

ENTREPRENEURSHIP AND SMALL BUSINESS MANAGEMENT

Chapter 05. Naming and Structuring a Business

Lecturer: Kholbaev Bakhrom, PhD

ТАДБИРКОРЛИК ВА КИЧИК БИЗНЕС БОШҚАРУВИ

Мавзу 05. Бизнес номи ва тузулмаси

Номнинг аҳамияти

Бизнеснинг номи қандай аҳамиятга эга?

Агар кичик бизнес муваффақияти ҳақида гап кетаётган бўлса, у катта аҳамиятга эга. Тўғри ном бизнесингизни юлдузга айлантириши мумкин; нотўғриси эса уни ноаниқлик ва муваффақиятсизликка маҳкум қилиши мумкин.

Ҳояни ишлаб чиқиш, бизнес-режани тузиш, бозор ва жой танлаш каби, бизнесни номлаш ҳам шунча куч талаб этади. Аслида, бизнеснинг номи сиз ишлаб чиққан маҳсулот ёки хизматнинг табиати, қиймати ва ўзига хослигини билдириши керак.

Яхши бизнес номини топиш ҳар қачонгидан ҳам қийинроқ. Кўпгина энг яхши номлар аллақачон савдо белгисига айланган. Аммо реклама харажатлари ва рақобат кучайиб бораётган бир пайтда, яхши ном эса қоларли бизнес имиджини яратиш учун жуда муҳимдир.

Қисқаси, сиз танлаган ном бизнесингизни яратиши ёки бузиши мумкин. Баъзи экспертларнинг фикрича, энг яхши номлар мавҳум ва янги имиджни яратиш учун бўш варақдир.

Бошқалар, исмлар маълумот берувчи бўлиши керак, деб ўйлашади, шунинг учун мижозлар сизнинг бизнесингиз нима эканлигини дарҳол билишади. Баъзилар, ўйлаб топилган исмлар ҳақиқий сўзлардан иборат исмларга қараганда кўпроқ эса қолади деб ҳисоблашади. Бошқалар эса, аксинча ўйлашади.



Аслида, ҳар қандай ном, агар у тегишли маркетинг стратегияси билан кўллаб-қувватланса, самарали бўлиши мумкин.

Ном нимани англатади?

Бизнесингиз номи манфаатдорларга қандай хабар етказмоқчи эканлигини ўйлаб кўринг. Самарали ном бизнес фаолиятингизнинг асосий элементларини кўрсатиб бериши керак. Мисол учун, чакана савдо бозори шу қадар сегментланганки, ном харидор нима хохлаётганига мос бўлиши керак. Бизнесинг номи фаолият доирасидаги таассуротни харидорга етказиши керак. Буни амалга оширишда логотип билан бирлаштирилган ном жуда муҳимдир.

Шундай қилиб, ном танлашда биринчи ва энг муҳим қадам бу сизнинг бизнесингиз нима эканлигини ҳал қилишдир.

Ном маъноли бўлиши керакми?

Бизнес номи қанчалик маънодор бўлса, сиз уни бошқаларга тушунтириш учун камроқ вақт сарфлайсиз. Сиз сохта сўзлардан кўра ҳақиқий сўзларга ёки сўз бирикмаларига устунлик беришингиз керак.

Одамлар ўзлари тушунадиган ва талқин қила оладиган сўзларни афзал кўришади. Шунинг учун профессионаллар номдаги рақамлар ёки қисқартмаларни қоралайди.

Аксинча, ном хаддан ташқари маъноли бўлиши ҳам мумкин. Жуда тор маъноли номдан эҳтиёт бўлиш керак. Агар сиз бир жойда абадий қолмоқчи бўлсангиз, маҳсус номлар мантиқий бўлади. Агар сизда ўсиш/кенгайиш амбициялари бўлса, унда кенгроқ ном топишингиз керак.

Таърифловчи номлар бизнес ҳақида аниқ маълумот беради - у нима қилади, қаерда жойлашган ва ҳоказо. Таклиф қилувчи номлар мавҳумроқдир. Улар бизнес умуман нима ҳақида эканлигини ёритади.

Мисол учун, "Italiatour" номи Италияга пакетли саёҳатларни тарғиб қилиш учун компания томонидан ишлаб чиқилган. Бу ҳақиқий сўз бўлмаса-да, "Italiatour" номи маъноли. Сиз дарҳол нима таклиф қилинаётганини тушунасиз. Аммо бундан ҳам яхшироқ, "Italiatour" номи хорижий саёҳатларнинг ҳаяжонини уйғотади. Агар у "Italy-tour" деб номланганида жуда бошқача ном бўларди.



Натижада ушбу ном ўзига хос ва чалғитувчи эмас, лекин у ҳали ҳам италян таъмга эга.

Сўз яратиш

Деярли барча мавжуд сўзлар савдо белгисига айланган бир пайтда, ном яратиш тобора оммалашиб бормоқда. Ўйлаб топилган номлар мавжуд сўзларга қараганда кўпроқ маъноли бўлиши мумкин. Компания маъноли ва ўзига хос янги сўзларни ишлаб чиқиши керак.

Ном бериш жараёни ижодий ёндашувни талаб қилади. Анъанавий сўзлар янги компания ёки маҳсулот ортидаги инновация ёки янги ғояларни ифодаласлиги мумкин. Янги сўзлар ҳар қандай вазият учун ҳам тўғри ечим эмас. Янги сўзлар мураккаб ва улар маҳсулот, хизмат ёки компаниянинг ўзи мураккаб эканлиги ҳақидаги тасаввурни яратиши мумкин. Энг осон ечим - мавжуд сўзларнинг янги шакллари ёки имлоларидан фойдаланиш. Масалан, **Сотрақ**.

Аслида “**Сотраст**” деб номланган ном кўпчиликни қониқтирмади. Шунинг учун, номни янада сезиларли қилиш мақсадида жамоа имлони **Сотрақ** га ўзгартирди.

Номлаш жараёни

Янги фикр учун луғат, китоб ва журналларга юзланинг. Ушбу ижодий босқичда иложи борича кўпроқ ишлайдиган номларни ўйлаб кўринг. Ўзингизга ёқадиган камида 10 та ном топинг. Уларни ҳар томондан кўриб чиқиб, ярмигача камайтиринг.

Танлаган номингиз талаффуз қилишга осон бўлиши керак, айниқса сиз рекламага кўп таянсангиз. Агар одамлар сизнинг номингизни талаффуз қила олмасалар, улар бундан қочишади.

Агар ўз бизнесингизни глобал миқёсга олиб чиқмоқчи ёки кўп тилли ҳудудда жойлашган бўлсангиз, янги ном бошқа тилларда салбий маънога эга эмаслигига ишонч ҳосил қилинг. Иложи бўлса, алифбонинг бошига яқинроқ бўлган номлар афзалроқ.

Рақобатчини диққат билан ўрганинг: номнинг асосий вазифаси бизнесни бошқалардан ажратиб туришдир.



Албатта синовдан ўтказинг

Танловни эсда қоларли, ифодали ва ёш бола томонидан ўқилиши мумкин бўлган 4-5 номга қисқартиринг. Фараз қилинг:

- сиз биринчи буюртма олган янги корхонасиз. Лекин, шу пайтда номаълум бир кичик компания сизнинг номингиз ўз савдо белгисининг бузилиши деб ҳисоблаб, сизни судма-суд олиб юрибди.
- беш йил ичида бизнесингизни тасаввур қилинг. Сиз энди кенгаймоқчи бўлганингизда, сиз кичик рақобатчининг худди шу номга эга эканлигини билиб қолдингиз.

Яқуний таҳлил

Омадингиз бўлса, сиз охирида барчани қониқтирадиган 3-5та номга эга бўласиз. Энди, яқуний қарорни қандай қабул қиласиз?

Барча дастлабки мезонларни эсланг. Қайси ном сизнинг мақсадингизга энг мос келади? Қайси ном сиз ўйлаган бизнесни тўғри таърифлайди? Сизга қайси ном кўпроқ ёқади?

Баъзилар ном танлашда ўзларининг хоҳиш-истакларига таянса, бошқалар кўпроқ илмий ёндашади. Баъзилар янги номларни синаш мақсадида фокус-гурӯҳлар билан синовдан ўтказади. Бошқалар эса, янги номдан келиб чиқиши мумкин бўлган янги логотип дизайни тўғрисида қайғуришади.

Бошқа одамларнинг фикрини сўранг. Ҳар бир ном ҳақида фикр юритинг. Ҳар бир номни овоз чиқариб ўқинг, унинг жарангига эътибор беринг. Потенциал номларни ўйлаб кўргандан сўнг, рақобатчилар номлари рўйхатини тузинг.

Агар сизнинг номингиз ғоялари рақобатчиникига жуда ўхшаш бўлса, уларни рўйхатдан олиб ташланг. Профессионал номлаш фирмалари номлаш жараёнига олти ҳафтадан олти ойгача вақт ажратадилар.

Эҳтимол, сизда унчалик кўп вақт бўлмайди, лекин ном танлашга камида бир неча ҳафта сарфлашни режалаштиринг. Қарорингиз қабул қилингандан сўнг, дарҳол янги номга бўлган иштиёқингизни шакллантиришни бошланг. Янги ном кучли компания идентификаторини яратиш йўлидаги биринчи қадам бўлиб, у бизнес охиригача давом этиши керак.



Бизнес тузулмаси

Бизнесни бошлашда қабул қиладиган барча қарорлардан, эҳтимол, энг муҳими, компания учун танлаган ҳуқуқий тузилмадир. Бу қарорингиз:

- қанча солиқ тўлашга
- керак бўлган ҳужжатлар миқдорига
- шахсий жавобгарликка
- пул тўплаш қобилятингизга таъсир қилади.

Бизнеснинг энг кенг тарқалган шакллари - якка тартибдаги тадбиркорлик, шериклик ва корпорация. Тадбиркорлик шаклларининг энг сўнггиси масъулияти чекланган жамият (МЧЖ) ҳисобланади. Ҳар бир бизнес шакли турли хил солиқ муносабатларига олиб келиши сабабли, сиз бизнес эҳтиёжларига энг мос келадиган тузилмани танлашингиз керак.

Агар бизнесни якка тартибдаги тадбиркор сифатида бошлаб, лекин кейинчалик ҳамкорларни қабул қилсангиз, сиз бошқа юридик шахс сифатида қайта ташкил қилинишингиз керак! Агар шундай қилсангиз, давлат солиқ идораларини хабардор қилиб қўйишингиз керак.

Якка тартибдаги тадбиркорлик

Энг оддий тузилма якка тартибдаги тадбиркорлик бўлиб, унда корхона эгаси ва бошқарувчиси битта шахс бўлади. Агар сиз ёлғиз ишлашни маъқул топсангиз ушбу тузилма сизга мос бўлади.

Якка тартибдаги тадбиркорнинг солиқ жиҳатлари жозибадор, чунки бизнесдаги йўқотишларни бошқа манбалардан олган даромад билан қоплаш мумкин. Якка тартибдаги тадбиркорликда даромад фақат бир марта солиққа тортилади.

Яна бир катта афзаллик, сиз ўз бизнесингиз устидан тўлиқ назоратга эга бўласиз - барча қарорларни ўзингиз қабул қиласиз. Бироқ, бир нечта камчиликлар ҳам бор. Якка тартибдаги тадбиркор компания мажбуриятлари учун шахсан жавобгар ҳисобланади.

Натижада, сиз ўз активларингизни хавф остига қўясиз ва улар бизнес қарзини ёки сизга қарши қўйилган қонуний даъвони қондириш учун ҳибсга олиниши мумкин.



Якка тартибдаги тадбиркорлик учун пул йиғиш ҳам қийин. Банк ва бошқа молия манбалари якка тартибдаги тадбиркорларга кредит беришни истамаслиги мумкин. Аксарият ҳолларда сиз омонат, уй-жой ёки оилавий кредитлар каби молиялаштириш манбаларини топишингиз керак бўлади.

Шериклик

Агар бизнес бир нечта шахсга тегишли ва бошқариладиган бўлса, компанияни шериклик сифатида тузиш мумкин. Шериклик икки хил бўлади:

- тўлиқ шериклик
- маъсулияти чекланган шериклик.

Тўлиқ шерикликда ҳамкорлар бизнесни бошқарадилар ва шериклик қарзи ва бошқа мажбуриятлари учун жавобгарликни ўз зиммаларига оладилар.

Маъсулияти чекланган шериклар эса фақат инвестор сифатида хизмат қилади; улар компания устидан назоратга эга эмас ва тўлиқ шериклар билан бир хил мажбуриятга эга эмас.

Агар сиз пассив инвесторларни маъқул кўрмасангиз, чекланган шерикликдаги барча талаб қилинадиган ҳужжатлар ва маъмурий мураккабликлар туфайли одатда янги бизнес учун у яхши танлов эмас.

Агар сизда фаол иштирок этишни хоҳлайдиган икки ёки ундан ортиқ шерикларингиз бўлса, умумий шерикликни шакллантириш анча осон бўлади.

Шерикликнинг асосий афзалликларидан бири бу солиққа тортилиш механизми. Шериклик ўз даромадидан солиқ тўламайди, лекин ҳар қандай фойда ёки зарарни индивидуал шерикларга ўтказди.

Агар бизнесни очиш учун тўлиқ шерикликдан фойдалансангиз, шахсий жавобгарлик асосий муаммо ҳисобланади. Якка тартибдаги тадбиркорлар сингари, тўлиқ шериклар ҳам ширкатнинг мажбуриятлари ва қарзлари учун шахсан жавобгардирлар.

Ҳар бир тўлиқ шерик шериклик номидан иш олиб бориши, кредитлар олиши ва барча шерикларга таъсир қиладиган ва мажбурий бўлган қарорлар қабул қилиши мумкин.

Ёдда тутингки, шерикликни ташкил этиш якка тартибдаги тадбиркорларга қараганда қимматроқ, чунки улар кўпроқ юридик ва бухгалтерия хизматларини талаб қилади.



Корпорация

Корпоратив тузилма бошқа бизнес тузилмаларига қараганда анча мураккаб ва қимматроқ. Корпорация ўз эгаларидан ажралиб турадиган мустақил юридик шахс ва шунинг учун у кўпроқ қоидалар ва солиқ талабларига риоя қилади. Бирлашишга қарор қилган бизнес эгаси учун энг катта фойда - у оладиган жавобгарлик ҳимояси.

Корпорациянинг қарзи унинг эгаларининг қарзи ҳисобланмайди, шунинг учун агар сиз ўз бизнесингизни корпорация сифатида ташкил қилсангиз, шахсий активларингизни хавф остига қўймайсиз. Корпорация ўз фойдасининг бир қисмини эгаси солиқ тўламасдан ҳам сақлаб қолиши мумкин.

Корпорация маблағларни жалб қилиш учун оддий ёки имтиёзли акцияларни сотиши мумкин. Акциядорлардан бири вафот этса ҳам, у чексиз давом этади. Бироқ, корпоратив тузилма бир қатор камчиликларга эга. Асосийси, юқори харажатлар.

Корпорациялар ҳар бир мамлакат қонунлари асосида ўзига хос қоидаларга эга бўлган ҳолда тузилади. Эҳтимол, сизга раҳбарлик қилиш учун адвокатнинг ёрдами керак бўлади. Корпорация мураккаброқ қоида ва принципларга амал қилиши кераклиги сабабли, у кўпроқ бухгалтерия ва солиқни тайёрлаш хизматларини талаб қилади.

Корпорацияни ташкил этишнинг яна бир камчилиги: корпорация эгалари бизнеснинг даромадидан икки баравар солиқ тўлайдилар. Корпорациялар нафақат даромад солиғига тортилади, балки акциядорларга дивидендлар шаклида тақсимланган ҳар қандай даромадлар ҳам солиққа тортилади.

Икки томонлама солиққа тортиш зарбасини юмшатишга ёрдам берадиган стратегиялардан бири бу сизга ва компанияда ишлайдиган бошқа корпоратив акциядорларга иш ҳақи сифатида бир оз пул тўлашдир.

Корпорация оқилона компенсация сифатида тўланган даромаддан солиқ тўлаши шарт эмас ва у тўловларни бизнес харажатлари сифатида чегириб ташлаши мумкин.



Маъсулияти чекланган жамият

Маъсулияти чекланган жамиятлар 1977 йилдан бери мавжуд, аммо уларнинг тадбиркорлар орасида машҳурлиги нисбатан яқинда пайдо бўлган.

МЧЖ гибрид ташкилот бўлиб, шериклик ва корпорацияларнинг энг яхши хусусиятларини бирлаштиради. МЧЖлар бизнес эгаларига корпорациялар икки томонлама солиққа тортилмаган ҳолда жавобгарликни ҳимоя қилиш учун яратилган. Даромад ва зарарлар эгаларига ўтади ва уларнинг шахсий солиқ декларациясига киритилади.

МЧЖнинг ҳар қандай аъзоси ёки эгасига бизнес фаолиятида тўлиқ иштирок этишига рухсат берилади; чекланган шерикликда эса шерикларга операцияда ҳеч қандай фикр билдиришга рухсат берилмайди.

Шериклик сингари, МЧЖлар ҳам абадий ҳаётга эга эмас. Техник жиҳатдан, МЧЖ аъзоси вафот этганида, ишдан бўшатиладиганда ёки нафақага чиққанда тугатилади. Агар сиз МЧЖ тузишни қарор қилсангиз, МЧЖнинг турли қоидалари ва талаблари билан таниш бўлган тажрибали бухгалтердан фойдаланинг.

Бизнес тузулма

Қуйидаги саволларга жавоб бериш сизга қайси тузулма мос келишини аниқлашга ёрдам беради:

- Сизнинг бизнесингизнинг нечта эгаси бўлади ва уларнинг роли қандай бўлади?
- Сизнинг бизнес тузилмангизнинг солиқ оқибатлари сизни хавотирга солаядими?
- Ходимлар компаниянинг улуший эгаси бўлишлари ҳақида ўйлашни хоҳлайсизми?
- Мураккаб бизнес тузилмасини танлаш билан боғлиқ қўшимча харажатлар билан шуғуллана оласизми?
- Қанчалик кўп ҳужжатлар билан шуғулланишга тайёрсиз?
- Сиз компаниядаги барча қарорларни қабул қилишни хоҳлайсизми?
- Оммага чиқишни режалаштиряпсизми?
- Шахсий ресурсларингизни сизга қарши қарзлар ёки бошқа даъволардан ҳимоя қилишни хоҳлайсизми?



- Оилангизда ворислик муаммоси сизни ташвишга соладими?

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Basics of business: textbook and workshop for academic undergraduate students / Bobrova, O.S., Tsybukov S.I., Bobrov I.A. - Yurayt Publishing House, 2021. — 330 p.
2. Business Basics: Textbook / E.A. Arustamov. - M.: Dashkov and K, 2020. - 232 p.
3. Bygrave, W.D. and Zacharakis, A. (2014) *Entrepreneurship*. Third edition. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
4. Entrepreneurial activity: a textbook for secondary vocational education / E. E. Kuzmina. - 3rd ed., revised. and additional - Yurayt Publishing House, 2020. — 417 p.
5. Fundamentals of business (entrepreneurship): Textbook / N.Yu. Kruglov. - M.: KnoRus, 2021. - 440 c.
6. Fundamentals of business informatics: textbook and workshop for undergraduate and graduate students / E.P. Zaramenskikh. - Yurayt Publishing House, 2020. — 407 p.
7. Fundamentals of entrepreneurial activity: a textbook and workshop for academic undergraduate students / E.F. Cheberko. - Yurayt Publishing House, 2020. — 219 p.
8. Fundamentals of social entrepreneurship: a textbook for universities / E. M. Bely [and others]; edited by E. M. Bely. - Yurayt Publishing House, 2022. — 178 p.
9. Handbook of an entrepreneur: a practical guide / O.S. Bobrova, S.I. Tsybukov, I.A. Bobrov. - Yurayt Publishing House, 2021. — 330 s.
10. Hisrich, R.D. (2013) *International entrepreneurship: starting, developing, and managing a global venture*. 2nd ed. Thousand Oaks, Calif: SAGE.
11. Innovative entrepreneurship: textbook and workshop for secondary vocational education / V. Ya. Gorfinkel [and others]; edited by V. Ya. Gorfinkel, T. G. Popadyuk. - Yurayt Publishing House, 2022. — 523 p.
12. Lussier, R.N., Corman, J. and Kimball, D.C. (2015) *Entrepreneurial new venture skills*. 3. ed. New York, NY [u.a.]: Routledge.



13. Mariotti, S. and Glackin, C. (2015) *Entrepreneurship & small business management*. Second edition. Hoboken, New Jersey: Pearson Education Inc.
14. Organization of commercial activity: textbook and workshop for secondary vocational education / Bobrova, O.S., Tsybukov, S.I., Bobrov, I.A. Bobrova, O.S., Tsybukov, S.I., Bobrov, I. - Yurayt Publishing House, 2021. — 332 p.
15. Process approach to management. Modeling of business processes / V.V. Repin. - M.: Mann, Ferber, 2022. - 544 p.
16. Read, S. (2011) *Effectual entrepreneurship*. Abingdon, Oxon: Routledge.
17. Reengineering of business processes: Textbook for university students / O.S. Rudakov. - M.: UNITY-DANA, 2022. - 343 p.
18. Spinelli, S. and Adams, R. (2012a) *New venture creation: entrepreneurship for the 21st century*. 9th international ed. New York, N.Y.: McGraw-Hill/Irwin.

