'zida uning ijobiy obrazini yaratish, aktsiyadorlar huquqlarini yanada to'laroq amalga oshirishga erishish va ularning tashkilot faoliyati to'g'risida xabardorligini oshirishga, shuningdek xatarlarni nazorat qilish va pasaytirish, tashkilot moliyaviy ko'rsatkichlarining barqaror o'sishini saqlash va uning ustav faoliyatini muvaffaqiyatli amalga oshirishga ko'maklashadi. Korporativ boshqarishning samarali tizimi o'z ichiga quyidagilarni oladi:

- korporativ qadriyatlar va odob-ahloq kodekslarini o'rnatish;
- korporativ strategiya (strategik maqsadlar)ni o'rnatish, ularning asosida tashkilot faoliyatining natijalari va alohida xodimlarning unga qo'shgan hissasi baholanadi;
- javobgarlik, vakolatlar va hisob berishlikning aniq taqsimlanishi, buning natijasida boshqaruv xodimlarining kichik darajasidan boshlab tashkilot Kengashi a'zolarigacha qarorlar qabul qilishning iyerarxiyasi o'rnatiladi;
- kengashi a'zolari, Boshqaruvi, korporativ maslahatchi va auditorlar (tashqi va ichki) o'rtasida o'zaro aloqa mexanizmini o'rnatish;
- ichki nazoratning ta'sirchan tizimi, shu jumladan xatarlarni boshqarish tizimi;
- tashkilot faoliyatining manfaatlar ziddiyatlari yuzaga kelishi mumkin bo'lgan sohalari, shu jumladan, yirik aktsiyadorlar, Boshqaruv a'zolari yoki muhim qarorlarni qabul qiladigan shaxslar o'rtasidagi munosabatlar monitoringini olib borish;
- mukofotlar, xizmat bo'yicha ko'tarish shaklida moddiy va professional rag'batlantirish va hokazolar;
- ham tashkilot ichidagi, ham tashqi foydalanuvchilar uchun tegishli axborot oqimlari.

Barcha mamlakatlarda korporativ boshqaruv muammolarini xalq etishga o'z yondashuvlari mavjud. Turli mamlakatlardagi

yondashuvlardagi farqlar korporativ boshqaruv jarayonlari va strukturalarining turlichaligi bilan aniqlanadi.

Boshqaruv, xususan, korporativ xulq-atvorni boshqarish uchun oʻrnatilgan qoidalar, nazorat, siyosat va qarorlar toʻplamini anglatadi. Direktorlar kengashi boshqaruvda hal qiluvchi ahamiyatga ega. Proksi-maslahatchilar va aktsiyadorlar boshqaruvga taʼsir qilishi mumkin boʻlgan muhim manfaatdor tomonlardir.

Firmaning korporativ boshqaruvini yetkazish jamiyat va investor munosabatlarining asosiy tarkibiy qismidir. Misol uchun, Apple investorlar bilan aloqalar saytida uning korporativ rahbariyati (uning ijro etuvchi jamoasi va direktorlar kengashi) koʻrsatilgan. U korporativ boshqaruv maʼlumotlarini, shu jumladan qoʻmita ustavlari va boshqaruv hujjatlarini, masalan, nizomlarni, aktsiyalarga egalik qilish boʻyicha koʻrsatmalarni va taʼsis hujjatlarini taqdim etadi.

Aksariyat kompaniyalar alohida korporativ boshqaruvga ega boʻlishga intilishadi. Koʻpgina aktsiyadorlar uchun kompaniyaning faqat daromadli boʻlishi yetarli emas. Shuningdek, u atrof-muhitni anglash, axloqiy xatti-harakatlar va sogʻlom korporativ boshqaruv amaliyotlari orqali yaxshi korporativ fuqarolikni namoyish qilishi kerak.

Korporativ axloq kodeksi (A corporate code of ethics).

Korporativ axloq kodekslari manfaatdor tomonlarga qadriyatlarni etkazish uchun tashkilotlar tomonidan nashr etiladi. Ularning tijorat maqsadlariga qanday erishish kerakligini belgilaydigan asosiy printsiplarni bayon qilishdan tashqari, bunday kodekslar, xususan, tegishli qaydnomalarni oʻz ichiga olishi mumkin. Bular quyidagilar:

- Xaridlari axloqiy mulohazalarga taʼsir qilishi mumkin boʻlgan mijozlar;
- Investitsiya qarorlariga axloqiy omillar taʼsir qilishi mumkin boʻlgan aktsiyadorlar;
- Ulardan nima kutilayotganini bilishi kerak boʻlgan xodimlar;
- Oʻz mijozlarining hohish istaklarini tushunishi kerak boʻlgan va axloqiy munosabatda boʻlishi kerak boʻlgan sotuvchilar;
- Tashkiliy amaliyotga qiziqishi mumkin boʻlgan lobbi

guruhlari;

- Tashkilotning "hurmatli fuqaro" vazifasini bajarishini tasdiqlashi kerak bo'lgan mahalliy jamoalar.

Uyda parvarish qilish buyumlari, kosmetika va texnologiyalar bilan shug'ullanadigan Germaniyaning Henkel guruhi barcha xodimlarining har kuni o'zini qanday tutishi kerakligini aniqlaydigan bir qator xatti-harakatlar bo'yicha qo'llanmalarni nashr etadi. Ushbu ko'rsatmalar kompaniyaning "qarashlari va qadriyatlari" ga asoslangan bo'lib, xulq-atvor kodeksi, jamoaviy ish va etakchilik kodeksi va korporativ barqarorlik kodeksini o'z ichiga oladi.

Ushbu Kodeks barcha Henkel xodimlariga mijozlar va hamkasblar bilan munosabatlari bo'yicha amaliy ko'rsatmalar to'plamini taqdim etadi. Xulq-atvor qoidalari xodimlarga quyidagilarni eslatadi:

Henkel biznes yuritadigan turli mamlakatlar va madaniyatlarning ijtimoiy axloqi. Henkeldagi vazifalarimizni bajarib, biz axloqiy me'yorlarga rioya qilmaymiz. Noto'g'ri xatti-harakatlar hech qachon Henkelning manfaatlariga mos kelmaydi.

Henkelning axloqiy va huquqiy me'yorlariga muvofiq ishlaydigan kompaniyaning obro'si va imidji har kuni o'z ishimizni bajarayotgan har birimizning xatti-harakatlarimizga bog'liq. Henkel turli mamlakatlarda biznes faoliyatini amalga oshirganida xodimlari sifatida biz qonunlar va qoidalarga rioya qilishimiz, manfaatlar to'qnashuvidan qochishimiz, kompaniya aktivlarini himoya qilishimiz va ularning urf-odatlar, ijtimoiy qarashlari va madaniyatini hurmat qilish kabi harakatlarni amalga oshamiz.

Agar sizda biron bir savol bo'lsa yoki biron bir harakat rejasidan norozi bo'lsangiz, bu masalani Henkel tashkilotida yuqori darajaga ko'tarishingiz mumkin. Yaxshi maslahat olganingizga ishonch hosil qiling. Eng muhimi, bizning odob-axloq kodeksimizga rioya qiling va hech qachon boshqalar uni buzishiga yo'l qo'ymang. Bizning qadriyatlarimiz bizni butun dunyo nazarida biz haqimizda o'ziga xos fikr- mulohazalarni belgilab berishi mumkin. Shunday qilib, Henkelning obro'si va imidjini har kuni har birimizning qo'limizda.'

IMTIHON DIQQAT MARKAZIDA (EXAM FOCUS POINT)

Yaqinda imtihonni qabul qiluvchi shaxs, imtihon nomzodlar korporativ axloq kodekslari haqidagi savollarga yomon javob berganini axloq kodeksi nimani o'z ichiga olishi mumkinligini aniq bilib oling. Imtihonda bu muhim.

Jamiyat hayotining etti tamoyili (The Seven Principles of Public Life).

Buyuk Britaniya hukumatining jamoat hayoti standartlari qo'mitasi davlat sektorida ishlaydigan shaxslar amal qilishi kerak bo'lgan ettita tamoyilni o'rnatdi.

(a) Fidoyilik (Selflessness)

Jismoniy shaxslar faqat shaxsiy manfaatlar yoki do'stlar va oilaning manfaati uchun emas, balki faqat jamoat manfaatlari uchun harakat qilishlari kerak.

(b) Birdamlik (Integrity).

Jismoniy shaxslar ularga moliyaviy yoki boshqa majburiyatlarni yuklaydigan harakatlardan qochishlari kerak, natijada ularning majburiyatlarini bajarayotgan shaxs ularning jamoat majburiyatlariga ta'sir qilishi mumkin.

(c) Ob'ektivlik (Objectivity).

Barcha qarorlar, ayniqsa shartnomalarni tuzish, mukofotlash yoki boshqalarga imtiyozlar berish va davlat lavozimlariga tayinlash bilan bog'liq qarorlar faqat qilgan xizmatlari uchun qabul qilinishi kerak.

(d) Moddiy javobgarlik (Accountability).

Odamlar o'zlarining xatti-harakatlari va moddiy javobgarliklari uchun boshqalar oldida mas'uliyatni yuklaydi. Ular o'zlarining lavozimlari bilan bog'liq har qanday tekshiruv turlaridan o'tishga o'zlarini undashlari kerak.

(e) Ochiqlik (Openness).

Odamlar o'z qarorlari va harakatlarida ochiq bo'lishlari kerak. Ularning qarorlaridan va ma'lumotlardan erkin foydalanish imkoniyatiga ega bo'lishi kerak.

(f) Halollik (Honesty).

Agar shaxslar o'zlarining jamoat manfaatlari bilan bog'liq bo'lgan shaxsiy manfaatlarga ega bo'lsa, ular deklaratsiya qilishlari kerak va

jamoat manfaatlarini himoya qilish uchun har qanday mojaroni hal qilishga intilishlari kerak.

(g) Etakchilik (Leadership).

Shaxslar etakchilik va shaxsiy namunani ko'rsatishlari uchun, oldin yuqorida oltita tamoyilni targ'ib qilishlari va hurmat qilishlari kerak bo'ladi.

Buxgalterlar ham ushbu tamoyillarga amal qilishlari kerak. Agar ular o'zlarining huquqiy, me'yoriy yoki boshqa axloqiy asoslariga zid bo'lgan vaziyatga tushib qolsalar, ular o'zlarini tashvishga solayotgan masalalarni eshitirishlari kerak.

Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. PART V: Chapter 07 Corporate governance and social responsibility» bobida korporativ boshqaruv va biznesning ijtimoiy mas'uliyati kontsepsiyasi ishlab chiqilgan. Kompaniyalar rahbariyati va egalari bir xil odamlar bo'lishi shart emasligi sababli, menejmentni mulkdorlar va boshqa manfaatdor tomonlarning manfaatlari yo'lida harakat qilishga undash muhimligi e'tirof etilgan. Etika, qonun, boshqaruv va ijtimoiy javobgarlik kabi tushunchalar Buyuk Britaniya biznes kompaniyalar faoliyati misolida quyidagicha yoritib berilgan.

Quyidagi xulosalar e'tirof etilgan:

- Axloq, huquq, boshqaruv va ijtimoiy mas'uliyatning o'zaro ta'siri.
- Qonunlar-bu kompaniya va shaxslar amal qilishi kerak bo'lgan qoidalar.

Korporativ boshqaruv talablari va ijtimoiy javobgarlik kompaniyalar va jismoniy shaxslar uchun qo'shimcha qoidalar va ko'rsatmalar sifatida qaralishi mumkin. Ular qonun nimani talab qilishi va jamiyat nimani kutishi o'rtasidagi farqni ko'paytiradi. Buning sababi shundaki, qonun ularni har doim ham axloqiy yoki ijtimoiy mas'uliyatli munosabatda bo'lishga undayvermaydi.

Sub'ektlarning qanday bog'liqligini tekshirish usullaridan biri bu ularning qanchalik tartibga solinishini ko'rib chiqishdir (8.3.1.-jadval).

8.3.1.-jadval

Tartibga solish darajalari⁸⁸

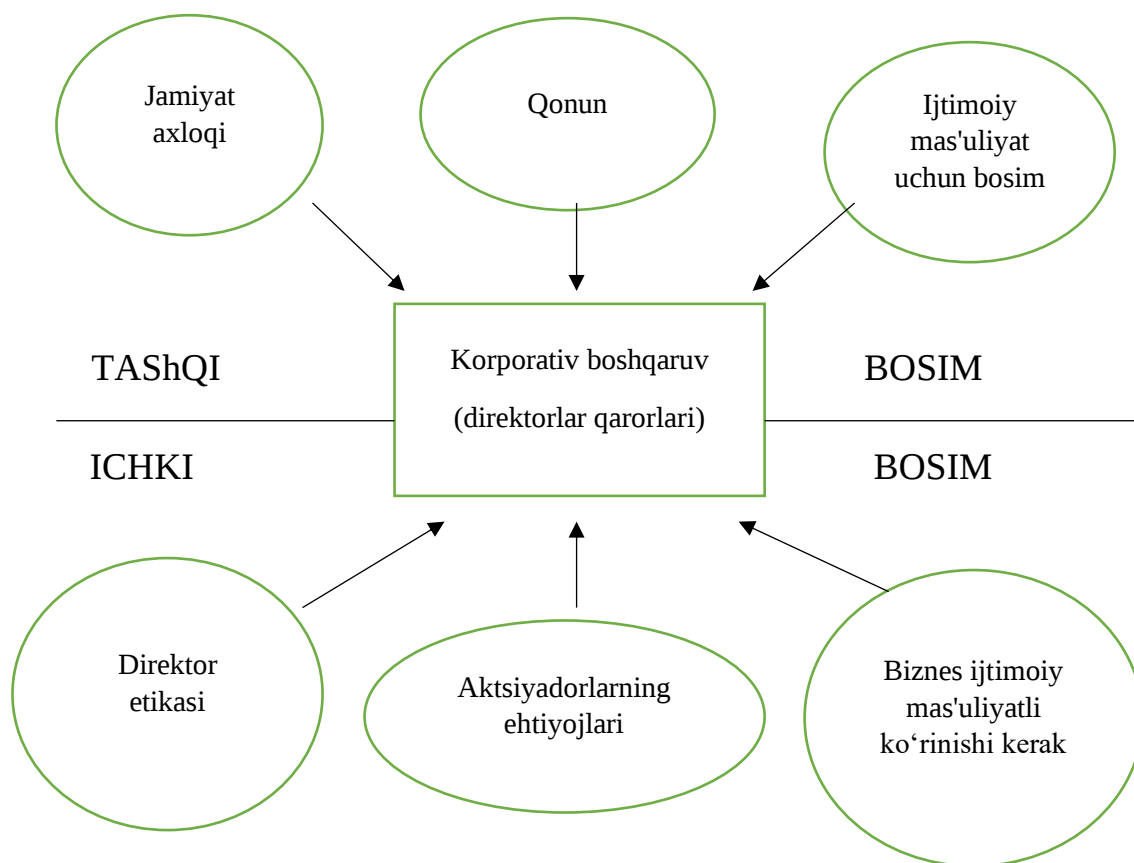
Huquq, boshqaruv, ijtimoiy javobgarlik va axloq o'rtasidagi munosabatlar			
Qonun	Korporativ boshqaruv	Ijtimoiy mas'uliyat	Axloq qoidalari
Shaxslar va kompaniyalar rioya qilish kerak qoidalari Xulq-atvor jamiyatining minimal darajasi imkon beradi.	Ommaviy keltirilgan kompaniyalari faqat tartibga solinadi. Boshqalar eng yaxshi amaliyotga rioya qilishlari tavsiya yetiladi.	Tartibga solinmaydi. Jismoniy shaxslar va kompaniyalar erkin tanlovga ega. Ijtimoiy bosim ijtimoiy mas'uliyatli tarzda harakat qilish	Qadriyatlar va tamoyillar. Jismoniy shaxslar va kompaniyalar amal qilishadi Axloqiy pozitsiyani qabul qilish erkin tanlovga bog'liq.
Ko'proq tartibga solish, kamroq tanlov erkinligi		Kamroq tartibga solish, ko'proq tanlov erkinligi	

Yuqoridagi jadvaldan ko'rinib turibdiki, qonun yuqori darajada tartibga solingan, korporativ boshqaruv kamroq tartibga solingan va ijtimoiy mas'uliyat va axloq qoidalari tartibga solinmagan, chunki misol uchun farzand asrab olish kabi tanlovlar shaxslarning erkin tanloviga bog'liq.

Bundan muhimroq, har bir korporativ boshqaruvga ta'sir qiladigan omillarni ko'rib chiqish kerak. Esda tutish kerak bo'lgan muhim nuqta shundaki, kompaniyalar o'zlari qaror qabul qilmaydi. Inson shaxslar (odatda direktorlari) muhim siyosiy qarorlar qabul qilishadi.

Kompaniyada qonun, axloq va ijtimoiy javobgarlikning o'zaro ta'siri xususiyatga ega bo'lib, 8.3.2.-rasimda ko'rsatilgan.

⁸⁸ Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. PART B: Chapter 07 Corporate governance and social responsibility» 193 p



8.3.2.-rasm. Kompaniyada qonun, axloq va ijtimoiy javobgarlikning o‘zaro ta’siri

Ko‘pgina omillar kompaniyaning xatti-harakatlariga ta’sir qilishini ko‘rishimiz mumkin. Asosiy tashqi ta’sir qonundir, chunki u kutilgan xatti-harakatlarning minimal darajasini belgilaydi. Jamiyatning ahloqiy qarashlari va ijtimoiy mas’uliyatga bo‘lgan ehtiyojlari ta’sir qiladi, chunki kompaniyalar ularni daromadli bo‘lib qolish uchun zarur bo‘lgan darajada hurmat qilishadi.

Direktorlar aktsiyadorlarga talab qiladigan natijalarni berish zarurati katta ta’sir ko‘rsatadi, masalan, kompaniyaning aktsiyalar narxini oshirish yoki dividendlarni to‘lab berish. Bunga erishish uchun o‘zlarining shaxsiy axloqiy e’tiqodlarini buzish talab qilinishi mumkin.

Shuni esda tutish kerakki, biznesda albatta, axloqiy harakat qilish shart emas. Ko‘pgina hollarda ular umuman jamiyat manfaati uchun emas, balki egalari (aktsiyadorlar) manfaati uchun ishlaydi.⁸⁹

⁸⁹ Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. PART B: Chapter 07 Corporate governance and social responsibility» 181-194 p

8.4. Axloqiy tahdidlar va dilemmalar.

Axloqiy dilemma (yunon tilidan. di (s) – ikki marta va lemma – taxmin)-tanlov holati, unda har qanday kishini tanlash muayyan axloqiy qoidalarni buzish bilan bog‘liq bo‘lgan imkoniyatlar o‘rtasida axloqiy tanlov zarurati tug‘iladi.

Boshqacha qilib aytganda – axloqiy dilemma-bu o‘zini bosh qahramon sifatida ko‘rsatadigan eksperiment ishtirokchisi harakatning mumkin bo‘lgan variantlaridan birini tanlashi kerak bo‘lgan faraziy ziddiyatli vaziyat.

Bunday dilemmani hal qilish qiyin axloqiy tanlov bilan bog‘liq, masalan: qonunni buzish va odamning hayotini saqlab qolish yoki qonunga binoan harakat qilish va odamning o‘limiga yo‘l qo‘yish.

Axloqiy muammolarni hal qilish haqiqiy hayotda axloqiy muammolarga duchkeladigan odamlarning fikrlash tarzi haqida muhim ma’lumotlarni beradi.

Aksariyat hollarda axloqiy ahamiyatga ega bo‘lgan qarorlar shu tarzda qabul qilinadi - tezda, ikkilanmasdan va biz odatda qaror qabul qilish haqiqatidan xabardor emasmiz. Murakkab vaziyat, g‘ayritabiiy, motivlar raqobati bilan boshqa masalalar bilan bog‘liq xollarda o‘zini boshqaraolish yoki yo‘naltirish.⁹⁰

Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. Part F: Professional ethics in accounting and business” 19-chapter “Ethical considerations” qismida ahloqiy dilemalarga quyidagicha ta’rif keltirilgan.

Axloqiy dilemmalar (Ethical dilemmas)-bu ikkita axloqiy qadriyatlar yoki talablar bir-biriga mos kelmaydigan holatlar. Ular, shuningdek, shaxsga ikkita qarama-qarshi talab yoki majburiyat yuklangan hollarda ham paydo bo‘lishi mumkin. Manfaatlarni to‘qnashuvi jismoniy shaxs ikki yoki undan ortiq tomonlar oldida majburiyatlarga ega bo‘lganda yuzaga keladi. Ish paytida ma’lumot yoki boshqa savollar paydo bo‘lishi mumkin, ya’ni ular boshqa tomonga zarar bermasdan bir

⁹⁰ M. Sharifxo‘jayev., Yo. Abdullayev MENEJMENT. Darslik. Toshkent-O‘qituvchi 2001. 190 b

tomonda ishlashni davom ettira olmaydilar.

Biz buxgalterlarning axloqiy me'yorlarga rioya qilishlari zarurligini va axloqsizxatti-harakatlarning oqibatlarini muhokama qildik. Shuning uchun ular axloqiy muammoni ochib berishlari va uni samarali va to'g'ri hal qilishlari muhimdir. Ko'pgina dilemmalar shaxsiy halollikka ham, biznes ko'nikmalariga ham qarshi turadi va shuning uchun axloqiy me'yorlarni chuqur tushunish muhimdir. Endi biz buxgalterlar axloqiy qarorlar qabul qilishlari kerak bo'lgan potentsial vaziyatlarni va ularni qanday hal qilishlari kerakligini ko'rib chiqamiz.

Axloqiy dilemmalar va manfaatlar to'qnashuvi (Ethical dilemmas and conflicts of interest).

Axloqiy dilemmalar-bu ikkita axloqiy qadriyatlar yoki talablar bir-biriga mos kelmaydigan holatlar.

Manfaatlar to'qnashuvi (conflicts of interest)- bu jismoniy shaxs ikki yoki undan ortiq tomonlar oldida majburiyatlarga ega bo'lganda yuzaga keladi.

Axloqiy dilemmalar va manfaatlar to'qnashuvi yuzaga keladigan vaziyatlar:

Axloqiy dilemmalar to'rtta qadriyatlar to'plami o'rtasidagi ziddiyatlar natijasida yuzaga keladi. Bularga:

Ijtimoiy qadriyatlar-qonun (Societal values – the law);

- **Shaxsiy qadriyatlar**-shaxs tomonidan saqlanadigan qadriyatlar va tamoyillar (**Personal values** – values and principles held by the individual);
- **Korporativ qadriyatlar**-ko'pincha axloq kodekslarida ko'rsatilgan xodim ishlaydigan tashkilotning qadriyatlari va tamoyillari (**Corporate values** – the values and principles of the organisation where the individual works, often laid down in ethical codes).
- **Kasbiy qadriyatlar**-bu shaxs a'zo bo'lgan professional tashkilotning qadriyatlari va tamoyillari, ko'pincha axloq kodekslarida bayon etiladi.

Jamiyat korxonalar noto'g'ri ish tutayotganiga ishongan joyda, xatti-harakatlarning minimal darajasini ta'minlash uchun qonunlar qabul

qilinishi mumkin. Bunga ekologik muammolar, kartellar va adolatsiz raqobat, shuningdek firibgarlik, insayder bitimlari, poraxo'rlik va korruptsiyani hal qilish uchun yaratilgan qonunlar misol bo'la oladi. Bu erda kelinglar kartel nimaligini tushunib olamiz.

Kartel (cartel)-bu etkazib berishni nazorat qilish yoki narxlarni tartibga solish yoki manipulyatsiya qilish maqsadida tovarlar yoki xizmatlar ishlab chiqaruvchilar guruhi o'rtasida rasmiy kelishuv asosida tashkil etilgan tashkilot.⁹¹

Axloqiy dilemmalar nima to'g'ri va nima noto'g'ri ekanligini noaniq tanlash bilan bog'liq. Bunday sharoitda odam to'g'ri tanlov qilish uchun maslahat so'rash va o'z instinktlariga ishonishdan boshqa ko'p ish qila olmaydi.

Shuni yodda tutingki, qonunlar insonga axloqiy muammoni hal qilishda yordam berishi shart emas-haqiqatan ham, jamiyatning ko'plab a'zolari o'zlarining shaxsiy axloq qoidalarini ma'lum bir qonunga rioya qilish ziddiyatli vaziyat kelganda, o'zlarini tushunarsiz holatda his qilishadi. Shunga qaramay, kasbiy majburiyatlar qonunga zid bo'lgan hollarda, ACCA kengashi aniq – qonuni har doim ustunlik qiladi.

Etika va shartnoma majburiyatlari (Ethics and contractual obligations). Shartnoma majburiyatlari qonunda belgilangan majburiyatlardan farq qiladi, chunki jismoniy shaxs shartnomani ixtiyoriy ravishda tuzadi; qonunda belgilangan majburiyat-larda ixtiyoriylik elementi yo'q.

Bu shuni anglatadiki, jismoniy shaxs qonunni buzmasdan shartnoma majburiyatlarini buzishi mumkin. Shu sababli, shartnoma majburiyatlariga zarar etkazadigan bo'lsa ham, professional axloq qoidalariga rioya qilish kerak. Mantiqan, bu shuni anglatadiki, kasbiy axloqni buzish yoki mehnat shartnomangiz shartlarini tanlashni hisobga olgan holda, siz kasbga ustuvor ahamiyat berishingiz kerak. Qonun va mehnat sudlari ish beruvchisi undan kasbiy axloqni buzishni talab qilgan xodimni qo'llab-quvvatlaydi-muammo shundaki, ko'plab xodimlar bunday masalalar bo'yicha sudga murojaat qilishni xohlamaydilar.

Axloqiy ziddiyatlarga misollar (Examples of ethical tensions).

⁹¹ <https://www.investopedia.com/terms/c/cartel.asp>

Quyida qiymat to'plamlari o'rtasida qanday **axloqiy ziddiyatlar** paydo bo'lishim mumkinligi haqida misollar keltirilgan.

(a) Ijtimoiy qadriyatlar va korporativ qadriyatlar (Societal values and corporate values).

Ish beruvchi shaxsdan noqonuniy harakat qilishni so'rashi mumkin, masalan, nogiron yoki etnik kelib chiqishi bo'lgan xodimni kamsitish.

(b) Shaxsiy qadriyatlar va korporativ qadriyatlar (Personal values and corporate values).

Jismoniy shaxs o'z tashkilotining ayrim faoliyatiga, masalan, chet el fabrikalarida bolalar mehnatidan foydalanilmasligi mumkin. Noqonuniy bo'lmasa-da, bu ularning axloqiy e'tiqodlariga ziddir.

(c) Professional qadriyatlar va korporativ qadriyatlar (Professional values and corporate values).

Ish beruvchi shaxsni boshqa lavozimga o'tkazib, undan foyda ko'rsatkichini yaxshilash uchun hisob-kitoblar schyotlarida o'zgartirish kiritishni talab qilishi mumkin. Bunday tuzatishlar ularning buxgalteriya organining xulq-atvor kodeksiga ziddir.

Axloqiy dilemmani aniqlash (Spotting an ethical dilemma).

Professional hayoti davomida buxgalterlar ularni axloqiy dilemma yoki manfaatlar to'qnashuviga olib keladigan vaziyatlarga duch kelishadi. Quyidagi savollar kelajakda muammolarni aniqlash qobiliyatingizni rivojlantirishga yordam beradi. Ko'rib chiqilayotgan axloqiy tamoyillarni aniqlash uchun taqdim etilgan ma'lumotlardan foydalaning.

IMTIHON DIQQAT MARKAZIDA (EXAM FOCUS POINT).

Ushbu sohadagi imtihon savollariga javob berishning kaliti ACCA ning asosiy tamoyillarini qo'llashdir. Bundan tashqari, ehtimol siz vaziyat axloqsiz yoki yo'qligini his qilasiz. O'zingizning xulosangizga kelish uchun printsiplar va instinktingizdan foydalaning.

SAVOL (QUESTION) Vaqt bosimi (time pressure). Ushbu oy uchun boshqaruv hisobotlarini to'ldirish uchun vaqtingiz yo'q. Muhim savdo ma'lumotlari savdo guruhi tomonidan odatda o'z vaqtida taqdim etiladi, shunda siz uni yakuniy raqamlarga nimani kiritishingiz

mumkin. Ushbu oyning savdo hisoboti xodimlarning kasalligi sababli kechikish bilan taqdim etiladi va siz moliyaviy direktorga hisobot berishdan bir necha soat oldin ma'lumot olasiz.

Javob. Bu erda birdamlik muammosi paydo bo'ladi. Ushbu ma'lumotni boshqaruv hisobotlariga kiritishga vaqtingiz bo'lishi mumkin bo'lsa-da, uning to'g'riligini ham tekshirishingiz dargumon. Shunday qilib, siz moliyaviy direktorga bir oylik sotuvlar to'g'risida noto'g'ri ma'lumot berish xavfini tug'dirasiz.

SAVOL (QUESTION) Soliq maslahati (Tax advice)

Tushlik tanaffus vaqtida kompaniyangizning kadrlar bo'yicha menejeri sizga yordam so'rab murojaat qildi. U yaqinda katta miqdordagi pulni meros qilib oldi va sizdan meros solig'i va kapitaldan olinadigan soliq bo'yicha majburiyatlarini hisoblashingizni xohladi. Shuningdek, u sizdan pulni qanday investitsiya qilish kerakligi haqida maslahat so'radi.

Javob. Bu erda professional kompetentsiya va tegishli g'amxo'rlik haqida gap ketayapti. Agar siz soliq mutaxassisi bo'lmasangiz, soliq majburiyatlarini hisoblash uchun etarli malakaga ega bo'lmasligingiz mumkin. Moliyaviy maslahat berish minamaydoni bo'lishi mumkin va buni amalga oshirishdan oldin moliyaviy xizmatlar qoidalariga muvofiq malaka olishingiz kerak bo'lishi mumkin. Agar siz kerakli malakaga ega bo'lsangiz ham, ehtimol siz to'g'ri g'amxo'rlik qila olmaysiz, chunki siz bergan har qanday maslahat joyida bo'ladi va siz bu masalani etarlicha batafsil tushuna olmaysiz.

SAVOL (QUESTION) Bayram muqovasi (holiday cover).

Sizdan hamkasblaringizdan biri ta'tilda bo'lganida uning vazifalarini o'z zimmangizga olishingiz so'ralgan. Ushbu vazifalaridan biri shundan iboratki oy hisoboti bo'yicha yig'ilish o'tkazishdan bir necha kun oldin bo'lim rahbarlariga boshqaruv hisobotlarni taqdim etishdan iborat. Ketishdan oldin hamkasbingiz sizga: "hisob-fakturalarni shunchaki chop eting va ularni har bir menejerning stol ustiga qo'ying", dedi.

Javob. Bu erda maxfiylik haqida gap ketayapti. Boshqaruv hisoblari odatda faqat yuqori menejment uchun mo'ljallangan, shuning uchun siz ularning boshqa birovning qo'lga tushib qolish xavfini

kamaytirishingiz kerak. Himoyalanmagan nusxalarni stolga qo'yib, siz ularni himoyasiz qoldirasiz. Agar hujjatlarni memejerlar stoliga qoldirish kerak bo'lsa, u holda to'g'riroq, ularni to'g'ridan-to'g'ri tegishli shaxsga topshirilishi kerak yoki maxfiy konvertga muhrlangan holda taqdim etilishi kerak.

SAVOL (QUESTION) Ayyor reja (cunning plan)

Sizning moliya direktoringiz sizning kompaniyangizning etkazib beruvchilaridan birini sotib olishni rejalashtirgan jamoaga qo'shilishingizni so'radi. Usha kompaniya bosh buxgalteri sizning qadrdon maktab do'stingiz ekanligini moliya direktori biladi va sizdan "muvaffaqiyatli singdirishga yordam beradigan har qanday narsani aniqlashga harakat qilishingizni so'radi, ammo bu sir bo'lib qolishi kerak".debiltomos qiladi.

JAVOB (ANSWER). Bu erda uch turdagi muammo mavjud. Birinchidan, sizda manfaatlar to'qnashuvi bor, chunki moliya direktori sizdan bu vaziyatni sir tutishingizni so'rayapti, lekin siz do'stingizga nima bo'layotganini aytib berishingiz kerak deb o'ylayapsiz, chunki bu uning ishiga ta'sir qilishi mumkin.

Ikkinchidan, moliya direktori sizdan do'stingizni aldashingizni so'rayapti. Aldash-bu sizning axloqiy tamoyillaringizni buzadigan professional bo'lmagan xatti-harakatlar. Shunday qilib, vaziyat sizga ikkita qarama-qarshi talabni qo'yapdi. Shuniesda tutish kerakki, hech bir ish beruvchi sizdan axloq qoidalariningizni buzishingizni so'ray olmaydi.

Va nihoyat, sizning axloq prinsiplaringizni buzishingizni so'rash, bu moliyaviy direktorning professional bo'lmagan xatti-harakatidir. Siz bu haqda tegishli organga xabar berishni o'ylab ko'rishingiz kerak.

SAVOL (QUESTION) Bonus vaqt (Bonus time)

Sizning kompaniyangizda xarajatlarni tejash tashabbusi mavjud bo'lib, unda bir yil ichida eng ko'p pul tejagan bo'lim boshlig'i mukofot oladi. Sizning vazifangiz har bir bo'limdan xarajatlarni tejash ma'lumotlarini to'plash va natijalarni moliya direktoriga taqdim etishdan iborat.

Tadbir tugagandan so'ng, muvaffaqiyatli bo'lim boshlig'i sizga sevimli musiqiyguruhingizning sotilgan konsertiga chiptalarni beradi.

JAVOB (ANSWER). Bu erda ob'ektivlik masalasi haqida gap ketayapti. Boshqa bo'lim rahbarlari sovg'ani shunchaki "tuzatish" yoki "maxsus xizmatlar"ni bajarganligingiz uchun taqdirlash sifatida o'ylashlari mumkin. Bu sizning kelajakdagi ishingizga ham ta'sir qilishi mumkin va shuning uchun siz rad etishingiz kerak.⁹²

IMTIHON DIQQAT MARKAZIDA (EXAM FOCUS POINT).

Ushbu sohadagi savollar ssenariydan printsipni aniqlashni talab qilishi mumkin.

Tayanch iboralar: qoidalar doirasi (Framework of rules), shaffoflik (Transparency), Jamiyat taraqqiyoti (Development of society), Qonun (The law), Axloq qoidalari (Ethics), Adolat (Fairness), fond bozori (stock market), narx (price), aksiyadorlar (shareholders), menejer, vasiy (trustee), ishonchli vakil, moddiy javobgar shaxs (accountability), xavf-hatar (risk), yaxlitlik (integrity), qadriyatlar va madaniyat (values and culture), kasbiy etika (professional ethics), Korporativ axloq kodeksi (A corporate code of ethics), fidoyilik (selflessness), ob'ektivlik (objectivity), xudbinlik (egoism), plyuralizm, tovlamachilik (extortion), poraxo'rlik (bribery), agressiv raqobat (distinction between), ekologiya auditi (environmental auditing), sifat (quality), mijozlar (customers), yetkazib beruvchilar (suppliers), ishonchlilik (reliability), vaqt jadvali (timeliness), mustaqillik (independence), skeptitsizm (scepticism), ijtimoiy javobgarlik (social responsibility), korporativ moliya (corporate finance, Korporativ javobgarlik siyosati (Corporate Responsibility Policies (CRP)), ahloqiy dilemlar (ethical dilemmas).

Glossariy

Shaffoflik (Transparency)-bu aktsiyadorlar va boshqa manfaatdor tomonlarga tegishli ma'lumotlarni ochiq va tushunarli tarzda oshkor qilish, shuningdek, qabul qilingan qarorlarga ta'sir qilishi mumkin bo'lgan ma'lumotlarni yashirmaslik.

⁹² Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. Part F: Professional ethics in accounting and business" 19-chapter "Ethical considerations" 504-507 p

Moddiy javobgar shaxs (Accountability) tashkilot (va uning direktorlari) amalga oshirayotgan haddi-harakatlari uchun ma'suliyatni his qilishi va ma'lum darajada javobgar bo'lishi.

"Halollik (Integrity)- to'g'ridan-to'g'ri ish yuritish va to'liqlikni anglatadi." Halollik deganda, boshqacha yo'l tutishga majbur qiladigan bosimdan qat'iy nazar, printsiplarga rioya qiladigan yuqori axloqiy fazilatlarga ega bo'lgan odam tushunilishim mumkin.

Vijdonlilik (Integrity) (shuni anglatadiki) davlat lavozimlarini egallaganshaxslar o'z vazifalarini bajarishda ularga ta'sir qilishi mumkin bo'lgan shaxslar yokitashkilotlar oldida o'zlarini biron bir moliyaviy yoki boshqa majburiyatlar bilan bog'lamasliklari.(Buyuk Britaniyaning Nolan qo'mitasi jamoat hayoti standartlari)⁹³

Axloq - ijtimoiy ongning muayyan shakli bo'lib, kishilarning ijtimoiy va shaxsiy hayotida bir-birlariga bo'lgan munosabatlarining, ya'ni xatti-harakat printsiplari va normalarining yig'indisidir. Axloq so'zi, tushunchasi ham arabcha bo'lib, xulq so'zining ko'pligidir.⁹⁴

Muvofiqlikka asoslangan yondashuv (Compliance-based approach) bubirinchi navbatda, kompaniyaning qonun xatiga muvofiq harakat qilishini va qoidabuzarliklarning oldini olish, aniqlash va jazolashni ta'minlashga qaratilgan.

Etika – grekcha-yunoncha «ethos» degan so'zdan olingan bo'lib, buningma'nosi xulq-atvor demakdir. Etika: xulq-atvorni belgilaydigan axloqiy tamoyillarto'plami.

Biz qarzni texnik jihatdan **deontologiya** deb ataladigan axloqiy yondashuvning belgisi sifatida ishlatamiz (bu yunoncha "**qarz**" bilan deyarli bir xil ma'noni anglatadi).

Relativizm-bu qabul qilingan axloq prinsiplari va amaliy yondashuvlar o'z ichida mujassamlashtirgan qarashlarning keng doirasi.

Relyativistik yondashuv shuni anglatadiki, barcha axloqiy bayonotlar mohiyatan sub'ektivdir va ma'ruzachining madaniyati, e'tiqodi yoki his-tuyg'ularidankelib chiqadi.

⁹³ Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. Part F: Professional ethics in accounting and business” 19-chapter “Ethical considerations” 480-491 p

⁹⁴ <https://elib.buxdu.uz/index.php/pages/referatlar-mustaqil-ish-kurs-ishi/item/9177-2020-12-21-13-53-47>

Absolyutizm-bu barcha vaziyatlarda, har doim va barcha jamiyatlarda qo'llaniladigan doimiy axloqiy tamoyillar to'plami mavjud degan qarashlar majmuasi.

Baholash (Valuation services)- kelajakdagi o'zgarishlarga oid taxminlarni qabul qilishni, ma'lum metodologiyalar va texnikalarni qo'llashni va ma'lum bir qiymatni hisoblash uchun ikkalasini birlashtirishni o'z ichiga oladi yoki aktiv, majburiyat yoki umuman biznes uchun qiymatlar oralig'i⁹⁵

Korporativ moliya (Corporate finance) korporatsiyaning kapital tuzilishi, shu jumladan uni moliyalashtirish va kompaniya qiymatini oshirish uchun rahbariyat tomonidan amalga oshiriladigan harakatlar bilan shug'ullanadi. Korporativ moliya, shuningdek, moliyaviy resurslarni birinchi o'ringa qo'yish va taqsimlash uchun ishlatiladigan vositalar va tahlillarni o'z ichiga oladi.⁹⁶

Professional skeptitsizm-bu ishonchni ta'minlaydigan vazifani bajarishda xatolarni aniqlaydigan yoki moliyaviy voqealar va boshqa voqealarni shubha ostiga qo'yadigan vaziyatga tayyor ruhiy holat. Bu, asosan , auditorni har qanday vaziyatda hushyor bo'lishga majbur qiladigan professional mulohaza va mahoratidir.⁹⁷

Biznesda etika (Ethics in business):"axloq qoidalarini biznes xatti- harakatlarida qo'llash".⁹⁸

Korporativ javobgarlik siyosati (Corporate Responsibility Policies (CRP))- bu korxona xizmatlari jamiyat uchun foydali va axloqiy bo'lishini ta'minlaydigan korporativ yondashuv.⁹⁹

Biznes etikasi (Ethics in business) - korporativ boshqaruv, insayder savdosi, poraxo'rlik, kamsitish, korporativ ijtimoiy javobgarlik, ishonchli majburiyatlar va boshqalarni o'z ichiga olgan potentsial nizoli masalalar bo'yicha tegishli biznesiyosati va amaliyotini o'rganadi.¹⁰⁰

⁹⁵ Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. Part F: Professional ethics in accounting and business" 19-chapter "Ethical considerations" 483-491 p

⁹⁶ <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/fpa/corporate-finance-industry/>

⁹⁷ https://www.readyratios.com/reference/audit/professional_skepticism.html

⁹⁸ Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. Part F: Professional ethics in accounting and business" 19-chapter "Ethical considerations" 502 p

⁹⁹ <https://surabhigwl.medium.com/types-of-corporate-social-responsibility-programs-2a46d6b3edd2>

¹⁰⁰ <https://www.investopedia.com/terms/b/business-ethics.asp>

Axloqiy dilemmalar (Ethical dilemmas)-bu ikkita axloqiy qadriyatlar yoki talablar bir-biriga mos kelmaydigan holatlar.¹⁰¹

Kartel (cartel)-bu etkazib berishni nazorat qilish yoki narxlarni tartibga solish yoki manipulyatsiya qilish maqsadida tovarlar yoki xizmatlar ishlab chiqaruvchilar guruhi o'rtasida rasmiy kelishuv asosida tashkil etilgan tashkilot.¹⁰²

¹⁰¹ Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. Part F: Professional ethics in accounting and business” 19-chapter “Ethical considerations” 504 p

¹⁰² <https://www.investopedia.com/terms/c/cartel.asp>

IX BOB. BUXGALTERIYA HISOBI VA TARTIBGA SOLUVCHI HUQUQIY, ME'YORIY HUJJATLAR

9.1.Buxgalter kasbini tartibga soluvchi xalqaro va milliy huquqiy, me'yoriy hujjatlar.

9.2.Xalqaro amaliyotda va mamalakatimizda kompaniyalar javobgar bo'lgan hokimiyat organlari.

9.3.Moliyaviy hisobotlarni tartibga soluvchi me'yoriy hujjatlar.

9.1.Buxgalter kasbini tartibga soluvchi xalqaro va milliy huquqiy, me'yoriy hujjatlar.

O'zbekiston Respublikada buxgalteriya hisobini tartibga soluvchi huquqiy me'yoriy hujjatlarga quyidagilar kiradi:

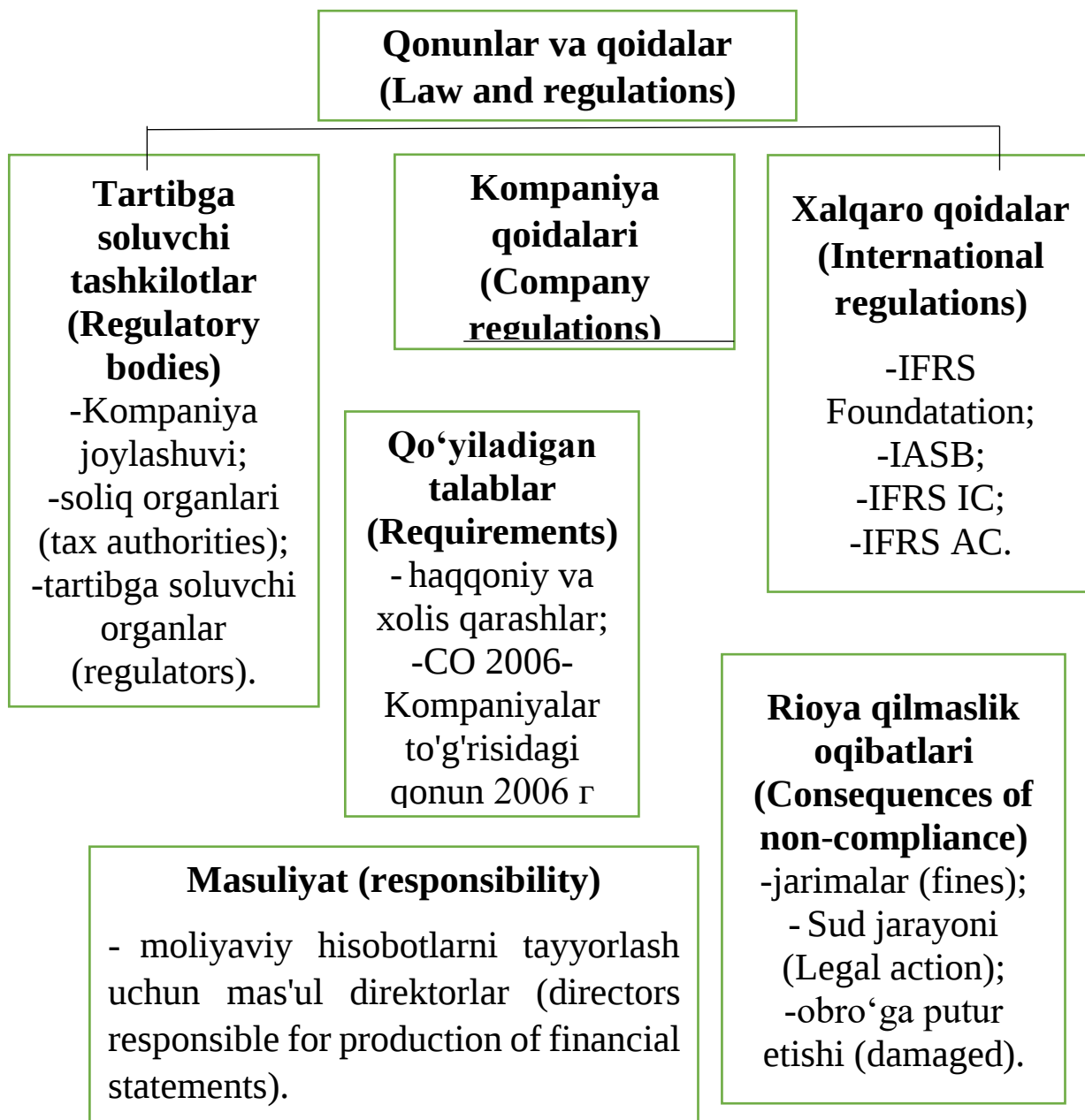
1. 01.05.2023 y. O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi;
2. 04.2016 yildagi O'RQ-404-son "Buxgalteriya hisobi to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasining Qonuniga o'zgartirish va qo'shimchalar kiritish haqida, O'zbekiston Respublikasining Qonuni. onunning maqsadi buxgalteriya hisobini tashkil etish, yuritish va hisobotni tuzish sohasidagi munosabatlarni tartibga solishdan iborat;
3. 01.01.2020 y. O'zbekiston Respublikasining Soliq kodeksi. Ushbu Kodeks soliqlar va yig'implarni belgilash, joriy etish va bekor qilishga, hisoblab chiqarish hamda to'lashga doir munosabatlarni, shuningdek soliq majburiyatlarini bajarish bilan bog'liq munosabatlarni tartibga solidi;
4. 30.04.2023 yildagi O'zbekiston Respublikasining Mehnat kodeksi. Ushbu Kodeks xodimlar, ish beruvchilar va davlat manfaatlarining muvozanatini ta'minlash hamda ularni muvofiqlashtirish asosida yakka tartibdagi mehnatga oid munosabatlarni va ular bilan bevosita bog'liq bo'lgan ijtimoiy munosabatlarni tartibga solidi;
5. 22.04.2016 y. O'zbekiston Respublikasining Bojxona kodeksi. Ushbu Kodeks O'zbekiston Respublikasining bojxona chegarasi orqali tovarlarni va transport vositalarini olib o'tish, bojxona to'lovlarini

undirish, bojxona rasmiylashtiruvi, bojxona nazoratini amalga oshirish, shuningdek bojxona to'g'risidagi qonunchilikni buzish hollarining oldini olish, ularni aniqlash va ularga chek qo'yish tartibini belgilash bilan bog'liq munosabatlarni tartibga solidi;

6. 01.11.2019 yildagi O'RQ-578-son "To'lovlar va to'lov tizimlari to'g'risida"gi, O'zbekiston Respublikasining Qonuni. Ushbu Qonunning amal qilishi to'lov xizmatlarini yetkazib beruvchi va to'lov xizmatlaridan foydalanuvchi bo'lgan jismoniy va yuridik shaxslar o'rtasida to'lovlarni amalga oshirish hamda to'lov xizmatlari ko'rsatish chog'ida yuzaga keladigan munosabatlarga nisbatan tatbiq etiladi;

7. 24.02.2020 yildagi PQ-4611-son "Moliyaviy hisobotning xalqaro standartlariga o'tish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori. Farmonning amal qilishi Moliyaviy Hisobotning Xalqaro Standartlariga (keyingi o'rinlarda — MHXS) o'tishni jadallashtirish orqali xorijiy investorlarni zarur axborot muhiti bilan ta'minlash va xalqaro moliya bozorlariga kirish imkoniyatlarini kengaytirish, shuningdek, hisob va audit sohalari mutaxassislarini xalqaro standartlar bo'yicha tayyorlash tizimini takomillashtirish.

Kaplan Publishing BT Study Text 2020-21. ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RU Level 4) Business and Technology (BT/FBT).). Chapter 12 "Law and regulation governing accounting"da buxgalter kasbini tartibga soluvchi xalqaro huquqiy, me'yoriy hujjatlar quyidagicha tavsiflanadi (9.1.1-rasmga qarang.).



9.1.1.-rasm. Buxgalteriya hisobini tartibga soluvchi qonunlar va qoidalarning maqsadlari

Biz biznes sub'ektlarida buxgalteriya hisobini tashkil etish va yuritishni tartibga soluvchi yana bir qator qonun hujjatlarini ko'rib chiqishimiz mumkin. Har bir qonun buxgalteriya kasbining majburiyatlari va huquqlarini belgilaydi.

Yuqorida aytib o'tilganidek, kompaniyalar kompaniyalar to'g'risidagi qonun (yoki unga tenglashtirilgan) va ular faoliyat yuritayotgan mamlakatning solliq organlari talablariga rioya qilishlari kerak.

Biroq, buxgalterlik kasbi o'z-o'zini tartibga solishga intiladi, ya'ni u qonunchilikka tayanishdan ko'ra o'z qoidalarini chiqarishni va muammolarni mustaqil ravishda hal qilishni afzal ko'radi.

Bu kompaniyalarni nafaqat o'z mamlakatlarining korporativ qonunchiligi talablariga, balki o'z mamlakatlaridagi buxgalteriya kasbi bilan bog'liq bo'lgan standartlarni belgilovchi turli organlarning talablariga ham rioya qilishga majbur qildi.

1970-yillarga kelib, bu dunyoning turli mamlakatlarida turli xil buxgalteriya standartlari qo'llanilganligini sababli, Xalqaro investorlar uchun turli mamlakatlardagi kompaniyalarning moliyaviy hisobotlarini taqqoslash tobora qiyinlashib borar edi. Ushbu muammoni hal qilish uchun xalqaro moliyaviy hisobot standartlari jamg'armasi (IFRS) tashkil etildi, uning maqsadi turli mamlakatlarda buxgalteriya hisobi standartlarini uyg'unlashtirishga (ya'ni o'xshashroq qilishga) harakat qilish edi.

IFRS fondining roli (The role of The IFRS Foundation). IFRS jamg'armasi (IFRS Foundation) IFRS Kengashining nazorat organi hisoblanadi va boshqaruv masalalari va har bir a'zo organi to'g'ri moliyalashtirishni ta'minlash uchun javobgardir.

Kompaniya tartibga solishning quyidagi omillar asosida tartibga solinadi:

- Kompaniya qonuni;
- Buxgalteriya tushunchalari va individual qarorlari;
- Buxgalteriya hisobi standartlari;
- Yevropa Ittifoqi qonunlari;
- Boshqa xalqaro nizomlari;
- Umumiy qabul qilingan buxgalteriya hisobi qoidalari (Generally Accepted Accounting Practice GAAP).

Kelinglar ushbu tushunchalarni birma-bir yoritib beraylik.

2006 yil Buyuk Britaniyada qabul qilingan «Kompaniyalar to'g'risida»gi qonun asosida tartibga solinadi. (Buyuk Britaniya kompaniyalari to'g'risidagi qonun 2006 yil yoki CA 2006 yil) har yili hisobotlarni tayyorlash va nashr etish shu qonunga muvofiq amalga oshiriladi. Buyuk Britaniya hisobot shakli va mazmuni CA tomonidan,

birinchi navbatda, tartibga solinadi va buxgalteriya standartlarga mos kelishi kerak. CA 2006 moliyaviy hisobotlarni tayyorlash uchun kompaniyalardan buxgalteriya hisobini to'g'ri yuritishni talab qiladi. Keyin ushbu bayonotlar tekshirilishi va topshirishdan oldin auditorlik hisoboti qo'shilishi talab qilinadi. Ushbu moliyaviy hisobotlar keyinchalik jamoatchilik a'zolari tomonidan tekshirilishi kerak. Kompaniya buxgalteriya hisobini to'g'ri yuritmaganligi yoki yil tugaganidan keyin qonuniy muddat ichida moliyaviy hisobotlarni topshirmaganligi uchun jarimaga tortilishi mumkin.

Buxgalteriya tushunchalari va individual qarorlari. Moliyaviy jadvallar fundametal buxgalteriya tushunchalari bir qator tamoyillar asosida tayyorlanadi (ular Buyuk Britaniya «Kompaniyalar to'g'risida»gi qonun deyiladi yoki buxgalteriya tamoyillari 2006). Moliyaviy hisobotdagi ko'plab raqamlar ushbu tushunchalarni amalda qarorni qo'llashdan kelib chiqadi.

Buyuk Britaniya kompaniyalari to'g'risidagi Qonunning alohida e'tiborga ega bo'lgan boshqa sohalariga quyidagilar kiradi, ular xususiy yoki davlat kompaniyalariga murojaat qilishadi.

2006 yilgi kompaniyalar to'g'risidagi qonundagi yangi xususiyatlar, masalan, xususiy kompaniyalarga o'ziga xos ta'sir ko'rsatadi:

- Aktsiyadorlar yozilgan qarorlari oddiy, emas, balki bir ovozdan ko'pchilik talab qiladi.
- Direktorlar aktsiyalarning faqat bitta sinfiga ega, aktsiyalarni ajratish bo'yicha cheksiz vakolatlarga ega.
- Kompaniya o'z aktsiyalarini sotib oluvchilarga moliyaviy yordam ko'rsatishi mumkin.
- Kompaniya o'z ustav kapitalini sud qarorisiz kamaytirishi mumkin.
- Hisobvaraqlarni topshirish muddati moliyaviy yil oxiridan boshlab 9 oygacha qisqartiriladi (ilgari 10).

Buyuk Britaniya kompaniyalari to'g'risidagi Qonunning boshqa xususiyatlari faqat jamoat kompaniyalariga ta'sir qiladi, shu jumladan:

- Yillik hisobotlar va hisob-kitoblarga (Agar London Fond

birjasining asosiy taxtasida ko'rsatilgan bo'lsa), shu jumladan ekologik masalalar, kelajakdagi rivojlanish va ijtimoiy masalalarga talablar qo'shildi.

- Asosiy kengash korxonalarda yillik yig'ilish o'tkazishi va moliyaviy yil tugaganidan keyin 6 oy ichida hisob raqamlarini taqdim etishi kerak.

- Institutlar kelajakda qanday ovoz berganligini oshkor qilishlari kerak bo'lishi mumkin.

- Kompaniyalar moliyaviy hisobotlarda, ya'ni yirik xaridlarni oshkor qilishda ko'proq shaffoflikka ega bo'lishga majbur.

1970-1990 yillarda standartlar (standart buxgalteriya amaliyoti bayonotlari yoki SSAPs) buxgalteriya standartlari qo'mitasi tomonidan ishlab chiqilgan. Biroq, ushbu standartlar kompaniyalar bo'shliqlarni topish juda oson bo'lgan batafsil qoidalar bilan juda bog'liq ekanligi sezildi.

Buxgalteriya standartlari qo'mitasi 1990 yilda moliyaviy hisobot Kengashi tomonidan almashtirildi. Uning sho'ba korxonasi buxgalteriya standartlari Kengashi (Accounting Standards Board ASB) nozik tafsilotlar bilan emas, balki printsiplar bilan bog'liq standartlarni ishlab chiqaradi. Ushbu standartlar Moliyaviy Hisobotning Xalqaro standartlari (FRSs) deb nomlandi.

SSAPs standartlarining ba'zilarining nomlanishi FRSs bilan almashtirilgan bo'lsa-da, bugungi kungacha o'z dolzarbligini yo'qotmagan. Birlashtirilgan kompaniyalar natijalarini hisobga olish bo'yicha standartlar buxgalteriya amaliyotining (SSAP) birinchi bayonoti (SSAP 1) 1971 yil yanvar oyida chiqarilgan. Jami 34 ta bayonot (yoki qayta ko'rib chiqilgan bayonotlar) 1971-1990 yillarda chiqarilgan.

SSAPs tavsiyalariga binoan ICAEW va boshqa buxgalteriya organlari tomonidan tasdiqlangan va chiqarilgan buxgalteriya standartlarining oldingi avlodi edi.

Yangi tashkil etilgan ASB birinchi qarorlaridan biri ASC tomonidan chiqarilgan bir qator SSAPslarni qabul qilish edi, shunda ular 1985 yilgi kompaniyalar to'g'risidagi qonunga binoan buxgalteriya

standartlarining huquqiy ta'rifiga kiritildi. Binobarin, ba'zi SSAPs bugungi kunda ham amal qiladi.

1987 yil noyabrda CCAV ser Ron Dearingni standart sozlash jarayonini ko'rib chiqish uchun tayinladi. Yakuniy hisobot buxgalteriya hisobi standartlarini ishlab chiqish: ko'rib chiqish qo'mitasining hisoboti (1988 yil sentyabr oyida nashr etilgan) moliyaviy hisobot Kengashi, buxgalteriya hisobi standartlari Kengashi va ko'rib chiqish panelini (Accounting Standards Board and the Review Panel) tashkil etishni tavsiya qildi.

1990 yil hukumat yangi moliyaviy hisobot Kengashi (Financial Reporting Council (FRC)) tashkil etilganligini e'lon qildi. FRC ikki yordamchi organlar orqali yaxshi moliyaviy hisobotlarni targ'ib qilishda ayblangan: 1 avgust 1990 da ASC o'rnini egallagan buxgalteriya standartlari Kengashi va moliyaviy hisobotlarni ko'rib chiqish paneli ((FRRP) tashkil etilgan.

Moliyaviy hisobotlarni ko'rib chiqish paneli (Financial Reporting Review Panel (FRRP)) yirik kompaniyalar tomonidan buxgalteriya standartlaridan chiqib ketishni tekshirish va so'roq qilish bilan bog'liq.

Uni yaratishda buxgalteriya standartlari Kengashi (Accounting Standards Board (ASB)) ASC tomonidan chiqarilgan bir qator SSAPslarni qabul qildi, shunda ular buxgalteriya hisobi standartlarining qonuniy ta'rifiga binoan kompaniyalar to'g'risidagi qonun 1985 yil. 1990 yildan boshlab ASB tomonidan ishlab chiqilgan barcha buxgalteriya standartlari moliyaviy hisobot standartlari (FRS) sifatida chiqarildi.

Yangi tashkil etilgan ASB 1991 yilda birinchi yig'ilishini o'tkazgan Favqulodda masalalar bo'yicha tezkor guruh (Urgent Issues Task Force (UITF)) yordam berdi. Favqulodda masalalar bo'yicha ishchi guruh (UITF) nizolar yoki buxgalteriya hisobi standarti yoki kompaniyalar to'g'risidagi Qonunning qoniqarsiz talqini mavjud bo'lgan yoki kelajakda rivojlanishi mumkin bo'lgan sohalarni tekshirish uchun tashkil etilgan.

1991 yil 24 iyulda chop etilgan qo'shimcha foizlar/mukofotlar-UITF tomonidan chiqarilgan birinchi mavhum konvertatsiya qilingan

obligatsiyalar edi.

Buxgalteriya hisobi standartlari va qonun (Accounting standards and the law). Moliyaviy hisobotlarning maqsadi-kompaniyaning moliyaviy faoliyati va mavqei to'g'risida ma'lumot berish, hozirgi yoki istiqbolli manfaatdor tomonlarga ishonchli moliyalashtirish qarorlarini qabul qilishda yordam berish. Bu kompaniyaning ular bilan asosiy aloqa vositasidir.

Demak, yozuvlarda keltirilgan ma'lumotlar tegishli, ishonchli, aniq va taqqoslanadigan bo'lishi kerak. Uni ta'minlash uchun kompaniyalar mintaqaviy qabul qilingan buxgalteriya standartlariga rioya qilishni boshladilar. Biroq, mamlakatlar bo'ylab turli kompaniyalarni taqqoslash ularning buxgalteriya ko'rsatmalarida bir xillik yo'qligi sababli qiyinlashdi. Natijada, kompaniyalar turli yurisdiksiyalar uchun bir nechta moliyaviy hisobot to'plamini tayyorlashlari kerak edi.

Bir nechta mamlakatlarda mavjud bo'lgan ko'p millatli kompaniyalarning paydo bo'lishi bilan global buxgalteriya tizimiga ehtiyoj kuchaydi. Bu IASB shakllanishiga sabab bo'ldi. IASB moliya, audit, buxgalteriya hisobi standartlari va ta'lim bo'yicha gibril mutaxassislarga ega mustaqil guruhdir. Kengash a'zolarining vazifasi moliyaviy buxgalteriya standartlarini chiqarish va nashr etishdir.

IASB faqat moliyaviy hisobotlarni, biznes operatsiyalarini va xorijiy investitsiyalarni uzluksiz qayta ishlash, talqin qilish va tushunishni ta'minlaydigan xalqaro moliyaviy hisobot tizimini ishlab chiqish maqsadida yaratilgan.

IASB buxgalteriya hisobi uchun umum e'tirof etilgan printsiplar doirasini belgilaydigan IAS va keyinchalik IFRSni joriy qildi.

IFRS buxgalteriya standartlari va amaliyotini belgilaydi, unga rioya qilgan har bir kompaniya rioya qilishi kerak. Bu hisob kitoblarida biznes operatsiyalarini qayd etishda kuzatilishi kerak bo'lgan qoidalar kitobi. Shuningdek, u moliyaviy hisobotda shaffoflik va izchillikni ta'minlaganligi sababli, hukumatlar undan to'g'ridan-to'g'ri va bilvosita xorijiy investitsiyalarni tartibga solish uchun foydalanadilar. U butun dunyo bo'ylab qabul qilinadi, chunki u kapitalning erkin oqimini

osonlashtiradi. Buning sababi shundaki, xalqaro miqyosda tasdiqlangan standartlarga rioya qilish bunday investitsiyalar bilan bog'liq buxgalteriya xatarlarini yo'q qiladi.

Biroq, Aqsh hukumati GAAPni o'z kompaniyalariga tatbiq etishini unutmaydi. Buni rioya qiladilar, shuning uchun, Aqsh GAAP standartlari va IFRS keng tarqalgan munozaralar bor. IFRS standartlari GAAP nisbatan uzoq va moslashuvchan bo'lgan. Printsipga asoslanganligi sababli, uning qoidalari bir nechta talqinlarga ochiq. Biroq, IFRS ham, GAAP ham moliyaviy hisobotlarni yuritishda bir xillik va ochiqlikning umumiy maqsadiga xizmat qiladi.

GAAP (umumiy qabul qilingan buxgalteriya tamoyillari) buxgalteriya hisobi va moliyaviy hisobot uchun standartlashtirilgan ko'rsatmalardir. Kompaniyaning moliyaviy hisobotini tayyorlashda ushbu tamoyillarga amal qilish kerak.

Bu Aqsh qimmatli qog'ozlar va birja komissiyasi tomonidan majburiy bo'lgan (SEC) ommaviy kompaniyalar hisobot uchun GAAP moliyaviy hisobot uchun tegishli tasnif va o'lchov mezonlarini belgilaydi. Ushbu tamoyillar investorlarga turli xil korxonalarining moliyaviy ko'rsatkichlarini taqqoslashda yordam beradi. Bu shaffoflik va aniqlikni ta'minlaydigan qonuniy protseduradir.

Oddiy so'zlar bilan aytganda, umumiy qabul qilingan buxgalteriya tamoyillari odatda ishlatiladigan qoidalar va protseduralar to'plamidir. Bu kompaniya yoki firmaning moliyaviy hisobotini tayyorlashda amal qilinadigan printsiplardir. Ular daromadlar to'g'risidagi hisobotlarni, balanslarni va pul oqimlari to'g'risidagi hisobotlarni tayyorlash uchun asos yaratadilar. Shunday qilib, ular soliqqa tortish jarayoniga yordam beradi. Bundan tashqari, ushbu tamoyillar moliyaviy hisobotlarni to'g'ri tasniflash va o'lchash mezonlarini boshlaydi. Oxir oqibat, investorlar turli firmalar va ularning moliyaviy ko'rsatkichlari to'g'risida yaxshiroq tasavvurga ega bo'lishadi.

Quyida ushbu buxgalteriya standartining asosini tashkil etadigan 10 GAAP tamoyillari berilgan:

1-muntazamlik printsipi: bu buxgalterning umumiy qabul qilingan buxgalteriya tamoyillari normalariga rioya qilganligiga ishonch hosil

qiluvchi asosiy printsiptir.

2-muvofiqlik printsipti: kompaniya moliyaviy holat to'g'risida hisobot berish uchun umumiy qabul qilingan buxgalteriya tamoyillari yoki IFRS kabi yagona buxgalteriya standartini qabul qilishi kerak. Bu tartibsizlikni oldini oladi. Shuningdek, ushbu tamoyillar turli davrlardagi moliyaviy hisobotlarni taqqoslashni osonlashtiradi, shuning uchun har doim tashkilot boshqa buxgalteriya standartiga o'tganda, ular sababini aniq ko'rsatishlari shart. Bu moliyaviy hisobotda izoh sifatida qayd etilgan.

3-samimiylik printsipti: barcha ma'lumotlarni talqin qilgandan so'ng, buxgalter kompaniyaning moliyaviy holatini aniq ko'rsatishi kerak.

4-usullarning doimiyligi printsipti: buxgalter har gal bir xil hisob usulidan foydalanishi kerak. Standartlashtirish juda muhimdir, chunki ushbu hisobotlar ko'pincha qiyosiy tadqiqotlar uchun ishlatiladi.

5-qoplanmaslik tamoyili: moliyaviy hisobotning yagona maqsadi buxgalteriya hisobida shaffoflik bo'lishi kerak. Ijobiy yoki salbiy ma'lumotlardan qat'i nazar, shaffoflikni ta'minlash kerak.

6-ehtiyotkorlik printsipti: moliyaviy buxgalteriya spekulyatsiya uchun joy yo'q va har doim haqiqiy ma'lumotlarga ustun bo'lishi kerak.

7-uzluksizlik printsipti: bu tashvish bilan bog'liq bo'lib, bu biznes abadiy ishlashni davom ettiradi deb taxmin qiladi.

8-davriylik printsipti: moliyaviy hisobot ma'lum bir davrga, ya'ni tugash vaqtiga va boshlanish vaqtiga tegishli. Biznes operatsiyalari o'z vaqtida qayd etilishi kerak. Masalan; misol uchun, balansi har yili xabar qilinadi.

9-moddiylik printsipti: ushbu printsipti daqiqali xatolarni tuzatishga imkon beradi. Ya'ni, buxgalteriya hisobotlarini yuritishda esa, ba'zi kichik xatolar bo'lishi mumkin. Ushbu printsiptan bunday xatolarni sozlash uchun foydalanish mumkin.

10- yaxshi niyat printsipti: ushbu tamoyil biznes bitimida ishtirok etgan barcha tomonlarning halol va ishonchli ekanligidir.

Buxgalteriya jarayonida umumiy qabul qilingan buxgalteriya tamoyillarining qo'llanilishi kompaniyaning mutlaq moliyaviy holatini

aks etadi. Standartlashtirish shaffoflik darajasini saqlab, aktsiyadorlarga, investorlarga va kreditorlarga yordam beradi. Shunday qilib, bu tamoyillar investorlar va aktsiyadorlar ishonchini saqlab yordam beradi. Printsipalar, shuningdek, kreditorlarga tashkilotga kredit berish yoki bermaslik to'g'risida qaror qabul qilishga yordam beradi. Bunday shaffoflik, kurashayotgan firmalarga zarar yetkazishi mumkin.

GAAP-buxgalteriya hisobini tartibga soluvchi qoidalar to'plami. Qo'yidagi qoidalar kelib chiqishi mumkin:

- Kompaniya qonuni (asosan CA 2006);
- Buxgalteriya hisobi standartlari;
- Boshqa mamlakatlarda (xususan, Aqshda) buxgalteriya hisobining xalqaro standartlari va qonuniy talablari;
- Fond birjasining talablari.

Kompaniyalar to'g'risidagi qonun 2006 yil (c 46) Birlashgan Qirollik parlamentining asosiy manbasini tashkil etadi. Buyuk Britaniya kompaniyasi qonuni. Qonun bosqichma-bosqich kuchga kirdi, yakuniy qoida 1 oktyabr 2009 yilda boshlandi.

Kompaniyalar to'g'risidagi qonun 2006 yil kompaniya hisobotlariga hisobvaraqlarga muvofiq tayyorlanganligi to'g'risida eslatma kiritishni talab qiladi va amaldagi standartlarga muvofiq tavsilotlari bilan tayyorlashni talab etadi. Ko'rib chiqish paneli va savdo va sanoat bo'yicha Davlat kotibi (The Review Panel and the Secretary of State for Trade and Industry) talabga javob bermaydigan hisobotlarni qayta ko'rib chiqish uchun sudga murojaat qilish huquqiga ega.

Ushbu qoidalar shuni anglatadiki, buxgalteriya standartlari endi qonun kuchiga ega, ularda oldin Nizom sifatida ishlatilar edi va qonuniy mavqega ega emas edi.

Birlashgan Qirollik Yevropa Ittifoqiga (EU)a'zo bo'lganidan beri, Yevropa Ittifoqi tomonidan qarorlari huquqiy talablarga rioya qilish shartligi talab qilindi. Buni Yevropa Ittifoqi ko'rsatmalarini amalga oshirish uchun buyuk Britaniya qonunlarini qabul qilish orqali amalga oshiradi. Masalan, Yevropa Ittifoqi Fond birjasida ro'yxatga olingan barcha kompaniyalar o'zlarining konsolidatsiyalangan moliyaviy hisobotlarini tayyorlashda xalqaro moliyaviy hisobot standartlaridan

(IFRS) foydalanishlari shart.

Xalqaro Buxgalteriya Standartlari Kengashi (International Accounting Standards Board). Moliyaviy buxgalteriya hisobiga muhim ta'sirlardan biri bu xalqaro buxgalteriya standartlari Kengashining (IASB) vujudga kelishi bilan bog'liq. IASB 1973 yilda moliyaviy hisobotni takomillashtirish va uyg'unlashtirish bo'yicha ish olib borish uchun tashkil etilgan va xalqaro buxgalteriya standartlari (IAS) deb nomlanuvchi bir qator standartlarni chiqargan.. Uning a'zolari professionnal buxgalteriya organlari. Xalqaro buxgalteriya standartlari Kengashi (International Accounting Standards Board (IASB)) IFRS jamg'armasining mustaqil buxgalteriya standartini belgilaydigan organidir.

Tashkilot 2001 yilda isloh qilinganligi sababli, u standartlarni takomillashtirish organi nomini IASC dan IASBga o'zgartirdi va uni nazorat qilish uchun asos yaratdi, dastlab IASC fondi deb nomlandi va 2010 yil o'rtalarida UFRS fondi deb nomlandi. Shuningdek, 2001 yilda yangi chiqarilgan standartlar IASC o'rniga IFRS deb nomlanishi va IASC/IASB standartlarining butun to'plami (shu jumladan 2001 yilgacha chiqarilgan IAS va shu vaqtdan beri chiqarilgan IFRS) IFRS deb ham nomlanishi to'g'risida qaror qabul qilindi. Xalqaro buxgalteriya standartlari qo'mitasi vorisi sifatida (International Accounting Standards Committee (IASC)). U xalqaro moliyaviy hisobot standartlarini (IFRS) ishlab chiqish va ulardan foydalanish va qo'llanilishini targ'ib qilish uchun javobgardir. IASB tashkiliy tuzilmasi 2000 yilda mayda qayta shakillantirilgan.

IASBning maqsadlari:

- Jahon kapitali bozorlari ishtirokchilariga va boshqa foydalanuvchilarga iqtisodiy qarorlar qabul qilishda yordam berish uchun moliyaviy hisobot va boshqa moliyaviy hisobotlarda yuqori sifatli, shaffof va taqqoslanadigan ma'lumotlarni talab qiladigan yuqori sifatli, tushunarli va amalga oshiriladigan global buxgalteriya standartlarining yagona to'plamini ishlab chiqish;
- Ushbu standartlardan foydalanish va qat'iy qo'llanilishini targ'ib qilish;

- Buxgalteriya hisobining Milliy standartlari va buxgalteriya hisobining xalqaro standartlarini yuqori sifatli yechimlarga yaqinlashtirish.

IFRS butun dunyo bo‘ylab moliyaviy hisobotlarni takomillashtirish va uyg‘unlashtirishga yordam berdi. Standartlardan foydalaniladi:

- Milliy talablar sifatida, ko‘pincha milliy jarayondan keyin;
- Barcha yoki ayrim milliy talablar uchun asos sifatida;
- O‘z talablarini rivojlantiradigan mamlakatlar uchun xalqaro mezon sifatida;
- Mahalliy va xorijiy kompaniyalar uchun tartibga soluvchi organlar tomonidan;
- Kompaniyalar tomonidan.¹⁰³

Buxgalteriya hisobida moliyaviy hisobot uchun turli xil standartlar qo‘llaniladi; ulardan foydalanish va qabul qilinishi mamlakat, sanoat va operatsiyalar ko‘lamiga qarab farq qiladi. Umumiy qabul qilingan buxgalteriya tamoyillari-bu kompaniyaning operatsiyalarini tayyorlash va hisobot berish bo‘yicha ko‘rsatmalar. Aqshda SEC ommaviy ro‘yxatga olingan kompaniyalardan ushbu standartlarga rioya qilishni talab qiladi. Ammo bu tamoyillar global miqyosda qabul qilinmaydi.

Aksincha, xalqaro moliyaviy hisobot standartlari (IFRS) buxgalteriya hisobi bo‘yicha ko‘rsatmalar butun dunyoda tan olingan. Ular xalqaro kompaniyalar uchun korporativ buxgalteriya hisobini osonlashtiradi. Shuning uchun, mahalliy tashkilotlar xalqaro miqyosda bo‘lganda, ular IFRSga murojaat qilishlari kerak.

9.2.Xalqaro amaliyotda va mamalakatimizda kompaniyalar javobgar bo‘lgan hokimiyat organlari.

Ko‘pgina mamlakatlarda tegishli buxgalteriya yozuvlari va moliyaviy hisobotlarni saqlash va taqdim etishni tartibga soluvchi Qonunchilik mavjud. Ushbu Qonunchilik asosan kompaniyalarga nisbatan qo‘llaniladi, chunki hukumat tomonidan nazorat qiluvchi

¹⁰³ Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. PART C: Chapter 08 « The role of accounting » 211-212 p

organlar mavjud.

Mamlakatimizda tashkilotlar soliq organlarga, investorlar, aktsiyadorlar oldida axborot foydalanuvchilari oldida hisobot berishadi.

Ko'pgina xorijiy mamlakatlarda kompaniyalar odatda bir nechta organlarga hisobot berishadi. Bu:

*** Tartibga soluvchi organlar (Regulatory bodies).**

Aksariyat mamlakatlarda kompaniyalarning tartibga solinishi va hisobot berishini nazorat qilish uchun tashkil etilgan hukumat bo'limi mavjud. Buyuk Britaniyada u Companies House sifatida tanilgan, ammo boshqa mamlakatlarda u turli nomlar bilan tanilgan (masalan, Malayziyadagi Companies Commission).

Kompaniyalar odatda o'zlarining moliyaviy hisobotlarini ushbu organlarga taqdim etishlari shart, shunda manfaatdor tomonlar buni tekshirishlari mumkin. Moliyaviy hisobotlardan tashqari, kompaniyalar aktsiyadorlar reestri va direktorlar reestri kabi ba'zi asosiy hujjatlarni saqlashi va taqdim etishi kerak bo'lishi mumkin.

*** Soliq organlari (Tax authorities).**

Kompaniyalar, jismoniy shaxslar singari, o'zlari joylashgan mamlakatlardagi soliq organlariga hisobot berishadi. Ular har yili hisobot davrida olgan soliq solinadigan foyda miqdorini ko'rsatadigan soliq deklaratsiyalarini tuzishlari kerak.

Ko'pgina mamlakatlarda korxonalar soliq organlariga to'lashlari kerak bo'lgan savdo solig'i (qo'shilgan qiymat solig'i yoki QQS) miqdorini ko'rsatadigan deklaratsiyalarni topshirishlari kerak.

***Boshqa hokimiyat organlari (Other authorities).**

Kompaniyalar va boshqa tashkilotlar boshqa tartibga soluvchilar oldida javobgar bo'lishi mumkin.

Masalan, Buyuk Britaniyada:

* Moliyaviy xizmatlar sohasidagi aksariyat korxonalar mijozlarning pullari bilan ishlaydi. Moliyaviy tartibga solish boshqarmasi (Financial Conduct Authority (FCA)), hamda prudensial tartibga solish boshqarmasi (Prudential Regulation Authority (PRA)) mijozlarni muvaffaqiyatsizliklar yoki sifatsiz tavsiyalardan himoya qilish uchun ushbu sohadagi tashkilotlar faoliyatini monitoring va

nazorat qiluvchi davlat organlari hisoblanadi.

* Xayriya tashkilotlari davlat mablag'laridan foydalanish imkoniyatiga ega, shuning uchun xayriya komissiyasi barcha xayriya tashkilotlarini ro'yxatdan o'tkazadigan va ularning faoliyatini nazorat qiluvchi davlat organidir.

* Gaz va elektr kompaniyalari kabi kommunal xizmatlar butun mamlakat bo'ylab ishonchli, adolatli va xavfsiz xizmatlarni taqdim etishi kerak. Gaz va elektr bozorlarini tartibga solish boshqarmasi (The Office of Gas and Electricity Markets (OFGEM)) buyuk Britaniyada ushbu tashkilotlarning faoliyatini tartibga soluvchi davlat organi hisoblanadi.

Tartibga solinadigan tarmoqlar odatda tartibga soluvchi organga buxgalteriya ma'lumotlarini u yoki bu shaklda taqdim etishi kerak.

Tegishli organlarning talablarini qondirish uchun aksariyat tashkilotlar buxgalteriya yozuvlari va ma'lumotlarini minimal vaqt ichida (odatda etti yil) saqlashlari kerak, agar rasmiylar kelajakda ma'lumotni tekshirishni xohlasalar.¹⁰⁴

Xulosa qilib aytganda buxgalteriya hisobi va buxgalter kasbini huquqiy tartibga solish tizimlari xalqaro amaliyotda bizning milliy huquqiy bazadan farqlanadi. Xalqaro amaliyotda tashkilotlar yoki sub'ektlarning moliyaviy hisobotlarini bevosita nazorat qila oladigan ulkan hokimiyat va boshqa organlar mavjud. Ularning maqsadlari ishonchli ma'lumotlarga qaratilgan. Mamlakatimizda qabul qilingan me'yoriy hujjatlarga muvofiq biz xalqaro buxgalteriya amaliyotini ham joriy qilmoqdamiz, ya'ni qonun hujjatlariga muvofiq IFRS amaliyotini qo'llash ko'zda tutilgan.

9.3.Moliyaviy hisobotlarni tartibga soluvchi me'yoriy hujjatlar

3.04.2016 yildagi O'RQ-404-son "Buxgalteriya hisobi to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasining Qonuniga o'zgartirish va qo'shimchalar kiritish haqida, O'zbekiston Respublikasining Qonuni Moliyaviy hisobotlarni tartibga soluvchi me'yoriy hujjatlardan biri

¹⁰⁴ Kaplan Publishing BT Study Text 2020-21. ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology (BT/FBT) Chapter 12 "Law and regulation governing accounting" 300-302 p

bo‘lib hisoblanadi. Bundan tashqari Buxgalteriya hisobi milliy standartlari ham buxgalteriya hujjatlarini, operatsiyalarni va Moliyaviy hisobotlarni yuritish bo‘yicha me‘yoriy hujjat bo‘lib hisoblanadi.

Buxgalteriya hisobi to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasining Qonuniga o‘zgartirish va qo‘shimchalar kiritish haqida, O‘zbekiston Respublikasining Qonunning 9-modda. Buxgalteriya hisobi va hisobotini tartibga solish

Buxgalteriya hisobi va moliyaviy hisobotni tartibga solish, buxgalteriya hisobi standartlarini ishlab chiqish va tasdiqlash O‘zbekiston Respublikasi Moliya vazirligining zimmasiga yuklatiladi.

Buxgalteriya hisobini yuritish qoidalari buxgalteriya hisobi standartlari, shu jumladan kichik tadbirkorlik subyektlari uchun soddalashtirilgan buxgalteriya hisobini yuritish standarti bilan belgilanadi.

Budjet tashkilotlarining hamda davlat maqsadli jamg‘armalarining buxgalteriya hisobi va moliyaviy hisobotini tartibga solish budjet hisobi standartlari hamda boshqa qonunchilik hujjatlari asosida amalga oshiriladi.

Banklar va boshqa kredit tashkilotlarining buxgalteriya hisobi hamda hisobotini tartibga solish O‘zbekiston Respublikasi Markaziy banki tomonidan qonunchilikka muvofiq amalga oshiriladi .

10-modda. Buxgalteriya hisobi standartlari

Buxgalteriya hisobi standartlari buxgalteriya hisobini yuritish va moliyaviy hisobotni tuzishga doir minimal talablarni belgilaydi.

Buxgalteriya hisobining milliy standartlari buxgalteriya hisobini tashkil etish, yuritish va moliyaviy hisobotni tuzishga doir maxsus talablarni belgilaydi.

Buxgalteriya hisobi subyektlari moliyaviy hisobotning xalqaro standartlarini qonunchilikda belgilangan tartibda qo‘llashi mumkin.¹⁰⁵

Kompaniyalar to‘g‘risidagi qonun 2006 yil kompaniya hisobotlariga hisobvaraqlarga muvofiq tayyorlanganligi to‘g‘risida eslatma kiritishni talab qiladi va amaldagi standartlarga muvofiq

¹⁰⁵ 3.04.2016 yildagi O‘RQ-404-son “Buxgalteriya hisobi to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasining Qonuniga o‘zgartirish va qo‘shimchalar kiritish haqida, O‘zbekiston Respublikasining Qonuni

tavsiyotlari bilan tayyorlashni talab etadi. Ko'rib chiqish paneli va savdo va sanoat bo'yicha Davlat kotibi (The Review Panel and the Secretary of State for Trade and Industry) talabga javob bermaydigan hisobotlarni qayta ko'rib chiqish uchun sudga murojaat qilish huquqiga ega.

Ushbu qoidalar shuni anglatadiki, buxgalteriya standartlari endi qonun kuchiga ega, ularda oldin Nizom sifatida ishlatilar edi va qonuniy mavqega ega emas edi.

Birlashgan Qirollik Yevropa Ittifoqiga (EU)a'zo bo'lganidan beri, Yevropa Ittifoqi tomonidan qarorlari huquqiy talablarga rioya qilish shartligi talab qilindi. Buni Yevropa Ittifoqi ko'rsatmalarini amalga oshirish uchun buyuk Britaniya qonunlarini qabul qilish orqali amalga oshiradi. Masalan, Yevropa Ittifoqi Fond birjasida ro'yxatga olingan barcha kompaniyalar o'zlarining konsolidatsiyalangan moliyaviy hisobotlarini tayyorlashda xalqaro moliyaviy hisobot standartlaridan (IFRS) foydalanishlari shart.

Xalqaro Buxgalteriya Standartlari Kengashi (International Accounting Standards Board). Moliyaviy buxgalteriya hisobiga muhim ta'sirlardan biri bu xalqaro buxgalteriya standartlari Kengashining (IASB) vujudga kelishi bilan bog'liq. IASB 1973 yilda moliyaviy hisobotni takomillashtirish va uyg'unlashtirish bo'yicha ish olib borish uchun tashkil etilgan va xalqaro buxgalteriya standartlari (IAS) deb nomlanuvchi bir qator standartlarni chiqargan.. Uning a'zolari professiognal buxgalteriya organlari. Xalqaro buxgalteriya standartlari Kengashi (International Accounting Standards Board (IASB)) IFRS jamg'armasining mustaqil buxgalteriya standartini belgilaydigan organidir.

Tashkilot 2001 yilda isloh qilinganligi sababli, u standartlarni takomillashtirish organi nomini IASC dan IASBga o'zgartirdi va uni nazorat qilish uchun asos yaratdi, dastlab IASC fondi deb nomlandi va 2010 yil o'rtalarida UFRS fondi deb nomlandi. Shuningdek, 2001 yilda yangi chiqarilgan standartlar IASC o'rniga IFRS deb nomlanishi va IASC/IASB standartlarining butun to'plami (shu jumladan 2001 yilgacha chiqarilgan IAS va shu vaqtdan beri chiqarilgan IFRS) IFRS deb ham nomlanishi to'g'risida qaror qabul qilindi. Xalqaro

buxgalteriya standartlari qo'mitasi vorisi sifatida (International Accounting Standards Committee (IASC). U xalqaro moliyaviy hisobot standartlarini (IFRS) ishlab chiqish va ulardan foydalanish va qo'llanilishini targ'ib qilish uchun javobgardir. IASB tashkiliy tuzilmasi 2000 yilda mayda qayta shakillantirilgan.

IASBning maqsadlari:

- Jahon kapitali bozorlari ishtirokchilariga va boshqa foydalanuvchilarga iqtisodiy qarorlar qabul qilishda yordam berish uchun moliyaviy hisobot va boshqa moliyaviy hisobotlarda yuqori sifatli, shaffof va taqqoslanadigan ma'lumotlarni talab qiladigan yuqori sifatli, tushunarli va amalga oshiriladigan global buxgalteriya standartlarining yagona to'plamini ishlab chiqish;
- Ushbu standartlardan foydalanish va qat'iy qo'llanilishini targ'ib qilish;
- Buxgalteriya hisobining Milliy standartlari va buxgalteriya hisobining xalqaro standartlarini yuqori sifatli yechimlarga yaqinlashtirish.

IFRS butun dunyo bo'ylab moliyaviy hisobotlarni takomillashtirish va uyg'unlashtirishga yordam berdi. Standartlardan foydalaniladi:

- Milliy talablar sifatida, ko'pincha milliy jarayondan keyin;
- Barcha yoki ayrim milliy talablar uchun asos sifatida;
- O'z talablarini rivojlantiradigan mamlakatlar uchun xalqaro mezon sifatida;
- Mahalliy va xorijiy kompaniyalar uchun tartibga soluvchi organlar tomonidan;
- Kompaniyalar tomonidan.¹⁰⁶

Buxgalteriya hisobida moliyaviy hisobot uchun turli xil standartlar qo'llaniladi; ulardan foydalanish va qabul qilinishi mamlakat, sanoat va operatsiyalar ko'lamiga qarab farq qiladi. Umumiy qabul qilingan buxgalteriya tamoyillari-bu kompaniyaning operatsiyalarini tayyorlash va hisobot berish bo'yicha ko'rsatmalar. Aqshda SEC ommaviy

¹⁰⁶ Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. PART C: Chapter 08 « The role of accounting » 211-212 p

ro'yxatga olingan kompaniyalardan ushbu standartlarga rioya qilishni talab qiladi. Ammo bu tamoyillar global miqyosda qabul qilinmaydi.

Aksincha, xalqaro moliyaviy hisobot standartlari (IFRS) buxgalteriya hisobi bo'yicha ko'rsatmalar butun dunyoda tan olingan. Ular xalqaro kompaniyalar uchun korporativ buxgalteriya hisobini osonlashtiradi. Shuning uchun, mahalliy tashkilotlar xalqaro miqyosda bo'lganda, ular IFRSga murojaat qilishlari kerak.

Tayanch iboralar: Qonun, Soliq kodeksi, Nozom, Moliyaviy Hisobotning Xalqaro Standartlariga (keyingi o'rinlarda — MHXS), IFRS Foundation, IASB, IFRS IC, IFRS AC, jarimalar (fines), sud jarayoni (legal action), obro'ga putur etishi (damaged), Generally Accepted Accounting Practice GAAP, Accounting Standards Board ASB, Financial Reporting Council (FRC), Accounting standards and the law.

Nazorat uchun savollar

1. Buxgalteriya hisobini tartibga soluvchi qonunlar va qoidalarining maqsadlari?
2. Kompaniya tartibga soluvchi omillar?
3. Yangi tashkil etilgan ASB birinchi qarorlaridan biri?
4. Accounting standards and the law izohlang?
5. IASB buxgalteriya hisobi uchun umum e'tirof etilgan printsiplar?
6. GAAP-buxgalteriya hisobini tartibga soluvchi qoidalar to'plami?
7. Xalqaro amaliyotda va mamalakatimizda kompaniyalar javobgar bo'lgan hokimiyat organlari?
8. Moliyaviy hisobotlarni tartibga soluvchi me'yoriy hujjatlar?

X BOB. BIZNES SUB'EKTLARIDA BUXGALTERIYA HISOBINI TASHKIL ETISHNING O'RNI VA AHAMIYATI

- 10.1. Biznesda buxgalteriya hisobi maqsad va vazifalari.**
- 10.2. Biznesni yuritishda soliq majburiyatlari.**
- 10.3. Tashqi va ichki moliyaviy ma'lumotlar.**
- 10.4. Buxgalteriya hisobining qo'l va kompyuter tizimlari.**
- 10.5. Ma'lumotlar ba'zalari va elektron jadvallar.**

10.1. Biznesda buxgalteriya hisobi maqsad va vazifalari.

Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. PART S: Chapter 08 « The role of accounting» qismida Buyuk Britaniyada buxgalteriya hisobining roli, tartibga solinishi, asosiy moliyaviy tizimlari va shu mavzuga tegishli bo'lgan tushunchalar yetarli darajada chib berilgan. F1 «Accounting in Business» sertifikatga tegishli ASSA mavzularini qamrab oladigan ushbu o'quv qo'llanma asosida talabalarimizga o'zbek tilida yoritib berishga harakat qilamiz.

Shu bois, buxgalteriya ma'lumotlarning maqsadi mavzusini kelinglar birgalikda Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. PART S: Chapter 08 « The role of accounting» qism ma'lumotlar asosida o'rganamiz.

Buxgalteriya hisobi-bu biznes operatsiyalarini qayd etish, tahlil qilish va umumlashtirish usuli.¹⁰⁷

Buxgalteriya vazifalari:

- Bitimlar asosiy kirish kitoblarida qayd etiladi.
- Keyin bitimlar tahlil qilinadi va daftarlarga joylashtiriladi.
- Nihoyat, bitimlar moliyaviy hisobotlarda umumlashtiriladi.

Buxgalteriya funktsiyasi kengroq biznes tizimining bir qismidir va alohida ishlamaydi. U tashkilotning moliyaviy operatsiyalarini boshqaradi, shuningdek boshqa bo'limlarga ma'lumot va maslahat beradi.

Hisob-kitoblar menejmentga rejalashtirish, nazorat qilish va qaror qabul qilishda yordam berish va qonuniy qoidalarga rioya qilish uchun

¹⁰⁷ Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. PART C: Chapter 08 « The role of accounting»
203

ishlab chiqariladi. Buxgalteriya tizimi ushbu funktsiyalarni bajarish uchun yetarli bo‘lishi kerak. Tashkilotning buxgalteriya tizimiga uning biznes operatsiyalari tabiati va u qanday biznes ekanligi ta’sir qiladi. (10.1.1.-jadval).

10.1.1-jadval

Tashkilotning biznesiga ta’sir qiluvchi omillari¹⁰⁸

Omillar	Misol
Hajmi	Greengrocer kabi kichik biznes oddiy buxgalteriya tizimiga ega bo‘ladi, asosiy buxgalteriya yozuvlari ehtimol qadar bo‘ladi. Supermarketlar tarmog‘i kabi yirik chakana biznes ko‘plab mahsulot turlarini va saytlarini qamrab oladigan murakkab buxgalteriya tizimlariga ega bo‘ladi.
Tashkilot turi	Xizmat biznes xodimlari alohida ish o‘rinlari olishga vaqt yozib olish kerak bo‘lishi mumkin. Ish yoki mijoz asosida buxgalteriya hisobi ham xizmat ko‘rsatish korxonalarining o‘ziga xos xususiyati bo‘lishi mumkin. Davlat sektori tashkiloti, masalan, hukumat bo‘limi, daromadlarni qayd yetishdan ko‘ra, xarajatlarni ishlash maqsadlariga nisbatan monitoring qilish bilan ko‘proq shug‘ullanishi mumkin. Ishlab chiqarish kompaniyasi savdo birligi va daromad uchun ham hisob beradi, lekin qaror qabul qilish maqsadlari uchun xarajatlarni ham hisobga olish kerak.
Tashkilot tarkibi	Hudud bo‘yicha boshqariladigan biznesda hisoblar maydoni asosida tayyorlanadi. Funktsional tashkilotda hisob xodimlari alohida bo‘limda joylashgan.

Shuni yodda tutingki, buxgalteriya ishini qonun doirasida tashkil etish uchun qoidalarga, shu jumladan kompaniyalar to‘g‘risidagi qonun kabi qonunlarga rioya qilishi kerak. Natijada, hech narsa e’tibordan chetda qolmasligi uchun rasmiylashtirish protseduralarni amalga oshirish kerak. Tashkilotlar ko‘pincha buxgalteriya qoidalari va protseduralarini yozma ravishda yozadilar va bu tashkilot qo‘llanmasi

¹⁰⁸ Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. PART C: Chapter 08 « The role of accounting»
203 p

yoki protseduralar qo'llanmasining bir qismini tashkil qilishi mumkin.

Hisobga ehtiyoj. Taniqli olim Luka Pocholi 1494 yilda ikki yoqlama yozuv usulidi birinchi joriy etgan. Ikki yoqlama yozuv tizimi har bir operatsiyani bitta hisobvaraqa debet va boshqa hisobvaraqa tegishli kredit sifatida kiritishni va ularning qoldig'ini ta'minlashni o'z ichiga oladi.

Ushbu mavzu bo'yicha birinchi inglizcha kitob 1543 yilda yozilgan. Ikki yoqlama yozuv amaliyoti o'shandan beri deyarli o'zgarmadi va butun dunyoda standart joriy etiladi. Har bir bitim nolga teng bo'lgan ikki tomonlama ta'sirga ega degan tushunchaga asoslanadi. Buxgalteriya funktsiyasining asl roli moliyaviy ma'lumotlarni qayd etishdan iborat edi va bu hali ham uning asosiy yo'nalishi hisoblanadi.

Biznes o'z faoliyati to'g'risida ma'lumot ishlab chiqarishi kerak, chunki ushbu ma'lumotni bilishni xohlaydigan yoki bilishi kerak bo'lgan turli xil odamlar guruhlar mavjud. Bu juda noaniq: aniqroq qilish uchun biz biznes haqida ma'lumotga muhtoj bo'lgan odamlarning sinflariga diqqat bilan qarashimiz kerak. Biz, ayniqsa, axborot har bir sinf a'zolari qiziqtirgan nima haqida o'ylash ham kerak.

Yirik korxonalar odatda kichik biznesga qaraganda ko'proq odamlarni qiziqtiradi, shuning uchun biz aktsiyalarini Fond birjasida sotib olish va sotish mumkin bo'lgan yirik jamoat kompaniyasining ishini ko'rib chiqamiz.

Moliyaviy hisobot va buxgalteriya axborotidan foydalanuvchilar. Katta ommaviy kompaniya haqidagi moliyaviy ma'lumotlarga qiziqishi mumkin bo'lgan odamlar quyidagicha tasniflanishi mumkin:

(a) Kompaniya rahbarlari. (Managers of the company). Bular kompaniyaning egalari tomonidan kompaniyaning kundalik faoliyatini nazorat qilish uchun tayinlangan odamlardir. Ular kompaniyaning moliyaviy ahvoli to'g'risida hozirgi va kelajakda kutilganidek ma'lumotga muhtoj. Bu ularga biznesni samarali boshqarish va samarali nazorat va rejalashtirish qarorlarini qabul qilish imkoniyatini berishdir.

(b) Kompaniya aktsiyadorlari (Shareholders of the company). Kompaniya egalari. Bular menejment o'zining boshqaruv funktsiyasini qanchalik samarali bajarayotganini baholashni xohlashadi. Ular

kompaniyaning faoliyatini qanchalik foydali boshqarayotganini va o'z maqsadlari uchun biznesdan qancha foyda olishlari mumkinligini bilishni istashadi.

(c) Savdo aloqalari (Trade contacts). shu jumladan kompaniyaga kredit bo'yicha tovar yetkazib beruvchilar va kompaniya tomonidan taqdim etiladigan tovar yoki xizmatlarni sotib olgan mijozlar. Yetkazib beruvchilar kompaniyaning qarzlarni to'lash qobiliyati haqida bilishni xohlashadi; mijozlar kompaniyaning xavfsiz ta'minot manbai ekanligini va yopilishi xavfi yo'qligini bilishlari kerak;

(d) Kompaniya moliya provayderlari (Providers of finance to the company). Bu bank tomonidan amalga oshirilishi mumkin bo'lgan overfrad moliya operatsiyalari yoki kredit berish orqali uzoq muddatli moliyalashtirishni ta'minlaydi. Bank kompaniyaning foiz to'lovlarini ushlab turishga qodirligini ta'minlashni xohlaydi va oxir-oqibat katta miqdorda summalarni qaytaradi.

(e) Majesty'sning daromadi va urf-odatlar (Her Majesty's Revenue and Customs). u biznes foyda haqida bilishni istaydi va kompaniya tomonidan to'lanadigan soliqni baholaydi.

(f) Kompaniya xodimlari (Employees of the company). Ular kompaniyaning moliyaviy ahvoli to'g'risida ma'lumot olish huquqiga ega bo'lishi kerak, chunki ularning kelajakdagi martabalari va ish haqi hajmiga bog'liq.

(g) Moliyaviy tahlilchilar va maslahatchilar (Financial analysts and advisers). Ularning mijozlari va audiyentlari haqida ma'lumotlarga muhtoj. Misol uchun, qimmatli qog'ozlar va aktsiyalar bo'yicha investorlarga maslahat berish uchun fond brokerlariga ma'lumot kerak bo'ladi; kredit agentliklari kompaniyaga potentsial tovar yetkazib beruvchilarga maslahat berish uchun ma'lumot olishni xohlashadi; va jurnalistlar o'zlarining ommaviy chiqishlari uchun ma'lumotga muhtoj.

(h) Hukumatlar va ularning agentliklari (Governments and their agencies). Hukumatlar va ularning agentliklari resurslarni taqsimlashdan va shuning uchun korxonalar faoliyatidan manfaatdor. Shuningdek, ular milliy statistika uchun asos yaratish uchun ma'lumot talab qiladi.

(i) Jamoat (The public). Korxonalar jamoat a'zolariga turli yo'llar bilan ta'sir qiladi. Masalan, korxonalar ish bilan ta'minlash va mahalliy yetkazib beruvchilardan foydalanish orqali mahalliy iqtisodiyotga katta hissa qo'shishi mumkin. Yana bir muhim omil-bu korxonaning atrof-muhitga ta'siri masalan, ifloslanish bo'yicha.

Buxgalteriya ma'lumotlari ushbu turli guruhlarining axborot ehtiyojlarini qondirish uchun moliyaviy hisobotlarda tashkil etilgan. Hamma birdek qoniqavermaydi.

Biznes menejerlari rejalashtirish va nazorat qilish qarorlarini qabul qilishda yordam berish uchun eng ko'p ma'lumotlarga muhtoj va ular, albatta, biznes haqidagi ma'lumotlarga alohida kirish huquqiga ega chunki ular odamlarga kerakli bayonotlar turlarini berishlari mumkin. Menejerlar alohida mahsulotlarning xarajatlari va rentabelligi yoki o'z biznesining turli qismlari to'g'risida katta miqdordagi ma'lumotlarni xohlashganda, ular xarajatlar va boshqaruv hisobi tizimi orqali olishni tashkil qilishlari mumkin.

(a) Boshqaruv ma'lumotlaridan tashqari, moliyaviy hisobotlar tayyorlanadi va ehtimol boshqa foydalanuvchilar guruhlari manfaati uchun nashr etiladi. Qonunda ayrim ma'lumotlarni taqdim etish ko'zda tutilgan kompaniyalar aktlari har bir kompaniyadan o'z aktsiyadorlari uchun buxgalteriya ma'lumotlarini nashr etishni talab qiladi. Shuningdek, kompaniyalar o'z hisoblarining nusxasini kompaniyalar registratoriga topshirishlari kerak, shunda xohlagan har qanday jamoat a'zosi borib ularga qarashlari mumkin.

(b) HM daromad va bojxona organlari soliq baholash uchun zarur bo'lgan ma'lumotlarni oladi.

(c) Bank overdraft berishning sharti sifatida kompaniyaning kelajakdagi kutilayotgan pul oqimlari prognozini talab qilishi mumkin.

(d) Buxgalteriya standartlarini chiqarish uchun professional buxgalteriya organlari birgalikda mas'ul bo'lgan va ba'zi standartlar kompaniyalardan ma'lum qo'shimcha ma'lumotlarni nashr etishni talab qiladi. Buxgalterlar, ushbu professional organlarning a'zolari sifatida, kompaniya hisoblari standartlar talablariga muvofiqligini ta'minlash uchun kuchli majburiyatlarga ega.

(e) Ba'zi kompaniyalar o'z xodimlariga berish uchun ixtiyoriy ravishda maxsus tayyorlangan moliyaviy ma'lumotlarni taqdim etadilar. Ushbu bayonotlar xodimlarning hisobotlari sifatida tanilgan.

Notijorat tashkilotlar (Non-commercial undertakings). Hisoblarni faqat manfaatdorlar uchun tayyorlash kerak bo'lgan korxonalar emas. Masalan, xayriya tashkilotlari va klublar har yili moliyaviy hisobotlarni tayyorlaydilar. Hisob-kitoblarni hukumat (davlat sektori tashkilotlari) uchun ham tayyorlash kerak.

Foydali ma'lumotlarning fazilatlari. Siz foydali ma'lumotlarning fazilatlarini aniqlay olishingiz kerak. Quyida buxgalteriya ma'lumotlari foydali bo'lishi kerak bo'lgan ba'zi xususiyatlar keltirilgan:

(a) **Dolzarblilik (relevance).** Taqdim etilgan ma'lumotlar axborotdan foydalanuvchilarning ehtiyojlarini qondirishi kerak. Kompaniya hisoblarida foydalanuvchilarning keng doirasini qondirish uchun aniq ma'lumot kerak bo'ladi.

(b) **Tushunarlilik (somprensibility).** Ma'lumotni tushunish qiyin bo'lishi mumkin, chunki u to'liq emas, ammo juda ko'p tafsilotlarni ham tushunishda qiyinchiliklarga olib kelishi mumkin bo'lgan kamchiliklardir.

(c) **Ishonchlilik (reliability).** Agar u mustaqil ravishda tekshirilsa, ma'lumot yanada ishonchli bo'ladi. Qonunda cheklangan kompaniyalar tomonidan nashr etilgan hisob-kitoblar auditorlar tomonidan tasdiqlanishi kerak, ular kompaniyadan mustaqil bo'lishi va tasdiqlangan malakaga ega bo'lishi kerak

(d) **Kompetentsiyalilik (completeness).** Kompaniyaning hisoblari uning iqtisodiy faoliyatining yaxlit rasmini taqdim etishi kerak.

(e) **Ob'ektivlilik (Objectivity).** Axborot iloji boricha ob'ektiv (tarafkashlikdan xoli) bo'lishi kerak. Hisoblarni tayyorlash kontekstida menejment o'zlarining ishlash ko'rsatkichlarini ta'sirchan qilish uchun kompaniyaning rentabelligi haqidagi pushti rasmni bo'yashga moyil bo'lishi mumkin.

(f) **Uzluksizlik (timeliness).** Taqdim etilgan axborotni, agar uni biznes jarayoniga ta'sir qilish uchun ishlatib bo'lmaydigan bo'lsa, uning qiymati kamayadi. Borgan sari, tashkilotlar to'g'ri qaror qabul qilish

uchun real davr ma'lumotlari kerak.

(g) **Taqqoslanuvchanlilik (somparability).** Ma'lumotlar muntazam ravishda ishlab chiqarilishi kerak, shunda haqiqiy taqqoslashlar avvalgi davrlardagi ma'lumotlar va boshqa manbalar tomonidan ishlab chiqarilgan ma'lumotlar bilan amalga oshirilishi mumkin (masalan, xuddi shu biznes yo'nalishida ishlaydigan o'xshash kompaniyalarning hisobotlari).

Buxgalteriya funktsiyasining tuzilishi. Buyuk Britaniya kompaniyalarida buxgalteriya hisobi tuzilmasi rahbari odatda moliya direktori hisoblanadi. Moliya direktori direktorlar kengashida o'ringa ega va muntazam buxgalteriya masalalari, shuningdek keng moliyaviy siyosat uchun javobgardir.

Ko'pgina yirik kompaniyalarda moliya direktori uning ostida bir yoki bir nechta deputatlarga ega.

(a) Moliyaviy nazoratchining ba'zi majburiyatlari:

- Uzluksiz buxgalteriya hisobi;
- Boshqa bo'limlar uchun buxgalteriya hisobotlarini taqdim etish;
- Kassirlarning vazifalari va naqd pul nazorati.

(b) Boshqaruv hisobi shunday muhim vazifaki, boshqaruv buxgalteriya ko'pincha moliyaviy nazoratchiga teng maqom va alohida majburiyatlar bilan tayinlanadi.

- Xarajatlar hisobi;
- Byudjetlar va byudjet nazorati;
- Loyihalarni moliyaviy boshqarish.

(c) Juda katta tashkilot xazina ishlarini boshqaruvchi xazinachiga ega bo'lishi mumkin.

- Qarz olish yo'li bilan mablag' yig'ish;
- Ortiqcha mablag'larni pul bozoriga yoki boshqa investitsiya bozorlariga investitsiya qilish;
- Pul oqimi nazorati.

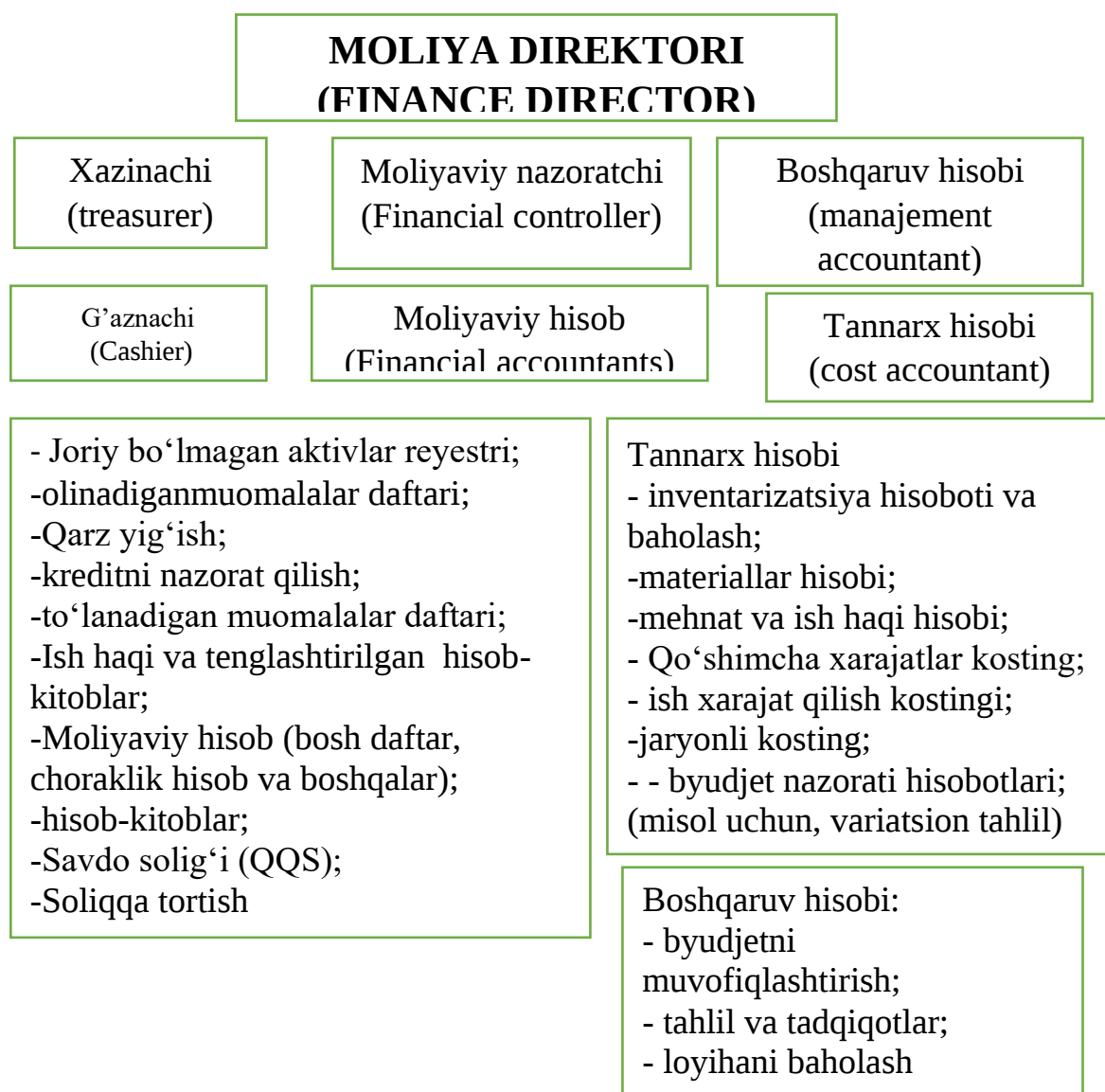
Hisob-kitob bo'limidagi funktsional vazifalarni bajaruvchi bo'limlar:

(a) Moliyaviy bo'limlarga bo'linadi, har bir bo'lim uchun mas'ul

rahbar (masalan, kredit nazorati, ish haqi, sotib olish daftari, sotish daftari).

(b) Xuddi shunday, boshqaruv hisobi ishlariga bo‘linadi, bir qator xarajatlar bo‘yicha, buxgalterlar turli xil buxgalteriya muomalalarning (masalan, materiallar, mehnat va qo‘shimcha xarajatlar hisoblash yoki ishlab chiqarish, tadqiqotlar va ishlanmalar va marketing) xarajatlar hisobini yuritish uchun mas’ul bo‘limlarning nazoratchilari sifatida.

(c) Kapital loyihalar bo‘yicha katta miqdorda sarflash ba’zi kompaniyalar bo‘limi faqat kapital loyiha baholash uchun tayinlangan bo‘lishi mumkin (chiqimlarni qoplash baholash, DCF baholash, tahlil qilish, kapital byudjet) kabi buxgalteriya operatsiyalari kiradi.



10.1.1.- rasm. Hisob tizimi funktsiyasi.

Hisob funktsiyasi quyidagi 10.1.1-rasmda tasvirlangan. Odamlar

bajaradigan ish turlari bo'yicha birlashtirilgan. Hudud tarkibida hisob xodimlari tashkilotning turli mintaqalarida tarqalishi mumkin. Boshqaruv hisobi ishlari ko'pincha bo'limlar uchun markazlashtirilmaydi, chunki u boshqaruvni boshqarish maqsadlari uchun muhim ma'lumotlarni taqdim etadi.

Shuni inobatga olish kerakki, ushbu funktsiyalarning ba'zilari, ayniqsa, kichik korxonalarda, bitta ish ta'rifi ostida birlashtirilishi mumkin. Masalan, moliyaviy hisobotlarni bajaruvchi hisobchi va tannarx xarajatlarning hisob-kitobini amalga oshiruvchi hisobchi ishini bajaradigan bitta odam bo'lishi mumkin.

Ko'pgina tashkilotlarda ichki audit bo'limi mavjud bo'lib, ichki moliyaviy nazorat vazifasini bajaradi. Uning vazifalaridan biri firibgarlik va xato xavfini nazorat qilishdir. Shu sababli u moliya bo'limidan alohida bo'lishi kerak va bosh ichki auditor Moliya direktorini chetlab o'tib, direktorlar Kengashining taftish komissiyasiga hisobot berishi kerak.¹⁰⁹

Ko'p odamlar (costs) "xarajatlar" va "xarajatlar" (expenses) ni bir-birining o'rnida ishlatishadi, ammo bu biznesni boshqarishda yoki tashkilotning buxgalteriya hisobi bilan ishlashda ikkalasini ajratib ko'rsatish uchun muhimdir. Xarajatlar va xarajatlar o'rtasidagi farqlarni o'rganish sizning kompaniyangiz moliyasini to'g'ri boshqarishni ta'minlashga yordam beradi.

Biznes turi va hajmiga qarab ko'p yoki oz xarajatlar bo'lishi mumkin. Shunday qilib, xarajatlar biznes operatsiyalari xarajatlarga bog'liq bo'lganidek, biznes operatsiyalari bilan bog'liq ko'plab omillarga bog'liq.

10.2. Biznesni yuritishda soliq majburiyatlari.

Kaplan Publishing BT Study Text 2020-21 da. ACCA Applied Knowledge. ACCA diplom in Business and Technology (Rqf Level 4) Business and Technology (BT/FBT) Chapter 13 "Accounting and finance functions within business" biznesni yuritish bo'yicha soliq

¹⁰⁹ Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. PART C: Chapter 08 « The role of accounting» 204-207 p

majburiyatlarining ta'rifi quyidagicha tavsiflanadi.

Moliya va g'aznachilik bo'limining vazifalaridan biri bu tashkilotning tadbirkorlik faoliyati bo'yicha soliq majburiyatlarini hisoblash va ushbu majburiyatlarni qonun doirasida iloji boricha yumshatish yoki kamaytirishdir.

Soliq to'lashdan bo'yin tovlash (Tax avoidance) - bu qonunda nazarda tutilgan mablag'lar bilan to'lanadigan soliq miqdorini kamaytirish maqsadida soliq rejimi qoidalaridan o'z manfaatlari yo'lida noqonuniy foydalanish.

Soliq to'lashdan bo'yin tovlash (soliq evasion) - bu sizning soliq majburiyatlaringizni kamaytirish uchun noqonuniy vositalardan foydalanish, masalan, soliq idoralari oldidagi ishlaringizning asl holatini qasddan buzish.

Kompaniya direktorlari o'z aktsiyadorlari oldida dividendlarni to'lab berishlari shart, shu boiz, ko'pincha kompaniya olingan foydani hisobotlarda kamaytirib ko'rsatishga harakat qilishadi. Bunday hollarda foyda va zararlar to'g'risidagi hisobotlarda aks ettirilgan ko'rsatkichlarda daromadlar ko'rsatkichlarini haqqoniy bo'lmagan ma'lumotlar taqdim etiladi, bu holat o'z navbatida soliq to'lovlarida ham bo'yin tovlashga olib keladi.

Soliq to'lashdan bo'yin tovlash va soliqlarni to'lamaslik o'rtasidagi an'anaviy farq juda aniq bo'lsa-da, so'nggi paytlarda rasmiylar soliq majburiyatlarini parlament niyatlariga zid kelmasdan kamaytiradigan xatti-harakatlarga ishora qilish uchun "soliqlarni kamaytirish" tushunchasini kiritdilar, soliq to'lashdan bo'yin tovlash esa noqonuniy bo'lsa-da, sxemalarni tavsiflash uchun ishlatiladi, parlament niyatlariga xalaqit berishga qaratilgan. Shunday qilib, soliq to'lashdan bo'yin tovlash sxemasi jamoatchilikka ma'lum bo'lgach, parlament deyarli har doim ushbu sxemaning ishlashini to'xtatish uchun qonunni o'zgartirishga kirishadi.

Soliq to'lashdan bo'yin tovlashning betarafligi haqidagi an'anaviy nuqtai nazarni sudyalarning o'tmishdagi sharhlari, masalan, 1929 yilda Lord Klayd ta'rifini keltirishimiz mumkin:

'Bu mamlakatda biron bir odamda axloqiy yoki boshqa biron bir

majburiyat yo‘q, Shuning uchun ichki daromad xizmati o‘z zaxiralariga iloji boricha ko‘proq mablag‘ kiritishi uchun o‘z biznesi yoki mol-mulki bilan huquqiy munosabatlarni o‘rnatish.'

So‘nggi yillarda hatto soliq to‘lashdan bo‘yin tovlash ham dushmanlik bilan qabul qilinishi mumkin. Avstraliya kabi ba‘zi mamlakatlarda soliq to‘lashdan bo‘yin tovlashga qarshi umumiy qoidalar mavjud. Buyuk Britaniya kabi boshqa mamlakatlar soliq to‘lashdan bo‘yin tovlashning ba‘zi sxemalari maqsadlariga qarshi turish uchun retrospektiv qonunchilikdan foydalanadilar. Umuman olganda, endi soliqlarni kamaytirish choralariga rioya qilish xavfsizroq.¹¹⁰

Buyuk Britaniyaning soliq tizimi ikki darajada qurilgan: mahalliy hukumat va Markaziy hukumat (ichki daromadlar boshqarmasi orqali). Mahalliy hukumat davlat grantlari, tijorat ko‘chmas mulk solig‘i, mahalliy soliq va, ayniqsa, so‘nggi paytlarda ko‘chalarda parkovka uchun to‘lovlar kabi foyda bilan ta‘minlangan. Markaziy hukumatni saqlash asosan daromad solig‘i, majburiy milliy sug‘urta to‘lovlari, QQS, korporativ soliqlar va yoqilg‘i, tamaki va spirtli ichimliklar uchun aktsiz solig‘i orqali amalga oshiriladi.

Buyuk Britaniyada soliq davri 6 aprelda boshlanadi va keyingi yilning 5 aprelida tugaydi.

O‘zbekiston Respublikasida soliq to‘lovlari O‘zbekiston Respublikasi Soliq kodeksi (01.01.2020 y) asosan amalga oshiriladi.

10.3. Tashqi va ichki moliyaviy ma’lumotlar.

Biznes tashkilotlari tomonidan ikkita eng muhim tashqi moliyaviy hisobotlarni tuziladi. Ushbu hisobotlar, moliyaviy holat to‘g‘risida hisobot va foyda yoki zarar to‘g‘risidagi hisobot deb ataladi..

Korxonalar aktsiyadorlar, banklar, yetkazib beruvchilar va hukumat kabi tashqi manfaatdor tomonlar uchun moliyaviy hisobotlarni tayyorlaydilar.

Tashqi maqsadlar uchun ishlab chiqarilgan asosiy hisobotlar moliyaviy hisobotlar bo‘lib, ular biznesning tarixiy mavqeini ochib

¹¹⁰ Kaplan Publishing BT Study Text 2020-21. ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology (BT/GBT) Chapter 13 "Accounting and finance functions within business" 330-332 p

beradi. Xalqaro amaliyotda asosiy hisobotlar quyidagilar:

- Foyda yoki zarar to'g'risidagi hisobot (daromadlar to'g'risidagi hisobot, foyda yoki zarar to'g'risidagi hisobot deb ham ataladi);
- Moliyaviy holat to'g'risidagi hisobot (balans deb ham ataladi);
- Pul oqimlari to'g'risidagi hisobot.

Foyda yoki zarar to'g'risidagi hisobot (the profit or loss account) - bu ma'lum bir davrda qilingan daromadlar va xarajatlarni umumlashtiradigan moliyaviy hisobot.

Mas'uliyati cheklangan jamiyatning foyda yoki zarar to'g'risidagi hisobotni o'tgan yilgi hisobvaraqlar sanasidan boshlab bir yil muddatga tuzadi. Daromadlar to'g'risidagi hisobot har bir ommaviy kompaniya har chorakda va har yili chiqaradigan uchta moliyaviy hisobotdan biridir balans va pul oqimlari to'g'risidagi hisobot. Bu ko'pincha biznes-rejadagi eng mashhur va keng tarqalgan moliyaviy hisobotdir, chunki u biznes qancha foyda yoki zarar olganligini ko'rsatadi. Boshqaruv hisobida ichki maqsadlar uchun har chorakda yoki oyda daromadlar to'g'risidagi hisobot kerak bo'lishi mumkin.

Yalpi foyda marjasi, operatsion foyda marjasi, sof foyda marjasi va operatsion faoliyat nisbati kabi bir nechta ko'rsatkichlarni hisoblash uchun daromadlar to'g'risidagi hisobotdan foydalanishingiz mumkin. Balans va pul oqimlari to'g'risidagi hisobot bilan birgalikda foyda va zararlar to'g'risidagi hisobot kompaniyaning moliyaviy natijalarini har tomonlama ko'rib chiqishni ta'minlaydi.

Investorlar va tahlilchilar ushbu ma'lumotdan kompaniyaning rentabelligini baholash uchun foydalanishlari mumkin, ko'pincha bu ma'lumotni boshqa ikkita moliyaviy hisobotning xulosalari bilan birlashtiradilar. Masalan, investor kompaniyaning sof foydasini (daromadlar to'g'risidagi hisobotda ko'rsatilganidek) o'z kapitali darajasi bilan (balansda ko'rsatilganidek) taqqoslash orqali o'z kapitalining rentabelligini (ROE) hisoblashi mumkin.¹¹¹

Kompaniyaning foyda va zararlar to'g'risidagi hisobotida ma'lum

¹¹¹ <https://www.investopedia.com/terms/p/plstatement.asp>

vaqt davomida uning daromadlari, xarajatlari va rentabelligi ko'rsatilgan. Boshqa tomondan, balans ma'lum bir sanada uning aktivlari va majburiyatlari to'g'risida tasavvur beradi. Balans odatda kompaniyaning moliyaviy yilining so'nggi kunida taqdim etiladi. Investorlar balansdan kompaniyaning moliyaviy barqarorligini tushunish uchun uning aktivlari miqdori va sifatini majburiyatlari bilan taqqoslash orqali foydalanadilar.

Ommaviy kompaniyalar foyda va zararlar to'g'risidagi hisobotlarni tayyorlashlari shart va moliyaviy hisobotlarini topshirishlari shart Aqsh qimmatli qog'ozlar va birja komissiyasi (SEC), shunda ular investorlar, tahlilchilar va regulyatorlar tomonidan tekshirilishi mumkin. Kompaniyalar ushbu hisobotlarni tayyorlashda umumiy qabul qilingan buxgalteriya tamoyillari (GAAP) deb nomlanuvchi qoidalar va ko'rsatmalarga rioya qilishlari kerak.

Boshqa tomondan, xususiy kompaniyalar GAAPga rioya qilishlari shart yemas. Biroq, ba'zi kichik kompaniyalar rasmiy moliyaviy hisobotlarni umuman ishlab chiqarmasligi mumkin.

Foyda olish uchun ishlamaydigan tashkilotlar (xayriya tashkilotlari va boshqalar) daromad va xarajatlar hisobi deb nomlangan shunga o'xshash hisobotni tuzadilar, bu daromadning xarajatlarga nisbatan profitsitini (yoki xarajatlar daromaddan oshib ketadigan defitsitni) ko'rsatadi.

Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. PART S: Chapter 08 « The role of accounting » qismida Moliyaviy holat to'g'risidagi hisobotni quyidagicha ta'rif keltirilgan.

Moliyaviy holat to'g'risidagi hisobot-bu biznesga tegishli bo'lgan barcha aktivlar va ma'lum bir sanada korxona tomonidan qarzdor bo'lganlar ro'yxati.

Boshqa manbalarda moliyaviy holat to'g'risidagi hisobot quyidagicha ta'rif keltirilgan.

Moliyaviy holat to'g'risidagi hisobot, shuningdek, balans sifatida ham tanilgan, korxonaning ma'lum bir sanadagi moliyaviy holatini ifodalaydi. U uchta asosiy komponentdan iborat: aktivlar, majburiyatlar va capital.

Moliyaviy holat to'g'risidagi hisobot moliyaviy hisobot foydalanuvchilariga korxonaning moliyaviy barqarorligini baholashda, ya'ni likvidlik xavfi, moliyaviy xavf, kredit xavfi va biznes xavfiga yordam beradi.

Quyida IAS 1 tomonidan belgilangan shakli bo'yicha tayyorlangan moliyaviy holat to'g'risidagi hisobotning yorqin namunasi keltirilgan. (10.3.1.-jadval).

10.3.1.-jadval

IAS 1 tomonidan belgilangan shakli bo'yicha tayyorlangan moliyaviy holat to'g'risidagi hisobot

	Satr	2020	2021
		UZD	UZD
Aktivlar			
Uzoq muddatli aktivlar			
Mulk, zavod va uskunalar	9	130,000	120,000
Gudvil	10	30,000	30,000
Nomoddiy aktivlar	11	60,000	50,000
		220,000	200,000
Joriy aktivlar			
Zahiralar	12	12,000	10,000
Savdo debitorlik qarzlari	13	25,000	30,000
Naqd pul ekvivalentlari	14	8,000	10,000
		265,000	250,000
Jami aktivlar			
Kapital va majburiyatlar			
Qimmatli qog'ozlar			
Ustav kapitali	4	100,000	100,000
Taqsimlanmagan foyda		50,000	40,000
Qayta baholash zaxirasi	5	15,000	10,000
Jami kapital		165,000	150,000

Joriy bo‘lmagan majburiyatlar			
Uzoq muddatli qarzlar	6	35,000	50,000
Joriy majburiyatlar			
Savdo va boshqa kreditorlik qarzlar	7	35,000	25,000
Qisqa muddatli qarzlar	8	10,000	8,000
Uzoq muddatli qarzlarining joriy qismi	6	15,000	15,000
Amaldagi soliq to‘lovlari	9	5,000	2,000
		65,000	50,000
Jami majburiyatlar		100,000	100,000
Jami kapital va majburiyatlar		265,000	250,000

Aktiv-bu korxona undan foydalanishdan iqtisodiy foyda olish uchun egalik qiladigan yoki boshqaradigan narsadir. Aktivlar hisobot beruvchi korxona undan foydalanishdan iqtisodiy foyda olishni kutayotgan muddatiga qarab balansda joriy yoki joriy bo‘lmagan deb tasniflanishi kerak. Korxonaga uzoq muddat davomida iqtisodiy foyda keltiradigan aktiv uzoq muddatli deb tasniflanadi, hisobot kunidan boshlab bir yil ichida amalga oshirilishi kutilayotgan aktivlar esa joriy aktivlar deb tasniflanadi.

Aktivlar, shuningdek, ularning tabiati asosida moliyaviy holat to‘g‘risidagi hisobotda quyidagicha tasniflanadi:

- Moddiy va nomoddiy: jismoniy moddaga ega bo‘lgan uzoq muddatli aktivlar mulk, zavod va uskunalar deb tasniflanadi, jismoniy moddalarsiz aktivlar esa nomoddiy aktivlar deb tasniflanadi. Gudvil-bu nomoddiy aktivning bir turi;
- Zahiralar balansi biznes oddiy davomida sotish uchun o‘tkaziladi tovarlarni o‘z ichiga oladi. Zaxiralar xom ashyo, tayyor mahsulotlar va tugallanmagan ishlarni o‘z ichiga olishi mumkin;
- Savdo debitorlik qarzlar mijoizlarga kreditlarga sotilgan tovarlar uchun to‘lovlari olinishi mumkin bo‘lgan qismi kiradi. Savdo

debitorlik qarzlari moliyaviy natijalar to'g'risidagi hisobotda shubxali qarzar bo'yicha rezervlarni ayrgan xolda aks ettiriladi.

- Naqd pul ekvivalentlari ma'lum miqdordagi naqd pulga osonlikcha konvertatsiya qilinadigan har qanday qisqa muddatli investitsiyalar bilan birga naqd pulni o'z ichiga oladi.

Majburiyat-bu korxona kimgadir qarzdor bo'lgan majburiyat va uning hisob-kitobi naqd pul yoki boshqa resurslarni o'tkazishni o'z ichiga oladi. Majburiyatlar moliyaviy holat to'g'risidagi hisobotda korxona javobgarlikni to'lash muddatiga qarab joriy yoki joriy bo'lmagan deb tasniflanishi kerak. Uzoq muddat davomida hal qilinadigan majburiyat joriy bo'lmagan deb tasniflanadi, hisobot sanasidan boshlab bir yil ichida to'lanishi kutilayotgan majburiyatlar esa joriy majburiyatlar deb tasniflanadi.

Kapital-bu biznes egalariga qarzdor qismi. Kapital jami aktivlardan jami majburiyatlarni chegirib tashlash orqali olinadi. Shuning uchun u egalariga tegishli bo'lgan biznesdagi qoldiq qiziqishni anglatadi.

Kapital odatda moliyaviy holat to'g'risidagi hisobotda quyidagi toifalar bo'yicha taqdim etiladi:

- Ustav kapitali korxona egalari tomonidan investitsiya miqdorini ifodalaydi;

- Taqsimlanmagan foyda dividendlar shaklida egalariga tarqatish, keyin biznesda jami sof foyda yoki zararni o'z ichiga oladi.

Moliyaviy holat to'g'risidagi hisobot foydalanuvchilariga korxonaning moliyaviy sog'lig'ini baholashda yordam beradi. Bir necha hisobot davrlarida tahlil qilinganda, balanslar korxonaning moliyaviy holatidagi asosiy tendentsiyalarni aniqlashga yordam berishi mumkin. Bu, ayniqsa, korxonaning likvidlik xavfi, moliyaviy xavf, kredit xavfi va biznes xavfi holatini aniqlashda foydalidir. Korxonaning boshqa moliyaviy hisobotlari va raqobatchilarining moliyaviy hisobotlari bilan birgalikda foydalanilganda, balans potentsial muammolar yoki yanada takomillashtirish sohalarini ko'rsatadigan munosabatlar va tendentsiyalarni aniqlashga yordam beradi. Shuning uchun moliyaviy holat to'g'risidagi hisobotni tahlil qilish moliyaviy hisobot

foydalanuvchilariga korxonaning kelajakdagi daromadlari miqdori, vaqti va o'zgaruvchanligini taxmin qilishda yordam berishi mumkin.¹¹²

Pul oqimi to'g'risidagi hisobot (CFS) - bu kompaniyadan keladigan va ketadigan naqd pul va naqd pul ekvivalentlarini (CCE) umumlashtiradigan moliyaviy hisobot. CFS kompaniyaning naqd pul holatini qanchalik yaxshi boshqarishini, ya'ni qarz majburiyatlarini to'lash va operatsion xarajatlarini moliyalashtirish uchun kompaniya naqd pul ishlab chiqarishini o'lchaydi. Ucha asosiy moliyaviy hisobotlardan biri sifatida CFS balans va daromadlar to'g'risidagi hisobotni to'ldiradi. Ushbu maqolada biz sizga CFS qanday ishlashini va kompaniyani tahlil qilishda undan qanday foydalanishingiz mumkinligini ko'rsatamiz.

Pul oqimi to'g'risidagi hisobotda kompaniya qanday ishlashi, uning pullari qayerdan kelib chiqishi va qanday sarflanishi tasvirlangan. Pul oqimlari to'g'risidagi hisobot sifatida ham tanilgan CFS o'z kreditorlariga kompaniyaning operatsion xarajatlarini moliyalashtirish va qarzlarini to'lash uchun qancha naqd pul mavjudligini (likvidlik deb ataladi) aniqlashga yordam beradi. CFS investorlar uchun bir xil darajada muhimdir, chunki u kompaniyaning mustahkam moliyaviy asosda ekanligini aytadi. Shunday qilib, ular ushbu bayonotdan o'zlarining investitsiyalari to'g'risida ko'proq ma'lumotli va xabardor qarorlar qabul qilish uchun foydalanishlari mumkin.¹¹³

Pul oqimlari to'g'risidagi hisobot foyda yoki zarar hisobvarag'ida va moliyaviy holat to'g'risidagi hisobotda keltirilgan ma'lumotlarni oladi va uni turli xil faoliyat turlaridan (masalan, operatsion (savdo foydasi yoki zarari) va investitsiya qilish (masalan, uzoq muddatli aktivlarni sotib olish yoki sotish)) pul oqimlariga tahlil qiladi.

Barqarorlik va integratsiyalashgan hisobotlar (Sustainability and integrated reports). Aktsiyadorlar, mijozlar, reguliyatorlar va ommaviy axborot vositalarining bosimi kompaniyalarga moliyaviy bo'lmagan ma'lumotlarni to'plash va hisobot berish zarurligini tan olishga olib keldi.

¹¹² <https://accounting-simplified.com/financial/statements/statement-of-financial-position/>

¹¹³ <https://www.investopedia.com/investing/what-is-a-cash-flow-statement/>

Integratsiyalashgan hisobot moliyaviy va moliyaviy bo'lmagan ma'lumotlarning integratsiyasini (birlashtirilishini) anglatadi. Shu bilan birga, kiritilishi kerak bo'lgan moliyaviy bo'lmagan ma'lumotlarning turi va uning moliyaviy ma'lumotlarga qanday aloqasi borligi to'g'risida fikrlarning sezilarli farqlari mavjud.

Ko'pchilik rozi bo'lgan ma'lumotlarning xabar qilinishi kerak bo'lgan sohalardan biri bu barqarorlikdir. Barqarorlik atrof-muhitni zararlardan himoya qilish bilan bog'liq-barqaror bo'lish uchun faoliyat quyidagilarga qodir bo'lishi kerak. Barqarorlik va integratsiyalashgan hisobotlar quyida keltirilgan amaliy ishda muhokama qilinadi.

Amaliy misol. Investirlarning javobgarligini tadqiq qilish markazi instituti (Investor Responsibility Research Center Institute (IRRCI) 2013 yilda Qo'shma Shtatlarda moliyaviy va barqarorlik bo'yicha kompleks hisobot nomli hisobotini e'lon qildi. Bu shuni ko'rsatdiki, S&P 500-da ko'rsatilgan har bir kompaniya, bittasidan tashqari, barqarorlikni oshkor qilishning ba'zi shakllarini xabar qiladi. Biroq, barqarorlik bo'yicha hisobot keng tarqalgan bo'lsa ham, miqyosi, miqdori va ulanishi hali ham yaxshilanishi mumkin. Raqamlarda tadqiqot shuni topadi:

- S&P 500-da ko'rsatilgan har bir kompaniya, bittasidan tashqari, 499 barqarorlikni oshkor qilishning ba'zi shakllarini xabar qiladi, lekin faqat 7 tasi moliyaviy va barqarorlik hisobotini birlashtiradi;
- Kompaniyalarning yetmish to'rt foizi barqarorlik bilan bog'liq kamida bitta tashabbusni moliyaviy jihatdan aniqladilar, garchi ular tez-tez miqdoriy ko'rsatkichsiz boshqa tashabbuslarni ham eslatib o'tdilar;
- Kompaniyalarning qirq uch foizi ijro etuvchi kompensatsiyani barqarorlik mezonlarining ayrim turlari bilan bog'lashdi.

Quyidagi mavzular ko'pincha (kamayish tartibida) xabar qilingan: atrof-muhitni boshqarish, bandlik, iqlim o'zgarishi, xavfli chiqindilar, mahsulot formulalari, chiqindilarni boshqarish, suvdan foydalanish, axloq qoidalari va inson huquqlari.

Biroq, hisobot shuni ko'rsatadiki, barqarorlik to'g'risidagi ma'lumotlarni keng doiradagi mavzular bo'yicha oshkor qilish bugungi kunda odatiy holdir, shuningdek, barqarorlikning oshkor yetilishi korporativ menejment uchun ham, xavf va imkoniyatlarni o'lchashga harakat qilayotgan investorlar uchun ham cheklangan qiymatga ega. Bugungi kunda qiyinchilik barqarorlik tashabbuslari va korporativ daromadlar o'rtasidagi nuqtalarni bog'lash va salbiy munosabatlarni aniqlashdir.

Kompaniya kengashlari, rahbarlari va rahbariyati uglerod (issiqxona gazlari chiqindilari), energiya tejaydigan texnologiyalar, suvdan foydalanish, biomoddalar xilma - xillik kabi barqarorlik masalalariga tobora ko'proq vaqt va resurslarni sarflamoqda. Barqarorlik amaliyotiga global intilishning muhim qismi barqarorlikni hisobga olish va hisobot berish zarurligini o'z ichiga oladi - ba'zan ekologik, ijtimoiy va boshqaruv (ESG) hisobotlari deb ataladi.

Barqarorlik bo'yicha hisobot talablari va amaliyotidagi o'zgarishlar shuningdek, xalqaro integratsiyalashgan hisobot Kengashi (International Integrated Reporting Council (IIRC) tomonidan olib borilayotgan keng qamrovli hisobot tashabbusi bo'lib hisoblanadi.

Ichki hisobotlar (Internal reports). Korxonalar biznesning kundalik operatsiyalarini bajarishda yordam berish uchun ichki hisobotlarni tayyorlashni xohlashadi.

Ichki hisobotlarga quyidagilar kiradi:

- Xarajatlar jadvallari;
- Byudjetlar;
- Dispersiya hisobotlari.

Menejerlarga biznes nima sarflayotganini tekshirish imkoniyatini berish uchun xarajatlar jadvali muntazam ravishda talab qilinadi. Xarajatlar jadvallari, masalan, quyidagi sohalar uchun ishlab chiqarilishi mumkin:

- ish haqi va maoshlar;
- bo'lim xarajatlari;
- tannarx xarajatlari;
- sotish xarajatlari;

- boshqaruv xarajatlari.

Biznes kompaniyalari byudjet hisobotini tayerlash muhim hisoblanadi. Bu keyingi yil uchun byudjet miqdorini belgilash bilan bog‘liq bo‘lishi mumkin, unda prognoz qilingan sotuvlar, ushbu savdolarni ishlab chiqarish xarajatlari, qo‘shimcha xarajatlari va prognoz qilingan foyda ko‘rsatilgan. Byudjetlar umuman biznes uchun va alohida bo‘limlar uchun ishlab chiqarilishi mumkin. Moliya bo‘limi ham har hafta yoki oyda biznesga kirishi va chiqishi mumkin bo‘lgan naqd pul miqdorini aniqlaydigan pul oqimi byudjetini (yoki pul oqimi prognozini) ishlab chiqing. Bu bo‘limga yuzaga kelishi mumkin bo‘lgan muammolarni aniqlash va overdraft imkoniyatlarini yoki bank bilan kreditlarni oldindan tashkil etish imkonini beradi.

Byudjet kelishilgandan so‘ng, haqiqiy xarajatlarni o‘lchash kerak. Xarajatlari jadvali byudjet bilan taqqoslanishi va har qanday farqlar hisobga olinishi kerak. Ushbu farqlar dispersiyalar deb ataladi va dispersiya hisoboti haqiqiy va byudjet xarajatlari o‘rtasidagi farqlarni batafsil bayon qiladi va har qanday moddiy farqlarni tushuntiradi. Keyin kerak bo‘lganda harakat qilish mumkin.¹¹⁴

10.4. Buxgalteriya hisobining qo‘l va kompyuter tizimlari.

Ko‘pgina buxgalteriya tizimlari kompyuterlashtirilgan va har bir buxgalter bo‘lishni istagan odam avtomatlashtirilgan buxgalteriya tizimini yaxshi bilish kerak bo‘ladi. Shuni esda tutish muhim nuqtasi shundaki, kompyuterlashtirilgan buxgalteriya hisobi tamoyillari qo‘lda buxgalteriya hisobi bilan bir xil.

Kompyuterlashtirilgan buxgalteriya hisobiga ko‘pgina havolalar buxgalteriya paketlari haqida gapiradi. Bu juda umumiy atama, lekin ko‘pchiligimiz ishda foydalanadigan buxgalteriya paketini nomlashimiz mumkin. Buxgalteriya to‘plami bir nechta buxgalteriya modullaridan iborat, masalan, debitorlik kitobi, bosh kitob.

Biz amaliy dasturlarni alohida ko‘rib chiqamiz; ya‘ni aniq vazifalarni bajaradigan kompyuter dasturlari paketlarini. Bularga

¹¹⁴ Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. PART C: Chapter 08 « The role of accounting»
214 p

quidagilar kiradi:

(a) Ba'zi ilovalar buxgalteriya vazifasiga bag'ishlangan, masalan, ish haqi paketi, uzoq muddatli aktivlar reyestri yoki zahiralarni boshqarish paketi kabilar;

(b) Boshqa dasturlarda ko'plab biznes dasturlari mavjud, shu jumladan buxgalteriya hisobi uchun.

Buxgalteri paketlari (Accounting packages). Buxgalteriya funktsiyalari kompyuterlashtirilgan tizimlarda an'anaviy yozma yozuvlarda bo'lgani kabi bir xil nomlarni saqlaydi. Kompyuterlashtirilgan buxgalteriya hisobi hali ham tanish maqsadlardan foydalanadi kundalik birlamchi xujjatlardan, bosh kitobdan, hisobvaraqlaridan, ikki yoqlama yozuv, sinov balansi va moliyaviy hisobotlardan. Kompyuterlashgan sotish, sotib olish va ish haqi daftarlari bilan ishlash printsiplari ular qo'lda ishlaydigan usullarni o'rnini bosadigan metodlarni ishlab chiqardi. Bularning faqatgina farqi shundaki, turli xil hisob kitoblarning ko'rinmas bo'lib qolishida. Buxgalteriya kitoblari endi avtomatlashtirilgan tizimdagi ko'rinishda bo'lib, tayyor kompyuter fayllarida saqlanadi.

Qo'lda tizimlar va kompyuterlashtirilgan tizimlar (Manual systems vs computerised systems). Ko'pgina hollarda qo'lda ishlaydigan tizimlar kompyuterlashtirilgan tizimlardan ko'ra ancha samarasizroq. Masalan ishlash, tezlik, sifatli ma'lumotlarning ishlovi, xato darajasini to'g'irlashi, hajmi va tuzatish vaqtni tejash nuqtai nazaridan kompyuterlashtirilgan tizimlar ancha avzalloq. Kompyuter tizimlari ma'lumotlarni xavfsiz va maxfiylikni saqlashda ham ancha qo'ldagi tizimdan ko'ra afzalroq bo'ladi. Bu asosan kompyuterlashgan tizimlar kodlanadi va faqat shu bo'limda ishlaydigan buxgalter xodim ushbu kodni biladi va ochaoladi.

Kodlash (Coding). Kompyuterlar muhim ma'lumotlarni kodlar shaklida ifodalashni talab qiladi. Masalan, bosh kitob general ledger hisobvaraqlari ikki xonali kod yordamida alohida kodlanishi mumkin. Kompyuterlar muhim ma'lumotlarni kodlarda ifodalashni talab qiladi. Masalan, bosh kitob hisobvaraqlari ikki xonali kod yordamida alohida kodlanishi mumkin. Bu quyidagicha aks ettiriladi:

00 Oddiy aksioner kapitali
 01 Emissiya daromadi
 05 Foyda va zaralar hamda boshqa umumlashgan daromadlar to'g'risidagi hisobot

15 Xaridlar

22 Debitorlik qarzlarning nazorat qilinadigan qismi

41 Kreditorlik qarzlarning nazorat qilinadigan qismi

43 Dividentlar

Xuddi shu tarzda, debitorlik va kreditorlik qarzlari aks ettiriladigan kitoblarda unikal kod raqami berilishi kerak.

Daftarda kodlash bo'yicha misol (37-jadval):

Yetkazib beruvchidan hisob-faktura (namuna kodi 1234) xom ashyo sotib olish uchun 3000 AQSh dollari miqdorida qabul qilinganda, tranzaksiya kompyuterga kiritish uchun kodlanishi mumkin, misol uchun (10.4.1.-jadval):

10.4.1.-jadval

A kompaniyaning yetkazib beruvchilardan schyot faktura olinganda kitobda aks ettirilishi

Etkazib beruvchi kodi	Bosh kitob		Qiymati	Mahsulot	
	Dt	Kt		Inventar kodi	Miqdori
1234	15	41	\$3,000	56742	150

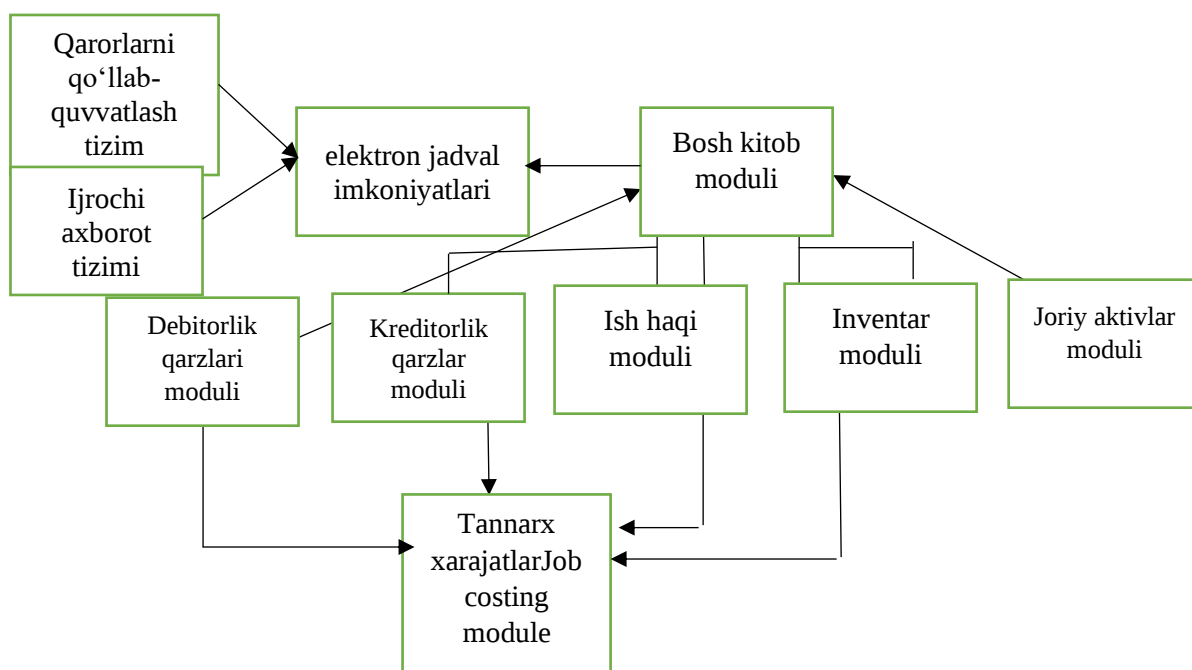
Yuqoridagi 10.4.1.-jadvalda 15-kodi xaridlarni ifodalaydi, 41-kodi Kreditorlik qarzlarning nazorat qilinadigan qismini ifodalaydi. Ushbu bitta kirish kreditorlik qarzlarni, bosh kitobni va tovarlarning kirimini aks ettiradigan daftar ma'lumotlarni yangilash uchun ishlatilishi mumkin. Inventarizatsiya kodi qo'shimcha tahlil qilishga imkon berishi mumkin, ehtimol xarajatlarni ma'lum bir bo'lim yoki mahsulotga taqsimlashi mumkin. Shunday qilib, moliyaviy hisob va xarajatlarni hisobga olish kabi muomalalari bir vaqtning o'zida bajarilishi mumkin.

Modullar va buxgalteriya paketlari (Modules and accounting packages). Modul-bu buxgalteriya hisobi tizimining ma'lum bir qismi bilan shug'ullanadigan dastur.

Buxgalteriya paketi bir nechta modullardan iborat bo‘ladi. Oddiy buxgalteriya to‘plami faqat bitta moduldan iborat bo‘lishi mumkin (bu holda u mustaqil modul deb ataladi), lekin ko‘pincha u bir nechta modullardan iborat bo‘ladi. Bir nechta modullar to‘plamiga berilgan nom-bu to‘plamdir. Shuning uchun buxgalteriya to‘plamida alohida modullar bo‘lishi mumkin. Bularga:

- Hisob fakturalarning taqdim etilishi;
- Inventar raqami;
- Debitorlik qarzlari kitobi;
- Kreditorlik qarzlari kitobi;
- Bosh kitob;
- Ish haqi;
- Kassa kitobi;
- Ish xarajatlari kostingi (Job costing);
- Joriy aktivlar reyestri;
- Hisobot generatori.

Integratsiyalashgan buxgalteriya tizimining diagrammasi quyida 10.4.1.-rasmda keltirilgan.¹¹⁵



10.4.1.- rasm. Integratsiyalashgan buxgalteriya tizimining diagrammasi

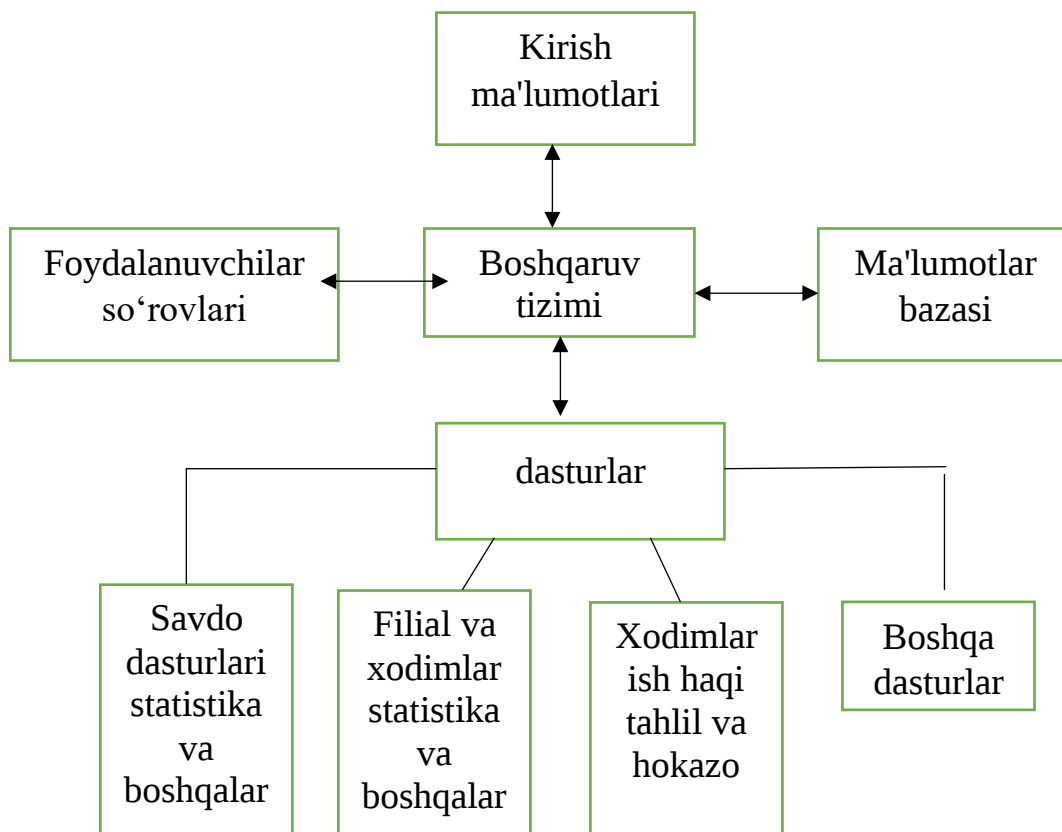
¹¹⁵ Foundations of Accounting in Business-FAB Study Text 2016. PART C: Chapter 08 «The role of accounting» 230 p

Demak buxgalteriya ma'lumotlari kiritilganda foydalanuvchilar hisobotlarni belgilashlari mumkin va dastur avtomatik ravishda barcha tegishli fayllardan kerakli ma'lumotlarni chiqaradi va buxgalteriya operatsiyalari unikal kodlanadi. Bu avtomatlashtirish operatsiyalari biznesda ancha ma'lumotlarning sifatli va ishonchligini oshiradi.

10.5. Ma'lumotlar ba'zalari va elektron jadvallar.

Ma'lumotlar bazasi har qanday sonli ilovalar tomonidan ishlatilishi mumkin bo'lgan to'liq ma'lumotlar bazasi sifatida tavsiflanishi mumkin. Uning foydalanish buxgalteriya bo'limi bilan cheklanmaydi.

Misol uchun:



10.5.1.- rasm. Ma'lumotlar bazasi yondashuvini umumlashtirilgan ko'rinishini¹¹⁶

Ma'lumotlar bazasidan foydalanadigan dasturlar doirasi

¹¹⁶ Foundations of Accounting in Business-FAB Study Text 2016. PART C: Chapter 08 «The role of accounting» 231 p

ma'lumotlar bazasi fayllarida qanday ma'lumotlarga ega bo'lishiga qarab keng farq qiladi. 10.5.1.-rasimda quyidagilarga e'tibor bering:

(a) Ma'lumotlar kiritiladi va DBMS dasturi uni ma'lumotlar bazasiga joylashtiradi. Agar xohlasangiz, ma'lumotlar bazasini foydalanishni kutayotgan maydonlar va yozuvlarning ulkan kutubxonasi deb o'ylashingiz mumkin.

(b) Ma'lumotlar bazasidan foydalanishlari uchun turli xil amaliy dasturlar (sotish, ish haqi va boshqalar) ma'lumotlar bazasiga ulangan yoki turli bo'limlar tomonidan ishlatiladigan bir xil dastur ma'lumotlar bazasidan foydalanishi mumkin.

(c) Faqat bitta umumiy ma'lumotlar bazasi mavjud bo'lganligi sababli bo'limlar ikki nusxadagi ma'lumotlar bilan juda ko'p turli xil fayllar tutish uchun hech qanday ehtiyoj mavjud emas.

Ma'lumotlar bazasining asosiy afzalliklari quyidagilardan iborat.:

(a) Barcha foydalanuvchilar axborot almashishi uchun umumiy ma'lumotlar mavjud;

(b) Ikki nusxadagi fayllarni turli bo'limlarda saqlashning qo'shimcha harakatlaridan qochish mumkinligi;

(c) Zid ma'lumotlarda foydalanish idoralar o'rtasida ziddiyatlarga yo'l qo'ymasligi.

Ma'lumotlar bazasi to'rtta asosiy maqsadga ega bo'lishi kerak. Bular quyidagilar:

(a) Ma'lumotlar umumlashtirilishi kerak. Turli xil foydalanuvchilar o'zlarining qayta ishlash dasturlari uchun ma'lumotlar bazasidagi bir xil ma'lumotlarga kirishlari kerak (va shu bilan birga ba'zi tizimlarda) turli xil fayllardagi ma'lumotlarni takrorlash kerak

(b) Ma'lumotlar bazasi saqlanishi lozim. Bu shuni anglatadiki, bitta foydalanuvchiga boshqa foydalanuvchilar uchun ma'lumotlar bazasi yozuvlarini buzish uchun fayldagi ma'lumotlarni o'zgartirishga ruxsat berilmasligi kerak. Biroq, foydalanuvchilar fayldagi ma'lumotlarni yangilashi va shuning uchun ma'lumotlarga to'g'ri o'zgartirishlar kiritishi kerak.

(c) Ma'lumotlar bazasi tizimi ichki va tashqi foydalanuvchilarning ehtiyojlarini qondirishi kerak. Bir so'z bilan aytganda, ma'lumotlar

bazasi foydalanuvchilarga ehtiyoj bo'lganda, operatsion tarzda ma'lumotlar bilan ta'minlab berishi kerak.

(d) Ma'lumotlar bazasi rivojlanishga qodir bo'lishi kerak. qisqa muddatda ham (uni yangilab turish kerak) va uzoq muddatda (u nafaqat hozirgi ehtiyojlarini, balki foydalanuvchilarning kelajakdagi ma'lumotlarni qayta ishlash ehtiyojlarini qondira olishi kerak).

Misol sifatida, uzoq muddatli aktivlar va ma'lumotlar bazalarining xususiyatlari ko'rib chiqsak. Tashkilotning, ayniqsa katta tashkilot, katta miqdordagi uzoq muddatli aktivlarga ega bo'lishi mumkin. Kompyuterlashtirishdan oldin ular qo'lda joriy bo'lmagan aktivlar reyestrda saqlangan bo'lar edi. Ma'lumotlar bazasi ushbu joriy bo'lmagan aktivlar reyestrini elektron shaklda saqlashga imkon beradi. Uzoq muddatli aktivlar uchun ma'lumotlar bazasi fayli quyidagi toifadagi ma'lumotlarning ko'pini yoki barchasini o'z ichiga olishi mumkin. Bularga:

(a) Ma'lumotlar bazasida aktivga unikal identifikatsiyani berish uchun kod raqami berishi kerak;

(b) E'lon qilingan schyotlar uchun aktivlarning turi kodlanishi (misl uchun, mashina, asbob uskunalar va arendaga berilgan bino) kabi aktivlar;

(c) Aktivning batafsil tavsifi (masalan, seriya raqami, avtomobilni ro'yxatga olish raqami, markasi);

(d) Aktivning jismoniy joylashuvi (masalan, manzili);

(e) Aktivning tashkiliy joylashuvi (masalan, hisoblar bo'limi);

(f) Aktiv uchun javobgar shaxs (masalan, kompaniyaga tegishli avtomobil bo'lsa, uni ishlatadigan shaxs);

(g) Aktivning asl qiymati;

(h) Sotib olish sanasi;

(i) Amortizatsiya darajasi va aktivga qo'llaniladigan usul;

(j) Bugungi kunda to'plangan amortizatsiya;

(k) Aktivning sof balans qiymati;

(l) Taxminiy qoldiq qiymati;

(m) Aktivning jismoniy mavjudligi oxirgi marta tasdiqlangan sana;

(n) Yetkazib beruvchi nomi.

Shubhasiz, aktiv haqida saqlanadigan tafsilotlar uning aktiv turiga bog'liq bo'ladi. Har qanday kompyuterlashtirilgan uzoq muddatli aktivlar yozuvi har qanday zarur hisob-kitoblarni amalga oshirish qulayligi va tezligi tufayli uzoq muddatli aktivlarni hisobga olish samaradorligini oshiradi. Shunisi ma'lumki, amortizatsiya zaxirasini hisoblash, ya'ni agar aktiv har oyda, tez-tez sotib olishda yoki hisobdan chiqarilishida va turli xil amortizatsiya stavkalaridan foydalanganda amalga oshirilsa, juda og'ir vazifa bo'lishi mumkin.

Joriy bo'lmagan aktiv funktsiyasi uchun ma'lumotlar bazasidan foydalanishning o'ziga xos afzalligi uning turli maqsadlar uchun hisobotlarni yaratishda moslashuvchanligidir. Har bir aktivning yozuvida yuqorida sanab o'tilgan maydonlar bilan ma'lumotlar bazasi asosiy xarajatlar va sof balans ma'lumotlari tomoni aktivlarni joylashuviga, aytaylik yoki ishlab chiqaruvchiga qarab tahlil qiluvchi hisobotlarni tuzishi mumkin. Ushbu ma'lumot turli bo'linmalarning ish faoliyatini taqqoslash yoki turli ishlab chiqaruvchilar tomonidan taqdim etilgan aktivlarning foydalanish muddatini baholash uchun ishlatilishi mumkin. Mavjud ma'lumotlarning alohida qismlarining almashtirishlarida, ko'proq imkoniyatlar bo'lishi mumkin.

Elektron jadvallar (Spreadsheets). Elektron jadvallar ham ko'pincha moliyaviy buxgalteriya hisobida ham, xarajatlarni hisobga olishda ham qo'llaniladi.

Elektron jadval - bu kalkulyator bilan qatorlar va ustunlarga bo'lingan elektron qog'oz. Bu raqamli hisob-kitoblarni amalga oshirishning oson usulini taqdim etadi. Elektron jadvalning har bir ustuni va satrining kesishishi katak (sell) deb ataladi. Katakda matn va raqamlar yoki formulalar bo'lishi mumkin. Formuladan foydalanish formulani o'z ichiga olgan katakchada boshqa katakchalardagi ma'lumotlar asosida hisoblash natijalari aks etishini anglatadi. Agar boshqa kataklardagi raqamlar o'zgarsa, formulalar katakchasida ko'rsatilgan natija ham mos ravishda o'zgaradi. Ushbu imkoniyat yordamida moliyaviy modellarni yaratish uchun elektron jadval ishlatiladi.

Quyida yilning birinchi choragi uchun uchta geografik hudud uchun elektron jadvalni qayta ishlash byudjet savdo ko'rsatkichlari keltirilgan (10.5.1-jadval).

Elektron jadvallar buxgalteriya hisobi uchun ham, boshqa maqsadlar uchun ham juda ko'p foydalaniladi. Masalan, elektron jadvalda moliyaviy holat va boshqa umumlashgan daromadlar to'g'risidagi hisobotlarining shaklini yaratish yoki moliyaviy hisoblar uchun eslatmalarni o'rnatish, masalan, uzoq muddatli aktivlar to'g'risidagi eslatmani o'rnatish mumkin.

10.5.1.-jadval

Qayta ishlash byudjet savdo ko'rsatkichlari birinchi chorak elektron jadvali¹¹⁷

	A	B	C	D	E
1	BYUDJET SAVDO RAQAMLARI (BUDGETED SALES FIGURES)				
2		Yanvar	Fevral	Mart	Jami
3		£'000	£'000	£'000	£'000
4	Shimoliy hudud (North)	2,431	3,001	2,189	7,621
5	Janubiy hudud (South)	6,532	5,826	6,124	18,482
6	G'arbiy hudud (West)	895	432	596	1,923
7	Jami	9,858	9,259	8,909	28,026

10.5.1-jadvalda ko'rinib turganidek. byudjetlarning savdo raqamlari, choraklar bo'yicha sotuvlar ro'yxatdan o'tkazildi. Har bir operatsiya mintaqalar bo'yicha ma'lumotlarni alohida ko'rsatadi. Bu geografik tuzilmani sotish jarayonini nazorat qila olmaydigan kompaniyalar uchun foydalidir. Buxgalteriya ishonchli ma'lumotlarga asoslanadi. Axborot foydalanuvchilariga axborot ma'lumotlarini o'z vaqtida, ishonchli tarzda taqdim etish uchun elektron jadvallar yordam beradi va jarayonni tezlashtiradi.

Tayanch iboralar: Buxgalteriya hisobi, shartnoma, ikki yoqlama yozuv, kichik biznes sub'ekti, yirik kompaniya, moliyaviy hisobot, kompaniya rahbarlari (managers of the company), kompaniya

¹¹⁷ Foundations of Accounting in Business-FAB Study Text 2016. PART C: Chapter 08 «The role of accounting» 233 p

aktsiyadorlari (shareholders of the company), savdo aloqalari (trade contacts), kompaniya moliya provayderlari (providers of finance to the company), moliyaviy tahlilchilar va maslahatchilar (financial analysts and advisers), dolzarblilik (relevance), tushunarlik (comprehensibility), ishonchlik (reliability), kompetentsiyalik (completeness), ob'ektivlik (objectivity), doimiylik (timeliness), taqqoslanuvchanlik (comparability), moliyaviy nazoratchi (financial controller), g'aznachi, moliya direktori, boshqaruv hisobi, tannarx hisobi, jarayonli costing (process costing), qo'shimcha xarajatlar kostingi (overhead cost), moliyaviy menejment, foyda yoki zarar to'g'risidagi hisobot (the profit or loss account), moliyaviy holat to'g'risidagi hisobot, pul oqimlari to'g'risidagi hisobot, yalpi foyda marjasi (gross profit margin), operatsion foyda marjasi, sof foyda marjasi, operatsion faoliyat, aktivlar, majburiyatlar, xarajatlar jadvali (cost schedules), byudjet, biznes operatsiyalari (business transactions), aktiv, majburiyat, buxgalteriya axborot tizimlari, buxgalteriya paketlari (accounting packages), bosh kitob (general ledger), modul, elektron jadvallar (spreadsheets).

Nazorat uchun savollar:

1. Biznesda buxgalteriyaning o'rni?
2. Buxgalteriya ma'lumotlarni nima va ularning maqsadi nimalardan iborat?
3. Buxgalteriya hisobining tamoyillari va qaysi buxgalteriyaga ta'liqli qonun hujjatlarida aks ettirilgan?
4. Buxgalteriyaning tartibga solish tizimi deganda nimalarni tushunasiz?
5. Buxgalteriya ma'lumotlarni xaqaro standartlar asosida qanday tayyorlanadi?
6. Tashqi ma'lumotlarga nimalar kiradi?
7. Ichki ma'lumotlarga nimalar kiradi?
8. Buxgalteriya hisobining kompyuter tizimlari va respublikamizda asosan qo'llanilayotgan tizimlar?
9. Ma'lumotlar bazalariga nimalar kiritiladi va elektron jadvallar shakllarining turlarini aytib bersangiz?

10. Respublikamizda biznesda buxgalteriyani rivojlantirish bosqichlari nimalardan iborat?
11. Buxgalteriya ma'lumotlarni olib borishda biznes shakliga qarab birlamchi ma'lumotlar farqlanadimi yoki yo'qmi?
12. Birlamchi ma'lumotlar bilan yig'ma ma'lumotlar o'rtasidagi farqli jihatlarini aytib bering?
13. Ma'lumotlar bazasi umumiy ko'rsatkichlari qaysi hujjatlarda yig'iladi?

Glossariy

Buxgalteriya hisobi (Accounting)- bu biznes operatsiyalarini qayd etish, tahlil qilish va umumlashtirish usuli.¹¹⁸

Kompaniya menejeri (Managers of the company)- bu tashkilotdagi boshqalarning faoliyatini boshqaradigan shaxs. Bular kompaniya egalari tomonidan kompaniyaning kundalik faoliyatini nazorat qilish uchun tayinlangan shaxs.¹¹⁹

Kompaniya aktsiyadorlari (shareholders of the company)- kompaniya egalari. "Ishtirokchilar" nomi bilan ham tanilgan aktsiyadorlar mas'uliyati cheklangan jamiyatlarning egalari hisoblanadi. Jamiyat aktsiyadori jismoniy shaxs, shaxslar guruhi, shirkat, boshqa kompaniya yoki boshqa tashkilot yoki yuridik shaxs bo'lishi mumkin.

Moliyaviy menejment (Financial management) - bu rentabellik, xarajatlar, naqd pul va kredit bilan bog'liq bo'lgan biznes funktsiyasi bo'lib, "tashkilot o'z maqsadiga iloji boricha qoniqarli erishish uchun vositalarga ega bo'lishi mumkin".

Notijorat tashkilot (Non-commercial undertakings)-bu o'z maqsadlarida foyda olishga qaratilmagan faoliyat turi. (misol uchun xayriya fondlari).

Jarayonli costing (process costing) - bu to'g'ridan-to'g'ri xarajatlarni kuzatadigan va to'playdigan, shuningdek ishlab chiqarish jarayonining bilvosita xarajatlarini taqsimlaydigan buxgalteriya usuli.

¹¹⁸ Foundations of Accounting in Business-FAB Study Text 2016. PART C: Chapter 08 «The role of accounting» 203 p

¹¹⁹ Foundations of Accounting in Business-FAB Study Text 2016. PART C: Chapter 08 «The role of accounting» 204 p

Bu ko'p sonli bir hil mahsulotlar ishlab chiqaradigan kompaniyalarda ishlab chiqarish birligi uchun xarajatlarni belgilash usuli.

Foyda yoki zarar to'g'risidagi hisobot (the profit or loss account) - muayyan davrda, odatda chorak yoki moliya yilida qilingan daromadlar, xarajatlar va xarajatlarni umumlashtiradigan moliyaviy hisobotni anglatadi. Ushbu yozuvlar kompaniyaning daromadni oshirish, xarajatlarni kamaytirish yoki ikkalasi orqali foyda olish qobiliyati yoki qobiliyatsizligi to'g'risida ma'lumot beradi. Foyda va zararlar to'g'risidagi hisobotlar ko'pincha naqd pul yoki hisoblash usuli yordamida taqdim etiladi. Kompaniya menejerlari va investorlari kompaniyaning moliyaviy holatini tahlil qilish uchun foyda va zararlar to'g'risidagi hisobotlardan foydalanadilar.

Harajatlar jadvali (sost schedules) - bu harajatlarni jadval asosida baholash jarayoni, barcha loyiha operatsiyalarini bajarish uchun zarur bo'lgan resurslar miqdorini aniqlashga yordam beradi. Bu odatda loyihani rejalashtirish, bajarish yoki ishlash, yetkazib berish yoki ta'minlash uchun muqobil xarajatlar hisob-kitoblarini taxmin qilish va ishlab chiqishni o'z ichiga oladi.

Yalpi foyda marjasi (gross profit margin) - bu tahlilchilar sotilgan mahsulot tannarxini (COGS) olib tashlaganidan keyin mahsulot sotishdan qolgan pul miqdorini hisoblash orqali kompaniyaning moliyaviy holatini baholash uchun foydalanadigan ko'rsatkich. Yalpi foyda marjasi, ba'zan yalpi foyda nisbati deb ataladi, ko'pincha sotish foizi sifatida ifodalanadi.

Pul oqimlari to'g'risidagi hisobot (The statement of cash flows)da bir davrda hosil bo'lgan naqd pul manbalari va ushbu mablag'lar qanday sarflanganligi ko'rsatilgan.

Elektron jadval (spreadsheet) - bu ma'lumotlarni jadval shaklida hisoblash, tashkil etish, tahlil qilish va saqlash uchun komp'yuter ilovasi.

Ma'lumotlar bazasi (database) - bu ma'lumotlarning tizimli to'plami. Ular elektron saqlash va ma'lumotlarni manipulyatsiya qilishni qo'llab-quvvatlaydi. Ma'lumotlar bazalari ma'lumotlarni boshqarishni osonlashtiradi.

XI BOB. G'AZNACHILIK

11.1. G'aznachilikning vazifalari.

11.2. Aylanma mablag'larni boshqarish.

11.3. Moliyalashtirishni baholash va jalb etish.

11.1. G'aznachilikning vazifalari.

Har qanday korxonaning samarali ishlashi moliyaviy oqimlarning ko'payishiga va biznes jarayonlarida ishtirokchilar sonining ko'payishiga olib keladi. Naqd pulni boshqarish tizimining etishmasligi kassa uzilishlariga va majburiyatlarni bajarishda buzilishlarga olib kelishi mumkin. Bunday vaziyatlarni hal qilish uchun biznes kompaniyaning moliyaviy oqimlarini samarali boshqarishni ta'minlaydigan avtomatlashtirilgan g'aznachilik tizimidan foydalanishi mumkin.

G'aznachilik funktsiyalari quyidagi vazifalarni o'z ichiga oladi:

- Kompaniyaning samarali pul oqimi rejasini tuzish va pul oqimini boshqarish uchun byudjetlarni yaratish;
- Naqd pul qoldiqlari uchun maqbul chegaralarni aniqlash;
- To'lovlarni boshlaydigan bo'linmalarga javobgarlikni o'tkazish orqali tashkilot ichidagi to'lovlar sohasidagi intizom;
- Pul oqimlarini onlayn tahlil qilish;
- Kreditorlik va debitorlik qarzlarni boshqarish.

G'aznachilik tizimidagi asosiy elementlarga to'lov taqvimi, pul oqimlari byudjetlari, to'lovlar reestri, xarajatlar va tushumlarning haqiqiy va rejalashtirilgan oqimlarini tahlil qilish kiradi.

KAPLAN PUBLISHING BT Study Text 2020-21 da. ACCA Applied Knowledge. ACCA diplom in Business and Technology (Rqf Level 4) Business and Technology (BT/FBT)) Chapter 13 "Accounting and finance functions within business" tashkilotlardagi g'aznachilik va uning funktsiyalari quyidagicha tavsiflanadi:

G'aznachilikni boshqarish-bu barcha moliyaviy masalalarni korporativ boshqarish, biznes uchun tashqi va ichki mablag'larni jalb qilish, valyutalar va pul oqimlarini boshqarish, shuningdek korporativ

moliyaning murakkab strategiyalari, siyosatlar va protseduralari.

G'aznachilik va moliyaning asosiy funksiyalari quyidagilardan iborat (11.1.1-jadvalga qarang.)

11.1.1-jadval

Biznesdagi G'aznachilikning asosiy funksiyalari va vazifalari¹²⁰

Funktsiya nomi	Vazifalar
Aylanma mablag'larni boshqarish (Working capital management)	G'aznachilik bo'limi tashkilotning naqd pul qoldig'i va aylanma mablag'larini kuzatib boradi
Naqd pul mablag'larni boshqarish (cash management)	G'azna byudjetlarini tuzish va kerak bo'lganda overdraftlarni tashkil qilish.
Moliyalashtirish (financing)	G'aznachilik bo'limi tashkilotning investitsiyalari va qarzlarini iloji boricha ko'proq investitsiya daromadlari va iloji boricha kamroq foiz xarajatlarini ta'minlash uchun kuzatib boradi.
Chet el valyutasi (foreign currency)	G'aznachilik bo'limi valyuta kurslarini kuzatib boradi va valyuta kurslarining o'zgarishi tufayli yo'qotishlarni minimallashtiradigan tarzda tashkilot ishlarini boshqarishga harakat qiladi
Soliq (taxes)	G'aznachilik bo'limi iloji boricha soliqlarni qonuniy tarzda amalga oshirish uchun harakat qiladi.

11.1.1-misol. (Foreign currency). Kompaniyalar chet el valyutasida kredit olishlari yoki chet el valyutasida to'lovni amalga oshiradigan to'lovchi/kutuvchi yoki mijoz va etkazib beruvchilari bo'lishi mumkin. G'aznachilik departamenti kompaniya uchun kurs farqlari xavfini minimallashtiradigan, ya'ni yo'qotishlarni

¹²⁰ B KAPLAN PUBLISHING BT Study Text 2020-21. ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology (BT/FBT) Chapter 13 "Accounting and finance functions within business" 328 p

minimallashtiradigan tarzda biznes yuritishga harakat qiladi.

Masalan, buyuk Britaniya kompaniyasi 2024-yil 1-yanvarda AQSh kompaniyasidan 1 million AQSh dollari qiymatidagi tovarlarni sotib oladi deylik. Tovarlar 2024-yil 31-martda to'lanishi kerak. 1-yanvar uchun valyuta kursi 1 funt sterlingni tashkil etadi: 1,5 dollar, shuning uchun buyum 666,667 funt sterlingga (1 million dollar/1,5 dollar) tushadi. Ammo, agar valyuta kursi, masalan, 1 funt sterlingga o'zgarsa: 1,3 dollar, to'lov miqdori 769 231 funt Sterlingni (1 million dollar/1,3 dollar) tashkil etadi.

Kompaniya ushbu xavfni 1-yanvardan boshlab 31-mart uchun 1 million dollar sotib olishi mumkin bo'lgan valyuta kursini belgilash uchun "forvard valyuta shartnomasi" ni tuzish orqali hal qilishi mumkin. Forvard valyuta shartnomasidagi kurs bozor valyuta kurslari bilan nima sodir bo'lishiga bog'liq bo'ladi.

Aytaylik, masalan, kompaniya 1 funt sterling:1,48 AQSh dollari miqdorida 1 million dollar sotib olish uchun shartnoma tuzishi mumkin. Shunday qilib, kompaniyaning funt sterlingdagi qiymati £ 675,676 (\$1 million/1,48) darajasida belgilanadi.

11.2.Aylanma mablag'larni boshqarish.

Aylanma mablag'lar - bu kompaniyaning o'z mablag'lari bo'lib, ularning qiymati bitta ishlab chiqarish yoki savdo tsikli davomida joriy xarajatlarga o'tkazilishi mumkin.

Ko'rsatkichning aniqroq nomi sof aylanma mablag'dir, ikkala variant ham mavjud.¹²¹

2020-21 yillarda it o'quv matnini nashr etish. ACCA amaliy bilim. Biznes va texnologiyalar bo'yicha ACCA diplomi (RQF 4-darajali) biznes va texnologiya (BT/GBT) Chapter 13 "Accounting and finance functions within business" da aylanma mablag'lar quyidagicha tavsiflanadi:

Aylanma mablag'lar - bu tashkilotning kundalik faoliyatini amalga oshirish uchun mavjud bo'lgan, joriy aktivlarning joriy majburiyatlardan oshib ketishi sifatida hisoblanadigan kapital. Xorijiy

¹²¹ <https://quote.rbc.ru/news/article/62ecd52a9a79471f049b678b?from=copy>

amaliyotda aylanma mablag'lar to'g'risidagi hisobot quyidagicha ko'rinishda bo'ladi:

Zahira (Inventory)	X
Savdo debitorlik qarzdorlik (Trade receivables)	X
Pul mablag'lari (Cash)	X
	—
Aylanma mablag'lar jami (Total current assets)	X
Minus: Savdo kreditorlik qarzdorlik (Less: Trade payables)	(X)
	—
Aylanma mablag'lar qoldig'i (Working capital balance)	X
	—

G'aznachilik va moliya bo'limi biznes uchun aylanma mablag'larga investitsiyalarning tegishli darajasi to'g'risida qaror qabul qilish uchun javobgardir.

Kapital yoki kompaniyaning o'z kapitali deganda uning o'z mablag'lari tushuniladi. Bu nimani anglatadi?

Har qanday kompaniyaning aktivlari va majburiyatlari mavjud. Aktivlar-bu kompaniyaning mulki — bu mulk, pul, moliyaviy investitsiyalar, shuningdek kontragentlarning kompaniya oldidagi turli majburiyatlari. Majburiyatlar-bu kompaniyaning boshqalarga qarzdorligi miqdori. Ular olingan kreditlar va kreditlarni, shuningdek uning faoliyati davomida yuzaga keladigan turli xil majburiyatlarni o'z ichiga oladi — masalan, ishchilarga ish haqini to'lash, tovarlarni oldindan to'lash, kompaniya tomonidan olingan xizmatlar uchun to'lash va boshqalar.

11.2.1-misol. Aytaylik, sizda kvartira, mashina bor, oy oxirida ish haqini kutmoqdasiz, bankda depozitlar va qimmatli qog'ozlar mavjud. Bu sizning barcha aktivlaringiz. Ammo sizning ipoteka qarzingiz bor va siz bolangizni musiqa maktabida o'qish uchun to'lashingiz kerak — bu sizning majburiyatingiz. Va sizning kapitalingiz sizning barcha aktivlaringiz va majburiyatlaringiz o'rtasidagi farqdir.

Kompaniya aktivlari va uning majburiyatlari o'rtasidagi farq kompaniyaning o'z mablag'lari yoki uning kapitalidir.

Kapital miqdori moliyaviy holatning muhim ko'rsatkichidir. Agar sizning majburiyatlaringiz bor narsangizdan oshib ketsa, unda sizning kapitalingiz salbiy bo'ladi va bu tashvishga sabab bo'ladi.

11.3.Moliyalashtirishni baholash va jalb etish

Tashkilot o'sishi va yangi loyihalarga sarmoya kiritishi uchun qo'shimcha mablag'talab qilishi mumkin. Shuning uchun u tashqi manbalardan mablag'jalb qilishi kerak bo'lishi mumkin.

Tashqi moliyalashtirishning ikkita asosiy turi mavjud.

* Qarz (Debt).

Bu uchinchi shaxsdan pul qarz olishni va uni keyinroq qaytarib berishni va'da qilishni o'z ichiga oladi. Odatda, kompaniya kredit miqdori bo'yicha foizlarni ham to'lashi kerak.

Qarz mablag'larini jalb qilishning turli xil manbalari mavjud bo'lib, ulardan tashkilot mablag'larni jalb qilishi mumkin, shu jumladan bank kreditlari va overdraftlar, venchur investorlar va obligatsiyalar yoki qarz majburiyatlarini sotish.

Overdraft (ingl. overdraft-overdraft) - bu kreditlash shakllaridan biri bo'lib, u bank hisobvarag'idan to'lov vaqtida mavjud bo'lganidan ko'proq pul yechib olish imkonini beradi.

Bu shunday ishlaydi. Bank mijozga overdraft limitini belgilaydi - "minusga o'tish" mumkin bo'lgan maksimal miqdor. Bank hisobvarag'idagi pul tugagach, mijoz ushbu limit doirasida to'lovlarni amalga oshirishda davom etishi mumkin.

Bank sarflangan mablag' uchun foizlarni hisoblab chiqadi. Mijozning bank hisobvarag'ida o'z pullari paydo bo'lganda, sarflangan mablag' va hisoblangan foizlar avtomatik ravishda undan olinadi.

Odatda, biznes kassa tanaffuslarini qoplash uchun overdraftdan foydalanadi. Masalan, agar kompaniya xodimlarga ish haqini to'lash vaqti kelgan bo'lsa va buning uchun puli bo'lmasa — kontragentlar faqat bir hafta ichida to'laydilar — u overdraftdan foydalanishi mumkin. Hisob-fakturada pul paydo bo'lganda, bank ushbu qarzni bekor qiladi.

Venchur investitsiyalari (ingl. venture - "xavf", "tavakalchilik") - bu istiqbolli yangi kompaniyalarga (startaplarga) yoki kelajakda yuqori

daromad olishni kutib, biznesni sezilarli darajada kengaytirishga intilayotgan kompaniyalarga investitsiyalar.

Bunday kompaniyalarga sarmoya kiritish orqali investorlar ularni moliyalashtirishni ta'minlaydilar. Shu bilan birga, bunday korxonalarning xususiyatlarini hisobga olgan holda, venchur kapital qo'yilmalari yuqori darajadagi xavfga ega. Shunday qilib, asosan, venchur kapital qo'yilmalari yuqori xavfli qimmatli qog'ozlarga uzoq muddatli investitsiyalardir.

Venchur investor (venchur kapitalist) - bu venchur sarmoyasi sohasida ishlaydigan investor. Venchur investor ham shaxs, ham tashkilot bo'lishi mumkin.¹²²

Qarzni moliyalashtirish orqali pul mablag'larini jalb qilishning asosiy afzalliklari quyidagilardan iborat:

- * Foizlarni to'lash soliqlar hisobiga amalga oshiriladi. E'tibor bering, aktsiyadorlarga dividend to'lash, aksincha, ruxsat etilgan chegirma emas;

- * Qarzni moliyalashtirishni jalb qilish tashkilotning mulkchilik shakli o'zgarishiga olib kelmaydi;

- * Qarzga xizmat ko'rsatish odatda o'z kapitaliga qaraganda arzonroq bo'ladi, chunki u ko'pincha kompaniya aktivlari bilan ta'minlanadi va biznes tugatilgan taqdirda o'z kapitalidan ustun turadi.

Aksiyadorlik mablag'larini jalb qilish quyidagi afzalliklarga ega:

- * Aksiyadorlarga to'lanishi kerak bo'lgan minimal dividend miqdori mavjud emas. Bu shuni anglatadiki, agar foyda kam bo'lsa va kompaniya bunga qodir bo'lmasa, dividendlarni to'lash to'xtatilishi mumkin. Qarzni moliyalashtirish bo'yicha foizlar bo'yicha to'lovlar har yili to'lanishi kerak.

- * Bank odatda kredit taklif qilishdan oldin kompaniya aktivlarini ta'minlashni talab qiladi. Ba'zi kompaniyalar sifatli aktivlarga ega bo'lmasligi mumkin, bu esa kapitalni jozibador qiladi, chunki u garovni talab qilmaydi.

Odatda, g'aznachilik va moliya bo'limi qaysi moliyalashtirish manbai biznes shartlariga eng mos kelishini aniqlaydi.

¹²² Banki.ru <https://www.banki.ru/news/daytheme/?id=10944781>

Allaqachon ishlayotgan biznes bunday tashqi mablag'manbalaridan foydalanishi mumkin:

Investitsiya fondlari. Ular foydali loyihalarga sarmoya kiritadilar. Ular biznesda ulush oladilar, keyin uni strategik sherik tomonidan yuqori stavka bo'yicha sotadilar. Ushbu fondlarning veb-saytlarida odatda xizmatlar ro'yxati, hamkorlik shartlari va fikr-mulohazalar shakli mavjud.

Strategik investitsiya fondlari. Foyda olish uchun kompaniyalarni sotib oling. Bunday investorlar o'zlari uchun qiziqarli loyihalarni mustaqil ravishda qidirmoqdalar.

Jismoniy shaxslar va kompaniyalarni moliyalashtirish bilan shug'ullanadigan banklar. Ular konservativ yondashuv bilan ajralib turadi, foizlarni to'lash bilan kreditni to'lashga qodir tashkilotlar bilan ishlaydi. Imtiyozli shartlarda kredit olish uchun avval tanlangan bankda joriy hisob raqamini ochishingiz yoki ish haqi loyihasini ulashingiz mumkin. Bu muvaffaqiyat ehtimolini oshiradi, lekin bunga kafolat bermaydi.

Loyihaning rentabelligi va istiqbollarni baholash quyidagi usullarga imkon beradi:

Qattiy belgilangan qiymat usuli. Bu usul biznesni rivojlantirishning dastlabki bosqichlarida, uning kelajagi iloji boricha noaniq bo'lganda resurslarni jalb qilish uchun ishlatiladi. Bunday loyihalarni moliyalashtirish bilan shug'ullanadigan kompaniyalar biznesdagi kelishilgan ulush evaziga belgilangan miqdorda sarmoya kiritadilar.

Venchur kapital usuli. Bu ishlarning hozirgi holatini va investor olishni istagan nazariy rentabellikni baholashga asoslangan. Masalan, kompaniya besh yil ichida x rublning bozor qiymatiga erishishni rejalashtirmoqda va investor 20 baravar foyda kutmoqda. Biznesning boshlang'ich narxi $x/20$ sifatida qabul qilinadi, jalb qilingan kapital miqdorining loyihaning boshlang'ich qiymatiga nisbati investorning ulushini belgilaydi.

Pul oqimlarini diskontlash usuli. Kamida uch yil ufqqa ega bo'lgan rivojlanishning batafsil moliyaviy prognoziga asoslanadi.

Rejalashtirish muddati to'lov muddatiga to'g'ri keladi va biznesning xususiyatlariga bog'liq. Masalan, kichik do'kon yoki o'quv markazining prognozi uch yilga, katta sarmoyaga muhtoj bo'lgan loyihalar uchun model besh yildan etti yilgacha mo'ljallangan.

Tayanch iboralar: g'aznachilik, naqd pul, aylanma mablag'lar, moliyalashtirish (financing), chet el valyutasi (foreign currency), soliq (tax), qimmatli qog'ozlar, aktivlar, majburiyatlar, zaxiralar (Inventory), savdo debitorlik qarzlari (trade receivables), savdo kreditorlik qarzlari (trade payables), bank kreditlari, overdraft, venchur investorlar.

Nazorat savollari:

1. G'aznachilikning vazifalari va vazifalari?
2. Aylanma mablag'lar nima?
3. Biznesdagi loyihaning rentabelligi va istiqbollarini baholash usullari?
4. Aksiyadorlik mablag'larini jalb qilishning qanday afzalliklari bor?
5. Venchur investor kim?
6. Overdraft nima?

Glossariy

G'aznachilik-bu kompaniyaning pul oqimlarini samarali boshqarish.

G'aznachilikni boshqarish-bu barcha moliyaviy masalalarni korporativ boshqarish, biznes uchun tashqi va ichki mablag'larni jalb qilish, valyutalar va pul oqimlarini boshqarish, shuningdek korporativ moliyaning murakkab strategiyalari, siyosatlari va protseduralari.

Naqd pulni boshqarish-korxonada, bankda, brokerlik kompaniyasida yoki boshqa muassasada pul mablag'larini eng samarali jalb qilish va ulardan foydalanishni, shu jumladan to'lovlarni amalga oshirish muddatlarini optimallashtirishni, to'lovlarni olishni tezlashtirishni, bo'sh pul qoldig'i miqdorini optimallashtirishni va boshqalarni maqsad qilib qo'ygan pul operatsiyalarini nazorat qilish va tartibga solish.

Aylanma mablag'lar-bu tashkilotning kundalik faoliyatini amalga oshirish uchun mavjud bo'lgan kapital bo'lib, joriy aktivlarning joriy majburiyatlardan oshib ketishi sifatida hisoblanadi.

Overdraft (ingl. overdraft- ortiqcha xarajatlar) - bu kreditlash shakllaridan biri bo'lib, u bank hisobvarag'idan to'lov vaqtida mavjud bo'lganidan ko'proq pul yechib olish imkonini beradi.

Venchur investitsiyalari (ingl. venture - "xavf", "tavvakalchilik") - bu istiqbolli yangi kompaniyalarga (startaplarga) yoki kelajakda yuqori daromad olishni kutib, biznesni sezilarli darajada kengaytirishga intilayotgan kompaniyalarga investitsiyalar.

XII BOB. BOSHQARUV HISOBI VA FUNKTSIYALARI

12.1.Boshqaruv hisobi tushunchasi.

12.2. Boshqaruv hisobida xarajatlar jadvali.

12.3. Byudjetlashtirish.

12.4. Boshqaruv hisobi, biznes siyosati va faoliyat natijalari.

12.1.Boshqaruv hisobi tushunchasi.

Boshqaruv buxgalteriya hisobi- kompaniyaning hisob siyosatini ishlab chiqish va boshqarish jarayoni. Boshqaruv buxgalteriya hisobi birinchi navbatda tashkilotdan tashqarida bo'lgan manfaatdor tomonlarga hisobot berishdan manfaatdor emas. Barchasi, hisobotlarning tashqi foydalanuvchilarining talablari biznesni boshqarish va tashkil etish bilan shug'ullanadiganlar uchun bir necha jihatdan farq qilishi mumkin. Boshqaruv hisobi vazifalariga quyidagilar kiradi:

- Axborotlarni jamlash;
- Ma'lumotlarni tasniflash;
- Tafsilot darajasini aniqlash;
- Qamrab olgan davri.

Boshqarish muhitiga menejmentning boshqaruvga bo'lgan munosabati, tashkiliy tuzilishi va xodimlarning qadriyatlari va qobiliyatlari ta'sir qiladi.

Nazorat muhitining tabiati (Nature of control environment). Boshqarish muhiti (The control environment) - bu direktorlar va rahbariyatning ichki nazorat va ularning shaxsdagi ahamiyati bilan bog'liq umumiy munosabati, xabardorligi va harakatlari. Boshqarish muhiti boshqaruv uslubi va barcha xodimlar tomonidan tashkil etilgan korporativ madaniyat va qadriyatlarni o'z ichiga oladi. Bu turli xil boshqa boshqaruv elementlari boshqariladigan muhitni ta'minlaydi.

Turnbull hisobotida kuchli boshqaruv muhitining bir qator elementlari ta'kidlangan. Bularga:

- Aniqlangan muhim xatarlarni bartaraf etishning aniq strategiyalari;

- Kompaniyaning madaniyati, xulq-atvor kodeksi, inson resurslari siyosati va biznes maqsadlarini qo'llab-quvvatlovchi natijalarni mukofotlash tizimlari va xatarlarni boshqarish va ichki nazorat tizimlari;

- Yuqori menejment o'z harakatlari va siyosati orqali vakolat, yaxlitlik va kompaniya ichidagi ishonch muhitini rivojlantirishga sodiqligini namoyish etadi;

- Qarorlar qabul qilinishi va harakatlar tegishli odamlar tomonidan qabul qilinishi uchun vakolat, mas'uliyat va hisobdorlikni aniq belgilash;

- Xodimlarga ulardan kutgan xodisalar va ularning harakat qilish erkinligi doirasi bilan aloqa qilish;

- Tashkilot maqsadlari yutuqlarini qo'llab-quvvatlash va uning xatarlarini samarali boshqarish uchun bilim, ko'nikma va vositalarga ega bo'lgan kompaniyadagi odamlar.

Kuchli nazorat muhiti o'z-o'zidan umumiy ichki nazorat tizimining samaradorligini ta'minlamaydi. Nazorat muhiti biznes maqsadlarini belgilashga, tadbirkorlik faoliyatini tuzishga va xatarlarni bartaraf etishga katta ta'sir ko'rsatadi.

Boshqaruv elementlari ma'muriy va buxgalteriya hisobi kabi turli yo'llar bilan tasniflanishi mumkin; oldini olish, aniqlash va tuzatish; ixtiyoriy va ixtiyoriy bo'lmagan; ixtiyoriy va majburiy; qo'lda va avtomatlashtirilgan kabi tushunchalar.

Siz turli yo'llar bilan tasniflangan ichki boshqaruv elementlarini duch kelishingiz mumkin. Bular quyida (12.1.1.-jadval)da ko'rib chiqamiz. Boshqaruv elementlarining tasnifi muhim bo'lishi mumkin, chunki boshqaruvning turli tasniflari turli yo'llar bilan sinovdan o'tkaziladi.

Boshqaruv hisobi ma'lumotlari (Management accounting information). Moliya funktsiyasi menejmentga rejalashtirish, qaror qabul qilish va nazorat qilishda yordam berish uchun ma'lumot berishda muhim rol o'ynaydi. Bunga boshqaruv hisobi deyiladi.

(a) Rejalashtirish (Planning):

(i) Moliya funktsiyasi resurslarni yo‘naltiradigan va taqsimlaydigan byudjetlarni tuzadi

12.1.1.-jadval

Boshqaruv protseduralar tasnifi¹²³

Protsedura turi	Batafsil tasnifi
Boshqaruv(Administration)	Ular tashkilotning maqsadlariga erishish va siyosatni amalga oshirish bilan bog‘liq. Ushbu nazorat aloqa kanallari va hisobot majburiyatlari bilan bog‘liq
Buxgalteriya (Accounting)	Ushbu nazorat aniq buxgalteriya yozuvlarini taqdim etish va hisobdorlikka erishishga qaratilgan. Ular operatsiyalarni qayd etish va majburiyatlarni belgilash uchun qo‘llaniladi yozuvlar, bitimlar va aktivlar uchun.
Oldini olish (Prevent)	Bu birinchi navbatda xatolar sodir bo‘lishining oldini olish uchun mo‘ljallangan boshqaruv elementlari. Masalan, hisob-fakturalarni to‘lashdan oldin yetkazib beruvchilarning hisob-fakturalarini olingan tovarlarga nisbatan tekshirish.
Aniqlash (Detect)	Ular sodir bo‘lgandan keyin xatolarni aniqlash uchun mo‘ljallangan. Bunga banklarni yarashtirish va inventarizatsiyani inventarizatsiya yozuvlari bilan jismoniy tekshirish kiradi.
To‘g‘irlash(Correct)	Ular xatolar ta’sirini minimallashtirish yoki inkor etish uchun mo‘ljallangan. Masalan, kun oxirida kompyuter kiritishining zaxira nusxasi bo‘lishi mumkin.

¹²³ Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. PART A: Chapter 09 « Control, security and audit» 241 p

(ii) Moliya funktsiyasi kelajakdagi kutilayotgan natijalar prognozlarini ham ishlab chiqaradi.

(b) Qaror qabul qilish (Decision-making). Moliya funktsiyasi ko‘pincha taklif qilingan qarorlarning xarajatlari va pul oqimlari oqibatlarini baholash va modellashtirishda ishtirok etadi.

(c) Nazorat (Control).

(i) Byudjetlar ishlashni kuzatish uchun ham ishlatiladi. Moliya funktsiyasi muntazam ravishda byudjet daromadlari va xarajatlarini bir davr uchun taqqoslaydigan, haqiqiy natijalar va o‘tgan oylarni taqqoslaydigan ma’lumotlarni taqdim etadi.

(ii) Boshqaruv hisobchilari mahsulotlar, xizmatlar, jarayonlar va boshqa operatsiyalarning umumiy rentabellikka qo‘shgan hissasini baholashda ishtirok etadilar.

(iii) Oldindan belgilangan standartlarga asoslangan xarajatlar.

Zaif tomonlarini aniqlash va o‘z vaqtida barcha himoya vositalaridan rahbarlari ma’lumot beradi.

Boshqaruv buxgalterlarining ish maqsadlariga erishishda muvaffaqiyati ikki narsaga bog‘liq bo‘ladi. Bularga:

- Ular taqdim etgan ma’lumotlarning sifati;
- Ular boshqa menejerlarga taqdim etgan ma’lumotlardan to‘g‘ri foydalanilganligi.

Boshqa bo‘limlar bilan buxgalterlarni muvofiqlashtirishi. Boshqa menejerlarga yordamchi va maslahatchi sifatida qarash o‘rniga, boshqaruv buxgalterlari ba‘zan ayb topishga harakat qiladigan dushman sifatida qaraladi. Biroq, boshqa bo‘limlar bilan yaqin muvofiqlashtirish zarur.

(a) qarzlar kitobi bo‘limi sotib olish buyurtmalarining nusxalarini yuborish va yetkazib beruvchilardan olingan schyot-fakturalarning haqiqiyligini tasdiqlash, shuningdek, qarzlar kitobi xodimlarini qabul qilingan tovarlarga oid har qanday jo‘natmalar to‘g‘risida xabardor qilish uchun sotib olish bo‘limiga tayanadi yoki xaridlar qaytadi. Bo‘lim, shuningdek, hisob-fakturalarning barcha to‘lovlari to‘g‘risida uni xabardor qilish uchun kassirga tayanadi.

(b) Debitorlik qarzlarni aks ettiruvchi kitobi savdo bo'lim xodimlari savdo buyurtmasining nusxalarini yuborish yoki mijozlarga yetkazib berilgan tovarlarni tasdiqlash va kassirga olingan to'lovlar haqida ma'lumot berish vazifalarni bajaradilar.

(s) Debitorlik qarzlarni aks ettiruvchi bo'lim kitobi ham, oylik bayonotlarni yig'ish va eskirgan debitorlarning ro'yxatini tayyorlash uchun, xodimlar bilan hamkorlik qilish kerak. Kredit nazorati ishlari va qarzni undirish xodimlarining ishi ham o'zaro chambarchas bog'liq bo'lib, ular o'rtasida erkin axborot almashinuviga tayanadi.

(d) Yillik hisoblarni tayyorlash uchun mas'ul bo'lgan moliyaviy buxgalteriya xodimlari inventarizatsiya yozuvlari to'g'risidagi ma'lumotlar uchun boshqaruv buxgalteriya xodimlariga ishonishlari mumkin, shunda hisobvaraqlarda inventarizatsiyani yopish uchun qiymat qo'yiladi.

Tashkilotning boshqa bo'limlaridagi boshqa menejerlarga axborot yetkazib beruvchilar sifatida buxgalterlar ushbu boshqa menejerlar bilan hamkorlikda ishlamasalar, to'liq samarali bo'lolmaydi.¹²⁴

Boshqaruv hisobi – asosan ichki axborot foydalanuvchilari uchun amalga oshiriladigan hisobot turi. Buxgalteriya hisob tiziminig tarkibiy qismi. Boshqaruv hisobi asosan korhona xarajatlar hisobini yuritish va turlari bo'yicha muvofiqlashtirishga qaratilgan hisob tizimi.

12.2. Boshqaruv hisobida xarajatlar jadvali.

Xarajatlar jadvalida (cost schedule) mahsulot birliklarini ishlab chiqarish bilan bog'liq turli xil xarajatlar ko'rsatiladi. Bu ko'pincha biz ishlab chiqaradigan har bir mahsulot turining birligini ishlab chiqarish xarajatlari ro'yxati sifatida ko'rsatiladi. Buni standart **xarajatlar kartasi (standard cost card)** deb atash mumkin.

Xorijiy amaliyotda xarajatlar jadvallari quyidagicha ko'rihishda yuritiladi:

12.2.1-misol. ABC Ltd o'yinchoqlar ishlab chiqaradi. Uning mahsulotlaridan biri yog'och parovoz bo'lib, uning bir birlik uchun narxi

¹²⁴ Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. PART B: Chapter 06 « Organisational culture and committees” 158-161 p

quyidagi xarajatlarni o‘z ichiga oladi:	
To‘g‘ridan-to‘g‘ri materiallar xarajatlari (yog'och va bo‘yoq)	5,50
To‘g‘ridan-to‘g‘ri ish xaqi xarajatlari (kesish va bo‘yash uchun sarflangan vaqt)	6,50
Tannarx	12,00
O‘zgaruvchan ustama xarajatlari (issiqlik va elektro energiya)	4,00
Marjinal xarajatlar	16,00
Doimiy ustama xarajatlar (zavod ijarasi)	5,00
Umumiy xarajatlar (absorption costing)	21,00

Ushbu hisobot biznesga bir nechta asosiy biznes qarorlarini qabul qilishga yordam beradi:

* **Narx bo‘yicha qarorlar (Pricing decisions)** - foyda olish uchun mahsulotlarimizni qanday narxda sotishimiz kerakligi?

* **Zararsiz nuqtasining tahlili (Break-even analysis)** - qaysi mahsulotlar foydali va qaysi biri foydasiz? Yangi mahsulotni chiqarishga arziydimi? Mahsulot ishlab chiqarish xarajatlarini qoplash uchun etarli miqdordagi mahsulot birliklarini sotishimiz mumkinmi?

* **Muhim omillar tahlili (key factor analysis)** – mahsulotlar uyda ishlab chiqarilishi kerakmi yoki ularni ishlab chiqarish arzonroq joyga outsorsing qilinishi kerakmi?

* **Investitsiyalarni baholash (Investment appraisal)** - eskisini almashtirish uchun yangi uskunalar sotib olishga arziydimi? Bozorga yangi mahsulot olib kelish kabi yangi loyihani boshlashimiz kerakmi?

Korxonalar biznesning kundalik operatsiyalarini bajarishda yordam berish uchun ichki hisobotlarni tayyorlashni xohlashadi.

Ichki hisobotlarga quyidagilar kiradi:

- Xarajatlar jadvallari;
- Byudjetlar;
- Dispersiya hisobotlari.

Menejerlarga biznes nima sarflayotganini tekshirish imkoniyatini

berish uchun xarajatlar jadvali muntazam ravishda talab qilinadi. Xarajatlar jadvallari, masalan, quyidagi sohalar uchun ishlab chiqarilishi mumkin:

- ish haqi va maoshlar;
- bo‘lim xarajatlari;
- tannarx xarajatlari;
- sotish xarajatlari;
- boshqaruv xarajatlari.

Biznes kompaniyalari byudjet hisobotini tayerlash muhim hisoblanadi. Bu keyingi yil uchun byudjet miqdorini belgilash bilan bog‘liq bo‘lishi mumkin, unda prognoz qilingan sotuvlar, ushbu savdolarni ishlab chiqarish xarajatlari, qo‘shimcha xarajatlar va prognoz qilingan foyda ko‘rsatilgan. Byudjetlar umuman biznes uchun va alohida bo‘limlar uchun ishlab chiqarilishi mumkin. Moliya bo‘limi ham har hafta yoki oyda biznesga kirishi va chiqishi mumkin bo‘lgan naqd pul miqdorini aniqlaydigan pul oqimi byudjetini (yoki pul oqimi prognozini) ishlab chiqing. Bu bo‘limga yuzaga kelishi mumkin bo‘lgan muammolarni aniqlash va overdraft imkoniyatlarini yoki bank bilan kreditlarni oldindan tashkil etish imkonini beradi.

Byudjet kelishilgandan so‘ng, haqiqiy xarajatlarni o‘lchash kerak. Xarajatlar jadvali byudjet bilan taqqoslanishi va har qanday farqlar hisobga olinishi kerak. Ushbu farqlar dispersiyalar deb ataladi va dispersiya hisoboti haqiqiy va byudjet xarajatlari o‘rtasidagi farqlarni batafsil bayon qiladi va har qanday moddiy farqlarni tushuntiradi. Keyin kerak bo‘lganda harakat qilish mumkin.

12.3. Byudjetlashtirish.

Byudjetlashtirish boshqaruv hisobi asoslarining asosidir. Ushbu vosita byudjetni rejalashtirish va ishlab chiqish, byudjet jarayonini rejalashtirish bosqichidagi faoliyat, byudjetlarni tuzish va qabul qilish tartibi, moliyaviy boshqaruv tizimining tarkibiy qismlaridan biri bo‘lib, xo‘jalik yurituvchi sub'ekt resurslarini o‘z vaqtida optimal taqsimlash uchun mo‘ljallangan.

Byudjetlashtirishning vazifalari quyidagilardan iborat:

-ishlab chiqarishni zarur ma'lumotlar bilan axborot bilan ta'minlash;

-zarur xarajatlar hajmini ham jismoniy, ham qiymat jihatidan asoslash;

-ishlab chiqarish sharoitlarining o'zgarishi (ishlab chiqarish texnologiyasi, ishlab chiqarish hajmi, moddiy boyliklar narxlarining o'zgarishi) munosabati bilan xarajatlarni o'z vaqtida tuzatish;

- ortiqcha mablag'larni ortiqcha yo'naltirishning oldini olish;

- tovar aylanmasidan, ortiqcha xarajatlardan, nazorat va muvofiqlashtirishdan rejalarni bajarish, xodimlarni rag'batlantirish bo'yicha ishlar.

Bundan tashqari, birlik xarajatlari aniqlangandan so'ng, byudjet tuzilishi mumkin. Bu kelgusi davr uchun biznesimiz uchun rejalashtirilgan umumiy daromad va xarajatlarni ko'rsatadi. Bu ko'rsatkichlar, oldingi 12.2.- paragrafda aytib o'tilgan xarajatlar jadvaliga asoslanadi.

Byudjetlashtirish bir necha sabablarga ko'ra foydalidir. Eslab qolish uchun **CRUMPET** qisqartmasidan foydalanish foydalidir.

* **Co-ordination** (muvofiqlashtirish) – byudjet menejerlar uchun qo'llanma bo'lib xizmat qiladi va ularning barchasi kompaniya manfaati uchun birgalikda ishlashini ta'minlaydi;

* **Responsibility** (javobgarlik) - byudjet menejerlarga xarajatlarni amalga oshirish, xodimlarni yollash va umuman byudjetda belgilangan rejalarga rioya qilish huquqini beradi;

* **Utilisation** (foydalanish) – byudjetlar (ayniqsa, naqd pul byudjetlari) menejerlarga kelgusi davrda o'z biznes resurslaridan maksimal darajada foydalanishga yordam beradi;

* **Motivation** (motivatsiya) – byudjet menejerlarning xatti-harakatlariga ta'sir qilish va ularni biznes maqsadlariga muvofiq ishlashga undash uchun foydali vosita bo'lishi mumkin.

* **Planning** (rejalashtirish) - byudjetlar menejerlarni kelajakka qarashga majbur qiladi. Bu ularga biznes uchun imkoniyatlar yoki tahdidlarni aniqlashga va oldindan samarali choralar ko'rishga yordam beradi;

* **Evaluation (baholash)** – byudjetlar ko‘pincha boshqaruvni baholash uchun asos sifatida ishlatiladi. Agar hisobot davrida byudjetlarini bajargan bo‘lsa, menejer yaxshi ishlaydi;

* **Telling (axborot berish)** – "aloqa" deb ham ataladi, byudjetlar barcha xodimlarga kelgusi davrda ulardan nima kutilayotgani haqida tushuncha beradi.

Byudjetlashtirishning asosiy kamchiliklaridan biri shundaki, ular kelgusi davrda nima bo‘lishini taxminiy baholashadi. Aslida, aksariyat kompaniyalar o‘zlarining byudjetlarida belgilangan maqsadlarga to‘liq erisha olmaydilar.

Bu shuni anglatadiki, har bir davr oxirida ular og‘ish to‘g‘risida hisobot tuzishlari kerak.

O‘g‘ishlar to‘g‘risidagi hisobotlar (Variance reports).

O‘g‘ishlar to‘g‘risidagi hisobot byudjetni byudjet davrida erishilgan haqiqiy natijalar bilan taqqoslaydi va ular orasidagi har qanday jiddiy farqlar yoki tafovutlarni aniqlaydi.

Nazorat qilish maqsadida rahbariyat nima uchun u yoki bu og‘ish sodir bo‘lganligini aniqlashi kerak bo‘lishi mumkin. Sababi aniqlangandan so‘ng, agar mavjud bo‘lsa, qanday nazorat choralari maqsadga muvofiq bo‘lishi mumkinligi to‘g‘risida qaror qabul qilinishi mumkin.

- * kelajakda salbiy og‘ishlarning takrorlanishining oldini olish yoki
- * kelajakda ijobiy og‘ishlarni takrorlash yoki
- * byudjetda rejalashtirilgan maqsadlarga erishish uchun kerakli natijalarni to‘g‘ri yo‘lga qo‘yish.

12.4. Boshqaruv hisobi, biznes siyosati va faoliyat natijalari.

Yuqorida aytilganlarning barchasiga qo‘shimcha ravishda, boshqaruv hisobi funktsiyasi biznes siyosati va faoliyatini shakllantirish, amalga oshirish va nazorat qilishda ayniqsa muhim rol o‘ynaydi.

Masalan, korxona o‘z daromadlari va daromadlarini ko‘paytirish maqsadiga ega bo‘lishi mumkin. Keyin u ushbu maqsadga erishishning mumkin bo‘lgan yo‘llarini o‘rganishi kerak bo‘ladi – masalan, yangi mahsulotlarni ishga tushirish yoki raqobatchini sotib olish orqali. Va

nihojat, u ushbu yondashuvlarning qaysi biri o'z maqsadlariga erishishga imkon berishini baholashi va ulardan eng yaxshisini tanlashi kerak.

Buxgalteriya funktsiyasi, albatta, bu jarayonga hissa qo'shishi mumkin. Tashkilot rejalariga erishish odatda pul bilan o'lchanganligi sababli, buxgalterlar maqsadlarni aniqlash va keyinchalik moliyaviy jihatdan eng jozibadorligini aniqlash uchun turli xil strategiyalarni baholash uchun zarurdir.

Strategiya tanlanganidan so'ng, masalan, yangi mahsulotni ishga tushirishda, kompaniya uni to'g'ri amalga oshirilayotganligini va kerakli darajada ishlashini ta'minlash uchun uni diqqat bilan kuzatib borishi va kuzatishi kerak.

Bu odatda ilgari tavsiflangan og'ishlarni tahlil qilish orqali amalga oshiriladi.

Tayanch iboralar: xarajatlar jadvallari (cost schedules), byudjetlar va og'ish to'g'risidagi hisobotlar (budgets and variance reports), standart xarajatlar kartasi (standard cost card), narx qarorlari (pricing decisions), zararsiz nuqtasi tahlili (break-even analysis), asosiy omillar tahlili (key factor analysis), muvofiqlashtirish (co-ordination), javobgarlik (responsibility), motivatsiya (motivation), rejalashtirish (planning), baholash (evaluation), axborot berish (telling).

Nazorat uchun savollar

1. Boshqaruv hisobi nima va u qanday funktsiyalarga ega?
2. Moliyaviy va boshqaruv hisobi o'rtasidagi farqlar?
3. Xarajatlar jadvali nima?
4. Rejalashtirish nima?
5. Byudjetlashtirish nima?
6. **CRUMPET** qisqartmasini izohlang?
7. Og'ish to'g'risidagi hisobotlar (Variance reports) nima uchun ishlatiladi?
8. Boshqaruv hisobi, biznes siyosati va faoliyat natijalari?

Glossariy

Boshqaruv (yoki xarajatlar) hisobi (Management (or cost) accounting)) - bu boshqaruv faoliyati uchun asos sifatida ma'lumot berish uchun ma'lumotlarni tahlil qiladigan boshqaruv axborot tizimi.

Byudjetlashtirish - boshqaruv hisobi asoslarining asosidir. Ushbu vosita byudjetni rejalashtirish va ishlab chiqish, byudjet jarayonini rejalashtirish bosqichidagi faoliyat, byudjetlarni tuzish va qabul qilish tartibi, moliyaviy boshqaruv tizimining tarkibiy qismlaridan biri bo'lib, xo'jalik yurituvchi sub'ekt resurslarini o'z vaqtida optimal taqsimlash uchun mo'ljallangan.

O'g'ishlar to'g'risidagi hisobot (Variance reports) - boshqaruv tizimining asosiy elementidir. Ayrim ko'rsatkichlar bo'yicha (masalan, sotishdan tushgan tushum) hisobot har kuni, boshqalari uchun — haftalik va oylik tuziladi. Bularning barchasi nazorat qilinadigan ko'rsatkichlarning xususiyatiga bog'liq.

Rejalashtirish - tanlangan boshqaruv ob'ekti doirasida ayrim turdagi resurslarning mutanosib o'zaro ta'sirini ta'minlaydigan, nisbatlar va o'sish sur'atlarini belgilaydigan jarayon.

XIII. MOLIYAVIY HISOB VA MOLIYA BO‘LIMI FUNKTSIYALARI

13.1. Moliyaviy hisob haqida tushuncha.

13.2. Xarid qilish tizimi.

13.3. Savdo tizimi.

13.4. Ish haqi hisoblash tizimi.

13.5. Naqd pul tizimi.

13.6. Inventarizatsiya.

13.1. Moliyaviy hisob haqida tushuncha.

Moliya (Finance)- Moliya funktsiyasi ham juda keng. Kundalik darajada hisob-kitoblar bo‘limi mijozlarga hisob-fakturalarni yuborish, yetkazib beruvchilardan hisob-fakturalarni qabul qilish, yetkazib beruvchilarga yetkazib bergan tovarlar uchun pul qoplammalarni to‘lash, mijozlardan pul olish va boshqa to‘lovlarni amalga oshirish, masalan, uzoq muddatli aktivlarni sotib olish va xodimlarga ish haqi to‘lash bilan shug‘ullanadi. Buxgalteriya funktsiyasidagi boshqaruvning yuqori darajalari, shuningdek, naqd pul qoldiqlarini boshqarish va tashkilotning umumiy moliyalashtirish uchun javobgar bo‘lishi mumkin.

Moliyaviy buxgalteriya hisobi asosan biznesning natijalari va moliyaviy holati to‘g‘risida hisobot berish usuli hisoblanadi. Bu birinchi navbatda biznesni yanada samarali olib borish uchun ma’lumot berish bilan bog‘liq jarayon. Moliyaviy hisobotlar menejmentni qiziqtirsa-da, ularning asosiy vazifasi biznesning kundalik faoliyatiga aloqador bo‘lmagan shaxslarning axborot ehtiyojlarini qondirishdir. Bu, ayniqsa, cheklangan kompaniyalarning e‘lon qilingan hisobotlari kontekstida aniqlanadi. Standartlar (va kompaniya qonunchiligi) kompaniya aktsiyadorlarga taqdim etilishi uchun hisobvaraqlar ishlab chiqarishi kerakligini belgilaydi.

Odatda hisobvaraqlarda nimalar bo‘lishi kerakligi to‘g‘risida batafsil qoidalar mavjud va bu aktsiyadorlarga direktorlar (yoki boshqaruv kengashi) kompaniyani qanchalik yaxshi boshqarganligini

baholashga imkon beradi.

Shuningdek, kompaniya haqida ma'lumotga muhtoj bo'lgan ba'zi tashqi foydalanuvchilar mavjud: yetkazib beruvchilar, mijozlar, xodimlar, soliq organlari, keng jamoatchilik. Ularning axborot ehtiyojlari kompaniyaning e'lon qilingan moliyaviy hisobotlari bilan to'liq yoki qisman qondiriladi.

Moliyaviy hisobot ixtiyoriy emas. E'lon qilingan hisobotlar tashqi foydalanuvchilar bilan aloqa qilishning muhim manbai hisoblanadi. E'lon qilingan foyda miqdori investorlar olishi mumkin bo'lgan daromadni aniqlaydi. Ular, shuningdek, ulush qiymatiga ta'sir qilish orqali kompaniyaning kapital ko'rsatkichlariga bilvosita ta'sir qiladi.

Moliyaviy hisob vazifalariga quyidagilar kiradi:

- Moliyaviy hisob va uning boshkaruvini to'g'ri olib borish va moliyaviy boshqa ma'lumotlarni oldingi davrlar yoki operatsiyalarning kutilayotgan natijalari bilan taqqoslanadigan ma'lumotlar bilan taqqoslab ko'rib chiqish;
- Buxgalteriya hisobi standartlari va tadbirkorlik konuniyatlari tomonidan belgilangan kompaniya aktsiadorlariga hamda tashqi ma'lumot oluvchilar (mol yetkazib beruvchilar, xaridorlar, soliq organlari, ishchilar va maxalliy organlar)ga taqdim etilishi kerak bo'lgan hisobotlarni ishlab chiqishdan iborat.

Moliyaviy menejment. Moliyaviy menejment boshqaruv hisobi va moliyaviy hisobidan ham alohida tartibga solinadi. Boshqaruv hisobi, moliyaviy buxgalteriya hisobi va moliyaviy menejment funktsional vazifalarini kichik tashkilotda bitta shaxs tomonidan amalga oshirilishi mumkin.

Moliyaviy menejer moliyani oshirish va moliyaviy resurslarni, shu jumladan quyidagi qarorlarni nazorat qilish uchun javobgardir. Quyidagi savollarga javob berishi kerak:

- Firma bankdan qarz olishi yoki aktsiyalar chiqarish orqali mablag' to'plashi kerakmi?
- Dividentlar qancha to'lanishi kerak?
- Firma yangi asbob uskunalarga pul sarflashi kerakmi?
- Mijozlarga qancha kredit berilishi kerak?

- To'lov muddatidan oldin qoplama miqdorini to'lab beradigan mijozlarga qancha chegirma berilishi kerak?

Moliyaviy nazorat protseduralari (Financial control procedures). Moliyaviy nazorat deganda tashkilot tomonidan moliyaviy resurslarini boshqarish va samarali ishlash uchun siyosat va protseduralarni ishlab chiqish tushuniladi. Bu pul oqimlarini boshqarish, byudjetni tuzish va har qanday firibgarlik yoki o'g'irlikning oldini olish uchun zarurdir. Shunday qilib, u biznesning o'sishi va rivojlanishi uchun moliyaviy faoliyatini kuzatish va nazorat qilish imkonini beradi.

Tashkilot operatsiyalarni boshqarish, hujjatlashtirish, tahlil qilish va hisobot berish uchun moliyaviy nazorat tizimini joriy qilishi kerak. Samarali moliyaviy menejmentni rejalashtirish kompaniyaga moliyaviy tavakkal qilishga, ishonchli vazifalarni bajarishga, korporativ boshqaruv va tegishli tekshiruv talablariga va moliyaviy maqsadlarga erishishga yordam beradi. Uning yo'qligi byudjet, operatsiyalar va unumdorlikka ta'sir qilishi mumkin.

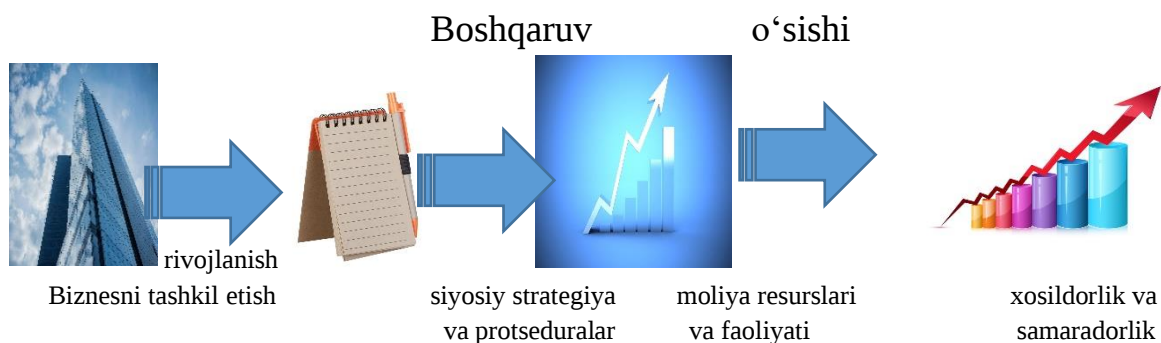
Moliyaviy nazorat protseduralari quyidagi, biznesda muhim bo'lgan jarayonlarning samaradorligini ta'minlab beradi:

- Moliyaviy operatsiyalar to'g'ri amalga oshiriladi;
- Biznes aktivlari himoya qilinadi;
- To'g'ri va o'z vaqtida boshqarish uchun axborot bilan ta'minlanadi.

Bu moliyaviy nazorat tartibga solinadigan ba'zi misollar:

- Ikki imzolovchiga kerak bo'lgan ma'lum miqdorni tekshiradi;
- Xarid buyurtmalari uchun avtorizatsiya chegaralari;
- Kichik naqd pul va xarajatlar bo'yicha da'volar uchun avtorizatsiya;
- Kreditni nazorat qilishning samarali protseduralari;
- Kompyuter xavfsizligi protseduralari va kirish darajalari.

Biznesda moliyaviy nazorat o'ziga xos jarayonlarni o'z ichiga oladi (13.1.1.-rasm).



13.1.1.- rasm. Biznesda moliyaviy nazorat

- Moliyaviy nazorat protseduralarining zaif tomonlari:
- Naqd pul yoki cheklar yo'qoladi;
- Haddan tashqari yomon yoki shubhali qarzlari;
- Mijozlar kredit shartlari doirasida to'lamaydilar;
- Yetkazib beruvchilarga o'z vaqtida to'lovlar amalga oshirilmaydi;
- Ruxsatsiz xaridlar amalga oshiriladi;
- Belgilangan vaqtda hisoblar yoki boshqa hisobotlar tuzilmaydi.

Moliyaviy nazorat tashkilotga moliyaviy resurslarning yo'nalishini, taqsimlanishini va ishlatilishini aniqlashga imkon beradi. Shu tarzda, kompaniya mavjud vaziyat va prognozga muvofiq o'z maqsadlari asosida moliyaviy hisobotlarni yuritishda xarajatlar to'g'risida oqilona qarorlar qabul qilishi mumkin.

Ushbu strategiya kompaniyaning biznes-rejalariga nisbatan haqiqiy faoliyatini tahlil qilishni va har qanday anomaliyalar, qoidabuzarliklar yoki kutilmagan o'zgarishlarga javoban siyosat va protseduralarni tuzatishni o'z ichiga oladi.

Oddiy qilib aytganda, tashkilotning strategiyasi va siyosatini ishlab chiqish uchun moliyaviy nazorat zarur. Bu nafaqat xarajatlarni kamaytiradi, balki butun jarayonni optimallashtirishi mumkin, natijada foyda ko'payadi. Uning yo'qligi tizimni buzishi mumkin.

Korxonalar odatda o'z maqsadlariga erishish uchun moliyaviy

resurslarini kuzatishi va nazorat qilishi kerak.¹²⁵

13.2. Xarid qilish bo'limi.

Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. PART S: Chapter 08 « The role of accounting » qismida biznes doirasida boshqarilishi va menejmenti tashkil etilishi kerak bo'lgan bir qator sohalar yoki funktsiyalar mavjudligi e'tirof etilgan. Masalan, biznesning bosh ofisi bir nechta sohalarni qamrab olishi mumkinligi va bular quyidagilar deb ko'rsatilgan:

- Xarid qilish;
- Inson resurslarni boshqarish;
- Moliya;
- Savdo va marketing;
- Umumiy boshqaruv.

| Korxona mahsulot ishlab chiqaradimi yoki sotib olingan mahsulotlarni sotadimi, ishlab chiqarish uchun xom ashyo sotib olish yoki qayta sotish uchun tayyor mahsulotni sotib olish katta xarid funktsiyasi bo'ladi. Xarid qilish bo'limining vazifasi narx, xizmat, yetkazib berish muddati va sifati bo'yicha eng yaxshi umumiy bitimni taqdim etadigan yetkazib beruvchilardan biznes xaridlarini ta'minlashdan iborat bo'ladi. Xarid qilish bo'limi, shuningdek, biznes tomonidan faqat kerakli xaridlarni amalga oshirilishini ta'minlash uchun javobgardir.

Xarid qilish (Purchasing) - bu korxona yoki tashkilot o'z maqsadlariga erishish uchun tovarlar yoki xizmatlarni sotib olish uchun foydalanadigan jarayon. Xarid qilish jarayonida standartlarni o'rnatishga harakat qiladigan bir nechta tashkilotlar mavjud bo'lsa-da, jarayonlar tashkilotlar o'rtasida juda farq qilishi mumkin.

Xarid qilish menejerlari/direktorlari va sotib olish menejerlari/direktorlari tashkilotning xarid qilish tartib-qoidolari va standartlarini boshqaradilar.

Xaridlar dastlab xaridlar bo'limi yoki do'konlar bo'limi tomonidan

¹²⁵ Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. PART C: Chapter 08 « The role of accounting » 216-219 p

boshlanadi. Ko‘proq tovarlarni sotib olish zarurati, masalan, do‘kon menejeri omborda buyum tugab qolganini tushunganida tan olinadi. Keyin u avtorizatsiya qilinishi kerak bo‘lgan sotib olish uchun arizani rasmiylashtiradi, so‘ngra sotib olish funktsiyasi narx, etkazib berish va sifatga qarab eng mos etkazib beruvchini aniqlaydi. Buyurtma sotib olish funktsiyasi tomonidan joylashtiriladi va mahsulot odatda do‘kon bo‘limiga yuboriladi.

Shundan so‘ng, buxgalteriya hisobi etkazib beruvchilardan tovarlarga schyot-fakturaning kelib tushishini, kelib tushgan schyot-fakturaning to‘g‘riligini va uni kelib tushgan tovarlarga tekshirish faktini tekshirishni, so‘ngra etkazib beruvchining tovon puli to‘lashni o‘z ichiga oladi.

CHAPS tizimi 1984 yilda Londondagi bank kliring palatasi tomonidan tashkil etilgan, ammo uning tarixi davomida CHAPS tizimi 2017 yilda Angliya banki ushbu mas'uliyatni o‘z zimmasiga olmaguncha ko‘plab turli kompaniyalar tomonidan boshqarilgan.

CHAPS to‘lovlari bank o‘tkazmasining bir turi bo‘lib, to‘lov usullari o‘xshash. Bankingizga qarab, siz filialga tashrif buyurib, CHAPS to‘lovini sozlashingiz mumkin va ba’zi banklar buni onlayn tarzda amalga oshirishga ruxsat berishlari mumkin. Faqat to‘lov va qabul qiluvchining barcha ma’lumotlarini tayyorlashni unutmang.

Daromad va xarajatlar to‘g‘risidagi ma’lumotlar, agar uni turi va bo‘linmasi bo‘yicha tahlil qilish mumkin bo‘lsa, foydaliroq bo‘ladi. Xarajatlarning har bir o‘ziga xos turiga noyob kod raqami beriladi va ushbu turdagi xarajatlarga tegishli hisob-fakturalar ushbu raqam bilan kodlangan. Keyin buxgalteriya bo‘limi ularni qaysi xarajatlar moddasiga kiritishni biladi. Bunday holda, zaxiralar ishlab chiqarish bo‘limi tomonidan sotib olingan (masalan, 03-kvartira). Bu tovar-moddiy zaxiralarni sotib olish (masalan, xarajatlar turi 01), bu ma’lum bir turdagi sumkani tayyorlash uchun ishlatilishi kerak (masalan, 06). Hisob-fakturada 030106 kodi bo‘ladi.

Barcha xaridlar birlamchi tashqi va ichki hujjatlar asosida amalga oshiriladi. Bizning mamalakatimizda bank-klient dasturi asosida o‘tkazmalar amalga oshiriladi va schyot fakturalar imzo.uz soliq

dasturida ruyhatdan o'tkaziladi va xarid operatsiyalari bajariladi.

13.3. Savdo tizimi.

Chakana savdo tashkilotida savdo majburiy ravishda savdo maydonchasida amalga oshiriladi. Biroq, ishlab chiqarish tashkiloti odatda savdo va marketing bo'limiga ega bo'lib, uning vazifalari tashkilot mahsulotlarini sotish va mijozlardan buyurtmalarni qabul qilishni o'z ichiga oladi. Ko'pincha buyurtmalarni qabul qilish uchun kundalik javobgarlik sotuvchilar va ayollarga tegishli. Buni telefon orqali yoki mijozlarga yoki potentsial mijozlarga shaxsan tashrif buyurish orqali amalga oshirish mumkin.

Agar savdo mavjud mijozga amalga oshirilsa va mijoz kredit balansidan oshmasa, protsedura sotuvchidan buyurtma tafsilotlarini olishni va ushbu ma'lumotlarni yuborish uchun do'kon bo'limiga va hisob-kitob bo'limiga topshirishni talab qiladi.

Ammo, agar sotish yangi xaridorga amalga oshirilsa, unda sotish kredit asosida amalga oshirilsa, yuqori darajadagi boshqaruvni jalb qilish kerak. Yangi mijozning kredit holati aniqlanishi va ushbu mijozga kreditga sotish to'g'risida qaror qabul qilinishi kerak.

Tovarlar xaridorga jo'natilgandan so'ng, javobgarlik buxgalteriya funktsiyasiga o'tadi, bu xaridorga tovarlar uchun hisob-kitob qilishi va to'lov olinishini ta'minlashi kerak.

Savdo tizimi aksariyat kompaniyalarning buxgalteriya tizimlarining eng muhim tarkibiy qismlari bo'lib hisoblanadi. Xarid qilish, ayniqsa, qimmatbaho tovarlar haqida gap ketganda, nazorat qilishning muhim sohasidir. Ehtimol, uzoq muddatli aktivlarni sotib olish uchun maxsus avtorizatsiya protseduralari taqdim etiladi.

Kreditorlik qarzlarini hisobga olish tizimi (Payables ledger system). Korxonalar faqat biznes uchun zarur bo'lgan to'g'ri vakolatli xaridlar amalga oshirilishini ta'minlashi kerak. Xarid qilish jarayonining barcha bosqichlari-buyurtma berish, tovarlarni qabul qilish va ular uchun haq olish – hujjatlashtirilishi va moslashtirilishi kerak. Shu tarzda, biznes buyurtma bergan narsasini olishini va faqat buyurtma bergan va olgan narsasi uchun to'lashini ta'minlash mumkin.

Kreditorlik qarzlari daftari biznes uchun har bir yetkazib beruvchiga qarzдорligini kuzatib borish imkonini beradi.

Kreditorlik qarzlari va xaridlar bilan bog‘liq nazorat tizimining eng muhim vazifalari (13.1.1-jadval).

13.1.1.-jadval

Xususiyatlari	Maqsadi
Buyurtma(Ordering)	* Tovarlar va xizmatlar bo'yicha barcha buurtmalar va xarajatlar to'g'risida avtorizatsiya qilishyalangan bo'lib, aslida qabul qo'lingan va kompaniya uchun mo'ljallangan tovarlar va xizmatlar uchun mo'ljallangan; * Buyurtmalar faol avtorizatsiya qilishyangan etkazib beruvchilga beriladi; * Buyurtmalar rakobatbardosh narxlard amalg oshiriladi
Kvitantsiyalar va schyot faktura (Receipt and invoices)	* Қабул қилинган товарлар ва хизматлар хуссусий мақсадларда эмас, болки ташилот мақсадларида фойдаланиди; * Tovarlar va xizmatlar buurtma qilingan va buurtma vakolatli bo'lgan taqdirdagina qabul qilinadi; * Barcha қабул қилинган tovar va xizmatlari aniq ro'yxatdan o'tkazildi; * Barcha qabul qilingan tovarlargaga nisbatan majburxorlar tan olinadi; * Biznesga tegishligan barcha kreditlari talab qilingan; Tovar va xizmatlarni'niilish majburiyani belgilash uchun zarurdir.
Hisob-kitoblar (Accounting.)	* Barcha huquqlar himoyalangan; * Ro'yxatdan va qarz beruvchi bilan hisob ro'yxatdan.; * Umumiy kredit almashinuvini va qarz beruvchining kredit kitobini qabul qiling; * Kreditorlar reestrda kreditorlik qarzlarni ro'yxatdan o'tkazish va kreditorlik qarzlarni hisobga olish;

Asosan menejment tomonidan savdo tizimida quyidagi sohalarni nazorat qilishi kerakligini anglatadi:

(a) Yangi mijozlarga kredit bo'yicha sotish. Agar savdo kredit asosida amalga oshirilsa, tovarlar mijozdan kelajakda to'lash va'dasi bilan yuboriladi, shuning uchun biznesni boshqarish ushbu yangi mijoz

to'lovlilik darajasi aniq bo'lishi kerak. Bu shuni anglatadiki, kredit nazoratchisi yangi mijozning yaxshi kredit reytingiga ega yekanligini tekshirishi va tovarlar uchun o'z vaqtida to'lab boraolishini moliyaviy xolatini aniqlashi lozim.

(b) Tovarlarni yoki uzoq muddatli aktivlarni sotib olish va xarajatlar uchun to'lovlar. Bu biznesdan chiqib ketadigan pul, shuning uchun bu zarur va amaldagi xarajatlar bo'lishi kerak, shuning uchun mas'ul mansabdor shaxs ularga ruxsat berishi kerak.

13.4. Ish haqi hisoblash tizimi.

Ish haqi (Payroll). Ish haqi-bu korxona o'z xodimlariga belgilangan muddat yoki ma'lum bir sanada to'lashi kerak bo'lgan kompensatsiya. Odatda buxgalteriya bo'limi yoki kompaniyaning kadrlar bo'limi tomonidan boshqariladi. Kichik biznesda ish haqi to'g'ridan-to'g'ri egasi yoki sherigi tomonidan amalga oshirilishi mumkin. Ish haqi, shuningdek, kompaniya xodimlarining ro'yxati va ularning har biri uchun kompensatsiya miqdori bilan bog'liq bo'lishi mumkin. Ish haqi ko'pchilik korxonalar uchun asosiy xarajat bo'lib, deyarli har doim chegirib tashlanadi, ya'ni xarajatlar yalpi daromaddan chegirib tashlanishi mumkin, bu esa kompaniyaning soliq solinadigan daromadini kamaytiradi. Ish haqi hisobi kompaniya uchun biznesda eng muhim jarayonlaridan biri bo'lib hisoblanadi.

Ish haqi tizimini nazorat qilish (Controlling the payroll system). Deyarli barcha biznes sub'ektlari ish haqi tizimlari uchun quyidagi nazorat elementlaridan foydalanishi mumkin:

- Hujjatlarni rasmiylashtirish va xodimlarni o'zgartirishga ruxsat berish;
- Ish haqi va okladlarni hisoblash;
- Ish haqi va okladlarni to'lash;
- Chegirmalar uchun ruxsat.

Ish haqi tizimining maqsadi yalpi ish haqini hisoblashdir va xodimlarning ish haqi va to'lovlarni amalga oshirish uchun ularga ko'rsatma beradigan banklarga yuborilgan cheklar va to'lov vedomostlarni to'ldirish bank tomonidan berilgan yo'riqnomalar.

Kompyuterlashtirilgan ish haqi tizimi ushbu vazifalarni xodimlarning qancha olishi, uni qanday olishi va qachon to'lanishi kerakligiga qarab amalga oshirilishi lozim. Tizim, shuningdek, soliq imtiyozlari, milliy sug'urta ajratmalari, jamg'armalar, kreditlarni to'lash va hokazolarni hisoblab chiqishi, shuningdek, xodimlarning ish haqi bilan bog'liq boshqa turli xil chegirmalar uchun ruxsat hisoblab chiqiladi.

Ish haqi fayllari har bir xodim uchun individual yozuvdan iborat bo'ladi. Asosan biznes tashkilotlarda avtomatlashtirilgan ish haqi faylida saqlanayotgan ma'lumotlar quyidagilar:

(a) Har bir xodim haqida doimiy ma'lumotlarga quyidagilar kiradi:

1. Shaxsiy tafsilotlar (masalan, ism, xodim raqami, lavozimi, manzili);
2. Ish haqi miqdori;
3. Ajratmalar tafsilotlari (shu jumladan soliq ushlanmalari);
4. Mehnat ta'tili to'lovlari;

O'zgaruvchang (ish haqi) ma'lumotlar o'z ichiga oladi:

- a. Bugungi kunga qadar hisoblangan yalpi ish haqi;
- b. Bugungi kunga qadar ish haqidan hisoblangan soliq ushlanmalari;
- c. Pensiya badallari va boshqalar.

Ish haqi tizimiga kirish (Inputs to a payroll system). Ish haqi tizimiga (ya'ni haftalik pullik ish haqiga) asosiy kirishlar quyidagilar:

(a) Soat kartalari yoki vaqt jadvallari (ba'zan ikkalasi ham ishlatiladi). Ishlagan qo'shimcha ish tafsilotlari odatda ushbu hujjatlarda ko'rsatiladi. Ba'zan ish haqi elektron vaqtni yozib olish tizimi bilan bevosita bog'liq bo'lishi mumkin.

(b) Bonus miqdori yoki bonuslar kompyuter tomonidan hisoblangan tegishli tafsilotlari.

Ish haqi tizimlari (salary systems). (yillik, oylik ish haqi to'lovlari) ish haqiga o'xshash to'lovlarni saqlaydigan tizim. Ammo oylik ish haqi kompyuter tomonidan master faylida saqlanadigan tafsilotlardan olinishi odatiy holdir va shuning uchun (qo'shimcha ish, bonuslar va boshqalar bundan mustasno) har qanday operatsiyani kiritish muhim emas.

Shunday qilib, ish haqi tizimi uchun kirishlar faqat qo‘shimcha ish, bonuslar va boshqalar (chunki asosiy ish haqi allaqachon asosiy faylda).

Ish haqi tizimida qayta ishlash (Processing in a payroll system). Ish haqini qayta ishlash bilan bog‘liq asosiy harakatlar xodimning yalpi ish haqini hisoblash, sof ish haqini topish uchun turli xil chegirmalarni hisoblash va amalga oshirish, so‘ngra tegishli usul bilan to‘lovni amalga oshirishdir.

Ish haqiga kelsak, bu ishlagan soatlari va ish haqi tafsilotlari bo‘yicha kiritilgan ma’lumotlarni olish va xodimga tegishli haftalik, oylik ish haqini hisoblashni anglatadi. Xuddi shu hisoblash har hafta amalga oshiriladi. Bu nazariy jihatdan sodir bo‘lishi mumkin, ammo amalda odatda oylik ish haqi tafsilotlariga ba’zi o‘zgartirishlar kiritiladi va ular ish haqini qayta ishlash jarayonida amalga oshiriladi.

Ish haqi tizimidan chiqishlar (Outputs from a payroll system).

Ish haqi tizimidagi odatdagi chiqariladigan ma’lumotlar:

- (a) ish haqi to‘lov vedomostlari (Payslips);
- (b) ish haqi to‘lov vedomostlari (ko‘pincha nusxalari);
- (c) Ish haqini tahlil qilish, shu jumladan chegirmalar (soliq, milliy sug‘urta va boshqalar) va xarajatlarni hisoblash uchun tafsilotlarni tahlil qilish;
- (d) Daromad solig‘i maqsadida talab qilinadigan turli shakllar;
- (e) Tangalarni tahlil qilish, cheklar, kredit o‘tkazish shakllari;
- (f) Ba’zi hollarda, bankga yuborish uchun diskda to‘lov rekvizitlari ma’lumotlari va BACS tizimi orqali to‘lash imkoniyatlari.

Ish haqi bo‘limi ichidagi vazifalarni ajratish muhimdir. Yaxshi rejalashtirilgan firibgarlik, masalan, ghost xodimlarining (arvoh xodimi) ish haqi to‘lovi, keyin ikki yoki undan ortiq odam ishtirokidagi to‘qnashuvni talab qiladi va natijada sodir bo‘lish ehtimoli kamroq bo‘ladi.

Arvoh xodimi-bu sizning kompaniyangizdan pul olish uchun mo‘ljallangan firibgarlik sxemasi. Bu ish haqi firibgarligining bir shakli bo‘lib, odatda sizning ish haqi tizimiga kirish huquqiga ega bo‘lgan kishi tomonidan amalga oshiriladi, masalan, buxgalteriya xodimi ozgina nazorat ostida bo‘ladi.

Amalda, odatda, ish haqi va ish haqi bilan shug'ullanish uchun alohida kelishuvlar tuzilgan bo'lsa-da, bu mulohazalar bir-biriga o'xshashdir va qulaylik uchun bu yerda ikki jihat birgalikda ko'rib chiqiladi.

To'lov varaqalarini tayyorlash uchun javobgarlik munosib shaxsga topshirilishi va ularga yordam berish uchun yetarli xodimlar tayinlanishi kerak. Ish haqi va ish haqini tayyorlash uchun mas'ul bo'lgan xodimlarning boshqa vazifalarni qay darajada bajarishi aniq belgilanishi kerak.

Ish haqi vazifalarni belgilash:

- Kadrlar va vazifalarni ajratish;
- Xodimlar yozuvlarini yuritish va ish haqi va ish haqini xodimlar yozuvlaridagi tafsilotlarga muntazam tekshirish;

• Chegirmalar uchun ruhsat:

- Xodimlarni ishga qabul qilish va bo'shatish;
- Ish haqi stavkalarining o'zgarishi;
- Qo'shimcha vaqti;
- Qonunda nazarda tutilmagan ajratmalar (masalan, pensiya badallari);

- Ish haqi avanslari.

- Xodimlar va ish haqi stavkalaridagi o'zgarishlarni qayd etish;
- Vaqt jadvallari bilan ishlagan soatlarni yozib olish, tartiblarni kiritish va chiqarish (tabelʼ);

- Ishlagan soatlarni ko'rib chiqish;
- To'lov avanslarini qayd etish;
- Mehnat ta'til to'lovlarning tartibi;
- Byudjet bilan ish haqi to'lovlarni taqqoslash;

Ish haqi va okladlaning hisobi:

- Ish haqini belgilash uchun asos (misol uchun, ta'rif jadvali);
- Ish haqi vedomostini tuzish uchun nasos (tayyorlanishi, hisob-kitoblar amalga oshirilishi, tekshirilishi va tasdiqlanishi);
- Muntazam bo'lmagan masalalar bilan shug'ullanish (Nostandart vaziyatlarning yechimi).

Ish haqini nakd pulda to'lab berish nazorati:

- Funktsional vazifalarning taqsimlanishi;
- Naqd pulda to'lov vedomostini tayyorlash;
- To'lov paketlarini to'ldirish;

Ish haqini taqsimlash.

- Ish haqini tekshirishga ruxsat berish;

Naqd pulni saqlash:

- chekni nakd pulga o'tkazish (nakd pulni yechib olish);
- to'lov paketlarining xavfsizligini ta'minlash;
- tranzit kelishuvlarining xavfsizligini ta'minlash;
- deponentlangan ish haqining xavfsizligi.

- Shaxsni tekshirish;
- Tarqatish yozuvi;

Ish haqini to'lash nazorati (Payment of salaries):

- Cheklar va bank o'tkazmalari ro'yxatlarini tayyorlash va imzolash;

- Cheklar va bank o'tkazmalari ro'yxatini ish haqi bilan taqqoslash;

- Ish haqi bilan bog'liq bank hisobvaraqlarni yuritish va taqqoslash;

Ish haqi to'lovidan ajratmalar nazorati (Deductions from pay):

- Zarur bo'lganda ish haqi ro'yxatlari taqqoslanishi mumkin bo'lgan alohida xodimlarning yozuvlarini yuritish;

- Ish haqidan ajratmalar umumiy ish haqini yaratish va bir to'lov kuni va keyingi kun o'rtasidagi ajratmalar kelishuvi;

- Kutilmagan ish haqi pul mablag'lari;

- Haqiqiy to'lov summalarini byudjet smetalari yoki standart xarajatlar bilan taqqoslash va variantlarni o'rganish;

- HM daromadlari va bojxonalariga daromad solig'i deklaratsiyalari bilan chegirib tashlangan yalpi daromad va umumiy soliq shartnomasi.

Milliy sug'urta, daromad solig'i, pensiya jamg'armasi badallari va ishonchli jamg'armalar kabi ish haqidan qonuniy va boshqa vakolatli ajratmalar bilan shug'ullanish uchun tegishli choralar ko'rilishi kerak.

Muhimi e'tibor beriladigan tarafi-bu yozuvlar ustidan yetarli

nazoratni o‘rnatish va ajratmalarga ruxsat berish bo‘lib hisoblanadi.

Biznesda yana eng muhim jarayonlar bu sotib olish va sotish jarayoni va kreditorlik qarzlarni hisobga olish tizimini to‘g‘ri tashkil etish bo‘lib hisoblanadi.

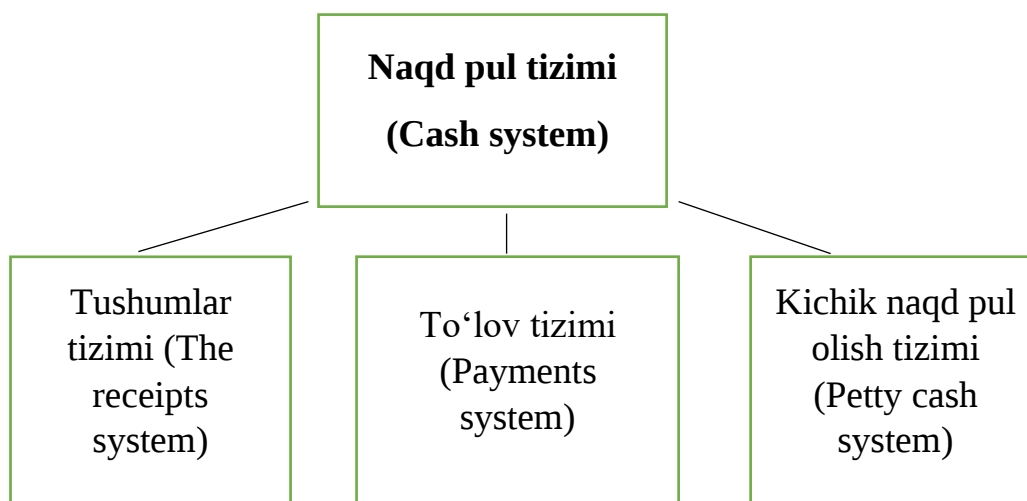
Ish haqi hisoblash tizimi respublikamizda O‘zbekiston Respublikasi Mehnat kodeksiga asosan amalga oshiriladi.

13.5. Naqd pul tizimi.

KAPLAN PUBLISHING BT Study Text 2020-21 da. ACCA Applied Knowledge. ACCA diplom in Business and Technology (Rqf Level 4) Business and Technology (BT/FBT) Chapter 14 “Financial systems and procedures” pul tizimi quyidagicha tavsiflanadi.

Naqd pul tizimi haqida gapirganda, biz ba’zan bank tizimi va bank hisobvaraqlaridagi to‘lovlarni nazarda tutamiz. Bu yuqoridagi savdo, sotib olish va ish haqi tizimlarini ko‘rib chiqishimizga to‘g‘ri keladi. Shuningdek, biz kichik naqd pul tizimini ko‘rib chiqishimiz kerak.

Pul tizimining o‘zi quyidagi funktsional majburiyatlarga bo‘linadi (13.5.1-rasmga qarang.).



13.5.1.-rasm. Naqd pul tizimi (Cash system)¹²⁶

Keling, har bir funktsiyani batafsil ko‘rib chiqaylik.

Tushumlar tizimi (The receipts system).

¹²⁶ KAPLAN PUBLISHING BT Study Text 2020-21. ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology (BT/FBT) Chapter 14 “Financial systems and procedures” 351 p

* Kredit mijozlaridan cheklar keladi. Ular kassa daftarchasida va mijozning shaxsiy hisobida ro'yxatdan o'tkaziladi. Keyin kassir cheklarni kompaniyaning bank hisobvarag'iga to'laydi.

* Chek bankka kiritilishidan oldin tayinlanmasligini ta'minlash uchun nazorat choralari ko'rilishi kerak. Odatda nazorat choralari ikki xodim tomonidan pochtani tekshirish va qabul qilingan cheklarni ro'yxatga olish va qabul qilingan barcha cheklarning bankka yuborilganligini tekshirishni o'z ichiga oladi.

* Ba'zi mijozlar pulni to'g'ridan-to'g'ri kompaniyaning bank hisob raqamiga o'tkazishlari mumkin (ko'pincha BACS yoki CHAPS o'tkazmalari orqali). Kassir bank ko'chirmasini diqqat bilan ko'rib chiqishi, ma'lumotlarni kassa daftariga kiritishi va mijozning balansidan summani ushlab qolish uchun ma'lumotlar savdo daftarining bo'limiga o'tkazilganligiga ishonch hosil qilishi kerak.

To'lov tizimi (The payments system).

* Kompaniyalar o'z etkazib beruvchilariga odatda oylik va cheklar bilan to'laydilar.

* Har bir to'lov uchun chek uchun ariza tayyorlanadi. Bu chekni talab qilish sababini ko'rsatadigan shakl. Chek tayyorlanadi va chekning o'zi, chekni to'lash uchun ariza va to'lanishi kerak bo'lgan schyot-fakturalar katta menejerga chekni tasdiqlash va imzolash uchun taqdim etiladi. Katta miqdordagi pulni tekshirish uchun odatda ikkita imzo talab qilinadi.

* Agar kompaniya o'z etkazib beruvchilariga to'g'ridan-to'g'ri bank o'tkazmalari orqali (ya'ni BACS orqali) to'lasa, har bir pul o'tkazmasi amalga oshirilishidan oldin katta menejer tomonidan tasdiqlanishi kerak.

Kichik pul to'lovlari tizimi (the petty cash system).

Kompaniyalar pochta markalari, pechene, taksi to'lovlari va boshqalar kabi kichik xarajatlarni to'lash uchun ma'lum miqdorda naqd pulga ega bo'lishlari kerak.

Tizimda naqd pulning dastlabki miqdorini olish uchun chek yoziladi.

Naqd pul bilan to'lash tizimiga da'vo qilgan xodimlar to'lov

miqdori ko'rsatilgan kvitansiyalarni to'ldiradilar va summani tasdiqlovchi kvitansiyaning ilova qiladilar.

Vaqt-vaqti bilan sarflangan mablag'ni to'ldirish uchun naqd pul bilan to'lash uchun qo'shimcha chek beriladi. O'sha paytda inspektor kvitansiyalar va vaucherlarni tekshiradi.

O'zbekiston Respublikasida naqd pul hisob-kitoblari 5010 "Milliy valyutadagi pul mablag'lari" schyotida aks ettiriladi.

13.6. Inventarizatsiya.

Inventarizatsiya - korxonalarda mavjud aktivlarni sanoqdan o'tkazish va nazorat qilish tizimi.

Quyidagilar inventarizatsiyaning asosiy maqsadlari hisoblanadi:

- mol-mulkning haqiqatda mavjudligini aniqlash;
- haqiqatda mavjud mol-mulkni buxgalteriya hisobi ma'lumotlari bilan solishtirish;
- majburiyatlar buxgalteriya hisobida to'g'ri aks ettirilganligini tekshirish.

Tashkilotning joylashgan joyidan qat'i nazar barcha aktivlari va majburiyatlari inventarizatsiya qilinadi.

Ishlab chiqarish zaxiralari va tashkilotga qarashli bo'lmagan, lekin buxgalteriya hisobida qayd etilgan boshqa turdagi mol-mulk (mas'ul saqlashda bo'lgan, ijaraga olingan, qayta ishlash uchun olingan), shuningdek biror-bir sababga ko'ra hisobga olinmagan mol-mulk inventarizatsiya qilinishi kerak.

Mol-mulkni inventarizatsiyadan o'tkazish uning joylashgan joyi va moddiy javobgar shaxs bo'yicha o'tkaziladi.

Quyidagi hollarda inventarizatsiyadan o'tkazish majburiy hisoblanadi:

-mol-mulk ijaraga berilganda, sotib olinganda, sotilganda, shuningdek qonunchilik hujjatlarida nazarda tutilgan hollarda davlat korxonasini o'zgartirishda (davlat tasarrufidan chiqarilganda);

-yillik moliyaviy hisobotni tuzish oldidan, bundan hisobot yilining 1 oktyabridan keyin inventarizatsiyadan o'tkazilgan mol-mulk mustasno.

-Tovar-moddiy zahiralari bir yilda kamida bir marta inventarizatsiyadan o'tkaziladi.

-Asosiy vositalar ikki yilda kamida bir marta, kutubxona fondlari esa besh yilda bir marta inventarizatsiyadan o'tkaziladi.

-Pul mablag'lari, pul hujjatlari, qiymatliklari va qat'iy hisobdagi blanklari oyda bir marta, yonilg'i-moylash materiallari va oziq-ovqat mahsulotlari har chorakda, qimmatbaho metallar qonunchilik hujjatlarida belgilangan muddatlarda inventarizatsiyadan o'tkaziladi.

Ishlab chiqarish zaxiralari quyidagi hollarda inventarizatsiyadan o'tkaziladi:

-asosiy vositalar va tovar-moddiy zaxiralari qayta baholanganda;

-moddiy javobgar shaxslar almashganda (ishlarni qabul qilish - topshirish kunida);

-o'g'irlik yoki suiiste'mol qilish, shuningdek qiymatliklarni buzilishi faktlari aniqlanganda;

-tabiiy ofatlar, yong'inlar, falokatlar yoki g'ayritabiiy sharoitlar yuzaga keltirgan boshqa favqulodda vaziyatlar yuz berganda;

-tashkilot tugatilganda (qayta tashkil etilganda) tugatish (ajratish) balansini tuzish oldidan va qonunchilik hujjatlarda nazarda tutilgan boshqa hollarda.¹²⁷

Tayanch iboralar: sotib olish tizimi (the purchasing system), moliyaviy hisob, moliyaviy funktsiya (the finance function), moliyaviy menejment, moliyaviy nazorat protseduralari, buyurtma, tovar, schyot faktura, amalga oshirilgan to'lov (ijara asosida), BACS to'lov tizimlari, CHAPS to'lov tizimlari, kredit nazorati (kredit nazorati bilan), ish haqi, inventarizatsiya.

Nazorat uchun savollar

1. Moliyaviy hisob nima?

¹²⁷[https://nrm.uz/contentf?doc=757785_19-sonli_bhms_inventarizatsiyani_tashkil_etish_va_o%E2%80%98tkazish_\(av_tomonidan_12_08_2024_y_3548-son_bilan_ro%E2%80%98yhatga_olingan_iqtisodiet_va_moliya_vazirining_14_06_2024_y_141-son_buyrug%E2%80%98i_bilan_tasdiqlangan\)&products=1_vse_zakonodatelstvo_uzbekistana&ysclid=m1cb1r6q1d260803642](https://nrm.uz/contentf?doc=757785_19-sonli_bhms_inventarizatsiyani_tashkil_etish_va_o%E2%80%98tkazish_(av_tomonidan_12_08_2024_y_3548-son_bilan_ro%E2%80%98yhatga_olingan_iqtisodiet_va_moliya_vazirining_14_06_2024_y_141-son_buyrug%E2%80%98i_bilan_tasdiqlangan)&products=1_vse_zakonodatelstvo_uzbekistana&ysclid=m1cb1r6q1d260803642)

2. Moliyaviy buxgalteriya vazifalari?
3. Moliyaviy menejment va uning vazifalari?
4. Moliyaviy funktsiya (moliya funktsiyasi), uning roli va maqsadlari?
5. Moliyaviy nazorat tartib-qoidalarini?
6. Moliyaviy nazorat protseduralarining zaif tomonlari?
7. Xarid qilish tizimi?
8. CHAPS tizimi nima?
9. Savdo tizimi?
10. Kredit nazorati nima?
11. Ish haqi tizimi?
12. Buyuk Britaniyadagi pul tizimi?
13. O'zbekiston Respublikasidagi biznes tashkilotlarida pul tizimi?
14. Inventarizatsiya nima?

Glossariy

Moliya (Finance)- Moliya funktsiyasi ham juda keng. Kundalik darajada hisob-kitoblar bo'limi mijozlarga hisob-fakturalarni yuborish, yetkazib beruvchilardan hisob-fakturalarni qabul qilish, yetkazib beruvchilarga yetkazib bergan tovarlar uchun pul qoplammalarni to'lash, mijozlardan pul olish va boshqa to'lovlarni amalga oshirish, masalan, uzoq muddatli aktivlarni sotib olish va xodimlarga ish haqi to'lash bilan shug'ullanadi. Buxgalteriya funktsiyasidagi boshqaruvning yuqori darajalari, shuningdek, naqd pul qoldiqlarini boshqarish va tashkilotning umumiy moliyalashtirish uchun javobgar bo'lishi mumkin.

BASS (ingl. The Bankers Automated Clearing Services (BACS)) buyuk Britaniyaning to'lov tizimi bo'lib, u tizim ishtirokchilarining farmoyishiga muvofiq kredit va debet yozuvlarini elektron hisobga olishni amalga oshiradi. Hozirgi vaqtda ishlaydigan inglizlarning 90% dan ortig'i Bacs Direct Credit Salary xizmatidan foydalanmoqda.

CHAPS tizimi faqat Buyuk Britaniyada funt sterlingli bitimlar

bo'yicha hisob-kitoblar uchun ishlatilishi mumkin va tizim Angliya banki tomonidan boshqariladi. CHAPS kliring palatasining avtomatlashtirilgan to'lov tizimini anglatadi. CHAPS kliring palatasining avtomatlashtirilgan to'lov tizimini anglatadi.

Ish haqi (Payroll). Ish haqi-bu korxona o'z xodimlariga belgilangan muddat yoki ma'lum bir sanada to'lashi kerak bo'lgan kompensatsiya

Inventarizatsiya - korxonalarda mavjud aktivlarni sanoqdan o'tkazish va nazorat qilish tizimi

XIV BOB. AUDIT TUSHUNCHASI, TURLARI VA NAZORAT

14.1. Audit tushunchasi va turlari.

14.2. Ichki nazorat tizimlari.

14.3. Nazoratda boshqaruv mas'uliyati.

14.1. Audit tushunchasi va turlari.

Audit-bu uchinchi tomon mutaxassislar yoki auditorlik firmalari tomonidan korxonaning moliyaviy hisobotini mustaqil tekshirish va baholash, ijobiy yoki salbiy xulosa berish.

Auditning ichki va tashqi turlari mavjud.

Ichki auditorlar-bu direktorlar Kengashiga hisobot beradigan tashkilot xodimlari. Tashqi auditorlar buxgalteriya firmalaridan bo'lib, ularning roli aktsiyadorlarga moliyaviy hisobot to'g'risida hisobot berishdir.

Internet manbalarda ichki audit tushunchasiga quyidagicha ta'rif keltirilgan:

Ichki audit - kompaniyaning ichki nazoratini, shu jumladan korporativ boshqaruv va buxgalteriya hisobi jarayonlarini baholaydi. Ushbu turdagi audit qonunlar va qoidalarga rioya qilishni ta'minlaydi va moliyaviy hisobotlarni va ma'lumotlarni to'plashni aniq va o'z vaqtida saqlashga yordam beradi. Ichki auditorlar o'zlarining boshqaruv guruhlarini nomidan ishlaydigan kompaniyalar tomonidan yollanadi. Ushbu tekshiruvlar, shuningdek, tashqi auditda aniqlanmasdan oldin muammolarni aniqlash va kamchiliklarni tuzatish orqali operatsion samaradorlikka erishish uchun zarur bo'lgan vositalarni boshqarishni ta'minlaydi.

Ichki auditlar kompaniya faoliyati va korporativ boshqaruvida hal qiluvchi rol o'ynaydi, ayniqsa hozirda 2002 yildagi Sarbanes-Oxley Qonuni menejerlarni o'z kompaniyalarining moliyaviy hisobotlarining to'g'riligi uchun qonuniy javobgarlikka tortadi. SOX shuningdek, kompaniyaning ichki nazorati hujjatlashtirilishi va tashqi auditning bir qismi sifatida ko'rib chiqilishini talab qiladi.

Ichki audit kompaniyaning qonunlar va qoidalarga rioya qilishini ta'minlashdan tashqari, xatarlarni boshqarish darajasini ham ta'minlaydi va potentsial firibgarlik, chiqindilar yoki suiiste'mol qilishdan himoya qiladi. Ichki audit natijalari menejmentga maqsadga muvofiq ishlamaydigan joriy jarayonlarni takomillashtirish bo'yicha takliflar beradi, ular axborot texnologiyalari tizimlari va ta'minot zanjirini boshqarishni o'z ichiga olishi mumkin.

Ichki audit kunlik, haftalik, oylik yoki yillik asosda o'tkazilishi mumkin. Ba'zi bo'limlar boshqalarga qaraganda tez-tez tekshirilishi mumkin. Masalan, sifatni nazorat qilish uchun ishlab chiqarish jarayoni har kuni tekshirilishi mumkin, kadrlar bo'limi yesa yiliga bir marta tekshirilishi mumkin.

Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. PART A: Chapter 09 «Control, security and audit» qismida ichki auditga quyidagicha ta'rif keltirilgan:

Ichki audit – bu tashkilotda unga xizmat sifatida tashkil etilgan mustaqil baholash faoliyati. Bu boshqa nazoratlarning yetarliligi va samaradorligini o'rganish va baholash orqali ishlaydigan nazorat. Ishlab chiqilgan tekshiruv usullari korxona faoliyati va boshqaruvining barcha qismlari samaradorligini tahlil qilishda qo'llaniladi.

Ichki audit bilan tashqi auditning farqli jihatlaridan biri bu - tashqi audit faqat aktsiyadorlar manfaati uchun amalga oshiriladi va nashr etilgan hisoblarni tekshiradi. Ichki audit ichki nazorat tizimining bir qismi bo'lib hisoblanadi.

Buyuk Britaniyadagi Turnbull hisobotida ichki audit funktsiyasi bo'lmagan listing kompaniyalari har yili unga yega bo'lish zarurligini va ichki audit funktsiyasiga ega listing kompaniyalari har yili uning ko'lami, vakolati va resurslarini ko'rib chiqishi kerakligi aytilgan.

Turnbull ichki audit omillarga bog'liq bo'ladi, deb ta'kidlaydi. Bularga:

- Kompaniya faoliyatining ko'lami, xilma-xilligi va murakkabligi;
- Xodimlar soni;
- Xarajat va foyda muomalalari;

- Tashkiliy tuzilmalar, hisobot jarayonlari yoki asosiy axborot tizimlaridagi o'zgarishlar;
- Asosiy xavflarning o'zgarishi;
- Ichki nazorat tizimlari bilan bog'liq muammolar;
- Tushunarsiz yoki qabul qilinmaydigan hodisalar sonining ko'payishi.

Ichki auditning muntazam ishlarini amalga oshirishning muqobil vositalari bo'lishi mumkin bo'lsa-da, ishni bajaruvchilar jarayonga jalb qilinishi mumkin va bu o'z navbatida ob'ektiv bo'lishga to'siq bo'lishi mumkin.

Ichki auditning vazifalari (Objectives of internal audit).

So'nggi yillarda ichki auditorning roli kengayib bormoqda, chunki ichki auditorlar biznesning barcha jihatlarini (nafaqat buxgalteriya hisobini) kuzatib borishga va ularning tashkilotiga qiymat qo'shishga intilishadi. Ichki auditorning ishi hali ham rahbariyat tomonidan belgilanadi, ammo u quyidagi keng sohalardagi vazifalarni qamrab olishi mumkin:

(a) Buxgalteriya hisobi va ichki nazorat tizimlarini ko'rib chiqish (Review of the accounting and internal control systems). Tegishli buxgalteriya hisobi va ichki nazorat tizimlarini yaratish menejment va direktorlarning mas'uliyatidir. Ichki auditga ko'pincha quyidagi vazifalar uchun aniq javobgarlik yuklanadi:

- Tizimlarning moslashganiligini ko'rib chiqish;
- Xatarlarni baholash va batafsil sinov orqali tizimlarning ishlashini nazorat qilish;
- Iqtisodiy qarorlarni qabul qilishda, biznes samaradorligini oshirish bo'yicha xulosa va tavsiyalarni berish.

Tekshirish moliyaviy va moliyaviy bo'lmagan nazoratni qamrab oladi. (b) Moliyaviy va operatsion ma'lumotlarni tekshirish (Examination of financial and operating information). Bunga bunday ma'lumotlarni aniqlash, o'lchash, tasniflash va hisobot berish uchun ishlatiladigan vositalarni ko'rib chiqish va alohida ma'lumotlar bo'yicha aniq so'rov, shu jumladan bitimlar, balanslar va protseduralarni batafsil sinovdan o'tkazish kiradi.

(c) Iqtisodiyot, operatsiyalar samarasi va samaradorligini ko‘rib chiqish;

(d) Qonunlar, qoidalar va boshqa tashqi talablarga, ichki siyosat va ko‘rsatmalarga va boshqa talablarga muvofiqligini ko‘rib chiqish, shu jumladan bitimlarga tegishli xulosalar berish;

(e) Aktivlarni himoya qilishni ko‘rib chiqish (Review of the safeguarding of assets);

(f) Korporativ maqsadlarni amalga oshirishni ko‘rib chiqish (Review of the implementation of corporate objectives). Bunga rejalashtirish samaradorligini ko‘rib chiqish, standartlar va siyosatlarning dolzarbligi, kompaniyaning korporativ boshqaruv protseduralari va axborot bilan aloqa qilish kabi aniq protseduralarning ishlashini nazorat qilish kabi vazifalar kiradi;

(g) Biznes uchun muhim bo‘lgan moliyaviy xatarlarni aniqlash, tashkilotning samarali ishlashini ta‘minlash uchun xatarlarni boshqarishning umumiy siyosatini nazorat qilish va xavfni nazorat qilish, ularning samarali ishlashini ta‘minlash uchun boshqaruv strategiyasini ishlab chiqish.

(h) Muayyan sohalar bo‘yicha maxsus tekshiruvlar, masalan, firibgarlikda gumon qilingan bo‘limlarni tekshirish.

Ichki audit va xatarlarni boshqarish (Internal audit and risk management). Ichki audit tashkilotning risklarni boshqarish jarayonlarida muhim rol o‘ynaydi, risklarga qanday qarshi turish haqida baholash va maslahat berish talab etiladi. Ichki auditning ishiga tashkilotning xavf tug‘diradigan muamular ta‘sir qiladi, ammo ichki audit xavfni baholab boradi va quyidagilarni amalga oshiradi:

- Xatarlarni aniqlash, baholash, boshqarish va hisobot berishda javob berish jarayonlarining yetarliligi tahlil qilib boradi;
- Xatarlarni boshqarish va nazorat qilish madaniyatini inobatga oladi;
- Xatarlarni cheklash uchun operatsiyadagi ichki nazorat muhitini baholaydi;
- Xatarlarni boshqarish jarayonlarining ishlashi va samaradorligini baholab boradi.

Auditorlar diqqatni jamlaydigan sohalar topshiriqning ko‘lami va ustuvorligiga va aniqlangan xatarlarga bog‘liq bo‘ladi. Xatarlarni boshqarish doirasi yetarli bo‘lmagan joyda, auditorlar o‘zlarining tavakkalchiliklarini baholaydi va tegishli doirani belgilab oladi. Agar risklarni boshqarish va nazorat qilish asoslari operatsiyalarga kiritilgan bo‘lsa, auditorlar risklarni boshqarishni baholashdan foydalanishni va risklarni boshqarish jarayonlarini tekshirishga e’tibor berishni maqsad qilishadi.

Ichki auditning xususiyatlari (The features of internal audit):

Ichki auditning ikkita asosiy xususiyatlari mavjud:

(a) Mustaqillik (Independence). Ichki audit bo‘limi tashkilotning bir qismi bo‘lsa-da, u vakolat doirasida biron bir sohani tekshirganda, mustaqil fikrlagan holda o‘z xulosasini berishi kerak.

(b) Baholash (Appraisal). Ichki audit tashkilotdagi boshqa xodimlar tomonidan bajarilgan ishlarni baholaganda, ushbu ishlarning hech birida to‘g‘ridan-to‘g‘ri o‘zlari bajarishmaydi. Ular ko‘pincha operatsiyalarni baholash menejmentga murojat qilishadi.

Ichki audit - bu boshqaruv nazorati, chunki u boshqa ichki nazoratlarning qoniqarli ishlashini nazorat tekshiruvini ta’minlaydigan vositadir. Rahbariyat tomonidan ichki audit bo‘limi xodimidan tashkilotning har qanday muomalalarini ko‘rib chiqish va xulosasini berishni so‘rashi mumkin.

Biznes tashkilotlarda ichki audit quyidagi beshta turi mavjud:

- Operatsion audit (Operational audit);
- Tizim auditi (Systems audit);
- Tranzaktsiya operatsiyalari auditi (Transactions audit);
- Ijtimoiy audit (Social audit);
- Menejment tekshiruvlari (Management investigations).

Operatsion audit (Operational audit) - kompaniya faoliyatining har qanday sohasi bilan bog‘liq bo‘lishi mumkin. Ularning asosiy maqsadi-har bir darajadagi menejment faoliyatini monitoring qilish, oldindan belgilangan mezonlarga muvofiq optimal ishlashni ta’minlab beradi. Ular tizimning natijalariga va tashkilotning samaradorligiga e’tibor berishadi.

Tizim auditi (Systems audit) tashkilot ichidagi ichki nazoratni sinovdan o'tkazish va baholashga asoslanadi, shunda resurslar samarali boshqarilishi va ma'lumotlarning aniq taqdim etilishini ta'minlash uchun ushbu nazoratlarga ishonish mumkin.

Ikki turdagi testlardan foydalaniladi:

(a) Muvofiqlik testlari (compliance tests) ichki nazorat belgilangan tartibda qo'llanilayotganligini isbotlaydi.

(b) Moddiy testlar (substantive tests). Mustaqil testlar hisob raqamlaridagi yozuvlarni asoslaydi. Ular xato va kamchiliklarni aniqlash uchun ishlatiladi.

Ichki auditor muvofiqlik testlarini o'tkazishda turli xil xatolarni ochishga qiziqadi. Amalga oshirilgan biznes muomalalarni standartlarda belgilangan tartib-qoidalar bilan muvofiq kelishini tekshiradi. Bularga:

- Vaqtida bajarilganligini tekshiradi;
- Ma'lumotlarning to'liqligini (Incompleteness) tekshiradi;
- Xato (Omission) darajasi;
- Buzib ko'rsatilgan ma'lumotlar o'rganadi (Error);
- Firibgarlik (Fraud) xolatlari tahlilini amalga oshiradi.

Ikki turdagi testning asosiy ahamiyati shundaki, agar muvofiqlik testlari ichki nazoratning qoniqarli ishlashini aniqlasa, u holda mazmunli test miqdori kamaytirilishi mumkin va ichki auditor auditorlik harakatlarini nazorat mavjud bo'lmagan yoki qoniqarli ishlamaydigan sohalarga yo'naltirishi mumkin.

Ichki auditor tashkilotdagi eng yuqori ijro etuvchi darajaga, direktorlar Kengashining taftish qo'mitasiga hisobot beradi. Ushbu talabning uchta asosiy sababi bor. Bular:

- Auditor tashkilotning barcha qismlariga kirish huquqiga ega;
- Auditor boshqaruv apparatiga o'z fikrini erkin bildirishi kerak;
- Auditorlik hisobotini samarali bajarilishini ta'minlash uchun uni eng yuqori darajada vositalardan foydalanishi mumkin.

Qabul qilinadigan mas'uliyat chizig'i va vakolatning aniq shartlarini hisobga olgan holda, ichki auditorning mustaqil bo'lishi juda muhimdir. Ichki auditor uchun mustaqilligi uchta omil bilan belgilanadi:

- Mas'uliyat tarkibi (The responsibility structure);
- Auditorning majburiy organi (The auditor's mandatory authority);
- Auditorning o'ziga xos yondashuvi (The auditor's own approach).

Ichki audit ob'ektiv ravishda ajralib turadigan va halol bo'lgan yuqori professional yondashuvni talab qiladi. Mustaqillik auditning asosiy tushunchasi bo'lib, bu tashqi auditor kabi ichki auditorga ham tegishli. Ichki auditor yangi protseduralar yoki tizimlarni o'rnatmasligi kerak; ular odatda baholaydigan har qanday faoliyat bilan shug'ullanmasliklari kerak, chunki bu ularning mustaqilligini buzishi mumkin.¹²⁸

Ham ichki, ham tashqi auditorlar tekshiruvlarni amalga oshiradi va ko'pincha biznes sub'ektlarda ichki auditning mavjudligi, tashqi auditorlarga risklilik darajasini baholaganda tashkilot ma'lumotlariga ishonchlilik yuqori bo'lishi mumkin.

Tashqi audit (External audit) - bu mustaqil uchinchi yuqori malakali shaxs (auditor) tomonidan amalga oshiriladigan hisob kitoblari va buxgalteriya ma'lumotlarini davriy tekshirish, ular to'g'ri shakllanganligini, aniq va belgilangan tushunchalar, printsiplar buxgalteriya standartlari va qonuniy talablarga muvofiqligini tekshirish va manfaatdor tomonlarga auditorlik xulosasini taqdim etadigan jismoniy shaxs.

Tashqi auditning asosiy maqsadi moliyaviy hisobotlarning tashkilotning haqiqiy va adolatli ko'rinishini ifodalashi to'g'risida professional fikr bildirish uchun kitoblar va yozuvlarni ko'rib chiqishdir.

Ichki va tashqi auditning farqli xususiyatlari mavjud, ushbu xususiyatlar (14.1.1-jadval)da aks ettirilgan.

Jadval shuni ko'rsatadiki, ichki auditning ba'zi protseduralari tashqi auditorlar tomonidan qabul qilingan protseduralarga juda o'xshash bo'lsa-da, ularning ishni bajarishda va xulosalarini taqdim etishda tubdan farq qiladi.

¹²⁸ Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. PART A: Chapter 09 « Control, security and audit» 245-249 p

14.1.1.-jadval

Ichki va tashqi audit o'rtasidagi farqli xususiyatlari¹²⁹

	Ichki audit	Tashqi audit
Sababi (Reason)	Ichki audit-bu daromadni oshirish va tashkilot faoliyatini yaxshilash uchun mo'ljallangan faoliyat	Tashqi audit - bu yuqori malakali auditorlar tomonidan moliyaviy hisobot bo'yicha fikr bildirishga imkon beradigan jarayon.
Hisobot (Reporting to)	Ichki audit direktorlar Kengashiga yoki boshqaruv bilan shug'ullanadigan boshqalarga, masalan, taftish komissiyasiga hisobot beradi	Tashqi auditorlar kompaniyaning aktsiyadorlariga yoki a'zolariga direktorlar boshqaruvi to'g'risida hisobot berishadi
Tegishliligi (Relating to)	Ichki auditning ishi tashkilot faoliyati bilan bog'liq	Tashqi audit ishi moliyaviy hisobot bilan bog'liq. Ular bu ko'rsatkichlar asosida o'z hisobotlarni manfaatdor tomonlarga topshiradilar.
Kompaniya bilan bog'liqligi (Relationship with the company)	Ichki auditorlar ko'pincha tashkilotning xodimlari-dir, garchi ba'zida ichki audit funktsiyasi outsorsing xizmatlarni amalga oshiradi.	Tashqi auditorlar kompaniya va uning boshqaruvidan mustaqil. Ular aktsiyadorlar tomonidan tayinlanadi

¹²⁹ Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. PART A: Chapter 09 « Control, security and audit» 250 p

Maqsadlardagi farq ayniqsa muhimdir. Ichki auditning har bir ta'rifi shuni ko'rsatadiki, u tashqi auditga qaraganda ancha kengroq doiraga ega, bu hisoblar tashkilotning moliyaviy holatiga to'g'ri va adolatli nuqtai nazar berishini ko'rib chiqishga qaratilgan.

Tashkilotning tashqi va ichki auditorlari o'rtasidagi bog'liqligi, auditorlik tekshiruvidagi ishning takrorlanishini minimallashtiradi va audit masalalari va sohalarini keng qamrab olishni rag'batlantiradi.

Tashqi va ichki audit o'rtasidagi bog'liqlik quyidagi xususiyatlarga ega bo'lishi mumkin:

- Yetarli qamrovni ta'minlash uchun umumiy auditni rejalashtirish uchun davra uchrashuvlarni o'tkazish;
- Tomonlarni qiziqtirgan masalalarni muhokama qilish uchun davra uchrashuvlar;
- Audit dasturlari va ish hujjatlariga o'zaro kirish;
- Auditorlik hisobotlari va boshqaruv xatlarini almashinish;
- Audit texnikasi, usullari va terminologiyasining umumiy rivojlanishi.

Tashqi auditorlar tomonidan baholanishi (Assessment by external auditors).

Agar tashqi auditorlar ichki auditorlarning ishiga tayanishni xohlasalar, tashqi auditorlar ichki nazorat tizimining istalgan qismida bo'lgani kabi ichki audit funksiyasini baholashlari kerak. Tashqi auditorlar quyidagi muhim mezonlarni baholaydilar:

(a) Tashkiliy holati (Organisational status). Ichki auditning tashkilotdagi o'ziga xos holati va uning ob'ektiv bo'lish qobiliyatiga ta'siri. Ichki audit funksiyasi sub'ektning asosiy kengashi yoki taftish komissiyasi bilan to'g'ridan-to'g'ri aloqa liniyasiga ega bo'lishi va boshqa operatsion javobgarlikdan xoli bo'lishi kerak. Tashqi auditorlar ichki auditga qo'yilgan har qanday cheklovlar ko'rib chiqishlari kerak.

(b) Funktsiya doirasi (Scope of function). Ichki audit bajaradigan topshiriqlarning hajmi va darajasi. Tashqi auditorlar, shuningdek, menejment va direktorlar ichki audit tavsiyalari asosida harakat qiladimi yoki tekshiruv protseduralarini o'zlari belgilaydimi ko'rib chiqishlari kerak.

(c) Texnik vakolat (Technical competence). Ichki audit ishi ichki auditor sifatida yetarli texnik tayyorgarlikka va malakaga ega bo'lgan shaxslar tomonidan amalga oshiriladimi. Tashqi auditorlar, masalan, ichki audit xodimlarini yollash va o'qitish siyosatini, ularning tajribasi va kasbiy malakasini, shuningdek, ish qanday tayinlanishi, topshirilishi va ko'rib chiqilishini ko'rib chiqishi mumkin.

(d) Tegishli professional mulohazalar (Due professional care). Ichki audit ishi to'g'ri rejalashtirilganmi, nazorat qilinadimi, ko'rib chiqiladimi va hujjatlashtiriladimi. Yetarlicha audit qo'llanmalar mavjudligi, ish dasturlari va ish qog'ozlar ko'rib chiqilishi mumkin, shuningdek maslahat berishlari mumkin.¹³⁰

Tashqi auditor xolisona tekshiruvlarini amalga oshirishi lozim. Xalqaro amaliyotda tashqi auditorlik tekshiruvlarini ob'ektiv va ishonchli xulosalarni taqdim etishga katta ahamiyat beriladi. Tashqi auditor tomonidan beriladigan professional hisoboti va tavsiyalari biznesning samaradorligini oshirishga imkon yaratadi.

Shu bois, umumiy olganda korxonaning biznes operatsiyalarini ichki va tashqi auditorlik tekshiruvidan o'tkazib turish, tashkilotning uzoq va davomiylik nuqtai nazaridan, bir tomondan qonun va tartibga asoslangan kuchli tomonlama biznes kelajagini belgilab berishi mumkin.

14.2. Ichki nazorat tizimlari.

Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. PART A: Chapter 09 « Control, security and audit» qismida, ichki nazorat tizimlariga quyidagicha ta'rif keltirilgan.

Ichki nazorat tizimlari tashkilotlarda xatarlarga qarshi turish, hisobot sifatini saqlash, qonunlar va qoidalarga rioya qilishda yordam beradi. Ichki nazorat tashkilotlarning o'z maqsadlarini oqilona bajarishiga kafolat beradi.

Ichki nazorat-bu belgilangan maqsadlar va marralarga erishish ehtimolini oshirish uchun rahbariyat tomonidan amalga oshiriladigan har qanday harakat. Boshqaruv maqsadlarga erishilishida oqilona ishonch

¹³⁰ Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. PART A: Chapter 09 « Control, security and audit» 251 p

hosil qilish uchun yetarli harakatlarning bajarilishini rejalashtiradi, tashkil qiladi va boshqaradi. Shunday qilib, nazorat menejment tomonidan to'g'ri rejalashtirish, tashkil etish va boshqarish natijasidir. (Ichki auditorlar instituti). Bularga:

1.1. Boshqarish tizimlarining yo'nalishi (Direction of control systems). Ichki boshqaruvning to'g'ri ishlashi uchun ular yaxshi yo'naltirilgan bo'lishi kerak. Menejerlar va xodimlar, agar ularga boshqaruv tizimlarining maqsadlari qanday ekanligini ko'rsatish kerak bo'lsa, boshqaruvni muvaffaqiyatli amalga oshirishga qodir (va tayyor) bo'ladi, maqsadlar esa boshqaruv elementlari qanday ishlashini kuzatish va baholash uchun kelganda kengash uchun mezonlarni belgilab beradi.

1.2. Turnbull ko'rsatmalari (Turnbull guidelines). Buyuk Britaniyaning Turnbull hisobotida ichki nazorat tizimining asosiy maqsadlari haqida foydali xulosa berilgan.

Turnbull ichki nazorat kompaniyaning siyosati, jarayonlari, vazifalari, xatti-harakatlari va boshqa jihatlaridan iborat ekanligini izohlaydi:

(a) Kompaniyaning muhim biznes, operatsion, moliyaviy, muvofiqligi va boshqa xatarlariga munosib javob berishga imkon berish orqali uning samarali ishlashiga ko'maklashish maqsadida, shu jumladan aktivlarni noo'rin foydalanishdan yoki yo'qotish va firibgarlikdan himoya qilish va majburiyatlarning aniqlanishi va boshqarilishini ta'minlash;

(b) Tashkilotning ichki va tashqi manbalardan o'z vaqtida, tegishli va ishonchli ma'lumotlar oqimini yaratadigan tegishli yozuvlar va jarayonlarni saqlashni talab qiladigan ichki va tashqi hisobotlarning sifatini ta'minlashga yordam berish;

(c) Amaldagi qonun va qoidalarga, shuningdek, biznesni yuritish bo'yicha ichki siyosatga rioya etishini ta'minlashga yordam berish.

Turnbull hisobotida aytilishicha, ichki nazoratning mustahkam tizimi yomon baholangan qarorlar, inson xatosi, boshqaruvni ataylab chetlab o'tish, boshqaruvni bekor qilish va kutilmagan holatlar imkoniyatlarini kamaytiradi, lekin yo'q qilmaydi.

Tizimlar kompaniyaning biznes maqsadlariga erishishda va o'z biznesini tartibli va qonuniy olib borishda to'sqinlik qilmasligiga oqilona kafolat beradi, ammo barcha mumkin bo'lgan muammolardan ma'lum darajada himoya qilmaydi.

1.3. Nazorat doirasiga ehtiyoj (Need for control framework). Ichki nazorat ramkalariga ichki boshqaruv yelementlari ishlaydigan boshqaruv muhiti kiradi. Boshqa muhim elementlar xatarlarni baholash va javob berish jarayonlari, axborot almashish va atrof-muhitni nazorat qilish va boshqarish tizimining ishlashidir. Tashkilotlar nazoratning umumiy doirasini ko'rib chiqishlari kerak, chunki agar ular tashkilot atrofida vaqti-vaqti bilan ishlab chiqilsa, boshqaruv juda samarali bo'lishi ehtimoldan yiroq emas va ularning samaradorligini ichki audit va rahbariyat tomonidan o'lchash qiyin bo'lmaydi.

1.4. Boshqarish muhiti va boshqarish protseduralari (Control environment and control procedures). Ichki nazorat tizimi nazorat muhiti va nazorat protseduralarni o'z ichiga oladi. Ushbu protsedurlar korxona direktorlari va rahbariyati tomonidan o'z biznesining ichki nazorat tizimini tartibli va samarali o'tkazilishini, shu jumladan ichki siyosatga rioya qilishni ta'minlash maqsadlariga erishish o'z ichiga oladi. Aktivlarni himoya qilish, firibgarlikning oldini olish va aniqlash va buxgalteriya yozuvlarining aniqligi va to'liqligi va ishonchli moliyaviy ma'lumotlarni o'z vaqtida tayyorlashni ta'minlash ham, ichki nazorat muhitini shakillantiradi. Ichki nazorat kompyuterlashtirilgan buxgalteriya tizimlariga kiritilishi mumkin. Biroq, ichki nazorat tizimi buxgalteriya tizimi bilan bevosita bog'liq bo'lgan masalalardan tashqari boshqa masalalarda ham amalga oshirilishi lozim bo'ladi.

Ichki nazorat tizimining elementlari:

- Atrof muhitni boshqarish (Environment control): direktorlar, menejerlar va aktsiyadorlarning munosabati, hushyorligi va ish g'ayrati ekologik nazorat orqali aks etadi.
- Nazorat qilish tartibi (Control procedure): biznes tashkilotining aniq maqsadiga yerishishni ta'minlash uchun biznes organi tomonidan qabul qilingan qo'shimcha siyosat va protseduralar nazorat tartiblari hisoblanadi.

- Buxgalteriya tizimi (Accounting system): buxgalteriya tizimi biznes operatsiyalarini aniqlash, tasniflash, umumlashtirish, bayonotni tayyorlash va to‘g‘ri ma’lumotlarni o‘z vaqtida taqdim etish uchun tahlil qilinadigan ba’zi protseduralar va yozuvlarni anglatadi.

Ushbu nazorat protseduralari:

- Hokimiyatning to‘g‘ri delegatsiyasi;
- Mas’uliyatni ajratish;
- Hujjatlarni tayyorlash va ulardan foydalanish;
- Mulkni himoya qilish uchun yetarli xavfsizlik choralarini qabul qilish va

- Faoliyatning bajarilishini mustaqil nazorat qilish.

Turnbull hisobotida oddiy boshqaruv muhitining bir qator elementlari e’tirof etilgan. Bularga:

- Axborot-kommunikatsiya jarayonlari (Information and communication). Qaror qabul qilish uchun tegishli ma’lumotlar o‘z vaqtida to‘planishi va xabar qilinishi kerak. Ma’lumot beradigan hodisalar ichki yoki tashqi manbalardan kelib chiqishi mumkin. Aloqa boshqaruv maqsadlariga erishish uchun juda muhimdir. Xodimlar ulardan nima kutilayotganini va ularning majburiyatlari boshqalarning faoliyati bilan qanday bog‘liqligini tushunishlari kerak. Egalarining tashqi tomonlarning yetkazib beruvchilari bilan aloqasi ham juda muhimdir;

- Ichki nazorat tizimining doimiy samaradorligini monitoring qilish jarayonlari. Ichki nazorat tizimi amalda bo‘lganda, tashkilot jiddiy muammo yuzaga kelsa, zarur o‘zgarishlarni amalga oshirish uchun uning samaradorligini nazorat qiladi.

Biroq, har qanday ichki nazorat tizimi direktorlarga faqat o‘z maqsadlariga erishish uchun amalga oshirilishi mumkin. Inson xatosi yoki firibgarlik, xodimlar o‘rtasidagi kelishuv va menejerlar tomonidan bekor qilinadigan nazorat kabi o‘ziga xos cheklovlarni olib keladi.

Ichki nazorat tizimi nafaqat firibgarlikni oldini oladi, balki boshqa vazifalarni ham bajaradi:

1. Biznes tashkiloti o‘z siyosatini mamlakatning amaldagi qonunlariga muvofiq amalga oshiradi.

2. Xodimlar va ofitserlar ishlarni bajarish samaradorligini oshirish uchun o'zlariga Yuklangan vazifalarni bajaradilar.

3. Moliyaviy hisobotlar to'g'ri hisoblarni yuritishda to'g'ri va ishonchli ma'lumotlarni taqdim etadi.

Ichki nazorat umumiy xulosa qiladigan bo'lsa, biznes faoliyatini to'g'ri va oqilona bajarish uchun rahbariyat tomonidan qabul qilingan umumiy siyosat va rejalar, nazorat protseduralari va ichki tartib qoidalari deb atasak ham bo'ladi.

14.3. Nazoratda boshqaruv mas'uliyati.

Boshqarish muhitiga menejmentning boshqaruvga bo'lgan munosabati, tashkiliy tuzilishi va xodimlarning qadriyatlari va qobiliyatlari ta'sir qiladi.

Nazorat muhitining tabiati (Nature of control environment). Boshqarish muhiti (The control environment) - bu direktorlar va rahbariyatning ichki nazorat va ularning shaxsdagi ahamiyati bilan bog'liq umumiy munosabati, xabardorligi va harakatlari. Boshqarish muhiti boshqaruv uslubi va barcha xodimlar tomonidan tashkil etilgan korporativ madaniyat va qadriyatlarni o'z ichiga oladi. Bu turli xil boshqa boshqaruv elementlari boshqariladigan muhitni ta'minlaydi.

Turnbull hisobotida kuchli boshqaruv muhitining bir qator elementlari ta'kidlangan. Bularga:

- Aniqlangan muhim xatarlarni bartaraf etishning aniq strategiyalari;
- Kompaniyaning madaniyati, xulq-atvor kodeksi, inson resurslari siyosati va biznes maqsadlarini qo'llab-quvvatlovchi natijalarni mukofotlash tizimlari va xatarlarni boshqarish va ichki nazorat tizimlari;
- Yuqori menejment o'z harakatlari va siyosati orqali vakolat, yaxlitlik va kompaniya ichidagi ishonch muhitini rivojlantirishga sodiqligini namoyish etadi;
- Qarorlar qabul qilinishi va harakatlar tegishli odamlar tomonidan qabul qilinishi uchun vakolat, mas'uliyat va hisobdorlikni aniq belgilash;

- Xodimlarga ulardan kutgan xodisalar va ularning harakat qilish erkinligi doirasi bilan aloqa qilish;
- Tashkilot maqsadlari yutuqlarini qo'llab-quvvatlash va uning xatarlarini samarali boshqarish uchun bilim, ko'nikma va vositalarga ega bo'lgan kompaniyadagi odamlar.

Kuchli nazorat muhiti o'z-o'zidan umumiy ichki nazorat tizimining samaradorligini ta'minlamaydi. Nazorat muhiti biznes maqsadlarini belgilashga, tadbirkorlik faoliyatini tuzishga va xatarlarni bartaraf etishga katta ta'sir ko'rsatadi.

Boshqaruv elementlari ma'muriy va buxgalteriya hisobi kabi turli yo'llar bilan tasniflanishi mumkin; oldini olish, aniqlash va tuzatish; ixtiyoriy va ixtiyoriy bo'lmagan; ixtiyoriy va majburiy; qo'lda va avtomatlashtirilgan kabi tushunchalar.

Nazorat protseduralari (Control procedures) - bu sub'ektning aniq maqsadlariga erishish uchun tashkil etilgan nazorat muhitidan tashqari siyosat va qoidalar.

Siz turli yo'llar bilan tasniflangan ichki boshqaruv elementlarini duch kelishingiz mumkin. Bular quyida (14.3.1.-jadval), (14.3.2.-jadval)da ko'rib chiqiladi. Boshqaruv elementlarining tasnifi muhim bo'lishi mumkin, chunki boshqaruvning turli tasniflari turli yo'llar bilan sinovdan o'tkaziladi.

14.3.1.-jadval

Nazorat protseduralarining tasnifi¹³¹

Protsedura turi	Batafsil tasnifi
Ma'muriy (Administration)	Ular tashkilotning maqsadlariga erishish va siyosatni amalga oshirish bilan bog'liq. Ushbu nazorat aloqa kanallari va hisobot majburiyatlari bilan bog'liq
Buxgalteriya (Accounting)	Ushbu nazorat aniq buxgalteriya yozuvlarini taqdim etish va hisobdorlikka erishishga qaratilgan. Ular

¹³¹ Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. PART A: Chapter 09 « Control, security and audit» 241 p

	operatsiyalarni qayd etish va majburiyatlarni belgilash uchun qo'llaniladi
Oldini olish (Prevent)	yozuvlar, bitimlar va aktivlar uchun.
Aniqlash (Detect)	Bu birinchi navbatda xatolar sodir bo'lishining oldini olish uchun mo'ljallangan boshqaruv elementlari. Masalan, hisob-fakturalarni to'lashdan oldin yetkazib beruvchilarning hisob-fakturalarini olingan tovarlarga nisbatan tekshirish.
To'g'irlash (Correct)	Ular sodir bo'lgandan keyin xatolarni aniqlash uchun mo'ljallangan. Bunga banklarni yarashtirish va inventarizatsiyani inventarizatsiya yozuvlari bilan jismoniy tekshirish kiradi.

14.3.2-jadval

Nazorat protseduralar boshqa turlari¹³²

Protsedura turi	Tavsifi
Diskritsional (Discretionary)	Bu inson ixtiyoriga bo'ysunadi elementlari bor. Masalan, sotib olish buyurtmasi bo'yicha imzoni tekshirish
Diskritsional bo'lmagan (Non-discretionary)	Bu tizim tomonidan avtomatik ravishda taqdim etiladigan va bekor qilinmaydigan boshqaruv elementlari. Masalan, naqd pul tarqatish mashinasida pin kod raqamini kiritish
Ixtiyoriy (Voluntary)	Ushbu boshqaruv elementlari tashkilot tomonidan biznesni boshqarishni qo'llab-quvvatlash uchun tanlanadi.
Majburiy (Mandated)	Ushbu nazorat qonun bilan talab qilinadi va tashqi organlar tomonidan belgilanadi.

¹³² Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. PART A: Chapter 09 « Control, security and audit» 242 p

Qo'llanma (Manual) asosida tashkil etilgan	Ushbu boshqaruv elementlari qayta ishlash funktsiyalari va boshqaruv elementlari va inson funktsiyalari o'rtasidagi birma-bir bog'liqlikni namoyish yetadi
Avtomatlashtirilgan(Automated)	Ushbu boshqaruv elementlari ishlov berish orqali xatolarni oldini olish, aniqlash va tuzatish uchun mo'ljallangan dasturlashti-rilgan protseduralardir.
Bosh (General)	Ushbu boshqaruv elementlari kompyuter muhiti bilan bog'liq xavflarni kamaytirish uchun ishlatiladi. Umumiy boshqaruv elementlari-bu dastur ishlaydigan muhit bilan bog'liq bo'lgan boshqaruv elementlari. Masalan, o'zgarishlarni boshqarish nazorati o'zgarishlarning tashkilot talablariga javob berishini va vakolatli bo'lishini ta'minlash uchun mo'ljallangan.
Dasturiy (Application)	Ushbu boshqaruv elementlari kompyuter muhiti bilan bog'liq xavflarni kamaytirish uchun ishlatiladi. Ilovalarni boshqarish-bu xatolarni oldini olish, aniqlash va tuzatadigan boshqaruv yelementlari. Masalan, barcha yozuvlar boshlanishidan to oxirigacha qayta ishlanganligini tekshirish uchun to'liqlikni tekshiradi
Moliyaviy (Financial)	Ushbu nazorat operatsiyalarning asosiy sohalariga qaratilgan bo'lib, aktivlarni himoya qilish va tegishli buxgalteriya yozuvlari va ishonchli moliyaviy ma'lumotlarni saqlashga qaratilgan.

Buyuk Britaniyaning eski auditorlik amaliyoti qo'mitasining yo'riqnomasi ichki nazorat ko'pincha SPAMSOAP kabi eslab

qolinadigan foydali xulosani beradi. SPAMSOAPning ma'nosi:

(a) Vazifalarni ajratish (Segregation of duties). Masalan, rais/bosh ijrochi rollarni belgilab taqsimlab berishi kerakligi.

(b) Jismoniy (Physical). Bu aktivlarni saqlashni ta'minlash choralari, masalan, faqat vakolatli xodimlarga pul bozoriga pul mablag'larini ko'chirishga ruxsat beriladi.

(c) Avtorizatsiya va tasdiqlash (Authorisation and approval). Barcha operatsiyalar tegishli mas'ul shaxs tomonidan avtorizatsiya yoki tasdiqlashni talab qilishi kerak. Vakolatlar uchun cheklovlar belgilanishi kerak, masalan, ish haqi qo'mitasi direktorlarning ish haqini hal qilish uchun ijro etilmaydigan direktorlar (non-executive directors (NEDs)) tomonidan belgilanishi va ishlashi kabi funktsional vazifalar.

(d) Menejment (Management). Menejment hisobotlarni tahlil qilish va ko'rib chiqish, masalan, biznes samaradorligini tahlil qilish, ichki audit xizmatlarini ko'rsatish orqali nazoratni ta'minlashi kerak.

(e) Nazorat (Supervision). Ro'yxatga olish va kundan-kunga bitimlar operatsiyalari nazorati, barcha xodimlar o'z ishini tekshirishini va xabardor bo'lishini ta'minlaydi, Misol uchun, soxtalashtirish yoki xatolar xavfini kamaytirish, masalan, byudjet, rahbarlari sharhi, istisno xolatlari yoki ziddiyatli hisobotlar kabi ko'rsatkichlar.

(f) Tashkilot (Organisation). Hisobot yo'nalishlarini, vakolat va mas'uliyat darajasini aniqlash orqali, bu har kimning o'z nazorati (va boshqa) majburiyatlari to'g'risida xabardor bo'lishini ta'minlaydi, ayniqsa boshqaruv siyosatiga rioya qilishni ta'minlashda, masalan, xodimlarning bir nechta menejerlarga hisobot berishidan saqlanib. Protseduralar qo'llanmalari bu yerda foydali bo'ladi.

(g) Arifmetik va buxgalteriya hisobi (Arithmetical and accounting). Bitimlarning to'g'ri va aniq yozilishi va qayta ishlanishi, masalan, kelishuv va sinov balanslari tekshirilishi kerak.

(h) Xodimlar (Personnel). Xodimlarni tanlash, o'qitish va malakasiga, shuningdek shaxsiy fazilatlariga ye'tibor qaratish lozim; har qanday tizimning sifati nazorat operatsiyalarini amalga oshiradiganlarning malakasi va yaxlitligiga bog'liq, masalan, ichki auditor sifatida faqat malakali xodimlardan foydalanish.

Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016.
PART A: Chapter 09 « Control, security and audit» qismida ichki nazorat tekshiruvlariga quyidagilar e'tirof etilgan.

Ichki tekshiruvlar (Internal checks). Ichki nazoratni tushunchasini, ichki tekshiruvlar tushunchasi bilan aralashtirib yubormaslik kerak.

Ichki tekshiruvlar (Internal checks) - bir kishining ishi mustaqil ravishda ta'minlanadigan yoki boshqasining ishini to'ldiruvchi kundalik operatsiyalarni tekshirish sifatida aniqlash, ob'ekt xatolari va firibgarlikning oldini olish yoki vaqtida aniqlash kabi vazifalarni o'z ichiga oladi. Bu delegatsiya va vakolatlarni taqsimlash va ishni taqsimlash, bitimlarni ro'yxatga olish usuli va mustaqil ravishda aniqlangan jami miqdorlardan foydalanish kabi masalalarni o'z ichiga oladi.

Ichki tekshiruvlar moliyaviy operatsiyalar va buxgalteriya tizimining kundalik nazoratining muhim xususiyati hisoblanadi. Arifmetik ichki tekshiruvlarga oldindan ro'yxatga olingan operatsiyalar, xabarlar ro'yxati va nazoratning umumiy qamrab olinishi kiradi.

Oldindan ro'yxatdan o'tkazish (a pre-list) -bu har qanday ishlov berishdan oldin tuzilgan ro'yxat.

Habarlar ro'yxati (a post-list) - bu ishlov berish paytida yoki undan keyin tuzilgan ro'yxat.

Umumiy nazorat (a control total) - bu bir xil bo'lishi kerak bo'lgan boshqa jami bilan taqqoslash orqali nazorat qilish maqsadida ishlatiladigan har qanday turdagi jami.

Umumiy oldindan ro'yxatdan o'tkazish (a pre-list total is a control total) - bu umumiy nazorat, masalan, naqd pul pochta orqali qabul qilinganda va oldindan ro'yxat tayyorlanganda va tushumlar kassa daftariga alohida qayd etilganda va kassa daftariga kiritilgan jami summalar individual yozuvlarni qo'shish orqali olinadi. Umumiy nazorat kassa kitobidan olingan ro'yxatni oldindan nazorat qilish jami ma'lumotlar bilan taqqoslash.

Ichki tekshiruvlarning maqsadlari (Aims of internal checks).

- Vazifalarni ajratish (Segregate tasks). Muayyan amalga oshirilgan operatsiyalarni standartlar asosida bajarilganligi uchun

javobgarlik.

- Yaratish va saqlash (Create and preserve). Jismoniy faktlar va buxgalteriya yozuvlarini tasdiqlash vazifasini bajaradigan yozuvlar.
- Muntazam protseduralarni buzish (Break down routine procedures). Ishning bir tekis oqimini yengillashtirish va to'siqlarni oldini olish uchun muntazam protseduralarni alohida bosqichlarga ajratish.
- Firibgarlik va xato ehtimolini kamaytirish (Reduce the possibility of fraud and error). Maqsad firibgarlik va xato sodir bo'lganidan keyin uni aniqlay olish o'rniga, uni oldini olish bo'lishi kerak. Samarali ichki tekshiruvlar keng ko'lamli firibgarlikni deyarli imkonsiz qiladi, faqat ikki yoki undan ortiq odam o'rtasida kelishuv bundan mustasno.

Ichki tekshiruvlar, eng muhimi, ishning bo'linishini nazarda tutadi, shuning uchun bir kishining ishi mustaqil ravishda isbotlanadi yoki boshqa shaxsning ishini to'ldiradi.

Yaxshi ichki nazorat tizimining xususiyatlari (Characteristics of a good internal control system). Bunga quyidagilarni kiritiladi:

(a) Aniq belgilangan tashkilot tuzilishi (A clearly defined organisation structure)

- (i) Turli xil operatsiyalarni tegishli bo'limlarga ajratish kerak;
- (ii) Har bir bo'lim uchun javobgarlikni o'z zimmasiga olish uchun ofitserlar tayinlanishi kerak;

(iii) Har bir bo'lim va kengash o'rtasida aniq javobgarlik yo'nalishlari mavjud bo'lishi kerak;

(iv) Kompaniya faoliyatini umumiy muvofiqlashtirilgan bo'lishi kerak (korporativ rejalashtirish orqali).

(b) Yetarli ichki tekshiruvlar (Adequate internal checks)

(i) Shartnoma tuzishga ruxsat berish, shartnoma orqali olingan aktivlarni saqlash va shartnomadagi ma'lumotlarni qayd etish operatsiyalarni ajratgan holda tekshiruvlarni amalga oshirish;

(ii) Umumiy nazorat, oldindan ro'yxatdan o'tkazilgan bank ko'chirmalari dalillardan foydalanish orqali tekshiruvlarni amalga oshirish kerakligi.

(c) Bajarilgan ishni tan olish: muayyan ishni bajaradigan shaxslar o'z ishlarini imzolar, bosh harflar, rezina shtamplar va boshqalar orqali tan olishlari kerak;

(d) Jismoniy xavfsizlik (physical security) uchun himoya vositalari;

(e) Rasmiy hujjatlar tovarlar uchun javobgarlik tan olinishi. Tovarlarni qabul qilinganda, omborchi tomonidan qabul qilinganligini tasdiqlaydigan hujjatlardan foydalanish kerak (misol uchun, schyot faktura, nakladnoy kabi hujjatlar).

(f) Oldindan ko'rib chiqish (Pre-review): bitimga ruxsat berish (masalan, naqd pul to'lash yoki aktivni sotib olish) javobgar shaxs tomonidan barcha tegishli protseduralar amalga oshirilganligini tekshirmasdan berilmasligi kerak;

(g) Belgilangan xarajatlar doirasida operatsiyalarga ruxsat berishning aniq belgilangan tizimi mavjudligini tekshirish kerak;

(h) Qayd etilgandan keyingi holat: bitimlar tugallangandan bo'lgandan keyin ko'rib chiqilishi kerak; masalan, yetkazib beruvchilarning oylik hisob-kitoblari ushbu yetkazib beruvchilarning sotib olish daftarlari bo'yicha tekshirilishi kerak. Mismol uchun:

(i) Avtorizatsiya, saqlash va qayta buyurtma berish tartib-qoidalarini bo'lishi kerak;

(i) Kompaniyaning mablag'lari va mol-mulki tegishli hisobotlarda saqlanishi kerak. Aktivlarning kirib kelishi (to'g'ridan-to'g'ri yoki hujjatlar bo'yicha) vakolatli xodimlar bilan cheklanishi kerak

(ii) Xarajatlar faqat avtorizatsiya qilinganidan keyin amalga oshirilishi kerak va barcha xarajatlar to'g'ri hisobga olinadi

(iii) Barcha daromadlar to'g'ri hisobga olinishi va o'z vaqtida olinishi kerak.

(j) Xodimlar o'z vazifalarini to'g'ri bajarish uchun zarur bo'lgan qobiliyat va malakaga yega bo'lishi kerak.

(k) Ichki audit (internal audit) bo'limi nazorat tizimining ishlayotganligini tekshirishi va tizimni hozirgi sharoitga mos kelishini tekshirish uchun ko'rib chiqishi kerak.

Ichki nazorat jarayonida Buyuk Britaniya amaliyotidagi bu ichki

nazorat samaradorligini cheklash (Limitations on the effectiveness of internal controls) mavjudligini inobatga olishimiz kerak.

Boshqaruv tizimi nafaqat yetarli boshqaruvni o'z ichiga olishi kerak, balki bu boshqaruv elementlari ham to'g'ri va halol tashkil etilishi muhim va quyidagilar qo'llanilishi mumkinligini inobatga olish kerak:

(a) Vazifalarni ajratishga qarab ichki nazoratni ushbu vazifalar uchun mas'ul bo'lgan ikki yoki undan ortiq odamning to'qnashuvi oldini olish mumkin;

(b) Avtorizatsiya nazorati faoliyatga ruxsat berish huquqiga ega bo'lgan shaxs tomonidan suiiste'mol qilinishi mumkin

(c) Menejment ko'pincha o'zlari o'rnatgan boshqaruv elementlarini bekor qilishi mumkin.¹³³

Demak yuqoridagilarni inobatga olgan holda, quyidagi xulosalarni keltirib o'tsak bo'ladi. Ichki nazorat tashkil etish bilan ichki tekshiruvlarni amalga oshirish kabi tushunchalar bir-biri bilan uzviy bog'liq, ammo amalga oshiriladigan funktsional vazifalardan kelib chiqadigan bo'lsak, ular farq qiladi. Ichki nazorat va ichki tekshiruvlar biznes muhitida o'z vaqtida bajarilsa, korxonaning samaradorligi oshiriladi va buxgalteriya muomalarning amalga oshirilgandan oldin va keyingi protseduralardagi xatolarni va firibgarlik xolatlarni oldini olishga yordam beradi. Buyuk Britaniya amaliyotida biznes yurituvchi sub'ektlarda ichki nazorat protseduralarni turlariga ajratib amalga oshirish muhim bo'lib hisoblanadi. Bu o'z navbatida tartib – ichki nazorat jarayoning tartib-qoidalarini belgilab beradi va ichki tekshiruvlarni qadamma-qadam amalga oshirishga imkon beradi.

Tayanch iboralar: ichki nazorat, atrof muhitni boshqarish (environment control), buxgalteriya tizimi (accounting system), nazorat protseduralari, boshqaruv (administration), buxgalteriya (accounting), ixtiyoriy (voluntary), majburiy (mandated), avtomatlashtirilgan (automated), dasturiy (application) protsedura, moliyaviy (financial)

¹³³ Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. PART A: Chapter 09 « Control, security and audit» 243-244 p

protsedura, ilovalarni boshqarish (application controls), menejment (management), nazorat (supervision), tashkilot (organisation), xodimlar (personnel), ichki tekshiruvlar (Internal checks), jismoniy xavfsizlik (physical security), ichki audit (internal audit), mustaqillik (Independence), baholash (appraisal), operatsion audit (operational audit), tizim auditi (systems audit), tranzaktsiya operatsiyalari auditi (transactions audit), ijtimoiy audit (social audit), menejment tekshiruvlari (management investigations), muvofiqlik testlari (compliance tests), tashqi audit (external audit).

Nazorat uchun savollar

1. Qaysi nazorat turlarini aytib beraolasiz?
2. Nazorat nima?
3. Ichki nazorat nima?
4. Ichki nazorat protseduralarga nimalarni kiritaolasiz?
5. Ichki audit bu nima va qanday tartibga solinadi?
6. Tashqi audit va auditorlik faoliyati haqida gapirib bering?
7. Nazoratda boshqaruv mas'uliyati?

Glossariy

Ichki nazorat tizimi – bu tashkilot yo‘nalishni ta’minlash, samaradorlikni oshirish va siyosatga rioya qilishni kuchaytirish uchun amalga oshiradigan qoidalar, siyosat va protseduralar to‘plamini o‘z ichiga oladi.

Boshqarish muhiti (The control environment) - bu direktorlar va rahbariyatning ichki nazorat va ularning shaxsdagi ahamiyati bilan bog‘liq umumiy munosabati, xabardorligi va harakatlari.

Nazorat protseduralari (Control procedures) - bu sub'ektning aniq maqsadlariga erishish uchun tashkil etilgan nazorat muhitidan tashqari siyosat va qoidalar.

Ichki tekshiruvlar (Internal checks) - bir kishining ishi mustaqil ravishda ta’minlanadigan yoki boshqasining ishini to‘ldiruvchi kundalik operatsiyalarni tekshirish sifatida aniqlash, ob'ekt xatolari va firibgarlikning oldini olish yoki vaqtida aniqlash kabi vazifalarni o‘z

ichiga oladi.

Oldindan ro'yxatdan o'tkazish (a pre-list) - bu har qanday ishlov berishdan oldin tuzilgan ro'yxat.

Habarlar ro'yxati (a post-list) - bu ishlov berish paytida yoki undan keyin tuzilgan ro'yxat.

Umumiy nazorat (a control total) - bu bir xil bo'lishi kerak bo'lgan boshqa jami bilan taqqoslash orqali nazorat qilish maqsadida ishlatiladigan har qanday turdagi jami.

Ichki audit - kompaniyaning ichki nazoratini, shu jumladan korporativ boshqaruv va buxgalteriya hisobi jarayonlarini baholaydi.

Operatsion audit (Operational audit) - kompaniya faoliyatining har qanday sohasi bilan bog'liq bo'lishi mumkin. Ularning asosiy maqsadi-har bir darajadagi menejment faoliyatini monitoring qilish, oldindan belgilangan mezonlarga muvofiq optimal ishlashni ta'minlab beradi. Ular tizimning natijalariga va tashkilotning samaradorligiga e'tibor berishadi.

Tizim audit (Systems audit) tashkilot ichidagi ichki nazoratni sinovdan o'tkazish va baholashga asoslanadi, shunda resurslar samarali boshqarilishi va ma'lumotlarning aniq taqdim etilishini ta'minlash uchun ushbu nazoratlarga ishonish mumkin.

Tashqi audit (External audit) - bu yuqori malakali, mustaqil jismoniy shaxs tomonidan kompaniyaning moliyaviy hisobotlarini mustaqil baholash jarayoni.

XI BOB. FIRIBGARLIKNI ANIQLASH VA OLDINI OLISH

15.1. Firibgarlik tushunchasi, uni oldini olish va bartaraf etish yo'llari.

15.2. Biznes tashkilotlarda firibgarlik turlari.

15.3. Firibgarlikning oldini olish va aniqlashda menejmentning vazifalari.

15.1. Firibgarlik tushunchasi, uni oldini olish va bartaraf etish yo'llari.

Firibgarlik (Fraud) – bu adolatsiz yoki noqonuniy foyda olish uchun aldashdan foydalanish bilan bog'liq qasddan qilingan harakat, asosan "aldash orqali o'g'irlik". Firibgarlik-bu jarima yoki qamoq jazosi bilan jazolanadigan jinoyat.

* **Xato (Error)** kutilmagan xatolarni anglatadi. Xato inson tabiatining ajralmas qismidir, shuning uchun har qanday mumkin bo'lgan xatolarni oldini olish yoki aniqlash uchun ichki nazorat tizimlari zarur.

* **Нарушение (Irregularity)** - bu ma'lum bir qoida yoki standartga zid bo'lgan narsa.

* **Искажение (Misstatement)** - bu noto'g'ri ko'rsatilgan narsa. Buzilishlar firibgarlik, qonunbuzarliklar yoki xatolar tufayli yuzaga kelishi mumkin.¹³⁴

Buyuk Britaniya yuqori malakali bir qator firibgarlikga guvoh bo'ldi. Bularga BCCI, Maxwell va Barings Bank holatlarni misol sifatida aytsak bo'ladi. Firibgarlikning haqiqiy holatlarini aniqlash qiyin, ayniqsa kompaniyalar ko'pincha bunday tajribalarni amalga oshirishni yoqtirmaydilar. Biroq, barcha korxonalar – istisnosiz-firibgarlik xavfiga duch kelishadi: direktorlarning mas'uliyati bu xavfni boshqarishdir.

Firibgarlikni yuzaga keltiradigan uchta muhim omillar bu:

- insofsizlik (dishonesty);
- motivatsiya (motivation);
- imkoniyatlar (opportunity).

Bularni bilish foydalidir, chunki ulardan birini yoki bir nechtasini yo‘q qilish mumkin bo‘lsa, firibgarlik xavfi kamayadi!

Insofsizlik (dishonesty). Halollik sub'ektiv sifat bo‘lib, u turli axloqiy, madaniy va huquqiy me'yorlarga ko‘ra turlicha talqin qilinadi. Biroq, biz insofsizlikni shaxsning qabul qilingan axloqiy, ijtimoiy, tashkiliy va huquqiy me'yorlarga zid bo‘lgan tarzda harakat qilishga moyilligi yoki moyilligi sifatida belgilashimiz mumkin. adolatli va halol muomala. Ushbu tendentsiya quyidagilardan kelib chiqishi mumkin:

(a) **Shaxsiyat omillari:** yutuq, maqom yoki xavfsizlikka bo‘lgan yuqori ehtiyoj; boshqalardan ustunlikka yerishish uchun raqobatbardosh istak; hokimiyatga past hurmat;

(b) **Madaniy omillar:** tashkilotda mavjud bo‘lgan qonun va amaliyotga qaraganda ko‘proq moslashuvchan yoki hokimiyatga qarshi bo‘lishi mumkin bo‘lgan milliy yoki oilaviy qadriyatlar.

Motivatsiya (motivation). Umumiy moyillik yoki insofsiz harakat qilishga tayyorlikdan tashqari, agar imkoniyat paydo bo‘lsa, buning uchun shaxs o‘ziga xos motivatsiyaga muhtoj. Jismoniy shaxslar firibgarlikga moyilligi:

(a) Harakatning potentsial mukofotlari: ba’zi ehtiyojlarni qondirish yoki biron bir maqsadni bajarish; ga nisbatan;

(b) Harakatning mumkin bo‘lgan sanktsiyalari yoki salbiy oqibatlari yoki uni amalga oshirish uchun zarur bo‘lgan holatlar.

Shaxsning maqsadi yoki firibgarlik harakati uchun sabab bo‘lishi mumkin:

(a) Moliyaviy ehtiyojlar yoki istaklar yoki boshqalarga hasad qilish (pul daromad uchun o‘g‘irlik yoki firibgarlik taqdirda);

(b) Hokimiyatdagilar ustidan salbiy kuch ishlatish istagi;

(c) Jazodan qochish istagi.

Imkoniyatlar (opportunity). Agar biror inson insofsiz harakat qilishga tayyor bo‘lsa ham va bunga sabab bo‘lsa ham, ular bunga imkoniyat yoki ochilishni topishlari kerak; qonun yoki nazorat tizimidagi bo‘shliq:

- Firibgar faoliyatning aniqlanmasligiga imkon beradi yoki

- Mavjud mukofotlarni hisobga olgan holda aniqlash xavfini maqbul qiladi.

Agar shaxs insofsizlikka moyil bo'lsa va muayyan firibgarlik uchun mukofotlar yuqori bo'lsa va firibgarlik qilish imkoniyati kam bo'lsa yoki qo'lga olinsa, ahamiyatsiz sanksiyalar bilan firibgarlik qilish imkoniyati mavjud bo'lsa, firibgarlik qilish uchun yuqori rag'batga ega bo'ladi.

Firibgarlik xavfini baholash. Firibgarlik xavfining yuqori belgilariga yaxlitlik yetishmasligi, haddan tashqari bosim, yomon boshqaruv tizimlari, g'ayrioddiy operatsiyalar va auditorlik dalillarining yetishmasligi kiradi.

Firibgarlikning oldini olish va aniqlash uchun ichki nazoratni o'rnatmoqchi bo'lgan har qanday boshqaruv jamoasi uchun boshlang'ich nuqta firmaning firibgarlik xavfiga qanchalik ta'sir qilishini baholash bo'lishi kerak. Eng yaxshi yondashuv tashqi va ichki omillar firibgarlik xavfini keltirib chiqarishi mumkinligini alohida ko'rib chiqishdir.

Tashqi omillar (External factors).

1-chi qadam. Birinchidan, bozorni bir butun sifatida ko'rib chiqing. Biznes faoliyat yuritadigan umumiy muhit firibgarlik xavfini oshiradigan omillarni ko'rsatishi mumkin. Masalan, kechikish tendentsiyasi ko'plab tashkilotlarda, yehtimol uning o'rniga hech narsa qo'ymasdan, nazorat darajasini pasaytirishi mumkin.

2-chi qadam. Keyinchalik, diqqatni biroz qisqartiring va firma faoliyat yuritayotgan soha ayniqsa firibgarlikning ayrim turlariga duchor bo'ladimi-yo'qligini o'ylab ko'ring. Masalan, qurilish sanoati xom ashyoni o'g'irlash xavfiga ayniqsa moyil bo'lishi mumkin, sayyohlik sohasi agentlar va vositachilardan keng foydalanish tufayli xavflarga duch kelishi mumkin va chakana savdo sanoati kredit kartalarini suiiste'mol qilishda hushyor bo'lishi kerak.

Ichki omillar (Internal factors). Kompaniyaning xavf holatlarini oshirishi mumkin bo'lgan holatlardan ehtiyot bo'ling. Bularga:

- O'zgartirilgan operatsion muhit (Changed operating environment);
- Yangi xodimlar (New personnel);

- Yangi yoki yangilangan boshqaruv axborot tizimlari (New or upgraded management information systems);
- Chet elda yangi operatsiyalar (New overseas operations);
- Tez o'sish (Rapid growth);
- Yangi texnologiya (New technology);
- Yangi mahsulotlar (New products);
- Korporativ qayta qurish (Corporate restructuring).

Bir qator omillar potentsial firibgarlikni ko'rsatishi mumkin bo'lgan muammolar sifatida qayta-qayta yig'ib olinadi.

Agar tashqi va ichki xavflarni baholashda ushbu omillardan biri aniqlansa, ularga e'tiborni qaratish lozim.

Bir qator omillar potentsial firibgarlik holatlarining ko'rsatkichlari sifatida tez-tez o'sib boradi; ularni biznes va xodimlar xatarlari bo'yicha tasniflash mumkin.

Ogohlantirishlarni boshqarish guruhi har doim tashkilot faoliyat yuritadigan sanoat yoki biznes muhitidan xabardor bo'ladi.

Agar quyidagilardan biri sodir bo'lsa, signal qo'ng'iroqlari jiringlay boshlashi kerak.

(a) **Foyda darajasi / marjlari sanoat** me'yoridan sezilarli darajada chetga chiqsa:

(i) Kompaniya to'satdan shu sohadagi boshqa firmalar erishgan foydadan ancha yuqori foyda ko'rishni boshlaydi;

(ii) Tovar aylanmasi tez ko'tariladi, ammo xarajatlar mos ravishda oshmaydi;

(iii) Muayyan mahsulotga talab sezilarli darajada oshadi;

(iv) Investorlar firmani juda jozibali deb bilishadi.

Bunday holatlar buxgalteriya yozuvlarini manipulyatsiya qilish, mavjud mijozlar bilan til biriktirish yoki xayoliy mijozlarni yaratish kabi muammolarni ko'rsatishi mumkin.

Xuddi shunday, natijalar tashkilot raqobatchilarga nisbatan o'g'irlik belgilari, yetkazib beruvchilar bilan kelishuv yoki buxgalteriya yozuvlaridagi qasddan xatolar belgisi bo'lishi mumkin.

(b) **Bozor fikri (Market opinion)**. Agar bozorda firma haqida past fikr bo'lsa, bu kompaniya mahsulotlari, uning odamlari yoki biznes yuritish uslubi haqida biror narsani ko'rsatishi mumkin.

(c) **Murakkab tuzilmalar (Complex structures)**.

(i) Murakkab guruh tuzilmalariga yega tashkilotlar, shu jumladan ko'plab mahalliy va xorijdagi filiallar va filiallar firibgarlikka ko'proq moyil bo'lishi mumkin.

(ii) Guruhning kattaligi tranzaksiyalarni yo'qotish yoki kompaniyalararo hisoblarda narsalarni yashirish uchun juda ko'p imkoniyatlarni taklif qilishi mumkin.

(iii) Bundan tashqari, xodimlarning katta raqamlari xodimlarning ma'lum darajada anonimligiga hissa qo'shadi.

Xodimlar xavfi (Personnel risks). Firibgarlikni yashirish odatda oson narsa emas. Biror kishining xatti-harakati ko'pincha ular firibgarlik bilan shug'ullanayotgani haqida ma'lumot beradi.

(a) **Yashirin xatti-harakatlar (Secretive behaviour)**. Oliy sud sudyasi bir marta maxfiylikni firibgarlik nishoni deb ta'riflagan. Agar shaxs o'zini odatda odatdagidan ko'ra yashirinroq tuta boshlasa, unda tashvishlanish uchun sabab bo'lishi mumkin.

(b) **Qimmat turmush tarzi (Expensive lifestyles)**. Firibgarlikning taniqli ko'rsatkichi-bu shaxsning daromadidan tashqari turmush tarzi.

(c) **Uzoq soatlar yoki kutilmagan bayramlar (Long hours or untaken holidays)**. To'liq ta'til huquqini olmagan ishchilar va xodimlar vaqtincha almashtirishning firibgarlikni oldini olishga harakat qilishlari mumkin.

(d) **Avtokratik boshqaruv uslubi (Autocratic management style)**. Ba'zi tashkilotlarda yagona menejer yoki direktor biznesning muhim qismi ustidan eksklyuziv nazoratga ega. Bu firibgarlik uchun keng imkoniyatlarni taqdim yetishi mumkin, ayniqsa vaziyat yuqori darajadagi boshqa har kim tomonidan ushbu faoliyatni mustaqil ravishda ko'rib chiqish bilan murakkablashganda.

(e) **Vazifalarni ajratishning yetishmasligi (Lack of segregation of duties)**. Xodimlar vaqti-vaqti bilan bir nechta mas'uliyat sohalariga ega, ayniqsa xodimlar soni kam bo'lgan kichik korxonalarda. Bu

xodimga firibgarlik harakatlarini o‘tkazish va yashirishni osonlashtirishi mumkin. Misol uchun, agar ish haqini tayyorlaydigan xodim ham to‘lovlarni amalga oshirishga ruxsat bergan shaxs bo‘lsa, ish haqi bo‘yicha firibgarlikni amalda qo‘llash nisbatan oddiy bo‘lar edi.

(f) **Xodimlarning ma’naviyati pastligi (Low staff morale).** Firibgarlikning sabablaridan biri bu firmaga nisbatan norozilikdir. Xodimlar firmani aldashni boshlashlari mumkin, chunki ular o‘zlarining ishlari uchun yetarlicha mukofotlanmaganliklarini yoki ular munosib deb hisoblagan lavozimga ko‘tarilmasa. Shu bilan bir qatorda, xodimlarning past ma’naviyati ichki nazoratning buzilishiga olib kelishi mumkin, bu esa firibgarlik uchun imkoniyat yaratadi.

Kompyuter firibgarligi uchun moyillik. Tashkilotlar operatsion tizimlar uchun kompyuterlarga, shuningdek buxgalteriya hisobi va boshqaruv ma’lumotlariga tobora ko‘proq qaram bo‘lib bormoqda.

Ayniqsa, kompyuterlar bilan bog‘liq muammolar:

- (a) Kompyuter xakerlari;
- (b) Boshqaruv jamoasida tayyorgarlikning yetishmasligi;
- (c) Xatarlarni aniqlash muammosi;
- (d) Kirish qulayligi va moslashuvchan tizim mavjudligi.¹³⁵

Firibgarlik biznes uchun yomon ekanligi aniq bo‘lsa-da, firma ta’sirlanishining aniq usullari olib borilayotgan firibgarlik turiga bog‘liq.

Tezkor moliyaviy natijalar (Immediate financial implications).

Biznesda kam naqd pul yoki kam aktivlarga egaligi, sof aktiv pozitsiyasini zaiflashtiradi. Biznesning moliyaviy holatini qasddan noto‘g‘ri talqin qilish. Moliyaviy hisobotlar biznesning moliyaviy ahvolini ko‘rsatadi. Ko‘rsatkichlarni sun’iy ravishda oshirib ko‘rsatish yoki kamaytirib ko‘rsatish, ma’lumotlarni noto‘g‘ri qasddan buzishga kiradi. Bu esa o‘z navbatida salbiy oqibatlarga olib kelishi mumkin.

Agar natijalar ortiqcha bo‘lsa. Kompaniya o‘z foydasining katta qismini aktsiyadorlarga tarqatishi mumkin. Yig‘ilib turgan foydaga ishonch past bo‘ladi, bu esa aylanma mablag‘larning yetishmasligiga olib keladi. Bu kundalik faoliyatni samarali bajarishni qiyinlashtiradi.

¹³⁵ Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. PART A: Chapter 10 Identifying and preventing fraud» 270-273 p

Mavjud resurslarni noto‘g‘ri berilgan ma’lumotlar asosida noto‘g‘ri qarorlar qabul qilinadi. Soxta faoliyatning ta’siri manfaatdor tomonlarga ham ta’sir qilishi mumkin, agar ular haqiqatan ham haqiqatni noto‘g‘ri talqin qiladigan moliyaviy hisobot bo‘lsa. Bu holat biznes operatsiyalar zanjirini noto‘g‘ri tashkil etilganligini bildiradi va firibgarlik oqibatlari ta’sirida korxona o‘zini-o‘zi bankrotlik nuqtasiga olib keladi.

Biznes ichki va tashqi turli xil omillar ta’sirida noinsof xodimlar kabi muammoga duch kelishi mumkin. Bunday jarayonda har bir xodimning ichki dunyosini, ma’naviy qadriyatlarini rahbariyat tomonidan komunikatsiya aloqalarni yaxshi o‘rnatish va xodimning xoxish istaglarini inobatga olinsa, firibgarlik omillarga kamroq duchor bo‘lish ehtimoli yuqori bo‘ladi. Tashkilotda sog‘lom shakillangan ichki muhit xalol ishlashga undashi aniq.

Firibgarlik ehtimoli yirik korxonalarda ham, kichik biznes sub'ektlarida ham, har qadamda duch kelish mumkin.

Shu bois, ichki nazorat tizmini tashkiliy tuzilmalardan tortib bo‘limlarda shakillantirish lozim. Nazorat protseduralarni dastlabki, joriy va yakunlovchi tekshiruvni o‘tkazadigan yuqori malakali xodimlarga ega bo‘lish muhim. Biznesda xodimlarning ratatsiyasini vaqti-vaqti bilan amalga oshirilsa, bu jarayon firibgarlikni oldini oladi. Sababi til biriktirib firibgarlikni amalga oshirish holatlar kamdan-kam uchraydi. Ratatsiya qilingan xodimlar bir-biri bilan ish joylarida aloqalarni o‘rnatguncha, so‘ngi ratatsiya vaqti keladi. Shunga o‘hshash harakatlar biznesda boshqaruv menejerlari amalga oshiradilar.

Firibgarlikning oldini olish va aniqlash cheklangan kompaniyalarda direktorlar zimmasiga yuqlanadi. Ular quyidagilar uchun javobgar bo‘lishadi:

(a) Korxona faoliyati halol olib borilishini va uning aktivlari himoya qilinishini ta’minlash kerak;

(b) Firibgar yoki boshqa insofsiz xatti-harakatlarni oldini olish va sodir bo‘lgan har qanday narsani aniqlash uchun rasmiy ogohlantirish ishlarini amalga oshirishlari kerak;

(c) Bilimli kadrlarni yo'llash, ichki va tashqi axborot foydalanuvchilari uchun ishonchli va taqqoslanuvchang hisobotlarni taqdim etilishini ta'minlash.

Ichki nazoratning samarali nazorat protseduralarni shakillantirishda albatta ichki audit tizimi shakillangan bo'lishi kerak. Auditor yuqori malakali shaxs bo'lishi lozim. Sababi firibgarlikning oldini olish uchun yetarli bilim va malakaga ega bo'lishi kerak.

Tashqi auditorning mas'uliyati faqat moliyaviy hisobot kompaniyaning moliyaviy ahvoli va natijalariga to'g'risida adolatli xulosasini bildirishdan iborat. Auditor audit o'tkazishda auditorlik protseduralarni tartib-qoidalar, xalqaro standartlarda ko'rsatilgan amallar asosida amalga oshirishlari kerak. Agar auditorlar audit paytida firibgarlik yoki xato bo'lishi mumkinligini bilsalar, ular o'zlarining xulosalarini hujjatlashtirishlari va rahbariyatga xabar berishlari kerak.

Firibgarlik holatida auditorlar ushbu masala to'g'risida jamoat manfaatlari uchun tegishli organga xabar berish kerakmi yoki yo'qligini ko'rib chiqishlari kerak. Agar ular shunday deb qaror qilsalar, ular direktorlardan hisobot berishni so'rashadi. Agar direktorlar buni qilmasa yoki firibgarlik direktorlarning yaxlitligiga shubha tug'dirsa, auditorlar hisobotni o'zlari tuzishlari kerak.

Auditor xolislik tamoyillari asosida auditorlik tekshiruvini amalga oshirishlari lozim. Firibgarlik holatlari mavjudligini aniqlaydigan bo'lsalar, shunga qarab ijobiy yoki salbiy xulosasini taqdim etishlari kerak.

Demak, firibgarlikni oldini olish va aniqlash protseduralarni tashkil etishda direktorlar javobgar bo'ladi. Shu bois, biznes sohasida birlachi hujjatlardan tortib to moliyaviy hisobotlarni taqdim etish jarayonlarda tashkil etilgan nazorat tizimlari so'ngi yangi qonun va standartlar asosida amalga oshirish zarur.

15.2.Bizness tashkilotlarda firibgarlik turlari.

Firibgarlik odatda yolg'on bilan mahrum qilish deb ta'riflanishi mumkin. Sud ishida firibgarlik haqiqatning yolg'onligini bilgan holda

yoki uning haqiqatiga ishonmasdan yoki beparvolik bilan, haqiqatmi yoki yolgʻonmi, yolgʻon koʻrsatilishi deb taʼriflangan.

Korporativ amaliyotida firibgarlik ikkita asosiy toifadan biriga kirishi mumkin (15.2.1.-jadval).

15.2.1.-jadval

Korporativ amaliyotining firibgarlik kategoriyalari¹³⁶

Kategoriya nomi	izoh
Biznesdan mablagʻ yoki aktivlarni yechib olish	Bunga misol sifatida, naqd pul yoki boshqa aktivlarni toʻgʻridan-toʻgʻri oʻgʻirlashdir. Biroq, firibgarlikning ushbu shakli daʼvolarni haddan tashqari oshirib yuborish kabi yanada nozik choralarni ham oʻz ichiga oladi
Biznesning moliyaviy holatini qasddan notoʻgʻri talqin qilish	Bunga kompaniyaning buxgalteriya yozuvlarini oʻtkazib yuborish yoki notoʻgʻri yozish kiradi.

Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. PART A: Chapter 10 Identifying and preventing fraud» qismida biznes faoliyatida yoʻliqishi mumkin boʻlgan firibgarlik xolatlarini ochib berilgan.

Firibgarlikning keng tarqalgan turlariga ish haqi firibgarligi, boshqa tomonlar bilan til biriktirish va aktivlarni oʻgʻirlash kiradi. Eng murakkab firibgarlik turlari bu tovarlarni joʻnatish va opretsiya muomalalarni toʻldirish, hamda oʻgʻirlikni yashirish uchun bank koʻchirmalar va kassa kitoblardagi yozuvlarining manipulyatsiyasini amalga oshirish kabi firibgarlik holatlari mavjud.

Ish beruvchi bilishi kerak boʻlgan eng keng tarqalgan ish joyidagi firibgarliklarga quyidagilar kiradi:

1. **Naqd pulni oʻgʻirlash (Theft of cash).** Naqd pulga ega boʻlgan xodimlar uni oʻgʻirlash vasvasasiga tushishi mumkin. Eng

¹³⁶ Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. PART A: Chapter 10 Identifying and preventing fraud» 266 p

yaxshi misol-mayda naqd puldan o'g'irlik. Vaqti-vaqti bilan olingan kichik miqdorlar osongina e'tiborga olinmasligi mumkin.

2. **Inventarizatsiya natijasida aniqlangan o'g'irlik (Theft of inventory).** Xuddi shunday, xodimlar inventarizatsiya buyumlarini o'g'irlashlari yoki noto'g'ri hisobotda ko'rsatishlari mumkin. Bunga misol-bu ishchi xodimlar tomonidan ofisda ish yuritish buyumlarini yoki kattaroq ofis jihozlarini astagina olib ketishlari mumkin yoki almashtirib qo'yishlari mumkin. Ushbu misollar firibgarlikning sodda bo'lmagan turlari bo'lib, ular odatda ularning ahamiyatsizligi sababli birdaniga aniqlanmaydi.

3. **Ish haqi bo'yicha firibgarlik (Payroll fraud).** Ish haqi bo'limi xodimlari yoki undan tashqarida ish haqi bo'yicha firibgarlik qilishlari mumkin.

(a) Bo'lim bilan bog'liq bo'lmagan xodimlar, masalan, ortiqcha ish soatlarini aslida ishlamaganliklarini da'vo qilish orqali o'z vaqtlarini soxtalashtirishlari mumkin.

(b) Ish haqi bo'limi a'zolari tanlangan ish haqini ataylab noto'g'ri hisoblash imkoniyatiga ega bo'lishlari mumkin, yoki ish haqining oshirilgan stavkasini qo'llash yoki stavka qo'llaniladigan soatlarni o'zgartirish orqali.

(c) Shu bilan bir qatorda, coxta xodimlarni ma'lumotlar bazasiga kiritib, ish haqi hisob kitoblarini amalga oshirishlari mumkin. Bu menejment har bir xodim bilan shaxsan tanish bo'lmagan ko'plab xodimlarga ega bo'lgan yirik tashkilotda eng maqbuldir.

4. **Soxta mijozlar (Fictitious customers).** Bu inventarizatsiyani o'g'irlashning yanada murakkab usuli. Xayoliy buyurtmalar shakllanadi va tovarlar kreditga yuboriladi. Keyin "xaridor" tovar uchun pul to'lay olmaydi va xarajat oxir-oqibat yomon qarz sifatida hisobdan chiqariladi. Ushbu turdagi firibgarlikning ishlashi uchun xodim tovarlarga buyurtmalarni qabul qilish uchun javobgar bo'lishi kerak, shuningdek kredit olish uchun yangi mijozni tasdiqlash vakolati bo'lishi kerak.

5. **Mijozlar bilan kelishuv (Collusion with customers).** Xodimlar jo'natilayotgan tovarlarning narxlari, sifati yoki miqdorini

manipulyatsiya qilish orqali korxonalarni aldash uchun mijozlar bilan til biriktirishi mumkin.

(a) Masalan, savdo menejeri yoki direktori tejashning bir qismi yevaziga xaridordan olinadigan narxni pasaytirishi mumkin. Shu bilan bir qatorda, xodim moliyaviy ish haqi evaziga qarzni hisobdan chiqarishi yoki kredit yozuvini chiqarishi mumkin.

(b) Yana bir kelishuv harakati xodim tomonidan schyot-fakturalarni yashirish yoki schyot-fakturalarda jo‘natilgan tovarlar sonini kam baholash bo‘lishi mumkin. Shunga qaramay, mijoz xodimga buning uchun moddiy rag‘batlantirishi mumkin.

6. Tovarlar yoki xizmatlarni soxta yetkazib berish (Bogus supply of goods or services). Bu odatda kompaniyaga hech qachon yetkazib berilmagan tovarlar yoki xizmatlar uchun yolg‘on hisob-fakturalarni beradigan yuqori lavozimli xodimlarga tegishli. Misol sifatida, konsalting xizmatlarini ko‘rsatish bo‘lishi mumkin. Ishonchni oshirish uchun ko‘p hollarda ishtirok etgan shaxs biznesni o‘z xizmatlari uchun hisob-kitob qiladigan shaxsiy kompaniya yaratadi. Ushbu turdagi firibgarlikni isbotlash juda qiyin.

7. Qabul qilinmagan tovarlar uchun to‘lov (Paying for goods not received). Xodimlar yetkazib beruvchilar bilan til biriktirishi mumkin, ular yetkazib berilgandan ko‘ra ko‘proq miqdordagi tovarlar uchun hisob-fakturalarni chiqaradilar. Kompaniya tomonidan amalga oshirilgan qo‘shimcha to‘lovlar ikki tomon o‘rtasida taqsimlanadi.

8. Byudjet / maqsadli to‘lovlarni amalga oshirish (Meeting budgets/target performance measures). Boshqaruv guruhlar byudjet va maqsadlarni belgilash rejalashtirishning ajralmas qismi va muvaffaqiyatning muhim tarkibiy qismi ekanligiga rozi bo‘lishadi. Biroq, bunday maqsadlar firibgarlikni yashirishi mumkin. Ba’zi hollarda, maqsadlar bajarilgandan so‘ng natijalar so‘roq qilinishi ehtimoldan yiroq emasligini bilib, xodimlar va/yoki rahbariyat qonunda belgilangan tartib-qoidalaridan chiqib ketishadi va oxir-oqibat ortiqcha foyda olishadi.

9. Bank operatsiyalar orqali kassa kitoblarini manipulyatsiya qilish (Manipulation of bank reconciliations and cash books).

Ko'pincha eng oddiy texnikalar eng katta firibgarliklarni yashirishi mumkin. Biz ilgari o'g'rilikni yashirish uchun oddiy texnika va yuk schyot fakturalari qanchalik ko'rsatkichlarni o'zgartirish mumkin bo'lgan xolatlarni ko'rdik. Xuddi shu kabi bank muomalalarini amalga oshirishda bank xodimlari bilan kelishib firibgarlik xolatlarni amalga oshirishi mumkin.

10. Pensiya jamg'armalaridan yoki boshqa aktivlardan suiiste'mol qilish (Misuse of pension funds or other assets). Ushbu turdagi firibgarlik o'tmishda yuqori obro'ga yega bo'ldi. Kasal kompaniyalar pensiya jamg'armasiga hujum qilishlari va kredit mablag'larini olishda garov sifatida foydalanish uchun aktivlarni o'g'irlashlari mumkin. Shu bilan bir qatorda, kompaniya aktivlari sezilarli darajada ortiqcha baholanganda fondga o'tkazilishi mumkin.

11. Xodimlarga aktivlarni yo'q qilish (Disposal of assets to employees). Xodim shaxsiy foydalanish uchun kompaniya aktivini (masalan, avtomobil) sotib olishni tashkil qilishi mumkin. Bunday holatda, aktivning balans qiymatini manipulyatsiya qilish doirasi bo'lishi mumkin, shunda xodim buning uchun bozor qiymatidan past to'laydi. Bunga tegishli aktivni amortizatsiya qilish orqali erishish mumkin.

12. Biznesning moliyaviy holatini qasddan noto'g'ri talqin qilish (Intentional misrepresentation of the financial position of the business). Xodimlar ataylab foydani kamaytirishi mumkin bo'lgan usullarning namunalari sifatida ham ishlatishimiz mumkin.

13. Inventarizatsiyani ortiqcha baholash (Overvaluation of inventory). Bu sof aktivlarni sun'iy ravishda ko'paytirishni istagan menejerlar uchun ayniqsa jozibali maydon. Hisob-kitoblar uchun inventarizatsiyani noto'g'ri baholashning bir qator usullari mavjud:

(a) Inventarizatsiya yozuvlari manipulyatsiya qilinishi mumkin, ayniqsa inventarizatsiyani hisoblashda qasddan noto'g'ri hisoblash orqali;

(b) Mijozlarga yetkazib berish kitoblardan chiqarib tashlanishi mumkin;

(c) Yetkazib beruvchilarga qaytish qayd etilmasligi mumkin;

(d) Eskirgan inventarizatsiya hisobdan chiqarilmasligi mumkin, aksincha moliyaviy holat to'g'risidagi hisobotda narx o'zgarishsiz saqlanishi mumkin.

14. Qaytarib bo'lmaydigan qarz siyosati bajarilmasligi mumkin. Hisob siyosatni amalga oshirmaslik orqali menejment foyda va sof aktivlarga salbiy ta'siridan qochishi mumkin.

15. Xayoliy savdo (Fictitious sales). Bu yo'llar bir qator hisob orqali almashuvda bo'lishi mumkin.

16. Yil oxiridagi xodisalarni manipulyatsiya qilish. Sanalarni kesib tashlash menejmentga moliyaviy hisobotlarni yasash uchun imkoniyatlar yaratadi. Hali yetkazib berilmagan tovarlar uchun to'liq to'lovlarni amalga oshirishlari mumkin va yil oxirida balansda mavjud tovarlar sifatida ko'rsatkichlarni aks ettirishlari mumkin.

17. Xarajatlarni kamaytirish (Understating expenses). Shubhasiz, barcha xarajatlarni aniq qayd etmaslik xabar qilingan foyda ko'rsatkichini oshiradi.

18. Amortizatsiya raqamlar ko'rsatkichlarda hiyla (Manipulation of depreciation figures). Pul oqimiga ta'sir qilmaydigan xarajat sifatida amortizatsiya stavkalarini osongina o'zgartirish mumkin. Amortizatsiyani kamaytirish uchun noto'g'ri stavkalarni yoki nomuvofiq siyosatni qo'llash yuqori foyda va sof balans qiymatining oshishiga olib keladi va moliyaviy holat haqida yanada qulay taassurot qoldiradi.¹³⁷

Firibgarlik holatlari biznes tekis rivojlanishi uchun yuqori darajada to'siqlarga olib keladigan jarayon. Yuqorida ko'rsatib o'tilgan firibgarlik holatlaridan tashqari o'z vakolatlaridan foydalanib ko'pincha amalga oshiriladi. Firibgarlik biznesdagi ma'lumotlarni ishonchliligini paysaytiradi. Investitsiya kiritmoqchi bo'lgan investor hech qachon firibgarlikda mashhur bo'lgan biznesga mablag' kiritmaydi. Sababi, bunday firibgarlik holatlar daromad ko'rsatkichlarning haqqoniy bo'lishiga shubha o'yg'otadi.

¹³⁷ Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016. PART A: Chapter 10 Identifying and preventing fraud» 267-269 p

Shu bois, iloji boricha biznes sub'ektlarida firibgarlikning oldini oladigan chora-tadbirlarni amalga oshirishlari lozim. Nazorat protseduralarni to'g'ri shakillantirish kerak bo'ladi.

15.3. Firibgarlikning oldini olish va aniqlashda menejmentning vazifalari.

Firibgarlikning oldini olish uchun menejerlar firibgarlikning xatarlari va belgilaridan xabardor bo'lishlari kerak. Firibgarlikning oldini olish korporativ strategiyaning ajralmas qismi bo'lishi kerak.

Firibgarlik xavfini boshqarish umuman biznes xatarlarini boshqarishning asosiy qismidir va agar kompaniyaning risklarni boshqarish tartib-qoidalari yomon bo'lsa, firibgarlik xavfini boshqarish ham muvaffaqiyatsiz bo'lishi mumkin.

Biroq, ba'zi so'nggi o'zgarishlar, xususan, qisqartirish, firibgarlikning oldini olish uchun mo'ljallangan ba'zi bir nazorat, masalan, vazifalarni ajratish mumkin emasligini anglatadi. Shuning uchun boshqaruv tizimi firibgarlikni aniqlash va tekshirish uchun mo'ljallangan.

Firibgarlik sabablari. Menejer firibgarliklar qanday va nima uchun paydo bo'lishi mumkinligini tushunishi kerak. Misol uchun:

(a) Firibgarlik xavfi sohaga xos bo'lgan omillar bilan oshirilishi mumkin. Raqobatning kuchayishi tufayli past foyda marjasi natijalarni manipulyatsiya qilish vasvasasi bo'lishi mumkin;

(b) Biznesga xos omillar ham firibgarlik xavfini oshirishi mumkin. Bularga:

(i) Dominant menejerlarga berilgan keng vakolat kabi kadrlar omillari;

(ii) Mas'uliyatning noaniq tuzilishi yoki uzoq joylarni nazorat qilmaslik kabi tashkilot omillari;

(iii) Biznes strategiyasining yetishmasligi yoki natijalar bo'yicha rag'batlantirishga katta e'tibor berilmasligi kabi strategik omillar;

(c) Vaziyatdagi o'zgarishlar firibgarlik xavfini ham oshirishi mumkin. Ko'pincha biznesdagi o'zgarishlar, xususan texnologiya yoki ichki tashkilotdagi o'zgarishlar natijasida boshqaruv tizimi yetarli

bo'lmashligi mumkin;

(d) Muayyan sohalar, masalan, naqd pulda savdoni amalga oshirish, odatda yuqori xavfga ega.

Menejment, shuningdek, boshqaruvning to'g'ri ishlashiga to'sqinlik qiladigan omillarni tushunishi kerak. Quyidagilarni inobatga olish lozim:

- Agar muvofiqlikka ahamiyat berilmasa yoki boshqaruv elementlari nima uchun talab qilinishini, ular qanday ishlashi va ularni kim boshqarishi kerakligini tushunmasa, boshqaruv elementlari yaxshi ishlamaydi.

- Xodimlar bilan ishlash va sifatsiz yoki yomon motivatsiya qilingan xodimlar kabi muammolar boshqaruv elementlarining ishlashiga to'sqinlik qilishi mumkin.

- Katta xodimlarning o'zgartirish davrida nazorat qilishga bilim ko'nikmalari yetishmasligi firibgarlik xolatlariga olib kelishi mumkin.

- Operatsion boshqaruv avtonomiyasiga e'tibor boshqaruvni chetlab o'tishga olib kelishi mumkin.

Umumiy profilaktika siyosati (General prevention policies).

Oldini olish siyosati axloq va kadrlar tayyorlash va o'qitish tartib-qoidalariga e'tiborni o'z ichiga oladi. Vazifalarni ajratish va hujjatlarga qo'yiladigan talablar kabi muayyan biznes sohalaridagi nazorat ham muhimdir.

Menejment firibgarlikning oldini olish uchun mo'ljallangan ba'zi umumiy boshqaruvlarni amalga oshirishi mumkin. Bularga:

(a) **Axloqiy tartib-qoidalar**, ba'zi holatlarni ta'kidlash orqali, firibgarlik ehtimolini kamaytirishi mumkin. Bir nechta korxonalarda rasmiy axloq qoidalari mavjud bo'lib, misol uchun xodimlar mijozlardan sovg'alarni olishni taqidlash kabilar.

(b) **Xodimlarni nazorat qilish** firibgarlikning oldini olishning juda muhim vositasidir. To'liq intervyu va ishga qabul qilish tartib-qoidalari, shu jumladan ma'lumotnomalarni olish insofsiz xodimlar uchun qulayliklarni tug'dirishi mumkin. Baholash va shikoyatlar tizimlari xodimlarning motivatsiyasini oldini oladi.

(c) **Trening va xabardorlikni oshirish** muhim bo'lishi mumkin. Ko'pincha hollarda xodimlar biron bir ishni noto'g'ri bajarish oqibatida firibgarlikna moyil jarayonlar sodir bo'lishi mumkin. So'ngra xodim bilmay qoldim yoki men bilganim yo'q edi degan bahonalarni qilishi mumkin.

Biznes sohalarida firibgarlikning oldini olish (Prevention of fraud in specific business areas).

Firibgarlik xavfi yuqori bo'lgan biznesning sohalarida ham nazorat qilish kerak bo'ladi. Ushbu sohalar quyidagilar:

(a) **Vazifalarni ajratish** firibgarlikning oldini olishda asosiy nazorat hisoblanadi. Menejer operatsion vazifalar to'liq ajratilmaganligi anglatishi mumkin. Shunga qaramay, menejer alohida ba'zi funktsiyalarni aniqlashi kerak, masalan, chekni imzolash funktsiyasini to'lovlarning avtorizatsiyasidan ajratish kabi.

(b) Barcha operatsiyalar uchun tegishli hujjatlar talab qilinishi kerak;

(c) **Cheklov nazorati.** faqat xodimlarga tasdiqlangan ro'yxatdan yetkazib beruvchilarni tanlashga ruxsat berish va parollar yordamida kompyuter tarmog'iga kirishni cheklash firibgarlik imkoniyatlarini kamaytirishi mumkin.

(d) Kompyuterda terminal orqali amalga oshirilgan barcha savdo muomalalari ro'yhatdan o'tkizmasdan, qoldirish kabi ba'zi harakatlar taqiqlanishi kerak

(e) Ichki audit xizmati yaxshi tashkil etilishi kerak.

Har qanday ichki nazorat tizimining asosiy maqsadi firibgarlikning oldini olish bo'lishi kerak. Biroq, firibgarlikning mohiyati odamlarning mavjud tizimlardan o'tish yo'llarini topishini anglatadi. Shuning uchun firibgarlikni aniqlash uchun boshqaruv elementlari yaxshi tashkillashtirilgan bo'lishi ham muhim. Bular quyidagilar:

- ☐ Ichki Nazorat (Internal controls);
- ☐ Jismoniy nazorat (Physical controls);
- ☐ Funktsional vazifalarni to'g'ri taqsimlash (Segregation of duties);

- ☐ Avtorizatsiya siyosati (Authorisation policies);
- ☐ Mijoz imzolari (Customer signatures);
- ☐ Hujjatlashtirish (Documentation);
- ☐ Buxgalteriya muomallarini amalga oshirilganda ro'yxatga olishning ketma-ketligini raqamlash (Sequential numbering);

- ☐ Sanalar (Dates);
- ☐ Standart protseduralar (Standard procedures). Oddiy biznes operatsiyalari uchun standart protseduralar aniq belgilanishi va barcha xodimlarga ma'lum bo'lishi kerak. Misol uchun:

- Yangi mijozlar mavjudligini mustaqil tekshirish kerak;
- Kredit tarixi tekshirilgunga qadar yangi mijozga kredit berilmasligi kerak;
- Barcha to'lovlar vakolatli xodimlari tomonidan amalga oshirilishi lozim;
- Ish haqi hisobi o'z vaqtida amalga oshirilishi kerak.

Yuqridagi sanab o'tilgan standart protseduralarda chetlanishlar ma'lum bo'lsa, darhol o'z e'tiborini qaratish lozim.

- ☐ Bayramlar (Holidays). Firibgarlikni yashirish qiyin. Barcha xodimlarning to'liq ta'til huquqini olishlarini talab qilib, bayram siyosatini amalga oshirish hal qiluvchi ichki nazorat hisoblanadi. Ikki hafta xodimning ish joyida yo'qligi, ko'pincha firibgarlikning paydo bo'lishi uchun yetarli vaqt hisoblanadi.

- ☐ Ishga qabul qilish siyosati (Recruitment policies). Kadrlar siyosati korporativ madaniyatni rivojlantirish va firibgarlikni oldini olishda muhim rol o'ynaydi. Abituriyentlar tomonidan taqdim yetilgan ma'lumotlar va ma'lumotnomalarni tekshirish kabi aniq narsa insofsiz xodimlarni tayinlash xavfini kamaytirishi mumkin;

- ☐ Kompyuter xavfsizligi (Computer security);
- ☐ Menejer va xodimlarning vazifalari (Manager and staff responsibilities). Menejerlar va xodimlar firibgarlikni aniqlashda yordam berish uchun o'z vazifalarini bilishlari kerak. Firibgarlikni aniqlashga, shuningdek, ma'lumotlarga ega bo'lish va ba'zida xodimlar orasida vaziyatlarni yetkazib turish ruxsat berish yordam beradi.

Firibgarli aniqlangan taqdirda menejer quyidagi vazifalarni bilishi

lozim:

(a) Operatsion menejerlar mayda firibgarlik belgilari haqida ogohlantirishlari, shuningdek, xodimlarning qilgan ishlarini tekshirishlari va xodimlarning nima qilayotganidan xabardor bo'lishlari kerak;

(b) Moliya xodimlari g'ayrioddiy narsalar yoki buxgalteriya ma'lumotlaridagi tendentsiyalar, shuningdek to'liq bo'lmagan moliyaviy ma'lumotlar uchun ehtiyot bo'lishlari kerak;

(c) Xodimlarning norozilik yoki past ruhiy alomatlardan yehtiyot bo'lishlari kerak, shuningdek (iloji bo'lsa) birgalikda ishlaydigan xodimlar o'rtasidagi yaqin shaxsiy munosabatlardan xabardor bo'lishlari kerak;

(d) Ichki audit xodimlari tizimlari va elementlari to'la ko'rib chiqishni ta'minlash uchun, o'z mas'uliyatiga e'tibor berishlari kerak. Yillik auditorlik ishlari bilan bir qatorda kutilmagan xolatlar kabi muomalalarga tayyor bo'lishlari kerak;

(e) Tashqi audit xodimlari o'zlarining auditorlik ishlarini rejalashtirishda firibgarlik kompaniyaning hisobvaraqlariga moddiy ta'sir ko'rsatishi xavfini baholashlari shart. Ular topilgan firibgarlikning barcha holatlari to'g'risida rahbariyatga xabar berishlari shart, agar ular rahbariyatni firibgarlikka aloqadorlikda gumon qilmasalar. Tashqi auditorlar, shuningdek, buxgalteriya hisobi va ichki nazorat tizimidagi har qanday moddiy zaifliklar haqida rahbariyatga xabar berishlari kerak;

(f) Ijrochi bo'lmagan direktorlar yuqori darajadagi ijro etuvchi rahbariyat tomonidan insofsizlik belgilari bo'yicha harakat qilishlari mumkin. Taftish qo'mitasi tashkilotning firibgarlikning oldini olish bo'yicha faoliyatini ko'rib chiqishi va shubhali masalalarni kengashga xabar qilishi kerak.

□ Firibgarlik xodimi (Fraud officer). Ko'pgina yirik tashkilotlar firibgarlik bo'yicha tergovlarni boshlash va nazorat qilish, firibgarlikka qarshi kurash rejasini amalga oshirish va har qanday keyingi harakatlar uchun mas'ul bo'lgan firibgarlik xodimini tayinlaydilar. Firibgarlik xodimi xodimlar bilan maxfiy ravishda gaplashishi va yuqori rahbariyat bilan maslahatlashmasdan firibgarlikning oldini olish harakatlarini

amalga oshirishi mumkin;

□ Axborot mavjudligi (Availability of information). Albatta, menejer uchun haqiqiy firibgarlik belgilarini yoki firibgarlik sodir bo'lishi mumkin bo'lgan muhitni aniqlashga imkon beradigan ma'lumotlar mavjud bo'lishi muhim.

(a) Xarajatlar va boshqaruv hisobi to'g'risida ma'lumotlar menejer uchun tezkor, yetarli tavsilotlar bilan taqdim etilishi kerak.

(b) Haqiqiy natijalar byudjet natijalari va sezilarli farqlar uchun izlanadigan tushuntirishlar bilan taqqoslanishi kerak;

(c) Xodimlar yig'ilishlari, baholar va chiqish suhbatlari kabi kadrlar protseduralari past ruhiy holatni yoki ortiqcha bosim ostida bo'lgan xodimlarni ko'rsatishi mumkin. Hisobot liniyalari aniq bo'lishi kerak. Xodimlar har qanday shubhali firibgarlik haqida kimga xabar berishlari kerakligini bilishlari kerak.

□ Hushtak chalish (Whistleblowing). Firibgarlikni aniqlash ehtimoli bir qator mamlakatlarda ish bilan ta'minlashni himoya qilish huquqlarini ta'minlaydigan so'nggi Qonunchilik bilan oshirilgan bo'lishi mumkin xabar tarqatuvchilar, ish joyida firibgarlik yoki qonunbuzarlikni oshkor qiladigan xodimlar. Qonunchilik muayyan tegishli noqonuniy harakatlarni oshkor qilishni, shu jumladan jinoiy javobgarlikka tortishni, qonunchilikka rioya qilmaslikni, sog'liq va xavfsizlikka xavf tug'dirishni yoki atrof-muhitga zarar yetkazishni qamrab oladi.

□ Ba'zi ish beruvchilar rasmiy habar berish protsedurasini joriy qilmoqdalar, unda potentsial xabarchilar o'z tashvishlarini qanday yetkazishlari kerakligi ko'rsatilgan.

Firibgarlikni tergov qilish (Investigation of fraud).

Tashkilotlar firibgarlikka qarshi kurash rejasini tuzishlari, firibgarlikning usuli va darajasi va mumkin bo'lgan gumon qilinuvchilarni qanday tekshirish kerakligini belgilashlari kerak.

Agar eng yomon firibgarlik harakatlari sodir bo'lsa, tashkilotda firibgarlikka qarshi kurash rejasini, sodir bo'lgan firibgarliklar oqibatlarini tekshirish va hal qilish strategiyasi bo'lishi kerak.

Firibgarlik paydo bo'lishi bilananoq ma'lum bir harakatlar amalga

oshirilishi kerak. Nima bo'lganini tekshirish uchun foydalaniladigan yozuvlarning xavfsizligini ta'minlash, shuningdek, o'g'irlikka qarshi himoya bo'lishi mumkin bo'lgan aktivlarni ta'minlash kiradi. Protseduralar xodimlarni to'xtatib turish, parollarni o'zgartirish va hokazolarni o'z ichiga olishi mumkin.

Tergov protseduralari quyidagi maqsadlarni hisobga olgan holda ishlab amalga oshirilishi kerak:

(a) Kamomad darajasini aniqlangandan so'ng, aybdor taraflarni aniqlang va uni qanday tiklash mumkinligini baholang;

(b) Firibgarlik qanday sodir bo'lganligini aniqlang;

(c) Firibgarlikka yana kimlar aloqador bo'lishi mumkinligini hisobga olish kerak;

(d) Mavjud boshqaruv elementlarini to'g'ri shakllantirilganligini aniqlash yoki mavjud boshqaruv elementlari firibgarlikning oldini olish yoki aniqlay olmaslikni mumkinligini baholash, ya'ni boshqaruv tizimlari tartib-qoidalari asosida shakllantirilganligini aniqlash.

Firibgarlikni tergov amalga oshirishda, qaror chiqarishda tergovni kim olib borishi va tergov yashirin bo'ladimi, oshkora bo'ladimi kabi asosiy faktlar kiradi.

Buyuk Britaniyada KPMG buxgalteriya firmasi tomonidan, ishlab chiqilgan gumon qilingan firibgarlikning shaxsiy hujjatlarini (kundaliklar, fayllar, xarajatlar bo'yicha da'volar va boshqalar) ko'rib chiqish va ular bilan ishlagan odamlar bilan bog'lanish orqali ularning faoliyati haqida tezda rasman olish muhimligini ta'kidlaydi. Firibgarlikni aniqlash va oldini olish nafaqat aniq strategiyasini, balki nazoratni amalga oshirishga tayyorlikni ham talab qiladi.

Rivojlanayotgan boshqaruv tizimlari (Evolving control systems). Tashkilotlarning faoliyat yuritayotgan muhit doimiy ravishda o'zgarib turadi. Tashkilotlar duch keladigan xodisalar vaqt o'tishi bilan ham o'zgarib turadi. Vaqt o'tishi bilan ba'zi firibgarlik xavfi kamayadi, boshqa xavflar ko'payadi, yangi xavflar paydo bo'lish ehtimoli paydo bo'ladi. Xavflarning ta'sirini boshqarish va minimallashtirishga mo'ljallangan tizimlar samarali bo'lishi uchun, ular o'zgarib turishi va yaxshi tashkillashtirilishi kerak. Boshqarish tizimlari o'zgaruvchan

muhitda yuzaga keladigan xatarlarni bartaraf qilish uchun rivojlanishi kerak va doimiy ravishda qayta ko'rib chiqilishi kerak. Buyuk Britaniyada boshqaruv tizim elementlarini tashkil etilganda firibgarlik xolati bilan bog'liq qonunlardagi so'ngi o'zgartirishlarni inobatga olish kerak. Boshqarish tizimlari tashkilotga va tashkilot ichida ishlaydigan shaxslarga yangi qonunchilikka muvofiq qonuniy majburiyatlarini bajarishlariga imkon berishi kerak.

Tayanch iboralar: firibgarlik (fraud), xato (error), insofsizlik (dishonesty), motivatsiya (motivation), imkoniyatlar (opportunity), tashqi omillar (external factors), ichki omillar (internal factors), bozor fikri (market opinion), murakkab tuzilmalar (complex structures), xodimlar xavfi (personnel risks), yashirin xatti-harakatlar (secretive behaviour), naqd pulni o'g'irlash (theft of cash), soxta mijozlar (fictitious customers), xayoliy savdo (fictitious sales).

Nazorat uchun savollar:

1. Фирибгарлик бу нима?
2. Бизнесда фирибгарликнинг эҳтимоли қайси муомалаларда пайдо бўлиши мумкин?
3. SPAMSOAPнинг маъноси нима?
4. Firibgarlikni yuzaga keltiradigan uchta muhim omillar?
5. Firibgarlikda tashqi omillar (external factors)?
6. Firibgarlikda ichki omillar (internal factors)?
7. Ish beruvchi bilishi kerak bo'lgan eng keng tarqalgan ish joyidagi firibgarlik turlari?
8. Kompyuter firibgarligi uchun moyillik?
9. Firibgarlikni aniqlash uchun boshqaruv elementlari?

Glossariy

Firibgarlik (Fraud) - bu tashkilot yoki tashkilot siyosatiga qarshi to'g'ridan-to'g'ri yoki bilvosita noqonuniy ravishda shaxsiy foyda olish uchun qasddan qilingan faoliyat.

Pulni umarish (Money laundering) - jinoiy faoliyat bo'lib, tushumni kelib tushushini yashirish uchun har qanday moliyaviy operatsiyalarni noqonuniy ravishda amalga oshirish.

The Financial Action Task Force (FATF)-moliyaviy harakatlar bo'yicha tezkor guruh.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘hati

1. 01.05.2023 y. O‘zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi
2. 01.01.2020 y. O‘zbekiston Respublikasining Soliq kodeksi;
3. 30.04.2023 yildagi O‘zbekiston Respublikasining Mehnat kodeksi;
4. 3.04.2016 yildagi O‘RQ-404-son “Buxgalteriya hisobi to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasining Qonuniga o‘zgartirish va qo‘shimchalar kiritish haqida, O‘zbekiston Respublikasining Qonuni;
5. 10.02.2023 yildagi PF-21-son “Tadbirkorlik sub’ektlari toifalarga ajratish mezonlari hamda soliq siyosati va soliq ma’muriyatchiligini yanada takomillashtirish chora tadbirlari to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni;
6. 01.11.2019 yildagi O‘RQ-578-son “To‘lovlar va to‘lov tizimlari to‘g‘risida”gi;
7. 24.02.2020 yildagi PQ-4611-son “Moliyaviy hisobotning xalqaro standartlariga o‘tish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori;
8. KAPLAN PUBLISHING. ACCA Applied Knowledge. ACCA Diploma in Business and Technology (RQF Level 4) Business and Technology (BT/FBT) Study Text. 2021-2022;
9. FIA - Foundations of Accounting in Business - FAB Study Text 2016;
10. Tolametova Zilola Abdujabborovna, Qulmatov Alimjan Abdulloyevich, Ishsizlikning kelib chiqish sabablariga nazariy yondashuv uni bartaraf etish yo‘llari. makola Iqtisod va moliya 2017.4. 47-b;
11. Толаметова Зилола Абдужабборовна, Қулматов Алимжан Абдуллоевич, Ишсизликнинг келиб чиқиш сабабларига назарий ёндашув уни бартараф этиш йўллари. макола Иқтисод ва молия 2017.4. 48-49 б;
12. “Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” ilmiy elektron jurnali. № 6, noyabr-dekabr, 2020 yil Mamasoliyev G‘ayratbek Mahamadyusupovich “Oziq-ovqat sanoatida qiymat zanjirining shakli va uni boshqarish xususiyatlari,, nomli maqolasi 85-86-bet;

13. З.Я.Худойбердиев (раҳбар), К.З.Хомитов., А.Муродов, Л.К.Кўпайсинова, У.Арабов. «Тадбиркорлик ва ишга жойлаштириш технологияси асослари» Касб-ҳунар коллежлари учун ўқув қўлланма., ТОШКЕНТ “ИЛМ-ЗИЁ” 2016. 269-б;

Internet saytlari

14. <https://www.yourarticlelibrary.com/difference/commercial-organisations-and-not-for-profit-organisations/63244>

15. <https://anowaraglassthai.medium.com/what-is-partnership-business-advantages-and-disadvantages-best-result-for-you-13d8dfae24d6>

16. <https://uzinterbiz.com/yangi-boshlayotganlar-uchun/nimadan-boshlash-kerak/foydali-biznes-turlari/.html>

17. <https://www.investopedia.com/terms/s/stakeholder.asp>

18. https://uz.wikidea.ru/wiki/Stakeholder_theory

19. <https://www.wallstreetmojo.com/economic-factors/>

20. <https://www.economicdiscussion.net/national-income/determination/multiplier-and-the-determination-of-national-income/26044>

21. <https://ppt-online.org/569573>

MUNDARIJA

KIRISH	3
I BOB. MAVZU. BIZNESNI TASHKIL ETISH TUSHUNCHASI.	6
1.1. Bisnes tashkilot tushunchasi va ularni tashkil etish masalalari....	6
1.2. Biznes sub'ekt turlari va vazifalari.....	9
II BOB. BIZNES TUZILMA VA UNDA FAOLIYAT YURITAYOTGAN BO'LIMLARNING ROLI	22
2.1. Tashkiliy tuzilma va turlari.	22
2.2. Makkazlashgan va markazlashtirilmagan.	33
2.3. Strategiya darajalari.....	38
2.4. Biznes tashkilotidagi asosiy bo'limlarning roli va vazifalari.....	40
3.1. Ma'lumot tushunchasi va xususiyatlari.....	44
3.2. Axborot texnologiyalardan boshqaruvda foydalanish o'rni va ahamiyati.	48
3.3. Xalqaro amaliyotda buxgalteriya hisobi uchun dasturlar to'plami.	51
3.4. Buxgalteriya hisobi uchun "bulutli" havolalar.....	55
3.5. Katta ma'lumotlarning buxgalteriya hisobi va auditdagi ahamiyati.	57
3.6. Blokcheyn texnologiyasi va uning hisob tizimidagi ahamiyati.	62
3.7. Kiberxavfsizlik.	66
IV BOB. MAVZU. BIZNES SUB'EKTLARINING MANFAATDOR TOMONLARI.....	74
4.1. Biznesda manfaatdor tomonlar.....	74
3.2. Ichki va tashqi manfaatdor tomonlar va ularning o'zaro bog'liqligi.	82
3.3. Manfaatdor tomonlar o'rtasidagi ziddiyatlar.....	85
V BOB. BIZNESDA SIYOSIY, IQTISODIY OMILLAR.....	91
5.1. Biznes yuritishda siyosiy omillar va PESTEL tahlili.....	91
5.2. Biznesda iqtisodiy omillar (mikro va makroiqtisodiyot)	93
5.3. Inflyatsiya.....	108
5.4. Ishsizlik	113

VI BOB. BIZNESDA IJTIMOIIY, EKOLOGIK VA TEXNOLOGIK OMILLAR	120
6.1. Biznesda ijtimoiy omillar.	120
6.1.2. Ijtimoiy tendentsiyalar (Social trends).	122
6.1.3. Ijtimoiy tuzilma (Social structure).	122
6.1.4. Qadriyatlar (Values).	123
6.1.5. Hayotga munosabat (Attitudes).	123
6.1.6. Did (Tastes).	124
6.1.7. Davlat siyosati (Government policy).	125
6.2. Biznesda ekologik omillar.	127
6.3. Biznesda texnologik omillar.	134
VII BOB. RAQOBAT OMILLARI	141
7.1. Raqobat tushunchasi.	141
7.2. Porterning beshta kuch modeli.	146
7.3. Porterning: qiymat zanjiri (Porter's value chain).	155
7.4. Korporativ baholash (SWOT).	161
VIII BOB. Buxgalteriya hisobi va biznesdagi kasbiy etika	168
8.1. Biznes etikasi va uning ahamiyati.	168
8.2. Kasbiy etika.	178
8.3. Korporativ axloq qoidalari.	193
8.4. Axloqiy tahdidlar va dilemmalar.	205
IX BOB. BUXGALTERIYA HISOBI VA TARTIBGA SOLUVCHI HUQUQIY, ME'YORIY HUJJATLAR	215
9.1. Buxgalter kasbini tartibga soluvchi xalqaro va milliy huquqiy, me'yoriy hujjatlar.	215
9.2. Xalqaro amaliyotda va mamalakatimizda kompaniyalar javobgar bo'lgan hokimiyat organlari.	227
9.3. Moliyaviy hisobotlarni tartibga soluvchi me'yoriy hujjatlar	229
X BOB. BIZNES SUB'EKTLARIDA BUXGALTERIYA HISOBINI TASHKIL ETISHNING O'RNI VA AHAMIYATI	234
10.1. Biznesda buxgalteriya hisobi maqsad va vazifalari.	234
10.2. Biznesni yuritishda soliq majburiyatlari.	242
10.3. Tashqi va ichki moliyaviy ma'lumotlar.	244
10.4. Buxgalteriya hisobining qo'l va kompyuter tizimlari.	253

10.5. Ma'lumotlar ba'zolari va elektron jadvallar.	257
XI BOB. G'AZNACHILIK	265
11.1. G'aznachilikning vazifalari.	265
11.2. Aylanma mablag'larni boshqarish.	267
11.3. Moliyalashtirishni baholash va jalb etish	269
XII BOB. BOSHQARUV HISOBI VA FUNKTSIYALARI	274
12.1. Boshqaruv hisobi tushunchasi.	274
12.2. Boshqaruv hisobida xarajatlar jadvali.	278
12.3. Byudjetlashtirish.....	280
12.4. Boshqaruv hisobi, biznes siyosati va faoliyat natijalari.	282
XIII. MOLIYAVIY HISOB VA MOLIYA BO'LIMI FUNKTSIYALARI	285
13.1. Moliyaviy hisob haqida tushuncha.....	285
13.2. Xarid qilish bo'limi.	289
13.3. Savdo tizimi.....	291
13.4. Ish haqi hisoblash tizimi.....	293
13.5. Naqd pul tizimi.	298
13.6. Inventarizatsiya.	300
XIV BOB. AUDIT TUSHUNCHASI, TURLARI VA NAZORAT	304
14.1. Audit tushunchasi va turlari.	304
14.2. Ichki nazorat tizimlari.	313
14.3. Nazoratda boshqaruv mas'uliyati.....	317
XI BOB. FIRIBGARLIKNI ANIQLASH VA OLDINI OLISH...328	
15.1. Firibgarlik tushunchasi, uni oldini olish va bartaraf etish yo'llari.	328
15.2. Biznes tashkilotlarda firibgarlik turlari.....	335
15.3. Firibgarlikning oldini olish va aniqlashda menejmentning vazifalari.....	341
Foydalanilgan adabiyotlar ro'hati.....	350

ESHPU LATOVA ZAYNAB BARATOVNA
BIZNESDA BUXGALTERIYA HISOBI

(Accountant in Business)

O'quv qo'llanma

Muharrir: Z.N. Bobodustov

Musahhih: M.O. Mardiyeva

Texnik muharrir: N. Ergashev

*O'quv qo'llanma institut Kengashining 2024 - yil 27 - noyabrdagi
majlisda muhokama qilingan va nashrga tavsiya etilgan. (4-sonli majlis
bayoni).*

“STAP-SEL” MChJ nashriyoti, Samarqand - 2024

ISBN: 978-9910-702-30-3

Tasdiqnoma № 033337 (27.07.2022)

Nashrga ruxsat etildi: 20.12. 2024 y.

© “STAP-SEL” MChJ nashriyoti, Samarqand 2024 y.

5331



23.12.2024 yilda chop etildi.

Qog'oz bichimi A5, 60x84¹/₁₆, Ofset qog'oz.

“Times New Roman” garnituras.

Nashr bosma tabog'i 22.25

Buyurtma № 0146A/24. Adadi 100 nusxa

**Samarqand iqtisodiyot va servis institutining
matbaa bo'limida chop etildi.**

LICENSE № 025316.

REESTR № X-119112.

Manzil: Samarqand shahar, Shoxrux ko'chasi 60-uy.