

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА
МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ**

Б. А. Абдукаримов

ИЧКИ САВДО ИҚТИСОДИЁТИ

5340100 «Иқтисодиёт» таълим йўналиши талабалари учун

Маърузалар матни

I ҚИСМ

Самарқанд - 2007

Абдукаримов Б.А. «Ички савдо иқтисодиёти» дарслик I қисм. Тошкент, 2007.
391 бет.

Тақризчилар: и.ф.д, проф. А. С. Солиев
и.ф.н, доц. Г. М. Хусанова

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти

5340100 «Иқтисодиёт» таълим йўналиши талабалари учун мўлжалланган.

**Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти ўқув услубий кенгаши томонидан
тавсия қилинган (2006 йил 25 октябр 2 сон баённомаси)**

АННОТАЦИЯ

Ушбу дарсликнинг мақсади талабаларга савдо корхоналари фаолияти бўйича чуқур билимлар бериш; уларнинг кўрсаткичларни таҳлил қилиш услубларини чуқур ўрганишни таъминлаш; бозор муносабатлари шаклланаётган шароитда савдо соҳасини прогнозлаш ва режалаштириш усул услубларини баён этиш; уларни амалиётда қўллаш йўлларни талабаларга тушунтириш, бозор конъюктурасидаги ўзгаришларни баҳолай билиш; тижорат муаммоларини ҳал қилишга ижодий ёндошиш; ижтимоий иқтисодий, ҳуқуқий ислоҳалларни савдо соҳасида амалга оширилиши юзасидан стратегик ва жорий қарорларни ишлаб чиқиш, уларни амалиётда ижросини таъминлаш, савдони ижтимоий-иқтисодий самарадорлигини ошириш йўлларни аниқлаш каби масалалар тўғрисида назарий ва методологик билимларга, кўникмаларга эга бўлишини таъминлашдан иборат.

Дарслик «Ички савдо иқтисодиёти» фанидан ўзбек тилида Республикада биринчи ёзилган, фаннинг биринчи қисмини ўз ичига олган. У 10 бобдан иборат, барча мавзулар фаннинг наъмунавий дастуридан келиб чиққан ҳолда ёритилган.

Дарсликдан магистрлар, аспирантлар, аспирант тадқиқотчилар, малака ошириш тингловчилари, раҳбарлар ва мутахассислар ҳам фойдаланишлари мумкин.

Целью настоящего учебника является обеспечение получения научно-методологических знаний и навыков в области анализа деятельности торговых предприятий; методов прогнозирования и планирования сферы деятельности торговых предприятий и организаций в условиях формирования рыночных отношений; их умелое использование в практической деятельности; уметь оценивать конъюнктуру рынка; творчески подходить к решению коммерческих проблем; принимать стратегические и тактические решения по социально - экономическим, правовым реформам, проводимым в сфере торговли; их реализовать на практике, повышать социально-экономическую эффективность торговли и т.д.

Учебник по «Экономике внутренней торговли» в Республике на узбекском языке впервые написан и охватывает первый раздел дисциплины, состоящий из десяти глав. Все темы освещены в соответствии с типовой программой дисциплины.

Учебником могут пользоваться аспиранты, аспиранты соискатели, слушатели курсов повышения квалификации, руководители и специалисты.

The target of the present textbook is to ensure getting scientific- methodological knowledge and skills in analysis aspect of trade enterprises activity, forecasting and planning methods of trade enterprises and organizations activity sphere in condition of formation market operations, their skillful application in everyday practice.

To be able to evaluate market conjuncture, to approach creatively in settling commercial issues, to take strategic and tactic decisions on social-economical, legal reforms, to conduct in trade sphere, to realize them into practice, to increase social economical trade efficiency etc.

The textbook “Internal Trade Economics” for the first time was written in Uzbek in Republic of Uzbekistan, it covers first part of the discipline which consists of ten chapters, all topics developed in accordance with standard program of the discipline. The textbook can be used by masters, post-graduates, post-graduates candidates, attendants of advanced training courses, managers and specialists.

Курснинг мақсади – талабаларга савдо ва оммавий овқатланиш корхоналари фаолияти бўйича чуқур билимлар бериш, уларни кўрсаткичларни таҳлил қилиш услубларини чуқур ўрганишни таъминлаш, бозор муносабатларига ўтиш шароитида савдо корхоналари ва ташкилотларнинг фаолиятини режалаштириш ва прогнозлаштириш тартиби билан таништириш, ҳамда шу билан бирга бозор конъюктураси ўзгаришини мустақил баҳолай олишлик, тижорат муаммоларини ҳал қилишга ижодий ёндашиш, иқтисодий самарадорликни ҳисобга олган ҳолда жорий ва стратегик қарорларни қабул қилиш, савдо ва оммавий овқатланиш корхоналари фаолияти самарадорлигини оширишнинг асосий йўналишларини аниқлаш масалалари тўғрисида назарий билимга эга бўлишини таъминлашдан иборатдир.

Курсни ўқитиш жараёнида ўзбекистон Республикасининг мулкчилик тўғрисидаги, корхоналар, тадбиркорлик фаолияти ва савдога таълуқли қонунлар ва бозор иқтисодиётига ўтиш механизмини яратиш, савдо ва оммавий овқатланишни ташкил қилиш соҳасида тадбиркорликни тараққий эттириш тўғрисидаги ҳукумат қарорлари ва бошқа ҳужжатлардан фойдаланиш лозим. Курсда энг муҳим ўринни бозор муносабатларига ўтиш ва рақобат муҳитини яратиш шароитида савдо ва оммавий овқатланиш корхоналари самарадорлигини ошириш ва ривожланиш имкониятларини рўёбга чиқариш бўйича ташкилий-иқтисодий чораларни ишлаб чиқариш билан боғлиқ масалалар эгаллаган. Ушбу курс иқтисодиёт назарияси; микро-макроиқтисодиёт; маркетинг; менежмент; логистика; бухгалтерия ҳисоби; иқтисодий таҳлил; аудит; статистика; молия, пул муомаласи ва кредит; солиқ ва солиққа тортиш; суғурта ҳамда бошқа иқтисодиётга оид фанлар билан узвий алоқадорликда ўрганилади.

Талабалардан математик дастурлаш, режалаштиришда иқтисодий-математик фанларда ўрганган билимларидан кенг фойдаланиш тавсия қилинади.

1 - боб. Ички савдо иқтисодиёти фанининг назарий ва методологик асослари.

1.1. Бозор муносабатларига ўтиш шароитида иқтисодий фанларнинг ўрни

ва аҳамияти.

1.2. Ички савдо иқтисодиёти фанининг бошқа иқтисодий фанлар билан боғлиқлиги.

1.3. Ички савдо иқтисодиёти фанининг объекти ва предмети.

1.4. Ички савдо иқтисодиёти фанининг усуллари.

1.1. Бозор муносабатларига ўтиш шароитида иқтисодий фанларнинг ўрни ва аҳамияти.

Илмий иш, илмий фан, ҳаётдаги ҳар хил ходисаларни ўрганади ва улар билим тармоқлари ўртасида қатъий тақсимланган бўлиши шарт. Чунки фанлар ўз соҳасини, чегараланган соҳани ўрганади. (бу тўғрисида батафсил кейинроқ тўхталамиз).

Инсон ҳаётининг ва фаолиятининг бирламчи негизини моддий борлиққа боғлиқлиги ташкил қилади.

Инсон қандай фаолият билан шуғулланмасин, қандай иш юритмасин, доимо ўз мақсадига эришиш учун зарур бўлган моддий воситаларга дуч келади.

Кўз олдингизга келтиринг, бир гуруҳ одамлар, янги ўзлаштирилмаган ерга кўчиб келди. Нимадан иш бошлайди? Уларнинг асосий мақсади нима бўлишидан қатъий назар, уларни энг аввало яшаш учун зарур бўлган моддий воситаларни яратиш, топиш, бирламчи масалага айланади. Улар нималар?

Инсонларнинг асосий, зарурий эҳтиёжлари бўлган озиқ-овқат, кийим-кечак, уй- жой яратиш учун улар ерни ўзлаштириш, ўрмонлардан дарахтларни кесиш, уй қуриш, матолар ишлаб чиқиш, чорвачилик ва ҳайвонот (мол, қўй, товуқ, эчки кабилар) билан шуғулланиш каби ишлардан бошлайди. Кейинчалик, уларга ўзларини юқорироқ, (маънавий, диний, эстетик) эҳтиёжларини қондириш учун қандайдир меъёردа зарур бўлган меҳнат харажатларини сарф қилиш зарурияти туғилади. Буларга, нималар киради? Мактаб, шифохона, мачит (церковь). Бундай иншоатларни қуриш учун меҳнат ва моддий воситалар сарфланади.

Уларга ўқитувчи, мулло, врач, (ҳаким, табиб) кабилар керак бўлади. Уларни эҳтиёжларини таъминлаш керак бўладими? Албатта керак! Булардан ташқари инсониятни эҳтиёжи кенг, унга маданий хордиқ чиқариш иншоатлари керак ва ҳоказолар.

Шундай қилиб инсониятни мақсади қандай бўлишидан қатъий назар, доимо ва ҳар ерда, ҳар қачон, у моддий воситаларсиз ҳаёт кечира олмайди. Лекин моддий бойликлар инсон эҳтиёжини қондириш нуқтаи назаридан бир хил аҳамиятга эга бўлмайди.

Инсон назарида бу моддий бойликлар икки хил категорияга бўлинади. Уларнинг **бир қисми унга табиатан** берилган бўлиб, улардан фойдаланиш учун инсониятдан ортиқча меҳнат ва моддий харажатлар сарф қилиш талаб қилинмайди. Буларга ҳаво, қуёшнинг нури, сув кабилар киради. (бу ерда ҳаётнинг бошланғич этапи тўғрисида гап кетяпти.) Албатта илмий – техник тараққиёт асосида ҳаётнинг ривожланиши бу гуруҳ моддий борликлар учун ҳам ақлий ва жисмоний меҳнатни, моддий ресурсларини сарф қилиш заруриятини туғдиради. Булар табиатан берилган инъом ҳисобланади. Улар эркин тақсимланади, ҳаммани эҳтиёжига яраша, сарф қилган меҳнатни ёки жамиятда тутган ўрни, мавқеидан қатъий назар. Иккинчи категория моддий борлиқ ҳаётда чегараланган бўлиб, инсоннинг меҳнати билан, табиатдаги моддий борлиқни ўз эҳтиёжига мослаштириш натижасида ишлаб чиқилади.

Бу **иккинчи категория** моддий бойликлар кам, ёки уларни яратиш чегараланган бўлиб, уларни ишлаб чиқиш учун меҳнат моддий ва молиявий харажатлар зарур бўлади. Шунинг учун ҳам улар хўжалик юритиш натижасида вужудга келган воситаларга киради.

Мана бу моддий бойликлар хўжалик юритувчиларни ва иқтисодчи – назариётчиларни қизиқтирадиган, улар ўрганадиган, тадқиқот қиладиган жараёндир.

Шуни таъкидлаш жоизки, бу моддий бойликни кичик бир қисми йўқ бўлса, ёки исроф қилинса, у йўқотиш, зарар сифатида қабул қилинади, чунки уни ўрнини тўлдириш учун янгидан ресурсларни харажат қилиш, вақт сарфлаш

зарур бўлади.

Шунинг учун бу бойликлар алоҳида аҳамиятга сазовор бўлиб, улар инсонларнинг моддий фаровонлигига боғлиқдир. Улар хўжалик юритувчининг алоҳида эътиборига олинади, баҳоланади. Хўжалик юритувчилар, истеъмолчилар, бу типдаги моддий борлиқни тежамли сарфлашга ҳаракат қилади. Шунинг учун ҳам уларни ишлаб чиқиш, мақсадга мувофиқ ҳисоб – китоб асосида, хўжалик фаолияти юритиш натижасида вужудга келади.

Хўжалик фаолиятининг мақсадга мувофиқлиги икки томонлама характерга эга.

Биринчидан, техникавий, яъни табиий ресурсларни инсон эҳтиёжларига энг янги, қулай воситалар асосида мослаштиришдир. Хўжалик фаолиятини техник томонларини техник фанлар ўрганади.

Иккинчи томони – инсон фаолияти меҳнати билан боғлиқ бўлиб, инсонларнинг манфаати билан боғлиқ, яъни кам харажат қилиб, кўп натижага интилиш, кўпроқ эҳтиёжни қондиришга интилиш.

Бу томондан хўжалик фаолият юритишни иқтисодий принциплари вужудга келади. Бу муносабатларни иқтисодчилар, иқтисодий фанлар ўрганади.

Қадимий шарқда эрамиздан 3000 йиллар олдин нарсаларни кирага бериш, ундан фоиз олиш, солиқ олиш каби категориялар ишлатилган. Ҳадимий Мисрликлар, Греклар олди – сотди, пул, баҳо, савдо, фойда, кредит каби иқтисодий категорияларни ишлатганлар. Ўзбек тилидаги «Иқтисодиёт» - арабча сўз бўлиб, тежамкорлик маъносини англатади ва грекча «Oikonomia» (Экономика), яъни «Oikos» - уй, хўжалик ва «nomos» - қоида, тартиб, қонун мазмунини билдирувчи сўзлар бирлашмасидан олинган бўлиб, уй хўжалигини қонуни, бошқариш мазмунини билдиради. Шунинг учун ҳам бўлса керак, иқтисодий фанлар ўрганадиган категориялар қадимги Греция, Миср олимлари қаламига мансуб бўлган асарларда учрайди (Соқрот, Ксенфонт, Платон, Аристотель, Эпикур).

Қуръоннинг Юсуф сурасида берилган маълумотлар бўйича эрамиздан

3000 йиллар олдин Юсуф пайғамбар Миср шохига: «Мени шу ернинг хазиналари устига қўйинг, чунки мен (уларни) тўла – тўкис сақлайдиган ва (тўғри тасарруф қилишни) қилишни биладиган кишиман» деб айтганлар. Бундан келиб чиқадики, инсонлар қадимдан хазиналарни сақлаш, сарф қилишни иқтисодий томонларини билган. Яна шу нарсани айтиш жоизки, қуръоннинг «Талок» сурасида «Оллоҳ барча нарса учун миқдор – ўлчам қилиб қўйгандир» деб ёзилган. қуръонда Мерос, судхўрлик, садақа, омонат, закот, фитр каби иқтисодий категориялар ҳам ишлатилган.

Марказий Осиё алломаларининг асарларида иқтисодиётга таълуқли ғоялар, хўжалик юритиш бўйича фикрлар кўпдан кўп учрайди. Уларнинг қаторига Фаробий, Ибн Сино, Беруний, Юсуф Хос хожиб, А.Темур, Улуғбек, А.Навоий, Бобур каби мутафаккирларни ижодлари киради. Темур тузукларида иқтисодиётга, давлатни бошқаришга оид ва ҳозирги замонда ҳам ўз аҳамиятини йўқотмаган иқтисодий муаммоларни ҳал қилиш йўл – йўриқлари ва қоидаларини топиш мумкин. Унда давлатни таркибий тузилишидан тортиб, давлат бюджети даромадлари ва харажатларини шакллантириш, меҳнатни тақдирлаш, маош тўлаш, солиқ ундириш, жарималар, иному – эҳсонлар тўғрисида маълумотлар келтирилган.

А.Темур асарларида давлатнинг иқтисодий сиёсатини асосини ташкил қилган категорияларга хазина (бюджет)ни киритган. А.Темур ибораси билан айтганда, давлатнинг тақдирини ҳал қиладиган уч нарса мавжуд, улар подшоҳ, хазина ва аскар ҳисобланади. Давлатнинг даромади, харажатлари, солиқ, маош (иш ҳақи), моддий ва маънавий рағбатлантириш, нафақа, жарималар, иному – эҳсонлар кабилар хазинанинг элементлари сифатида қаралган.

Иқтисодий масалаларга А.Темур алоҳида эътибор берган, унинг етти та вазиридан иккитаси махсус ушбу масалаларга жавоб берган. Биттаси эгасиз қолган мол – мулкларни тасарруф этиш ишлари вазири, иккинчиси, салтанатнинг кирим–чиқим ишларини бошқарувчи вазир, яъни молия вазири. «Тажрибали, ишбилармон вазирлар салтанат устунларидир. Улар мамлакат ободонлиги. Хазина бойлигини доимо кўзда тутадилар. Давлат, салтанатга

фойда келтирадиган ишларни бажаришга тиришиб ҳаракат қилади» - деб «Темур тузукларида» ёзилган¹.

А.Темур барча давлат арбобларига, ходимларига, хизматчиларига уларни лавозими даражаларига қараб меҳнатига ҳақ тўлатган. Энг асосийси, бу масалани ҳал қилишда табақалаш (дифференция) қоидасини ишлатган. Масалан, оддий сипоҳий минган отининг баҳосида, баҳодирлар 2-4 от баробарида, ўнбоши қармоғидаги аскарга нисбатан икки баробар, юз боши ўн бошидан уч баробар ортиқ маош олиши белгилаб қўйилган. Амир ул – уломоларнинг маоши ўз қўл остидагилардан ўн баробар ортиқ бўлиши белгиланган.

Инсоният тарихига назар ташласак, жамиятни ташкил қилинишида сиёсат ва иқтисодий жиҳатлардаги фарқлари аниқланади. Сиёсат инсоният ҳаётда тарихан онгли (фаҳм орқали) тартибга солиш орқали жамиятни бошқаришни таъминлаган. Давлат бошқаруви ғояси ўша даврлардан, дохий (қабила бошлиғи), қариялар кенгаши, халқ мажлиси кабиларда ўз аксини топган.

Ижтимоий маданий тараққиёт ривожланиши билан давлат бошқарув функциялари мустаҳкамланиб ва турғунланиб борган. Иқтисодий ҳаётда бундай эмас. Ибтидоий жамият даврдан то капиталистик тузумгача бир – бири билан онгли равишда бирлашмаган яқка хўжаликларни кузатамиз. ҳар бир хўжалик субъектлари ўз ташаббуси, ўз ихтиёри, таваккалчилигига асосан иш юритган. Уларнинг бирлиги, жамиятнинг ва халқ хўжалигининг иқтисодий муносабатлари орқали амалга оширилган.

Ижтимоий меҳнат тақсимооти чуқурлашиши, бозор муносабатлари шаклланиши билан хўжалик юритишни онгли равишда тартибга солиш ғояси туғила бошлайди. Чунки у уюштирилмаган иқтисодий фаолиятни (минглаб хўжалик субъектларини) онгли равишда тартибга солмаслик ижтимоий ҳалокатларга олиб келиши мумкин.

Ўзирги замон савдо шаҳобчалари ва иқтисодиёти (халқ хўжалигининг)

¹ Темур тузуклари, Тошкент, 1991 й. – 76 б.

уюштирилган, давлат томонидан тартибга солинадиган хўжалик субъектлари бўлиб ҳисобланади.

Шундай қилиб, тарихдан иқтисодий назария шаклланиб келган ва иқтисодиёт (экономика) атамаси ишлатиб келинган. ҳозирги кунда «Иқтисодиёт» бир неча хил мазмунда ишлатилади.

Биринчидан, «Иқтисодиёт» деганда, хўжалик (халқ хўжалиги, тармок ҳудуд, бирлашмалар, корхоналар ва фирмалар) тушунилади;

Иккинчидан, «Иқтисодиёт» бу ишлаб чиқариш, тақсимот, муомала ва истеъмол фазаларида вужудга келган инсонлар, хўжалик субъектлари ўртасида моддий ва бошқа бойликлар билан боғлиқ муносабатлардир;

Учунчидан, «Иқтисодиёт» бу сиёсат, яъни давлат сиёсати, давлатлараро алоқалар ва ҳоказолардан иборатдир.

Ва ниҳоят тўртинчидан, «Иқтисодиёт» бу фан.

Фан – бу табиат, жамият ва тафаккур, ижтимоий тараққиётни таҳлил қилиш ва умумлаштирилган билимлар йиғиндисига тушунилади. Бу билимлар орқали инсоният табиат сирларини чуқур ўрганиш имкониятига эга бўлади, техника ва технологияни, ҳамда ижтимоий тараққиётни муҳим муаммоларини ҳал қилади.

Энг аввал бу жараёнларни сиёсий иқтисод (янгича, иқтисодиёт назарияси) фани ўргана бошлаган. Инсоният ижтимоий – иқтисодий фаолият юритиш жараёнида учта бир – бирига боғлиқ бўлган муаммоларга дуч келади. Булар қанақа муаммолар?

Биринчидан, нима ишлаб чиқариш ва қанча миқдорда?

Иккинчидан, қандай ишлаб чиқариш ва қанча харажатлар зарур бўлади?

Учинчидан, ким учун ишлаб чиқарилади ва улар қандай тақсимланади?

Жаҳон амалиётидан маълумки ривожланган давлатларда ҳам, юқоридаги масалаларни ҳал қилишда бир талай негатив ходисаларга дуч келмоқда.

Булар жумласига, кризислар, монополизм, инфляция, ишсизлик, истеъмол бозоридаги номутаносиблик, ресурсларни, товар ва хизматларни

дифицитлиги, пул муомаласидаги нуқсон ва камчиликлар кабилар киради.

Юқорида келтирилган учта фундаментал муаммони ҳал қилиш, келтирилган камчиликлар, нуқсонларнинг ечимини топиш ўз ўзидан ҳал бўлмайди.

Бунинг учун уларни ҳал қилиш усуллари ва механизмини тўғри топиш, истеъмолчилар талабини тўла қондириш йўлларини излаш, юқори самарали ишлаб чиқаришни ташкил қилиш, уни бошқариш, тармоқлараро ва хўжалик субъектлари ўртасидаги иқтисодий алоқаларни боғлаш, сотувчи билан истеъмолчилар орасидаги муносабатларни такомиллаштириш, иқтисодий ходисаларни уйғунлаштириш каби масалаларни ҳал қилиш зарурияти туғилади.

Буларни ҳал қилиш назарий ва амалий билимларни мустаҳкам эгаллаган, олинган билимларни муайян илмий, ишлаб чиқариш, иқтисодий, ижтимоий вазифаларни ҳал этишда ижодий қўллаш оладиган, уни ниҳоясига етказиш бўйича оптимал қарор қила оладиган мутахассисларга кўпроқ боғлиқдир.

Бундай маҳоратларга, кўникмаларга эга бўлиш иқтисодий фанларни ўрганиш орқали амалга ошиши мумкин.

Бозор иқтисодиёти раҳбарларга янги иқтисодий фикрлашни, янгича иш юритишни, минглаган субъектлар ва истеъмолчилар билан ўз фаолиятини, жараёнларни ўз манфаати ва мақсадига йўналтиришни, уларни чуқур таҳлил қилиш, келажак учун режалаштириш каби муаммоларни ҳал қилиш йўлларини билиш талабларини қўяди. Буларсиз рақобатчилик шароитида ҳар қандай корхона, фирма инқирозга учраб қолиши эҳтимолдан узоқ эмас.

Савдода жамиятни ривожлантирувчи иқтисодий қонунлар кўриниш шакллари ўз аксини топади. Шундай экан, савдони бошқариш асосида иқтисодий қонунлар талабларини объектив ҳолда кўра билиш ва унга асосан қарорлар қабул қилиш зарур бўлади. Масалан, иқтисодий қонунлардан бири меҳнат унумдорлигини иш ҳаққига нисбатан тезроқ ўсишидир. Бу қонуннинг талаби бузилса, пул муомаласи мувозанати бузулишига олиб келиши, ортиқча пул вужудга келиши, инфляция, товарлар дефицити пайдо бўлиши каби ноўрин ҳодисалар вужудга келиши муқаррардир.

Иқтисодиёт фанлари ва амалиёт хўжаликни оқилона ва самарали

бошқариш учун унга мос хўжалик юритиш механизмини ишлаб чиққан. Унга мос иқтисодий дастаклар (баҳо, солиқ, фойда, иш ҳақи кабилар) категориялар, кўрсаткичлар, усулларини (иқтисодий ёки маъмурий усуллар, режалар, нормаллаштириш кабилар) хўжалик юритувчилар ўз мақсадларига мувофиқ бошқарув объектларида ишлатадилар. Ички савдо иқтисоди фани юқорида келтирилганларнинг мазмуни ва моҳиятини очиб беради, уларни хўжаликни бошқариш учун ишлатиш шакл ва усулларини ўргатади.

Ҳар қандай хўжалик субъекти, жумладан савдо умумий овқатланиш шаҳобчалари ўз кўрсаткичларини иқтисодий ҳисоб – китоблар орқали асослашлари зарур.

Бу жараёнларни амалга ошириш учун иқтисодиётни малакали тушунадиган мутахассислар зарур.

Бундай мутахассисларни тайёрлашда ички савдо иқтисодиёти бошқа иқтисодий фанлар билан бир қаторда катта аҳамиятга эга.

«Ички савдо иқтисодиёти» иқтисодий фанлар тизимида алоҳида ўрин тутаяди. Иқтисодий фанлар бир қанча мустақил фанлардан иборатдир ва улар бир – бири билан ҳамбарчас боғлиқ бўлиб, мураккаб тизимни ташкил қилади.

1.2. Ички савдо иқтисодиёти фанининг бошқа фанлар билан боғлиқлиги.

Инсоният тараққиёти фанининг ривожланиши билан ҳамбарчас боғлиқ бўлиб, фан инсоният жамияти тараққиётини таъминлаган.

Фан жуда мураккаб, кўп қиррали, кўп хил ҳодисалар ва жараёнлар тўғрисидаги билимлар тизими сифатида намоён бўлган. Шу билан бир қаторда ижтимоий онг сифатида ҳам қаралиши зарур.

Билимлар йиғиндиси (tizими) ва ижтимоий онг сифатида фан инсоният жамиятининг ривожланишини маълум бир босқичда шакллана бошлаган. Қулдорчилик фармацияси даврида фан ягона бўлган ва бўлинмаган. Фалсафа деб юритилган.

Ижтимоий меҳнат тақсимооти таъсири остида жамият тармоқлар,

соҳаларга ажралгани каби фан ҳам ҳар – хил турларга бўлиниб келган, такомиллашган, тармоқлашган, интеграциялашган ва ривожланиб келмоқда.

Умуман фанлар тизими жамиятнинг таркибини намоён қилади. Барча фанлар иккита катта гуруҳга ажратилади. Табиий-техник фанлар ва ижтимоий фанлар.

Бу фанларнинг бир – бири билан боғлиқлиги мавжуд. Фанларнинг бир – бири билан боғлиқлиги уларнинг усулларидан, объектларидан, субъектларидан ва ниҳоят бир – бирини махсулидан фойдаланишдан келиб чиқади. Чунки табиий ва техник фанлар ҳам, ижтимоий фанлар ҳам ишлаб чиқариш кучлари ва ишлаб чиқариш муносабатларини ўрганиш билан чамбарчас боғлиқдир.

Ижтимоий фанларнинг назарий ва методологик асосини фалсафа ташкил қилади.

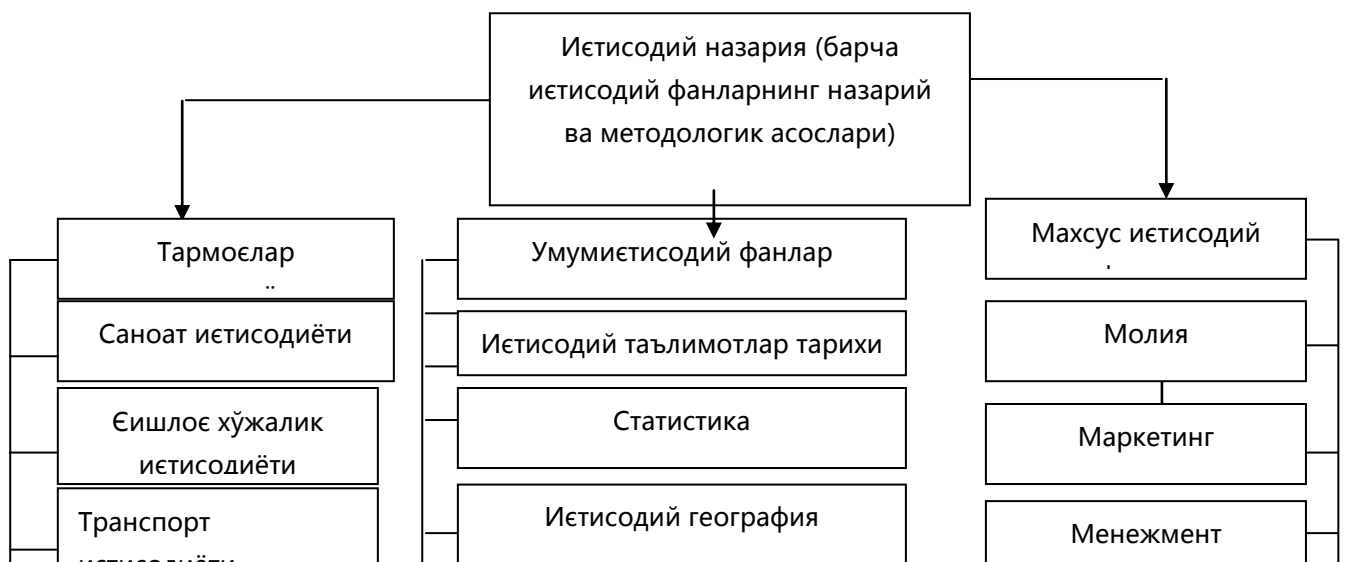
Ижтимоий фанлар тизимида иқтисодий фанлар алоҳида ўринга эга. Иқтисодий фанлар бир қанча мустақил фанлардан иборатдир ва улар бир – бири билан чамбарчас боғлиқ бўлиб, мураккаб тизимни ташкил қилади.

1.2.1. Чизмада иқтисодий фанлар тизими келтирилган.

1.2.1. Чизмада келтирилган фанлардан ташқари айрим соҳалар, иқтисодий жараёнларга оид бошқа иқтисодий фанлар ҳам мавжуддир.

1.2.1. чизма

Иқтисодий фанлар тизими



Барча иқтисодий фанлар бир-бирлари билан чамбарчас боғлиқликда бўлиб, ҳар бирини жамият иқтисодиётини ривожлантириш ва такомиллаштиришда ўзига хос аҳамияти бор.

1.3. Ички савдо иқтисодиёти фанининг объекти ва предмети.

Объект латинча «objectum» сўзидан олинган бўлиб, ўзбекча нарса, буюм мазмунини билдиради. Фалсафада эса, объект сўзи биздан ташқарида ва бизнинг онгимизга боғлиқ бўлмаган ҳолда мавжуд бўлган борлиқ, воқеялик, моддий дунё, мавжудод мазмунида киши фаолияти, диққат эътибори

қаратилган ҳодиса, предмет ёки шахс маъносида ҳам ишлатилади.

Оддий ҳаётда объект корхона, ташкилот, муассаса ёки бирор бир фаолият ўтказиладиган жой маъносида ишлатилади.

Бир қандай фаннинг ўрганадиган, унинг мақсади қаратилган объекти мавжуд.

Ички савдо иқтисодиёти фанининг объекти нима ҳисобланади? Савдо деганда, бозор, магазин, ларёк, яъни савдо билан шуғулланадиган жой, бино кўз олдимизга келади. Лекин бинони, магазин ёки ларёкнинг жойлаштирилиши, қурилиши, архитектураси ва бошқа техникавий жиҳатлари объект сифатида ўрганадиган фанлар мавжуд.

Ички савдо иқтисодиёти фанининг методологияси, унинг мақсади, диққат эътибори савдо фаолиятида содир бўлаётган иқтисодий жараёнга қаратилади. Яъни савдода рўй бераётган иқтисодий реалликни ўрганишга қаратилади.

Биз юқорида келтирилган «Объект» сўзини фалсафий мазмундан келиб чиқсак, ички савдо иқтисодиёти фанининг эътибори унда содир бўлаётган иқтисодий жараёнлар, яъни товарларни ишлаб чиқаришдан истеъмолчиларчиларга етказишда рўй бераётган иқтисодий жараёнларга қаратилади.

Бу ерда товарларни ташиш, сақлаш, қадоклаш каби технологик жараёнлар эмас, ушбу жараёнларни ва олди – сотди жараёнида рўй бераётган иқтисодий жараёнларни кўз олдимизга келтиришимиз зарур.

Предмет сўзининг мазмуни икки хил, биринчидан, нарса, моддий восита, ходиса сифатида, иккинчидан, хаёл, фикр қаратилган нарса, унинг мазмуни ёки фаолият қаратилган ходиса, жараён деб тушунилади.

Фан предметини аниқлашда биз сўзнинг иккинчи мазмундан келиб чиқиб аниқлашимиз зарур.

Ички савдо иқтисодиёти фани ўз объектида рўй бераётган реал иқтисодий жараёнлар, ходисаларни ўрганиб, уларнинг аҳамияти, ҳолати ва келажагини ёритиб, маълумот ёки хулосалар беришни ўрганиши зарур.

Ушбу фаннинг объекти бўлмиш савдо жараёнида рўй бераётган

иқтисодий реаллик қандай, қачон ва нимада намоён бўлади, ҳозирги ҳолати ва келажакда қанақа натижа беради? – деган саволларга жавоб бериш учун фаннинг предметини, унда қўлланиладиган усулларни, мақсад ва вазифаларни назарий жиҳатдан асосли аниқлаб олишимиз зарур.

Бунинг учун савдо фаолиятида шаклланидиган иқтисодий жараёнлар, (реаллик), ходисалар қандай воситалар орқали вужудга келишини аниқлаб олиши керак.

Умуман, кенгайтирилган такрор ишлаб чиқариш (ишлаб чиқариш, тақсимот, айрибошлаш ва истеъмол) жараёнидаги фаолиятлар, жумладан савдода ҳам содир бўлади.

Жамиятда такрор ишлаб чиқариш жараёни қуйидаги омиллар орқали ҳаракатда бўлади:

Биринчи омил – инсон омили, унинг меҳнати;

Иккинчиси омил – меҳнат воситалари, яъни капитал;

Учинчиси омил - табиий ресурслар, ер;

Тўртинчи омил - тадбиркорлик.

Бу омиллар орқали жамиятда инсон эҳтиёжини қондириш учун зарур бўлган моддий ва маънавий бойликлар яратилади, ишлаб чиқаришдан истеъмолчиларга етказилади, истеъмол ташкил этилади.

Бу жараёнда «ер – меҳнат - капитал» тадбиркорлик орқали бирлаштирилади.

Бу омилларни бирлашиши натижасида техник – технологик, илмий техник, ижтимоий – сиёсий, маданий – маънавий ва маърифий жараёнлар қаторида иқтисодий жараёнлар ва ходисалар ҳам рўй беради.

Бу иқтисодий жараёнлар ва ходисалар жараён иштирокчиларининг (Давлат, тармоқ, соҳалар, жамиятлар, бошқармалар, концернлар, корпорациялар, корхоналар ва ҳ.к.)хўжалик механизмида ўз аксини топади.

Бундан келиб чиқсак, ички савдо иқтисодиёти фани ўз объектида содир бўлаётган хўжалик механизмини ўрганишга қаратилган деб хулоса қилиш мумкин.

Бу масалани бизлар 4 мавзуда батафсил ўрганамиз.

Ички савдо иқтисодиёти фанини ўрганиш тўғрисида гапирар эканмиз албатта унинг асосий вазифаларини аниқлаб олишимиз керак.

Ички савдо иқтисодиёти фанининг вазифалари қуйидаги асосий омиллардан келиб чиқади.

Биринчидан, савдонинг иқтисодиётда тутган ўрнидан.

Савдони ишлаб чиқариш, тақсимот, айрибошлаш, истеъмол жараёнининг қон-томирларига ўхшатиш мумкин. Савдо истеъмол товарларини истеъмолчиларга етказди, айрибошлашни таъминлайди. Савдонинг самарали ишлашидан бутун жамиятнинг ривожланиши, халқнинг моддий ва маънавий фаровонлиги, уларни эркин вақти, давлатнинг ташқи иқтисодий алоқаларини мустаҳкамланиши;

Иккинчидан, савдо фаолиятида рўй бераётган иқтисодий жараёнлар ва ҳодисаларни доимий ўзгариб туриши, унга кўпгина омиллар таъсир қилиш натижасида шаклланади;

Учинчидан иқтисодий кадрларга қўйиладиган талаблардан (уларнинг касбий маҳорати, билимдонлиги, тадбиркорлиги, башорат қила билишлиги ва ҳоказолар) келиб чиқадиган омиллар. Келтирилган фазилатлар ички савдо иқтисодиёти фанини ўрганишда шаклланиб боради.

Бу омиллардан келиб чиқиб, ички савдо иқтисодиёти фанининг асосий вазифаларини қуйидагича ифодалаш мумкин.

Ички савдо иқтисодиёти фанининг асосий вазифалари:

- иқтисодий ҳодисалар ва жараёнларни ўлчов бирликлари, кўрсаткичлари ва критериялари (баҳолаш мезонлари) аниқлаш усулларини ўрганиш;

- савдо хўжалик механизмини ўрганиш, баҳолаш, келажакка башорат қилиш;

- бўлажак иқтисодчи мутахассисларни савдо корхоналари фаолиятини таҳлил қилиш, режалаштириш, келажакгини башорат қилиш усуллари билан қуроллантириш;

- барча турдаги савдо корхоналарининг ривожланиш тенденциялари ва

қонуниятларини аниқлаш, таклифлар бериш;

- савдо корхоналарида бирлаштирилган омиллардан (ер, капитал, меҳнат, тадбиркорлик) самарали фойдаланиш йўлларни белгилаш.

1.4. Ички савдо иқтисодиёти фанининг усуллари.

Бир қандай илмий фан ўрганадиган предметдан келиб чиқиб, ўз усуллари (методларини) яратган. Метод грекча «methodos» сўзидан олинган бўлиб, тўғридан тўғри «Бирон нарсага йўл топиш» маъносини билдиради. ўзбек тилида метод сўзи усул маъносига тўғри келади.

Фан усули (методи) деганда табиат ва жамиятда содир бўлаётган ходисалар ва жараёнларни билиш, ўрганиш ва тадқиқ қилиш учун фанда қўлланиладиган воситалар мажмуаси тушунилади.

Усул – бизнинг фикримизча, жамият сирларини объектив фикрлаш, назарий мушоҳада қилиш ва амалиётга жорий этиш воситалари сифатида қаралиши мумкин.

Усул, фалсафий маънода қаралса, фан ўрганадиган предметни инсон фикрида нусхаланиши ёки шаклланишини билдириб, уларни ўрганиш қуроли сифатида қаралади.

Онгли равишда, илмий асосланган фан усуларини қўллаш, ҳар бир фан учун янгиликлар яратиш учун асос бўлиб ҳисобланади.

Ўладимги ислом дунёсида олимлар табиат ва жамиятни ривожланишини, тафаккурни такомиллаштиришни ўрганишда «Ривожланиш-шаклланиш» назариясини ишлатишган. Ушбу назария асосида фикр юритишни «Оллоҳ-инсон-модда-вақт-иқтисодий раванқ» усули ишлатилган. Шу билан бирга, билиш жараёнини ривожланиши асосида илмий фикр юритишнинг умумий усуллари ҳам яратилган. Улар қаторига диалектика, индукция, дедукция, анализ ва синтез кабилар киради.

Келтирилган усулларни қисқача мазмунини ёритиб ўтаемиз.

Боболаримиз ишлатган «Ривожланиш - шаклланиш» назарияси,

Оллоҳнинг яратувчанлиги, унинг бирламчилигини асослаб, кейин инсон – модда – вақт – иқтисодий раванққа қараб ривожланиш амалга ошишини асослайдиган фикр юритиш усулидир.

Диалектика-грекча «diaiektike» сўзидан келиб чиқиб, табиат, жамият ва тафаккурнинг умумий қонунларини ўрганиш усули сифатида вужудга келган.

Қадимий фалсафа табиатда ва жамиятда бутун борлиқ ўзгарувчанлигини асослаган, ҳодисалар, жараёнларнинг бир ҳолатдан иккинчи қарама-қарши ҳолатга ўтишини исботлаган. Аристотель диалектикани эҳтимол фикрларни исботлаш тўғрисидаги фан деб қараган. Бутун борлиқ, мавжудодни ҳар бири ҳам бор, ҳам йўқ; ўзи ўзига тенг ва тенг эмас; ўзига ўхшайди ва ўзидан қарама қарши ҳолатга ўтади. Шунинг учун ҳам борлиқ тўла қарама-қаршиликдан иборат, ягона ва кўп; мангу ва ўтувчан; ўзгармас ва ўргарувчан; тинч ҳолатда ва ҳаракатда; ўзига ўхшайди ва ўзидан қарама – қарши ҳолатга ўтади. Бу жараёнларни ўрганиш усули сифатида деалектика вужудга келган.

Диалектика – оддий мушоҳададан абстракт фикрлаш, ундан амалиётга ўтишни билдиради.

Аслида, тарихда диалектика – тортишув ўтказиш қобилияти, яъни савол – жавоб орқали тортишув ўтказиш қобилияти ҳамда нарсалар, тушунчаларни шакллар ва турларга таснифлаш маҳорати деб тушунилган.

Шундай қилиб фалсафанинг табиат, жамият ва тафаккурини ўрганиш усулига диалектика деб тушунилади.

Иқтисодий реаллик ҳам бутун жамиятдаги борлиқнинг бир қисмидир.

Шунинг учун, иқтисодий реалликда содир бўлаётган ҳодисалар ва жараёнларни ўрганишда барча иқтисодий фанлар, шу жумладан Ички савдо иқтисодиёти фани ҳам диалектика усулидан кенг фойдаланади.

Индукция лотинча «induktio» сўзидан олинган бўлиб, хабар олиш маъносини билдиради. Фикр юритишнинг бир тури бўлиб, тадқиқ қилиш усулидир. Умуман, индукция тадқиқот қилишда, хулосаларни асослашда хусусий миқдордан, айрим воқеликдан умумийликка ўтиш усулидир. Иқтисодий жараёнларнинг таҳлил қилишда умумий назорат билимга эга бўлиш

учун унинг алоҳида томонлари, эмперик асослари ўрганилиб, хулоса қилинади.

Дедукция лотинча «deductio» сўздан олинди сўзма – сўз «чиқариш» маъносини билдиради. Дедукция ҳам индукция каби фикр юритишни бир тури ва тадқиқ қилиш усули бўлиб, индукция усулининг тескарисини англатади. Дедукция усули ишлатилганда умумийликдан хусусийликка қараб фикр юритилади ва тадқиқот олиб борилади.

Индукция ва дедукция мантиқий фикр юритишга асосланган. Иқтисодий тадқиқотлар ўтказилишидан айрим белгиларни таҳлил қилиб, унинг асосида умумий жараёнга баҳо бериш ёки унинг тескари ҳоллари юз беришига кўп тўқнашамиз.

Анализ ва синтез грекча «analysis» ва «synthesis» сўздан олинган бўлиб анализ – бўлиш ва ажратиш, синтез – мувофиқлик, муносиблик маъносини билдиради. Анализ ва синтез тадқиқот усули бўлиб, умумий мазмуни яхлитликни алоҳида таркибий бўлимларга (хусусийликка) ажратиш ва яхлитликни алоҳида таркибий бўлимлардан умумийликни яратиш жараёни тушунилади. Булар ҳам тадқиқотни мантиқий усуллариандир. Иқтисодий амалиётда бу усуллардан кенг фойдаланилади. Бунга асос бўлиб, «Иқтисодий таҳлил назарияси», «Хўжалик фаолиятининг иқтисодий таҳлили» деган фанларнинг мавжудлиги ҳисобланади. Ички савдо иқтисодиёти илмий фан сифатида юқорида келтирилган фалсафанинг усуллариандан ва бошқа фанларда ишлатиладиган кўп арсеналли усул ва услубларни ўз предметини ўрганишда ишлатади. Улар қаторига солиштириш, гурухлаш, индекс, занжирли боғлаш, балансли боғлаш, графиклар, иқтисодий математик ва бошқаларини киритиш мумкин. Табиий йўналтирилиши бўйича бу усул ва услублар иқтисодий жараён ва ходисаларни таҳлил қилиш, илмий тадқиқот ўтказиш, прогнозлаш режалаштириш қуроллари сифатида ишлатилади. Бир қатор аломатлари бўйича бу усуллар сон ва сифат таҳлили, солиштириш, кузатиш, эксперимент ўтказиш, системали таҳлил, моделлаштириш, экстраполяция, интерполяция кабиларга бўлинади. Шулар билан бир қаторда статистик, математик, башорат

(гипотеза), монографик, эксперт усуллари кенг ишлатилади.

Таянч иборалар: жамият, иқтисодиёт, фан, моддий борлиқ, объект, предмет, усул.

Такрорлаш учун саволлар.

1. Моддий борлиқ нима, улар қандай турларга бўлинади?
2. Инсоният ҳаётда қандай муаммоларга дуч келади?
3. Фан нима?
4. Иқтисодиёт сўзининг мазмунини ёритиб беринг?
5. Иқтисодиёт фанлари тизимига қандай фанлар киради?
6. Ички савдо иқтисодиёти фанининг объекти нима?
7. Ички савдо иқтисодиёти фанининг предмети?
8. Ички савдо иқтисодиёти фани қандай усуларни ишлатади?

2 - боб. Бозор иқтисодиёти шакллантириш шароитида савдо.

2.1.Товар айрибошлашнинг моҳияти.

2.1.1. Такрор ишлаб чиқариш жараёнида айрибошлаш.

2.1.2. Бозор иқтисодиёти, унинг қоидалари, бозор тушунчаси, функциялари ва элементлари.

2.1.3. Бозорнинг турлари.

2.1.4. Бозор субъектлари.

2.1.1. Такрор ишлаб чиқариш жараёнида айрибошлаш.

Инсоният тараққиётини негизини ижтимоий меҳнат тақсимоти

белгилайди. Ижтимоий меҳнат тақсимооти инсоннинг яшаш эҳтиёжидан келиб чиқади.

Ижтимоий меҳнат тақсимооти натижасида товар ишлаб чиқариш билан бир қаторда товар айрибошлаш вужудга келган. Товар ишлаб чиқариш инсониятни тараққиёт тарихи билан чамбарчас боғлиқ.

Товар айрибошлашни объекти ишлаб чиқариш учун ва инсонлар эҳтиёжини қондириш учун зарур бўлган моддий бойлик бўлиб ҳисобланади. Маҳсулотларни ишлаб чиқаришдан истеъмолчига етказиш моддий ва иқтисодий мазмунга асосланганлиги сабабли товар алмашуви жараёни 2 хил шартга жавоб бериши шарт:

биринчидан, инсонни қандайдир эҳтиёжини қондира билиши (сифат нуқтаи назаридан шаклан ва мазмунан ҳар хил бўлиши мумкин);

иккинчидан, алмашув объекти бошқа объектга эквивалент бўлиши, яъни иқтисодий нуқтаи назардан, тенг бўлиши керак.

Мана шу хусусиятлар натижасида хўжалик маҳсулотлари бир – бири билан солиштирилади. Ушбу маҳсулотларга бўлган эҳтиёж ўндирилади. Улар кераклиги (зарурлиги) натижасида бошқа маҳсулотлар билан айрибошланади, уларни солиштириш имконияти вужудга келади, «Т-Т» шаклида.

Ҳар қандай маҳсулот инсонга зарур бўлганлиги сабабли ишлаб чиқарилади. Истеъмол кучига эга бўлиши керак. Шу сабабли бошқа маҳсулот билан алмаштирилиши мумкин бўлади.

Ушбулардан келиб чиқиб, товар – меҳнат маҳсулоти бўлиб, ўз эҳтиёжи учун эмас, сотиш учун ишлаб чиқарилган, инсониятни бирон бир эҳтиёжини қондирадиган маҳсулотдир. У истеъмол қийматига ва қийматга эга бўлади.

Бошланғич даврда оддий товар айрибошлаш (Т-Т) амалда ишлатилган. Ижтимоий меҳнат тақсимоотини ривожланиши натижасида фақат айрибошлаш, яъни сотиш учун ишлаб чиқариш шаклланиб, товар айрибошлаш учун умумий бўлган эквивалент – пул вужудга келган. Пулни вужудга келиши натижасида оддий товар айрибошлаш (Т-Т) товар – пул муомаласига (Т- П -Т) айланади ва товар – пул муомаласи вужудга келган.

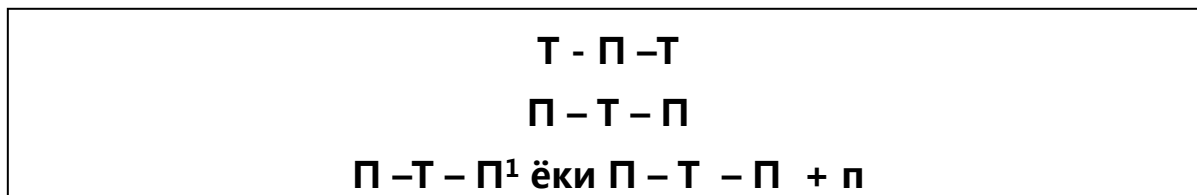
Товар – пул муомаласи, бу ишлаб чиқарувчилар орасидаги ва ишлаб чиқарувчилар билан истеъмолчилар ўртасидаги ижтимоий – иқтисодий муносабатдир.

Тараққиёт натижасида айрибошлаш доимий ижтимоий жараёнга айланган (Т – П – Т; П – Т – П...).

Оддий товар айрибошлашда (Т-Т) олди – сотди жараёни ажралмас бўлган, кейинчалик пул вужудга келиши билан бу жараён замон ва маконда ажралди, яъни бу жараён Т – П; П –Т; П –Т – П; Т – П – Т; П –П кабиларга бўлинади.

Товар ишлаб чиқариш жараёни, ишлаб чиқариш – истеъмол жараёнидан такрор ишлаб чиқариш жараёнига айланиб, ишлаб чиқариш, тақсимот, айрибошлаш ва истеъмол фазалари вужудга келган.

Шундай қилиб, айрибошлаш жараёнини қуйидагича ифодалаш мумкин.



Такрор ишлаб чиқариш жараёни эса қуйидагича ифодаланади:



Товар айрибошлашни ривожланишининг тарихий эволюцияси натижасида айрибошлаш жараёнида хўжалик алоқалари ва ижтимоий муносабатларнинг мураккаб мажмуи вужудга келиб, уларнинг элементлари

ҳаракат жараёнида ўзларига мансуб махсус функциялар бажара бошлайди.

Айрибошлаш - бу инсонлар ўртасида уларнинг фаолиятлари билан ўзаро алмашуви ёки меҳнат маҳсулини ўзаро алмашуви жараёнидир.

Бу жараён ишлаб чиқариш ва унинг асосида шаклланган тақсимот бир томондан ва иккинчи томондан истеъмол ўртасида амалга оширилади.

Бозор иқтисодиёти шароитида ҳамма нарса айрибошлаш билан боғлиқ бўлади. ҳамма нарса сотилади ва сотиб олинади.

Айрибошлаш жараёнида ишлаб чиқарилган маҳсулот ва унга сарфланган харажатлар ижтимоий тан олинади, ишлаб чиқаришни такрорлашга моддий шароит яратилади, инсоният эҳтиёжи қондирилади, шахсни ривож топишига шарт – шароит яратилади, ишчи кучини такрор ишлаб чиқаришга кўмаклашади, яъни имкон яратади, такрор ишлаб чиқариш жараёнини доимий, динамик жараёнда ҳаракат қилишини таъминлайди ва ҳ.к.о.

Айрибошлаш бошланғич даврларда ҳудудий бозорлар доирасида чегараланган бўлса, ижтимоий меҳнат тақсимоли ривожланиши ва товар – пул муомаласини кенгайтириши натижасида айрибошлаш ҳудудий чегарадан чиқиб жаҳон бозорини вужудга келтирди. Натижада ижтимоий иқтисодий муносабатлар кенгаймоқда, ер юзида рўй бераётган тараққиёт амалга ошмоқда ва ҳ.к.

Товар – пул муомаласи ва айрибошлаш негизида бозор вужудга келган.

2.1.2. Бозор иқтисодиёти, унинг қоидалари, бозор тушунчаси, функциялари ва элементлари.

Товар айрибошлаш жараёни бозорда амалга оширилади. Бозор эса ўз вақтида бозор иқтисодиётининг асосий субъектларидан бири ҳисобланади. Бозорда икки хил категориядаги субъект учрашади, бири сотиш ниятида бозорга таклиф билан чиқади, иккинчиси сотиб олиш ниятида бозорга талаб билан чиқади.

Бозорда сотиб олувчи (талаб) ва сотувчи (таклиф) ўртасидаги иқтисодий

муносабат рўёбга чиқади.

Бозор деганда оддий тилда олди – сотди жараёни амалга ошириладиган жой тушунилади.

«Бозор» деса бизларни кўз олдимизга қайнаб ётган дехқон ёки чайқов бозори келади. Лекин бу тариф ҳақиқий бозорни тўла англамайди.

Илмий, ижтимоий – иқтисодий нуқтаи назардан илмий асарларда, ўқув ва оммабоп адабиётларда бозор тўғрисида ҳар хил тушунчалар мавжуд.

П. Самуэльсоннинг «Экономика» асарида бозорни – «... бозорлар жамиятни ва савдо ишлаб чиқариш фаолиятини боғловчи механизм сифатида намоён бўлади», деб таърифлайди¹.

Ф. Котлер бозорни «Мавжуд ва потенциал товар сотиб олувчилар мажмуаси», деб таърифлайди².

К. Р. Макконел ва С. Л. Брюлар бозорни маҳсулот ва хизматни сотувчи ва сотиб олувчиларни қўшувчи механизм деб аташади³.

А.С. Усманов бозорга шундай таъриф беради: «Бозор тушунчаси кенг маънода – бу товар айрибошлаш соҳаси деб, товар айрибошлаш бор экан, бозор ҳам мавжуд»⁴ дейди.

Н. Тухлиевни фикрича, «Бозор товар ишлаб чиқариш қонунлари асосида ташкил қилинган айрибошлаш, товар ва пул муомаласи муносабатларининг йиғиндиси, ишлаб чиқариш ва истеъмол ўртасидаги муҳим боғловчи бўғиндир⁵»

А. Солиев ва А. Усмоновлар бозорга қуйидагича таъриф беради: «бозор ўзига хос ижтимоий – иқтисодий муносабатлар жараёни бўлиб, унда товарлар ва хизматлар айрибошланади ва ишлаб чиқарувчилар билан истеъмолчилар

¹ Самуэльсон П., «Экономика» Т., ИНАО, «АЛГОН» ВНИИСИ, 1992, с.36.

² Котлер Ф. «Основы маркетинга». М., Прогресс, 1990 с. 54

³ Макконелл К.р., Брю С. А. Экономикс: принципы, проблемы и политика. М., республика. 1992.т.1.с.77.

⁴ Усмонов А.С. Научные основы регулируемых рыночных отношений. Тошкент: ПLSHTLI «Ўзинфорагпром». 1992.с.30.

⁵ Тухлиев Н. Бозорга ўтишинг маша^оатли йўли. Тошкент: «Ўзбекистон»,1999. 13 б.

манфаатлари тўқнашади ва бир – бири билан келишади¹»

«Энг яхшиси бозорни харидорлар ва сотувчиларга нархларни айрибошлашга имконият берадиган тизимдир, деб таърифласак бўлади», деб Э. Сариков ва Э. Маматовлар таъкидлайдилар².

Бозорга берилган бундай бир – биридан фарқланадиган тарифларни кўплаб мисолни келтириш мумкин.

Бозорни илмий, ижтимоий – иқтисодий нуқтаи назардан таърифларини бозорга таъриф бериш борасида чет эл ва республикамиз олимлари ўртасида ягона фикрга келмаганлигини таъкидлаб ўтиш билан мақсадимиз терминларни, таърифларни тўғри аниқлашни илмий ва амалий аҳамияти катта эканлигини кўрсатиб ўтишдан иборатдир.

Илмий жиҳатдан бир хил нарсага ҳар хил тушунчалар, тарифлар бериш кўп ҳолларда нотўғри тасаввурга олиб келиши, натижада уни моҳиятини тўғри очиб беролмасликка олиб келиши мумкин.

Амалий нуқтаи назардан бу ҳол мутахассислар ўртасида ўзаро тушунишни қийинлашишига, ўқув адабиётларини яратишда тушунмовчиликларга олиб келиши эҳтимолдан ҳоли эмас.

Бизнинг фикримизча, бозор тушунчасини биринчидан, уни иқтисодиётнинг хўжалик субъекти нуқтаи назардан ва иккинчидан назарий, ижтимоий – иқтисодий нуқтаи назардан таърифлаш мақсадга мувофиқ бўлади.

Бозор – бозор иқтисодиётининг хўжалик субъекти сифатида, харидор ва сотувчилар тўқнаш турувчи ва келиштирувчи хўжалик объектидир (жой, корхона, фирма, биржа, савдо, хизмат шахобчалари ва ҳ.к.о.)

Назарий ва ижтимоий – иқтисодий нуқтаи назардан бозор тушунчасига алмашув жараёнида содир бўладиган, бозор иқтисодиёти қонун ва қоидаларидан келиб чиқадиган ижтимоий – иқтисодий муносабатлардан келиб чиқиш зарур.

¹ Солиев А., Усмонов А. Маркетинг., Тошкент, «Ўқитувчи». 1997.9 б.

² Сариков Э, Маматов М. «Иқтисодиёт ва бизнес», Тошкент, «Шаро». 1997. 22 б.

Бизнинг фикримизча, бозор иқтисодиётининг субъекти сифатида товар – пул муомаласига боғлиқ бўлган муносабатларни намоён бўлишини тامينлайди. Бозорнинг моҳияти, барча хўжалик субъектлари (бозор субъектлари – уй, оила хўжалиги, ишлаб чиқариш, давлат), инсон ва жамиятдаги айрибошлаш муносабатларининг мажмуасини англатади.

Қисқа қилиб айтганда, бозор – бозор иқтисодиёти қонун ва қоидаларга асосланган айрибошлаш жараёнида харидор ва сотувчи ўртасидаги иқтисодий муносабатлар тизимидир.

Бозорда–бутун жамиятдаги кўп қиррали иқтисодий муносабатлар, яъни ишлаб чиқариш, тақсимот, айрибошлаш ва истеъмол жараёнида вужудга келадиган, алоҳида принципларга асосланган муносабатлар намоён бўлади.

Кенгроқ маънода бозор – бу бозор иқтисодиёти қонун ва қоидаларига асосланган айрибошлаш яъни, олди – сотди жараёнидаги иқтисодий фаолиятнинг шакл ва турлари бўлиб, у ишлаб чиқарувчи, товар етказувчиларни (таклиф вакиллари) бир томондан ва истеъмолчилар, харидорларни (талаб вакиллари) иккинчи томондан бирга тўқнаштириш ва келиштириш жараёнини таъминлайдиган бозор иқтисодиётининг субъектидир.

Юқоридагилардан келиб чиқиб, аввал бозор иқтисодиёти тушунчаси, унинг қонунлари ва қоидаларига қисқача тўхталиб ўтамиз. Бозор иқтисодиёти инсоният тараққиётидаги иқтисодий тизимни бир модели бўлиб ҳисобланади. Масалан инсон тараққиётида кузатилган иқтисодий тизимларга, натурал хўжалик (ибтидо жамияти), феодал тизими, ҳарбий тизим, маъмурий тизим, (социализм), бозор иқтисодиётига асосланган тизимларни киритиш мумкин.

Ҳар қандай иқтисодий тизим ўзида шундай механизмни намоёнлаштирадики, унда табиий ресурслар, ишчи кучи, технология, тадбиркорлик ва бошқарув маҳоратлари мужассамлашган бўлиши керак.

Иқтисодий тизимни бош мақсади моддий неъматлар ва хизматларни ишлаб чиқариш ва тақсимлаш орқали инсоният эҳтиёжларини кўра билиш ва қондириш бўлиб ҳисобланади. Бу вазифани бажариш учун инсоният ўз тараққиётида энг самарали иқтисодий тизим моделини яратишга интилиб

келган.

Иозирги кунда бутун жаҳон тан олган, энг самарали иқтисодий тизим модели – бу бозор иқтисодиёти модели ҳисобланади.

Бозор иқтисодиёти ҳар хил давлатларда уларнинг шарт – шароитларидан келиб чиқиб ҳар хил бўлиши мумкин. Шу сабабли бозор иқтисодиётини ҳар хил моделлари мавжуд.

Масалан: АҚШ, Япония, Швеция, Турция, Россия, Ўзбекистон ва ҳ.к.

Бозор иқтисодиёти – бу товар – пул муомаласи муносабатларига ва ўзининг қонун – қоидаларига асосланган ижтимоий – иқтисодий тизим моделидир.

Бозор иқтисодиёти ўзига хос қонун ва қоидаларга эгадир.

Бозор иқтисодиётига таълуқли иқтисодий қонунлар тўғрисидаги иқтисодчи олимнинг фикрига тўхталиб ўтамиз.

Россия иқтисодчи олимлар жамоаси томонидан, профессор Райзберг Б.А. раҳбарлигида чоп этилган «Курс экономика» дарслигида (М. «ИНФАРМ», 1997. 74 -96 бетлар) иқтисодиётни қонуниятлари (қонунлари) тўғрисида фикр юритилиб қуйидагилар бозор иқтисодиётига мос қонунлар сифатида келтирган. Эҳтиёжни юксалиб бориши қонуни; ресурсларни чегараланганлиги қоидаси; ишлаб чиқариш имкониятлари чегараси ва алмаштирилган харажатларни ортиб бориш қонуни (бу ерда «алмаштирилган»деган сўз «вмененных» сўзини таржимаси сифатида муаллиф томонидан ишлатилмоқда ва бу ерда бир товарни ишлаб чиқаришни иккинчиси билан алмаштиришга боғлиқ бўлган харажатлар назарда тутилмоқда); даромадларни камайиб бориш қонуни; доирадаги (чегарали) фойдалиликни камайиб бориши қонуни; фойдалиликни максималлаштириш қоидаси (бу ерда «Фойдалилик» маҳсулот (товар ёки хизмат) ни инсон эҳтиёжини қондира олиш салоҳияти (қобилияти) назарда тутилади); талаб қонуни; таклиф қонуни; пул муомаласи қонуни; Энгел қонуни – шахсий истеъмол таркибини даромадга боғлиқлиги.

А.Ўлмасов ва Н.Тўхлиевлар «Бозор иқтисодиёти» луғат – маълумотномада (Тошкент. қомуслар бош таҳририяти. 1991) бозор

иқтисодиёти қонунларига талаб ва таклиф қонуни ва пул муомаласи қонунини киритиш билан чегараланган.

А.Ўлмасов ва А.Ваҳобовларнинг «Иқтисодиёт назарияси» Олий ўқув юртлари учун дарслиги (Тошкент. «Шарк», 2006) қонунларини умумиқтисодий ва айрим иқтисодий тизимларга хос махсус қонунларга ажратилиб, биринчисига – меҳнат тақсимоти, жамғариш, меҳнат унумдорлигини ошириши, эҳтиёжларнинг юксалиш қонунлари, иккинчи типига – талаб қонуни, таклиф қонуни, меъёрий нафлик қонуни, рақобат қонунлари келтирилади. Иккинчи типдаги қонунлар бозор иқтисодиётига мос қонунлар деб таъкидланади.

Ш. Шодмонов, Р. Алимов ва Т. Жўраевларнинг «Иқтисодиёт назарияси» дарслигида (Тошкент. «Молия». 2002, 276.) Иқтисодий қонунларни 3 гуруҳга бўлиб, уларга:

Умумий иқтисодий қонунлар – вақтни тежаш қонуни; эҳтиёжларни тез ўсиб бориш қонуни; такрор ишлаб чиқариш қонуни; ишлаб чиқариш муносабатларини ишлаб чиқарувчи кучлар хусусияти ва ривожланиш даражасига мос келиши қонуни ва бошқалар:

Хусусий ёки даврий иқтисодий қонунлар - талаб қонуни; таклиф қонуни; қиймат қонуни;

Махсус ўзига хос иқтисодий қонунга - қўшимча қиймат қонуни киритилган.

Бу ерда биз иқтисодий қонунлар тўғрисида мунозара ва мулоҳазалар қилмаймиз, бу бизнинг мақсадга кирмайди.

Бу қонунлар ва уларни олимлар томонидан талқинини маълумот учун келтирмоқдамиз. Бизнинг фикримизча, бу масала аллақанча чигал ва мунозарали масала бўлиб, иқтисодчи олимлар томонидан чуқур ўрганишни, тадқиқот қилишни талаб қилади.

Энди бозор иқтисодиётининг қоидаларига тўхталиб ўтамиз.

Бозор иқтисодиётининг қоидаларига қуйидагиларни киритиш мумкин:

I. Бизнесни, тадбиркорлик фаолиятини иқтисодий, хўжалик

эркинлиги (шахсни, оилани, социал гурухни).

Бу эркинлик фаолиятни, ҳаётни барча қирраларига тегишли бўлиб уларга ўз хоҳиши билан ижтимоий ҳаётга иштирок этишини билдиради.

Бу қоида кишиларга бир томондан мулкчилик, иккинчи томондан тадбиркорликни конкрет ҳаётда амалга ошириш имкониятини беради.

Бозор иқтисодиётида эркинлик деганини абсалют эркинлик деб тушунмаслик керак. Эркинлик ҳар қандай иқтисодий тизимда энг аввало қонунлар, қоидалар, иқтисодий дастаклар орқали чегараланган. Шу сабабли бозор иқтисодиётининг иккинчи қоидаси:

II. Иқтисодиётни давлат томонидан тартибга солиш.

Лекин бозорни ўзи эмас бозор иқтисодиёти, бозор муносабатлари тартибга солиниб турилади.

Бозор эркинлиги доимо иқтисодий жавобгарлик ва тадбиркорлик, таваккалчилик билан боғлиқдир.

Бозор иқтисодиётини тартибга солиш иқтисодий дастаклар орқали яъни солиқ, молия, кредит, банк тизими, юридик қонунлар, баҳони чегаралаш, монополияни чегаралаш ҳисоботлар (бухгалтерия, статистика, тезкор) ва бошқалар орқали амалга оширилади.

Бозор иқтисодиёти ишлаб чиқариш баланс истеъмол ўртасидаги муносабатда истеъмол приматини, уни юқори туришини белгилайди. ҳамма истеъмолчини талабини қондириш учун (ишлайди) фаолият кўрсатади. Шу сабабли учинчи қоида:

III. Истеъмол примати.

Юқоридагилар билан бир қаторда бозор иқтисодиётида қуйидаги қоидалар ҳам амал қилади:

IV. Бозор шароитида баҳони шаклланиши.

V. Муомалани шартнома (контракт) асосида бўлиши.

VI. Молия ва пул муомаласи таъсири остида ишлаш.

VII. Иқтисодиётни очиқлиги. Тадбиркорлик ва ташқи алоқаларга ҳам тегишли, албатта чегараланган ҳолда.

VIII. Рақобат. Бозор иқтисодиёти рақобатсиз бўлмайди.

IX. Бозор муносабатлари иқтисодиётнинг барча қирраларига, бутун регионига тегишлидир. Бозор муносабатлари умумийдир.

Юқорида келтирилган қоидалардан келиб чиқиб бозор иқтисодиётини тўла ва сифатли шаклланиши учун зарурий шароитлар бўлиши керак. Ўандай шароитлар?

- I. Мулк муносабатларини ривожланишини (кўп мулкчиликни шаклланиши), уларни тенг ҳуқуқлилигини таъминлаш, ишлаб чиқарувчиларни нисбий иқтисодий мустақиллигига эришиши, улар мулкига ишлаб чиқариш воситаларига меҳнатининг натижасида эга бўлишлигини таъминлаши зарур.
- II. Маъмурий буйруқбозликдан кечиш, давлатнинг бозор субъектлари хўжалик фаолиятига аралашмаслигини таъминлаш. Уларнинг эркинлигини таъминлаш.
- III. Иқтисодиётнинг монополлашишига йўл қўймаслик. Табиий монополиялардан ташқари-транспорт, алоқа, электро таъминот, сув таъминоти, газ таъминоти кабилар.
- IV. Бозор инфраструктурасини мавжуд бўлишлиги (чакана ва улгуржи савдо шахобчалари, оммавий овқатланиш корхоналари, товар ва хом-ашё биржалари, валюта ва қимматли қоғозлар биржаси, меҳнат биржаси, тижорат банклари, ахборот таъминоти, ярмаркалар, аукционлар, божхона, реклама, солиқ инспекциялари кабилар).
- V. Бозор муносабатларини, бозор механизмининг ҳуқуқий таъминланиши.

Ўзбекистонда бозор иқтисодиётига ўтиш ўзига хос хусусиятларига эга бўлиб, ўз қоидаларига эгадир. Бу қоидалар қуйидагилардан иборат:

I. Иқтисодиётни сиёсатдан устун бўлиши, уни мафкурадан озод бўлишини таъминлаш.

II. Бозор муносабатларини шакллантиришда Давлатни бош ислохотчи бўлиши. Давлат томонидан амалга оширилиши, тартибга

солиниши. Ўзбекистон Республикаси бозор иқтисодиётини шаклланиши қуйидагича этапларида амалга оширилиб келинмоқда:

- 2.1. Маъмурий буйруқбозликни бартараф этиш.
- 2.2. Мулкчилик ислоҳотлари
- 2.3. Ўқуқий ислоҳотлар.
- 2.4. Инфраструктурани яратиш.
- 2.5. Эркинлаштириш кабилар.

III. Қонуннинг устуворлиги.

IV. Кучли ижтимоий сиёсатни олиб бориш.

V.

Бозор иқтисодиётига босқичма – босқич ўтиш.

Конкрет шароитида бозор 3 хил функцияни бажаради :

1. талаб ва таклифни мувофиқлаштириб бориш;
2. баҳони мувофиқлаштириш;
3. рақобат муҳитини яратиш орқали хўжалик субъектлари фаолияти самарадорлигини оширишга имконият яратиш.

Бозор муносабатлари натижасида:

- ишлаб чиқариш омиллари, ер, капитал ва меҳнат айрибошлаш объектига айланади;
- пул айрибошлаш воситаси ва айрибошлаш объектига ҳам айланади.

Бозор уч хил элементлардан иборат бўлади:

- таклиф
- талаб
- баҳо

Ушбу элементлар қаторида уларни католлизатори, доимий ҳаракатга келтирувчи омил сифатида рақобат туради.

2.1.3. Бозорнинг турлари.

Бозор жамият таркибидан, уни ривожлантирувчи омиллардан келиб чиқиб ҳар хил турланади.

I. Иқтисодий очиклиги нуқтаи назардан:

1.1. Эркин ёки очик (легал) бозор.

1.2. Соядаги ёки ёпиқ хуфёна бозор. Хуфёна бозор таркиби. 2.1.3.1.

Чизмада келтирилган.

II. Ишлаб чиқариш омиллари ва муомала объектларини нуқтаи назардан:

2.1. Табиий ресурслар бозори (ер, табиий бойликлар).

2.2. Капитал (молиявий) бозори; (пул, валюта, қимматли қоғозлар, акция, облигация, инвестиция).

2.3. Меҳнат бозори; (иш кучи, иш жойи).

2.4. Товарлар бозори; (ишлаб чиқариш воситалари, истеъмол товарлари)

2.5. Хизмат бозори;

2.6. Ахборотлар бозори;

2.7. Уй – жой иншоатлари бозори.

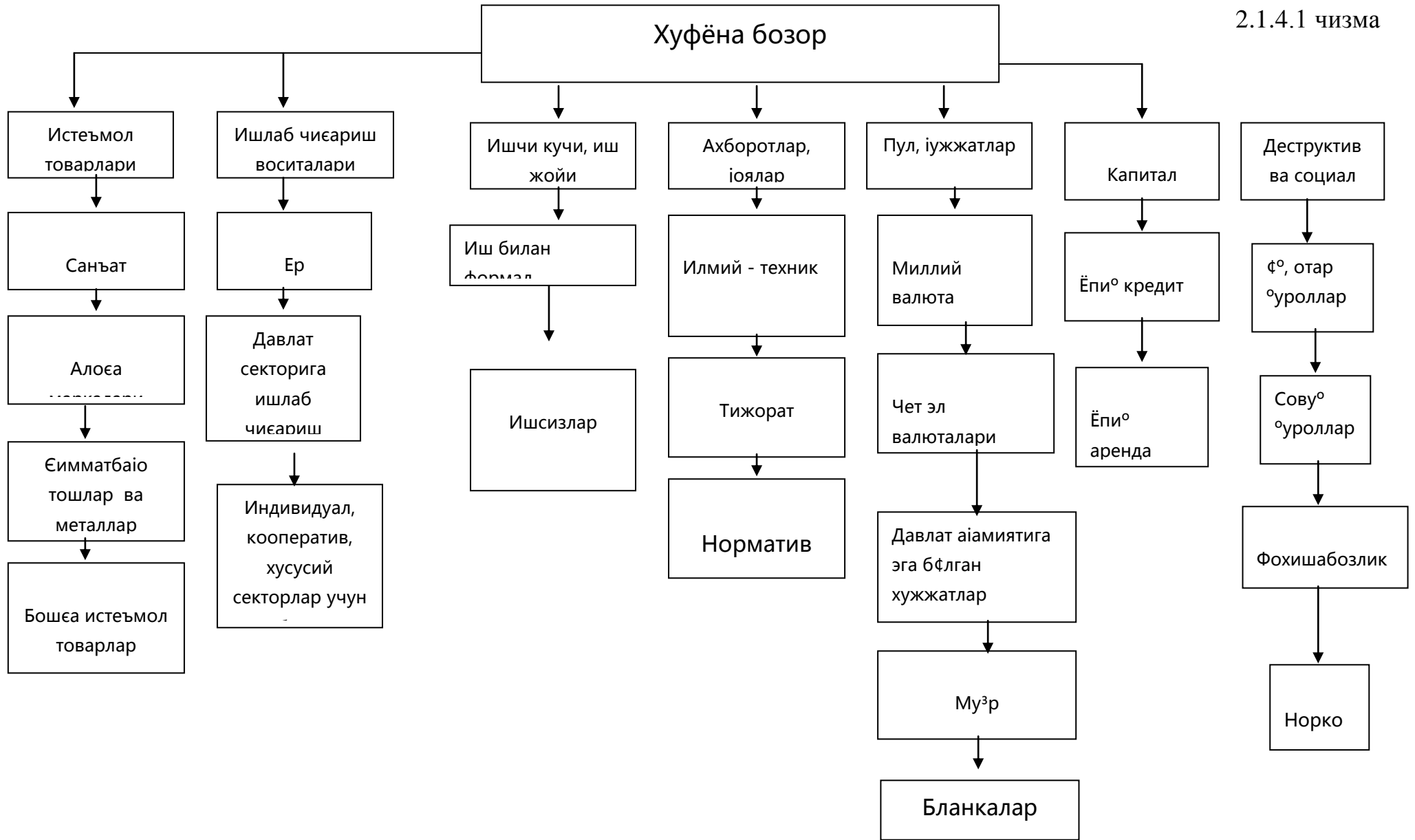
Бу умумлаштирилган ҳолдаги таркиб, булар яна таркибланади.

III. Географик жойлашиши нуқтаи назардан.

3.1. Халқаро, жаҳон бозорлар (жаҳон биржалари). (нефт, пахта, олтин ва х.к.)

3.2. Жойлардаги бозорлар (шахар, қишлоқ, маҳалла)

2.1.4.1 чизма



2.1.4 Бозорнинг субъектлари.

Жамиятда учта асосий иқтисодий субъектлар товар – пул муносабатларига асосан алоқа қилиб туради. Булар давлат, корхона ва уй (оила) хўжалигидир.

Буларнинг муносабатлари икки томонлама характерга эга бўлади. Давлат билан бозор субъектларининг муносабатлари асосан қонунлар, қонуний ҳужжатлар билан тартибга солинади, лекин хўжалик алоқалари (олди - сотди) шартномалар, келишувлар, давлат буюртмалари, контрактлар, давлат субсидиялари орқали амалга оширилади.

Бозор субъектлари (корхона, уй хўжалиги) нинг алоқалари, муносабатлари шартномалар асосида амалга оширилади.

Бозор тизимида иқтисодий субъектларнинг бир – бири билан олди – сотди муносабатларининг предметларини келтирамиз (2.1.4.2- чизма)

Хўжалик фаолияти ва хўжалик ишлари билан ҳар бир шахс, фуқаро қадимдан шуғулланиб келган. Улар ўз – ўзини таъминлаш масаласини ҳал қилиш билан шуғулланишади. Бундай хўжалик юритиш шаклига уй (оила) хўжалиги деб юритилади ва у жамиятнинг бирламчи, бошланғич бўғинидир.

Уларнинг белгиларига қуйидагиларни киритиш мумкин:

- ❖ шахсий эҳтиёжни қондириш. Улар ишлаб чиқарган нарсасини ўзи ёки оиласи истеъмол қилади, улар ишлаб чиқарувчи ва истеъмолчи ҳисобланадилар. ҳозирги замонда уй (оила) хўжаликлари ортиқча маҳсулотларини сотиш учун бозорга ҳам чиқади. Бундай ҳолларда оила хўжалик фаолиятидан қўшимча даромад манбаи сифатида фойдаланилади ва улар қисман жамиятни, бошқаларни эҳтиёжини қондириш учун хизмат қилган ҳисобланади. Бундай ҳолда уй хўжалигининг маҳсулоти товар шаклига айланади;
- ❖ улар фаолиятида шахсий мулкидан фойдаланилади (айрим ҳолларда кредит ёки ссудалардан фойдаланиши эҳтимолдан ҳоли

эмас);

- ❖ асосан ўз иш кучини ишлатишади, ёлланма ишчи кучидан фойдаланиши ҳам мумкин;
- ❖ фаолиятида ишлатиладиган барча ресурслардан самарали фойдаланишгача ва кўпроқ маҳсулот ишлаб чиқаришга интилишади;
- ❖ юридик шахс мақомига эга бўлмайди, уларга ҳокимиятдан рухсатнома олиш шарт эмас;
- ❖ фаолият юритишда мустақил қарорлар қабул қилади ва ниҳоят, улар ўз таваккалчилиги асосида иш юритади.

Жамиятнинг асосий бўғинини, ишлаб чиқариш ва хизматни бозор ва жамият учун амалга оширувчи, ўз хўжалик фаолиятини ўз эҳтиёжи (талаби) учун эмас, ташқи, бошқалар эҳтиёжини (талабини) қондиришга йўналтирувчи субъектлар бўлиб, корхоналар ҳисобланади.

Бозор субъектларининг олди – сотди предметлари

Бозор субъектлари	Сотиш предметлари	Сотиб оладиган предметлари
I. Давлат	Ер, ер ости бойликлари, сувлар, ҳаво бўшлиғи, ўсимликлар ва ҳайвонот дунёси, уй – жой, лицензия, давлат ташкилотлари ва муассасаларининг хизматлари	Давлат ва жамиятга зарур бўлган товарлар (давлат бошқарув органлари, мудофаа ва ҳоказолар), ишчи кучи, жиҳозлар, Фан – техника ютуқлари ва бошқалар
II. Корхона	Товарлар, хизматлар, ўзига тегишли моддий неъматлар, интеллектуал мулк	Ер, табиий бойликлар, моддий ресурслар, ишчи кучи, товарлар, хизматлар, қимматбаҳо қоғозлар
III. Уй (оила) хўжалиги	Ишчи кучи, (меҳнат), ўзига тегишли моддий неъматлар, товарлар, хизматлар.	Истеъмол товарлари, хизматлар, моддий неъматлар

Таянч иборалар: Товар, ижтимоий меҳнат тақсимоти, такрор ишлаб чиқариш, айрибошлаш, товар муомаласи, бозор иқтисодиёти, бозор, субъект.

Такрорлаш учун саволлар.

1. Товар деб нимага айтилади?
2. Ижтимоий меҳнат тақсимооти нимани англатади?
3. Такрор ишлаб чиқариш қандай фазалардан ташкил топади?
4. Бозорнинг таърифини айтинг?
5. Бозор қандай турларга бўлинади.
6. Бозор қандай функцияларни бажаради?
7. Бозорда қандай субъектлар иштирок этади?
8. Бозор қандай элементлардан иборат?
9. Бозор иқтисодиёти моҳиятини ёритиб беринг?
10. Бозор иқтисодиёти қандай қоидаларга асосланади?
11. Бозор иқтисодиётига ўтиш учун қандай шароитлар бўлиши керак?
12. Ўзбекистонда бозор иқтисодиётига ўтишни устувор йўналишлари?

2.2. Савдонинг моҳияти ва унинг бозор иқтисодиёти шароитида аҳамияти.

2.2.1. Савдонинг моҳияти, функциялари.

2.2.2. Савдонинг ижтимоий шакллари, ташкилий иқтисодий таснифи.

2.2.3. Савдони иқтисодиётда тутган ўрни.

2.2.4. Шахсий истеъмолни қондиришда савдонинг аҳамияти.

2.2.1. Савдонинг моҳияти, функциялари.

Савдонинг келиб чиқиши ижтимоий меҳнат тақсимооти натижасида товар ишлаб чиқаришни ва товар муомаласи, айрибошлашни вужудга келиши билан боғлиқ.

Тарихан савдони фойда олиш мақсадида моддий бойликларни қайта сотиш учун сотиб олиш деб тушунилган. Савдо жараёнини қуйидагича ифодалаш мумкин:

П – Т - П¹ ... Т – П¹ ...

Савдони товар айрибошлашни шакли (формаси) нуқтаи назардан каралса, савдонинг вазифаси макон ва замон жиҳатидан бир – биридан ажралиб турган ишлаб чиқарувчилар ва истеъмолчилар ўртасидаги алоқани боғлашдан иборат бўлган.

Савдо мустақил ижтимоий – иқтисодий функция бажариб, бошқа иқтисодий фаолият билан шуғулланувчи хўжалик тармоқлари катори унинг фаолиятида ҳам мулкдор (мулк эгаси), ёлланган хизматчилар, меҳнат, тадбиркорлик, фойда қабилар ўз аксини тарихан топган.

Савдо ишлаб чиқаришнинг биридан иккинчисига, иккинчисидан учинчисига ва ишлаб чиқарувчи қўлидан истеъмолчи қўлига маҳсулотларни етказиш вазифасини бажарган.

Савдо жараёнида маҳсулотлар товарга айланади. Чунки товар сотиш учун ишлаб чиқариладиган маҳсулотлардир.

Маҳсулот бирон – бир эҳтиёжни қондирмаса, яъни уни истеъмол қиймати зарурият топмаса, унинг қиймати қопланмайди ва уни ишлаб чиқарувчи инқирозга учраши эҳтимолдан узоқ бўлмайди.

Савдони шаклланиши инсоният тараққиёти тарихи билан чамбарчас боғлиқ. Ибтидоий жамиятда алоҳида қабилалар эҳтиёжидан келиб чиқиб маҳсулотлари билан айрибошлашган.

Бир вақтлар туз пул ролини ўйнаган. қайси қабилани тузи бўлса, ўшалар билан барча қолганлар маҳсулотини айрибошлашга қизиққан.

Савдони ривожланишида тилни билиш катта аҳамият тутганлиги сабабли қадимда бир – бирини тилини билмаганлар учун, сўзлашмай маҳсулот алмаштириш вужудга келган. Бошқа юрт ёки элдан келганлар маҳсулотини денгиз бўйига қўйиб узоқда кутган, ерликлар кейин келиб маҳсулот ёнига **олтин қўйиб кетиб, қараб туришган**, агар маъқул бўлса, маҳсулотни қолдириб, олтинни олиб кетган ёки яна юқоридаги жараёнида

биз ташқи савдони бирламчи бўлиб, вужудга келишини кўрамыз.

Бунга ўрта асрлардаги арабларнинг карвон савдоси типик мисол бўлиши мумкин (Буюк ипак йўли, биржалар). Биржаларни олсак, тарихдан пул, товар, фонд биржалари вужудга келган.

Биржа деганда доимий ишлаб турувчи (ҳар куни), ўхшаш турлар бўлган товарлар бозорига тушунилади. Товарлар бирлиги келтирилмайди, уларни эталони намойиш қилинади. Масалан XVII аср Амстердам акция биржаси, Ливерпул пахта биржаси, Липецг китоб биржаси, Прага шакар биржаси, Прага шакар биржаси Нью – Йорк керосин, пахта, кўмир, темир биржалари.

Шундай қилиб, савдо тарихдан ишлаб чиқарувчилар билан истеъмолчилар алоқаларини қондиришга катта хисса қўшган. Улар йўл алоқаларини такомиллаштириш ва пул – кредит муносабатларини ривожлантиришга ҳам ўз хиссасини қўшган.

Юқорида келтирилган мисоллардан келиб чиқсак, ички ва ташқи савдо ривожланиши жараёнида бирламчи ўрин улгуржи савдога таалукли. Иккиламчи бўлиб чакана савдо бошланган.

Савдога қандай таъриф бериш мумкин?

Бунинг учун савдонинг қандай хусусиятлари борлигини аниқлаб олиш керак.

Савдонинг хусусиятлари:

1. савдо – бу товар айрибошлаш, олди – сотдини шакли;
2. савдо – бу товарларни ишлаб чиқарувчилардан шахсий истеъмолчиларга етказиш;
3. савдо – бу товарларни қишлоқдан – қишлоққа, шаҳардан – шаҳарга, ҳудуддан – ҳудудга, давлатдан – давлатга етказиб бериш жараёнидир;
4. савдо – сотувчи билан сотиб олувчи ўртасидаги иқтисодий муносабатдир;
5. савдо – иқтисодиётнинг (халқ хўжалигининг) хўжалик юритувчи

субъекти, тармоғи;

6. савдо – бозор элементлари (таклиф, талаб ва баҳо) намоён бўладиган жараён.

7. савдо – хизматнинг алоҳида тури бўлиб у **бир томондан** ишлаб чиқарувчиларга хизмат қилади, **иккинчи томондан** истеъмолчиларга, **учунчи томондан** Давлатга хизмат қилади ва **тўртинчидан** у бошқа иқтисодиёт тармоқлари ва соҳаларига ҳам хизмат кўрсатади, уларни хизматларидан истеъмолчи сифатида фойдаланади ва улар билан алоқада бўлади.

Савдо – биринчидан, товарларни сотиш билан боғлиқ бўлган хўжалик алоқалар ва товар айрибошлаш жараёнида вужудга келадиган иқтисодий муносабатларни англатади;

- иккинчидан, иқтисодиёт тармоғи сифатида ижтимоий меҳнат тақсимоти натижасида мустақиллашган савдо корхоналари мажмуасидир.

Савдонинг моҳияти (таърифи)дан келиб чиқиб, унинг бажарадиган функцияларини аниқлаш зарур.

Савдо – ўз моҳиятидан келиб чиқиб қуйидаги ижтимоий – иқтисодий функцияларни бажаради:

Биринчидан, товар айрибошлаш шакли сифатида товарлар қийматини айрибошлаш;

Иккинчидан, иқтисодиёт тармоғи сифатида товарларни ишлаб чиқишдан истеъмолчиларга етказиш.

Биринчи функция натижасида товарларни қиймати сотилади, унга сарф қилинган ижтимоий меҳнат қопланади ва қўшимча қиймат вужудга келади.

Иккинчи функция натижасида товарларни истеъмол қиймати истеъмолчиларга етказилади, истеъмолчилар томонидан тан олинади, сотилади ва мулк шакли ўзгаради.

Амалий нуқтаи назардан истеъмол товарларини тақсимоти тугайди.

Савдо ижтимоий – иқтисодий функцияларни бажариш билан бир

каторда ташкилий – иқтисодий, техник – технологик функцияларни ҳам бажаради.

Ташкилий – иқтисодий функциялар:

1. Таклифни имкониятларини ўрганиш;
2. Талаб ва эҳтиёжни ўрганиш;
3. Баҳони шакллантириш;
4. Товарлар рекламасини ташкил қилиш;
5. Шартномалар тузиш ва буюртмалар бериш;
6. Истеъмолчиларга хизмат кўрсатиш.

Техник – технологик функциялар:

1. Товарларни ишлаб чиқаришдан истеъмолчиларга етказишни ташкил қилиш (транспорт корхоналари билан алоқа ўрнатиш, товарларни сон ва сифати бўйича қабул қилиш ва ҳ.к.)
2. Товарларни сақлаш;
3. Товарларни қадоқлаш;
4. Товарларни транспорт воситаларига юклаш, тушуриш.

2.2.2. Савдонинг ижтимоий шакллари, ташкилий иқтисодий таснифи.

Бозор иқтисодиёти шароитида савдонинг ижтимоий шакллари ва ташкилий – иқтисодий таснифи тубдан ўзгарди. Собиқ иттифоқ даврида республикада давлат савдоси, кооператив савдо ва колхоз бозори мавжуд бўлган бўлса, ҳозирги кунда мул муносабатлари ўзгариши, дицентрализация жараёни амалга ошганлиги муносабати билан давлат савдоси бутунлай хусусийлаштирилиб, унинг умумий товар айланишдаги ҳиссаси 1 % гача миқдорга қисқартирилди. ҳудди шундай кооператив савдо ҳам хусусийлаштирилди, уни ҳиссаси 9 % атрофида. Колхоз бозори бутунлай барҳам топди, уни ўрнига деҳқон бозорлари шаклланди.

Савдонинг бутунлай янги шакли, яъни хусусий савдо вужудга келди,

шундай қилиб савдонинг мулкый шакллари бутунлай янгиланди, нодавлат сектор шаклланди.

Савдода вертикал бошқарув тизими бутунлай барҳам топди. Баҳолар эркинлаштирилди. Хўжалик алоқалари бозор иқтисодиётига мослаштирилди.

Ташкилий тузилмалар бутунлай янги таркибда тузилди.

Вазирлик ва бошқармалар йўқ қилинди. Акционерлик жамиятлари, компаниялар, хусусий фирмалар, якка тартибдаги савдо шахобчалари вужудга келди.

Матлубот кооперацияси тизимида матлубот таъминот – савдо акционер компаниялари ташкил қилинди. Туманларда эса, туман матлуботсавдо ишлаб чиқаришса савдо кооперативлари ташкиллаштирилди.

2.2.3. Савдонинг иқтисодиётда тутган ўрни.

Савдонинг иқтисодиётда тутган ўрни, аҳамияти, савдонинг хусусиятлари, бажарадиган функцияларидан келиб чиқади.

Савдо аҳоли ҳаётини таъминлайдиган алоҳида соҳа бўлиб ҳисобланади. Уни иштирокида ишлаб чиқарилган товарлар истеъмолчилар томонидан ижтимоий тан олинади, товар таклифи билан истеъмолчилар талаби келиштирилади.

Товар таклифи билан истеъмолчилар талабини келиштириш орқали савдо ишлаб чиқаришга фаол таъсир қилади, у ишлаб чиқариш ҳажмини ва таркибини (ассортиментини) белгилашга таъсир қилади.

Савдонинг ишлаб чиқариш билан алоқаси – уларни хўжалик алоқалари, тижорий ишлар орқали амалга ошади.

Жамиятда савдо корхонасисиз ишлаб чиқарилган истеъмол товарлар истеъмолчиларга етиб бормайди.

Такрор ишлаб чиқариш жараёнини қайтарилиб туришига савдо реал

иқтисодий имкониятлар яратади. ҳар қандай ишлаб чиқарувчи хўжалик субъектлари ўзи ишлаб чиқарган товарини сотилишини таъминлаш шарт, акс ҳолда унинг фаолияти тўхтатиб қолиши мумкин. Савдо корхоналари ишлаб чиқарувчиларга ўз харажатларини қоплаш ва тегишли даромад олиш имкониятини яратади.

Савдо ушбу вазифаларни бажариш орқали ишлаб чиқарувчиларга хизмат қилади.

Ишлаб чиқарувчилар тўғридан – тўғри истеъмолчиларни (бу ерда аҳоли назарда тутилмоқда) ўз товарлари билан таъминлаш имкониятига эга эмас ва уни бажара олмайди. Шу билан бирга савдо ишлаб чиқарувчиларни вақтни тежайди ва такрор ишлаб чиқаришни тезлаштиради.

Худди шундай савдо халқ хўжалигининг бошқа тармоқлари билан ҳам алоқада бўлади. Савдо тақсимотини реал ҳолда амалга ошишини таъминлайди.

Савдо – пул, кредит, молия тизимини мувофиқлаштирилиши жараёнини намоён бўлишига таъсир қилади (пул эмиссияси, касса режаларини бошқариши, инфляция, миллий даромадни шаклланиши) ва ҳ.к

2.2.4. Шахсий истеъмолни қондиришда савдонинг аҳамияти.

Савдонинг асосий вазифаларидан бири истеъмолчиларга хизмат қилиш бўлиб ҳисобланади.

Истеъмол такрор ишлаб чиқариш жараёнининг тўртинчи ва охириги фазаси. У маҳсулотларнинг ҳаракатини охириги босқичи.

Истеъмолда (ишлаб чиқариш ва шахсий) товарларни истеъмол қиймати намоён бўлади, тан олинади.

Савдонинг шахсий истеъмол билан алоқаси аҳолининг истеъмол товарларига эҳтиёжини қондириш амалга ошади.

Савдода алоҳида шахс ёки истеъмолчилар гуруҳи учун мос келадиган товарлари истеъмол ассортименти шаклланади. Узлуксиз савдо амалга оширилади, яъни талабни узлуксиз қондириб бориш жараёни таъминланади.

Шахсий истеъмол орқали инсоният ишчи кучини такрор (қайта) ишлаб чиқаради. Бу эса ишлаб чиқаришни ривожлантиришга манфаат туғдиради, чунки ҳар қандай тармоқ ишчи кучи билан узлуксиз таъминланиши зарур.

Савдода эҳтиёжни шакллантириш орқали истеъмол таркибига, аҳолининг умр ва яшаш даражасини оширишга бевосита ва билвосита таъсир кўрсатади. Масалан, товарларни реклама қилиш орқали (товарларнинг истеъмол функцияси, сифати, баҳоси ва ҳ.к.) аҳоли эҳтиёжини шақллантириш. Реклама, ҳар хил турдаги савдо шахобчаларини ташкил қилиш (элита ёки арзон баҳодаги савдо шахобчалари ташкил қилиш каби) орқали аҳолининг ижтимоий-иқтисодий гуруҳлари орасида истеъмол даражаси ва таркибини тартибга солишдек мураккаб вазифани амалга оширади.

Савдо ҳар хил фойдали маслаҳатлар бериш орқали оқилона истеъмолни шакллантиради. Бу эса аҳолининг ҳаётини ва истеъмол даражасини ортишига олиб келади.

Савдо шахобчаларида прогрессив савдо технологияларини жорий этиш, харидорларга зарурий шарт-шароитлар яратиш билан аҳолининг товар сотиб олиш харажатларини (товар сотиб олишга ва истеъмол учун сарфланган меҳнат ва моддий харажатлар), товар сотиб олишга сарфланган вақтини тежашга ижобий таъсир қилади. Аҳолининг бўш вақти эса жамиятнинг бойлиги, унинг тараққиёти учун асосий омиллардан бири бўлиб ҳисобланади. Савдода аҳолини вақтини тежашга имконият яратиш орқали уларни бўш вақтларини оширади.

Таянч иборалар: Савдо, пул, товар, товар айрибошлаш, функция.

Такрорлаш учун саволлар.

1. Савдо нима?
2. Пулнинг вужудга келиши?
3. Савдонинг функциялари?
4. Савдонинг ижтимоий шакллари?
5. Савдонинг аҳамияти?
6. Шахсий истеъмолни қондиришда савдо қандай аҳамиятга эга?

3 - боб. Тадбиркорлик фаолиятининг ҳуқуқий - иқтисодий асослари.

3.1. Тадбиркорлик фаолиятининг моҳияти ва аҳамияти.

- 3.2. Тадбиркорлик фаолиятининг ҳуқуқий ва иқтисодий асослари.
- 3.3. Тадбиркорликни қўллаб қувватлаш йўналишлари.
- 3.4. Тадбиркорлик фаолияти самарадорлиги мезони ва кўрсаткичлари.

3.1. Тадбиркорлик фаолиятининг моҳияти ва аҳамияти.

Иқтисодиёт ҳар хил фаолиятлар мажмуаси бўлиб, унинг натижасида моддий бойликлар яратилиб истеъмолчига етказилади.

Иқтисодиётни ҳаракатга келтирувчи воситалар «ер – капитал – меҳнат ва тадбиркорлик».

Тадбиркорлик нима? қандай шароитлар уни вужудга келтирган?

Ушбу шароитларга қуйидагиларни киритиш мумкин:

- ❖ ҳар бир айрибошлаш қатнашувчисини ўз манфаатига (бирламчи иқтисодий манфаатини) эришишга интилиши, иккинчи томон манфаатидан қатъий назар;
- ❖ айрибошлашда шахсий ёки жамоа ташаббусини олға суриш;
- ❖ фойдали алмашувга эришиш учун шахсий ёки жамоа таваккалчилигига тайёрлигини ҳаракатга солиш;
- ❖ ҳар бир қатнашувчи фойдали натижага эришиш учун конкрет чора тадбирларни ишлаб чиқариш қобилиятини ишга солиши;
- ❖ эҳтимол ёки ҳақиқий натижаларни табақалаштириш қобилиятини ишлатиши. Ушбу аломатлар (белгилар) ҳозирги замон бизнесида ҳам намоён бўлмоқда.

Адабиётларда, оддий ҳаётда ҳар хил терминлар учрайди. Булар бизнесмен, ишбилармон, тадбиркор, бизнес, тадбиркорлик кабилар. Бизнесмен, ишбилармон, тадбиркор деганда, биз қандайдир фаолият билан шуғулланаётган шахсни тушунишимиз керак.

Яр қандай бизнесмен ўз қобилияти нуқтаи назардан тадбиркор (ишбилармон) бўла олмайди.

Тадбиркор ва ишбилармон терминлари (сўз) синонимдир. Бизнес – бу

сўзма – сўз иш ёки фаолиятни билдиради. Хўжалик юритиш нуктаи назардан «Бизнес» - иқтисодий фаолият, иш олиб бориш тизими ёки фаолият юритиш тизими бўлиб, унда товар ёки хизмат ишлаб чиқаришни ташкил қилиш, уларни сотиш, ишлаб чиқариш омиллари эгаси томонидан амалга оширилади. (адабиётларда бошқа таърифлар жуда кўп)

Тадбиркорлик – бу иқтисодий феномен, бизнесни категорияси. Бизнес билан тадбиркорлик синоним эмас, лекин яқин тушунчалардир. Бизнес кенгрок.

Тадбиркорлик – бизнесни динамик ёки актив (фаол) элементи, хўжалик ютириш шакли. Тадбиркорлик – фуқарони ёки фуқароларнинг мустақил, ташаббусли фаолияти бўлиб, ушбу фаолиятни улар фойда олиш мақсадида ўзининг таваккалчилиги ва моддий жавобгарлиги асосида амалга оширади.

Бошқа сўз билан айтганда, тадбиркорлик – иқтисодиётни инсон омили, унинг интеллектуал фаолияти орқали фўқаро ёки фуқароларни ўз мақсадларига эришиш учун хўжалик юритиш ёки бошқа фаолиятдир.

Тадбиркорликни мазмуни биз юқорида келтирган тушунчалардан келиб чиқади.

Ўзбекистон Республикасининг «Тадбиркорлик тўғрисида»ги қонунида (1991 йил 15 феврал) «Тадбиркорлик – мулкчилик субъектининг фойда олиш мақсадида таваккал қилиб ва мулккий жавобгарлиги асосида, амалдаги қонунлар доирасида ташаббус билан иқтисодий фаолият кўрсатишдир» деб таъриф берилган.

Ўзбекистон Республикасида тадбиркорлик:

- ❖ тадбиркорнинг шахсий мол – мулки асосида;
- ❖ тадбиркорнинг бошқа фуқаролар ва юридик шахслар, шу жумладан ажнабий фуқаролар ҳамда юридик шахсларнинг мол – мулкларини турли шаклларда жалб этиш асосида;
- ❖ тадбиркорнинг давлат ва жамоат ташкилотлари мол – мулкларидан фойдаланиши асосида;

- ❖ юқорида қайд этилган шаклларни қўшиб олиб бориш асосида амалга оширилади.

Тадбиркорлик – бу даромад олиш мақсадида ишлаб чиқаришни ташкил қилиш ва тайёрланган маҳсулотни сотиш ва аҳолига хизмат кўрсатиш ҳамда олди – сотди билан шуғулланадиган кишилар фаолияти, яъни фойда олиш борасидаги ҳаракат (фаолият) тушунилади. Уни «Хуфёна» ва «Маданий» шакллари мавжуд.

«Хуфёна»си давлатдан яширин фаолият олиб борувчи, чайқовчилик, юлғунчилик, харидорлар ҳақига хиёнат ва ва ҳ.к.о.

«Маданий»си – умуминсоний фазилатлардан ташқари қуйидаги хусусиятларга эга бўлиши керак:

- ташаббускорлик ва имкониятларни излаш;
- таваккалчилик;
- бозорни (конюктурасини) ўрганиш;
- ўз кучига ишониш.

Савдода тадбиркорлик ўзига хос хусусиятларга эга. Уларга қуйидагиларни киритиш мумкин.

Биринчидан, савдони бажарадиган функцияларидан келиб чиқиб, бошқа тармоқ ва соҳалардаги тадбиркорлардан фарқли функциялар бажаради.

Иккинчидан, савдонинг хўжалик механизmidан келиб чиқиб, унинг таркиби, бошқарилиши хўжалик алоқалари, молиявий ресурсларни шаклланиши, даромад манбалари ва харажатлари шаклланиши кабиларда савдодаги тадбиркорлик бошқалардан кескин фарқ қилади.

Учунчидан, меҳнат жараёни ҳам ўз хусусиятларига эга.

Тўртинчидан, савдодаги тадбиркор бир томонда ишлаб чиқарувчилар, таъминотчилар билан, иккинчи томонда юзлаб ва минглаб харидорлар билан муносабатда бўлади, шу сабабли уларни касбий маҳорати, психологияси, ўзгача шаклланади.

Тадбиркорликнинг умумий қоидалари.

Қонун билан таъқиқланмайдиган ҳар қандай тадбиркорлик фаолиятини амалга оширишда тадбиркорнинг ўзига тегишли бўлган мол – мулкдан фойдаланиш эркинлиги;

- тадбиркорликнинг барча турдаги ишлаб чиқариш хўжалик фаолиятини юритишда, мулк шаклларида қатъий назар, қонун олдида тенг ҳуқуқлилиги;

- тадбиркорликни амалга ошириш ва ходимлар ёллашнинг ихтиёрийлиги;

Даромад олишнинг манбалари ва усуллари қандай бўлишидан қатъий назар, солиқ идоралари ҳузурида ҳисоб беришнинг асослов (декларатив) шакли, тадбиркорликнинг даромадларини яшириб қолганлиги (пасайтириб кўрсатганлиги) учун Ўзбекистон Республикаси қонунларига асосан мулкий жавобгарлиги.

Тадбиркорликнинг субъектлари

Қуйидагилар тадбиркорликнинг субъекти бўлиши мумкин:

- қонунда белгиланган тартибда муомалага лаёқати чекланмаган Ўзбекистон Республикасининг фуқароси;

- фуқаролар гуруҳи (шериклар), шу жумладан давлат, кооператив ва бошқа корхоналарнинг меҳнат жамоаси – жамоа тадбиркорлиги;

- Ўзбекистон Республикаси қонунларида кўзда тутилган ваколатлар доирасида бошқа ажнабий давлатларнинг фуқаролари ёки юридик шахслари, шунингдек фуқаролиги бўлмаган шахслар;

- аралаш мулк субъектлари.

Тадбиркорлик шакллари.

Тадбиркорлик иштирокчилари нуқтаи назарда қуйидаги шаклларда амалга оширилади:

❖ яқка тартибдаги меҳнат фаолияти асосида (яқка тартибда);

- ❖ ёлланма меҳнатни жалб этиш асосида амалга ошириладиган хусусий тадбиркорлик (хусусий);
- ❖ бир гуруҳ фуқаролар ва юридик шахслар томонидан амалга ошириладиган жамоа ёки ҳамкорликдаги тадбиркорлик(ширкат ёки гуруҳий).

Тадбиркорликнинг турлари:

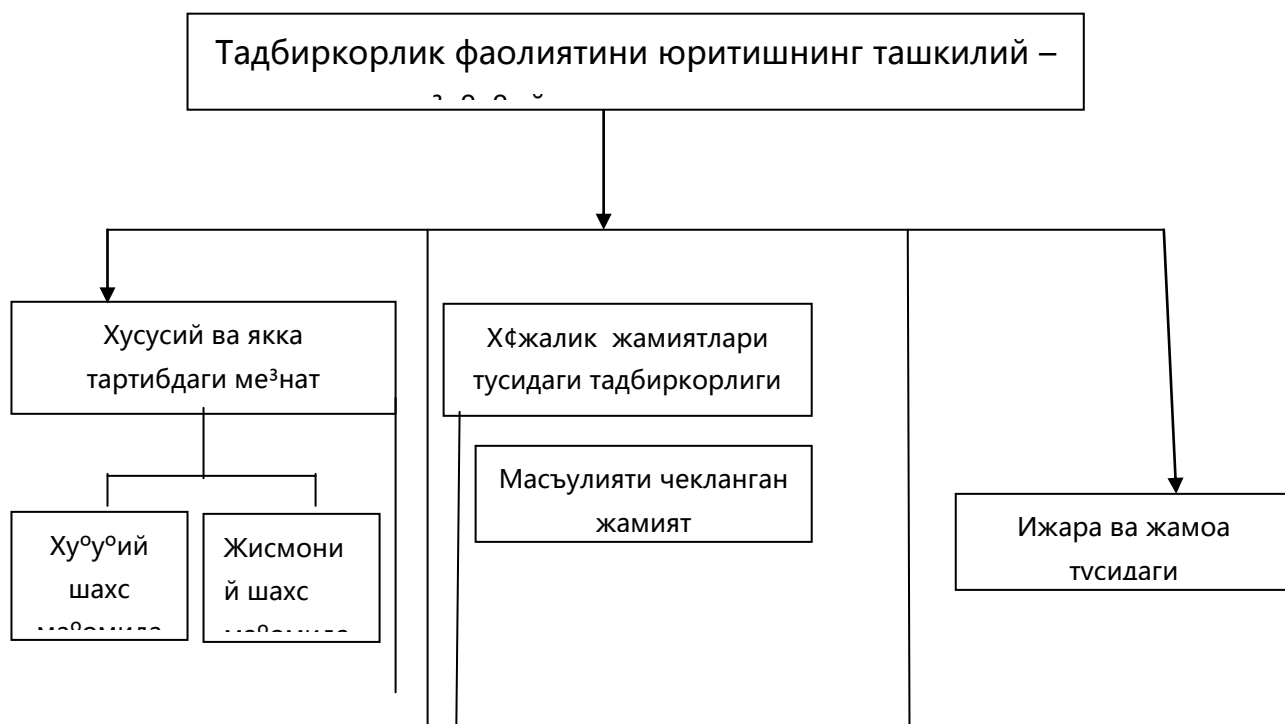
1. Ишлаб чиқариш
2. Хизмат
3. Инновацион
4. Тижорат
5. Молиявий

Тадбиркорликнинг функциялари:

1. Ишлаб чиқариш
2. Маркетинг
3. Моддий-техника таъминот
4. Кадрлар билан шуғулланиш
5. Молия ва ҳисобот

Тадбиркорликни ташкилий- ҳуқуқий шакллари қуйидаги 3.1.1 чизмада келтирилган.

3.1.1 чизма





3.2. Тадбиркорлик фаолиятининг ҳуқуқий - иқтисодий асослари.

Тадбиркорликнинг ҳуқуқий асосини Ўзбекистон Республикасида қабул қилинган қонунлар ва бошқа қонуний ҳужжатлар белгилайди. Булар жумласига қуйидагиларни киритиш мумкин:

- ❖ Ўзбекистон Республикасидаги корхоналар тўғрисидаги қонун.
- ❖ Товар ишлаб чиқарувчи ва тадбиркорлар палатаси тўғрисида Ўзбекистон Республикасининг 1997 йил, 24 апрел қонуни

Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг ахборотномаси.
1997 йил 4- 5 сон.

- ❖ Ўзбекистон Республикасида тадбиркорлик тўғрисидаги қонуни.
- ❖ Ўзбекистон Республикаси «Кичик ва хусусий тадбиркорликни ривожлантириш тўғрисида» ги қонуни.
- ❖ Ўзбекистон Республикасининг «Тадбиркорлик ва тадбиркорлар фаолиятининг кафолатлари тўғрисида»ги қонуни.
- ❖ Ўзбекистон Республикаси кичик корхоналар тўғрисида Низом.
- ❖ Ўзбекистон Республикаси хусусий тадбиркорлик тўғрисида Низом.
- ❖ Кичик ва ўрта тадбиркорликни ривожлантиришни рағбатлантириш механизмини такомиллаштириш. (Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 1998 й., 27 май 232 – сонли қарори).

Тадбиркорнинг ҳуқуқлари

Бир бир фуқаро (бир гуруҳ фуқаролар) хўжалик юритувчи бошқа субъектлар билан тенг асосларда:

- ❖ Ўзбекистон Республикаси қонунларида белгиланган шартларга риоя қилган ҳолда корхоналар ва ташкилотларни вужудга келтириш, таъсис этиш, сотиб олиш ва қайта тузиш йўли билан тадбиркорлик фаолиятини бошлаш ва давом эттириш;
- ❖ тадбиркор турли даражада мулкый жавобгар бўладиган ўз тадбиркорлик ташкилотини таъсис этиш;
- ❖ бу фаолиятни бажариш учун бошқа юридик шахслар ва жисмоний шахсларнинг мол–мулкани ҳамда пул маблағларини ихтиёрий асосларда жалб этиш;
- ❖ ходимларни мустақил ёллаш ва ишдан бўшатиш;
- ❖ тадбиркорликдан солиқ солинадиган чекланмаган миқдорда

даромад орттириш;

- ❖ ижтимоий таъминланиш ва ижтимоий суғурта қилиниш ҳуқуқларига эга.

Тадбиркорнинг мажбуриятлари

Тадбиркор:

- ❖ амалдаги қонунлардан ҳамда ўзи тузган битимлардан келиб чиқадиган барча мажбуриятларни бажариши;
- ❖ ёлланиб ишлаётган ходимлар билан Ўзбекистон Республикаси қонунларига мувофиқ меҳнат шартномалари (битимлар) тузиш;
- ❖ ишга жалб этилган барча ходимлар билан тузилган битимга мувофиқ корхонанинг молиявий аҳволидан қатъий назар, тўла ҳисоб – китоб қилиши;
- ❖ ёлланиб ишлаётган ходимларни ижтимоий ва тиббий суғурта қилиши;
- ❖ қонунларга мувофиқ махсус билим ва кўникма талаб қилинадиган ишга фақатгина зарур тайёргарликка эга, касбкори жиҳатидан яроқли ва тегишли маълумотга эга бўлган шахсларнигина жалб этиши шарт.

Тадбиркорнинг масъулияти

Солиқ ва кредит мажбуриятларининг, тузилган битимларнинг ижроси, бошқа субъектларнинг мулкӣ ҳуқуқларини бузганлиги, бехатар меҳнат шароитларига риоя этмаслиги, етказиб берганлиги, атроф–муҳитга зарар етказганлиги, яккаҳокимликка қарши қонунларни бузганлиги учун, тадбиркор ўз мол – мулки доирасида амалдаги қонунларга мувофиқ жавобгар бўлади.

Хўжалик шартномаси тушунчаси

Тарафлардан бири шартлашилган муддатда тадбиркорлик фаолияти

соҳасида товарларни бериш, ишларни бажариш ёки хизматлар кўрсатиш мажбуриятларини оладиган, иккинчи тараф эса товарларни, ишларни, хизматларни қабул қилиб олиш ва уларнинг ҳақини тўлаш мажбуриятини оладиган келишув хўжалик шартномаси дейилади.

Тадбиркорлик фаолияти соҳасидаги шартномавий муносабатларнинг асосий принциплари

Тадбиркорлик фаолияти соҳасидаги шартномавий муносабатларнинг асосий принциплари қуйидагилардан иборат:

- ❖ хўжалик шартномаларининг тузишнинг эркинлиги;
- ❖ тарафларнинг ўзаро манфаатдорлиги;
- ❖ шартнома интизомига риоя этиш;
- ❖ тарафларнинг ўзаро мулкӣ жавобгарлиги.

Кичик ва хусусий тадбиркорлик субъектлари

қуйидагилар кичик тадбиркорлик субъектлари ҳисобланади:

- ❖ мулк шаклидан қатъий назар, ишлаб чиқариш тармоқларида банд бўладиган ходимларнинг ўртача йиллик сони ўн кишигача, савдо, хизмат кўрсатиш ва ноишлаб чиқариш соҳасининг бошқа тармоқларида – беш кишигача бўлган микрофирмалар;
- ❖ мулк шаклидан қатъий назар, саноат соҳасида банд бўлган ходимларнинг ўртача йиллик сони қирқ кишигача, қурилиш, қишлоқ хўжалиги ва бошқа ишлаб чиқариш тармоқларида – йигирма кишигача, фан, илмий хизмат кўрсатиш, чакана савдо ва ноишлаб чиқариш соҳасининг бошқа тармоқларида – ўн кишигача бўлган кичик корхоналар.

Ишловчиларнинг белгилаб қўйилган сонини ҳисобот даврида оширишга қонун ҳужжатларида назарда тутилган тартибда шартларда йўл қўйилади.

Ўзининг ёки бошқа шахсларнинг жалб этилган мол – мулки асосида, ўз меҳнати ёки ёлланган меҳнатни қўлланиш воситасида, таваккал қилиб, ва мулкӣ жавобгарликни зиммасига олиб, товар ишлаб чиқариш ва хизматлар

кўрсатишга, фойда ошираётган юридик шахслар хусусий тадбиркорлик субъектлари ҳисобланадилар.

Юридик шахсни тузмасдан туриб тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланадиган жисмоний шахслар ҳам кичик ва хусусий тадбиркорлик субъектлари ҳисобланадилар.

Тадбиркорликнинг иқтисодий асосларини бозор иқтисодиётининг хусусиятларидан излаш керак.

Биринчидан, хусусий мулкни вужудга келиши. Мулкдорни ҳуқуқлари:

1. Ўзлаштириш
2. Эгалик қилиш
3. Бошқариш
4. Фойдаланиш

Хусусий мулкчилик иқтисодий фикрлашда эркинликни вужудга келтиради, тадбиркорлик руҳини ривожлантиради, рақобатга олиб келади.

Иккинчидан, бозор иқтисодиёти принциплари (қоидалари)ни ҳаётга тадбиқ этилиши. Ушбу қоидалар қуйидагилардан иборат:

1. Бизнес, тадбиркорлик фаолиятини иқтисодий, хўжалик эркинлиги.
2. Давлат томонидан тартибга солиш.
3. Истеъмол примати.
4. Баҳони бозорда шаклланиши
5. Муаммоларни шартнома (контракт) асосида бўлиши
6. Иқтисодиётни очиқлиги.
7. Рақобат.
8. Молия ва пул муомаласи таъсири остида ишлаш.
9. Бозорни умумийлиги.

Учунчидан, объектив иқтисодий қонунларни жамиятдаги ҳаракати (қиймат қонуни, талаб ва таклиф қонуни ва бошқалар).

Бу қонунларнинг талаблари тадбиркорликни ривожланишига иқтисодий шарт – шароитлар яратади.

Тўртинчидан, тадбиркорликни тартибга солиш механизми.

Тадбиркорлик давлат томонидан қуйидаги йўналишлар орқали тартибга солинади:

- ❖ солиқ, молия – кредит тизими (солиқ ҳажми, кредит %),
- ❖ солиқ имтиёзи;
- ❖ баҳони шакллантириш қондаси;
- ❖ мақсадли дотация;
- ❖ иқтисодий санкциялар миқдори;
- ❖ давлат нарсалари (имущества) сотиш предметлари;
- ❖ давлат резервлари;
- ❖ лицензия;
- ❖ ижтимоий, экологик нормалар, нормативлар;
- ❖ илмий – техник, иқтисодий, ижтимоий, республикавий ва худудий дастурлар, (тадбиркорликни ривожлантириш бўйича);
- ❖ давлат эҳтиёжларини қондириш учун шартномалар тузиш.

3.3. Тадбиркорликни қўллаб қувватлаш йўналишлари.

Тадбиркорликни кафолатлари ва давлат томонидан қўллаб қувватлаш йўналишлари Ўзбекистон Республикаси қонунлари ва бошқа қонун ҳужжатларида белгилаб қўйилган.

Кичик ва хусусий тадбиркорликни кафолатлари ва давлат томонидан қўллаб қувватлашни йўналишларини қуйида келтирамыз.

I. Ўзбекистон Республикасида кичик ва хусусий тадбиркорлик субъектлари ҳуқуқлари ва манфатларининг қуйидаги кафолатлари мавжуд.

Давлат кичик ва хусусий тадбиркорлик субъектларининг ҳуқуқлари ҳамда қонуний манфаатларига риоя этилишини кафолатлайди, эркин рақобат учун шарт – шароит яратади, моддий, молиявий, меҳнатга оид ва бошқа ресурслардан фойдаланишда тенг имкониятларни таъминлайди.

Кичик ва хусусий тадбиркорлик субъектлари хўжалик ва бошқа фаолиятни амалга оширишда ўз ташаббуси билан қонун ҳужжатларига зид бўлмаган ҳар қандай қарор қабул қилиш мумкин.

Кичик ва хусусий тадбиркорлик субъектлари фаолиятининг хизмат ёки тижорат сири бўлмаган ахборотларнинг ҳимоя қилиниши кафолатланади. Давлат органлари ва бошқа органларнинг улардаги мансабдор шахслар ва ходимларнинг қонун ҳужжатларида назарда тутилган ҳолларни истисно этганда, кичик ва хусусий тадбиркорлик субъектлари фаолиятига аралашуви ман этилади.

II. Кичик ва хусусий тадбиркорликни ривожлантиришни давлат томонидан рағбатлантиришнинг асосий йўналишларига:

2.1. Кичик ва хусусий тадбиркорликни шакллантириш, ривожлантириш жараёнларини тартибга солиш ва рағбатлантириш давлат томонидан норматив – ҳуқуқий асосини такомиллаштириш, инфраструктурани шакллантириш ҳамда кичик ва хусусий тадбиркорлик субъектлари фаолияти учун шарт – шароит яратиш асосида иқтисодий таъсир кўрсатиш йўли билан амалга оширилади.

2.2. Маҳаллий давлат ҳокимияти органлари ўз ваколатлари доирасида:

2.2.1. Кичик ва хусусий тадбиркорлик субъектлари учун маҳаллий солиқлар ва йиғимлар бўйича имтиёзлар белгилайдилар;

2.2.2. Кичик ва хусусий тадбиркорликни ривожлантиришнинг ҳудудий дастурларини ишлаб чиқадиладар.

2.2.3. Кичик ва хусусий тадбиркорликни ривожлантиришнинг устувор йўналишларини аниқлайдилар.

2.3 Ўзбекистон Республикасида кичик ва хусусий тадбиркорликни қўллаб – қувватлаш фондлари уларга қуйидаги хизматларни кўрсатади:

- ❖ кредитлар, шу жумладан имтиёзли кредитлар бериш асосида инвестиция лойиҳаларни молиявий таъминлаш;
- ❖ устав сармоясида иштирок этиш;

- ❖ маслаҳат ва ахборот хизматлари кўрсатиш шаклида техник жиҳатдан кўмаклашиш;
- ❖ инфраструктурани ривожлантиришга кўмаклашиш;
- ❖ олинаётган кредитлар учун кафолатлар, мажбуриятлар ва кафилликлар бериш йўли ҳамда қўллаб – қувватлашнинг бошқа шакллари билан кичик ва хусусий тадбиркорлик субъектларини ривожлантиришни рағбатлантириш учун шарт шароит ҳосил қилади.

2.4 Кичик ва хусусий тадбиркорликни ахборот соҳасида қуйидаги йўналишлар бўйича қўллаб – қувватланади.

Давлат бошқарув органлари кичик ва хусусий тадбиркорлик субъектларини иқтисодий, ҳуқуқий, статистика, ишлаб чиқариш технологияга оид ва самарали фаолият юритиш учун керакли бошқа ахборотлар билан таъминлаш чора – тадбирларини ишлаб чиқарадилар ва амалга оширадилар.

Кичик ва хусусий тадбиркорлик субъектларига ахборот хизмати кўрсатиш қонун ҳужжатларида назарда тутилган имтиёзли шартларда амалга оширилади.

2.5. Кичик ва хусусий тадбиркорликни ривожлантиришни ишлаб чиқариш – технология жиҳатидан қўллаб – қувватлаш

Давлат бошқарув органлари кичик ва хусусий тадбиркорлик субъектлари замонавий ускуна технологиялар олишига, технопарклар, лизинг корхоналари, бизнес – инкубаторлар, ишлаб чиқариш - технология

марказлари ва инфраструктуранинг бошқа объектлари тармоғини барпо этишга ёрдам бериш юзасидан тадбирлар ишлаб чиқилиши ва амалга оширилишини таъминлайдилар, ихтисослашган улгуржи бозорлар, ярмаркалар барпо этиш ва ташкил этишда ёрдамлашадилар.

2.6. Қишлоқдаги кичик ва хусусий тадбиркорлик субъектларига энергия таъминоти манбаини ишлатишга бериладиган имтиёзлар.

Энергия таъминоти манбаидан фойдаланишда қишлоқ хўжалик ишлаб чиқарувчилари учун белгиланган имтиёзли таърифлар қишлоқдаги кичик ва хусусий тадбиркорлик субъектларига ҳам таалуклидир.

2.7. Кичик ва хусусий тадбиркорлик субъектларини имтиёзли кредитлаш.

Кичик ва хусусий тадбиркорлик субъектларини кредитлаш қонун ҳужжатларида белгиланган тартибда, қарз олувчининг қарзни тўлашга қодирлигини ва таваккал қилиш даражасини ҳисобга олган ҳолда амалга оширилади.

Кичик ва хусусий тадбиркорлик субъектларини имтиёзли кредитлашни махсус фондлар, ихтисослаштирилган агентликларнинг суғурта полиси асосида амалга оширадилар.

2.8. Кичик ва хусусий тадбиркорликни суғурта йўли билан ҳимоя қилиш.

Кичик ва хусусий тадбиркорлик субъектларини суғурталашни суғурта ташкилотлари амалга оширадилар.

Тадбиркорлик таваккалчиларидан ҳамда кредитлар қопланмаганлиги учун қарздорни жавобгарликдан имтиёзли шартларда суғурта йўли билан ҳимоя қилиш ихтисослаштирилган суғурта агентликлари ва бошқа суғурта ташкилотлари томонидан таъминланади.

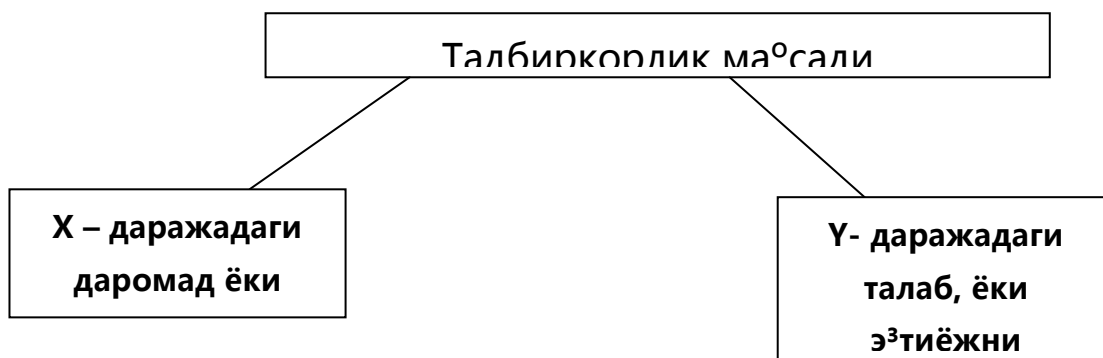
Кичик ва хусусий тадбиркорлик субъектларини суғурта қилишни

амалга ошираётган суғурта ташкилотлари қонун ҳужжатларида белгиланган тартибда имтиёзлардан фойдаланадилар.

3.4. Тадбиркорлик фаолияти самарадорлиги мезони ва кўрсаткичлари.

«Самарадорлик» сўзи натижа деган маънони билдиради. Иқтисодиётда ижтимоий – иқтисодий самарадорликни ўрганиш муҳим аҳамиятга эга. Тадбиркорликнинг ижтимоий – иқтисодий самарадорлигида унинг пировард мақсад даражаси фойдаланади.

Тадбиркорликнинг мақсадини қуйидагича фойдалаш мумкин:



Тадбиркорлик фаолиятининг иқтисодий самарадорлиги фаолият натижасини таққослаш орқали аниқланади.

Тадбиркорликнинг ижтимоий самарадорлиги бир томондан, унинг аъзоларини ижтимоий ҳолати даражаси (даромади, саломатлиги, маданий ва маънавий эҳтиёжларини қондириш (ижтимоий ҳимояси));

Иккинчи томондан, фаолият натижасида «У» мақсадни бажаришда ўз ифодасини топади.

Амалиётда тадбиркорликнинг самарадорлигини аниқлаш учун рентабеллик, меҳнат унумдорлиги, маблағларнинг айланиш тезлиги, харажатларни ёки капитални қоплаш муддати каби кўрсаткичлар ишлатилади.

Ушбулар билан бир қаторда тадбиркорликни иқтисодий самарадорлигини таҳлил қилиш учун қуйидаги кўрсаткичлардан фойдаланиш тавсия қилинади.

Тадбиркорликнинг иқтисодий самарадорлиги кўрсаткичлари қуйидаги
3.4.1. жадвалда келтирилган.

3.4.1. - жадвал

Тадбиркорликнинг иқтисодий самарадорлигини таҳлил қилишда
ишлатиладиган кўрсаткичлар тизими.

№	Кўрсаткичлар номи	Аниқлаш усуллари	Модул шакли
1.	Жорий ликвидлик коэффициенти ($K_{жл}$)	Айланма маблағ лар (A_{iM}) ----- қисқа муддатли(жорий) мажбуриятлар ($K(KMM)$)	$K_{ж.л.} = \frac{\sum A_{iM}}{\sum KMM}$
2.	Молиявий карамлик коэффициенти ёки қарздорлик, маблағ билан таъминланиш коэффициенти ($K_{жл}$)	қарзга олинган капитал (KK) ----- Хусусий капитал (XK)	$K_{м.к.} = \frac{\sum KK}{\sum XK}$
3.	Молиявий барқарарлик коэффициенти ($K_{м.бар.}$)	Хусусий капитал (XK)+Узоқ муддатли қарзлар ($УМК$) ----- активларнинг ўртача йиллик қиймати (\overline{AK})	$K_{м.бар.} = \frac{\sum XK + \sum УМК}{\sum \overline{AK}}$
4.	Мулк мустақиллиги коэффициенти ($K_{м.м.}$)	Хусусий капитал (XK) ----- активларнинг ўртача йиллик қиймати (\overline{AK})	$K_{м.м.} = \frac{\sum XK}{\sum \overline{AK}}$

5.	Капитални манёвр (ҳаракатчанлик) коэффициенти ($K_{к.м.}$)	Харакатдаги (ишчи) капитал (ИК) <hr/> хусусий капитал (ХК)	$K_{к.м.} = \frac{\sum ИК}{\sum ХК}$
6.	Тўлов қобилияти коэффициенти ($K_{т.к.}$)	Ўз маблағлари (Ў.М.) <hr/> Умумий мажбуриятлар (У.М.)	$K_{т.к.} = \frac{\sum \overset{!}{У} М}{\sum УМ}$

Таянч иборалар: бизнес, бизнесмен, тадбиркор, тадбиркорлик, ишбилармон.

Такрорлаш учун саволлар.

1. Бизнес сўзи нимани англатади?
2. Тадбиркорликнинг моҳиятини ёритиб беринг?
3. Бизнесмен ким?
4. Тадбиркор деб кимни тушунасиз?
5. Тадбиркорлик қандай шароитларда вужудга келади?
6. Тадбиркорлик шакллари?
7. Тадбиркорлик турлари?
8. Тадбиркорликнинг функциялари?
9. Тадбиркорликнинг субъектлари?
10. Тадбиркорликнинг умумий қоидалари?
11. Тадбиркорлик ҳуқуқлари?
12. Тадбиркорлик мажбуриятлари?
13. Тадбиркорлик маъсуляти?
14. Кичик ва хусусий тадбиркорлик субъектлари?
15. Хўжалик шартномаси тушунчаси?
16. Шартномавий муносабатларнинг асосий принциплари?

17. Тадбиркорликни тартибга солиш механизми?
18. Тадбиркорликни қўллаб қувватлаш йўналишлари?
19. Тадбиркорлик фаолияти самарадорлиги мазмуни ва кўрсаткичлари?

4 - боб. Савдонинг хўжалик механизми.

4.1 Хўжалик механизми тушунчаси ва унинг моҳияти

4.2 Савдонинг хўжалик механизми, унинг элементлари

4.3 Матлубот кооперациясининг хусусиятлари ва хўжалик механизми.

4.1. Хўжалик механизми тушунчаси ва унинг моҳияти.

Бир қандай миллий иқтисодиёт табиий ресурслари, ишчи кучи, технология, зарурий тадбиркорлик ва бошқарув кўникмаларидан иборат механизмдан ташкил топади.

Жамиятнинг асосий мақсади инсон эҳтиёжлари келажагини кўра билиш ва қондиришдан иборат. Бу эса товар ва хизматларни ишлаб чиқариш, тақсимлаш, айрибошлаш орқали амалга ошади.

Ушбу вазифаларни максимал самарали бажариш учун капитал ва менижмент зарур бўлади.

Иқтисодиётни истеъмолчилар, товар ва хизматларни ишлаб чиқарувчилар ва давлат ҳаракатга келтиради. Унинг хўжалик механизми орқали амалга ошади.

Хўжалик механизми деганда назарий жиҳатдан (жамият барча соҳаларидаги фаолиятларидаги фаолиятларни) амалга ошириш ва тартибга солиш учун ишлатиладиган ташкилий-иқтисодий шакл ва усуллар йиғиндисига тушунамиз.

Конкрет шароитда хўжалик механизм-бу ташкилий тузулмалар (таркиб), хўжалик юритиш шакллари, бошқарув усуллари, ҳуқуқий нормалар

мажмуаси орқали иқтисодий қонунлар талабларини жамият томонидан ишлатиш. Хўжалик механизмининг элементларига қўйидагилар киради: режалаштириш, бошқарувни ташкилий(таркиб) тузулмаси, баҳо, ҳуқуқий нормалар, воситалар (солиқ, кредит, санкциялар, тўловлар, бюджетга, иш хақи, рағбатлантириш фонди).

Хўжалик механизми ижтимоий-иқтисодий муносабатлар тизими ичида амал қилади. Шу сабабли, хўжалик механизми моҳиятини қўйидагича мақсадга ифодалаш мувофиқ деб ҳисоблаймиз.

Хўжалик механизми моҳияти хўжалик субъектларини тававрлар ва хизматларни ишлаб чиқариш, тақсимлаш, айрибошлаш ва истеъмол қилиш жараёндаги иқтисодий фаолиятларини ягона алоқалар тизимида келтиришда номоён бўлади. Ушбу жараёнда хўжалик механизми бир қатор функцияларини бажаради. Уларга баҳолаш ташкилий-бошқарув, тақсимлаш, айрибошлаш, истеъмол таркибини шакллантириш, рағбатлантириш, такрор ишлаб чиқариш иштирокчиларини жамиятдаги иштимой ва иқтисодий жавобгарлигини тامينлаш кабиларини киритиш мумкин. Юқоридагилардан келиб чиқиб хўжалик механизмини ижтимоий-иқтисодий муносабатлар билан ўзаро боғлиқлигини қўйидагича ёритиш зарур.

Биринчидан, ишлаб чиқариш муносабатлари соҳаси билан алоқаси. Ушбу соҳада хўжалик механизми ишлаб чиқариш жараёни билан боғлиқ бўлган барча иқтисоди муносабатларни қамраб олади. Масалан:

- ишлаб чиқаришни ташкил қилиш ва бошқариш бўйича муносабатлар;
- ишлаб чиқариш корхоналарини тармоқлар, регион, давлат ва давлатлараро миқёсида кооперациялашриш муносабатлари;
- табиий, моддий, меҳнат ва молиявий ресурслардан фойдаланиш муносабатлари;
- инвестициялаш муносабатлари;
- маҳсулотларни баҳолаш муносабатлари ва ҳақозолар.

Иккинчидан, тақсимот соҳасидаги муносабатлар:

- табиий бойликлар, меҳнат, моддий ресурсларни хўжалик субъектлари ўртасида тақсимлаш (бу тақсимот пул даромадларини, ишчи кучини, моддий техник қувватларни ва табиий бойликларни тақсимлашда ўз ифодасини топади);
- давлат ва хўжалик субъектлари ўртасида даромадларни тақсимлаш;
- хўжалик субъектлариаро, улар ичида, яъни хўжалик субъектлари ва ишчи хизматчилар, акционерлар ўртасида даромад тақсимооти ва бошқалар.

Учинчидан, айрибошлаш жараёнидаги муносабатлар.

Тўртинчидан, истеъмол соҳасидаги муносабатлар.

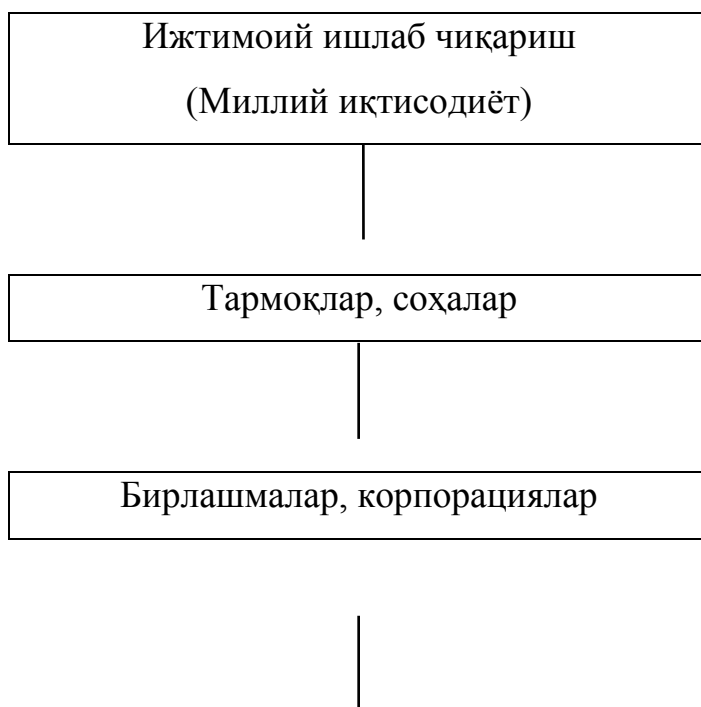
Ушбу муносабатлар бир-бири билан тиғиз боғлиқ бўлиб, бир бирига кўшилиб кетади, бири-бирига айланади.

Бу тўрт хил муносабатлар макроиктисодий, мезоиктисодий ва микроиктисодий даражаларда намоён бўлади.

Масалан, макроиктисодий даражада хўжалик механизм жамиятни бошқариш билан боғлиқ функцияларни бажаради.

Миллий иқтисодиётни ишлаб чиқариш таркибини (4.1.1-чизмада) ва жамиятнинг хўжалик муҳанизмининг тузилишини (4.1.2-чизма) ифода қилиш мумкин.

4.1.1. чизма.



консорциумлар, компаниялар Акционер
жамиятлар

Корхоналар

4.1.2-чизма



Тармоқлар ва соҳаларни 4 хил катта гуруҳларга бўлиш мумкин.

Биринчиси - ўз ичига табиий бойликларни, қишлоқ хўжалик маҳсулотларини, дарёлар, денгизлар, океанлар, ўрмон ресурсларини ишлаб чиқарувчи ва қайта ишлаб чиқариш саноатларига етказувчи тармоқлар.

Иккинчиси - табиий бойликларни, қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини дарёлар, денгизлар, океанлар, ўрмон ресурсларини қайта ишлаб чиқарувчи

тармоқлар.

Учинчиси - биринчи ва иккинчи гуруҳдаги тармоқларга хизмат кўрсатувчи тармоқлар (транспорт, алоқа, коммунал хўжалик, савдо-сотиқ, тижорат, таъминот кабилар).

Тўртинчиси - бошқарув, юриспридиция, соғлиқни сақлаш, таълим ва бошқа аҳолига хизмат кўрсатувчи соҳалардан иборатдир.

Бу даражада вазирликлар, комитетлар ва бошқа таркибий тузилмалар тузилади, давлат миққиёсида программалаштириш, режалаштириш, давлат мулкидаги корхоналарни бошқариш, жамиятдаги иқтисодий муносабатларни тартибга солиш, пул муомаласини таъминлаш, кредит, солиқ тизимларини ишга солиш, давлат буюртмаларини бажариш, таълим, соғлиқни сақлаш, мудофани, ташқи алоқаларни таъминлаш ва бошқа ишлар амалга оширилади.

Мезоиктисодий даражада тармоқлараро ва соҳалараро муносабатлар амалга оширилади. Ушбу алоқалар олди-сотди шартномалари асосида алоҳида таркибий тузилмалар яратилмасдан амалга оширилади. Айрим ҳолларда тармоқлараро бирлашмалар ёки корпорациялар тузилиши мумкин.

Микроиктисодий даражада – хўжалик субъектларни хўжалик механизми назарда тутилмоқда.

4.2. Савдонинг хўжалик механизми, унинг элементлари.

Бозор иқтисодиёти шароитида савдо корхоналари фаолиятини ўрганиш, илмий тадқиқотлар ўтказиш, унинг муаммоларини аниқлаш, уларни ечимини топиш каби ишлар мураккаб жараён бўлиб, уларни ҳал қилиш учун қуйидагилардан келиб чиқиш зарур деб ҳисолаймиз.

Биринчидан, савдонинг келиб чиқиши, моҳиятини илмий асослаган ҳолда ёритиш.

Иккинчидан, савдонинг жамиятдаги тутган ўрни, аҳамиятини аниқлаб олиш.

Учунчидан, савдода вужудга келадиган иқтисодий, ташкилий ва бошқариш муаммоларини аниқлаб олиш. Бу эса ўз вақтида савдо жараёнидаги иқтисодий муносабатларини, унинг хўжалик механизмини

чуқур билишни тақозо қилади.

Тўртинчидан, савдони ташкил қилиш жараёни, савдо корхоналари ва шахобчалари фаолиятининг ҳолатини ривожлантириш тенденцияларни ўрганиш.

Бешинчидан, савдони ташкил қилишни чет эл илғор тажрибаларини таҳлил қилиш, уларни ижобий ва Республикамиз иқтисодиётига мос томонларидан фойдаланиш масалаларни ёритиш кабилардир.

Ташкилий-таркибий тузилиши нуқтаи назардан жаҳон амалиётида савдо бир-биридан фарқланадиган ҳар хил шаклларга ва турларга бўлинади.

Мулк шаклидан келиб чиқиб савдо хусусий, жамоавий (кооператив, акциядор) давлат ва аралаш шаклларга бўлинади.

Товарларни ишлаб чиқаришдан истеъмолчиларга қарабсилжиш нуқтаи назаридан улгуржи ва чакана савдога турланади.

Худудий ташкилланиш жиҳатидан ташқи ва ички савдога бўлинади.

Ушбулардан ташқари улгуржи ва чакана савдо ташкилий-ҳуқуқий жиҳатлари, товар бўйича ихтисослашиши, савдо шахобчаларининг типланиши, товарларни сотишни такомиллаштириш усулларга қараб ҳар хил бўлади. Масалан:

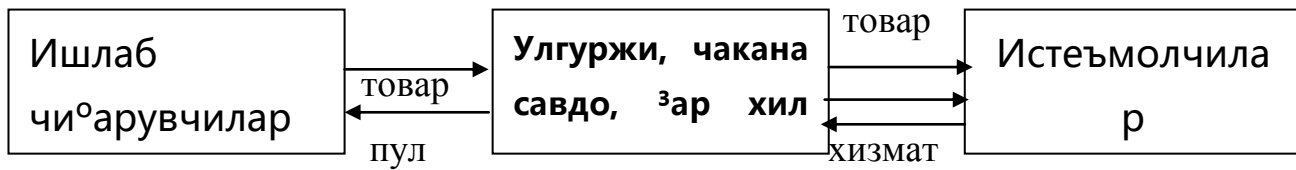
1. Улгуржи савдо универсал, ихтисослашган, улгуржи воситачилар, харид қилувчи марказлар, биржалар ва ҳакозолардан ташкил топади.

2. Чакана савдо универсал, франшиза, супермаркет, гипермаркет, маркет, ихтисослашган озиқ-овқат, посилка орқали савдо, магазиндан ташқари, яъни кўчма савдо, савдо уйлари, савдо марказлари, ўз-ўзига хизмат қилиш савдо шахобчалари, бозор савдоси, ларёклар, киосклар, павилионлар, савдо автоматлари ва ҳакозоларга турланади.

Савдонинг хўжалик механизми, унинг жамиятдаги тутган ўрни, хусусиятлари, бажарадиган функцияларидан келиб чиқади.

Савдо бозор иқтисодиётининг таркибий ажралмас қисми бўлмиш «Бозор»нинг бир соҳаси сифатида истеъмол товарларини ишлаб чиқаришдан истеъмолчиларга олди-сотди жараёни орқали етказишдек мукамал

функцияни бажаради. Бу жараёни куйдагича ифодалаш мумкин.



Савдо жараёнида бозорнинг барча элементлари иштирок этади, яъни таклиф, баҳо ва талаб. Савдода рақобат орқали бу элементлар мувофиқлаштирилади.

Ушбу жараёнда савдо жамият иқтисодиётининг кўп тармоқлари ва ҳар хил истеъмолчилар билан иқтисодий алоқага чиқади, ўзининг бошқарув ташкилий тузилмаларини тузади, савдонинг турлари (улгуржи, чакана каби) шахобчалари ҳар хил воситачилар вужудга келади.

Бу жараёнда аҳолига товар сотиш билан бир қаторда товарларни сотиш, уйларига етказиш, истеъмолни ташкил қилиш билан боғлиқ бўлган хизмат амалга оширилади. Савдога хос тадбиркорлик ривожланади, алоҳида воситачилар гуруҳи вужудга келади. Молиявий субъектлар билан алоқалар ўрнатилади, иқтисодий-молиявий воситалар ишлатилади.

Олди-сотди жараёнига боғлиқ ҳуқуқий воситалар ва нормалар ўз аксини топади.

Ушбу жараёнда ижтимоий воситалар ишга тушади, психологик муҳитлар яратилади ва ҳ.к.

Ва ниҳоят, товар – пул муомаласи билан боғлиқ бўлган ижтимоий-иқтисодий, молиявий, ҳуқуқий ва психологик муносабатлар шаклланади.

Шундай қилиб, савдонинг хўжалик механизми, жамият хўжалик механизмининг ажралмас қисми, уни ҳаракатлантирувчи актив восита сифатида намоён бўлади.

Савдонинг хўжалик механизми – унинг фаолияти учун зарур бўлган бошқарув учун усуллари, ташкилий тузилмаси, конкрет хўжалик юритиш шакллари, ҳуқуқий, психологик восита ва нормалар мажмуасидир.

Савдонинг хўжалик механизми қуйидаги элементлардан ташкил топади.

Биринчидан, савдони ташкил қилиш шакллари, савдо корхонаси ва тадбиркорликнинг шакл ва турлари, уларнинг ихтисослашиши, кооперативлашиши, асоциациялашуви ва ҳокозолар.

Иккинчидан, уни бошқариш таркиби, усул ва шакллари. Бу элемент иқтисодий муносабатларни бошқарув аспектига тегишли бўлиб, ишлаб чиқаришга таъсир қилиш учун ишлатиладиган маъмурий ва иқтисодий усулларни ўз ичига олади.

Учунчидан, савдонинг давлат органлари ва иқтисодиётнинг бошқа субъектлари билан молиявий, кредит, пул муносабатлари, олди-сотди ва хўжалик алоқалари.

Тўртинчидан, савдода ишлатиладиган иқтисодий рағбатлантириш шакллари, усуллари, иқтисодий дастаклар (баҳо, иш ҳақи, фойдалар каби).

Бешинчидан, савдо фаолиятини тартибга солишни ҳуқуқий шакл ва усуллари. ҳуқуқий қонунлар, давлат органларининг норматив ҳужжатлари, кўрсатмалари, савдо ташкилотлари ва корхоналарнинг низоми, устави ва ҳокозлар.

Олтинчидан, савдо муносабатларига таъсир қилувчи социал-психологик омиллар.

Еттинчидан, давлатнинг иқтисодий сиёсати. Бозор иқтисодиётига ўтиш даврида ўзбекистон Республикаси давлатининг иқтисодий сиёсатининг асосини бешта устувор йўналишлари ташкил қилади. Уларнинг асосий мазмуни қуйидагиларда ўз ифодасини топади.

1. Иқтисодиётнинг сиёсатдан устунлиги.
2. Давлат бош ислоҳатчи.
3. Қонун ва Конституциянинг устуворлиги.
4. Кучли ижтимоий сиёсат юргизиш.
5. Бозор иқтисодиётига босқичма-босқич ўтиш.

Бу тартиб ва қоидалар савдо иқтисодиётида ўз ифодасини топади ва

унинг фаолиятини йўналтиради.

Саккизинчидан, рақобат, журъат, хавфсизлик, тижорат, сирларининг шакл ва усуллари.

4.3. Матлубот кооперациясининг хусусиятлари ва хўжалик механизми

Кооперация латинчи «cooperatio» сўзидан келиб чиқиб, ҳамкорлик қилиш маъносини билдиради.

Матлубот кооперацияси тарихан ижтимоий оммавий ва хўжалик юритувчи бирлашма сифатида айнан бозор муносабатлари шаклланётган даврда вужудга келган бўлиб у бозор иқтисодиётининг негатив жиҳатларидан ўз аъзоларини ижтимоий-иқтисодий ҳимоя қилиш, уларни энг зарур эҳтиёжларини қондириш учун ихтиёрий равишда тузилган, коллектив мулкка асосланган, демократик принциплар асосида хўжалик юритувчи бозор иқтисодиётига асосланган тизимнинг ажралмас бир таркибий шаклидир.

Уни вужудга келишининг асоси бўлиб бозор иқтисодиёти муносабатларини шакллантириш ҳисобланади. Матлубот кооперацияси жамиятда бозор иқтисодиётини негатив томонларидан ҳимоя истаган кишилар томонидан яратилиб мана 170 йилдан ортиқ давр ичида бутун ер юзидаги давлатларда кенг фаолият билан шуғулланиб келмоқда.

Матлубот кооперацияси ҳозирги кунда бутун собиқ Совет иттифоқи Республикаларида бозор субъектлари ичида энг катта нодавлат хўжалик юритувчи таркиблардан, яъни бозор иқтисодиётининг субъектларидан биридир. Матлубот кооперацияси хусусияти унинг табиатидан келиб чиқиб, кишилар ўзларининг иқтисодий, ижтимоий ва маданий эҳтиёжларини қондириш мақсадида (бошқа бозор субъектларини акционер жамиятлари, корпорацияларни асосий мақсади фойда олишдир), шахсий мулкларини коллективлаштириш асосида ихтиёрий тузилган мустақил бирлашмадир.

Матлубот кооперацияси ташкилотлари барчасининг фаолияти демократик принцип асосида олиб борилади. Бу принцип Халқаро кооператив альянснинг (1966 йили) XXIII конгрессида қабул қилинган

олтита принципидан бири бўлиб ҳисобланади.

Матлубот кооперацияси кўп тармоқли хўжалик бирлашмадир.

Ўзбекистон Республикасида кооперация фуқоролар ва юридик шахсларнинг иқтисодий ҳамда ижтимоий фаолиятнинг турли соҳаларида умумий мақсадларга эришиш учун тишкилий жиҳатдан расмийлаштирилган, мулкчиликнинг ширкат (жамоа) шаклига асосланган ихтиёрий бирлашмалар (кооперативлари) мажмуидан иборатдир.

Кооперация, шунингдек, ўз аъзоларининг уй-жой, маиший ва бошқа ижтимоий эҳтиёжларини қондиришга хизмат қиладиган кооперативларни (уй-жой қуриш, уй-жой кооперативларини, гараж қуриш, чорбоғ қуриш ва шу каби кооперативларни) ҳам ўз ичига олади.

Юридик шахс ҳуқуқига эга бўлган, жамоа мулки ҳуқуқи асосида ўзига қаршли мулкка эгалик қиладиган, ундан фойдаланадиган ва уни тасарруф этадиган мустақил хўжалик юритувчи субъект кооператив ҳисобланади.

Ишлаб чиқариш ва ишлаб чиқариш-матлубот кооперативларининг фаолияти ўз аъзоларининг, шунингдек, меҳнат шартноалари (контрактлар, битимлар) бўйича ишлаётган кишиларнинг ўз меҳнатлари билан шахсан иштирок этишига асосланади.

Матлубот кооперацияси ҳамда ўз аъзоларининг уй-жой маиший ва бошқа ижтимоий эҳтиёжларини қондиришга хизмат қиладиган кооператив фаолияти ўз меҳнати билан шахсан иштирок этиш билан боғлиқ бўлмаслиги ҳам мумкин.

Кооперативлар тармоқ принципи, ҳудудий ва бошқа белгилар бўйича хўжалик уюшмалари қатий ихтиёрилик асосида бирлашишлари ва яқка хомийликка қарши хомийларнинг талабларини ҳисобга олган ҳолда иш олиб боришлари мумкин.

Коопратив, ўзбекистон Республикаси қонунларида тақиқланганларидан ташқари, фаолиятнинг ҳар қандай тури билан шуғулланишга ҳақлидир. Бунда кооперативлар ва уларнинг хўжалик уюшмалари (шу жумладан барча турдаги аралаш давлат кооператив

уюшмалари) давлат бошқаруви ва назорати, шунингдек, суриштирув, тергов ва одил судлов идораларининг вазифаларини бажаришларига йўл қўйилмайди.

Кооперативлар, кооперативларнинг хўжалик уюшмалари ўзбекистон Республикасининг қонунлари ва халқаро шартномаларига мувофиқ республика ва халқаро бозорларда хўжалик фаолиятини эркин юритиш ҳуқуқига эгадирлар.

Кооперативнинг олий бошқарув идораси умумий йиғилиш, конференция, съезд бўлиб, улар кооператив раисини (бошқарувини), тафтиш комиссиясини (тафтишчини) сайлайди ва уларга кооперативни бошқариш бўйича ўз ваколатларини топширади.

Кооперативнинг ҳар бир аъзоси, шу жумладан, унинг ҳар бир жамоа аъзоси қўшган мулкӣ ҳиссасининг миқдоридан қатий назар, бир овозга эга бўлади.

Кооперативда меҳнат шартномаси (контракти) бўйича ишлаётган фуқаролар умумий йиғилишида маслаҳат овози ҳуқуқи билан иштирок этади.

Умумий йиғилиш:

- кооперативнинг уставини қабул қилади, унга белгиланган тартибда ўзгартиришлар ва қўшимчалар киритади;
- кооперативнинг раисини, бошқарувини ва тафтиш комиссиясини (тафтишчисини) сайлайди (ёллайди), уларнинг фаолиятларига доир ҳисоботларни тинглайди;
- кооператив аъзолигига қабул қилиш, аъзоликдан чиқариш масалаларини, шунингдек, кооперативдан чиқиш билан боғлиқ масалаларни ҳал қилади;
- кооперативнинг ички тартиб қоидаларини, кооператив мулкига етказилган зарар учун моддий жавобгарлик тўғрисидаги, меҳнатга ҳақ тўлаш тўғрисидаги қоидаларни ҳамда кооперативнинг бошқа ички ҳужжатларини қабул қилади ва уларни ўзгартиради;

- кооперативга кириш, пай бадалларининг ва бошқа бадалларнинг миқдорини белгилайди;
- кооператив фаолиятининг режаларини ва уларнинг ижросига доир ҳисоботларни тасдиқлайди;
- фойдани (даромадни) тақсимлаш тартибини, кооператив фондлари ва резервларнинг турлари, миқдори ҳамда улардан фойдаланиш йўллари белгилайди;
- кооперативни қайта ташкил этиш ва унинг фаолиятини тўхтатиш, унинг хўжалик уюшмаларига кириши ва улардан чиқиши масалаларни ҳал қилади.

Кооператив бошқаруви (раис) нинг статуси кооператив устави билан белгиланади.

Матлубот кооперацияси қуйидаги вазифаларни бажаради:

- қишлоқлар, пасёлкалар ва шаҳарларда чакана савдо ҳамда оммавий оқатланиш корхоналари тармоғини вужудга келтириш ва ривожлантириш, ўз аъзолари – пайчилар ҳамда хизмат кўрсатилаётган аҳолига ўзи ишлаб чиқарган ва корхоналар, ташкилотлар ҳамда жисмоний шахслардан сотиб олган озиқ-овқат маҳсулотлари ва ноозиқ-овқат товарларини сотиш;
- аҳоли ва корхоналардан қишлоқ хўжалик маҳсулотлари ҳамда хом ашё, ёрдамчи хўжалик маҳсулотлари ва хунармандчилик буюмлари, кейинчалик қайта ишлаш ва сотиш учун ёввойи ўсимликлар, мевалар ҳамда дори-дармон техникавий ашёни ўзбекистон Республикаси қонунларига мувофиқ харид қилиш;
- сотиб олинаётган қишлоқ хўжалиги хом ашёси ва бошқа маҳаллий хом ашёдан, шунингдек, улгуржи савдо тартибда харид қилинадиган ресурслар, хом ашё ва материаллардан озиқ-овқат маҳсулотлар ва ноозиқ-овқат товарлари ишлаб чиқаришни ташкил этиш;

— аҳолига ишлаб чиқаришга ва маиший турмушга доир турли хизматлар кўрсатишдан иборатдир.

Матлубот кооперативлари (жамиятлари) ишлаб чиқариш воситалари ва халқ истеъмоли товарлари харид қилишни ва сотишни ташкил этиш орқали фуқароларнинг қишлоқ хўжалик маҳсулотлари хом ашёсини етиштирувчи ва қайта ишловчи ёрдамчи хўжаликларини, шунингдек, хунармандчиликни ривожлантиришни рағбатлантирадilar.

Матлубот кооперативлари (жамиятлари) якка ҳокимликка қарши қонунларнинг талабларига мувофиқ ихтиёрий равишда хўжалик уюшмаларига бирлашишлари мумкин.

Матлубот кооперативлари (жамиятлари) хўжалик уюшмалари бошқарувининг олий идоралари – съезд ва конференциядир.

Матлубот кооператив (жамият) бошқарувининг олий идораси кооператив (жамият) аъзоларининг умумий йиғилишидир.

Съезд ва конференциялар кенгаши (бошқарув)ни сайлайди. Кенгаш (бошқарув) съезд ва конференциялар оралиғидаги даврда уларнинг вазифаларини бажаради ҳамда уларга ҳисоб беради.

Съезд ва конференция ўзига ҳисоб берувчи назорат идораси – тафтиш комиссиясини сайлайди.

Хўжалик уюшмалари бошқаруви идораларининг ўз ваколатлари доирасида қабул қилган қарорларини ижро этиш уларнинг аъзолари учун мажбурийдир.

Матлубот кооперативлари (жамиятлари), улар уюшмалари билан давлат, бошқа уюшмалар, корхоналар, ташкилотлар ҳамда жисмоний шахслар ўртасидаги хўжалик муносабатлари шартнома асосида ташкил этилади, башарти, ўзбекистон Республикаси қонунларида ўзга ҳол назарда тутилган бўлмаса.

Матлубот кооперативлари (жамиятлари) нархлар ҳамда таърифларни мустақил ёки шартнома асосида белгилайдилар. Кооперативлар ва уларнинг хўжалик уюшмалари бозорда якка ҳокимлик қилган ҳолларда давлат

фуқороларни ижтимоий ҳимоя қилиш мақсадида ўзбекистон Республикаси конун ҳужжатларига мувофиқ нарх-навони тартибга солади.

Юқорида келтирилганлар матлубот кооперацияси хўжалик механизмини хусусиятларини белгилаб беради.

Матлубот кооперацияси хўжалик механизмини элементлари таркиби жамият хўжалик механизмининг элементларидан ташкил топади. Лекин уларни ишлатиш шакл ва усуллари матлубот кооперацияси хусусиятларидан келиб чиқади.

Таянч иборалар: Миллий иқтисодиёт, хўжалик механизми, ижтимоий-иқтисодий муносабатлар, хўжалик механизм элементлари, макроиқтисодий алоқалар, мезоиқтисодий муносабатлар, макроиқтисодий муносабатлар.

Такрорлаш учун саволлар.

1. Миллий иқтисодиёт нима?
2. Жамиятни асосий мақсади?
3. Хўжалик механизми тушунчаси?
4. Жамиятдаги ижтимоий-иқтисодий муносабатлар нималарда намоён бўлади?
5. Савдонинг хўжалик механизми моҳиятини ёритинг?
6. Савдо хўжалик механизми қандай элементлардан ташкил топади?
7. Матлубот кооперацияси хўжалик механизмини хусусиятлари нималардан иборат?

5 - боб. САВДО КОРХОНАЛАРИДА ИҚТИСОДИЙ ИШНИ ТАШКИЛ ҚИЛИШ

5.1. Иқтисодий ишнинг моҳияти

- 5.1.1. Иқтисодий ишнинг моҳияти, мазмуни ва аҳамияти
- 5.1.2. Иқтисодий таҳлилни мазмуни, вазифалари ва усуллари
- 5.1.3. Иқтисодий ахборотлар тушунчаси, турлари ва аҳамияти
- 5.1.4. Иқтисодий ахборотлар таркибида статистиканинг аҳамияти

5.1.1. Иқтисодий ишнинг моҳияти, мазмуни ва аҳамияти

Иқтисодий иш иқтисодий ходисалар, жараёнларни сон ва сифат томонини ўрганиш, ҳисобга олиш билан, яъни хўжалик фаолиятини бошқариш жараёни билан боғлиқ.

Иқтисодий иш натижаси иқтисодий ахборотлар орқали намоён бўлади. Савдода иқтисодий иш натижаси қуйидагиларда ўз аксини топади:

1. Иудудни иқтисодий ҳолатини, кўрсаткичларини ўрганиш.
2. Йар хил ҳисоботларни олиб бориш.
3. Талабни ўрганиш ва прогноз қилиш.
4. Илғор тажрибаларни ўрганиш, умумлаштириш, ҳаётга тадбиқ қилиш.
5. Йар хил услубий қўлланмалар, кўрсатмалар, инструкциялар, таклифлар ишлаб чиқиш.
6. Хўжалик фаолиятини таҳлил қилиш.
7. Прогнозлаш ва режалаштириш.
8. Хўжалик фаолиятини такомиллаштиришга қаратилган техник иқтисодий ва ижтимоий тадбирлар ишлаб чиқиш.
9. Буюртмалар, шартномалар тузиш.
10. Бозор конъюнктурасини ўрганиш.
11. Бошқарув қарорларини қабул қилиш.
12. Режалар, тадбирлар, бошқарув қарорларини бажарилишини назорат қилиш.

Иқтисодий ишни олиб боровчи органлар иқтисодий хизмат аппарати бўлиб ҳисобланади.

Иқтисодий хизматни бош вазифаси мавжуд ресурслардан самарали фойдаланиш орқали асосий мақсадга эришишни таъминлаш ҳисобланади.

Ушбу мақсадга эришиш учун иқтисодий хизмат қуйидаги вазифаларни ўз олдига қўяди:

1. Истеъмолчиларни эҳтиёжини тўла-туқис қондириш.
2. Максимал даромад ва фойда олиш.

3. Моддий, меҳнат, молиявий ресурслардан оқилона ва рационал фойдаланиш.
4. Ҳар томонлама асосланган бошқарув қарорларини қабул қилишни таъминлаш.
5. Сифатли ва ўз вақтида иқтисодий ахборотларни тегишли органларга етказиш.
6. Иқтисодий ишни кам харажатлар ва самарали бажарилишини таъминлаш.
7. Иқтисодий ишни такомиллаштириш миллий ҳисоблар тизими (МҲТ)га – мослаштирилган усуллар, қоидалар, кўрсаткичлар тизимини ишлаб чиқиш, ахборотлар шаклларини янгилаб бориш, уларни вертикал ва горизонтал йўналишларини аниқлаш ва ҳ.к.).

5.1.2. Иқтисодий таҳлилнинг мазмуни, вазифалари ва усуллари

Иқтисодий таҳлил – биринчидан, иқтисодий ҳодисалар ва жараёнларни ўрганиш тўғрисидаги усул;

иккинчидан, иқтисодий жараён ва ҳодисаларни ўрганишни усул ва услублари тўғрисидаги фан, билимлар йиғиндиси, таълимот;

учинчидан, иқтисодий жараёнлар, ҳодисаларни статистик, техник-иқтисодий, математик усуллар орқали тадқиқот қилиш, ўрганиш услубидир.

Биз учинчи нуқтаи назардан иқтисодий таҳлилнинг ўрганиши ва ишлатилиши.

Иқтисодий таҳлил бу ҳўжалик субъектлари фаолиятини натижасига комплекс ўрганиш орқали объектив баҳо бериш жараёнидир.

Таҳлил натижасида ҳўжалик фаолияти натижалари ҳўжалик субъектлари мақсадига эришиши ва вазифаларини бажариши нуқтаи назардан ўрганилади, тадқиқот қилинади ва баҳоланади.

Иқтисодий таҳлилнинг асосий вазифалари:

1. Иқтисодий жараёнлар ва ҳодисаларни тенденциялари ва қонуниятларини тадқиқот қилиш ва аниқлаш.
2. Иқтисодий жараёнлар ва ҳодисаларда руй бераётган ўзгаришларни сабабларини аниқлаш.
3. 1 ва 2 жараёнларни асослаш.
4. Иқтисодий жараёнлар ва ҳодисаларни келажакда ўзгаришлари тўғрисида чора-тадбирлар ишлаб чиқиш.

Иқтисодий таҳлил бошқариш жараёнини бир босқичи ҳисобланади.

Унинг мақсади:

- объектнинг ҳолати талаб даражасига қай даражада жавоб бераётганлигини баҳолаш;
- объект ҳолатини талабга жавоб бериши учун қандай имкониятлар мавжудлигини аниқлаш, чора-тадбирлар ишлаб чиқиш;
- оптимал бошқарув қарорларини қабул қилиш учун зарур бўлган хулосалар тайёрлаш кабилардан иборатдир.

Ушбу мақсадларга эришиш учун иқтисодий таҳлил олдида бир қанча вазифалар туради.

Иқтисодий таҳлилни тавсифлашда кўп белгилар (аломатлар) ишлатилади. Уларни асосийларига қуйидагиларни киритиш мумкин:

- тадқиқотни мақсади ва мазмуни бўйича;
- ўрганиладиган объект бўйича;
- замон, ўрганиладиган давр бўйича;
- таҳлил қилувчи субъектлар бўйича;
- иқтисодиётни ўрганиш даражаси бўйича;
- таҳлил жараёнида қўлланиладиган методологик услубиётларига қараб.

Тадқиқотни мақсади ва мазмуни бўйича глобал, локал ва мавзулик турларига бўлиш мумкин ва улар хўжалик фаолиятини прогнозлаш мақсадида ёки оптимал бошқарув қарорлари қабул қилиш нуқтаи назардан ишлатилади.

Глобал таҳлилда хўжалик фаолияти тўла, атрофлича, комплекс ҳолда

ўрганилади.

Локал таҳлил деганда хўжалик субъектларини бир таркибий қисми ўрганилиши назарда тутилади. Масалан, савдо корхонасини бирон шахобчаси фаолиятини бирон бир тури ўрганилади.

Мавзулик деганда таҳлил хўжалик субъектини қандайдир мавзусига бағишланади, яъни ресурсларни алоҳида турини самарасини ўрганиш, фаолият турини самарасини ўрганиш ва ҳоказолар.

Таҳлил ўрганиладиган объект бўйича корхона, корхонани шахобчаси, цех, ташкилот, бирлашмалар, функционал бўлимлар бўйича таҳлилни ўз ичига олади.

Ўрганиладиган давр бўйича таҳлил тезкор (кундалик, ҳафталик, 15 кунлик, жорий (ойлик, чорақлик, 6 ойлик, 9 ойлик, 1 йиллик) ва истиқбол таҳлилларга турланади. Тезкор ва жорий таҳлил ҳисобот давр натижаси бўйича ўтказилади, истиқбол таҳлил келажакда содир бўлиши мумкин жараёнлар ва ҳодисаларга таалукли кўрсаткичлар асосида амалга оширилади.

Иқтисодий таҳлил уни ўтказувчи субъектлар нуқтаи назаридан бошқарув, статистик, банк, молия ва солиқ органлари, аудиторлик таҳлили, корхонани функционал бўлимлари кабилар орқали ўтказиладиган таҳлилларга таснифланади.

Иқтисодиётни ўрганиш даражаси бўйича таҳлил макроиқтисодий таҳлил ва микроиқтисодий таҳлилларга бўлинади.

Таҳлилда ишлатиладиган методологик услубиётларга қараб таҳлилни комплекс таҳлил, солиштириш таҳлили, омилли таҳлил, функционал қиймат таҳлили кабиларга турлаш мумкин.

Иқтисодий таҳлил усуллари методологик нуқтаи назардан билиш назариясида ишлатиладиган усулларга асосланиб (1 боб 1.4-параграфга қаралсин) ўзига хос услублардан фойдаланади.

Ушбу усулларни умумлаштириб қуйидагиларга ажратиш мумкин:

- умумметодологик усуллар (диалектика, индукция ва дедукция, анализ ва синтез);

- статистик усуллар (солиштириш, гуруҳлар, индекслар, занжирли боғлаш, ўртача сонлар, графиклар);
- баланс усули;
- иқтисодий математик усуллар (корреляция, регрессия, дастурлаш, ўйин назарияси, матрицалаш ва ҳоказолар);
- эксперт баҳолаш усули.

5.1.3. Иқтисодий ахборотлар тушунчаси, турлари ва аҳамияти

Ахборот қабул қилувчига уч хил тушуниш фильтери орқали етказилади, яъни қабул қилиш, тушуниш ва баҳолаш. Шу нуқтаи назардан ахборот, қарор қабул қилиш ёки бирон бир вазифани бажариш учун фойдали бўлган, қабул қилинган, тушунилган ва баҳоланган янги билимлар қаторига киради.

Ахборотлар деганда бошқарувчи ва бошқарувчилар, хўжалик субъектлари орасида циркуляция қилиб турадиган, табиат, жамият ва ижтимоий ҳаётда рўй бераётган жараёнлар, ходисалар, муносабатлар хусусиятлари тўғрисида бошқарув қарорлари қабул қилиш, техник-иқтисодий ҳисоботларни асослаш учун зарур бўлган хабарлар мажмуасини тушунамиз.

Ахборотлар доираси жуда кенгдир ва унинг ҳар хил турлари мавжуд. Табиат тўғрисида, тарих тўғрисида, ижтимоий ҳаёт тўғрисида, сиёсат тўғрисида, техникавий, иқтисодий ва ҳоказолар.

<p>Ахборотлар деганда бошқарувчи ва бошқарилувчилар, хўжалик субъектлари орасида циркуляция қилиб турадиган, табиат, жамият ва ижтимоий ҳаётда рўй бераётган жараёнлар, ходисалар, муносабатлар</p>

хусусиятлари тўғрисида бошқарув қарорлари қабул қилиш, техник-иқтисодий ҳисоботларни асослаш учун зарур бўлган хабарлар мажмуасини тушунамиз.

Иқтисодий ахборотларга тушунча бериб ўтамиз. қисқача қилиб айтганда иқтисодий ахборотларда иқтисодий жараён ва ҳодисаларнинг сон ва сифат томонлари ўз ифодасини топади. Иқтисодий ахборотларга кенг маънода қаралса қуйидагилардан таркиб топади:

- бошқарувчи ва бошқарилувчи объектлар ўртасида алоқа воситаси сифатида ишлатилади;
- барча алоқадор объектлар, субъектлар орасида бир-бирига юбориладиган хабарнома сифатида кўринади;
- бошқарув қарорларини асослаш ва қабул қилиш учун зарур бўлган ҳодисалар, жараёнлар, муносабатлар ва нарсаларнинг хусусияти тўғрисидаги янги билимлар мажмуаси сифатида намоён бўлади;
- ҳодисалар ва жараёнларни ўзига хос хусусиятларидан дарак берувчи хабарнома сифатида тасаввур қилинади;
- иқтисодий усул ва услубларни ишга солиш, фан предметини ўрганиш ва тадқиқ қилиш ҳамда хулосаларини намоён қилиш учун дастак бўлиб хизмат қилади.

Юқоридагилардан кўриниб турибдики, иқтисодий маълумотлар иқтисодиётда аҳамияти катта, кенг маънода ишлатилади, ишлатилиш доираси ҳам кенг.

Конкрет қилиб таъриф берилса, иқтисодий ахборотларда жамиятда содир бўлаётган барча иқтисодий ишларнинг сон ва сифат жиҳатлари (ҳажми, мазмуни) ўз ифодасини топади.

Иқтисодий ахборотларни таснифи 5.1.3.1-чизмада ифодаланган.

Иқтисодий ахборотлар тўғрисида хабарлар кўрсаткичлар орқали ифодаланади.

Ўрганиладиган ҳодиса, жараён, объект ёки предметларни сон ва сифат

жихатларини, ҳажмини, мазмунини намоён қилувчи воситалар кўрсаткичлардир.

Кўрсаткичлар натурал, қиймат, абсолют ва нисбий ўлчов бирликларда намоён бўлади. Кўрсаткичлар тўғрисида тегишли бобларда сўз юритилади.

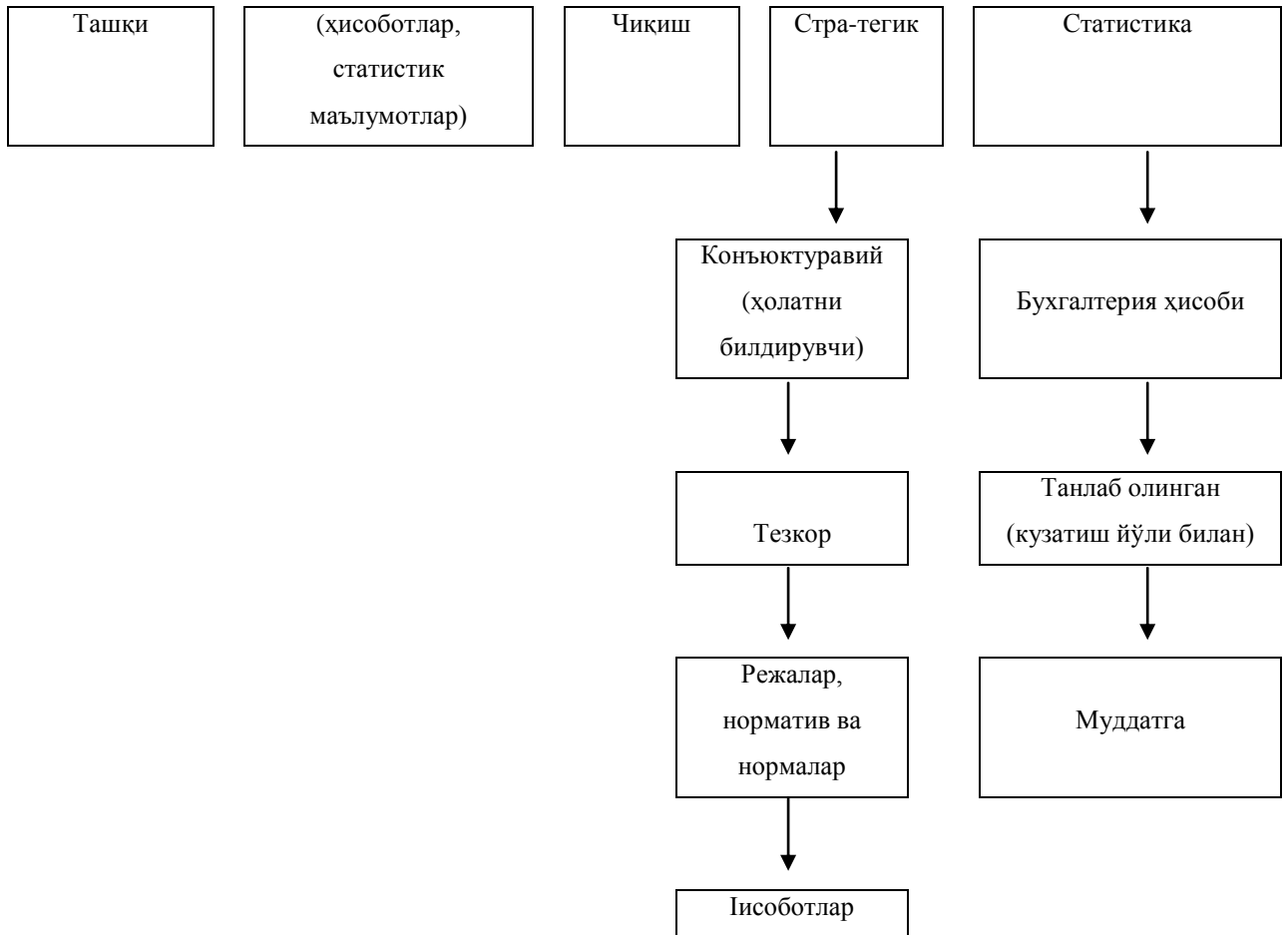
Иқтисодий ахборотларни намоён бўлиши белгиланган ёки қабул қилинган ҳужжатлар орқали амалга оширилади.

Иқтисодий ахборотларни расмийлаштириш белгиланган шаклдаги ҳужжат ва бланкалар орқали амалга оширилади.

5.1.3.1-чизма.

Иқтисодий ахборотларнинг таснифи





5.1.4. Иқтисодий ахборотлар таркибида статистиканинг аҳамияти

Жамиятда ҳодисалар ва жараёнларни сон кўрсаткичлари тўғрисидаги ахборотни аҳамияти ниҳоятда юқори эканлигини ҳамма ҳам тушуниб, унга эътибор бера олмайди.

Ҳаётда намаълум нарсалар кўп. Бизни қамраб олган атроф-муҳитни ўрганиш учун статистик фикрлашни аҳамияти катта. Статистик саводхонлик бозор иқтисодиёти шароитида нафақат бошқарув аппарати ходимлари учун, ваҳоланки у ҳар бир жамият аъзоси учун ҳам заруриятдир. Масалан: оила бюджетини ҳисоб-китобини олинг, даромади ва харажаталрини ҳар бир оила ҳар куни ҳисоб-китобини олиб боради. Бунда оддий арифметика эмас, статистик ҳисоб-китоб ишлатилади.

Статистика тарихи инсоният тараққиёти билан боғлиқ. Эрамиздан олдин 2238 йилда ҳитойда аҳоли рўйхатга олинганлиги тўғрисида тарихий маълумотлар бизгача етиб келган.

Библияни Моисей тўғрисидаги 4-китобида «Число», яъни «Сон» бўлимида қурол-яроқ ишлата биладиган эркакларни ҳисоблаганлиги тўғрисида маълумот берилади.

Умуман «Статистика» қадимда италиянча “Stato” ёки “Stati” сўзидан олинган бўлиб «давлат» мазмунини билдирган. Шу сабабли давлат сиёсатини, умуман сиёсатчиларни “Statista” деб аташган.

Кейинчалик XVII асрларга келиб Статистика фани вужудга келган. Статистикани иқтисодиётни бошқаришдаги аҳамияти жуда катта, айниқса ҳозирги кунда, бозор иқтисодиёти шаклланиб бораётган даврда.

Бежиз эмаски, республикамызда мустақилликни бошланғич даврида бозор иқтисодиётини шакллантиришни ҳуқуқий асосларини яратиш даврида, Республика Конституцияси (1991 й.), «Мулк тўғрисида»ги қонун (1990 й.), «Давлат тасарруфидан чиқариш ва хусусийлаштириш тўғрисида»ги қонунлар (1991 й.) қаторида Ўзбекистон Республикиси Олий Кенгашининг 28 сентябр 1993 йил XIII сессиясида «Давлат статистикаси тўғрисида»ги қонун қабул қилинди.

Ушбу «Давлат статистикаси тўғрисида»ги қонунда мамлакатимизда ривожланишнинг ижтимоий-иқтисодий ҳолатини белгиловчи ягона статистика тизимини вужудга келтириш, уни фаолиятини таъминлаш билан боғлиқ бўлган ҳуқуқлари, вазифалари ва масъулиятлари белгилаб қўйилган.

1993 йилгача республикада Собиқ Совет иттифоқини «Халқ хўжалиги баланси» (ХХБ) ҳисобот ва статистика кўрсаткичлар тизими амалиётда қўлланиб келинган. У бозор муносабатларини тўлалигича белгилаб бера олмайди. Чунки мулк шакллари, халқ хўжалиги таркиби ўзгарди.

Эски маъмурий-буйруқбозлик тизимига асосланган, ишлаб чиқариш марказлашган режалаштириш, ресурсларни марказлашган тақсимоли уни ядросини ташкил қилади.

Бу тизимда фақат моддий ишлаб чиқариш ва шу билан боғлиқ бўлган хизмат кўрсатиш соҳалари ҳисобга олинган.

Аҳолига хизмат кўрсатиш, банк, молиявий хизмат кўрсатиш, медицина хизмати, маърифат-фан, маданият ва шу кабилар иккиламчи, ялпи миллий даромад яратишда қатнашишмайди, деб ҳисобланган. Натижада уларни даромади макроиқтисодий кўрсаткичларда ўз аксини топмаган.

Бу эса иқтисодий кўрсаткичларни чет эл билан солиштириш имконини бермайди. Унда давлатнинг молиявий аҳволини, пул муомаласи ва кредит ҳолатини, ишбилармонлик, воситачилик сингари бозор таркибини белгиловчи иқтисодий кўрсаткичларини йўқлиги, статистик методларда юз бераётган ўзгаришларни етарли даражада кузатилмаслиги натижасида, иқтисодий ва сиёсий ислохот жараённининг боришини ва натижаларини тизимли таҳлил қилиш имкониятини оғирлаштиради, ижтимоий ва иқтисодий бошқарувнинг самарадорлигини пасайтиради.

ХХБ – ялпи статистик кузатишга асослангани учун янги (барча майда хўжаликларни) вужудга келган хўжаликларни бу услуб орқали амалий жиҳатдан ҳисобга олиб бўлмайди. Чунки, у катта маблағ талаб қилади.

ХХБ асосан давлат бошқарув органлари, тармоқ, вазирликларни ва идораларни бошқарув вазифасини бажаришга қаратилган фаолиятларини ахборот билан таъминлаган.

Энди ишбилармонларни, олимларни, ассоциацияларни ва фондларни, аҳолини ва чет эллик истеъмолчиларни (инвесторлари ва ҳ.к.) статистик ахборот билан таъминлаш зарур.

Жаҳоннинг 150 дан ортиқ мамлакатларида «Миллий ҳисоблар тизими» (МҲТ) амалиётда қўлланиб келинаёпти.

МІТ – яхлит жамлама иқтисодий-статистик кўрсаткичлар тўплами бўлиб, тайёр маҳсулот ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш, ялпи МД-ни яратиш, тақсимлаш, қайта тақсимлаш ва истеъмол жараёнларини ўзида мужассамлаштирган ҳисобот ва статистика тизимидир. Бунда ишлаб чиқариш билан бир хил услубда хизмат ҳам МД яратишда ҳисобга олинади

ва ўрганади.

1993 йили БМТ-нинг статистика комиссияси томонидан МxТ ишлаб чиқилган.

Статистика инсоният жамияти тарихида доимо жамиятдаги тармоқлар ва соҳалардаги, региондаги, корхонадаги ҳодисалар ва жараёнларни кузатиш (сон ва сифат жиҳатидан) ва таҳлил қилиш вазифасини бажариб келган.

Ўзирги замонда статистика давлатни, бизнесни ва аҳолини ахборот билан таъминловчи тизимга айланган.

Статистик маълумотлар ҳар хил даражадаги ташкилотлар, фаолият соҳалари учун зарурдир. Улар давлатга, хусусий корхоналарга, ноижорат, нодавлат ташкилотларга, ўқув юртларига, илмий тадқиқот муассасаларига ва бошқаларга фаолият юритиш учун энг муҳим воситадир. Масалан: Давлат, статистик маълумотлар асосида зарурий сиёсий, иқтисодий, ижтимоий ва бошқа соҳаларга таълуқли қарорлар қабул қилади, дастурлар ишлаб чиқади ва ҳ.к.

Бундан ташқари қонунда хўжалик субъектлари (корхоналар, ташкилотлар, юридик шахслар)нинг давлат статистика органларига хўжалик фаолиятларини белгиловчи хўжалик ҳисобот кўрсаткичларни аниқ, мукамал ва ўз вақтида етказишлари, ҳисобот кўрсаткичларининг тўғри ва тўлалигини таъмин этишга масъул эканликлари, ҳисобот кўрсаткичларини ўз вақтида бермаганликлари ва ноаниқ берганликлари учун қонун олдида жавобгарликлари белгилаб қўйилган. Ушбу қонунда давлат статистика органларининг хўжалик бирликлари олдидаги масъулиятлари ҳам белгилаб қўйилган. Чунончи, олинган ахборотларни яқка ҳолда чоп этмаслик ва бошқа хўжалик бирликларига бермаслик, бу ахборотларни фақат жамлама ахборотларни тайёрлашда ишлатиш, хўжалик бирликларининг ишлаб чиқариш қувватларини белгиловчи ва тижорат сири ҳисобланган ахборотларни тарқатмаслик давлат томонидан кафолатланади.

Шуни таъкидлаш керакки, статистика ахборотларининг ҳаётимизда бўлаётган ижтимоий-иқтисодий ўзгаришларни тўла акс эттиришдан давлат

билан бир қаторда товар ишлаб чиқарувчилар ва хизмат кўрсатувчилар (ишлаб чиқарувчилар) манфаатдордирлар. Чунки, ишлаб чиқарувчилар ўз фаолиятларини иқтисодиётнинг қайси соҳада ривожлантиришларини, қандай товар ишлаб чиқариш ва хизмат турлари кўрсатиш бўйича иқтисодий жихатдан манфаатлироқ эканлигини, ички ва ташқи бозор конъюктурасини ўрганишга оид ахборотларни статистика орқали билиб оладилар. Статистика ахборотларининг тўлаллиги ва мукамаллиги ишлаб чиқарувчиларга ва аҳолига мамлакатда юритилаётган иқтисодий сиёсатнинг йўналишлари, молия, пул, кредит бозорида муҳим ахборотлар, мамлакатнинг ташқи иқтисодий алоқалари, унинг куч қудрати тўғрисидаги маълумотларни беради.

Юқорида келтирилган қонунга мувофиқ бозор иқтисодиётига мос янги макроиқтисодий миллий счетлар тизими (Миллий счетлар тизими – МСТ) амалиётга жорий қилинди. Истеъмол баҳолари индекси (олдинги улгуржи баҳолар индекси ўрнига) ва ишлаб чиқарувчилар баҳоси индекси методологияси жорий қилинди. Баҳолар статистикаси ташкил қилинди. Меҳнат, иш ҳақи, ишчи кучи кўрсаткичлари бўйича статистика методологияси Халқаро меҳнат ташкилоти (ХМТ) таклифлари асосида ташкил қилинди. Уй хўжалиги бюджетини кузатиш дастури ишлаб чиқилди. Унда аҳолининг даромади ва харажатлари Жаҳон банки концепцияси асосида табақалаштирилади. Статистика амалиётига ташқи савдо ва божхона статистикаси, ноформал иқтисодиётни ҳажмини ҳисобга олиш ва бошқалар жорий қилинди.

Ўзбекистон Республикасида статистикани ҳуқуқий асосларини янада такомиллаштириш заруриятидан келиб чиқиб, ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси 2002 йил сентябрда «Давлат статистикаси тўғрисида»ги янги қонунини қабул қилди.

Таянч иборалар: Иқтисодий иш, иқтисодий хизмат, ахборот, таҳлил, бозор конъюктураси, статистика, кўрсаткич.

Такрорлаш учун саволлар.

1. Иқтисодий ишни мазмунини ёритинг?
2. Иқтисодий хизмат нима ва қандай вазифалар бажаради?
3. Иқтисодий таҳлил мазмунини ёритинг?
4. Иқтисодий таҳлил қандай вазифалар бажаради?
5. Иқтисодий таҳлил усулларига тушунча беринг?
6. Ахборот нима?
7. қандай ахборотлар турлари мавжуд?
8. Ахборотлар қандай аломатлар бўйича таснифланади?
9. Кўрсаткичлар деганда нимани тушунасиз?
10. Қандай кўрсаткичларни биласиз?
11. Ўзбекистон Республикасида ахборотлари тўғрисида қандай тизим ишлатилади? Уни мазмунини ёритиб беринг?
12. Статистикани иқтисодиётдаги аҳамиятини ёритиб беринг?
13. Статистика тўғрисида қабул қилинган қонунда қандай вазифалар қўйилган?
14. Статистикани такомиллаштириш борасида қандай ишлар амалга оширилган?

5.2. Бозор иқтисодиёти шароитида прогнозлаш ва режалаштириш

- 5.2.1. Прогнозлаш ва режалаштиришни моҳияти, мақсади, вазифалари ва аҳамияти.
- 5.2.2. Режалаштиришни қоидалари (принциплари).
- 5.2.3. Прогнозлаш ва режалаштиришга қўйиладиган умумий талаблар.
- 5.2.4. Прогнозлаш ва режалаштириш турлари ва босқичлари.
- 5.2.5. Прогнозлаш ва режалаштириш усуллари ҳамда кўрсаткичлари

5.2.1. Прогнозлаш ва режалаштиришни моҳияти, мақсади, вазифалари ва аҳамияти

Бозор иқтисодиёти шаклланиши шароитида иқтисодий фанларнинг вазифаларидан бири режалаштириш муносабатларини тўғри ва илмий асослашдан иборатдир.

Иқтисодиёт фанининг асосчиларидан бири қадимги грек файласуфи Аристотелнинг айтишича, ҳар қандай неъмат яратиш ҳар жойда, ҳар томонлама икки хил шартга боғлиқ, яъни, биринчиси, ҳар қандай фаолиятни келажак мақсадини тўғри аниқлаб олиш, иккинчидан, мақсадга эришишга муносиб воситаларини топишдан иборатдир.

Ушбу иборалардан келиб чиқадики, тарихан инсоният ўз фаолиятини амалга оширишда абстракт фикрлаш асосида уни доимо прогноз қилган ва режалаштирган.

Режалаштириш атамаси ҳаётга кейинчалик, айниқса, социалистик тизим даврида тадбиқ қилинган. Носоциалистик тизимдаги давлатларда кўпроқ прогноз, программа, стратегия, концепция каби атамалар ишлатилади. Буларнинг ҳаммаси бир хил вазифани, яъни келажакда содир бўладиган ёки содир бўлиши мумкин бўлган ҳодиса ва жараёнларни келиб чиқиши, амалга ошириш тартиби, йўлларини ва кетма-кетлигини кўрсатади. Сўз атамада эмас. Сўз унинг асл мазмунида.

Ҳар қандай хўжалик юритишнинг самараси иқтисодиёт қонунларининг талабларини чуқур ўрганиш асосида режалаштириш назариясини ишлаб чиқишига ва унинг методологиясининг яратилишга боғлиқ.

Тарихан иқтисодиёт билан боғлиқ фанлар ўз назариясини такомиллаштириш асосида режалаштириш назариясини яратган.

Режалаштириш назарияси жамиятнинг тараққиёт қонуниятларини билиш, жараёнлар ва ҳодисалар ўртасидаги боғлиқликни объектив сабаб ва оқибатларини ўрганиш, уларни диалектик ва логик усуллар билан асослаш негизида режалаштиришнинг методологиясини яратган.

Режалаштириш методологияси режалаштириш жараёнининг ички логикасини ёритиб беради. Режалаштириш методологияси режалаштириш жараёнини ташкил қилиш, уни ишлаб чиқиш ва жорий қилиш

принципларини, методларини, таркибини, тартибини, этапларини ва кўрсаткичлари системасини асослаб берадиган таълимотдир.

Бир қандай ижтимоий тизимда ўз фаолиятини юргизишда инсоният учта бир-бири билан чамбарчас боғлиқ бўлган фундаментал муаммолар билан тукнашади. Бозор иқтисодиёти шароитида шаклланган иқтисодий назария у муаммоларни қуйидагича таърифлайди:

Биринчидан, нима ишлаб чиқариш ва қанча миқдорда?

Иккинчидан, қандай ишлаб чиқариш ва қанча харажатлар зарур бўлади?

Учинчидан, ким учун ишлаб чиқарилади ва улар қандай тақсимланади?

Жамият ва унинг субъектлари олдидаги бундай муаммолар, албатта, ўз-ўзидан ҳал бўлмайди. Бунинг учун халқ хўжалигини ташкил қилиш, бошқариш, тармоқлараро ва хўжалик субъектлари ўртасидаги иқтисодий алоқаларни боғлаш, сотувчи билан истеъмолчилар орасидаги муносабатларни, товар билан баҳо миқдорини мослаштириш ва ҳоказолар каби иқтисодий жараёнлар, ҳодисаларни уйғунлаштириш каби масалаларни ҳал қилиш зарурияти туғилади. Бу ҳодисалар ва жараёнларни тартибга солиш ҳамда улар ўртасидаги боғлиқликни таъминлаш, аввалом бор иқтисодий қонунлар таъсири остида ва албатта, давлатни аралашитиш натижасида юз беради. Бундай умумиқтисодий қонунлардан бири жамиятни режали-мутаносиб (пропорционал) ривожланишидир.

Социалистик иқтисодиёт назарияси кўп йиллар давомида пропорционал режали-мутаносиб ривожланиш қонунининг ҳаракатини ўзгача бўлган формацияларда ижтимоий ишлаб чиқаришга таъсирини инкор қилиб, унинг ҳаракат қилиш заруриятини фақатгина ишлаб чиқариш воситаларига ижтимоий мулк туғдиради, деб тасдиқлаб келди.

Лекин, бозор иқтисодиётининг шаклланиши ва ривожланиш тарихига назар солинса, режалаштириш бошқаришнинг асосий қонидаси (принципи), асосий омили сифатида ҳаётда тарихан ишлатилиб келинган.

В.В.Леонтьев икки хил хўжалик юритиш хўжалик механизмлари

шаклини синтез қилиш «Режа ва бозорни синтези» ғоясини асослаб берган.

Америкалик менежер Ли Якока «Карьера менеджера» (М.: Прогресс, 1990.) асарида «... давлат томонидан режалаштириш, бу умуман социализмни билдирмайди. Бу дегани асосланган стратегия, шаклланган мақсадни мавжудлигини билдиради. Бу бутун иқтисодий сиёсатни аспектларини келишилишини англатади.

Бизда прогресс бўлмайди, токи биз ҳар қандай давлат миқёсида режалаштириш капиталистик тизимга бостириб кириш деган нотўғри ғоядан қайтмасак» (361-бет).

Фридрих Уинслоу Тейлор (1886-1915) ҳозирги замон менежментининг асосчиси деб ҳисобланган, ишлаб чиқаришни ташкиллаштириш назариясини яратган. Унинг «Менежментни илмий принциплари» номли асарида меҳнатни ташкил қилиш қонуниятлари тўғрисидаги билимларни қатъий илмий тизими, меҳнатни ташкил қилиш, вақтни ўрганиш усуллари (хронометраж), таннархни ҳисоблашнинг математик усуллари, иш ҳақини дифференцияция қилиш, меҳнат жараёнини таҳлил қилиш ва унинг асосида режалаштириш, ташкил қилиш масалалари асосланган. Ф.Тейлор нафақат юқоридаги қоидаларни назарий асослаган, уларни ишлаб чиқариш жараёнига тадбиқ қилган.

Генри Лодренс Гамнт (1861-1919) корхона фаолиятини тезкор режалаштириш ва бошқаришга асос солган. Унинг «Графики Гамнта» номи билан машҳур бўлган графикларни режалаштириш тизими ишлаб чиқариш корхоналарида кенг фойдаланилган.

Горрингтон Эмирсон (1853-1931) меҳнат унумдорлигини оширишни 12 та қоидасини ишлаб чиққан. Уларга бошақришни бошланғич нуқтаси сифатида мақсадни аниқлаш; камчиликлар ва нуқсонларни тан олиш ва сабабини ахтариш; ходимлар фаолиятини регламентация ва назорат қилиш ҳамда моддий рағбатлантириш; ишлаб чиқариш жараёни элементарини нормалаштириш, доимий, тўла, реал ва тезкор ҳисоб-китоб қилиш, уларни режалаштириш каби масалаларни киритган.

Германия Федератив Республикаси Канцлери Людвиг Эрхард (1950-1960) иқтисодий реформалар ўтказган ва реформанинг асосий йўналишларидан бири сифатида индикатив режалаштиришни жорий қилиш бўлиб ҳисобланган. Индикатив режалаштириш индикатив кўрсаткичларни тасдиқлашдан иборат бўлиб, уларнинг бажарилишини таъминлаш учун қудратли иқтисодий, ҳуқуқий, маъмурий дастаклар (инструментларни) ишлатишни кўзда тутган. Жаҳон иқтисодиёти назарияси ютуқлари ва тажрибасини ишлатиш асосида индикатив режалар чуқур илмий асосда ишлаб чиқилиб, уни тайёрлашга юқори касбий малакага эга бўлган иқтисодчилар, олимлар жалб қилинган.

Ривожланган давлатлар иқтисодиётидаги етук ютуқларга эришиш, кризисларни бартараф қилиш, стратегик, жорий ва тезкор режалаштириш усулларини, қоидаларини ишлатиш асосида эришган десак муболаға бўлмайди. Уларда режалаштириш масалалари билан шуғулланадиган зарурий кафолатларга эга бўлган вазирликлар, идоралар, муассасалар ташкил қилинган. Барча фирмалар, компаниялар, корпорациялар, корхоналар прогнозлаш ва режалаштириш билан шуғулланадиган функционал бошқарув органларига эга.

Корхоналар, фирмалар фаолиятини режалаштириш илмий асосланган ҳолда ташкил қилинади. Чет эл амалиётида режалаштиришни ташкил қилишни асосан икки хил усули ишлатилади. Биринчиси, «break-down» - юқоридан пастга усули, иккинчиси, «build-up» - пастдан юқorigа усули. Биринчи усулни мазмуни корхона раҳбарияти унинг мақсад ва вазифаларининг асосий йўналишларини белгилайди, қуйи бўлимларда улар деталлаштирилиб, силжиш жараёнида умумий режага киритилади. Иккинчи усул бўйича кўрсаткичларни миқдори режалаштирган даврга қуйи бўлимларда ишлаб чиқилади ва раҳбарият уларни умумлаштириб, корхонани умумий режасини аниқлайди.

Амалиётда кўпчилик ҳолларда иккала усул биргаликда ишлатилади.

Режалаштириш борасида жаҳонда 100 та энг йирик деб тан олинган

транснационал компаниялардан бири Америка қўшма Штатларидаги «Ай.М-электрик» компаниясининг тажрибаси назарий ва амалий жиҳатдан эътиборга сазовор. Бу фирма энергетик жиҳозлар ишлаб чиқариш, уларни таъмирлаш ва ишлатиш бўйича хизматлар кўрсатиш билан шуғулланади.

Ушбу фирмада режалаштириш ҳар икки йилга (ҳар бир стратегик хўжалик маркази (СХМ) бўйича) стратегик режа ишлаб чиқишдан бошланади. Бу ишга 4 ой муҳлат берилади. Стратегик йўналиш уч йилга мўлжалланиб, 5 йилга экстрополяция қилинади. Бу цикл йиллик режаларни асослашни ҳам ўз ичига олади.

Йиллик (жорий) режалаштиришни хўжалик фаолиятини ва бозор конъюнктурасини чуқур таҳлил қилиш асосида маркетинг бўлими бажаради. Режанинг бажарилишини ишлаб чиқариш бош бошқарма бошлиғи ҳар ойда ўтказадиган мажлисларда заводлар бошлиқлари орқали амалга оширади. ҳар қандай режадан четлашиш маркетинг ва молия бўлимлари билан танқидий таҳлил қилинади, режага зарурий тuzатишлар киритилади.

Раҳбариятнинг доимий назоратида турадиган кўрсаткичларга – буюртмалар сони, ишлаб чиқариш вақти, меҳнат унумдорлиги, ишлаб чиқариш захиралари миқдори, харажатлар, фойда кабилар киради.

Режалаштиришни бозор муносабатларига мос келмаслиги қалбаки асосланиб келинганлиги бизларга ҳозирги кунда аён бўлиб турибди. Бундай назариянинг асосида «марказлашган-буйруқбозлик» концепцияси ётган бўлиб, халқ хўжалигини ягона режа асосида бошқариш, унинг барча соҳаларини фақатгина марказдан туриб режалаштириш ғояси ётган эди. Мутаносиб ривожланишни тўғридан-тўғри марказдан режалаштириш деб тушунилди. ҳозирги кунда, шу сабабли иқтисодий адабиётларда, тадбиркорлар, хўжалик раҳбарлари ва оддий одамлар онгида бозор иқтисодиётида режали мутаносиб ривожланиш қонуни ҳаракат қилмайди деган таассурот йўқолмаган. Бу қонун бизларда тарқатилаётган янги адабиётларда бозор иқтисоди қонунлари қаторида эслатилмайди ҳам. Шунини таъкидлаш керакки, ҳозирги кунда бизда чиқарилаётган бизнес-режа

тўғрисидаги адабиётларда тадбиркорлар, янги ташкил қилинаётган кичик корхоналарда тузиладиган режалар, бир неча жадваллар ва ҳисоб-китоблар тўғрисидагина фикр изҳор қилиниб, режалаштиришнинг жиддий масалалари четда қолиб кетаяпти. Асосан, янги тузилаётган корхоналар учун зарур бўлган ҳисоб-китоблар, инвестиция олиш учун мўлжалланган бизнес-режалар тўғрисида кўпроқ фикр юритилади. Барча ривожланган давлатларда бозор муносабатлари иқтисодий қонунлар ва режа тизимининг барча турларини ишлатиш асосида тартибга солиниб турилади. Тартибга солиш режасиз амалга ошмайди ва у ҳам давлат миқёсида режалаштиришнинг кенг ишлатилишини тақозо қилади. Умуман олиб қараганда, инсоният жамиятининг ривожланиши, жаҳон тажрибаси, келажак тўғрисидаги ғоялар, этнографик, археологик маълумотлар, режалаштириш ва истиқболни белгилаш назарияси ва тажрибаси шуни кўрсатадики, табиатда ҳам инсоният жамиятида ҳам, бизнинг онгимиздан қатъий назар мувозанат, мутаносиблик таъминланиб келинган.

Шундай қилиб, режали мутаносиб ривожланиш қонунини инсоният жамиятини ривожланишининг барча поғоналарида (формацияларида) мулк шаклидан, бошқариш тизими шаклидан қатъий назар ҳаракатда бўлиб келган ва у инсоният жамиятига тааллуқли умумиқтисодий қонун бўлиб ҳисобланади. Бозор иқтисодиётига хўжалик фаолиятини режалаштириш эмас, марказлашган-буйруқбозлик қонидасига асосланган, давлат томонидан директив равишда жамиятнинг барча соҳаларини ягона халқ хўжалиги режаси асосида тартибга солиш мос келмайди. Бозор иқтисодиёти режалаштириш назарияси ва амалиётини инкор қилмайди. Бозор иқтисодиётига «режа-ҳукм» эмас, «режа-прогноз» мос келади. Лекин, бу деганимиз бозор иқтисодиётида умуман «режа-ҳукм» ишлатилмайди деган маънони тушунтирмайди, айрим соҳаларда давлат томонидан қатъий режалар ишлатилади. Масалан, мудофа соҳасида, айрим давлат аҳамиятига эга бўлган стратегик тармоқларда, давлатлараро муносабатларда ва ҳоказоларда.

Асосий масала режаларнинг мазмуни, шакли ва уларни ишлаб

чиқариш, ҳаракатга келтириш усулларидадир. Хулоса қилиб айтганда, бозор иқтисодиёти муносабатларини социалистик тузумдан фарқ қилиш томонларидан бири режалаштиришни йўққа чиқариш эмас, унинг мазмунини, шаклларини, усулларини бозор иқтисодиёти қоидаларига мослаштириб ишлатишдир.

Режалаштириш бошқаришнинг иқтисодий усулларидан бири бўлиб, у хўжалик юритишда иқтисодий қонунлар талабини ишлатишни асосий воситаси сифатида намоён бўлади. Режалаштириш мақсадни танлаш, асослаш, чегараланган ресурслардан оқилона фойдаланиш, мақсадга етиш йўллари, чора-тадбирларини белгилаш, иқтисодий асослаш ва уларнинг бажарилишини назоратга олиш жараёнидан иборатдир. Режалаштириш ғояни, мақсадни амалга ошириш усулидир. Режасиз ҳар қандай ғоя, мақсад сафсатага айланиб қолади. Мақсадга йўналтирилган, кутилаётган шароитга мўлжалланган режа фаолиятни самарали юритишни таъминлайди.

Режалаштириш – мақсадни белгилаш, унга етиш воситаларини аниқлаш ва ҳаракат йўллари тўғрисида мунтазам равишда дастур ишлаб чиқиш жараёнидир.

Режалаштириш кўп қиррали, мураккаб жараёндир. Тузилган режа ёки корхона дастури нима қилиш, ким бажаради, қачон ва қандай бажаради деган саволларга очиқ, тўла ва асосланган жавоб бериши шартдир.

Савдо корхоналари фаолиятининг самарадорлиги талаб ва таклифни ҳисобга олган ҳолда нима, кимга ва қандай маҳсулот етказиб бериш, ресурслар билан таъминланиш, савдонинг оптимал технологиясини танлаш, товарни сотиш шакли ва усуллари ва бошқа кўпгина ҳолатларга боғлиқдир. ҳар бир корхона бу омилларни узвий боғлашга ҳаракат қилади. Бу эса корхонанинг хўжалик фаолиятини режалаштириш орқали амалга оширилади.

5.2.2. Режалаштиришни қоидалари (принциплари).

Жамиятнинг сиёсий устқурмаси, ижтимоий-иқтисодий шарт-шароитидан қатъий назар режалаштиришни умумий қоидалари (принциплари) мавжуд. Улар инсоният таракқиётининг барча формацияларида у ёки бу даражада, айрим ҳолларда режалаштириш тўғрисида илмий асосланган фикр юритишдан четда бўлган ҳолда ишлатилган.

Бизларга маълум, МДДа тарқатилаётган иқтисодиётга оид чет эл адабиётларида режалаштириш назарияси, унинг методологиясига оид масалаларга, шу жумладан режалаштириш принциплари тўғрисида назарий фикрлар келтирилмайди.

Режалаштиришнинг ўзига хос принциплари, усуллари ва услублари, умуман айтганда, бозор иқтисоди шароитида режалаштиришнинг ўзига хос методологияси мавжуд. Лекин бу гап собиқ социалистик тузумда ишлатилган режалаштириш методологиясини бутунлай инкор қилиш деган фикр эмас. Унинг салбий томонларини (эркинликнинг чегараланганлиги, режалаштиришнинг директивлиги, партиявийлиги ва ҳоказолар) олиб ташланиб, ижобий жиҳатларини, яъни методологиясидан, усулларида кенг фойдаланиш мақсадга мувофиқдир.

Режалаштириш жараёнида илмийлик, реаллик, оптималлик, комплекслик, узлуксизлик, ўзгарувчанлик (корректировка қилиниши, эластиклик) назорат каби принциплари ишлатилади.

Жаҳон тажрибасида режалаштиришнинг ўзига хос қоидалари (принциплари) мавжуд бўлиб уларга қуйидагиларни киритиш мумкин:

- режалаштиришнинг илмий асосланганлигини, яъни режалаштириш иқтисодий қонунлар талабларини, бозор иқтисоди қоидаларини ҳисобга олиш, фан ва техника ютуқларига асосланиши, режалаштиришда кенг маънода илмий текшириш муассасаларини, олимларни жалб қилиниши орқали таъминланади;

- режалаштиришни ҳар хил муддатларга тузиш тизими орқали унинг узлуксизлиги таъминланиб борилади;
- жамиятда, корхона, фирмаларда ишлатиладиган барча ресурсларнинг чегараланганлиги улардан фойдаланишда тежамкорликка интилиш, улардан энг оптимал вариантни танлаб олишни тақозо қилади;
- рақобат, вазиятнинг ўзгариб туриши режаларга ўзгаришлар киритиб боришни тақозо қилади ва шу сабабли режалар ҳар хил вазиятлар учун мўлжалланган альтернатив вариантларда тузилиши, унинг вазиятга мослашувчанлиги, эластиклигини таъминлайди;
- бозор иқтисодиёти қоидалари корхоналар, фирмалар ўртасидаги алоқаларни контрактлар асосида ташкил қилиш, олинган мажбуриятларни белгиланган муддатда, миқдорда қатъий бажарилишини талаб қилади. Бу эса режаларнинг бажарилишини назорат қилиш қоидасининг аҳамиятини оширади.

5.2.3. Прогнозлаш ва режалаштиришга қўйиладиган умумий талаблар

Чет эл савдо корхоналарининг тажрибасидан маълумки, режаларнинг ишлаб чиқарилишига қатъий талаблар қўйилади. Режаларда асосий муаммолар, вазифалар ўз ифодасини топади. Масалан: Савдонинг товар

айланиши ҳажми, ассортиментлари бўйича товар айланиши, товар захиралари кўрсаткичлари, товарларни келиши (манбаалари бўйича), асосий, айланма ва молиявий маблағлари (фондлари), меҳнат ресурслари ва иш ҳақи, даромадлари, харажатлари, фойдаси кабилар.

Бу бўлимларнинг ҳар бири бўйича аниқ чора-тадбирлар, конкрет жавобгарлик белгилаб қўйилади. Алоҳида бўлимлар бўйича тақвим режалар ишлаб чиқилиб, ким нима қилади, қандай бажаради каби масалаларни ҳал қилиш йўллари аниқланади.

Режалаштириш жараёнига қўйиладиган талабларни қуйидагича ифодалаш мумкин:

- савдо корхоналарининг ривожланиш ғоясини, мақсадини аниқлаш;
- асосий мақсадга эришишни таъминлайдиган тижорат ғояларини намоён қилиш;
- режалаштириш – узлуксиз жараён бўлиб, барча жамоанинг ижодий ёндошишини, рағбатлантиришни тақозо қилади (жамоа аъзолари режалаштириш жараёнида фаол қатнашиши, пировард натижаларда уларнинг иш ҳақи ундан боғлиқлигидадир);
- режа барча функционал бўлимларни, мутахассисларни, бошлиқ билан унинг қаромағидаги хизматчиларни ўзаро таъсири ва чамбарчас боғланишда, биргаликда оптимал аниқлашга эришиш асосида тузилиши керак;
- бозор конъюктураси ўзгариш эҳтимолларига мўлжалланган альтернатив вариантлар мавжуд бўлиши шарт;
- бозор иқтисоди шароитида барча ресурслардан (улар чегараланган) оқилона, рационал фойдаланиш, харажатларнинг тежамлилигини, натижаларнинг оптималлигини таъминлаш;
- савдо фаолиятини чуқур, ҳар томонлама баҳолаш мақсадида унинг самарадорлиги меъзонини, кўрсаткичларини аниқлаш;

- савдо фаолиятига таъсир қилувчи омилларни аниқлаш, унинг таъсир қилиш даражаларини чуқур таҳлил қилиш, асослаш имкониятларни, янги резервларини аниқлаш;
- ва ниҳоят ишлаб чиқарилган ҳамда қабул қилинган дастурнинг бажарилишини таъминлаш ва назорат қилиш кабилардир.

5.2.4. Прогнозлаш ва режалаштириш турлари ва босқичлари

Бозор иқтисодиёти шароитида режаларни тезкор, жорий, ўрта муддатли, стратегик (узоқ муддатли) тизими қўлланилади ва бу асосида режалаштиришни узлуксизлиги таъминланади.

Режалар алоҳида аломатларига қараб таснифланади ва алоҳида турларга бўлинади.

Режаларни таснифи ва турлари қуйидаги 5.2.4.1-чизмада келтирилган:

Жаҳон амалиётида режалаштиришнинг алоҳида босқичлари, яъни режалаштириш жараёнининг кетма-кетлиги ишлабч иқилган ва уларга риоя қилишлик режалаштириш жараёнини босқичларини (логик) мантиқий боғлиқлигини таъминлайди.

Режалаштириш бир неча босқичдан иборат бўлади. Уларни умумлаштириб уч босқичга бўлиш мумкин.

Бошланғич босқичда ғояни шакллантириш, мақсадни аниқлаш, маълумотларни таҳлил қилиш, умумлаштириш, режалаштирилаётган кўрсаткичларнинг йўналишларини аниқлаш, истиқболни белгилашдан иборат бўлиши керак.

Ўртанчи босқичи кўп вариантли режани тузиш, хўжалик субъекти раҳбарияти томонидан кўриб чиқиш, унинг оптимал вариантини маъқуллаш.

Охириги босқичи қабул қилинган режани бажарувчиларга етказиш, бажарилишини таъминлашни чора-тадбирларини кўриш ва назорат қилишдан иборат бўлиши керак деб ҳисоблаймиз.

Ушбу босқичларни стандарт сифатида қабул қилмаслик керак.

Режалаштиришнинг турлари ва кўрсаткичлари, режалаштирилаётган фаолиятга қараб босқичларни кенгайтириш, бошқа кетма-кетлик шакллари ишлатиш мумкин.

Режалаштиришни ишлаб чиқариш жараёни ҳам унинг турларига қараб ўзига хос алоҳида босқичлардан иборат бўлади.

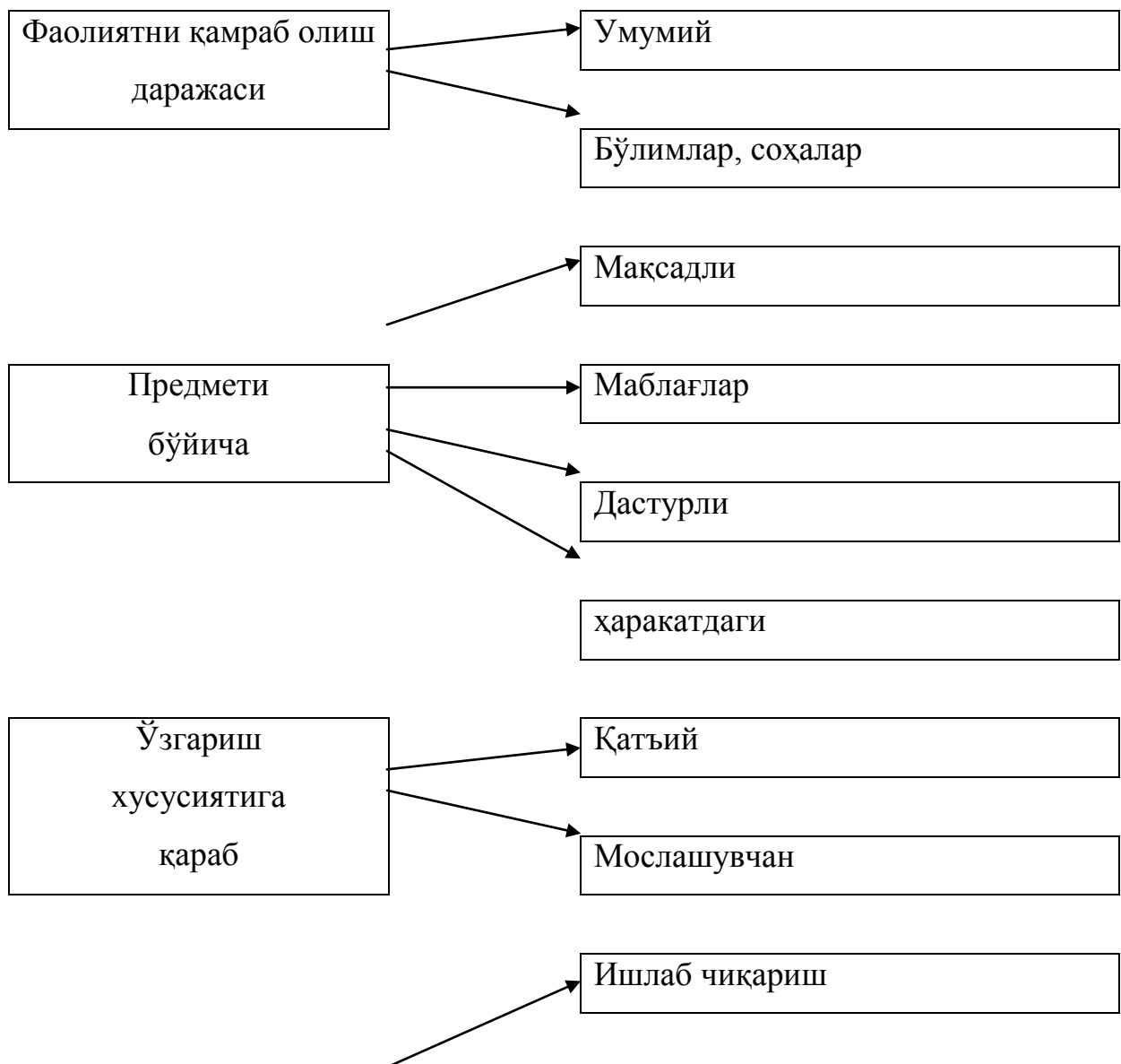
Масалан: стратегик режалаштириш, узоқ муддатли режалаштириш босқичларининг айрим вариантлари 5.2.4.2 ва 5.2.4.3-чизмаларда келтирилган.

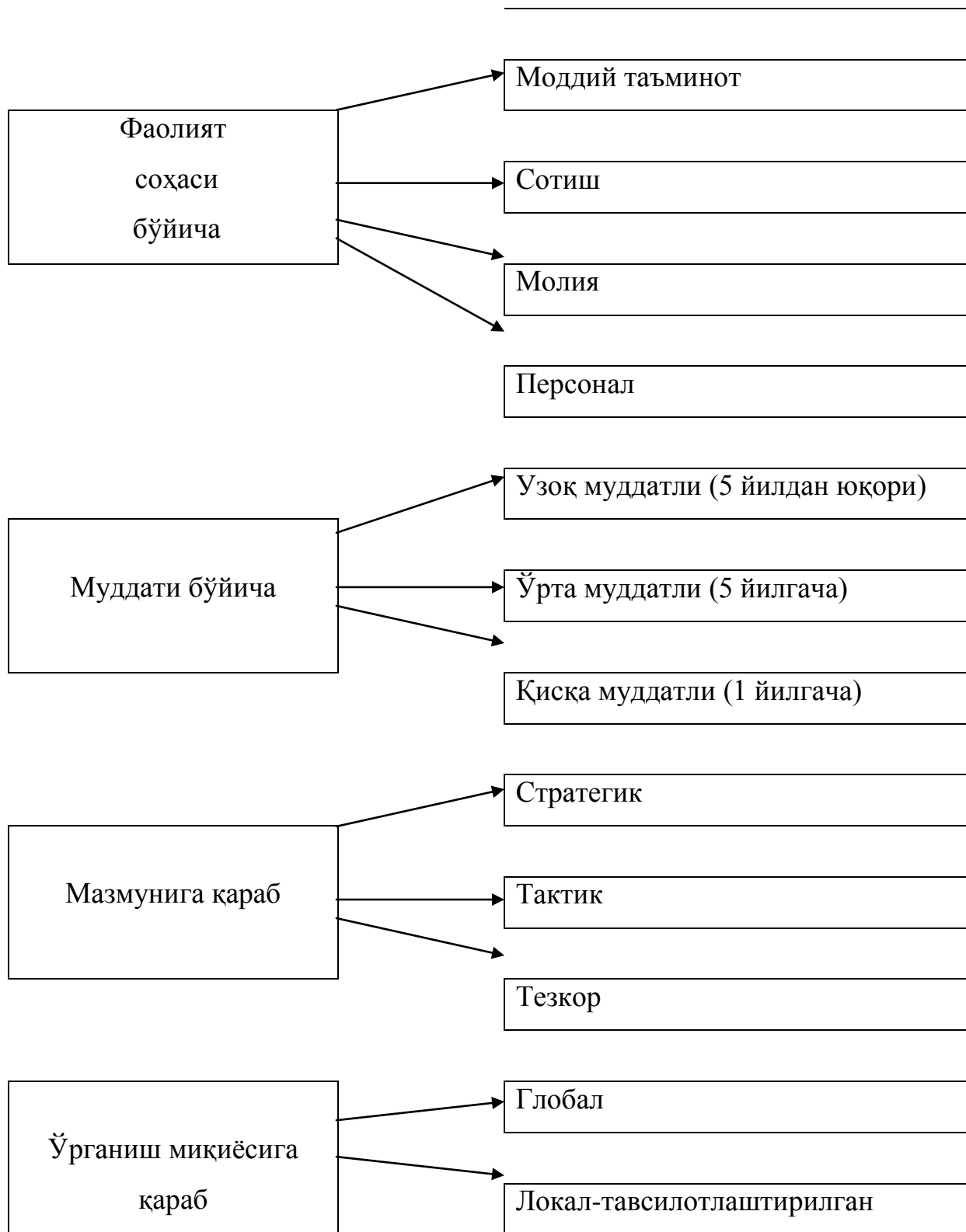
5.2.4.1 чизма

Режаларнинг турлари

Таснифлаш аломатлари

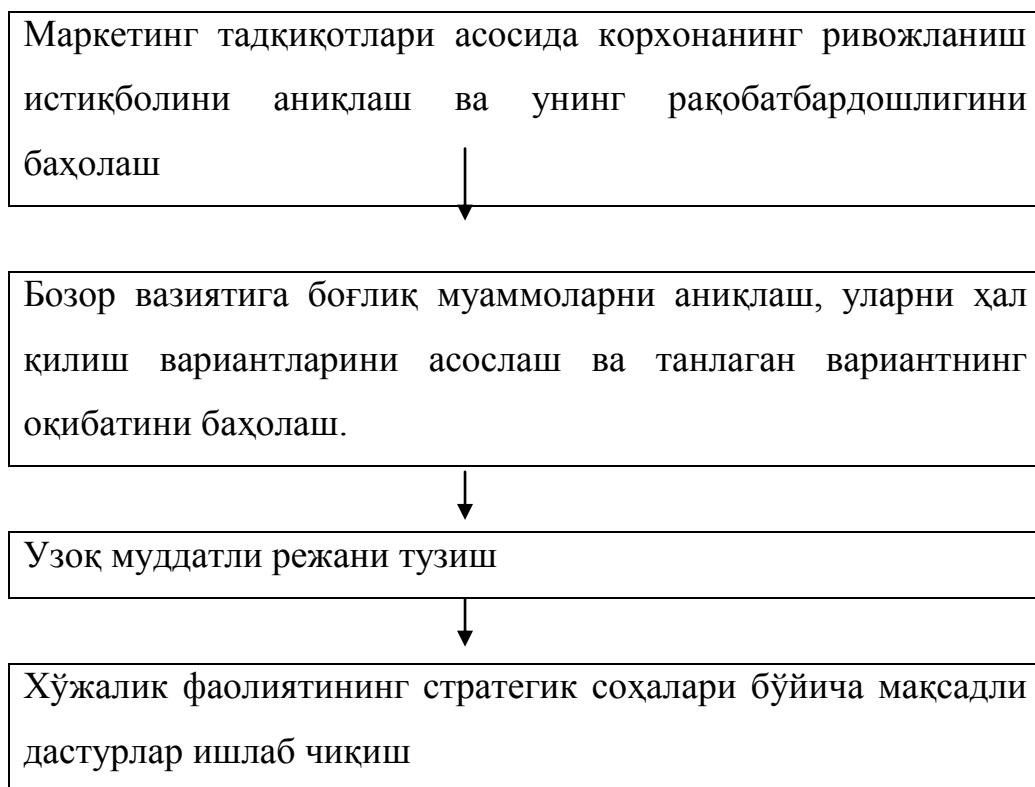
Режанинг турлари





Узоқ муддатли режалаштириш босқичлари



5.2.4.3-чизма.**Стратегик режаслаштириш босқичлари**

Узоқ муддатли режалар қуйидаги тартибда тузилиши ҳам корxonалар тажрибасида ишлатилиб келинмоқда:

- корxonанинг мақсади;
- инвестиция ва ишлаб чиқаришни такомиллаштириш;
- ресурсларни ишлатилиш самараси;
- бошқаришни такомиллаштириш;
- рақобат вазиятларининг таҳлили;
- корxона таркибларининг ресурслари, уларнинг самарадорлиги кибиларни аниқлаш, белгилаш.

5.2.5. Прогнозлаш ва режалаштириш усуллари хамда кўрсаткичлари

Метод грекча «methodos» сўзидан олинган бўлиб «нимагадир йўл», билиш усулуби, жамият ва табиат ходисаларини тадқиқот қилиш усули маъносини билдиради.

Режалаштириш жараёнида баланс усули (моддий, молиявий, меҳнат ресурслари баланси), нормаллаштириш усули, солиштириш индекс усули, графиклар, техник-иқтисодий ҳисоблар, социологик тадқиқот, статистик гуруҳлаш, иқтисодий математик усуллар, эксперт баҳолаш усули кабилардан кенг фойдаланилади.

Режалаштиришда кўрсаткичлар тизимидан кенг фойдаланилади. Улар қаторига натурал ва қиймат; абсолют ва нисбий; сон ва сифат кўрсаткичларини киритиш мумкин.

Сонли кўрсаткичлар абсолют миқдорда ифодаланиб ишлаб чиқариш ҳажмини (дона, тонна, м.к.м., Кл.вт., шартли банка): ишчилар сони; иш ҳақи фонди; даромад ҳажми; фойда суммаси кабиларни ифодалайди.

Сифат кўрсаткичлари нисбий миқдорларда ҳисобланади ва корхона фаолиятини самарадорлигини ўлчов бирлиги сифатида кўпроқ ишлатилади. Бу кўрсаткичлар процент, индекс, коэффицент кабиларда ўз аксини топади.

Ўлчов кўрсаткичлар асосан ишлаб чиқариш ҳажмини, айрим кўрсаткичларни абсолют миқдорини ифодалайди (заҳиралар миқдори, ишлаб чиқариш ҳажми, ресурслар суммаси ва ҳ.к.).

Солиштира кўрсаткичлар нисбий миқдорларда ўлчаниб (сифат кўрсаткичларни бир тури), солиштира оғирликни, солиштира бирликни кўрсатади. Масалан: ишлаб чиқаришни умумий ҳажмида маҳсулотни бир

турини ҳиссаси; умумий ишчи-хизматчилар ичида ишчиларнинг ҳиссаси кабилар.

Савдо корхоналарида товар айланиши ҳажми, ассортименти (сўм); товар захиралари ҳажми ва ассортименти (сўм); товарларни келиши ҳажми ва ассортименти (сўм). Бу учала кўрсаткичларни ассортимент бўйича миқдори натурал кўрсаткичларда (дона, метр, тонна ва ҳ.к.) ҳисобга олинади, таҳлил қилинади ва режалаштирилади.

Муомала харажатарни суммаси, таркиби, моддалари бўйича (сўм, %).

Меҳнат ва иш ҳақи кўрсаткичлари.

Даромад ва фойда рентабеллик кўрсаткичлари.

Асосий ва айланма фондларни ишлатиш билан боғлиқ кўрсаткичлар.

Капитал маблағлар, кредит, солиқ ва тўловлар билан боғлиқ кўрсаткичлар кабилар.

Таянч иборалар: Прогноз, прогнозлаштириш, режа, режалаштириш, бизнес режа, методология, усул, индикатив, мутоносиб, илмийлилик, узлуксизлик, оптималлик, мосланувчанлик, стратегик назорат, тактик, тезкор, локал-тафсилотлаштириш, ғоя, мақсад, сифат кўрсаткичлари, ҳажмий кўрсаткичлар, солиштирма кўрсаткичлар.

Такрорлаш учун саволлар.

1. Прогноз, прогнозлаштириш нималарни англатади?
2. Режа ва режалаштиришни мазмунини ёритинг?
3. Прогнозлаштириш билан режалаштиришнинг фарқини айтинг?
4. Режаларни турларини айтинг?
5. Режалаштириш методологиясини тушинтириб беринг?
6. Режалаштириш қоидаларини айтинг?
7. Режалаштиришда қандай усуллардан фойдаланилади?
8. Прогнозлаш ва режалаштиришга қандай талаблар қўйилади?

6 - боб. САВДО КОРХОНАЛАРИНИНГ РЕСУРСЛАРИ

6.1. Савдо корхоналарининг асосий фондлари

6.1.1. Ресурслар тушунчаси ва таркиби

6.1.2. Асосий фондлар тушунчаси, таркиби ва баҳоланиши

6.1.3. Асосий фондларнинг кўрсаткичлари

6.1.1. Ресурслар тушунчаси ва таркиби

Ресурс – французча «ressources» сўзидан келиб чиқиб, восита, захира, имконият, бирор-бир нарсани, бойликларни манбааси мазмунини билдиради.

Жамиятда ресурслар ҳар хил турларга бўлинади.

Иқтисодий назариясида ресурсларга тегишли ишлаб чиқариш воситалари (меҳнат куруллари ва меҳнат предметлари); ишлаб чиқариш кучлари (ишлаб чиқариш воситалари ва ишчи кучи); капитал (молиявий капитал), (асосий капитал, айланма капитал) каби тушунчалар ишлатилади.

Статистикада, бухгалтерия ҳисобида асосий фондлар (асосий воситалар), айланма фондлар, (айланма воситалари, айланма маблағлар), моддий активлар, номоддий активлар, ишчи кучи, моддий ресурслар, меҳнат ресурслари, молиявий ресурслар каби тушунчалар ишлатилади.

Умуман ресурслар тушунчасига келсак – улар жамият зарурияти учун моддий ва маънавий босқичларни ишлаб чиқаришга жалб қилиши мумкин бўлган табиий, иқтисодий, ижтимоий ва маънавий қудратларни мажмуаси бўлиб, улар жамият билан табиатни ўзаро алоқаси орқали инсоният жамиятини тараққиёт даражасини таъминлайди.

Жамият миқёсида табиий ресурслар (ҳаво, ер, сув, ер ости ресурслари, ўрмонлар ва ҳ.к.) энергетик ресурслар, моддий ресурслар, меҳнат ресурслари,

молиявий ресурслар ва маънавий ресурслар каби тушунчалар ҳам мавжуд.

Иқтисодиётда ресурслар тушунчаси билан бир қаторда ишлаб чиқариш омиллари тушунчаси ҳам ишлатилади.

Ишлаб чиқариш омилларига қуйидагилар киради:

1. «Ер» - табиий ресурс сифатида, меҳнат куроли, меҳнат воситаси сифатида ва мулк объекти сифатида.
2. «Капитал» - моддий ва молиявий ресурслар сифатида.
3. «Меҳнат» - ишчи кучи, меҳнат ресурслари ва тадбиркорлик сифатида.

Умуман олганда ресурслар ишлаб чиқариш омилларини ўзаро алоқаси, ўзаро таъсири орқали яратилади, шаклланади.

Ресурслар тушунчаси ишлаб чиқариш омилларидан кенгрок. Чунки ресурслар ишлаб чиқаришга жалб қилиниши мумкин бўлган табиий, иқтисодий, ижтимоий ва маънавий қудрат мажмуаси бўлса, ишлаб чиқариш омиллари ишлаб чиқаришга жалб қилинган ресурслар мажмуасидир ва инсон учун зарур бўлган моддий ва маънавий бойликларни яратувчи омил бўлиб ҳисобланади.

Инсоният ҳаётида доимо чегараланган имкониятлар ва чегараланган ресурсларга дуч келади. ҳақиқатда ҳар бир инсонни алоҳида олиб қарасак уни имкониятлари чегараланганлигига гувоҳ бўламиз. Масалан шахснинг жисмоний, интеллектуал, макон ва замондаги имкониятлари чегараланган. Худди шундай, жамиятда, табиатда ва коинотдаги инсонлар фойдаланадиган (ҳаводан ташқари) барча ресурслар чегараланган.

Бутун жамиятда ресурслар чегараланган, чунки табиий, моддий, меҳнат, молиявий ва бошқа ресурслар сон жиҳатидан ва сифат жиҳатидан чегарага эга.

Бежиз эмаски, иқтисодий фанлар, аввалом бор, иқтисодиёт назарияси учун чегараланган ресурслардан моддий бойлик яратиш, уни истеъмол учун аҳоли ўртасида тақсимлашда инсонларнинг ўзаро муносабатларини ўрганиш асосий вазифаларидан бири бўлиб ҳисобланади.

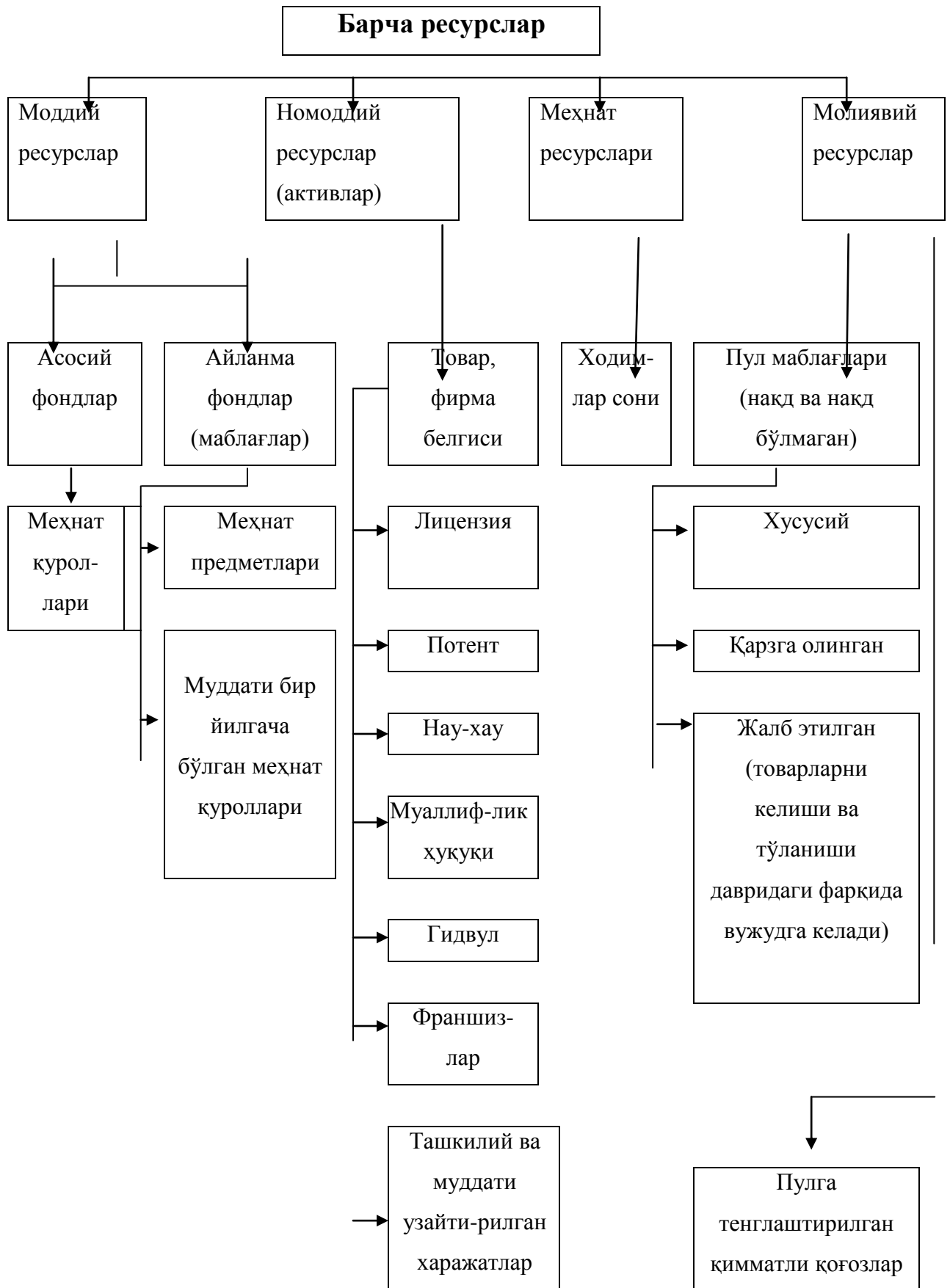
Савдо корхоналарида, иқтисодиётнинг бошқа тармоқлари қаторида,

моддий, меҳнат ва молиявий ресурслари каби тушунчалар ишлатилади. Улар савдо корхоналарининг иқтисодий салоҳиятини ташкил қилади.

Савдо корхоналари фаолиятини ўрганишда асосий ва айланма фондлар, моддий ва номоддий активлар, ишчи кучи, молиявий ресурслар каби иқтисодий категориялар ишлатилади. Савдо корхонасини барча ресурсларини қуйидаги 6.1.1.1-чизмада ифодалаш мумкин.

6.1.1.1-чизма.

Савдо корхоналарининг ресурслари



6.1.2. Асосий фондлар тушунчаси, таркиби ва баҳоланиши

Асосий фондлар моддий ресурсларнинг бир қисмини ташкил қилади. Улар савдо корхоналари фаолиятида ишлатиладиган меҳнат қуролларининг қийматидан иборат бўлиб, ишлаб чиқариш ва ноишлаб чиқариш шаклларига бўлинади.

Бухгалтерия ҳисобига мувофиқ асосий фондларга ишлатиш даври бир йилдан юқори бўлган, моддий активлар қиймати киради. Бундан келиб чиқадиги, асосий фондларни натурал-моддий кўриниши фаолият жараёнида кўп йиллар хизмат қилади, яъни шакли ўзгармайди ва ўз қийматини қисман товар қийматига ўтказиб беради.

Шундай қилиб, асосий фондлар – савдо жараёнида узоқ муддат, кўп мартабалаб иштирок этадиган, ўз қийматини товарларга қисман ўтказиб турадиган меҳнат қуролларини қийматининг пулдаги ифодасидир.

Савдо корхоналарида асосий фондларнинг натурал-моддий таркиби (элементлари) куйидагилардан иборат:

- I – архитектура – қурилиш объектлари (дўконлар, омборлар, оммавий овқатланиш корхоналари ва ҳ.к.);
- II – иншоотлар, қурилиш объектлари, ҳар хил маҳсулотларни (нефть) сақлайдиган жойлар, кўприк иншоотлари, ҳар хил қудуқлар, сув чиқарувчи иншоотлар, ҳар хил тўсиқлар (девор) ва ҳ.к.;
- III – узатма механизмлар, электр узатмалари, буғ, сув узатмалари ва иншоотлари, телефон узатмалари ва ҳ.к.;
- IV – машина ускуналар: буғланувчи машиналар ва қозонлар, электр машиналари, ўзи юрар ёки силжийдиган электростанциялар, компрессорлар, кўтарувчи кранлар, товарларни қадоқлаш учун ускуналар, технологик ва иссиқлик берувчи ускуналар, автомат машиналар: савдо автоматлари, ўлчов қуроллар – дозаторлар ва ҳ.к. ҳамда ўлчайдиган ва бошқарадиган асбоблар, лаборатория ускуналари киради;
- V – асбоблар ва ҳар хил меҳнат қуроллари, материалларни қайта ишлаш учун

ҳар хил мосламалар;

- VI – хўжаликдаги ишлаб чиқариш асбоб-ускуналари: ишчи столлар, пештахталар, савдо шкафлари, идишлар қўйиладиган ҳар хил асбоб-ускуналар, товарлар ва бошқа нарсаларни сақлайдиган токчали ускуналар (стеллаж) ва ҳ.к.;
- VII транспорт воситалари: автомобил воситалари, тракторлар, мотороллерлар, мотоцикллар, ҳаракатчан сув транспорти воситалари, омборхоналардаги кўтарувчи транспорт воситалари ва ҳ.к.;
- VIII хўжаликдаги мебеллар, ёнмайдиган шкафлар, ёзадиган машинкалар ва ҳ.к.;
- IX – компьютер техникаси – компьютер, сканер, принтер, калонка, электрон почта, факс ва ҳ.к.;
- X – ишчи ва маҳсулдор ҳар хил ҳайвонлар (от, туя, сгир, чўчка ва бошқа ҳайвон ва паррандалар);
- XI – кўп йиллик ҳосил-мева берадиган дарахтлар, ўсимликлар ва ҳудуддаги ҳар хил кўкатлар;
- XII – ерлар, суғориладиган мелиорацияга тегишли иншоатлар, сув ҳавзалари, ер участкалари;
- XIII – кутубхоналар ва кутубхоналардаги асбоб-ускуналар;
- XIV – ишлатиш муддати бир йилдан кўп бўлган меҳнат қуроллари.

Ишлаб чиқаришга тааллуқли асосий фондларга савдо корхоналарида тўғридан-тўғри товарларни ишлаб чиқаришдан истеъмолчига етказишда, олди-сотди жараёнини ва савдо хизматлари амалга оширишда қатнашадиган меҳнат қуроллари киради.

Ноишлаб чиқаришга тааллуқли асосий фондлар таркибига савдо корхонасига тааллуқли маъмурий ва илмий-тадқиқот ташкилотларга қаршли бинолар, иншоатлар, жиҳозлар, уй-жой, коммунал хўжалиги, клублар, стадионлар, боғчалар, санаториялар, поликлиника, шифохоналардаги меҳнат қуроллари киради.

Асосий фондлар олди-сотди ва савдо хизмати жараёнларида ўзини

натурал-моддий шаклини сақлаб қолган ҳолда, кўп мароталаб, узок муддатда хизмат қилиши, ўз қийматини аста-секин товар қийматига ўтказиши, қийматини айланиш хусусияти (аста-секин истеъмол қилиниши ва бир вақтда шаклан ўзгариши) билан айланма фондлардан кескин фарқ қилади.

Шу сабабли товар ресурслари, пул маблағлари асосий фонд бўла олмайди.

Асосий фондлар фаол (актив) ва пассиф мехнат қуролларига бўлинади. Асосий фондларнинг фаол (актив) қисмига – машиналар, ускуналар, ўлчаш, созлаш асбоблари ва қурилмалари, компьютер ва ҳисоблаш техникаси (касса аппаратлари), транспорт воситалари қабила қиради. Юқорида келтирилган тавсифни III, IV, V, VI, VII, VIII ва IX бандларида келтирилган асосий фондлар элементларини киритиш мумкин.

Пассиф асосий фондларга савдо жараёнини амалга оширишга шарт-шароит яратадиган мехнат қуроллари, яъни бинолар, иншоатлар қиради. Асосий фондларнинг хизмат қилиш даври, улар қийматини айланиш вақти билан белгиланади.

Асосий фондлар – мулк шаклига, ишлаб чиқаришга алоқаси, амортизацияга нисбатан, амортизация нормасига биноан ва солиққа тортилишига нисбатан тавсифланади.

1. Мулкка нисбатан – хусусий ва арендаданган.
2. Ишлаб чиқаришга қатнашиши бўйича – ишлаб чиқариш ва ноишлаб чиқариш (савдода ишлаб чиқаришга – савдога олди-сотдига тааллуқли қуроллар ва ноишлаб чиқаришга – маъмурий бинолар, иншоатлар, жиҳозлар, уй-жой, коммунал хўжалиги, клублар, стадионлар, боғчалар, шифохоналар).
3. Амортизацияга нисбатан – амортизацияланувчи ва амортизация қилинмайдиган. Охиригисига – ишчи ва маҳсулдор ҳайвонлар, кутубхона фонди, кўп йилилик экинлар, ўрнатилмаган жиҳозлар, консервация қилинган воситалар (ЎЗРВМ қарори асосида), тўла амортизацияланган воситалар.

4. Амортизация нормаларига қараб:

20 % - компьютер техникаси, унинг зарур жиҳозлари; енгил автомобиллар, такси, автотрактор техникаси, махсус инструментлар ва заруриятлар (принадлежности).

15 % - юк автомобиллари, автобус, махсус автомобиллар ва автоприцеплар, ишлаб чиқариш машиналари ва жиҳозлари, офис мебеллари;

8 % - денгиз, темир йўл, ҳаво транспорт воситалари, жиҳозлари, электродвигателлар, дизель генераторлар, трубопроводкалар, электропередачи ва алоқа жиҳозлари;

5 % - бино, иншоатлар;

10 % - юқоридагиларга киритилмаган бошқа амортизацияланувчи асосий фондлар.

Асосий фондлар баҳоланиши – бошланғич қиймати, тикланиш қиймати, қолдиқ қиймати бўйича баҳоланади.

Бошланғич қиймати – асосий фондни сотиб олиш қиймати, уни ташиш, ўрнатиш, монтаж, ишлатиш учун ишчиларни ўқитиш харажати, бож харажатлар ва ҚҚС (қўшимча қиймат солиғи) йиғиндиси.

Тиклаш қиймати – бошланғич қиймати қайта баҳолаш ҳисоби билан ва кенгайтириш, реконструкция қилиш ва модернизация қилиш учун кетган харажатлар йиғиндиси.

Қолдиқ қиймати – бошланғич қийматидан амортизация жамғармасини ажратиб ташлангандан қолган қисми.

Асосий фондларни ишлатишда уни эскириши кўрсаткичи ишлатилади. Бу кўрсаткич асосий фондларни бирор бир даврида товарларга ўтказилган истеъмол қиймати билан белгиланади.

Асосий фондларни эскириши икки хил тарзда бўлиши мумкин.

Биринчидан, жисмоний эскириш, уларни техник ишлатилиш хусусиятини ишлаб чиқариш жараёнида ёки табиий шарт-шароитлар натижасида йўқолиши, емирилиши натижасида рўй беради.

Иккинчидан, руҳан эскириш, яъни имлмий-техник тараққиёт

натижасида ишлатилаётган асосий фондларга нисбатан қудратлироқ, унумдорлироқ янги меҳнат қуролларини яратилиши натижасида эскиларини ишдан чиқарилиши тушунилади.

Амалиётда асосий фондларни жисмоний эскириш даражаси амортизация кўчирмаси миқдори билан белгиланади.

Асосий фондларнинг амортизация кўчирмаси – бу хусусий асосий фондларнинг эскириш қийматининг пулдаги ифодасидир.

Амортизация пул шаклида тўпланиб борилади ва асосий фондларни янгилаш, капитал таъмирлаш учун ишлатилади. Асосий фондларни жорий ва капитал таъмирлаш даврида ва ишлатилмай турган даврида амортизация кўчирмалари амалга оширилмайди. Амортизация фақат хусусий асосий фондлардан кўчирилади.

Асосий фондларни амортизация қиймати (суммаси) муомала (давр) харажатлар таркибига киритилади.

Амортизация кўчирмаси ҳар ойда, белгиланган йиллик нормалар орқали амалга оширилади. Иқтисодий асосланган нормалар асосий фондларни маънавий ва жисмоний эскиришини қоплашни таъминлаши зарур.

Амортизация нормалари асосий фондларнинг бошланғич (баланс қиймати) қийматига нисбатан фоиз миқдорида белгиланади.

Асосий фондларни эскиришини қисман тиклаш уларни жорий таъмирлаш муомала (давр) харажатлари таркибида, капитал таъмирлаш амортизация фондида ўз аксини топади.

Юқоридагилардан келиб чиқиб, асосий фондларни такрор ишлаб чиқариш жараёнида унинг қиймати қуйидагича ўзгариб боради:

Бошланғич	эскириш	қолдиқ	эскириш
қиймати	- қиймати, яъни	= қиймати	- қиймати =
	амортизация		

қолдиқ	эскириш	
= қиймати	- қиймати	= - - - - «П» йил - янгиланиши

Меҳнат қуролларининг бошланғич қиймати жорий баҳоларда ҳисоб-китоб қилинади. Шу сабабли асосий фондларни тикланиш қиймати ҳисобланади.

Бошланғич қиймати $\times J_{рт}$ + кенгайтириш, реконструкция қилиш, модернизация қилиш харажатаври = тикланиш қиймати.

Бу ерда: $J_{рт}$ – баҳо ва тарифлар индекси

Тикланиш қиймати асосий фондларни қайта баҳолаш тўғрисидаги ҳукумат қарорлари асосида белгиланади.

Асосий фондларни ишлатиш жараёнидан келиб чиқиб, уларни истеъмол қилинган ва истеъмол қилинмаган қисмларга ажратиш мумкин.



6.1.3. Асосий фондларнинг кўрсаткичлари

Савдо корхоналари фаолиятини ривожланиш тенденцияларини, асосий

фондларини иқтисодий самарадорлигини ўлчаш ва баҳолаш учун иқтисодиётга тааллуқли фанларда ва иқтисодчилар ўртасида кўрсаткичлар тизимидан фойдаланиш зарурлиги тўғрисида инкор қилинмайдиган, ягона фикр мавжуд. Лекин кўп ҳолларда асосий фондлар билан боғлиқ барча кўрсаткичлар, уларнинг самарадорлиги кўрсаткичлари деб ҳисобланади.

Бизнинг фикримизча, асосий фондларнинг кўрсаткичларини қуйидаги гуруҳларга бўлиши мақсадга мувофиқроқ бўлади:

- асосий фондларнинг ҳолатини англатувчи кўрсаткичлар;
- савдо корхоналари асосий фондлар билан таъминланганлигини билдирувчи кўрсаткичлар;
- асосий фондлар таркибидаги ўзгаришларни англатувчи кўрсаткичлар;
- асосий фондларни динамикаси ва ривожланиш тенденциялари кўрсаткичлари;
- асосий фондларни ишлатилишининг иқтисодий самарадорлиги кўрсаткичлари.

Асосий фондларни ҳолатини англатувчи кўрсаткичлар

1. Асосий фондларни бирор-бир муддатга ҳолати, бошланғич қиймати ва қолдиқ қиймати бўйича даврнинг бошига ва охирига (М: 1- январ, 1- апрел, 1- июл, 1- октябр, 1- январ келгуси йилга) ҳисобга олинади.

2. Асосий фондларни ҳисобот даврга янгиланиши (янгисини келтирилиши, ишга туширилиши) ва ишдан чиқарилиши (маънавий ва жисмоний ишдан чиқиши).

3. Асосий фондларни ўртача йиллик қиймати. Ушбу кўрсаткичлар ўртача хронологик кўрсаткич орқали аниқланади.

$$\bar{X} = \frac{\frac{x_1}{2} + x_2 + x_3 + \dots + x_{n-1} + \frac{x_n}{2}}{n-1}$$

Бу ерда:

$x_1 - x_n$ лар ҳар ой бошидаги ва охиридаги асосий фондлар қиймати (асосий фондларни киритиш ва чиқарилиши ойнанинг 15 кунига амалга ошган бўлса, ушбу ой ҳисобига, кейин бўлса, келаси ой ҳисобига киритилади).

–

X - асосий фондларни ўртача қиймати.

«х» - белгиси ўрнида «Аф» - асосий фондлар белгиси ишлатилиши мумкин.

4. Асосий фондларни (Аф) савдо корхонасининг (ташкilotининг) барча ресурслардаги (Бр) ҳиссаси, фоиз ҳисобида (x_1):

$$x_1 = \frac{Афх100}{Бр}$$

5. Асосий фондлар таркибида фаол (актив) ва пасив қисмларининг ҳиссаси (X_2 ; X_3):

$$X_2 = \frac{Аффх100}{Аф} \quad X_3 = \frac{Афпх100}{Аф}$$

6. Асосий фондларда унинг алоҳида гуруҳларини (ишлаб чиқариш ва ноишлаб чиқариш) ҳамда натурал-моддий элементларини ҳиссаси, фоиз ҳисобида, масалан: ишлаб чиқариш асосий фондларини (Аф.и.ч) ҳиссаси

$$X_4 = \frac{Аф.и.чх100}{Аф} \text{ ёки транспорт воситаларини (Аф.тр.) ҳиссаси}$$

$$X_5 = \frac{Аф.мрх100}{Аф} \text{ ва ҳоказолар бўйича.}$$

Юқорида келтирилган кўрсаткичлар қатори асосий фондларни ҳолатини англатувчи кўрсаткичлар сифатида савдо шахобчалари умумий сони, уларнинг майдони, турларини (супермаркет, универмаг, магазин ва ҳ.к.) сони кабилар ишлатилиши мумкин.

Савдо корхоналарини асосий фондлар билан таъминланганлигини билдирувчи кўрсаткичлар

1. Савдо ходимларини асосий фонд билан таъминланганлиги коэффиценти ($У_{T1}$), жумладан, актив қисми билан ($У_{T2}$)

$$У_{T1} = \frac{А\phi}{X_{c.p}}$$

$$У_{T2} = \frac{А\phi\phi}{X_{c.p}}$$

2. Савдо шохобчаларини сони ва майдонини 1000 кишига (таъминланадиган аҳолининг сонига нисбатан) тўғри келиши. Улгуржи савдода ўрғача товар захираларини 1 кв.м омбор майдонига тўғри келиши кўрсаткичи ишлатилиши мумкин.

3. Асосий фондларни ичида корхона мулкани ҳиссаси, яъни хусусий асосий фондларни жами асосий фондларга нисбати, фоиз ҳисобида.

$$А\phi_{x.x} = \frac{А\phi_x \cdot 100}{А\phi}$$

4. Мавжуд асосий фондларни корхонанинг унга бўлган эҳтиёжига (бизнес режада кўрсатилган миқдори) ($А\phi_{\text{эx}}$) нисбатан, фоиз ҳисобида ($ЭХ_t$)

$$ЭХ_t = \frac{А\phi \cdot 100}{А\phi_{\text{эx}}}$$

Ушбу кўрсаткич асосий фондларнинг элементлари бўйича ҳам ҳисоб-китоб қилиниши мумкин, айниқса, техник воситалар билан таъминланганлиги асосий аҳамиятга эга.

5. Асосий фондларни ўсиш коэффиценти ($К_{\text{аф.у}}$)

$$К_{\text{аф.у}} = \frac{А\Phi_{\text{я}} - А\Phi_{\text{қ}}}{А\Phi}$$

6. Асосий фондларни инвестицияланиш коэффиценти ($К_{\text{ин}}$)

$$К_{\text{ин}} = \frac{ИИ}{А\Phi_{\text{я}}}$$

Бу ерда: «ИИ» инвестиция, капитал маблағ суммаси.

Асосий фондларни таркибидаги ўзгаришларни англатувчи кўрсаткичлар

1. Асосий фондларни чиқиш коэффиценти ($K_{аф.ч}$)

$$K_{аф.ч} = \frac{АФ_ч}{АФ}$$

Бу ерда: «АФ_ч» ҳисобот даврида чиқарилган асосий фондлар.

2. Асосий фондларнинг янгилаш коэффиценти ($K_{аф.я}$)

$$K_{аф.я} = \frac{АФ_я}{АФ}$$

Бу ерда: «АФ_я» янгидан ишга туширилган асосий фондлар.

3. Асосий фондларни эскириш коэффиценти ($K_{аф.э}$)

$$K_{аф.э} = \frac{А}{АФ}$$

Бу ерда: «А» амортизация суммаси.

4. Асосий фондларни яроқлилиқ коэффиценти ($K_{аф.я}$)

$$K_{аф.я} = \frac{АФ - А}{АФ} = \dot{еки} = 1 - K_{аф.э}$$

Асосий фондларни динамикаси ва ривожланиш тенденциялари кўрсаткичлари

Ушбу кўрсаткичлар асосий фондларни юқорида келтирилган барча кўрсаткичлари бир неча йилларга динамик қаторларга чизиб, таҳлил қилиш орқали аниқланади. Бунда солиштириш, гуруҳлаш орқали фоиз ва индексларни ишлатиш мумкин, натижада асосий фондларни ривожланиш тенденциялари аниқланади.

Асосий фондларни ишлатилишининг самарадорлиги кўрсаткичлари

Самарадорлик «Эффект» тушунчасини англатади. «Эффект» лотинча «effectus» сўзидан келиб чиқиб, бажарилиш ,ҳаракат, деган мазмунни билдиради.

Иқтисодиётда «Харажатлар», «Ресурслар», «Натижа», «Самара» каби тушунчалар ишлатилади.

«Харажатлар» ва «Ресурслар» бир-бири билан диалектик боғлиқликда бўлиб, уларни бир томондан, умумий ўхшашлик томонлари мавжуд ва иккичи томондан бир-бири билан фарқлари ҳам мавжуд. ўхшашлиги ресурслар ишлатилади ва «харажат» категориясига айланади. Фарқи эса харажатлар ҳисобот даврида ишлатилган (маҳсулот ишлаб чиқариш, уларни сотиш учун ёки хизмат учун) ресурсларни пулдаги ифодасидир. Ресурслар, айниқса асосий фондлар, ишлаб чиқариш, сотиш, хизмат жараёнида узок муддатда ва кўп маротаба қатнашади. Бундай ҳолда ресурсларни бир қисми харажатланади ва маҳсулотга ўз қийматини қисман ўтказади. Бунда ресурслар харажати сифатида амортизация суммаси ўз ифодасини топади ва харажаталр ишлатилган ресурслар қийматига тенг бўлади.

«Самарадорлик» нисбий меъёр бўлиб, нисбий кўрсаткичлар тизими орқали баҳоланади. Иқтисодий самарадорлик – бу натижа билан харажатларнинг солиштирма кўрсаткичидир. Ресурслар самарадорлигини аниқлашда ишлатилган (харажат қилинган) ресурсларни фаолият натижаси (маҳсулот, товар сотиш, хизмат), яъни ишлаб чиқарилган маҳсулот, товар айланиш ҳажми, хизмат қиймати ёки даромад, фойда каби кўрсаткичлар билан солиштирилади.

Ушбу нуқтаи назардан кўпчилик иқтисодчилар асосий фондларни самарадорлигини «Фондларни қайтими», «Фондларни сиғима», «Фондларни рентабеллиги» каби кўрсаткичлар орқали аниқлашда тавсия қилишади. Амалиётда ҳам асосан, ушбу кўрсаткичлар ишлатилади. Уларни аниқланиш тартиби қуйидаги 6.1.3.1-чизмада келтирилган.

Асосий фондларни самарадорлиги кўрсаткичлари

№	Кўрсаткичларнинг номи	Кўрсаткичнинг мазмуни	Кўрсаткични ҳисоблаш усули (формуласи)
1	Асосий фондни қайтими ($A\Phi_k$)	1 сўм асосий фондга қанча товар айланиши (чакана, улгуржи, оммавий овқатланишни) тўғри келишини англатади (ТА)	$A\Phi_k = \frac{ТА}{A\Phi}$
2.	Асосий фондлар сиғими ($A\Phi_c$)	Асосий фондларни қайтимини тескариси, яъни 1 сўм товар айланишига қанча асосий фонд тўғри келишини кўрсатади.	$A\Phi_c = \frac{A\Phi}{ТА}$
3.	Асосий фондлар рентабеллиги, % ($A\Phi_p$) ҳисобида	Асосий фондларнинг 1 сўмига неча фоиз фойда тўғри келишини кўрсатади	$A\Phi_p = \frac{\Phi \times 100}{A\Phi}$

Асосий фондлар рентабеллиги кўрсаткичи билан бир қаторда «Асосий фондлар даромадлиги» кўрсаткичи ҳам аниқланиши мумкин. Бу ҳолда «Фойда» ўрнига «Даромад» суммаси ишлатилади.

Юқорида келтирилган кўрсаткичлар корхонанинг барча, мавжуд асосий фондларини самарасини англатади. Аслида эса фондларнинг бир қисми ишлатилади.

Биз юқорида келтирилган «Самарадорлик» тушунчасидан, яъни сарфланган (ишлатилган), истеъмол қилинган асосий фондларни самарасидан келиб чиқсак, асосий фондларнинг барча суммасини эмас, унинг сарфланган

(ишлатилган) истеъмол қилинган қисмини ишлатилса, ҳақиқатга яқинроқ кўрсаткич аниқланган бўлади.

Асосий фондларнинг сарфланган қисми унинг «амортизацияси»да ўз аксини топади ва шу сабабли «Асосий фондлар» ўрнига «амортизация» (А) суммасини ишлатиш мақсадга мувофиқ бўлади.

Истеъмол қилинган асосий фондларни қайтими ($A\Phi_{и.к}$) қуйидагича аниқланади:

$$A\Phi_{и.к} = \frac{TA}{A}$$

Асосий фондлар сиғими эса ($A\Phi_{и.с}$) қуйидагича аниқланади:

$$A\Phi_{и.с} = \frac{A}{AT}$$

Асосий фондлар рентабеллиги ($A\Phi_{и.р}$):

$$A\Phi_{и.р} = \frac{\Phi \times 100}{A}$$

Асосий фондлар самарадорлигини таҳлил қилишда юқорида келтирилган кўрсаткичлар билан бирга қуйидагиларни ҳам ишлатишни тавсия қиламиз.

Чакана савдода чакана савдо шахобчалари савдо майдонини ишлатилиш коэффициенти (K_s)

$$K_s = \frac{ЧТА}{S_c}$$

Ушбу кўрсаткич 1 кв.м савдо майдонига қанча чакана товар айланиши тўғри келишини англатади.

Улгуржи савдода омборлар майдони ва улгуржи омбор товар айланиши ишлатилади.

Худди шундай чакана товар айланиши (улгуржи омбор товар айланиши) кўрсаткичлар ўрнига фойда «Ф» ишлатилса, майдонларни рентабеллиги аниқланади.

Таянч иборалар: ресурс, ер, капитал, меҳнат, моддий ресурслар,

номоддий активлар, меҳнат ресурслари, молиявий ресурслар, асосий фондлар, амартизация, бошланғич қиймат, тиклаш қиймати, қолдиқ қиймат, самарадорлик, самара.

Такрорлаш учун саволлар.

1. Ресурс деганда нимани тушунасиз?
2. Ресурслар қандай турларга бўлинади?
3. Ишлаб чиқариш омиллари нималардан иборат бўлади?
4. Табиий ресурсларга нималар киради?
5. Асосий фондлар деганда нимани тушунасиз?
6. Асосий фондлар таркибини айтинг?
7. Асосий фондлар таснифини айтинг?
8. Асосий фондлар қандай баҳоланади?
9. Амартизация нима, қандай аниқланади?
10. Асосий фондлар кўрсаткичлар қандай гуруҳларга бўлинади?
11. қандай кўрсаткичлар асосий фондлар ҳолатини англатади?
12. Асосий фондлар билан савдо корхоналари таъминланганлик даражаси қандай аниқланади?
13. Асосий фондлар таркиби қандай кўрсаткичлар орқали ҳисоб-китоб қилинади.

6.2. Айланма фондлар (маблағлар) тушунчаси, таркиби ва кўрсаткичлари

- 6.2.1. Айланма фондлар (маблағлар) тушунчаси, ҳаракати ва аҳамияти
- 6.2.2. Айланма фондлар (маблағлар) таркиби
- 6.2.3. Айланма фондлар (маблағлар)нинг кўрсаткичлари

6.2.1. Айланма фондлар (маблағлар) тушунчаси, ҳаракати ва аҳамияти

Савдонинг айланма фондлари деганда, муомаладаги меҳнат предметлари ва айрим ишлатилиш муддати 1 йилгача бўлган меҳнат қуроллари қийматининг пулдаги ифодаси тушунилади. Айланма фондларга айрим кассадаги ва ҳисоб рақамларидаги молиявий муносабатлар билан боғлиқ бўлган маблағлар ҳам киритилади.

Бозор иқтисодиёти шароитида чет эл назарияси ва амалиёти иқтисодиётга кириб келаётган даврда, халқаро бухгалтерия ҳисоб стандартлари ва миллий ҳисобот тизимини амалиётда қўлланилиши муносабати билан «Айланма фондлар» «Айланма маблағлар» терменлари ўрнига «Айланма капитал» ёки «Айланма активлар» кириб келди. Юқорида келтирилган тушунчалар мазмунан бир хил бўлиб, фақат бошқача терменлар билан аталмоқда. Шу сабабли бизлар бундан буён ушбу категорияни мазмунидан келиб чиқиб, «Айланма маблағлар» терменини ишлатишни мақсадга мувофиқ деб топдик.

Айланма маблағлар ўз қиймат мазмунига биноан, муомала жараёнига зарур бўлган меҳнат предметлари, ишлатилиш муддати бир йилгача бўлган меҳнат қуролларини сотиб олиш учун зарур бўлган пул таъминотидир.

Айланма маблағлар натурал-жисмоний кўриниши нуқтаи назаридан жорий молиявий-хўжалик фаолиятини таъминлайдиган ва бир йилгача бўлган даврида истеъмол қилинадиган моддий бойликларни ўзида мужассамлаштиради.

Айланма маблағларнинг манбалари бўлиб корхонанинг ўз маблағлари, қарзга олинган маблағлар ва жалб этилган маблағлар ҳисобланади.

Корхонани ташкил топишда айланма маблағлар унинг тасисчилари маблағи ҳисобидан шаклланади (устав фонди), кейинчалик уни тўлдириш корхона фойдаси, жалб қилинган маблағлар (пассивлар) ҳисобидан тўлдирилади.

Айланма маблағлар асосий фондлардан фарқли бўлиб, улар муомала жараёни бир циклида тўла истеъмол қилинади ва ўз қийматини товарлар ва савдо хизматлари қийматига тўла ўтказади.

Айланма маблағларни ликвидлик даражаси жуда юқори, айрим таркибларини ликвидлиги қарийб «1»га тенг бўлади.

Савдо жараёнида айланма маблағлар бир турдан иккинчи турга айланиб туриши мумкин.

Айланма маблағлар доимий ҳаракатда бўлади. Улар савдо жараёнининг бир циклида такрор ишлаб чиқарилади.

Ишлаб чиқарувчилар ёки воситачилардан товарни сотиб олишда савдонинг айланма маблағлари ишлаб чиқарувчилар ёки воситачиларнинг айланма маблағига айланади, савдога улар товар шаклида муомалага кириб келади. Ушбу жараёнда ишлаб чиқаришни такрорланишини тезлаштиришга восита бўлиб хизмат қилади, савдо учун унинг асосий функциясини бажарилишини таъминлайди, яъни ишлаб чиқаришдан товарларни истеъмолчига етказиш ва олди-сотди жараёни давом эттиришни таъминлайди. Ушбулар билан бир қаторда истеъмолчиларни талабини қондиришга йўл очиб беради.

Иккинчи жараёнда айланма маблағлар товар шаклидан пулга айланади, бунда товарлар муомала жараёнидан истеъмол жараёнига ўтади, пул эса яна муомала жараёнини такрорлаш учун ҳаракатга ўтади. Бу пуллар янги меҳнат предметларини сотиб олишга йўналтирилади ва жараён такрорланади.

Ушбу жараёнда айланма маблағлар бир томондан муомала жараёнини тезлаштиради ва иккинчи томондан истеъмолчилар талабини қондиради.

Айланма маблағларни такрорланиш тезлигидан савдо корхоналарининг рақобатбардошлиги, уларни самарадорлиги даражаси боғлиқдир. Шу сабабли айланма маблағларни такрорланишини тезлаштириш катта аҳамиятга эгадир.

Айланма маблағларни миқдорига ҳар хил омиллар таъсир қилади. Уларнинг бири айланма маблағларни такрорланишини тезлаштиради, иккинчиси секинлаштириши мумкин.

Умуман айланма маблағларга таъсир қилувчи омилларни уч хил гуруҳга ажратиш мумкин: умумиқтисодий, ташкилий ва техник-технологик омилларга.

Умумиқтисодий омилларга, товар айланиши ва уни таркибини (ассортимент таркибини) ўзгариши, ишлаб чиқариш, товар ва бошқа моддий неъматлар билан таъминловчиларни дислокацияси, яъни ҳудудий жойланиши, савдо хизматчиларини ва савдога хизмат кўрсатувчи тармоқлар ишчиларини меҳнат унумдорлиги даражаси кабиларни киритиш мумкин.

Ташкилий омилларга савдо шахобчаларини ҳажми, ихтисослашиш, савдони янги прогрессив усулларини қўллаш, бошқаришни такомиллаштириш, савдо-воситачилик бўғинларини қисқартириш кабилар киради.

Техник-технологик омиллар илмий-техник прогрессни жорий қилиш билан боғлиқ бўлиб, уларга савдога янги жиҳозларни, технологик жараёнлари жорий қилиш, савдога хизмат қилувчи тармоқларни техник-технологик тараққиёти (алоқа, транспорт, коммунал хўжалиги кабилар) киради.

Ушбу омиллардан айримлари айланма маблағларни миқдорини оширишга олиб келади. Буларга савдо хизматини сифатини юқорилаш билан боғлиқ тадбирлар савдо шахобчаларини кенгайтириш, янгисини қуриш, товар айланиши таркибида (ассортиментида) айланма маблағларни такрорланиш жараёнини сусайтиришга олиб келадиган товарлар ҳиссасини ортиши кабилар киради.

Айланма маблағларни камайтиришга олиб келадиган омилларга моддий ва молиявий ресурсларни тежамли ишлатилишига қаршли тадбирлар, товар захираларини айланиш тезлигини ошириш, товар айланиши таркибида айланма маблағларни такрорланиш жараёнини тезлаштиришга олиб келадиган товарлар ҳиссасини кўпайиши кабилар киради.

Юқоридаги омилларни объектив ва субъектив омилларга ҳам ажратиш мумкин. Объектив омиллар савдо корхонаси ва уни таъминловчиларни

хўжалик юритиш тартиби, савдо корхоналари фаолиятига боғлиқ бўлмаган омиллар киради.

Субъектив омиллари бошқарув аппарат ходимлари ва савдо хизматчиларни касбий маҳорати, ишлаш принциплари, савдони тўғри рационал ташкил қилиш борасида қабул қилинган қарорларни жорий қилинишини ва ҳ.к. киради. Субъектив омиллар инсон омили билан боғлиқдир.

Ўтган мавзуда савдони ресурслари ,уни асосий фондлари тўғрисида суҳбатлашган эдик. Ресурслар ,жумладан асосий фондлар, айланма маблағлар ҳамда молиявий ресурслар тўғрисида фикр юритилганда ушбу ресурсларни бир-бири билан тиғиз боғлиқлиги, хўжалик фаолияти жараёнида уларни бир шаклдан иккинчи шаклга ўзгариши, яъни натурал-моддий шаклдан қиймат, пул шаклига ва тескараси, қиймат, пул шаклидан натурал-моддий шаклга ўтганда асосий фондлар, амартизацияси шаклида молиявий ресурслар капитал маблағ шаклидан асосий фондларга айланишини кузатамиз.

Худди шундай ўзгаришлар айланма маблағлар ва молиявий ресурслар ўртасида ҳам рўй беради. Масалан: товарлар сотилиш жараёнида дебитор қарзга айланиши, товарлар олди-сотди жараёнида юридик ва жисмоний шахсларни қарздор бўлиб қолиши, ушбу жараёнда савдо корхоналарини кредитор бўлиб қолиши, яъни ишлаб чиқарувчи ёки бошқа таъминотчилардан қарздор бўлиб қолиши кабилар. Товарларга қўйилган устамаларни сотилиши натижасида савдо корхоналарини даромади, фойдасини шаклланиши.

Ушбу жараёнга иқтисодиётга тааллуқли адабиётларда эътибор берилмайди ва бу жараён ёритилмаган. Лекин бундай ўзаро боғлиқликларни ўрганиш ресурсларидан самарали фойдаланиш учун тадбирлар ишлаб чиқишда, самарадорлик кўрсаткичларини аниқлаш ёки танлашда назарий ва амалий аҳамият касб этади.

6.2.2. Айланма фондлар (маблағлар) таркиби

Айланма маблағлар таркибини назарий ва амалий аҳамияти нуқтаи назардан натурал-моддий шакллари ва қиймат кўрсаткичи сифатида таснифлаш зарур.

Савдо корхоналарининг айланма маблағлари натурал-моддий шакллари бўйича қуйидаги таркиблардан (элементлардан) иборат бўлади:

1. Товар захиралари (чакана савдо шохобчаларида, улгуржи савдо омборларида, йўлда, оммавий овқатланиш корхоналарида).
2. Хом ашё ва тайёр маҳсулотлар (оммавий овқатланиш корхоналарида).
3. Таралар, ёқилғи, қодоқлаш материаллари.
4. Хўжалик эҳтиёжига ишлатиладиган материаллар (касса чеклари, компьютер краскалари каби).
5. Арзон инвентарлар ва ишлатилиш муддати бир йилгача бўлган тез эскирадиган меҳнат қуроллари.
6. Санитария ва махсус кийим-кечаклар.

Айланма маблағлар қиймати бўйича қуйидагича таснифланади.

1. Товар захиралари суммаси. Айланма маблағ таркибида товар захираларини суммаси 60-70 % ташкил қилади.
2. Материаллар захираси ва арзон инвентарлар ва ишлатилиш муддати бир йилгача, тез эскирадиган меҳнат қуроллари суммаси.
3. Дебиторлик қарзлари. Савдо корхоналарига қарздор бўлган юридик ва жисмоний шахсларни товарлар ва бошқа нарсалар бўйича қарзлари суммаси.
4. Пул активлари. Савдо корхоналарининг кассасидаги, банкдаги ҳисоб ва валюта рақамларидаги пул ва бошқалар сифатидаги маблағлари.
5. Қисқа муддатли молиявий қўйилмалар. Савдо корхоналарини ҳар хил қимматбаҳо қоғозларга қўйилган маблағлари, банкдаги депозит ҳисоб рақамидаги пуллари. Уларни ишлатилиш муддати бир йилгача, шу сабабли улар иқтисодий мазмуни жиҳатидан фойда (даромад) олиш

мақсадида қисқа муддат ичида бўш пул маблағларидан фойдаланишни ифода қилади.

- б. Айланма маблағларни бошқа турлари. Буларга келгуси давр қилинган харажатлар киради. Ушбу харажатлар келгуси асосий фаолиятга доир бўлиб, лекин ҳисобот даврида амалга оширилади. Уларга масалан: олдиндан тўланган ижара ҳақлари; олдиндан тўланган бошқа тармоқларнинг хизмат ҳақлари; бошқа олдиндан бўнак (аванс) сифатидаги тўловлар киради.

Ушбу харажатлар ҳисобот йилида амалга оширилган билан келгуси даврнинг муомала (давр) харажатларида ўз аксини топади.

Айланма маблағлар уларни режалаштирилиши нуқтаи назардан нормалаштириладиган айланма маблағлар ва нормалаштирилмайдиган айланма маблағларга бўлинади.

Миқдори реал аниқланиши нормалар ва нормативлар орқали мумкин бўлган айланма маблағлар нормалаштириладиган айланма маблағлар таркибига киради.

Нормалаштирилиши мумкин бўлган айланма маблағлар таркибига кўйидагиларни киритиш зарур:

- товар заҳиралари (чакана савдода, улгуржи омборларда, оммавий овқатланиш шохобчаларида, йўлдаги);
- кассадаги ва йўлдаги пул маблағлари;
- товарлар билар турган ва бўш таралар;
- келгуси давр учун қилинадиган харажатлар;
- моддий-техник таъминот материаллари, ёқилғи, қадоқлаш ва хўжалик эҳтиёжи учун зарур бўлган материаллар;
- белгиланган муддатда банкларга инкасса қилиш учун ҳисоб-китоб ҳужжатлари топширилмаган савдо корхоналарига юборилган товарлар суммаси;
- оммавий овқатланиш шохобчаларидаги (корхоналаридаги) хом ашёлар.

Миқдорини режалаштирилиши қийин ёки мумкин бўлмаган айланма

маблағлар таркибига қуйидагиларни киритиш мумкин:

- банкдаги ҳисоб рақамида сақланаётган пул активлари;
- белгиланган муддатдан кейин банкларга инкасса қилиш учун ҳисоб-китоб ҳужжатлари топширилмаган савдо корхоналарига юборилган товарлар суммаси;
- ҳар хил дебиторлар;
- сақлаш учун моддий жавобгарликка олинган товарлар суммаси (акцеп қилиш инкор қилинган ҳолдаги);
- қисқа муддатли молиявий қўйилмалар.

6.2.3. Айланма маблағлар кўрсаткичлари

Айланма маблағлар кўрсаткичларини қуйидаги гуруҳларга тақсимлаб ўрганишни тавсия қиламиз.

1. Айланма маблағлар ҳолатини кўрсатувчи кўрсаткичлар, булар абсолют миқдорларда (натурал ва қиймат ўлчов бирликларида) ва ўртача қиймат кўрсаткичида ҳисоботга олинади.
2. Айланма маблағларни ўзгариш тенденциялари (динамикаси) кўрсаткичлари.
3. Айланма маблағлар таркибини англатувчи кўрсаткичлар.
4. Айланма маблағлар билан корхонани таъминланганлиги кўрсаткичлари.
5. Айланма маблағлардан фойдаланиш самарадорлиги кўрсаткичлари.

Айланма маблағлар ҳолатини кўрсатувчи кўрсаткичлар

1. Айланма маблағлар ҳолати натурал-моддий шаклидан ва қиймат ўлчов бирликларидан келиб чиқиб натурал ва қиймат кўрсаткичлар орқали бирор бир пайтга (моментга) ёки даврга ҳисобга олинади. Масалан: товар захиралари бирор пайтга (1.01; 1.04; 1.07; 1.10; 1.12; 1.01 келгуси йил каби) натурал ва қиймат кўрсаткичларда ҳисобга олиниши мумкин ёки бирор бир даврга қиймат кўрсаткичлари орқали уларни ўртача миқдори аниқланади.

Айланма маблағларни ўртача қиймати:

биринчидан, ўртача арифметик усул билан,

$$\bar{X} = \frac{X_1 + X_2 + \dots + X_n}{n}$$
 аниқланиши мумкин. Бу усул айланма маблағлар суммаси квартал ёки ойлар бўйича ўртачаси берилган бўлса ишлатилади. (Бу формулади «X» - «Айланма маблағлар» деб ҳисобланади;

иккинчидан, айланма маблағлар суммаси динамик қаторда бир пайтга (кунга) берилган бўлса ўртача хронологик усул билан ҳисобланади, яъни

$$\bar{X} = \frac{\frac{X_1}{2} + X_2 + \dots + X_{n-1} + \frac{X_n}{2}}{n-1}$$

Айланма маблағларни ҳолатини англаувчи кўрсаткичлар қаторига, уларни такрорланиш ёки айланиш кўрсаткичини (кунлар ва маротаба ҳисобида) киритиш зарур. Бу кўрсаткич икки хил турда, яъни биринчиси, айланма маблағлари айланиши, иккинчиси товар захираларни айланиш сифатида ишлатилади (ушбу кўрсаткични моҳияти «Чакана товар айланиши» мавзусида батафсил ёритилган).

Айланма маблағларни айланиши кунлар ҳисобида уларни такрорланишини бир цикл муддатини кўрсатади, товар захиралари кун ҳисобидаги кўрсаткич эса, уларни қанча муддатга етишини, яъни неча кунда сотилиб бўлишини кўрсатади.

Айланма маблағларни айланиш муддати қуйидагича ҳисобланади (чакана савдо мисолида):

$$АйМ_k = \frac{АйМ \cdot 360(ёки90)}{ЧТА}$$

Айланма маблағларни бирор бир даврида (квартал, йил) айланиш миқдори уларни ушбу даврда неча маротаба айланишлиги (такрорланишини) англатади ва қуйидагича ҳисобланади:

$$АйМ_m = \frac{ЧТА}{АйМ} \dot{ёки} \frac{360(ёки90)}{АйМ_k}$$

Ушбу кўрсаткичларни улгуржи савдо аниқлашда «Улгуржи омбор товар айланиши» кўрсаткичи ишлатилади.

Айланма маблағларни ўзгариш тенденциялари (динамикаси) кўрсаткичлари

Ушбу кўрсаткичлар асосий фондларники каби айланма маблағларни бир неча йиллар давомида «айланма маблағлар ҳолатини кўрсатувчи», «айланма маблағлар таркибини англатувчи», «айланма маблағлар билан таъминланганлиги» ва «айланма маблағлардан фойдаланиш самарадорлигини англатувчи» кўрсаткичларни абсолют миқдорини фарқи, фоизлар, индекслар орқали у ёки бу томонга ўзгариш даражасини ифодалайди. Улар ишлатилаётган кўрсаткичлар номи билан аталиб, ушбу кўрсаткичларни ўтган йилларга нисбатан абсолют миқдорини ўзгариши аниқланади, фоиз ҳисобида динамикаси ва индекс ўлчов бирликларида ҳисобланади.

Айланма маблағлар таркибини англатувчи кўрсаткичлари

Айланма маблағлар таркиби деганда, унинг барча элементларини (товар заҳиралари; материаллар заҳираларини; арзон инвентарлар ва ишлатилиш муддати бир йилгача бўлган, тез эскирадиган меҳнат қуроллари; санитария ва махсус кийим-кечаклар; дебитор қарзлар; пул активлари; қисқа муддатли молиявий қўйилмалар; айланма маблағларни бошқа турларини ҳамда ўз маблағларини умумий айланма маблағлар суммасидаги ҳиссаси

(улуши) фоиз ҳисобида аниқланади. Бунинг учун алоҳида олинган айланма маблағлар элементининг суммаси «100,0»га кўпайтирилиб, айланма маблағларнинг умумий суммасига бўлинади ёки коэффициент ҳисобида аниқланади.

Ушбу кўрсаткичлар билан бир қаторда савдо корхонасининг умумий ресурсларини таркибини ўрганишда, умумий ресурслар суммасида айланма маблағларни ҳиссасини аниқлаш (фоиз ёки коэффициент ҳисобида) тавсия қилинади.

Айланма маблағлар билан савдо корхонасини таъминланганлиги

1. Ушбу кўрсаткичларга қуйидагиларни киритиш мумкин:

Товар айланишини айланма маблағлар билан таъминланганлиги. Чакана товар айланиши (улгуржи товар айланиши, оммавий овқатланиш корхонасини товар айланиши)да айланма маблағларнинг ҳиссаси, жумладан алоҳида ўз маблағларини ҳиссаси.

Ушбу кўрсаткични аниқлаш учун айланма маблағлар (ўз маблағлари) суммаси «100,0» га кўпайтирилиб тегишли товар айланиш суммасига бўлинади.

2. Айланма маблағлар нормасини таъминланиши – нормалаштириладиган айланма маблағларнинг ҳақиқий суммасини белгиланган норма билан солиштирмаси. Ушбу кўрсаткич юқорида келтирилган кўрсаткичларни абсолют айирмасини топиш (ҳақиқий суммадан нормани айириб ташлаш) ва ҳақиқий суммани «100,0» га кўпайтириб нормативга бўлиш орқали аниқланади.

3. Айланма маблағларни ўз маблағи билан таъминланиши. Ушбу кўрсаткич бир томондан, айланма маблағлар ҳолатини кўрсатувчи кўрсаткич сифатида ишлатилса, иккинчи томондан корхонанинг ўз маблағлари билан таъминланганлигини ҳам ифодалайди.

4. Айланма маблағларни товар айланишини таъминлаши, кунлар

ҳисобида. Ушбу кўрсаткич бирор муддатдаги (квартал боши ёки йилнинг бошидаги) айланма маблағлар суммасини келгуси даврнинг (квартал ёки йил) бир кунлик товар айланиш сумасига тақсимлаш орқали аниқланади. Товар айланишини (сотиб олиш қийматида, яъни савдо устамасисиз олинади) бир кунлиги уни давр кунларига (квартал бўлса – 90 кун, йил бўлса – 360 кун) бўлиш орқали аниқланади.

Юқорида келтирилган биринчи кўрсаткич товар айланишини айланма маблағлар билан бирор даврда неча фоизга таъминланганлигини кўрсатади, тўртинчи кўрсаткич эса бирор муддатдаги мавжуд айланма маблағлар неча кунлик товар айланишини таъминлаши мумкинлигини ифодалайди.

Айланма маблағлардан фойдаланиш самарадорлиги кўрсаткичлари

Айланма маблағлардан фойдаланиш самарадорлигини аниқлаш учун қуйидаги кўрсаткичлар тизимидан фойдаланиш тавсия қилинади.

1. Айланма маблағларни (ёки ўртача товар захираларини) айланиш коэффиценти (Кай. ёки $K_{з.а}$) маротаба ҳисобида.

$$K_{ай.} = \frac{ТА}{\overline{АйМ}}; \quad K_{з.а} = \frac{ТА}{\overline{З}}$$

Бу ерда: ТА- товар айланиши суммаси, кварталга ёки йилга) (чакана, улгуржи, оммавий овқатланиш);

$\overline{АйМ}$ - ўртача айланма маблағлар суммаси;

$\overline{З}$ - ўртача товар захиралари суммаси.

2. Ўз айланма маблағларини айланиш тезлиги коэффиценти (Кў.ай.)

$$K_{у.ай.} = \frac{ТА}{\overline{АйМ}_y}$$

Биринчи ва иккинчи банддаги кўрсаткичлар айланма маблағларни бир томондан бирор-бир даврда ишлатилиш ҳолатини кўрсатади, иккинчи томондан динамик қаторда таҳлил қилинса улардан фойдаланиш самарасини ҳам ифода қилади.

3. Айланма маблағларни (ёки товар захираларини) рентабеллиги (ёки даромадлиги) (Рай.м) қуйидагича аниқланади.

$$Рай.м = \frac{\Phi \cdot 100}{\overline{АйМ}(\overline{ёки\overline{З}})};$$

$$Рай.м = \frac{Д \cdot 100}{\overline{АйМ}(\overline{ёки\overline{З}})};$$

Таянч иборалар: айланма маблағлар, айланма фондлар, айланма капитал, айланма капитал, айланма активлар, омиллар, кўрсаткичлар.

Такрорлаш учун саволлар.

1. Айланма маблағлар мазмунини ёритиб беринг?
2. Айланма маблағлар асосий фондлардан қандай фарланади?
3. Айланма маблағлар қандай манбалар ҳисобидан шаклланади?
4. ўжалик фаолиятида иштилаётган ресурслар қандай тарзда бир шаклдан бошқа шаклга ўтади?
5. Айланма маблағлар натурал-моддий таркибига нималар киради?
6. Айланма маблағлар қиймати бўйича қандай таснифланади?
7. Айланма маблағлари таркибининг қайси бири нормалаштирилади?
8. Айланма маблағлар қайси қисмини режалаштириш қийин ёки мумкин бўлмайди?
9. Айланма маблағлар ҳолати қандай кўрсаткичлар орқали аниқланади?
10. Айланма маблағларни ўзгариш тенденциялари ёндай кўрсаткичлар орқали аниқланади?

11. Айланма маблағлар таркибини ўандай кўрсаткичлар оршали хисобланади?
12. Айланма маблағлар билан таъминланганлиги ўандай анишланади?
13. Айланма маблағлардан фойдаланиш самарадорлиги ўандай кўрсаткичлардан иборат?

6.3. Савдо корхоналарининг молиявий ресурслари

6.3.1. Молиявий ресурслар моҳияти ва уларни савдо корхоналари самарадорлигини оширишда аҳамияти

6.3.2. Молиявий ресурсларнинг манбалари

6.3.3. Молиявий ресурсларнинг кўрсаткичлари

6.3.1. Молиявий ресурслар моҳияти ва уларни савдо корхоналари самарадорлигини оширишда аҳамияти

Молиявий ресурслар жамият хўжалик механизмида инсоннинг қон томирлари тизими каби, фаол хизмат қилади. Иқтисодиётнинг қайси жабҳасини таҳлил қилманг, молия масалаларига дуч келамиз.

Молия – бу пул тизими бўлиб, нақд пуллар, пулга айланиши мумкин бўлган чет эл валюталари, банклардаги нақд пулсиз маблағлар, қимматбаҳо қоғозлар мажмуасидир.

Давлат, корхона, уй хўжалиги (оила хўжалиги) ўртасидаги пул алоқалари молиявий муносабатларни ташкил қилади. Лекин, молия бу пулни ўзи эмас, у пул орқали фаолият натижаларини, даромад ва фойдани тақсимлаш ва қайта тақсимлаш билан боғлиқ алоқалардир.

хар бир давлатни ўзига хос молиявий тизими мавжуд. Ўзбекистон Республикасининг молиявий тизими қуйидагилардан ташкил топади:

- давлат молияси. Бунга давлат бюджети, маҳаллий бюджет, қоақалпоғистон Республикаси бюджети, кредит тизими, солиқ хизмати, давлат суғурталаш тизими, нафақа жамғармаси;
- хўжалик субъектлари молияси – корхоналар, тижорат банклари, биржа тизими, тижорат кредитлаш ва суғурталаш тизими;
- жисмоний шахслар молияси, яъни аҳолининг шахсий маблағлари.

Хўжалик механизмини юритиш ҳаракати молия-кредит воситалари (таянчлари), молиявий ресурсларни ўзгаришига кўпдан боғлиқ.

Пул, молия ва молиявий ресурслар каби иқтисодий категорияларни фарқлаш зарур.

Пул-молияни шаклланиши ва ҳаракатини моддий асосини ташкил қилади.

Пул-молиявий ресурслар, молия ва хўжалик фаолиятни охириги натижаларини ўлчайди (даромад, харажатлар, айланма маблағлар, махсус пул фондалри ва бошқалар).

Савдонинг молияси – бу пул даромадлар ва пул воситалари фондларини шаклланиши, тақсимланиши ва ишлатилиши билан боғлиқ бўлган иқтисодий (конкрет ҳолда пул) муносабатларидир.

Молияни мавжудлиги товар муомаласи билан чамбарчас боғлиқ, чунки товар муомаласи бир томондан товарлар массасини силжиши билан параллел пул массасини силжиши билан амалга ошади.

Товар массаси пул массасига тенг, эквивалент бўлиши керак.

Савдо корхоналари товар айрибошлашни амалга ошириш жараёнида товарларни сотиб олган қийматини (улгуржи баҳо билан) муомала ва бошқа харажатларини қоплайди ва фойда олади.

Даромадни шаклланишида, ишлатилишида реал пул воситалари айланади, корхоналарни пул фондлари шаклланади (меҳнат ҳақи фонди, капитал қўйиш жамғармаси, давлат бюджетига тўловлар, резервлар ва бошқа

махсус фондлар).

Пул муносабатларида

– давлатнинг молия-кредит тизими билан тўловлар орқали;

- банк муносабатлари билан кредит олиш ва қайтариш орқали;

- савдо корхоналари ўзаро ва уларни иқтисодиётни бошқа тармоқлари билан алоқалари, товар-пул муносабатлари, яъни товар олди-сотди, хизмат ва бошқа шартномавий муносабатлар орқали;

- ишчи-ходимлар билан ҳисоб-китоблар (иш хақи, моддий рағбатлантириш ва бошқа пул муносабатлари) орқали савдо корхоналарининг молиявий фаолияти ўз аксини топади.

Шундай қилиб, молия бутун пул муносабатларини барча жабҳаларини қамраб олмайди.

Молия тушунчасига товар сотиш билан боғлиқ бўлган пул муносабатлари кирмайди. Бу муносабатлар натижасида фақат аҳолига сотилган товарлардан савдо корхоналарига қоладиган даромадлар молиявий ресурсларга киради.

Шундай қилиб, пул муносабатлари молия тушунчасидан кенгроқ. Молиянинг моҳияти унинг бажарадиган функциялари орқали намоён бўлади. Молиянинг функциялари қуйидагилардан иборат:

- такрор ишлаб чиқариш – капитални такрор айланишини таъминлаш, моддий ва пул ресурсларини мувофиқлигини таъминлаш;
- тезкор (оператв) – савдо корхоналарини пул маблағларига бўлган эҳтиёжларини аниқлаш, таъминлаш, ишлатилишини тартибга солиш;
- тақсимот – пул маблағларини мақсадли йўналтириш, тақсимлаш;
- назорат – пул маблағларини шаклланиши, тақсимланиши ва ишлатилишини норма, нормативлар, қонун-қоидаларга мос келишини тўхтовсиз текшириб бориш.

Молиявий ресурсларнинг манбалари

Молиявий муносабатларнинг моддий ифодаси молиявий ресурсларда ўз ифодасини топади. Хўжалик субъектларининг молиявий ресурслари – бу улар ихтиёридаги пул ва унга тенглаштириладиган даромадлар ва тушумлардир. Улар хўжалик субъектларини бюджет, банклар, суғурта ва бошқалар олдидаги мажбуриятларини бажариш учун ишлатилади. Молиявий ресурслар юқоридагилар билан бир қаторда фаолиятни кенгайтириш ва ходимларни моддий рағбатлантириш учун ҳам манба бўлиб ҳисобланади.

Молиявий ресурсларни шакллантирувчи манбаси сифатида хўжалик субъектларини ўз (хусусий) ва ҳар хил бошқа жалб қилинган маблағлар ҳисобланади.

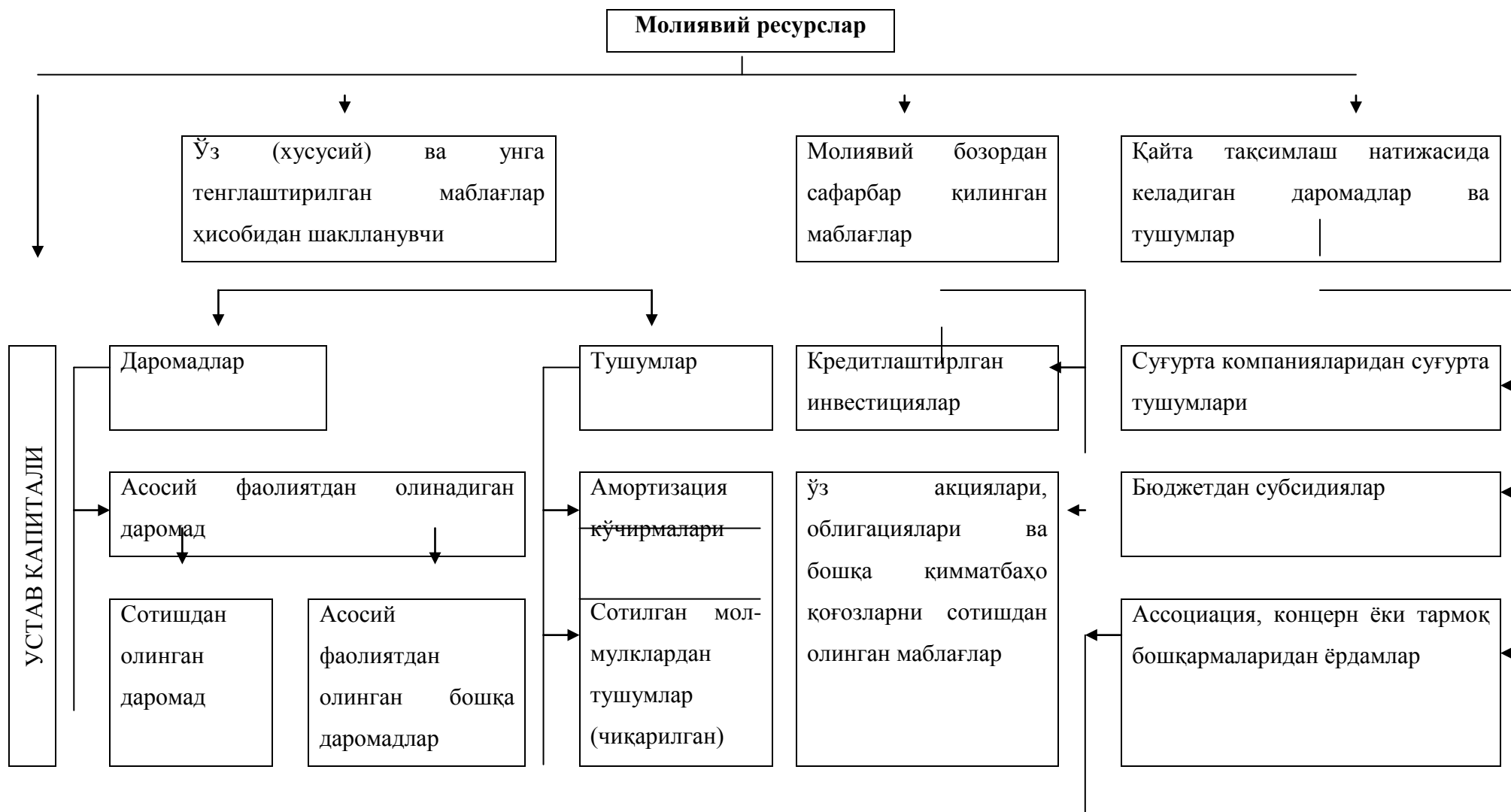
Умумий кўринишда хўжалик субъектларини (тармоқлар, соҳалар мулк шаклидан қатъий назар) молиявий ресурсларнинг манбалари сифатида кўйидаги 6.3.2.1-чизмада келтирилганларни ҳисоблаш мумкин.

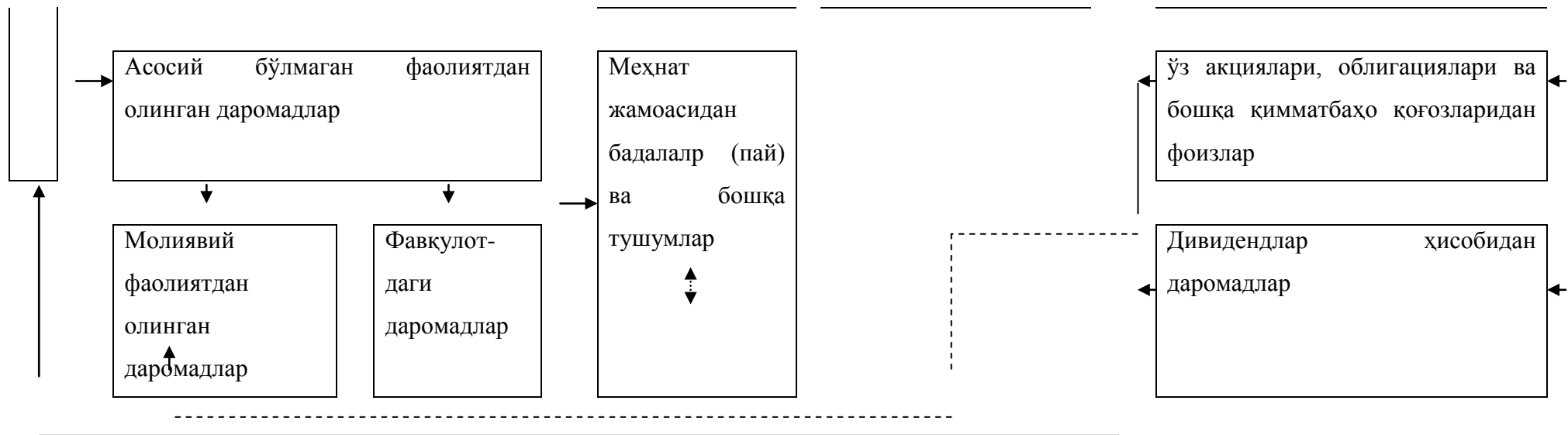
Молиявий ресурслар иқтисодий йўналтирилиши нуқтаи назаридан кўйидагича таснифланади:

1. Асосий фаолияни таъминловчи.
2. Асосий фондларни такрор ишлаб чиқаришини таъминловчи.
3. Айланма маблағларни шаклланишини таъминловчи.
4. Кадрлар тайёрлаш тадбирларини таъминловчи.
5. Ишчи-ходимларни моддий рағбатлантиришни таъминловчи.
6. Ижтимоий-маиший ва бошқа эҳтиёжларни қондиришни таъминловчи.
7. Молиявий эҳтиёт заҳиралашга.

6.3.2.1 чизма

Хўжалик субъектларини (жумладан савдо корхоналари) молиявий ресурсларини умумий кўринишдаги манбалари





Ижтимоий маҳсулотни тақсимлаш нуқтаи назаридан қаралганда молиявий ресурслар деганда, давлат ва корхоналарда ўз мақсад ва вазифаларини бажариш учун тўпланадиган, тақсимланадиган ва ишлатиладиган пул шаклидаги ижтимоий маҳсулот ва миллий даромаднинг бир қисми тушунилади.

Амалий нуқтаи назардан савдо корхоналарини молиявий ресурслари улар ихтиёрида бўлган жами пул шаклидаги даромадлар ва жамғармалар йиғиндисидир.

Молиявий ресурсларни жорий фаолият, кредит ресурслар, пул маблағлари резервлари билан боғлиқ бўлган харажатларни қоплангандан кейин корхона ихтиёрида қоладиган пул маблағлари жамғармалари ташкил қилади.

Молиявий ресурсларга маълум миқдорда моддий бойликлар мос келади. Асосий ва айланма фондлар, моддий ва меҳнат ресурсларини самарали ишлатиш молиявий ресурслар ҳолатини белгилайди.

Молиявий ресурслар билан таъминланиш уч хил шаклда амалга оширилади:

- ўз-ўзини молиялаштириш;
- кредитлаштириш;
- давлат томонидан молиялаштириш.

Молиявий ресурсларнинг кўрсаткичлари

Молиявий ресурслар бир томондан, пул маблағи сифатида жамғарилади, иккинчи томондан авансланади – моддий, номоддий ресурсларга, инвестиция ёки капитал сифатида ҳамда қимматбаҳо қоғозларга, акцияларга ва ниҳоят бадаллар, тўловлар, солиқлар сифатида ишлатилади.

Манбалари нуқтаи назаридан молиявий ресурслар ўз маблағлари, қарзга олинган маблағлар ва жалб қилинган маблағлардан иборат бўлади.

Ушбулардан келиб чиқиб, молиявий ресурсларнинг кўрсаткичларини

қуйидаги гуруҳларга ажратиш лозим бўлади:

1. Молиявий ресурсларнинг ҳолати ва таркибини англатувчи кўрсаткичлар.
2. Молиявий ресурсларни самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичлар, уларга қуйидаги тўрт гуруҳ кўрсаткичларни тавсия қилиш мумкин:

- молиявий ресурсларни барқарорлиги;
- асосий фондлар билан боғлиқ кўрсаткичлар;
- айланма маблағлар билан боғлиқ кўрсаткичлар;
- номоддий активлар билан боғлиқ кўрсаткичлар.

Молиявий ресурсларни ҳолатини ва таркибини англатувчи кўрсаткичлар, уларни абсолют суммаси ва нисбий кўрсаткичлар миқдори сифатида бухгалтерия ва статистик ҳисоботларда ўз аксини топади ва улар асосида ҳисобланади. Уларга қуйидаги ҳисобот шакллари киритиш мумкин:

- бухгалтерия баланси – 1 сонли шакл;
- касса айланмаси тўғрисида ҳисобот – 11-торг шакли (Давлат статистика ҳисоботи);
- дебиторлик ва кредиторлик қарзлар ҳақида маълумотнома – 2а –сонли шакл;
- пул оқимлари тўғрисидаги ҳисобот – 4 шакл;
- корхона сарф-харажатлари тўғрисидаги ҳисобот 5-С шакл.

Ушбу ҳисоботлардан молиявий ресурсларни ҳолатини белгиловчи кўрсаткичларни ажратиб олиб, уларнинг ҳолатига, таркибига баҳо бериш ва таҳлил қилиш мумкин бўлади.

Молиявий ресурсларни барқарорлик кўрсаткичлари тизими 6.3.3.1-чизмада келтирилади.

Молиявий ресурсларни асосий фондлар ва айланма маблағлар билан боғлиқ кўрсаткичлар. Ушбу китобнинг 6.1.3. ва 6.2.3.-параграфларида уларнинг самарадорлигини белгиловчи кўрсаткичлар тизимида берилган.

Молиявий ресурсларни шаклланиши, ишлатилиши хусусиятлари кўп

киррали бўлганлиги сабабли уларни жамғарилиши, авансланиши ва ишлатилиши нуқати назардан, ушбу хусусиятларига тааллуқли кўрсаткичлар орқали ҳам таҳлил қилиш мақсадга мувофиқ деб ҳисоблаймиз.

Келтирилган масалаларга ҳамда номоддий активлар билан боғлиқ бўлган кўрсаткичларига бағишланган, ўзбек тилида чоп этилган бир қатор адабиётлар мавжуд¹ ва бу масалалар уларда тўлиқ ёритилганлигини ҳисобга олиб биз юқоридагилар билан чегараланамиз.

6.3.3.1-чизма

Савдо (жумладан кооператив) корхоналари молиявий ресурсларининг барқарорлигини баҳолаш кўрсаткичлари

№	Кўрсаткичлар номи	Аниқлаш усуллари	Модул шакли
	Молиявий барқарорлик кўрсаткичлари		
1.	Жорий ликвидлик коэффициенти ($K_{жл}$) (тўлов қобилияти)	$\frac{\text{Айланма маблағлар (АйМ)}}{\text{қисқа муддатли (жорий) мажбуриятлар (КММ)}}$	$K_{ж.л} = \frac{\sum АйМ}{\sum КММ}$
2.	Молиявий қарамлик коэффициенти ёки қарздорлик, маблағ	$\frac{\text{қарзга олинган капитал (КК)}}{\text{Хусусий капитал (ХК)}}$	$K_{м.к.} = \frac{\sum КК}{\sum ХК}$

¹ Абдукаримов И.Т., Пардаев М.°, Исроилов Б.И. «Корхонанинг иқтисодий салоҳияти таҳлили». Т., «Иқтисодиёт ва ҳуқуқ дунёси» нашриёт уйи, 2003.

Пардаев М.°. ва бошқалар «Бошқарув таҳлили». Т., «Иқтисодиёт ва ҳуқуқ дунёси» нашриёт уйи, 2005.

Пардаев А.Х. «Бошқарув ҳисоби». Т., «Академия» нашриёти, 2002.

фрозов К.Б. «Савдода бухгалтерия ҳисоби ва солиқ тортини». Т., «Иқтисодиёт ва ҳуқуқ дунёси» нашриёт уйи, 2004.

	билан таъминланиш коэффициенти ($K_{м.к.}$)		
3.	Молиявий барқарорлик коэффициенти ($K_{м.бар}$)	Хусусий капитал (ХК)+Узоқ муддатли қарзлар (УМК) <hr/> Активларнинг ўртача йиллик қиймати (\bar{AK})	$K_{м.бар} = \frac{\sum XK + \sum УМК}{\sum \bar{AK}}$
4.	Мулк мустақиллиги коэффициенти ($K_{м.м.}$)	Хусусий капитал (ХК) <hr/> Активларнинг ўртача йиллик қиймати (\bar{AK})	$K_{м.м.} = \frac{\sum XK}{\sum \bar{AK}}$
5.	Капитални манерв (ҳаракатчанлик) коэффициенти ($K_{к.м.}$)	ҳаркатдаги (оборотдаги) капитал (ИК) <hr/> Хусусий капитал	$K_{к.м.} = \frac{\sum ИК}{\sum XK}$
6.	Тўлов қобилияти коэффициенти ($K_{к.м.}$)	ўз маблағи (ў.М.) <hr/> Умумий мажбуриятлар (У.М.)	$K_{к.м.} = \frac{\sum \check{УМ}}{\sum УМ}$
7.	Товар заҳираларини хусусий капитал билан қопланиш коэффициенти ($K_{тз.хк.}$)	Хусусий капитал (ХК) <hr/> Йиллик ўртча товар заҳиралари ($\bar{TЗ}$)	$K_{тз.хк.} = \frac{\sum XK}{\sum \bar{TЗ}}$
8.	Товар заҳираларини қарзга олинган капитал билан қоплаш коэффициенти ($K_{тз.қк.}$)	қарзга олинган капитал (ҚК) <hr/> Йиллик ўртача товар заҳиралари ($\bar{TЗ}$)	$K_{тз.қк.} = \frac{\sum ҚК}{\sum \bar{TЗ}}$

Таянч иборалар: молия, давлат молияси, хўжалик субъектлари молияси, жисмоний шахслар молияси, молиявий тизим, пул, молиявий ресурслар, пул муносабатлари, савдонинг молияси, молияни функциялари, молиялаштириш, кредитлаштириш.

Такрорлаш учун саволлар.

1. Молия деб нимага тушунасиз?
2. Молиявий тизим нима ва уни тартибига нималар киради?
3. Молиявий ресурслар нима?
4. Молиявий ресурслар қандай манбалардан ташкил топади?
5. Молиявий ресурслар ҳолати ва таркибини англатувчи кўрсаткичларни айтинг?
6. Молиявий ресурслар барқарорлиги қандай аниқланади?
7. Молиявий ресурслар самарадорлиги қандай кўрсаткичлар орқали аниқланади?

6.4. Савдода меҳнат ресурслари

6.4.1. Савдода меҳнатни ижтимоий-иқтисодий моҳияти ва аҳамияти

6.4.2. Савдода меҳнат ресурсларини шаклланиши ва кўрсаткичлари

6.4.3. Савдода меҳнат ресурсларини таҳлили ва режалаштириш

6.4.1. Савдода меҳнатни ижтимоий-иқтисодий моҳияти ва аҳамияти

Инсон билан табиат ўртасидаги моддий, жисмоний, ашёвий алмашувлар, муносабатларнинг умумий шарти меҳнатдир. Меҳнат инсон ҳаётининг доимий ва табиий шартидир. Меҳнат инсон билан табиат ўртасидаги нарсалар алмашувининг умумий шартидир. Меҳнат, бу нафақат инсоннинг мускул ва онг, жимоний ва ақлий энергиясини сарфлаш бўлиб қолмай, мақсадга мувофиқ фойдали, инсон ҳаёти учун зарур бўлган моддий, маънавий ва жамият бойликларини яратиш учун йўналтирилган ижтимоий-зарурий фаолиятдир.

Меҳнат жараёнини бошлашдан олдин инсон унинг натижасини ўз онгида шакллантиради, кейин меҳнатини ўз мақсадига эришиш учун йўналтиради. ўз хоҳишини амалга ошириш учун меҳнатни ташкил қилиш усулини ва йўналишини аниқлайди. Бунинг учун инсон меҳнат қуролларини яратади.

Меҳнатнинг бошланиш жараёнига инсоннинг мақсадга мувофиқ йўналтирилган фаолияти киради. Меҳнат жараёнида нафақат инсон билан табиат ўртасидаги моддий алмашув амалга ошади, унда инсонлар ўртасидаги муносабатлар ҳам шаклланади.

Инсоният тараққиёти тарихига назар солсак меҳнат унинг ривожланишига таъсир қилувчи асосий омил эканлигига имонимиз комил бўлади.

Инсон меҳнати орқали моддий ва маънавий бойликни яратиш билан табиатни ўз ҳаётига мослаштириб, уни ўзгартириш билан бир қаторда ўзини ҳам такомиллаштиради. Меҳнат орқали инсон атроф-муҳитни ўзгартиради, уни ўзгартириш билан ўзининг доимо ортиб бораётган эҳтиёжини қондиришга интилиш билан инсон ўзининг табиатини ўзгартиради, яъни қобилятини, билимини, кўникмаларини, имкониятларини кенгайтиради, такомиллаштиради ҳамда меҳнат жараёнини тубдан ўзгартириб боради. Меҳнат жараёни такомиллашади ва инсоннинг ўзи ҳам такомиллашади.

Шундай қилиб, меҳнат жараёнида инсон шаклланганлигини кузатамиз.

Меҳнат натижасида инсон доимо энг мураккаб жараёнларни амалга

ошириб, ўзига янада юқори мақсадларни кўйиб ва унга эришиб боради.

Биз юқорида айтгандек меҳнат инсон билан табиат ўртасидаги моддий неъматлар алмашувигина бўлиб қолмай, уни натижасида инсонлар ўртасида ижтимоий-иқтисодий муносабатлар вужудга келади. Бу жараёнда меҳнатнинг мазмуни ва унинг ижтимоий-иқтисодий моҳияти намоён бўлади.

Меҳнатнинг мазмуни нуктаи назаридан меҳнат инсонни меҳнат куруллари ва предметлари билан ўзаро боғланиши жараёнида ҳамда уларга инсоннинг таъсири, аралашуви натижасида вужудга келади.

Бу жараён доимо, танаффуссиз давом этиб боради ва такрорланиб туради.

Меҳнатнинг ижтимоий-иқтисодий моҳияти унинг ижтимоий ишлаб чиқариш муносабатлар жараёнидаги ўрнида намоён бўлади.

Инсон моддий неъматларни ёлғиз, бир-биридан ажралган ҳолда яратмайди, балки биргаликда, ҳамкорликда, меҳнат жамоаларига бирлашган ҳолда, бир-бирлари билан ишлаб чиқариш жараёнларини келишиб ҳал қилиш асосида яратади. Инсоният жамиятини вужудга келиши кўплаб ишлаб чиқарувчиларнинг биргаликда меҳнат қилиши, меҳнат фаолияти билан алмашувлар натижасидир.

Ўзаро меҳнат фаолиятини олиб боришда ишлаб чиқариш муносабатлари вужудга келган, энг аввало, меҳнат кооперацияси, меҳнатни тақсимланиши, яъни меҳнатни ихтисосланиши кабилар. Натижада ижтимоий меҳнат тақсимоти шаклланиб келган. Меҳнат фаолиятини бирламчи бўғинида фаолият билан алмашув ишлаб чиқарувчиларни тўғридан-тўғри контакти асосида амалга оширилса, жамият миқёсида маҳсулотлар билан айирабошлаш натижасида намоён бўлади. Ижтимоий меҳнат тақсимоти натижасида алоҳида фаолият юритаётган субъектлар, соҳалар, тармоқлар, ягона бирлашган жамиятга айланади.

Жамият тараққиётини қандайдир бир ижтимоий-иқтисодий босғичида оддий маҳсулот алмашуви товар айирабошлашни шаклига, яъни олди-сотди

жараёнини вужудга келтиради. Ушбу жараён алоҳида меҳнат фаолиятига ажралади ва тармоқ вужудга келган. Ижтимоий меҳнат тақсимооти натижасида ишлаб чиқаришдан товар муомаласи ажраб чиқиб, олди-сотди жараёни алоҳида тармоқга айланади. Савдо тармоғи вужудга келди, шу билан бирга ундаги меҳнат ҳам алоҳида жараёнга айланди.

Олди-сотди жараёни билан шуғулланувчиларни меҳнати алоҳида фаолиятига ажралган ва жамият тараққиёти билан боғланган ҳолда, у ривожланиб ва такомиллашиб келмоқда.

Савдода ишчилар меҳнати жамиятдаги умумий ижтимоий зарурий меҳнатнинг ажралмас қисми бўлиб, савдонинг функцияларидан келиб чиқиб ўз хусусиятларига эгадир.

Савдода меҳнатнинг хусусияти товар олди-сотди жараёнини (товарни қийматини алмаштириш) таъминлаш, айрим ишлаб чиқариш функцияларини бажариш ва аҳолига хизмат кўрсатиш билан белгиланади.

Товар муомаласи икки хил турдаги жараённи амалга оширади. Бу жараёнларни қуйидагича тавсифлаш мумкин:

биринчидан, бу жараёнда ишлаб чиқаришнинг айрим техник-технологик функциялари давом этади (товарларни ишлаб чиқариш ассортиментини савдо ассортиментига айлантириш, уларни қадоқлаш, истеъмол қийматини сақлаш, транспорт операциялари ва ҳ.к.);

иккинчидан, қиймат шаклини ўзгартириш «Т-П» операцияларини амалга ошириш;

учинчидан, олди-сотди жараёнида аҳолига ушбу жараён билан боғлиқ бўлган хизматлар кўрсатиш.

Савдо ходимларининг меҳнатининг табиати мураккаб жараён бўлиб, ўзига хос билим, кўникмаларни (ўқитувчи, врачларга ўхшаган) истеъдод ва қобилиятини талаб қилади. Айниқса, уткир рақобат шароитида биз келтирган хусусиятлар жуда юқори аҳамият топади.

6.4.2. Савдода меҳнат ресурсларини шаклланиши ва кўрсаткичлари

Меҳнат жараёни табиатга ишчи кучи, меҳнат предметлари ва меҳнат куроллари (иккаласи меҳнат воситаларини ташкил қилади) билан биргаликда таъсир қилиши туфайли содир бўлади.

Ишчи кучи бу жараёнда асосий рол эгаллайди. Ишчи кучи инсоннинг меҳнат қилиш қобилияти билан белгиланади.

Ишчи кучи деганда бизлар инсонни жисмоний, ақлий, маънавий ва руҳий қобилиятлари ва уларни зарурият туғилиши билан ишлатиб қандайдир моддий, маънавий ва маданий истеъмол қийматлар яратишга тушунамиз.

Ишчи кучини такрор ишлаб чиқариш жараёни учта фазадан иборат бўлиб унга:

- шаклланиш фазаси;
- тақсимот фазаси;
- истеъмол фазалари киради.

Жаҳон стандартларига биноан ишчи кучининг асосий қисмини ёлланма ходимлар ташкил қилади. Уларга шартнома (кантракт) асосида ишлаётган барча ходимлар киради. Статистикада ишчи кучи рўйхатдаги ходимлар сифатида ҳисобга олинади. Рўйхатдаги ходимларга барча доимий, вақтинча ва шартнома асосида ишга қабул қилинганлар киради.

Вақтинча ишга қабул қилинганлар таркибига бир кун ва ундан кўпроқ кунларга ишга қабул қилинганлар киради. Бунга ҳақиқатда ишлаётган ва вақтинча ишга чиқмаган, лекин ишда формал ҳолда ҳисобланадиганлар киритилади.

Назарияда ва амалиётда меҳнат ресурслари ва меҳнат салоҳияти деган кўрсаткичлар ишлатилади.

VIII-Халқаро статистиклар (1954 йил) конференциясида меҳнат

ресурсларига «Хусусан меҳнат ресурслари» ва «ҳарбий хизматчилар» кириши таъкидланган. «Хусусан меҳнат ресурслари» ишловчилар ва ишсизлар категорияларига ажратилган.

БМТ статистика комиссияси 1966 йилги 14 сессиясида «Иқтисодий фаол аҳоли» тушунчасини жорий қилган. Уларга моддий неъматлар ишлаб чиқаришида ва хизмат қилишда қатнаша оладиган шахслар мажмуаси киради деб айтилган.

Меҳнат ресурслари деганда меҳнатга қобилиятли ёшдаги (аёллар 16-55, эркеклар 16-60 ёшда) ишчилар сони тушунилади. Бу чегара қонун орқали белгиланган. Меҳнат ресурслари чегараланган, лекин ҳаётда ногиронлар, нафақахўрлар, ёш болалар меҳнат қобилиятидан (иш кучидан) фойдаланилади.

Меҳнат ресурсларига буларни қўшсак меҳнат салоҳиятини ташкил қилади.

Масалан: вилоятда аҳолининг сони 2,0 млн. киши, шундан 60%, яъни 1,2 млн. – меҳнатга қобилиятли ёшдаги аёллар ва эркеклар.

Шулардан 0,3 млн. ишсиз.

Ишлаётган ишчилар сони 1,4 млн. киши.

Иш билан банд бўлган ногиронлар, нафақахўрлар ва ёш болалар (16 ёшгача) $1,4+0,3-1,2=0,5$ млн. (ишчилар сони $1,2-0,3+0,5=1,4$).

Меҳнат ресурслари – 1,2 млн. киши.

Ишчилар сони – 1,4 млн. киши.

Меҳнат салоҳияти – $1,4+0,5=1,9$ млн. киши.

Корхона миқёсида ишчи ходимлар сони меҳнат салоҳиятига тенг бўлади.

Ходимлар (ишчилар) сони корхоналарда ўрганишда ва статистик ҳисоботда икки хил турда бўлади.

1. Рўйхатдагилар.

2. Ишга келганлар.

Рўйхатдаги ходимлар сони барча рўйхатдан ўтган ҳар хил сабаблар билан

ишга (доимий, мавсумий, вақтинчалик) ишчилар сони киради. Уларга (хизмат сафариди, меҳнат таътили, декрет таътили, касаллар, ишга ҳар хил бошқа сабаблар билан ўқиш, депутатлик ва ҳ.к.) келмаганлар киради.

Рўйхатдаги ходимларга қуйидагилар кирмайди:

- бир маротаба ёки алоҳида ишларни бажаришга таклиф қилинганлар (врачлар консультация учун, экспертиза учун, инвентарларни таъмирлаш, оқлаш, краскаш кабилар);
- шартнома асосида (ҳуқуқий-фуқаролик шартномалари), агар улар бошқа ташкилотда рўйхатда турса;
- ўриндошлик асосида ишга қабул қилинганлар ҳамда бошқа ходимлар ва иш ҳақи статистикаси тўғрисидаги низомда кўрсатилганлар.

Статистик ҳисоботда ходимларнинг ўртача рўйхатдаги сони кўрсаткичи ишлатилади. (1 ой, квартал, 6 ой, 9 ой ва 1 йил). Бунда ишга келганлар ва келмаганлар ҳам ҳисобга олинади.

Масалан: ойлик учун ҳар куни рўйхатдаги ишчилар сони (байрам, дам олиш кунлари ҳам ҳисобга олинган ҳолда) ҳар кунлигини жамлаб ойнинг тақвим (календар) сонига бўлиш билан аниқланади (ишчи-кун:календар кунига).

3 ойга бўлса ҳар бир ойнинг ўртача кўрсаткичини жамлаб 3 га бўламиз ва ҳоказо. Агарда ишчилар сони ҳар ой бошига берилган бўлса ўртача хронологик усул билан аниқланади.

Ўртача рўйхатдаги ходимлар сонини аниқлашда дам олиш ёки байрам кунларидаги ишга келганлар сони бир кун олдин ишга келганлар сонига тенг деб ҳисобга олинади. Масалан, жума куни 301 киши ишлаган бўлса, дам олиш кунлари, яъни шанба ва якшанба кунларига 301 ходим ишга чиққан деб ҳисобланади. Масалан: 2006 йилнинг январ ойига қуйидаги маълумотлар бор:

Календар кун	Ишга келганлар
1.01-	301
2.01-	301 Дам олиш куни
3.01-	301 - " -
4.01-	305
5.01-	307
6.01-	307
7.01-	312
8.01-	312
9.01-	312 Дам олиш куни
10.01-	312 - " -
11.01-	305
12.01-	306
13.01-	301
14.01-	310
15.01-	310
16.01-	310 Дам олиш куни
17.01-	310 - " -
18.01-	312
19.01-	312
20.01-	320
21.01-	320
22.01-	318
23.01-	318 Дам олиш куни
24.01-	318 - " -
25.01	320
26.01-	320

27.01-	317
28.01-	315
29.01-	315
30.01-	315 Дам олиш куни
31.01-	315

Жами ишчи куни сони = 9657 киши – куни. ўртача рўйхатдаги ходимлар сони (\bar{X}) = 9657:31=311,5 киши.

Агарда ишга келганлар ҳар ойнинг бошига берилган бўлса, 1.01-570 киши, 1.02=575 киши, 1.03-572 киши ва 1.04 – 580 киши, бундай ҳолда ўртача хронологик усул билан рўйхатдаги ўртача ходимларни (\bar{X}) аниқлаш мумкин.

$$\bar{X} = \frac{\frac{570}{2} + 575 + 572 + \frac{580}{2}}{4-1} = 574_{\text{киши}}$$

Ойлар бўйича ходимларни ўртача сони қуйидагича берилган бўлса:

Ойлар	Ходимларни ўртача сони
Январ	500
Феврал	496
Март	500
Апрел	515
Май	530
Июн	518
Июл	560
Август	570
Сентябр	565

Октябр	570
Ноябр	580
Декабр	600
Жами	6504

Йиллик ходимларнинг ўртача сони

$$\bar{X} = \frac{6504}{12} = 542 \text{ кишига тенг бўлади.}$$

Статистикада ўртача иш ҳақи, меҳнат унумдорлиги ва бошқа кўрсаткичларни аниқлаш учун «ўртача иш ҳақи ва бошқа ўртача кўрсаткичларни аниқлаш учун ходимлар сони» кўрсаткичи ишлатилади.

Бу кўрсаткичини аниқлаш учун рўйхатдаги ходимлар сонидан айрим ходимлар категориялари чиқариб ташланади. Уларга қуйидагилар киради:

- хомиладорлик ёки фарзанд туғилгандан кейинги таътилдагилар;
- болаларга (айрим ёшгача) қараш учун таътилдаги аёллар (иш ҳақисиз ёки қисман иш ҳақи тўланадиган);
- қишлоқ хўжалик ишларини бажариш учун хизмат сафарига юборилганлар (ҳукумат қарори билан бундай ишларни (75 % иш ҳақи асосий иш жойида сақланиб қолинади), шофёрлар, механиклар, трактористлар, миханизаторлар;
- қурилиш ишларига хизмат сафарига юборилганлар. Уларни ҳам 50-75 % иш ҳақи сақланиб қолинади. қишлоқ хўжалиги ва қурилиш ишларига жалб қилинганларга суткалик ва квартаера учун қўшимча ҳақ тўланмайди;
- махсус касалхоналардаги хронологик алкоголиклар;
- кечки ва сиртки ўқишда талабалар сессия даврида;
- иш ҳақини сақлаб қолмасдан зарурий таътилга чиққанлар.

Ходимлар сони билан боғлиқ бўлган кўрсаткичлар қаторига қуйидагиларни ҳам киритиш лозим:

1. ишга келган ходимлар сони (уларни рўйхатдаги ходимлар сонига ҳиссаси);
2. ишчи ходимларни таркиби;
3. ходимларни ўртача ёши;
4. меҳнат даври (стажи);
5. меҳнат унумдорлиги;
6. ишчи ходимларни рентабеллиги ёки даромадлиги ($P_{и.х}$). Агарда яратилган қийматни $C + V + m$ деб ҳисобласак, рентабеллик шуйидагича ифодаланади:

$$P_{и.х} = \frac{m}{V}$$

C – доимий капитал ишлаб чиқариш воситалари;

V – ўзгарувчан капитал, иш ҳақи;

m – олинган фойда.

7. меҳнаткашларнинг бўш вақти (дам олиш, ўқиш, малака ошириш жамоат ишлари, болалар тарбияси, жисмоний тарбия ва спорт, маданий дам олиш, маънавий эҳтиёжларни қондириш);
8. ходимларни қўнимсизлик коэффиценти (ишдан кетган ва ҳайдалганлар: ўртача рўйхатдаги сонига);
9. ходимларни қабул қилиш коэффиценти;
10. меҳнат унумдорлиги ва ўртача иш ҳақини солиштирма кўрсаткичи.

6.4.3. Савдода меҳнат ресурсларини таҳлили ва режалаштириш

Бозор иқтисодиёти шароитида савдо корхоналарида банд бўлган меҳнат ресурсларини (ходимлар сонини) таҳлил қилиш иқтисодий ишларнинг энг муҳим томонларидан бири бўлиб ҳисобланади. Чунки ходимлар сони, ҳар бир корхонани меҳнат салоҳияти ва малакали иш кучи билан таъминланганлигини ифодалайди ҳамда катта ижтимоий-иқтисодий аҳамиятга эга. ҳар бир

ходимнинг ижтимоий-иқтисодий аҳволи, улар ишлаётган корхоналарда ишчилар бандлиги, улар иш ҳақи миқдори ва бошқа рағбатлантириш механизмларининг қандай ташкил қилинганлиги билан ифодаланади.

Шу билан бир қаторда корхонанинг самарадорлиги унда фаолият кўрсатаётган ходимлар сонига, уларнинг малакасига, меҳнат шароити ва улар ўртасидаги маънавий-руҳий муҳитига бевосита боғлиқ. Шу нуқтаи назардан ходимлар сонини таҳлил қилиш муҳим аҳамиятга эга.

Ходимлар сонини таҳлил қилишнинг вазифаси, унинг аҳамиятидан келиб чиқади. Таҳлилнинг вазифаларига қуйидагиларни киритиш мумкин:

- фаолиятдаги (рўйхатдаги) ходимлар сонини ва уларнинг штат жадвалига мувофиқлигини солиштириб баҳолаш;
- ходимлар таркибини ўрганиш;
- ходимлар малакасини, маълумоти бўйича таркибини ўзгаришига баҳо бериш;
- ходимлар умумий миқдори ва таркибини ўзгариш тенденцияларини, корхонанинг бошқа кўрсаткичлари билан боғлиқлигини ўрганган ҳолда баҳолаш;
- ходимларнинг ишлатилиш кўрсаткичлари, кўнимсизлик коэффициенти, қабул қилиш коэффициенти, меҳнат унумдорлиги ва бошқаларни аниқлаш, уларнинг ўзгаришига таъсир қилувчи омилларни белгилаш каби муҳим тадбирларни амалга ошириш.

Таҳлилнинг вазифаси бу келтирилганлар билан чекланиб қўолмайди, балки ҳар сафар таҳлилнинг мақсадидан келиб чиқиб, ўзгариб туриши табиий. Чунки бозор иқтисодиёти шароитида вазиятлар тез ўзгариб туриши мумкин. Бу ўзгариш жараёнини таҳлил қилиб, тегишли қарорлар қабул қилиб, амалий чоратадбирларни қўллаш, бошқариш ва иш юритиш усулларини вазиятга қараб мослаб бориш чораларини кўриш ҳам муҳим аҳамиятга эга.

Ходимлар сонини таҳлил қилиш, уларнинг умумий сонини, таркибини,

меҳнат унумдорлигини режага ва ўтган йилларга нисбатан ўзгариш тенденцияларини аниқлашдан бошланади.

Келтирилган маълумотлардан кўришиб турибдики, кўрсаткичларни ўзгариш тенденциясида кўп фарқ йўқ. Улар бир хил маромда ўзгариш тенденциясига эга. Лекин таҳлил жараёнида икки йиллик маълумот билан чегараланиб қолмаслик керак, биз бу ерда мисол тариқасида икки йиллик маълумот келтирдик. Таҳлилда ушбу кўрсаткичларни бир неча йилга ўрганиш тавсия қилинади.

Кейинги босқичда ходимлар сонини корхонанинг даромади ёки фойдаси билан солиштириб ходимларга тўғри келган даромад ёки фойдани ўзгариш тенденцияларини баҳолаш зарур.

Таҳлил жараёнида меҳнат унумдорлиги билан ўртача иш ҳақини ўзгариш тенденцияларини солиштириш катта аҳамиятга эга. Таҳлилни кейинги босқичларида биз 6.2-параграфда келтирилган ходимларга таълуқли барча кўрсаткичлар динамик қаторларда ўрганиш тавсия қилинади.

Ходимлар кўрсаткичларига таъсир қилувчи омилларни таҳлил қилиш зарур бўлади.

6.4.3.1 жадвал

Чакана савдо корхонасида ходимлар сони, таркибини ва меҳнат унумдорлигининг ўзгариш миқдорининг ҳисоби

№	Кўрсаткичлар	Ўлчов бир- лиги	Ўтган йили	Исоби йили			Ўтган йилига нисбатан ўзгариши, %
				Режа	ҳақи- қатда	ўзга- риши, %	
1	Чакана товар	Млн.	3050	3150	3166	100,5	103,8

	айланиши	сўм					
2.	Ўртача рўйхатдаги ходимлар-жами. Жумладан:	Киши	33	34	34	100,0	103,0
2.1	Сотувчилар	Киши	26	27	27	100,0	103,8
2.2	Бошқа ходимлар	Киши	7	7	7	100,0	100,0
3.	Меҳнат унумдорлиги						
3.1	Умумий ходимларники	Млн. сўм	92,4	92,6	93,1	100,6	100,8
3.2	Сотувчиларники	Млн. сўм	117,3	116,7	117,6	100,5	100,3

Савдо корхоналарида ишчи ходимлар сонини режалаштириш уларни куйидаги таркиби (категориялари) бўйича амалга оширилади.

1. Сотувчилар
2. Магазинларни бошқа ишчилари (савдо қилмайдиган магазин мудирлар, кассир назоратчилар, ёрдамчи ходимлар – қаровул, фаррош).
3. Маъмурий бошқарув ходимлари

Сотувчиларни ҳар бир савдо шохобчаси бўйича алоҳида ҳисоблаш зарур. Бунинг учун бир неча хил усулдан фойдаланиш тавсия қилинади.

I. ўртача рўйхатга олинган сотувчилар сони савдо шохобчасидаги ишчи жойлар сони (майдони) унинг иш вақти ёки ишлаш режими асосида аниқланади. Унинг учун куйидаги формуладан фойдаланиш мумкин.

$$\bar{X}_{с.р} = \frac{T \cdot Иж}{t}$$

$\bar{X}_{с.р}$ - режалаштирилган даврга рўйхатга олинган сотувчиларнинг ўртача сони;

T – савдо шохобчасининг йиллик (квартал, ой) ишлаш даври, соат;

Иж – савдо шохобчасининг иш жойи сони;

t – битта сотувчининг йиллик (квартал, ой) иш вақти, соат.

T – аниқлаш савдо шохобчасининг ҳафтада неча кун ишлаши (дам олишсиз), байрам кунлари ишлаш ёки ишламаслик, суткада ишлаш даври каби кўрсаткичларга боғлиқ бўлади.

t – сотувчининг ишлаш вақтида боғлиқ меҳнат таътили, байрамлар ҳафтада ишлаш куни, соати кабиларга боғлиқ.

M: Магазин ҳар куни соат 8^{00} – 20^{00} ишлайди (1 соат тушлик билан), яъни суткасига 11 соат, дам олиш кунисиз, дам олиш кунлари 2 соат кам ишлайди, яъни 18^{00} гача.

1 йилда 365 кун, 52 - дам олиш куни, 8 - байрам кунларини ташкил қилади. 1 сотувчига 18 иш куни меҳнат таътили берилади.

Ўтган йиллар ҳисоб-китоби ва сотувчиларни ишга чиқишни таҳлили бўйича 1 сотувчи ўртача бир йилда 6 кун ишга чиқмаган (ҳар хил сабаблар бўйича). Магазинда 10 иш жойи мавжуд.

Режалаштирилган йилга сотувчилар сонини аниқлаймиз.

1. 1-та сотувчини режалаштирилган йилга ишчи кунини аниқлаймиз.

$$365-52-18-8-6 = 281 \text{ кун.}$$

2. 1-та сотувчини иш даври соат миқдори

$$281 \times 7 = 1967 \text{ соат}$$

3. Магазиннинг ишлаш даври = $(11 \cdot 365) - (52 \cdot 2) - (8 \cdot 2) = 4015 - 104 - 16 = 3895$ соат.

4. Зарурий сотувчилар сони = $\frac{3895 \cdot 10}{1967} = \frac{38950}{1967} = 19,8 \approx 20 \text{та}$

II. Сотувчилар сони магазиннинг ишлаш режимидан келиб чиқиб унинг сменада ишлаш ва ишлашни узлуксизлик коэффициентларини аниқлаш орқали

амалга оширилиши мумкин.

Сменалик коэффициенти суткада магазиннинг иш вақтини 1 сотувчининг иш вақтига бўлиш йўли билан аниқланади.

$$K_c = \frac{T_{\text{мс}}}{t_{\text{ic}}}$$

Масалан: магазин 11 соат ишлайди, 1 сотувчи 7 соат ишлайди, бу ҳолда,

$$K_c = \frac{11}{7} = 1,57$$

Узлуксизлик коэффициенти магазиннинг бир йиллик иш кунини 1 сотувчининг иш кунига бўлиш йўли билан аниқланади.

$$K_y = \frac{M_{\text{ик}}}{C_{\text{ик}}}$$

Бизнинг мисолда

$$K_y = \frac{365}{291} = 1,2989 \approx 1,3$$

Сотувчилар сони = $10 \times 1,57 \times 1,30 = 20,4 \approx 20$ та

III. Сотувчилар ўртача рўйхатдаги сонини ($\bar{X}_{c.p}$) доимо ишда бўлиши шарт бўлган сотувчилар (X_o) сони орқали ҳам аниқлаш мумкин.

$$X_o = \frac{Иж \cdot (T_x + T_m)}{t}$$

Бунда: T_x – магазиннинг бир ҳафталик ишлаш даври, соат;

T_m – магазинни очиш, ишга тайёрлаш учун кетадиган қўшимча вақт, соат;

t – 1 сотувчининг 1 ҳафталик иш соати.

$$\bar{X}_{c.p} = \frac{X_{\partial} \cdot M_{\text{ик}}}{\text{Э}t}$$

Бунда: Э_t – 1 сотувчининг эффект (самарали) ишлаш вақти (дам олиш, байрам, касаллик, меҳнат таътилини ҳисобга олган ҳолда, кун).

IV. Сотувчилар сони тажриба – статистик усул орқали ҳам аниқланиши

мумкин.

Магазин мудирлигини кўп ҳолларда сотувчилардан бири бажаради. Агарда сотувдан озод қилинган магазин мудир ишлайдиган бўлса унда магазиндаги ишчи жойлар, уни майдони, этажи ва бошқа омиллар ҳисобга олиниб, уларни аниқлаш керак.

Кассирлар сони касса аппаратлари сони қараб аниқланади. Фаррош сони савдо ва кўшимча магазин майдонлар, магазинни ишлаш режими, 1 фаррошга белгиланган тозалаш майдонини ҳисобга олган ҳолда аниқланади.

Қаравул савдо шохобчасини жойланиш дислокациясига ва бошқа шароитларни (масалан сигнализация) ҳисобга олган ҳолда ҳисобланади.

Маъмурий бошқарув аппарати ива мутахассислар сони савдо корхонасининг чакана товар айланиши ҳажми, савдо шохобчаларининг сони, сотувчи ва бошқа ишчилар сони ҳамда бошқа шарт-шароитларни ҳисобга олган ҳолда аниқланади.

Таянч иборалар: меҳнат, меҳнат ресурслари, ишчи кучи, ишчилар сони, рўйхатдаги ишчилар, меҳнат салоҳияти.

Такрорлаш учун саволар.

1. Меҳнатнинг моҳиятини ёритиб беринг?
2. Меҳнат ресурслари деганда нимани тушунасиз?
3. Меҳнат салоҳияти нима ва у меҳнат ресусларидан қандай фарқланади?
4. Ишчи кучи нима?
5. Ишчи кучи такрор ишлаб чиқарилиши қандай фазалардан иборат бўлади?
6. Рўйхатдаги ходимлар сони қандай аниқланади?
7. Ходимларни ўртача сони қандай аниқланади?
8. Меҳнат ресусларни таҳлил қилишда қандай кўрсаткичлар аниқланади?
9. Савдода сотувчилар сони қандай режалаштирилади?
10. Раҳбар ходимлар сони қандай аниқланади?

7 - боб: Халқ истеъмоли товарларига баҳони шаклланиши

- 7.1. Баҳо ва баҳолаштиришни моҳияти ва аҳамияти
- 7.2. Баҳонинг функциялари
- 7.3. Баҳонинг турлари
- 7.4. Баҳога таъсир қилувчи омиллар
- 7.5. Баҳони аниқлашни методологик масалалари (баҳолаштириш)
- 7.6. Баҳонинг маҳсулот (ишлар, хизматлар)ни ишлаб чиқариш ва сотиш харажатлари билан боғлиқ бўлган элементлари таркиби
- 7.7. Баҳони давлат томонидан тартибга солиш
- 7.8. Баҳо ва инфляция

7.1. Баҳо ва баҳолаштиришни моҳияти ва аҳамияти

Бозор иқтисодиётига ўтиш иқтисодий жараёнлардаги баҳони аҳамиятини тубдан ўзгартириб юборади.

Маъмурий-буйруқбозлик тизимида баҳо марказлашган ҳолда тасдиқланган.

Бозор иқтисодиёти шароитида баҳонинг охириги миқдори бозорда талаб ва

таклиф ва бошқа омиллар таъсири остида шаклланади. Лекин бу дегани баҳо абсолют эркин шаклланади деган маънони билдирмайди. Унинг шаклланиши кўп босқичлардан ўтади.

Баҳо давлат томонидан тартибга солиш механизмлари орқали чегараланиши мумкин.

Баҳо иқтисодий категория бўлиб инсоният тараққиётида товар-пул муомаласини вужудга келиши билан пайдо бўлган.

Баҳо товар қийматининг пулдаги ифодасидир.

Баҳо бозорнинг элементи. Бозорнинг дахшатли рақобат шарт-шароитида корхоналарнинг самарали ишлаш учун баҳоларни белгилашни асосли усулларини, қўлланишини, маркетингда оқилона баҳо сиёсат ва уни кетма-кет амалга жорий қилиш асосий зарурият бўлиб ҳисобланади.

Товарнинг истеъмол қиймати ва қиймати бор ёки ушбу хусусиятларга эга бўлган нарса товар деб юритилади. Товарнинг қиймати унга сарфланган ижтимоий зарурий меҳнат миқдори билан белгиланади.

Ижтимоий зарурий меҳнат – мавжуд истеъмол қийматни яратиш учун, нормал шароитда, жамиятдаги ўртача қобилият ва меҳнат интенсивлигида сарфланган умумий меҳнатнинг миқдоридир.

Сарфланган ижтимоий зарурий меҳнатнинг миқдорини аниқлаш жуда мураккаб ва оғир жараён ҳисобланади.

Баҳо иқтисодиётни ҳаракатга келтирувчи куч, восита ёки инструмент ролини ўйнайдиган иқтисодий, тарихий, ижтимоий категориядир. Баҳони иқтисодий тушунча сифатида, уни ҳаётийлигини, доимий инсоният тараққиётида ҳаракатда бўлиб келганлигини ва аҳамиятини ҳеч кимга асослаш ва тушунтириш зарурияти бўлмаса керак. Лекин, баҳо тушунчаси жуда мураккаб.

Оддий ҳаётда, ҳар бир киши ёшлигидан олди-сотди жараёнини кузатади ёки иштирок этади. Турмуш тарзида инсон баҳо тушунчаси билан тўқнашади

ва уни ўзининг ва бошқаларни моддий фаравонлигига қандай таъсир қилишини англайди, таҳлил қилади ва хулосалар чиқаради. Масалан: инсон юқори баҳодаги товарни қимматли эканлигини англаса, паст баҳолиги унинг арзонлигини, қимматли товар унинг чўнтагига оғир ботиши, паст баҳолик товар кам юк бўлишини англайди. Шу билан бир қаторда нега товарнинг баҳоси юқори ёки паст даражада эканлиги, унинг сабаблари тўғрисида харидор хулоса қилиб ўтирмайди. Уни қизиқтирадиган масала, ўзига зарур бўлган товарни ўзининг сотиб олиш қобилияти миқдорида харид қилишдан иборат.

Иқтисодиётда, ҳаётда баҳо нафақат алоҳида товарларни олди-сотдисини англатади. У умуман иқтисодий муносабатларни яъни товарларни ва хизматларни ишлаб чиқариш, тақсимлаш, айрибошлаш ва ниҳоят истеъмол қилиш жараёнларини ҳам тартибга солади. Бундай жараён бутун баҳолар мажмуаси, уларни шаклланиши ва ўзгариш ҳаракати натижасида баҳолаштириш механизми орқали амалга оширилади. Шундай қилиб оддий харидорга баҳолаштириш механизми кам маълум ва уни бу масала камроқ қизиқтиради.

Иқтисодиётда миллионлаб баҳолар баҳо тушунчаси орқали ишлатилади, лекин баҳони ҳар хил турлари мавжуд. Улар улгуржи, чакана, эркин, монопол, тартибга солинган, давлат, шартномали, жаҳон ва ҳоказолар каби (ушбу масалани алоҳида ёритамиз).

Баҳо тушунчаси, уни турлари, таркиби, миқдори, ўзгариш тенденциялари бир томондан, иккинчи томондан баҳолаштириш тушунчаси, баҳони аниқлаш усуллари, услуб ва тартиби билан бир-биридан фарқ қилади. Шундай қилиб баҳо истеъмолчилар учун аниқ кўриниб турадиган иқтисодий тушунча бўлса, баҳолаштириш эса яширин, харидорга кўринмайди.

Шундай қилиб баҳо тушунчаси ва баҳолаштириш бир-биридан фарқ қилади. Баҳо иқтисодий тушунча, категория сифатида намоён бўлади, баҳолаштириш эса, бу баҳони аниқлаш билан боғлиқ бўлган иқтисодий жараёндир.

Баҳо тушунчаси ҳам аллақанча мураккабдир. Баҳо тушунчаси оддий олди-сотди (Т-Т) жараёни, меҳнат тақсимотини чуқурлашиши натижасида айрибошлаш «Т-П-Т» ёки «Т-П» жараёнларига айрибошлаш жараёнини ажралиши натижасида вужудга келган. Оддий товар айрибошлашда товар-товарга тенглаштирилган, аста-секин бу жараён мураккаблашиб бориб, товарни товарга тенглаштириш учун бошқа бир эквивалентга эҳтиёж туғилган. Бундай нарса универсал, барқарор, ижтимоий қийматга эга бўлиши керак бўлган. Пул шундай товар – воситачи ролини ўйнайдиган категория сифатида келган.

Пул инсониятни ўз тараққиётида яратган энг йирик кашфиётлардан биридир. Тарихдан маълумки (пул тарихи 3000 йилалрга тенг) товар айрибошлашда умумий эквивалентлик ролини дастлаб «Товар-пул» яъни қимматбаҳо металл қўйилмаси (слиткаси) (эрамиздан олдинги VII асргача) бажарган, кейинчалик «Танга – пул» - «Тангалар» (эрамиздан олдинги VII асрдан - XIX эрамиздаги асргача) ўйнаган, ундан сўнг «қоғоз пуллари» «банкнотлардан» (ҳозирги кунгача ва ниҳоят XX асрни ўртасидан) «Электрон пул», «Карточкалар» қоғоз пуллари билан параллел ҳаракат қилиб келмоқда.

Пулнинг тарихини келтиришимиздан мақсад баҳонинг тарихини аёнлаштиришдан иборат. Баҳо ва пул тушунчаси бир-бирига яқин бўлиб, умуман «баҳо» сўзи «пул» сўзининг ҳосили бўлиб ҳисобланади. Ушбу сабабли баҳога нафақат иқтисодий-ижтимоий категория сифатида, ҳамда тарихий категория сифатида ҳам қаралади.

Баҳони тушунчаси ва таърифига кўп томонлама қараш зарур.

Харидор нуктаи назаридан, баҳо – товар, нарса хизмат ўлчов бирлиги учун тўланадиган пул миқдорини билдиради.

Сотувчи нуктаи назаридан, баҳо – сотилаётган товар, нарса, хизмат ўлчов бирлиги учун олинадиган пул миқдорини билдиради. Лекин бу таърифлар оддий ва баҳони келиб чиқишини, асли мазмунини ёритмайди.

Жамиятдаги инсон эҳтиёжи учун зарур бўлган моддий бойликларни

баҳоланиш ва сотиш нуктаи назаридан икки хил йирик гуруҳларга ажратиш мумкин, яъни инсониятга кераклилиги, фойдалилиги, зарурийлиги, инсоннинг юқори эҳтиёжларини қондириш нуктаи назаридан баҳоланадиган гуруҳга ва ишлаб чиқариш, сотиш харажаталидан келиб чиқиб баҳоланадиган гуруҳга ажратиш зарур.

Биринчи гуруҳга ноёб, кам миқдорда, харидорларни юқори даромадга эга бўлган гуруҳларига мўлжалланган товарлар ва хизматлар киради.

Иккинчи гуруҳга жамики инсоният учун зарур бўлган, истеъмол товарлари ва хизматлари 80-90 % ташкил қиладиган қисми бўлиб, уларни баҳоси ишлаб чиқариш ва сотиш харажатали, ушбу жараёнда иштирок этувчи субъектлар даромадлари, жамиятга зарур харажатлар йиғиндиси доирасида ва бошқа объектив ҳамда субъектив омиллар натижасида шаклланади.

Биринчи гуруҳга киритилган товарлар ва хизматлар баҳоси уларни ишлаб чиқариш, сотиш ва бошқа ижтимоий зарурий харажатлар қиймати билан эмас, балки зарурийлиги, фойдалилиги, уларга бўлган талаб миқдори билан белгиланиб, сотиш баҳоси асли қийматидан кескин фарқ қилади, уларни баҳоси жуда юқорилиги билан фарқланади.

Булар учун баҳолаштиришни асосий омиллари сифатида бозор конъюктураси, талаб ва таклиф, даромадлар бўйича истеъмолчиларни табақаланиши, аҳоли даромадларининг миқдори кабилар киради.

Иккинчи гуруҳ товарларига баҳо юқорида келтирилган миқдордан кам баҳоланса ишлаб чиқарувчилар инқирозга учраши муқаррар ва жамият ҳам фойда кўрмайди. Буларни баҳоси ишлаб чиқариш ва меҳнат омилларига кўпдан боғлиқдир. Ушбу келтирилган ижтимоий-иқтисодий ҳақиқат баҳо категориясини таърифлашда, назарий таҳлил қилишда, уни миқдорини аниқлаш (баҳолаштириш) жараёнларига методологик асос бўлиб ҳисобланиши зарур.

Баҳолаштиришни юқорида келтирилган методологик асосларидан келиб чиқиб, баҳога таъриф берадиган бўлсак, биринчи гуруҳ товарлар ва

хизматларни баҳоси – уларни айрибошлаш жараёнида, яъни олди-сотди жараёнида аниқланган қийматнинг пулдаги ифодасидир.

Иккинчи гуруҳ товарлар ва хизматлар баҳоси – уларнинг қийматининг пулдаги ифодасидир.

Товарнинг қиймати унга сарфланган ижтимоий-зарурий меҳнат миқдори билан белгиланади.

Баҳога таърифларни умумлаштирадиган бўлсак бизнинг фикримизча баҳога қуйидагича таъриф бериш мумкин.

Баҳо – товар ёки хизматни ижтимоий зарурлиги ҳамда унга сарф қилинган ижтимоий-зарурий меҳнат миқдоридан келиб чиққан (ёки аниқланган) қийматининг пулдаги ифодасидир.

Маъмурий бошқарув тизимида баҳоларнинг барча турлари, жумладан истеъмол товарларига чакана баҳолар давлат томонидан тасдиқланган ва назорат қилинган.

Бозор иқтисодиёти баҳолаштириш жараёнини эркинлаштиришни тақозо қилади. Лекин бу деган гап, «баҳолаштириш абсолют эркинлаштирилган» деган фикрга асос бўла олмайди. (Бу масалани кейинги саволларда ёритамиз).

Бозор иқтисодиётига ўтиш даврида ўзбекистон Республикасида баҳоларни босқичма-босқич эркинлаштириш қондаси аниқ мақсад қилиб олинади.

Баҳоларни эркинлаштириш шароитида биринчидан, Давлат баҳо қўмитаси умуман тугутилади;

- иккинчидан, Молия вазирлиги таркибида баҳоларни назорат қилиш бўйича махсус бошқарма тузилади. (ўша вақтда «Антимонополь ва нарх-наво сиёсатини ўтказиш бош бошқармаси));
- учинчидан, 1991-1994 йилларда амалда ҳамма турдаги ва тайёр маҳсулотлар эркин баҳоларга ўтказила бошланди. ҳукуматнинг «Нархларни эркинлаштириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги қарорига мувофиқ 1992 йил 10 январдан бошлаб кенг доирадаги ишлаб чиқариш – техника воситаси

- бўлган маҳсулотлари, айрим турдаги халқ истеъмоли моллари, бажарилган ишлар ва хизматларнинг асосан (эркин) баҳолари ва таърифларига ўтилди;
- тўртинчидан, баҳолар 1992 йил январдан бошлаб босқичма-босқич, оҳисталик билан, аҳолини ижтимоий ҳимоялашга қаратилган кучли чораларни олдиндан кўриб қўйган ҳолда эркинлаштирила бошланди;
 - бешинчидан, 1993 йилда қатъий белгиланган ва тартибга солиб туриладиган баҳоларда сотиладиган ва хизматлар рўйхати анча қисқартирилди. Шу йилда улгуржи баҳоларни давлат томонидан тартибга солиш батамом тўхтатилди, ёнилғи-энергетика комплекси маҳсулотлари белгиланган энг юқори рентабеллик даражаси нормативлари бекор қилинди;
 - олтинчидан, 1994 йил октябр-ноябр ойларида истеъмол товарлари асосий турларининг баҳолари эркин қўйиб юборилди, транспорт ва коммунал хизматларининг таърифлари оширилди. Нон ва унинг баҳолари, уй-жой коммунал хўжалиги ҳамда шаҳар умумий транспорти хизматларининг таърифларигагина қисман биринчи босқичдаёқ баҳоларнинг тўла эркинлаштириш масаласи ечилган.

7.2. Баҳонинг функциялари

Баҳонинг иқтисодиётдаги ўрни ва аҳамиятини тўла тушуниб етиш, унинг функцияларини ўрганиш орқали янада чуқурлашади.

Баҳонинг бирламчи функцияси, уни «ўлчов бирлиги» функцияси бўлиб ҳисобланади. Баҳо орқали товар қийматини ҳисоб-китоб қилиш мумкин, яъни товар учун харидор қанча миқдорда пул тўлаш, сотувчи эса қанча товар (хизмат) учун пул олиши мумкинлиги аниқланади. Баҳо олди-сотди жараёнида, пулни тўлов воситаси функциясини амалга ошириш ва уни миқдорини белгиланишига имкон яратади. Баҳо орқали товарлар ва хизматларни умумий суммаси аниқланади (уларни сотилган сонини тегишли ўлчов birlikларда

баҳосига кўпайтириш орқали). Ишчи кучини ва меҳнатни баҳолаш иш ҳақини аниқлашга имкон беради. Баҳо орқали кўп кўрсаткичларни таҳлил қилиш, прогнозлаш ва режалаштириш имконияти туғилади.

Баҳо орқали товарлар ва хизматлар қийматни солиштириш имконияти яратилади. Уларни қайсиси арзонроқ эканлиги, унга қараб ўзини сотиб олиш имкониятидан келиб чиқиб, талабига яраша харид қилиш мумкинлиги аниқланади.

Баҳонинг ўлчов бирлиги функциясидан унинг ҳисоб-китоб функцияси ҳосил бўлади. Ушбу функция орқали қиймат ўлчовларидан ҳисобот олиб бориш учун хизмат қилади.

ўлчов бирлиги ва ҳисоб-китоб функциялари ёрдамида баҳо иқтисодий жараёнларни тартибга солиш воситаси сифатида хизмат қилади.

Баҳонинг яна бир функциясини бу тақсимот бўлиб ҳисобланади. Бу функция бир товардан иккинчисига талабни кучишида ва етишмайдиган (дефетцитлиги) товарни ишлаб чиқаришни кенгайтириш, ортиқча ишлаб чиқарилаётганини қитқартириш жараёнида намоён бўлади. Натижада инвестицияни ҳам тақсимланишига, яъни бир тармоқдан иккинчисига йўналтирилишига олиб келади.

Ушбу функция даромадларни хўжалик субъектлари ўртасида тақсимланишига ҳам кўмаклашади.

Баҳо ижтимоий функцияни ҳам бажаради. Чунки баҳо истеъмолни ҳажми ва таркибини ҳам ўзгартиришга олиб келади. Баҳодан аҳолининг яшаш даражаси, харажатларининг миқдори, минимал эҳтиёж саватининг миқдори, оиланинг истеъмол бюджети даражаси кабилар тўғридан-тўғри боғлиқдир.

Баҳонинг рағбатлантириш функцияси ишлаб чиқаришни ривожлантириш, товарлар ва хизматларни сифатини оширишда намоён бўлади. Бу функцияни таъсир қилиш механизми ишлаб чиқарувчиларни баҳо орқали ўз даромадлари ва фойдасини оширишга интилишдан келиб чиқади.

7.3. Баҳонинг турлари

Жаҳон амалиётида баҳоларнинг бир неча турлари мавжуд ва ишлатилади. Баҳоларнинг бир неча хил аломатлар орқали турлаш мумкин. Баҳоларнинг турланиш аломатлари ва турларини қуйидаги жадвалда келтирамиз.

7.3.1 чизма

Баҳоларнинг турлари

Баҳоларнинг турланиш аломатлари	Баҳонинг турлари	Изоҳ
1	2	3
1. Савдонинг бўғинлари ёки соҳалари бўйича	1.1. Улгуржи баҳолар	1.1. Улгуржи баҳолар улгуржи савдода, ишлаб чиқарувчилар ўртасида, савдо корхоналари ва ишлаб чиқарувчилар ўртасида, савдо корхоналари ўртасида, савдо биржаларида ишлатилади.
	1.2. Чакана баҳолар	1.2. Чакана савдо ва оммавий овқатланиш шаҳобчалари орқали индивидуал, истеъмолчи оилаларга ва айрим ҳолларда корхоналар, ташкилотлар ва тадбиркорларга хўжалик юритиш эҳтиёжлари учун истеъмол товарлари сотилганда
	1.3. Харид баҳолари	1.3. Давлат томонидан аҳолидан, деҳқон ва фермер хўжаликларидан қишлоқ хўжалик маҳсулотларини сотиб олишда ишлатилади.
II. Хизмат	2.1. Тариф	2.1. Тарафлар коммунал маиший

соҳаси бўйича	(Хизматлар баҳоси)	хизматларга тўлов миқдорини белгилайди. Масалан: телефон, газ, электроэнергия, сув ва оқова кабилар.
Ш. Тартибга солиниш тартиби ва даражаси бўйича	3.1. Эркин баҳолар	3.1. Эркин баҳоларга давлат органлари аралашмайди, улар бозор конъюктураси, талаб ва таклиф миқдоридан келиб чиқиб бозорда шаклланади. Бунда ишлаб чиқарувчини ёки товарни сотувчиларининг «калькуляцион баҳоси» билан аҳолининг, истеъмолчининг «сотиб олиш баҳоси» солиштирилиб товарнинг «бозор баҳоси» келишилади ва ишга тушади. Эркин баҳолар улгуржи, чакана ва харид баҳоларга тегишли.
	3.2. Келишилган (шартномавий) баҳолар	3.2. Бу баҳолар миқдори шартномаларда (олди-сотди сотувчи ва сотиб олувчи ўртасида хужжат билан) белгиланади.
	3.3. Тартибга солинувчи баҳолар	3.3. Булар миқдори давлат органлари томонидан тартибга солинади. Талаб ва таклифни мувофиқлаштириш учун бундай баҳолар солиқлар миқдорини ўзгартириш орқали қимматлаштириш ёки арзонлаштиришга йўналтирилади. Тартибга солинадиган баҳолар белгилаш механизми билвосита бўлади. Айрим ҳолларда бундай товарларга баҳоларни

		юқори ёки пастки миқдори белгиланади. Айрим товарларга рентабеллик даражаси чегараланади.
	3.4. Тасдиқланадиган баҳолар (давлат баҳолари)	3.4. Тасдиқланадиган баҳолар давлат органлари томонидан белгиланади ва уларни сотувчи ёки сотиб олувчи ўзгартириш ҳуқуқига эга бўлмайди.
	3.5. Монопол баҳолар	3.5. Монопол баҳолар ишлаб чиқарувчи ёки сотувчи томонидан товдаларни сотишда ҳамда сотиб олувчи (ишлаб чиқарувчи) томонидан хом ашёларни сотиб олишда ишлатилади.
IV. Иқтисодий анализда, режалаштиришда, статистикада, лойиҳалаштиришда ишлатилиши бўйича. Бу кўрсаткич баҳоларни ўзгариштириши билан боғлиқ.	4.1. Ҳақиқий баҳолар	4.1. Бозорда шаклланган баҳоларнинг ҳақиқий миқдори. Бу кўрсаткич юқорида келтирилган барча баҳо турларига тегишли.
	4.2. Солиштирма баҳолар	4.2. Ўтган йилларга нисбатан баҳо индекслари орқали солиштирма баҳолар аниқланади.
	4.3. Лойиҳа ёки лимитланган баҳолар	4.3. Янги маҳсулотларни ишлаб чиқариш лойиҳасини тузишда аниқланадиган баҳолар. Булар тахминан аниқланади.
V. Бозорларни		

турларига караб	5.1. Биржа баҳолари	5.1. Биржа савдосида белгиланади.
	5.2. Аукцион баҳолар	5.2. Товарларни аукция орқали сотишда аниқланади.
	5.3. Комиссион баҳолар	5.3. Фойдаланилган товарларни комиссион савдо орқали сотишда белгиланади.
	5.4. Дехқон бозори баҳолари	Қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини дехқон бозорларида сотишда белгиланади. Бундай баҳолар эркин баҳолар таркибига киради.
	5.5. Жаҳон баҳолари	5.6. Жаҳон бозорларига таалуқли бўлиб, улар эркин валюталарда белгиланади.

7.4. Баҳога таъсир қилувчи омиллар

Истеъмол товарлари баҳосига жуда кўп омиллар таъсир қилади. Унинг натижасида ишлаб чиқарувчилар, айрибошлаш (савдо) корхоналари ортиқча фойда олиши ёки зарар кўришлари мумкин.

Баҳога таъсир қилувчи омилларни умумлаштириб икки гуруҳга бўлиш мумкин:

1. Объектив шарт-шароит, ҳодисалар, жараёнлар;
2. Субъектив омиллар. Улар инсон, тадбиркорлик омили билан боғлиқ бўлиб, уларни хулқ-атвори, виждони, умуминсонийлик фазилатларига боғлиқ. Масалан: кўзбўямачилик, қаллоблик, чайқовчилик ва ҳ.к.

Объектив омиллар:

- иқтисодий – давлатнинг иқтисодий ривожланиши, дефицит, инфляция, хом ашё ва материалларга тарифлар, солиқлар, банк фоизлари, божлар, миллий даромад ва уни тақсимланиши истеъмол ва жамғармага ва ҳ.к.;
- сиёсий – сиёсий барқарорлик, давлатнинг иқтисодий, молиявий, фиксал сиёсатини ўзгариши, ташқи иқтисодий сиёсат, протекционизм ва ҳ.к.;
- табиий – географик, давлатни географик жойлашиши, табиий шарт-шароити, мавсумий ишлаб чиқаришни давлатлар ичида жойлашиши, ихтисослашиши, табиий, ер ости бойликлари, ўрмон, транспорт йўлларини ривожланиш даражаси ва ҳ.к.;
- рақобат – баҳони шаклланишига бозор конъюктураси орқали таъсир қилувчи омиллар;
- талаб ва таклиф;
- монополия, уни вужудга келиши, монопол баҳоларни шакллантиради.

7.5. Баҳони аниқлашни методологик масалалари (баҳолаштириш)

Иқтисодиёт назарияси ва амалиётда баҳо категориясини таърифлари ва уни шаклланиш тўғрисидаги масалаларни ёритишда (баҳо назариясини такомиллаштириш ва амалиётга яқинлаштириш) бизнинг фикримизча, аллақанча тушунмовчиликлар мавжуд.

Баҳо бозор иқтисодиётидаги энг мураккаб тарихий-иқтисодий категориядир.

Шу сабабли баҳони шаклланиш методологиясини зарурий жиҳатдан асосланиши такрор ишлаб чиқариш жараёни иштирокчиларининг фаолияти самарадорлиги учун муҳимдир.

Иқтисодиётга оид адабиётларда баҳо категориясига, уни шаклланиш масалаларига юзаки қараш, баҳо таклиф ва талаб миқдорига қараб («Таклиф-баҳо-талаб» схемасида) эркин шаклланиш ғояси олға сурилиб келинмоқда.

Бунда баҳони шаклланиши ва уни тартибга солишда давлат органларининг роли эътиборга олинмаяпти.

Ваҳоланки, биринчидан баҳони шаклланишида ишлаб чиқариш, сотиш харажатлари, давлат бюджети даромадини кўп қисми, корхоналар даромади каби элементар асосий қисмини эгаллайди.

Иккинчидан, давлат томонидан баҳолар маъмурий усуллар орқали тартибга солинади.

Албатта таклиф, баҳо ва талаб бозорнинг асосий элементлари бўлиб, уларни рақобат шароити, бозор омили ҳаракатга келтиради. Бозор иқтисодиётини ҳаракатлантирувчи барча қоидалар, тартибга солиш усуллари, шарт-шароитлар баҳонинг шаклланишига таъсир қилувчи омиллар ҳисобланади.

Жамиятдаги мавжуд моддий борлиқни икки хил турга бўлиб ўрганиш зарур, яъни инсониятга керакликлиги, фойдалилиги, зарурлиги билан баҳоланувчи ва ишлаб чиқариш, сотиш харажатлари билан баҳоланувчиларга.

Биринчи гуруҳга ноёб, кам миқдордаги товарлар кириб, улар инсониятга керакли, фойдалилиги, зарурликлиги белгилари билан баҳоланиши мумкин.

Уларни баҳоси хом ашё сотиб олиш, ишлаб чиқариш, сотиш учун харажатланган ижтимоий-зарурий меҳнат қиймати билан эмас, уларни истеъмолчиларга зарурийлиги билан аниқланиб, сотиш баҳоси ишлаб чиқариш ва сотиш харажатларидан кескин фарқ қилади, баҳони юқорилиги билан фарқланади.

Моддий бойликнинг иккинчи қисми (энг кўп қисми), инсон меҳнати маҳсули бўлиб, улар инсон меҳнати натижасида яратилади ва уларнинг баҳоси ишлаб чиқариш, сотиш харажатлари ушбу жараёнда иштирок этувчи субъектларни даромадлари, жамиятга зарур харажатлар йиғиндиси доирасида бошқа объектив ва субъектив омиллар таъсири натижасида шаклланади.

Ушбу маҳсулотлар юқорида келтирилган миқдордан кам баҳоланса ишлаб чиқарувчи инқирозга учрайди, давлатга ҳам фойда келтирмайди.

Юқорида келтирилган ижтимоий-иқтисодий ҳақиқат баҳо категориясини

назарий таҳлил қилиш, уни миқдорини аниқлаш каби масалаларни ҳал қилиш методологияси асосини ташкил қилиш зарур.

Юқорида келтирилган ҳолат жамиятни ривожланишида, товар айрибошлаш жараёни пайдо бўлган муҳитдан тортиб, фармацевтикалар, тизимлар (бозор иқтисодиётими, диктатурами, маъмурий-буйруқбозликми) шаклидан катъий назар барчасига таалукли бўлиб келган.

Товарнинг истеъмол қиймати ва қиймат бор ёки ушбу хусусиятларга эга бўлган нарса товар деб юритилади.

Товарнинг қиймати унга сарфланган ижтимоий-зарурий меҳнат миқдори билан белгиланади.

Бозорнинг дахшатли рақобат шарт-шароитида корхоналарнинг самарали ишлаш учун баҳоларни белгилашнинг усуллари аниқлаш, маркетингда оқилона баҳо сиёсати ва уни кетма-кет амалга жорий қилиш асосий зарурият бўлиб ҳисобланади.

Талаб ва таклиф, рақобат каби омиллар бозорда тўқнашадиган «сотувчи баҳоси» бир томондан ва иккинчи томондан «истеъмолчи (сотиб олувчи) баҳосини» танглаштиришга, мувофиқлаштиришга олиб келувчилардан ҳисобланиб, улар таъсири натижасида «бозор баҳоси» шаклланади, яъни: назарий ва амалий нуқтаи назаридан «бозор баҳоси» «эркин баҳо» сифатида намоён бўлади.

Истеъмолчилар мана шу баҳони кўрадилар. Лекин, ушбу «эркин баҳони» асосида баҳони шакллантириш механизми (истеъмолчилар бу жараёни сезмайди ҳам, кўрмайди ҳам) – сотувчини баҳоси – ишлаб чиқариш, сотиш харажати, даромади, давлат даромади асосида шаклланадиган ва истеъмолчи баҳоси асосида – уни сотиб олиш қобилияти ётибди.

Методологик нуқтаи назаридан, меъёрий ўлчов миқдорига эга бўлган, статистика, бухгалтерия ҳисоблари орқали ҳисоб-китоб қилиниши мумкин бўлган (корхоналар; фирмалар, уларнинг бирлашмалари, давлат органлари учун

зарур бўлган) товар ишлаб чиқарувчининг баҳосини, яъни «товарларни улгуржи колькуляцияон баҳосини» ҳисоблаш усулини ўзбекистон Респубилкасида қабул қилинган меъёрий ҳужжатлар асосида ишлаб чиқиш катта назарий ва амалий аҳамияти тутади.

Баҳони «Маҳсулот (ишлар, хизматлар)ни ишлаб чиқариш ва сотиш харажатлари таркиби ҳамда молиявий натижаларни тартиби тўғрисидаги» ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси 1999 йил 5 февралдаги 54-сонли қарор билан тасдиқланган Низомга биноан таннарх, давр харажатлари, молиявий фаолият бўйича харажатлар, фавқулотда зарарлар, фойда каби қиймат категорияларидан фойдаланиш мумкин.

Ишлаб чиқарувчи ва сотувчини баҳосини аниқлашда баҳони шакллантирувчи ишлаб чиқариш ва сотувчи харажатлари, уларни даромади, давлат даромадалри билан боғлиқ бўлган баҳони элементларидан келиб чиқиш зарур. Юқорида келтирилган низомдан келиб чиқиб, қуйидагилар баҳони элементларига киради:

1. Ишлаб чиқариш таннархи – ИТ
2. Ишлаб чиқариш корхоналарининг давр харажатлари – Дх
3. Молиявий фаолият бўйича харажатлар – Мфх
4. Фавқулотда зарарлар – ФЗ
5. Корхонанинг соф фойдаси – СФ
6. Савдо корхоналари устамалари – СКУ
7. Акциз солиғи – Аз
8. Божхона божи – ББ
9. Божхона тўловлари – БТ
- 10.қўшимча қиймат солиғи - ҚҚС

Агар ялпи фойда ҳисобидан Дх, Мфх ва ФЗ қопланишини ҳисобга олинса умумлаштирилган ҳолда баҳони элементларига қуйидагиларни киритиш билан чегараланиш мумкин:

1. Ишлаб чиқариш таннархи – ИТ
2. Ялпи фойда ЯФ
3. Савдо корхоналари устамалари – СКУ
4. Акциз солиғи – Аз
5. Божхона божи – ББ
6. Божхона тўловлари – БТ
7. Қўшимча қийматлар солиғи - ҚҚС

Ушбу элементлардан келиб чиқиб корхонани соф фойдасини ва товарни улгуржи ва чакана калькуляцион (корхона учун ва чакана савдо шахобчалари учун) баҳоларини ҳисоблаш мумкин.

1. Ялпи фойда $ЯФ = СОСТ - ИТ$;

Бу ерда: СОСТ – сотишдан олинган соф тушум;

2. Асосий фаолиятдан олинган фойда

$$\mathbf{АФФ = ЯФ = Дх + БД - БЗ};$$

Бу ерда: БД – асосий фаолиятдан олинган бошқа даромадлар;

БЗ – Асосий фаолиятдан олинган бошқа зарарлар.

3. Умумхўжалик фаолиятдан олинган фойда

$$\mathbf{УХФФ = АФФ + МфД - Мфх};$$

4. Солиқ тўлагунгача олинган фойда $СТОФ = УХФФ + ФД - ФЗ$;

Бу ерда: ФД – фавкулотда даромад;

5. Йилнинг соф фойдаси

$$\mathbf{СФ = СТОФ - ДС - БС};$$

Бу ерда: ДС – даромаддан, фойдадан тўланадиган солиқ;

БС – бошқа солиқлар ва тўловлар.

- I. Товарнинг корхона учун улгуржи калькуляцион баҳоси (ТКБу)

$$\mathbf{ТКБу = (ИТ + Дх + Мфх + Фз + СФ) : Q}$$

- II. Товарнинг чакана – калькуляцион баҳоси (ТКБч)

$$\mathbf{ТКБч = (ТКБу + СКУ + Аз + ББ + БТ + ҚҚС) : Q}$$

Бу ерда: Q – сотиладиган ёки сотишга чиқариладиган маҳсулот миқдори, натурал кўрсаткичларда.

Ушбу кўрсаткичлар товарнинг ўлчов бирлигига ҳисоб-китоб қилинади, яъни Q – сотиладиган ёки сотишга чиқариладиган маҳсулот миқдорига бўлиш орқали аниқланади.

«Бозор баҳоси» юқорида келтирилган баҳо атрофида, барча омиллар таъсири остида у ёки бу томонга тебраниб туради ва шаклланади.

7.6. Баҳонинг маҳсулот (ишлар, хизматлари)ни ишлаб чиқариш ва сотиш харажатлари билан боғлиқ бўлган элементлари таркиби

Биз юқорида (7.5-параграфда) келтирганимиздек баҳонинг маҳсулот (ишлар, хизматлар)ни ишлаб чиқариш ва сотиш харажатлари билан боғлиқ бўлган таркиби ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 1999 йил 5 февралдаги 54-сонли қарори билан тасдиқланган «Маҳсулот (ишлар, хизматлар)ни ишлаб чиқариш ва сотиш харажатларининг таркиби ҳамда молиявий натижаларни шакллантириш тартиби тўғрисидаги Низом»га мувофиқ тавсифланади.

Низомга биноан маҳсулотни сотишдан олган ялпи фойда (ЯФ), бу сотишдан олинган соф тушум (ССТ) билан сотилган маҳсулотнинг ишлаб чиқариш таннари (ИТ) ўртасидаги тафоввут сифатида аниқланади. Статистика нуқтаи назардан соф тушумни формулада математик курилма сифатида қуйидигича ифодалаш мумкин:

$$\text{ССТ} = \text{ИТ} + \text{ЯФ}$$

Сотилган маҳсулотлар миқдори (q_i) ва баҳо (p_i) нуқтаи назаридан

сотишдан олинган соф тушум

$$\text{ССТ} = \sum_{i=1}^n q_i \cdot p_i \text{ тенг бўлади.}$$

Бу ерда: i – маҳсулотлар тури;

n – маҳсулот турларининг сони.

Ушбу формуладан келиб чиқиб i маҳсулотнинг баҳоси (p_i) тенг бўлади:

$$P_i = \frac{\sum q_i p_i}{\sum q_i}$$

Баҳонинг асосий элементини маҳсулот (ишлар, хизматлар)нинг ишлаб чиқариш таннархи ташкил қилади.

Маҳсулот таннархи деганда бевосита ва билвосита ишлаб чиқариш билан боғлиқ моддий, меҳнат харажатларининг асосий ва номоддий активлар амортизацияси ҳамда ишлаб чиқариш тусидаги бошқа харажатлар қийматининг пулдаги ифодасига тушунилади.

Маҳсулотнинг ишлаб чиқариш таннархини таркибидаги харажатлар уларнинг иқтисодий мазмунидан келиб чиқиб қуйидаги элементлар билан гуруҳларга ажратилади:

- ишлаб чиқариш билан боғлиқ моддий харажатлар;
- ишлаб чиқариш хусусиятига эга бўлган меҳнатга ҳақ тўлаш харажатлари;
- ишлаб чиқаришга тегишли бўлган ижтимоий суғуртага ажратмалар;
- асосий воситалар ва ишлаб чиқариш аҳамиятига эга бўлган номоддий активлар амортизацияси;
- ишлаб чиқариш тусидаги бошқа харажатлар.

Ушбу харажатлар алоҳида элементлардан ташкил топади. Уларни таркиби юқорида келтирилган низомда тўла изоҳланган.

Баҳонинг кейинги элементи корхонанинг ялпи фойдаси (ЯФ) бўлиб ҳисобланади. Ялпи фойда йўналтирилиши нуктаи назардан корхонанинг давр харажатлари, молиявий фаолият бўйича харажатлар, фавқулотда зарарларни қоплаш, даромаддан тўланадиган солиқ ва бошқа солиқлар ва тўловлар ҳамда соф фойдани шакллантириш учун ишлатилади.

Ушбулардан келиб чиқиб баҳонинг маҳсулот (ишлар, хизматлар)ни ишлаб чиқариш ва сотиш харажатлари билан боғлиқ бўлган элементлари таркибига ишлаб чиқариш корхонасининг давр харажатлари, молиявий фаолият бўйича харажатлар ва фавқулотда зарарларни киритиш мумкин.

Давр харажатлари деганда бевосита ишлаб чиқариш жараёни билан боғлиқ бўлмаган харажатлар ва сарфлар тушунилади.

Давр харажатлари қуйидаги элементларни ўз ичига олади:

- сотиш харажатлари;
- маъмурий харажатлар;
- бошқа операция харажатлари;
- ҳисобот даврининг келгусида солиқ солинадиган базадан чиқариладиган харажатлар.

Булардан ташқари баҳо элементига молиявий фаолият бўйича харажатлар ҳамда фавқулотда зарарлар киради.

Молиявий фаолият бўйича харажатлар – бу корхонанинг молиявий фаолиятига таълуқли харажатлар, яъни:

- қарзлар ва кредитлар бўйича фоиз тўловлари;
- валюта операциялари бўйича салбий курс тафоввутлари ва зарарлар;
- қимматли қоғозларни чиқариш ва тарқатиш билан боғлиқ харажатлар ва бошқа элементардан ташкил топади.
- Фавқулотда зарарлар – бу хўжалик юритувчи субъектларнинг одатдаги фаолиятидан четга чиқувчи ҳодисалар ёки операциялар натижасида вужудга

келадиган ва рўй бериши кутилмаган одатдан ташқари харажаталр моддаларидир.

7.7. Баҳони давлат томонидан тартибга солиниши

Инсоният тараққиётида барча ижтимоий формацияларда давлат иқтисодиётни тартибга солишда катта аҳамиятга эга бўлиб келган. Бозор иқтисодиётининг ўзига хос камчиликлари, такомиллашмаган томонлари иқтисодиётни давлат томонидан ҳар томонлама тартибга солиб туришни тақозо қилади. Улар қаторига қуйидаги ҳолатларни келтириш мумкин.

Биринчидан, рақобатни такомиллашмаганлиги сабабли монополияларни вужудга келиш эҳтимоли ва улар ўзларини баҳолаштириш сиёсати орқали жамият фаравонлигига зиён келтириши мумкинлиги.

Иккинчидан, жамиятга ҳаётий зарур бўлган, кўп товарларни мавжудлиги, лекин бозор томонидан улар етарли даражада таклиф қилинмагслиги. Бундай товарлар асосан таълим соғлиқни сақлаш, фан, маданият ва бошқа соҳаларда кўплаб мавжуд.

Учинчидан, атроф муҳитни ҳимоя қилиш муаммолари.

Тўртинчидан, ишсизлик, инфляция, иқтисодий барқарорсизлик, даромадларни нотексиз тақсимланиши.

Бешинчидан, аҳолини бирламчи зарур бўлган товарлар билан таъминлаш муаммолари.

Олтинчидан, болалар, ёшлар, ногиронлар ва нафақахўрларни ижтимоий ҳимоя қилиш зарурияти каби ва бошқа муаммоларни ҳал қилиш заруриятларидан давлат томонидан иқтисодий жараён ва ҳодисаларни, жумладан баҳоларни тартибга солишни объектив эҳтиёжи вужудга келади.

Давлат томонидан баҳони тартибга солиш деганда, давлатни жамият хўжалик фаолиятига, аҳолининг эҳтиёжларидан келиб чиққан ҳолда, ижтимоий

аҳволни яхшилаш мақсадида, иқтисодий-ижтимоий сиёсати орқали, ҳуқуқий, маъмурий, иқтисодий ричаклар, усуллар билан ўз таъсирини ўтказишини тушуниш лозим.

Ушбу ричаглар ва усулларга қуйидагиларни киритиш мумкин:

I. Баҳоларни чегаралаш орқали

- 1.1. Фиксировать қилинган (белгиланган) баҳолар орқали;
- 1.2. Баҳоларни ўзгариш коэффициенти чегарасини белгилаш;
- 1.3. Рентабеллик даражаси чегарасини белгилаш;
- 1.4. Баҳоларни декларация қилиш;
- 1.5. Гарантияланган харид баҳолар (қишлоқ хўжалиги маҳсулотларига).

II. ҳар хил норма ва нормативлар белгилаш.

III. Товарлар (хизматлар)ни стандартлаш ва сертификациялаш.

IV. Иқтисодий рычаглар (дастаклар ёки таянчлар) – солиқлар, бож божлари ва тўловлари, банк фоизлари, тарифлар ва ҳ.к.

Баҳоларни чегаралаш ривожланган давлатларда кенг тарқалган. Масалан: АҚШ, Австралия, Италия – 10% атрофидаги баҳолар, Япония, Грецияда – 20 %. Айрим истеъмол товарлари қайтида максимал чакана баҳоси ёзиб қўйилади. Ундан юқорисига сотиш ман этилади.

Улар асосан айрим истеъмол товарларига қишлоқ хўжалиги маҳсулотларига, энергоресурсларга, транспорт ташувларига ва ҳ.к. тарқатилади.

Россияда, табиий монополиялар маҳсулотлари ва хизматларига, қимматбаҳо металллар баҳолари, юк ташиш, уларни юклаш – тушириш тарифлари, почта ва электрон алоқа хизматлари тарифи, аҳолига ва хизмат баҳолари – газ, электроэнергия, ёқилғи, коммунал хизмат, пассажир транспорт, айрим истеъмол товарларига ва ҳ.к. тегишлидир.

Давлат баҳоларни тартибга солишни қуйидаги йўналишлар бўйича амалга оширади:

- бюджет, пул-кредит ва солиқ сиёсатлари орқали пул муомаласини

тартибга солиш йўналиши бўйича;

- иқтисодиёт таркибини такомиллаштириш ва такрор ишлаб чиқариш жараёнини мутаносиблигини таъминлаш;

- ижтимоий, гуманитар, экологик нормаларни тасдиқлаш;

- антимонопол сиёсатни юргизиш;

- бевосита баҳолар, тарифларни нормалаштириш, алоҳида товарлар ва хизматларга баҳоларни белгилаш, коммунал хизматларга тарифлар белгилаш ва уларни чегараларини белгилаш;

- товарлар ва хизматларни стандартлаш ва сертификациялаш;

- ташқи иқтисодий алоқаларни тартибга солиш ва ҳоказолар.

Баҳоларни тартибга солишни қуйидаги усулларини ишлатиш мумкин:

- ҳуқуқий (қонунлар ва қонуний ҳужжатларни қабул қилиш);

- молиявий-иқтисодий (солиқлар, бож тўловлари, имтиёзлар, кредитлар фоизи, дотациялар, бюджет тақсимоти);

- ижтимоий (ижтимоий ҳимоя, ижтимоий гарантияни таъминлаш, минимал иш ҳақи, минимал эҳтиёж савати кабиларни таъминлаш, стипендия, пенсия, нафақалар белгилаш);

- маъмурий (айрим товарлар ва хизматларга тўғридан-тўғри баҳоларни белгилаш ёки чегаралаш – пастки ва юқори чегараларни тасдиқлаш).

Ушбу усуллар бевосита ва билвосита таъсир қилиш йўналишлари орқали амалга оширилади.

7.8. Баҳо ва инфляция

Баҳо, баҳолаштириш механизми тўғрисида сўз юритилганда баҳога таъсир қилувчи муҳим омил сифатида инфляция тўғрисида тўхталиб ўтиш жуда зарур бўлиб ҳисобланади.

Инфляция – лотинча *infiatio* сўзидан келиб чиқиб бўртмоқ, бўрттирилиш

ёки шишиш маъносини билдиради.

Иқтисодиётда инфляция пул бирлигини қадрсизланишини, унинг сотиб олиш қобилиятини камайишини, муомалага пул массасини реал таклифига нисбатан кўп миқдорда ортиб кетганлигини англатади. Инфляция баҳоларни кўтарилишига, қимматчиликга олиб келади.

Инфляцияни келиб чиқиш табиати муомаладаги товарлар ва пул (нақд ва нақд бўлмаган) массасини ўртасидаги номутаносиблик бўлиб ҳисобланади. Пулнинг қиймати пасаяди, эквивалент товар таъминоти таъминланмай қолади.

Инфляция даражаси баҳоларни ойда ёки йилда неча фоизга ортиши миқдори билан белгиланади.

2005 йилда ўзбекистонда инфляция даражаси 7,8 % ташкил қилди. Жаҳондаги иқтисодиёт амалиётида инфляцияни йиллик даражаси 2-3% бўлишлигига йўл қўйилиши мумкинлиги ва безарарлиги исботланган. Агар ҳар ойда баҳоларни кўтарилиши бир неча фоизни ташкил қилса иқтисодий муҳит бузилади.

Баҳоларни ўсиш миқдори ойида 50,0 % дан ортиб кетса гиперинфляция вужудга келади.

Инфляцияни реал намоён бўлиши остида товарларни сифатини яхшиланиши билан боғлиқ бўлмаган ҳолда баҳони ўсиши ётади. Баҳони ўзгариши жамиятда ёки регион миқёсида чакана баҳоларни ўзгаришини ўртача миқдори орқали ҳисобланади.

Инфляция иқтисодиётдаги негатив ҳодиса бўлиб, агар жуда юқори бўлса иқтисодий фалокатга олиб келади.

Таянч иборалар: баҳо, баҳолаштириш, таннарх, ижтимоий зарурий меҳнат, ўлчов бирлиги, ҳисоб-китоб, рағбатлантириш, тақсимот, инфляция, рақобат.

Такрорлаш учун саволлар.

1. Баҳо нима?
2. Баҳолаштириш деганда нима тушунилади?
3. Баҳолаштириш баҳодан нима билан фарқ қилади?
4. Пул нима?
5. Баҳо қандай фунциялари бажаради?
6. Баҳони турларни айтинг ва тушунчасини ёритиб беринг?
7. Баҳолар қандай қилиб давлат томонидан тартибга солинади?
8. Баҳога қандай омиллар таъсир кўрсатади?
9. Товарнинг улгуржи калькуляцион баҳоси қандай элементлардан иборат бўлади?
10. Товарнинг чакана калькуляцион баҳоси қандай аниқланади?
11. Сотувчи баҳоси, сотиб олувчи баҳоси ва бозор баҳосини бир-бири билан боғлиқлигини айтинг ва улар қайси омиллар орқали тенглаштирилади?

8 - боб: Талаб ва товар таклифи

8.1. Истеъмол товарларига талаб.

8.1.1. Эҳтиёж тушунчаси, таркиби, уни ўрганишнинг аҳамияти.

8.1.2. Талаб тушунчаси, талабга таъсир қилувчи омиллар, уни ўрганиш ва прогнозлаш усуллари.

8.1.3. Аҳолининг минимал истеъмол саватчаси.

8.1.4. Аҳолининг даромадлари ва харажатлари баланси.

8.1.1. Эҳтиёж тушунчаси, таркиби, уни ўрганишнинг аҳамияти.

Эҳтиёж тушунчаси инсонни ташқи дунёга бўлган муносабатини

билдиради. Эҳтиёж шахс, гуруҳ, умуман жамиятни ҳаёт фаолиятини таъминлайдиган моддий, ижтимоий, руҳий борлиққа бўлган ижтимоий дунёқараш.

Эҳтиёж – инсон онгида шаккланган моддий, маънавий, ижтимоий ва руҳий борлиққа бўлган зарурият.

Эҳтиёж икки хил табиатга эга:

1. Биологик
2. Ижтимоий

Чет эл олимлари (А. Абрахам Маслоу) фикрича инсон эҳтиёжи мураккаб иерархик таркибдан иборат бўлади. Инсон омилини ўрганишда эҳтиёж таркибидан келиб чиқиб, уни аниқлаб, унга мос бошқариш усуллари ишлатилиши керак.

Абрахам Маслоу (1908- 1970) эҳтиёж назариясини, яъни «эҳтиёж пирамидаси» ни ишлаб чиққан. Унинг назариясига биноан инсон эҳтиёжи мураккаб иерархик таркибда тузилган бўлиб, уни менежерлар аниқлаб ва унга мос усуллар орқали ишлатиши зарур. Унинг фикрича эҳтиёж қуйидагича таснифланади.

1. Базисли – озиқ-овқат, хавф-хатарсизлик, ўзини ижобий баҳолаш ва ҳ.к.
2. Келиб чиққан мето-эҳтиёж – (ҳақиқатга, фаровонлик) ижтимоий ҳаётдаги тартиб ва бирлиги.

Базис, эҳтиёжлар – ўзгармас, доимий.

Келиб чиққан эҳтиёжлар, ўзгарувчан.

Мета – эҳтиёжлар бир хил баҳоланади ва иерархик таркибда тузилмайди.

Базис эҳтиёжлари иерархик қоида бўйича «пастдан» «юқорига» қараб яъни «моддий»- «маънавий» эҳтиёжларга қараб баҳоланиб борилади:

1. Физиологик ва сиксуал эҳтиёжлар;
2. Экзистинциаль (лот) сўзнинг мазмуни, маънавий қарашни бирламчи деб қараш, идеалистик дунёқарашни англатади.

Бу ерда-яшашни хавсизлиги; эртанги кунга ишонч; ҳаёт тарзини (шароитни) стабиллиги; атрофдаги ижтимоий аҳволни доимийлиги ва тартибга солиниши; меҳнатни, ишни таъминланишига кафилликлиги, тасодифий ҳолатлардан сақланиши ва ҳ.к.

3. Ижтимоий эҳтиёжлар бирор нарсага, кишига яқинлиги, коллективга, гуруҳга, берилиши, бошқаларга ғамхўрлиги, ўзига қаратилган эътиборга муҳтожлик, жамоат ишларида қатнашиш.
4. Эътиборли (престиж) эҳтиёжлар – юқори «мансабдор» кишилар томонидан хурматланиши, фаолиятда юқори поғонага кўтарилиши, ишда статус (ҳуқуқи, ўрни, обрўйи, эътибори), юқори баҳоланиши, тан олиниш, шахсий хусусиятни тан олиниши.
5. Маънавий эҳтиёжлар – ижодиёт орқали ўз – ўзини танитиш.

Кенгайтирилган такрор ишлаб чиқариш жараёни инсон эҳтиёжи билан тифиз боғлиқ. Чунки ишлаб чиқариш ва истеъмол эҳтиёжни туғдиради, тақсимот билан айрибошлаш эса эҳтиёжни қондирилиш жараёнини тартибга солади.

Эҳтиёж бир томондан такрор ишлаб чиқариш фазаларини натижаси сифатида, иккинчи томондан уларни тебрантирувчи, ҳаракатлантирувчи омил бўлиб ҳисобланади.

Такрор ишлаб чиқариш жараёнида эҳтиёж туғилади, қондирилади, йўқолади ва янгидан яралади. Шу сабабли эҳтиёж талаб категорияси талаб орқали ўрганилади ва прогноз қилинади. Талаб орқали инсонларнинг эҳтиёжи намоён бўлади.

Умуман жамият миқёсида биологик эҳтиёжлар ҳақиқатда иерархик тузилишдан иборат бўлиб, уларни сон ва сифат жиҳатдан ўлчаш мумкин.

Ушбу нуқтаи назардан эҳтиёжни қуйидагича тавсифлаш мумкин:

Абсолют эҳтиёж – иерархияда биринчи даражадаги эҳтиёж – озиқ – овқат, ноозик-овқат, уй – жой, маънавий, ахборотларга ва ҳ.к.

Лақиқий эҳтиёжлар – иккинчи даражада; нисбий характерга эга бўлиб,

жамиятда мавжуд ёки ишлаб чиқариши мумкин бўлган нарсалар, реал истеъмол буюмлари.

Сотиб олиш қобилиятига эга бўлган эҳтиёж – учинчи даражада – булар бор моддий ва товар ресурслари ҳамда аҳолининг пул даромадлари билан чегараланган бўлади.

Бу эҳтиёж талабда ўз аксини топади.

8.1.2. Талаб тушунчаси, талабга таъсир қилувчи омиллар, уни ўрганиш ва прогнозлаш усуллари.

Талаб иқтисодий категория бўлиб икки томонлама характерга эга.

Биринчидан – сотиб олиш қобилиятига эгаллиги.

Иккинчидан – истеъмол характерига эгаллиги.

Талаб эҳтиёжни намоён бўлиш шакли сифатида конкрет маҳсулотни сони ва сифатига қаратилади, яъни конкрет истеъмол қиймат қаратилади.

Сотиб олиш қобилияти нуқтаи назардан талаб бозорининг элементи бўлиб, қандайдир миқдордаги пул ҳажмини билдиради.

Талаб – пул билан таъминланган эҳтиёжни шаклидир.

Талаб – пул билан таъминланган эҳтиёж шакли сифатида учта турга бўлинади:

1. Қондирилган – аҳолига зарур бўлган, унинг сотиб олиш қобилиятига яраша истеъмол товарлари ва хизмат билан таъминланиши:

2. Қондирилмаган – товарлар ва хизматларни етишмаслиги, дефицит.

3. Шаклланаётган – истеъмолчилар томонидан товарларва хизматларга қўйилаётган (хусусиятига, сифатига, ташқи кўринишига ва ҳ.к.) янги талаблар мажмуаси.

Талабга кўп омиллар таъсир қилади. Улар ҳар хил бўлиб, бутун бир тизимдан иборатдир. Улар қуйидаги 8.1.2.1 ва 8.1.2.2 чизмаларда келтирилган.

Талабга таъсир қилувчи омиллар

Таснифланиш аломатлари	Омилларнинг турлари
I. Келиб чиқиш табиати бўйича	1. 1. Иқтисодий 1.2. Ижтимоий 1.3. Демографик 1.4. Табиий – иқлим шароити 1.5. Тарихий – миллий
II. Талабга таъсир қилиш характери бўйича	2.1. Умумий 2.2. Махсус (хусусий) характердаги
III. Талабга таъсир қилиш даражасини ўлчаш, миқдорлаш бўйича	3.1. Бевосита (тўғридан – тўғри) 3.2. Билвосита ўлчанувчи

8.1.2.2 - чизма

Омилларнинг намоён бўлиш аломатлари.

1.1. Иқтисодий -	Миллий даромадни миқдори, тақсимланиши; аҳолининг даромади ва аҳоли гуруҳларига тақсимланиши; баҳонинг миқдори; аҳолини айрим товарлар билан таъминланганлиги (автомобил, телевизор, холодильник, мебел).
1.2. Ижтимоий -	Давлатнинг тақсимот сиёсати; жамиятни социал таркиби;

	аҳолининг моддий фаровонлиги; мода, эстетик (дид), истеъмол маданияти.
1.3. Демографик -	Аҳолини сони, таркиби; оила сони таркиби; қишлоқ ва шаҳар аҳолиси; миграцион жараён.
1.4. Табиий – иқлимий -	Табиий- иқлимий шарт - шароит
1.5. Тарихий – миллий -	Миллий урф – одат; Менталитет; Яшаш тартиби ва ҳ.к.

2.1. Умумий -	Аҳолини даромади; Харажатлари; Аҳолини сони; Баҳо.
2.2. Махсус (хусусий) -	Айрим товарларга талабни шакллантирувчи омиллар. Масалан: уй – жой қурулиши; электрлаштириш; газлаштириш; сув таъминоти ва ҳ.к.
3.1. Бевосита -	Бунга юқорида келтирилган таъсир даражасини ўлчаш мумкин бўлган омиллар

3.2. Билвосита -	Мода, истеъмолчиларни хулқи; ҳоббийси ва ҳ.к.
------------------	--

Талабни ўрганиш ва прогнозлаш учун ҳар хил усуллар тизимидан фойдаланилади. Уларга:

1. Оддий экстрополяция усули;
2. Иқтисодий – математик моделлаштириш усуллари;
3. Норматив усуллар;
4. Экспорт баҳолаш усули.

Оддий экстрополяция усули талабни товар гуруҳлари бўйича кўп йиллик динамикасини ўрганиш, тенденцияларини аниқлаб келажакка уларни ўтказиш. Уни амалга ошириш учун талабни ўзгариш коэффициенти аниқланади ($K_{итг}$)

$$K_{итг} = \Delta T_{pi} \Delta T_{ji} : \Delta T_{yi}$$

ΔT_{pi} – режалаштирилган йилга талабни ўсиш суръати, i – товар гуруҳи бўйича;

ΔT_{ji} – жорий йилни ўтган йилга нисбатан ўсиш темпаси, i – товар гуруҳи бўйича;

ΔT_{yi} – ўтган йиллар (M : 3 -5 йил) ўртача ўсиш суръати, i - товар гуруҳи бўйича.

Оддий экстрополяция усулига эластиклик коэффициенти аниқлаш усули ҳам киради. ($KЭ$)

Эластиклик коэффициенти талабни бирон бир омил таъсир остида қанча фоизга ўзгариш миқдорини кўрсатади. M : аҳоли даромади, товар таклифи

$$KЭ = \frac{Y_1}{Y_0} : \frac{X_1}{X_0} = \frac{\Delta Y}{\Delta X}$$

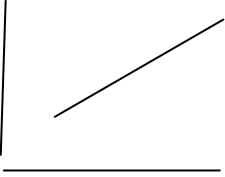

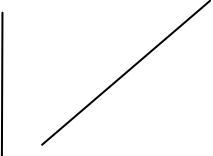
Бу ерда: $Y_1; Y_6$ – жон бошига тўғри келган товар айланиши, жорий ва базис йилига;

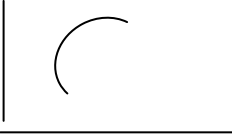

$X_1; X_6$ – жон бошига тўғри келган аҳолининг даромади, жорий ва базис йилига.

Талабни иқтисодий математик моделлаштириш усулларининг турлари 8.1.2.3 чизмада келтирилган.

8.1.2.3 – чизма.

Иқтисодий математик моделлаштириш усуллари

Функциялар номи	Функцияларни математик тузилиши	Боғлиқликни график кўриниши
I. Тренд модели (жуфт регрессия)		
1.1. Тўғри чизиқли модел	$Y = a + vt$	
1.2. Эгри чизиқли модел	$E = \frac{R}{I + ac^{bt}}$	
II. Регрессион моделлар		
2.1. Тўғри чизиқли кўп факторли модел	$Y = a_0 + a_1x + a_2x_2 + \dots + a_nx_n$	

2.2. Эгри чизиқли кўп факторли моделлар:		
2.2.1. Параболлик	$Y=a_0+a_1x_1+a_2x_2^2+\dots+a_nx_n^n$	
2.2.2. Даражалик	$Y=a_0x_0^{a_0} + a_1x_1^{a_1} + a_2x_2^{a_2} + \dots + a_nx_n^{a_n}$	

8.1.3. Аҳолининг минимал истеъмол саватчаси.

Аҳолининг истеъмол товарларига ва хизматларига бўлган талабни ўрганишда «Истеъмол бюджети», «Прагнозлаштирилган истеъмол бюджети», «ҳисобот истеъмол бюджети» каби кўрсаткичлардан фойдаланилади.

Истеъмол бюджети деганда истеъмол товарлари ва хизматни хажми ва таркиби миқдорини тавсифловчи синтетик қиймат кўрсаткич тушунилади.

Ушбу кўрсаткич «Рационал», «Прагнозлаштирилган» ва «ҳисоботли» турларга бўлинади.

Рационал истеъмол бюджети – аҳоли талабини тўла (иқтисодий, ижтимоий, маънавий эстетик нуқтаи назардан) ва ҳар томонлама қондирилиши даражасини белгилайди, тавсифлайди.

Прагнозлаштирилган истеъмол бюджети – прогнозлаштирилган даврга аҳолини ўртача даромадидан келиб чиқиб аниқланган истеъмол бюджетини

миқдоридир.

Исбот истеъмол бюджети – конкрет даврда (йил) эришилган товарлар ва хизматни истеъмол миқдорини англатади.

Ушбу кўрсаткичлардан аҳолини талабини прогнозлашда, аҳолини минимал эҳтиёж саватини ҳисоблашда, чакана товар айланиши ва хизматлар миқдорини прогнозлаш ва режалаштиришда фойдаланиш мумкин.

Истеъмол товарларини истеъмол қилишни илмий асосланган минимал чегараси мавжуд.

Инсонни нормал биологик борлиқлигини таъминлаш учун қандайдир миқдорда килокалорияда озиқ – овқат маҳсулотлари ва қандайдир миқдорда ноозиқ–овқат товарларини ҳамда хизмат турларини истеъмол қилиш керак. Аҳолининг истеъмол сифатидан келиб чиқиб уларни минимал яшаш даражаси қиймати ҳисоб–китоб қилинади ва жамият, давлат уни таъминлаш чора - тадбирларини кўриш зарур.

Буни ҳисоблашда озиқ – овқат маҳсулотлари истеъмолини физиологик нормалари, ноозиқ – овқат товарлари ва хизматнинг рационал нормалари. Уларнинг баҳоси ҳамда истеъмол товарлари ва хизматлари баҳосининг индекси эътиборга олинади.

Россия Федерациясида 1999 йил октябрда «Истеъмол савати тўғрисида» қонун қабул қилинган. Ушбу ҳужжатга 33 истеъмол товарлари ва хизматлари турлари киритилган. Бугунги кунда минимал яшаш қиймати 2588 рубл (≈ 90 доллар), а минимал иш ҳаққи 600 рубл ($\approx 21,8$ доллар)ни ташкил қилади.

АҚШ минимал яшаш даражаси 250 хил турдаги истеъмол товарлари ва хизматларидан иборат.

Истеъмол баҳолар индексини (ИБИ) ҳисоблашда АҚШ меҳнат вазирлиги, статистика бюроси нафақат истеъмол товарлари ва хизматлари ассортименти, балки уларни сотиб олиш тезлигини (частотасини) ҳам ҳисобга оладилар.

Уларда 41% харажатлар уй – жойга (уй–жойга тўлов – 28%), иситиш ва

коммуналл харажатлар 7%, мебел олиш ва жорий таъмирлаш- 6% ташкил қилади.

Миқдори бўйича иккинчи даражада озиқ – овқат маҳсулотларини сотиб олиш харажатлари туради–17% жумладан, 9% - уйда қилинадиган истеъмолга 6%-уйдан ташқари, 2% алкагол ичимликларини ташкил қилади.

17% транспорт харажатларига (хизматларига), шахсий транспортни ва жамоа транспортларига харажат.

7% - соғлиқни сақлашга.

6% - кийим – кечакка.

4% - дам олиш, майишатга

8% - бошқа товарлар ва хизматларга (китоб, мактаб учун ёзув заруриятлар).

Бизда яшаш минимал савати ва яшашни минимал даражаси ҳисоб – китоб қилинмайди.

Аҳолини ижтимоий ҳимоя қилиш мақсадида давлат ўртача ҳар йили 20–30% минимал иш ҳаққини ошириб келмоқда. 2006 йилга 40% ошириш режалаштирилган. Шу билан бир қаторда товар ва хизматларга (жумладан табиий монополиялар маҳсулотларига) баҳо ва тарифлар ошиб келмоқда.

Айрим иқтисодчи олимларнинг ҳисоб–китобига кўра ўзбекистон Республикасида энг зарурий товарлар ва хизматларни 21 – та тури бўйича олинганда 2004 йилда озиқ – овқатларга – 19357,5 сўм.

Ноозиқ – овқатлар ва хизматга – 18462,5 сўм

Жами – 37820 сўмни ташкил қилган.

Минимал иш ҳаққи

1996 – 550 сўм 100%

2000 – 1750 сўм 318,2%

2004 – 6530 сўм 1181,8%

Баҳолар индекси:

1996 – 1,000

2000 – 4,239

2004 – 14,383

Минимал яшаш қиймати-

2004 – 113460 сўм – 1438,3%

2000 – 33436 сўм – 423,9%

1996 – 7888,4 – 100,0 %

Аҳолини минимал эҳтиёж саватини ҳисоблашда илмий асосланган қуйидаги озик – овқатларни физиологик нормалари ишлатилиши мумкин. Бир йилга нон ва нон маҳсулотлари – 129,0 кг; картошка ва картошка уни – 120,0 кг полиз ва сабзавот ўсимликлари 130,0 кг; мева, узумлар – 49,0 кг; шакар – 36,5 кг; гўшт ва гўшт маҳсулотлари – 73,0 кг; сут ва сут маҳсулотлари – 413,0 литр: тухум – 274,0 дона, газ мол, мато – 58,0 м²; трикотаж – 8,25 дона; пайпоқ, чулки- 9,0 пар; пойафзал – 3,3 пар ва ҳоказо.

Қуйидаги жадвалда аҳолининг минимал эҳтиёж саватини ҳисоблаш усули шартли мисолда келтирилган.

Аҳолининг минимал эҳтиёж савати

1. Бир кишига бир ойда тўғри келадиган озиқ – овқатларни физиологик нормаси ва аҳолининг харажатлари миқдори.

№	Товарлар	Ўлчов бирлиги	Кундалик норма		Ойлик норма	1996 йил		2000 йил		2004 йил	
			Сони	Килокалория		Баҳоси	Қиймати	Баҳоси	Қиймати	Баҳоси	Қиймати
1.	Гўшт	Кг	0,10	241	3,0	70	210	600	1800	2200	6600
2.	Нон	Дона	0,67	1064	20,1	18	361,875	60	1206	125	2512,5
3.	Тухум	Дона	0,50	80	15,0	5	75	30	450	70	1050
4.	Сут махсулотлари	Литр	0,15	87	4,5	10	45	50	225	200	900
5.	Ўсимлик мойи	Литр	0,10	75	3,0	40	120	300	900	1100	3300
6.	Шакар	Кг	0,03	125	0,9	25	22,5	250	225	550	495
7.	Картошка	Кг	0,20	166	6,0	20	120	70	420	100	600
8.	Сабзавотлар	Кг	0,20	66	<u>6,0</u>	6	36	40	240	150	900
9.	Мевалар	Кг	0,20	55	6,0	30	180	100	600	200	1200
10.	Гуруч	Кг	0,10	323	3,0	35	105	200	600	600	1800

8.1.3.1 – жадвалнинг давоми

II. Ноозиқ – овқат товарлари ва хизматлар

№	Товарлар	Ишлатиш муддати		Сотиб олиш сони	1996 йил		2000 йил		2004 йил	
		Ўлчов бирлиги	Сони		Ўртача баҳоси	Бир ойлик суммаси	Ўртача баҳоси	Бир ойлик суммаси	Ўртача баҳоси	Бир ойлик суммаси
1.	Эркаклар кўйлаги	1 йил	1	1	300	25,00	1600	133,30	4500	375,0
2.	Костюм	1 йил	2	1	700	58,33	12600	525,0	30000	1250,0
3.	Жемпер	1 йил	2	1	300	25,00	3000	125,0	15000	625,0
4.	Туфли	1 йил	1	1	500	41,67	600	50,0	12000	1000,0
5.	Пальто	1 йил	4	1	1600	33,33	45000	937,5		
6.	Носки	1 ой	2	1	25	12,50	150	75,0	450	225,0
7.	Калош	1 йил	1	1	300	25,0	850	70,8	4000	333,3
8.	Уй техникаси	1 йил	10	1	40000	333,3	50000	416,7	86000	716,7
9.	Транспорт		25							

	хизмати	1 ой	маротаба x 2	50	6	300	35	1750	150	7500
10.	Соғликни сақлаш ва бошқа хизматлар	1 ой	1	1	200	200	600	600	1500	1500
11.	Коммуналл хизматлар	1 ой	1	1	300	300	400	400	400	400
	Жами	-	-	-	-	1354,17	-	4479,2	-	18462,5
	ҳаммаси	-	-	-	-	2629,47	-	11145		
	Минимал иш хақи	-	-	-	-	550	-	1750	-	6530
	Истеъмол баҳолар индекси,%	-	-	-	-	100,0	-	423,86	-	1438,31
	Оилани минимал савати	2 киши		-	-	5258,94		22290,0		75640,0
		3 киши				7888,4		33436,0		113460,0
		4 киши				10517,88		44580,0		151280,0
		5 киши				13147,35		55725,0		189100,0

8.1.4. Аҳолининг даромадлари ва харажатлари баланси.

Савдо корхоналари фаолиятини ўрганишда, талаб ва таклифни мувофиқлаштиришда, уларни прогноз қилишда, аҳолининг даромадлари ва харажатларини ўрганиш катта аҳамият тутди. Чунки талабнинг иқтисодий асосини аҳолининг даромадлари ва харажатлари ташкил қилади.

Шу сабабли аҳолининг даромадлар ва харажатлари баланси тузилади.

Қуйида аҳоли даромадлари ва харажатлари тўғрисида республикадаги ҳолат тўғрисида қисқача маълумот берамиз (Маълумотлар «Ўзбекистон Иқтисодиёти» таҳлилий шарҳ, 2004 йилги маълумотномадан олинган.)

2004 йилда 2003 йилга нисбатан аҳолининг номинал пул даромадлари 17,6%га ортди. Реал кўринишда даромадлар 16%га кўпайди. 2005 йилда бюджет соҳаси хизматчиларининг ойлик иш ҳақи, пенсия, стипендия ва нафақалар 40,0%га оширилди. Бунинг ҳисобидан аҳолининг реал даромади 22,0% кўпайди.

Ялпи даромадлар таркибида пул даромадлари улущининг ортиши аҳолини тўлов қобилиятига таъсир қилди. Уй хўжаликлари бюджети таҳлиллари натижасига кўра ялпи даромадлар таркибида пул даромадларининг улущи 2003 йилдаги 82,2% дан 2004 йилда 83,7%га ортган. Натурал кўринишдаги даромадлар мос равишда 17,8%дан 16,3%гача қисқарди (8.1.4.1. жадвал). Бундай тенденция меҳнатга ҳақ тўлашнинг ортиши ҳисобига қишлоқ аҳолисининг даромадлари (2003 йилда 21,4%дан 2004 йилда 22,5%га), ижтимоий трансфертларнинг (2003 йилда 14,6% дан 2004 йилда 15,1%га), қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини сотишдан тушган даромадларнинг ортиши (2003 йилда 24,9% дан 2004 йилда 25,3%га) ҳисобига юз берди. қишлоқ аҳолисининг пул даромадлари ошишининг асосий омиллари қуйидагилардир: а) фермер хўжаликларига эътибор берган ҳолда қишлоқ хўжалигида маҳсулот ишлаб чиқаришни ташкил этиш тизимининг такомиллаштирилиши; б) барча мулк шаклларида айниқса, деҳқон хўжаликларида маҳсулотлар ҳосилдорлигининг ошганлиги; в) учдан икки қисми қишлоқ жойларда истиқомат қилувчи кам таъминланган оилаларни аниқ ижтимоий ҳимоя

қилишнинг кучайганлиги.

Шу билан бирга, шаҳар ва қишлоқ аҳолисининг пул ва пул кўринишида бўлмаган даромадлари ўртасидаги сезиларли даражадаги фарқи сақланиб қолмоқда. Шаҳар аҳолисининг натурал кўринишдаги даромадлари 2004 йилда 6,2%ни (2003 йилда 6,1%), қишлоқ аҳолисининг натурал кўринишдаги даромадлари 23,2%ни (2003 йида 25,8%) ташкил этди. Истеъмолни қондиришдаги натурал кўринишдаги даромадларнинг таъсирини устунлиги қишлоқ аҳолисида сақланиб қолмоқда, шаҳар аҳолисининг ялпи даромадларининг 40%ни иш ҳақи ташкил этмоқда.

Иш қалъи ижтимоий тўловларнинг ортиши ақоли пул даромадлари улуши ортишининг асосий омили бўлди. Бюджет ташкилотлари ва идоралари ишчиларининг иш қалъларини оширишга, пенсия, ижтимоий тўловлар, стипендияларни оширишга лъаратилган давлат сиёсати амалга оширилиши иш қалъининг 18,0 %га, ижтимоий трансфертларнинг 32,8 %га ортишига олиб келди. (8.1.4.2 жадвал).

8.1.4.1 – жадвал.

Аҳолининг ялпи даромадлари (уй хўжаликларига нисбатан,% да)

Кўрсаткичлар	2003			2004		
	республика	Шаҳар	қишлоқ	Республика	шаҳар	қишлоқ
Ялпи даромадлар	100	100	100	100	100	100
Пул даромадлари	82,2	93,9	74,2	83,7	93,8	78,8
Иш ҳақи	28,6	39,2	21,4	29,6	39,9	22,5
Пенсия, нафақа, стипендия	15,7	17,3	14,6	15,8	17,1	15,1
Қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини сотишдан тушган даромад	18,0	7,9	24,9	17,4	5,8	25,3

Мулкдан тушган даромад	1,4	2,6	0,5	1,2	1,3	1,1
Тадбиркорлик фаолиятидан тушган даромад	13,1	17,3	10,3	15,2	21,4	10,9
Бошқа пул даромадлари	5,4	9,6	2,5	4,5	8,3	1,9
Натурал кўринишдаги даромадлар	17,8	6,1	25,8	16,3	6,2	23,2

Манба: Ўз.Р. Давлат статистика кўмитаси. Уй хўжаликлари бюджетларини таҳлил қилиш материаллари.

8.1.4.2-жадвал

Аҳоли пуллик даромадларининг ўсиш суръатлари ва таркиби (%)

Кўрсаткичлар	Пуллик даромадларига нисбатан % да		ўтган йилнинг мос даврига нисбатан% да	
	2003	2004	2003	2004
Пул даромадлари, жами	100	100	124,9	117,6
Иш хақи	26,9	26,9	128,3	118,0
Пенция, нафақа, стипендия	11,4	12,9	115,9	132,8
Қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини сотишдан тушган даромад	29,7	29,1	127,1	115,5

Тадбиркорлик фаолиятдан тушган даромад	32,1	31,1	123,6	113,9
--	------	------	-------	-------

Манба: Ўз.Р. Давлат статистика қўмитаси. Уй хўжаликлари бюджетларини таҳлил қилиш материаллари.

Ўдудлараро аҳоли пул даромадларини республикада аҳоли ўртача даромадлари ўсишининг муҳим омилларидан ҳисобланади. 2004 йилда ўртача жон бошига даромадларнинг ўзгариш даражаси 158,4 минг сўмдан (Қорақалпоғистон Республикаси) 904,1 минг сўмгача (Тошкент шаҳри) тебраниб турди. Аҳоли даромадларининг республика ўртача кўрсаткичидан юқори бўлган худудларга ўтган йиллардаги каби иш ҳақлари нисбатан юқори бўлган саноати ривожланган Навоий, Тошкент вилоятлари ва Тошкент шаҳри киради. Жиззах, Наманган, Самарқанд, Хоразм каби 4 вилоятларда аҳоли жон бошига ўртача даромадлари республика кўрсаткичининг 60-70% ни ташкил этди. (8.1.4.3. жадвал). Худудлар ўртасида аҳоли даромадлари бўйича фарқни ўсишининг асосий сабаблари худудларнинг иқтисодий салоҳиятининг пастлиги ва аҳоли бандлиги бўйича муаммолар билан боғлиқ.

Аҳоли реал пул даромадларининг ўсиш тенденциялари аҳоли харажатлари таркиби ва ҳажмида ижобий солиштиришга олиб келди. Истеъмолга бўлган харажатларнинг улуши 788,7 % дан 76,9% га камайди, аҳолининг банка қўйилган омонати, қимматбаҳо қоғозлар ва валюта сотиб олиш каби жамғармалари улуши 9,2% дан 14,3% га ўсди (8.1.4.4 жадвал). Уй хўжаликларининг жамғармалари ортиши ҳисобига жорий истеъмолни молиялаштиришнинг қисқариши аҳолининг жамғаришига мойиллигининг юқорилигидан ва инветцион фаоллиги ортганлигидан далолат беради. Натижада, 2004 йилда аҳолининг иқтисодиётга қўйилган инвестициялар таркибидаги улуши 12,4% га ортди, бу эса, ўтган йилдаги кўрсаткичдан 1,3 даражага кўп демакдир. Аҳоли инвестицияларининг асосий қисми шахсий уй-жойларни қуришга йўналтирилган.

Ўдудлар бўйича аҳолининг жон бошига пул даромадлари

Худудлар	Аҳоли жон бошига пул даромадлари, минг сўм	
	2003	2004
Ўзбекистон Республикаси	253,8	259,3
Қорақалпоғистон Республикаси	142,7	158,4
Андижон	268,5	282,4
Бухоро	239,4	259,3
Жиззах	168,9	187,9
Қашқадарё	199,6	229,8
Навоий	354,4	450,7
Наманган	177,6	182,6
Самарқанд	182,4	202,8
Сурхондарё	181,6	217,2
Сирдарё	174,6	215,1
Тошкент	267,2	311,6
Фарғона	250,7	271,6
Хоразм	163,4	196,5
Тошкент ш.	692,4	904,1

Манба: ЎЗР Давлат статистика қўмитаси

8.1.4.4– жадвал.

Аҳолининг пул харажатлари таркиби (пул даромадларига нисбатан%).

Йиллар	Аҳолининг	Шулардан пул харажатлари	Нақд
--------	-----------	--------------------------	------

	пул даромадлари	Истеъмол харажатлари	Мажбурий тўловлар	Банкларга қўйилган пуллар, сотиб олинган қимматбаҳо қоғозлар ва валюта	пул қолдиғи
1995	100	88,9	-	-	-
2003	100	78,7	7,8	9,2	4,3
2004	100	76,9	7,8	14,3	1,0

Манба: Ўз.Р. Давлат статистика қўмитаси.

Истеъмол харажатлари таркибида хизматларга бўлган харажатлар ортди, бу ҳаётини зарур бўлган эҳтиёжларни қондириш билан боғлиқ бўлган харажатлар: уй – жой коммунал хизматларини тўлаш, транспорт ва соғлиқни сақлаш, таълим харажатлари ҳисобланади. (8.1.4.5). Ижтимоий мажмуа тармоқлари фаолиятини пуллик хизматлар кўрсатиш асосида кенгайтиши, шу жумладан, уй – жой коммунал хўжалигида дотацияларнинг қисқариши (иситиш, электроэнергия, газ тармоқлари ва сув таъминотида тарифларнинг ўсиши) натижасида 2004 йилда аҳолини хизматлар тўлови бўйича харажатларни 12,3% дан 13,0% гача ўсишга олиб келди. Харажатларнинг ўсиши авваламбор шаҳар аҳолисини уй-жой коммунал хизматларига харажатларини ўсганлиги билан боғлиқ.

8.1.4.5- жадвал

Аҳоли харажатлари таркиби (уй хўжаликларига нисбатан,% да)

Йиллар	Республик	Аҳоли	Шулардан истеъмол харажатлари	Ноистеъмол
--------	-----------	-------	-------------------------------	------------

	а	харажат лари	Озиқ- овқат товар лари	Ноозиқ- овқат товар лари	Хизмат лар	Бошқа хара жат лар	товарлари
2003	Республик а	100	51,8	19,5	12,3	0,6	15,8
	Шаҳар	100	50,06	19,5	14,2	0,6	15,1
	Қишлоқ	100	53,3	19,5	10,1	0,5	16,6
2004	Республик а	100	52,0	18,6	13,0	0,4	16,0
	Шаҳар	100	50,4	18,3	15,5	0,4	15,4
	Қишлоқ	100	53,7	19,0	10,2	0,5	16,6
1995	Республик а	100	69,6	19,3	9,2	-	19,3

Манба: Ўз.Р. Давлат статистика қўмитаси.

Уй хўжаликлари бюджетларини таҳлил қилиш материаллари.

Аҳолининг даромадлари ва харажатлари асосида унинг харид фонди аниқланади.

Аҳолининг харид фонди деб – аҳоли даромадларининг истеъмол товарлари сотиб олишга ажратилган қисми тушунилади.

Қуйидаги 8.1.4.6 жадвалда аҳолининг пул даромадлари ва харажатлари баланси келтирилади.

8.1.4.6 - жадвал

Аҳолининг пул даромадлари ва харажатлари баланси

Даромадлар ва харажатлар таркиби	1991 й.	1995 й.	2003 й.	2004 й.
I. Жами даромадлар	100,0	100,0	100,0	100,0
1.1. Меҳнат даромадлари	69,5	66,0	82,2	83,7
1.1.1. Иш хақи - жами	57,0	44,2	26,9	26,9
1.1.2. Корхоналар				

томонидан бошқа моддий рағбатлантиришлар	2,90	2,6		
1.2. Қишлоқ хўжалик маҳсулотларини сотишдан тушган даромад	9,7	19,2	29,7	29,1
1.3. Трансперта	25,2	16,7		
1.4. Пенсия ва нафақа	24,3	15,8	11,4	12,9
1.5. Стипендия	0,9	0,9		
1.6. Молиявий тизимдан тушган даромадлар	3,3	1,1		
1.7. Шахсий уй –жой қурилиш учун судалар	-	0,4		
1.8 Жамғарма фоизи	-	0,6		
1.9. Бошқа тушумлар	-	0,2		
1.10. Тадбиркорликдан даромадлар	-	13,4	32,1	31,2
1.11. Дивидентлар	-	0,1		
1.12. Чет эл валюталарини сотишдан тушган даромадлар	-	1,5		
1.13. Бошқа тушумлар	2,0	1,2		

1.14. Харажатларни даромадлардан фарқи	-	-	-	-
--	---	---	---	---

8.1.4.6 – жадвал давоми

Даромадлар ва харажатлар таркиби	1991 й.	1995 й.	2003 й.	2004 й.
I. Жами харажатлар	100,0	100,0	100,0	100,0
2.1. Товар сотиб олиш ва хизмат тўловлари	73,1	86,1	83,6	83,6
2.1.1. Товар сотиб олиш	67,1	74,5	71,3	70,6
2.1.2. Хизмат тўловлари	6,0	11,9	12,3	13,0
2.1.2.1 Уй коммунал хизмати	1,2	1,8		
2.1.2.2. Маиший хизмат тўловлари	-	1,2		
2.1.2.3 Таълим хизмати тўловлари	-	0,2		
2.1.2.4 Транспорт хизмати тўловлари	3,0	5,0		
2.1.2.5 Алоқа хизмати тўловлари	-	0,8		
2.2 Мажбурий тўловлар ва ихтиёрий бадаллар	6,2	8,4	7,8	7,8
2.2.1 Солиқлар ва йиғимлар	-	7,4		
2.3 Жамғармаларнинг ўсиши ва қимматбаҳо қоғозлар				

	20,5	2,0	9,2	14,3
2.4 Акциялар сотиб олиш	-	0,1		
2.5 Уй жой сотиб олиш				
2.6 Чет эл валюталарини сотиб олиш	-	3,2		
2.7 Бошқа харажатлар	0,3			
2.8 Даромадларнинг харажатлардан фарқи	9,4	11,1	4,3	1,0

Таянч иборалар: эҳтиёж, талаб, биологик эҳтиёж, ижтимоий эҳтиёж, бизнесли эҳтиёж, келиб чиққан эҳтиёж, мета эҳтиёж, сотиб олиш қобилияти, минимал саватча, аҳолининг даромадлари, аҳолининг харажатлари, истеъмол бюджети.

Такрорлаш учун саволлар.

1. Эҳтиёж нима?
2. Эҳтиёжнинг турларини айтинг?
3. Талаб тушунчасини айтинг?
4. Талабни эҳтиёждан қандай фарқи бор?
5. Талабнинг қандай турлари бор?
6. Талабга қанақа омиллар таъсир қилади?
7. Талабни ўрганиш ва прогнозлашни қандай усуллари бор?
8. Аҳолининг минемал истеъмол саватчаси нимани билдиради ва қандай ҳсоб китоб қилинади?
9. Аҳолининг даромадлари ва харажатлари балансини тушунтиринг?

8.2. Истеъмол товарларига таклифнинг шаклланиши.

8.2.1 Истеъмол товарлари таклифи тушунчаси.

8.2.2 Истеъмол товарлари таклифининг манбалари ва тавсифи.

8.2.3 ўзбекистонда истеъмол товарлар таклифини шаклланиш тенденциялари.

8.2.4 Истеъмол товарлари таклифини режалаштириш.

8.2.1 Истеъмол товарлари таклифи тушунчаси.

Бизлар фақат истеъмолтоварлари таклифи тўғрисида фикр юритамиз.

Жамиятда таклифни бошқа турлари ҳам мавжуд. Уларни инсон, жамият эҳтиёжларидан келиб чиқиб турлаш мумкин.

Масалан:

- I. Ишлаб чиқариш воситалари таклифи: а) меҳнат қуроллари таклифи; б) ишчи кучи таклифи.
- II. Молиявий ресурслар таклифи;
- III. Маънавий эҳтиёжларни қондирувчи таклифлар;
- IV. Руҳий эҳтиёжларини қондирувчи таклифлар;
- V. Хавфсизликни, мудофани таъминловчи;
- VI. Дунё океани, космосни ўрганишни таъминловчи;
- VII. Экологик муҳитни сақловчи;
- VIII. Бошқа хизматлар таклифи.

Умуман олганда таклиф – тарихий-иқтисодий категория.

Таклиф бозорнинг асосий элементларидан бири.

Истеъмол товарлари таклифи деганда сотишга мўлжалланган, бозорга келтирилган, у ерда турган ва келтирилиши мумкин бўлган товарлар массасини тушинамиз. Яъни унинг қиймати, миқдори ва ассортименттини кўз олдимизга келтиришимиз керак.

Истеъмол товарлари таклифи аҳолини истеъмол товарларига бўлган талабини қондиришни ашёвий (натурал) асосини ташкил қилади.

Истеъмол товарлари таклифи ўзининг ҳажми ва таркиби бўйича аҳолининг шахсий эҳтиёжини қондиришга қаратилади.

Истеъмол товарлари таклифи тушунчаси билан бозор сиғими деган кўрсаткич тиғиз боғлиқ.

Бозор сиғими деганда қандайдир даврда (кун, ой, йил) бозорда сотилиши мумкин бўлган товарлар қийматини пулдаги ифодаси тушинилади.

Шундай қилиб, бозор сиғими истеъмол товарлари таклифини қиймат миқдорини англатади. У фақат қиймат кўрсаткичида ифодаланади.

Истеъмол товарлари таклифи бирон бир вақт даврига қиймат (сўм), натурил ва нисбий (кунлар) кўрсаткичлар орқали ҳисобга олинади, таҳлил қилинади, режалаштирилади ва келажакка башорат қилинади. Истеъмол товарлари таклифини аҳолига сотиш учун мўлжалланган қисми бозор фонди деб аталади. Унинг ҳажми истеъмол бозорига ҳар хил манбалардан кирган товарларнинг миқдори ва товарлар заҳираси билан белгиланади.

8.2.2 Истеъмол товарлари таклифининг манбалари ва тавсифи.

Истеъмол товарлари таклифини шаклланиши ҳудуд, вилоят, давлат миққиёси бўйича, уларни яратиш ва келиш манбалари нуқтаи назардан ўрганилади.

Истеъмол товарлари таклифини манбаларига қуйидагиларни киритиш мумкин.

- I. Табиат томонидан яратилган (ер, сув, табиий бойликлар ёки табиий қазилмалар).
- II. Ишлаб чиқариш. Саноатнинг барча турлари. Бу ерда катта саноат корхоналари (оғир, енгил, озиқ-овқат саноати) эътиборга олинмоқда.
- III. Қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари тайёрлаб берувчилар

IV. Ишлаб чиқариш ва қишлоқ хўжалиги соҳасидаги кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик корхоналари, фирмалари ва микрофирмалар.

V. Қишлоқ ва шаҳар аҳолисини тарморқа, дача хўжалиги.

VI. Чет эл, бошқа ҳудуд, вилоятлардаги (юқорида келтирилган) беш гуруҳда яратилган маҳсулотни етказувчилар.

Келтирилган манбалар умумлаштирилган тарзда берилмоқда.

Ушбу манбалар мулк шаклига, таркибий тузулмасига қараб (масалан, вазирлик, идоралар, уюшмалар каби), яна ҳар хил шаклдаги манбаларга тавсифланиши мумкин.

Истеъмол товарлари таклифи манбалари, ассортиментти, ишлатилиш йўналишлари бўйича турларга бўлинади.

8.2.2.1-чизма.

Истеъмол таклифини таснифланиши

Таснифланиш аломатлари	Истеъмол товарлари таклифи
I. Манбалари бўйича	Табиий неъматлар Ишлаб чиқариш қишлоқ хўжалиги Кичик бизнес Аҳолининг томорқа хўжалиги Экспорт, импорт
II. Ассотименти бўйича	2.1. Озиқ-овқат товарлари 2.2. Ноозиқ-овқат товарлари
III. Ишлатилиш йўналишлари бўйича	Истеъмол товарлари бозорида қайта ишлаб чиқаришга Ишлаб чиқариш истеъмолига Натурал тўловларга (қишлоқ хўжалигида) Давлат резевлари Давлат бюджети ташкилотлари

	фондлари Экспорт Товар захиралари
--	---

8.2.3. Ўзбекистонда истеъмол товарлар таклифини шаклланиш тенденциялари

Истеъмол товарлари таклифини натурал – ашёвий таркиби ишлаб чиқариш (саноат, қишлоқ хўжалиги, аҳолининг шахсий хўжалиги)нинг товар маҳсулотлари ҳажми ва таркибига боғлиқдир. Уларни шаклланиши давлатнинг ишлаб чиқариш салоҳияти, иқтисодий ривожланганлик даражаси, ташқи иқтисодий алоқаларнинг ривожланиши ва бир қатор бошқа омилларга боғлиқ бўлади. Истеъмол товарлари таклифини қийматини шаклланиши бир томондан таклифни натурал – ашёвий ҳажмининг миқдори билан, иккинчи томондан баҳонинг миқдори билан тўғиз боғлиқдир.

Ўзбекистонда истеъмол товарлари таклифини шаклланишини статистик маълумотлар асосида кўриб чиқамиз.

Республикада истеъмол товарлари таклифини ҳажмини ва таркибини шаклланишида саноатнинг ривожланиши алоҳида ўрин тутди.

Ташқи ва ички талабнинг ортиши ва хўжалик юритиш шароитларининг яхшиланиши саноатнинг барқарор ривожланишига ижобий таъсир кўрсатди. Саноат маҳсулотларини ишлаб чиқариш 2004 йилда ўтган йилга нисбатан 9,4%га ортди ва 8074,8 млрд. сўмни ташкил этди. Саноатнинг юқори суръатлар билан ривожланишига корхоналарнинг қайтадан таркибий ўзгартирилиши, тармоқлар бошқарув тизимини ислоҳ қилиш, иқтисодийнинг реал секторидида иқтисодий ислохотларни чуқурлаштириш чора – тадбирларини амалга оширилиши сабабли эришилди.

Асосий турдаги саноат маҳсулотларини ишлаб чиқариш ҳажми 8.2.3.1 жадвалда келтирилмоқда.

8.2.3.1 – жадвал.

Асосий турдаги саноат маҳсулотлари ишлаб чиқариш

	Ўлчов бирлик	Натурал	Асосий
--	--------------	---------	--------

	лари	кўринишда асосий махсулотлар ишлаб чиқариш		махсулот ишлаб чиқариш индекси (ўтган йилга нисбатан %да)	
		2003	2004	2003	2004
Электроэнергия	млн.кВтс	48698	49627	100,2	101,9
Нефть	минг.т	7134	6580,3	99,1	92,2
Газ	млн.куб.м	57487,1	59864,9	99,7	104,1
Сиқилган газ	минг.т	160,6	197,2	131,2	122,8
Кўмир	минг.т	1904	2700	69,8	141,8
Енгил автомобиллар	дона	40505	70070	116,7	173,0
«Дамас»	дона	6962	9495	106,1	136,4
«Тико»	дона	5989	1133	108,5	18,9
«Нексия»	дона	23999	39079	182,6	162,8
«Матис»	дона	3246	19856	34,2	6,1р
«Ласетти»	дона	309	507	-	164,1
Рангли телевизорлар	дона	14770	53345	13,8 м	3,6 м
Холодильник ва музлатгичлар	дона	2513	3099	23,7	123,3
Кондиционерлар	дона	1628	3001	81,5	184,3
Кир ювиш машиналари	дона	1195	973	7,0 м	81,4
Синтетик ювиш					

воситалари	т	1734	1233	58,9	71,1
Лок бўёқ материаллари	т	6775	9463	145,6	139,7
Девор учун ишлатиладиган қурилиш материаллари	млн.донашартли ғишт	119,4	105,0	65,8	87,9
Цемент	минг.т	4062,5	4803,8	103,5	118,2
Асбоцемент материаллари	млн.лист	313,6	350,3	105,0	111,7
Линолеум	минг.кв.м	360	16,0	86,3	4,4
Керамик плиталар	минг.кв.м	516,1	446,4	99,4	86,5
Пахта толаси	т	945893	976656	94,0	103,3
Пахта бўзи	т	159806	159108	102,4	99,6
Пахта калава ип	т	574,0	676,7	66,3	117,9

Манба: ЎзР Давлат статистика қўмитаси.

Истеъмол товарларини мамлакатнинг ўзида ишлаб чиқришга қаратилган иқтисодий ислохатлар ўзининг ижобий натижаларини бермоқда. 2004 йилда ички бозорда мамлакатда ишлаб чиқарилган истеъмол товарларининг улуши 75,0 % ни, жумладан озиқ-овқат маҳсулотларининг улуши 95% ни, ноозиқ-овқат маҳсулотларининг улуши эса 50,0%ни ташкил этган.

2004 йилда истеъмол товарларини ишлаб чиқариш ҳажми 2405,1 млрд. сўмни, жумладан озиқ-овқат товарлари 1030,2 млрд. сўм ароқ, вино ва пиво маҳсулотлари 162,7 млрд. сўмни ташкил этди. Бунда истеъмол товарларни ишлаб чиқришни ўсиш сурати 2003 йилдаги 8,4 %га нисбатан 13,4 %ни (ёки солиштирма баҳоларда 280 млрд. сўмни) ташкил этди. Озиқ-овқат маҳсулотларни ишлаб чиқариш 9,9 %га (2003 йил 6,6 %), ноозиқ-овқат маҳсулотлари 18,6 %га (12,1%) ортди. (8.2.3.2 жадвал). Истеъмол товарларни

ишлаб чиқаришдаги бундай тенденция саноат корхоналари, кичик тадбиркорлик субъектлари фаолиятининг кучайганлиги, фермер ва деҳқон хўжаликлари томонидан қишлоқ хўжалиги хом ашёсини қайта ишлаш даражасининг ортганлиги билан боғлиқ.

Ноозиқ-овқат товарлари ишлаб чиқаришда маиший техникаларни (телевизор 3,6 марта, музлаткичлар 23,3 %, электрдазмоллар 4,4 %), енгил автомобиллар (72,6 %га), гилам маҳсулотлари (40,2 %) ва пайпоқ маҳсулотлари (10,0 %га) кўпайганлиги ўсиш тенденциясини таъминлади(8.2.3.1, 8.2.3.2, 8.2.3.3, 8.2.3.6 жадваллар).

8.2.3.2 – жадвал

Истеъмол товарларини ишлаб чиқариш динамикаси (ўтган даврга нисбатан %да)

	2003	2004
Истеъмол товарлари	108,4	113,4
Озиқ-овқат товарлари	106,6	109,9
Ароқ-вино ва пиво	98,2	100,9
Ноозиқ-овқат товарлари	112,1	118,6
Енгил саноат товарлари	112,2	99,4

Манба: ЎзР Давлат статистика қўмитаси.

8.2.3.3 – жадвал

Истеъмол товарларини ишлаб чиқариш динамикаси (ўтган йилга нисбатан %да)

	2000	2001	2002	2003	2004
Истеъмол товарлари	106,2	107,6	108,4	108,4	113,4
Озиқ овқат	110,5	110,2	116,1	106,6	109,9

товарлари					
Ароқ - вино ва пиво	108,1	102,6	95,5	98,2	100,9
Ноозиқ овқат товарлари	101,7	106,3	103,7	112,1	118,6
Енгил саноат товарлари	117,3	110,7	105,8	112,2	99,4

Манба: ЎзР Давлат статистика қўмитаси.

Истеъмол товарларни ишлаб чиқариш таркиби деярли ўзгаришсиз қолди. Иқтисодиётни ва саноат ишлаб чиқаришини ислоҳ қилиш натижасида ноозиқ овқат маҳсулотларини ишлаб чиқариш суръатининг ўсиши давом этди. 2004 йилда уларнинг ялпи истеъмол товарларини ишлаб чиқариш таркибидаги ҳиссаси 2003 йилдаги кўрсаткичга нисбатан 2,2 фоиз пунктга (50,4%-48,2%) ортди (8.2.3.4, 8.2.3.5 жадваллар).

8.2.3.4 – жадвал

Истеъмол товарларини ишлаб чиқариш таркиби (%)

	2003	2004
Истеъмол товарлари	100,0	100,0
Озиқ овқат товарлари	44,2	42,8
Ароқ-вино ва пиво	7,6	6,8
Ноозиқ-овқат товарлари	48,2	50,4
Енгил саноат товарлари	14,0	12,3

Манба: ЎзР Давлат статистика қўмитаси маълумотлари асосида.

8.2.3.5 – жадвал

Истеъмол товарларини ишлаб чиқариш таркиби

	2000	2001	2002	2003	2004
Истеъмол товарлари	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Озиқ-овқат товарлари	44,6	45,6	47,1	44,2	42,8
Ароқ-вино ва пиво	11,9	9,9	8,6	7,6	6,8
Ноозиқ-овқат товарлари	43,5	44,5	44,3	48,2	50,4
Енгил саноат товарлари	х	12,0	11,6	14,0	12,3

Манба: ЎзР Давлат статистика қўмитаси маълумотлари асосида.

Йирик саноат корхоналари томонидан янги пахта хосилини қайта ишланиши 2004 йил натижасига кўра трикотаж ва пайпоқ, ўсимлик ёғи каби маҳсулотларни ишлаб чиқариш суратларининг пасайишини олдини олди (8.2.3.6, 8.2.3.7 жадваллар).

2004 йил нитажаларига кўра гилам маҳсулотларини ишлаб чиқариш 2003 йилда Хоразм вилоятида «Хива Карпек» ҚК фойдаланишга топширилганлиги натижасида ишлаб чиқаришнинг 40,2 % ўсиши кузатилди. Мамлакатда етиштирилган буғдой ҳосили ҳисобига ун маҳсулотлари ишлаб чиқаришнинг 45,6 % га, макорон маҳсулотларни ишлаб чиқариш 10,1 %га кўпайди (8.2.3.6 жадвал).

8.2.3.6 – жадвал

Истеъмол товарларининг асосий турларини ишлаб чиқариш (ўтган даврга нисбатан %да)

	2003*	2004*
Пахта матолари	97,8	82,0
Ипак матолари	100,3	91,4
Гилам ваг илам маҳсулотлари	2,8 м	140,2
Пайпоқ маҳсулотлари	188,4	110,0
Трикотаж маҳсулотлари	100,6	95,9
Пойафзал	99,9	81,9

Сут ва сут маҳсулотлари	107,6	183,4
Сир бринза билан	78,4	89,1
Консервалар	119,8	80,9
Шакар	114,2	78,0
Ун	73,7	145,6
Нон ва нон маҳсулотлари	55,2	89,0
Макарон маҳсулотлари	60,4	110,1
Ўсимлик ёғи	97,8	100,5
Узум виноси	73,4	59,9
Ароқ ва ликёр ароқ маҳсулотлари	96,6	107,1
Алкоголсиз ичимликлар	25,3	26,9
Сигарет ва папирослар	92,5	94,6

Манба: ЎзР статистика қўмитаси

* кўрсаткичлар йирик корхоналар бўйича берилган.

Истеъмол товарларини ишлаб чиқаришнинг юқори суръатлари Навоий вилоятидан ташқари (97,3%) барча вилоятларда таъминланган. Нисбатан юқори кўрсаткичлар қуйидаги ҳудудларда кузатилди: Андижон (45,6 %), Фарғона (19,2 %), кашқадарё (17,1 %) вилоятларида (8.2.3.8 жадвал). Мамлакат ҳудудларида истеъмол товарларини ишлаб чиқаришнинг ўсишига кўп жиҳатдан кичик тадбиркорлик субъектлари, жумладан, нон ва нон маҳсулотлари, мева ва сабзавот консервалари, вино, алкогольсиз ичимликлар ишлаб чиқарувчи кичик корхоналар фаолиятининг фаоллашганлиги ижобий таъсир кўрсатди.

8.2.3.7 – жадвал

Саноат корхоналари томонидан истеъмол товарларининг асосий турларни

ишлаб чиқариш динамикаси (* ўтган даврга нисбатан %да)

	2000	2001	2002	2003	2004
Пахта матолари	107,8	111,9	106,9	97,8	82,0
Ипак матолари	102,0	98,3	97,4	100,3	91,4
Гилам ва гилам махсулотлари	71,4	104,8	108,3	2,8 м	140,2
Пайпоқ махсулотлари	119,9	63,4	77,0	188,4	110,0
Трикотаж махсулотлари	97,6	85,7	82,4	100,6	95,9
Пойафзал	111,3	149,1	109,5	99,9	81,9
Сут ва сут махсулотлари	91,2	102,5	115,9	107,6	183,4
Сир бринза билан	89,7	87,2	74,3	78,4	89,1
Консервалар	103,8	97,1	101,3	119,8	80,6
Шакар	48,6	2,8м	7,6м	114,2	78,0
Ун	94,0	103,4	87,1	73,7	145,6
Нон ва нон махсулотлари	106,3	100,4	99,5	55,2	89,0
Макарон махсулотлари	107,7	110,7	81,0	60,4	110,1
Ўсимлик ёғи	108,0	96,3	93,8	97,8	100,5
Узум виноси	89,3	118,8	116,6	73,4	59,9
Ароқ ва ликёр ароқ махсулотлари	99,1	92,5	92,5	96,6	107,1
Алкоглсиз ичимликлар	107,5	77,8	93,1	25,3	26,9
Сигарет ва папирослар	72,8	89,8	101,0	92,5	94,6

Манба: ЎзР Давлат статистика қўмитаси

*2003-2004йй. Кўрсаткичлари йирик корхоналар бўйича олинган.

Ўзбекистон хуудларида истеъмол товарларини ишлаб чиқариш (ўтган
йилганисбатан %да)

	2003	2004
Ўзбекистон Республикаси	108,4	113,4
Қорақолпоғистон Республикаси	104,7	110,3
Андижон	120,3	145,3
Бухоро	106,0	107,8
Жиззах	129,0	115,2
Қашқадарё	108,8	117,1
Навоий	105,3	97,3
Наманган	114,0	110,4
Самарқанд	106,8	109,9
Сурхондарё	106,2	115,2
Сирдарё	104,2	107,5
Тошкент	107,1	111,7
Фарғона	101,6	119,2
Хоразм	114,5	101,4
Тошкент ш.	102,7	103,4*

Манба: ЎЗР Давлат статистика қўмитаси

(*«Шакар Инвестментс» ҚК ва «КокаКола» ҚКдан ташқари.)

2004 йилда истеъмол товарларини ишлаб чиқаришнинг хуудий таркиби сақланиб қолди. Нисбатан юқори улушга эга бўлган хуудлар Андижон(20,3 %), Тошкент(11,4 %), Фарғона(9,8 %) вилоятлари ва Тошкент ш.(17,5 %) ҳисобланади (8.2.3.9-жадвал).

8.2.3.9-жадвал

Истеъмол товарлари ишлаб чиқаришнинг хуудий таркиби (%)

	2003	2004
Ўзбекистон Республикаси	100,0	100,0
Қорақолпоғистон Республикаси	1,9	1,9
Андижон	15,8	20,3
Бухоро	9,0	8,5
Жиззах	2,8	2,9
Қашқадарё	4,1	4,3
Навоий	2,6	2,2
Наманган	4,7	4,6
Самарқанд	9,5	9,2
Сурхондарё	2,9	2,9
Сирдарё	1,9	1,8
Тошкент	11,5	11,4
Фарғона	9,4	9,8
Хоразм	3,1	2,7
Тошкент ш.	20,8	17,5*

Манба: ЎЗР Давлат статистика қўмитаси маълумотлари асосида муаллиф ҳисоб китоблари (* «Шакар Инвестментс» ҚК ва «КокаКола» ҚК дан ташқари).

Озиқ-овқат товарларини ишлаб чиқариш кўрсаткичлари Тошкент шаҳрида (91,3 %) ташқари барча ҳудудларда юқори бўлган. Бунинг сабаби, шаҳарда жойлашган «КокаКола» ичимлиги ҚК ва «Шакар инвестментс» ҚКда хом ашё етишмаслиги натижасида ишлаб чиқариш қувватларининг пасайиб кетиши бўлди. (8.2.3.6-жадвал).

Енгил саноат маҳсулотларини ишлаб чиқаришнинг асосий қисми пахта ва ипак маҳсулотлари, трикотаж, тўқимачилик, гилам маҳсулотлари ва пойафзал ишлаб чиқарувчи ҳудудлар ҳиссасига тўғри келмоқда. Бундай ҳудудлар жумласига Бухоро (20,5 %), Фарғона (14,1 %), Андижон (11,5 %), Тошкент (11,1 %) вилоятлари ва Тошкент шаҳри(12,3 %) киради. Навоий вилоятидаги

кимё мажмуа корхоналарида энгил саноат махсулотларини ишлаб чиқаришнинг пасайиши уларнинг вилоятдаги ва Республикадаги кўрсаткичларни пасайтириб юборди (8.2.3.2, 8.2.3.8 жадваллар).

2004 йилда энгил автомобиллар, пахта ва ипак матолари, пайпоқ, тўқимачилик махсулотлари, мева-сабзавот консервалари, соклар, вино махсулотлари истеъмол товарлари экспортини асосий ташкил қилади. Натижада истеъмол товарлари экспорти 45,9 %га, жумладан, ноозиқ-овқат махсулотлари экспорти 50,5 %, озиқ-овқат махсулотлари экспорти 32,9 % га ортди. Ноозиқ-овқат товарлари ҳисобига экспорт таркибидаги истеъмол товарлари улуши 1,0% даражада ошди (8.2.3.10, 8.2.3.11 - жадваллар).

2003-2004 йилларда истеъмол товарлари жами экспорти мос равишда 314,7 ва 483,6 млрд. сўмни ташкил этди. Импорт эса 581,2 ва 351,3 млн. сўм бўлиб, истеъмол товарлари импорти республикага озиқ-овқат махсулотларини олиб киришнинг (87,4%) қисқариши натижасида камайди. Натижада мамлакатда ишлаб чиқарилган озиқ-овқат товарлари ҳисобига ички бозорнинг таъминланиши 95 % га етди. Импорт бўйича озиқ-овқат товарларидан шакар, гўшт ва сут консервалари, чой, чорвачилик ва ўсимлик ёғлари, ноозиқ-овқат товарларидан – оёқ кийим, матолар, трикотаж ва турли пайпоқ махсулотлари, кимёвий толалар, мураккаб маиший техника товарлари ва бошқа махсулотлар олиб келинди (8.2.3.10, 8.2.3.11- жадваллар).

8.2.3.10 жадвал

Истеъмол товарларини экспорт ва импорти (ўтган даврга нисбатан %да)

	2003	2004
Экспорт, жами	124,6	130,3
Истеъмол товарлари	121,3	145,9
Озиқ-овқат товарлари	96,5	132,9
Ароқ, вино ва пиво	32,8	81,3
Ноозиқ-овқат товарлари	133,3	150,5
Импорт, жами	109,3	128,7

Истеъмол товарлари	108,3	106,8
Озиқ-овқат товарлари	88,9	87,4
Ароқ, вино ва пиво	87,1	130,4
Ноозиқ-овқат товарлари	120,5	115,8

Манба: ЎзР Давлат статистика қўмитаси

8.2.3.11 жадвал

Истеъмол товарларини экспорт ва импорт таркиби (ўтган даврга нисбатан % да)

	2003	2004
Экспорт, жами	100,0	100,0
Истеъмол товарлари	8,7	9,7
Озиқ-овқат товарлари	2,2	2,3
Ароқ, вино ва пиво	0,1	0,1
Ноозиқ-овқат товарлари	6,4	7,4
Импорт, жами	100,0	100,0
Истеъмол товарлари	20,2	16,7
Озиқ-овқат товарлари	6,4	4,4
Ароқ, вино ва пиво	0,0	0,0
Ноозиқ-овқат товарлари	13,8	12,4

Манба: ЎзР Давлат статистика қўмитаси маълумотлари асосида муаллиф хисоб китоблари

Мамлакатда иқтисодий ўсишни таъминлаш ва иқтисодий ислохатларни чуқурлаштиришда аграр сектор муҳим рол ўйнайди. 2004 йилда ялпи ички маҳсулот таркибида қишлоқ хўжалигининг улуши 26,8 %ни ташкил этди. Маскур сектор охириги йиллар давомида барқарор суръатларда ривожланиб келмоқда. Барча мулк шаклларида яратилган қишлоқ хўжалиги

махсулотларининг умумий ҳажми 2004 йилда 4732,0 млрд. сўмни ташкил этди. Ўтган йилнинг шу даврига нисбатан 10,1 % ўсиш таъминланди.

2003 йилга нисбатан барча мулк шаклларида экин майдонлари 2,6 %га (3790,1 минг га дан 3691,5 минг га) ёки 98,6 минг га қисқарди. Жумладан, донли экинларнинг майдони 124,4 минг га, ем-хашак 35,2 минг га, мева-сабзавотлар 14,3 минг га, техник экинлар майдони эса 71,8 минг га, жумладан, пахта экин майдонлари 62,7 минг га кўпайди.

2004 йилда ширкат хўжаликлари экин майдонларининг камайиш тенденцияси давом этиб, фермер ва деҳқон хўжаликлари улуши ортиб бормоқда. Агарда 2003 йилда экин майдонлари таркибида фермер хўжаликларининг улуши 36,9 %ни, деҳқон хўжаликлари улуши 11,1 %ни ташкил этган бўлса, 2004 йилга келиб бу кўрсаткич мос равишда 47,7 % ва 11,7 %ни ташкил этди, ширкат хўжаликларининг улуши 51,9 %дан 40,5 %га камайди.

Илк бора юқоридаги қайт этилган ўсиш суръатларига об-хавонинг қулай келиши натижасида эмас, балки зарар билан ишлаётган ширкат хўжаликлари ўрнида фермер хўжаликларини ташкил этиш, корхоналарни кредитлашнинг янги механизмларини жорий этиш, агротехник тадбирларни ўз вақтида ўтказиш, зарур миқдордаги минерал ўғитлар билан ўз вақтида таъминлаш ва шартнома муносабатларини такомиллаштириш эвазига эришилади.

2004 йилда қишлоқ хўжалиги ялпи махсулоти таркибида сезиларли ўзгаришлар юз беради. Деҳқончиликнинг улуши 2003 йилдаги 51,6 % ўрнига 53,7 %га ортди, чорвачиликнинг улуши эса мос равишда 48,4 %дан 46,3 %га камайди.

Чорвачиликдаги вазият олдинги йилларга нисбатан бирмунча яхшиланди. Йирик шохли қорамол, қўй ва эчкилар ҳамда паррандаларнинг сони ортди. Барча мулк шаклларида чорвачилик махсулотларини ишлаб чиқариш 6,8 %га ортди. Нисбатан юқори кўрсаткичларга қўй ва эчкилар (6,4%) ҳамда паррандаларнинг (5,9 %) жон бошини ортганлигига таалуқли (8.2.3.13 жадвал).

8.2.3.12 – жадвал

Барча мулк шакллари бўйича қишлоқ хўжалиги маҳсулотларининг етиштириш

(МИНГ Т.)

Маҳсулотлар	2003				2004*			
	Барча мулк шаклларида	Қишлоқ хўжалиги корхоналари	Фермер хўжаликлари	Дехқон хўжаликлари	Барча мулк шаклларида	Қишлоқ хўжалиги корхоналари	Фермер хўжаликлари	Дехқон хўжаликлари
Пахта	280,3	1741,8	1061,5	х	3535,4	1707,1	1828,3	х
Дон	6319,2	3075,6	2264,1	979,5	6017,1	2211,6	2781,5	1024,0
Бўғдой	5625,6	2805,4	2030,3	789,9	5502,5	2085,2	2584,9	832,4
Гуруч	350,8	162,3	145,7	42,8	187,3	54,0	105,7	27,6
Картошка	834,4	49,7	33,5	751,2	892,7	45,7	43,1	803,9
Сабзавотлар	3301,4	626,0	353,5	2321,9	3315,9	355,6	384,4	2575,9
Полиз экинлари	587,3	77,8	177,8	331,7	571,3	46,2	174,1	351,0
Мева	765,8	231,5	56,6	477,7	846,3	215,9	109,5	520,9
Ўзум	401,5	160,5	22,5	218,5	577,6	264,3	56,9	256,4

* кутилаётган

Барча мулк шакллари бўйича
қорамол ва паррандалар сони (минг бош)

	2003				2004*			
	Барча мулк шаклларида	қишлоқ хўжалиги корхоналари	Фермер хўжаликлари	Дехқон хўжаликлари	Барча мулк шаклларида	қишлоқ хўжалиги корхоналари	Фермер хўжаликлари	Дехқон хўжаликлари
Йирик шохлиқ қорамол	5878,8	284,2	291,6	5303,0	6232,6	228,2	309,9	5694,5
Кўй ва эчкилар	9928,6	2460,8	309,4	7158,0	10560,3	2449,9	419,6	7690,8
Чўчқа	89,9	31,3	12,7	45,9	83,8	20,2	14,8	48,8
Паррандалар	7675,7	5630,4	770,9	11274,4	18726,9	5139,6	466,6	12820,7

Манба: ЎзР Давлат статистика қўмитаси (* қутилаётган)

Қорамоллар жон бошининг ортиши асосан деҳқон ва фермер хўжаликлари ҳисобига эришилди. Шу билан бир қаторда ширкат хўжаликларида қорамоллар ва паррандаларнинг сонининг камайиши кузатилди. Бу эса, уларнинг ўрнида чорвачиликка ихтисослашган фермер хўжаликларининг ташкил этилиши билан изоҳланади. Чорвачиликнинг асосий маҳсулотларини ишлаб чиқариш кўпайди, жумладан, гўшт 6,4 %, сут 6,2 %, тухум 13,9 %га ортди. Чорвачилик маҳсулотларининг асосий ишлаб чиқарувчилари деҳқон хўжаликларидир.

Амалга оширилган институционал ва таркибий ўзгаришлар натижасида қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари ишлаб чиқаришда илғор мулк шаклларида бўлган фермер хўжаликларининг улуши ортиб бормоқда, ширкат хўжаликларининг улуши камаймоқда. қайта ташкил этилган 326 та ширкат хўжаликлари ўрнига жами майдони 769,1 минг гектарга эга бўлган 15118 та фермер хўжаликлари ташкил этилди. Ташкил этилган фермер хўжаликларининг 10667 таси (469,9 минг га) пахта ва буғдой етиштиришга ихтисослаштирилган.

Бозор иқтисодиёти шаклланаётган шароитда ўтказилаётган ислохотлар натижасида истеъмол товарлари таклифини таркибида кичик тадбиркорликни ҳиссаси ортиб бормоқда.

Истеъмол товарларини ишлаб чиқариш соҳасида кичик корхоналарнинг фаоллиги сақланиб қолди. ўтган йилга нисбатан уларнинг ўсиш суръати 115,2% ни ташкил этди. Бу кўрсаткич маҳаллий ҳам ашё ҳисобига маҳсулотлар ишлаб чиқариш етган микрофирмалар ҳамда яқка тартибда фаолият юритаётган корхоналарда ишлаб чиқариш ҳажмини 122 %га ортиши натижасида эришилди. Бу кичик корхоналарнинг халқ истеъмоли товарлари умумий ишлаб чиқариш ҳажмида улушини оширишда ўз аксини топган (23,7 %). Кичик тадбиркорликнинг озиқ-овқат маҳсулотлари ишлаб чиқаришни умумий

ҳажмидаги улуши 36,5 %га ошди.

Кичик тадбиркорлик субъектлари томонидан истеъмол товарларини ишлаб чиқаришнинг юқори суръатлари Жиззах 83,3 %, Сирдарё 42,6%, кашқадарё 38,7% ва Тошкент вилоятларида 36,4 %га ўсди. Бундай ўсиш яқка тартибда маҳсулот ишлаб чиқарувчи тадбиркорлик субъектлари ишлаб чиқариш суръатларининг ошиши ҳисобига эришилди. Енгил саноатнинг йирик корхоналари жойлашган, лекин бугунги кунда таъмирлаш жараёнида бўлган Андижон, Бухоро, Сурхондарё, Фарғона ва Хоразм вилоятларида ўртача республика даражасидан (23,7 %) паст бўлган кўрсаткичлар қайт этилди. Мазкур вилоятларда жойлашган истеъмол товарларини ишлаб чиқаришга ихтисослашган кичик корхоналар учун катта бўлмаган ишлаб чиқариш ва технологик салоҳиятга эга.

Қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари ишлаб чиқаришда кичик тадбиркорлик субъектларининг улуши ўтган йилга нисбатан 2,8 % даражага кўтарилди ва 80,9%ни ташкил этди. (8.2.3.14 жадвал). Кичик корхоналардаги (181,5 %), микрофирмалардаги (140,8 %) ўсиш туфайли эришилди. Ялпи қишлоқ хўжалиги маҳсулотларида деҳқон хўжаликлари улуши 59,7 %ни ташкил қилди.

Аҳолини истеъмол товарларига бўлган талабини миқдорини асосан чакана товар айланиши ҳажми орқали ўлчаш мумкин. Шу сабабли Самарқанд вилояти мисолида чакана товар айланишини ички ресурслар билан таъминланганлик даражаси ҳисоб – китобини келтирамиз (8.2.3.15 жадвал).

8.2.3.14 - жадвал

Иқтисодиёт тармоқлари бўйича маҳсулот ишлаб чиқаришда кичик тадбиркорлик субъектларининг улуши, (%)

Кўрсаткичлар	2003	2004
Саноат		
Кичик тадбиркорликнинг саноат маҳсулотларини ишлаб чиқаришдаги улуши	10,9	10,7
кичик корхоналар	4,6	4,4
микрофирмалар	2,1	2,3
якка тартибдаги тадбиркорлар	4,2	4,0
Кичик тадбиркорликнинг истеъмол товарлари ишлаб чиқаришдаги улуши	23,3	23,7
кичик корхоналар	8,9	8,3
микрофирмалар	2,3	2,5
якка тартибдаги тадбиркорлар	12,1	13,0
Кичик тадбиркорнинг озиқ-овқат маҳсулотларини ишлаб чиқаришдаги улуши	34,5	36,5
кичик корхоналар	8,3	8,0
микрофирмалар	2,6	2,5
якка тартибдаги тадбиркорлар	23,5	26,0
қишлоқ хўжалиги		
Кичик тадбиркорликнинг ялпи ишлаб чиқаришдаги улуши	78,1	80,9
кичик корхоналар	1,2	2,0
микрофирмалар	14,0	19,1
якка тартибдаги тадбиркорлар	63,0	59,8
Чакана товар айланиши		
Кичик тадбиркорликнинг товар айланмасидаги улуши	42,4	41,8
кичик корхоналар	6,5	7,5
микрофирмалар	6,2	6,5

якка тартибдаги тадбиркорлар	29,7	27,8
Пуллик хизматлар		
Кичик тадбиркорликнинг пуллик хизматлар кўрсатишдаги улуши	45,4	47,4
кичик корхоналар	2,8	2,8
микрофирмалар	3,6	2,9
якка тартибдаги тадбиркорлик	39,0	41,7

Манба: ЎЗР Давлат статистика қўмитаси

8.2.3.15 - жадвал

Самарқанд вилоятида чакана товар айланишини ресурслар билан

таъминланганлиги

№	Кўрсаткичлар	2003	2004	2004 % 2003
1.	Чакана товар айланиши, млн. сўм	347136	372544,3	107,3
2.	Аҳоли жон бошига тўғри келган чакана товар айланмаси, минг сўм.	123,6	130,09	105,9
3	Халқ истеъмол моллари ишлаб чиқариш: 3.1 млн. сўм 3.2. %, чакана товар айланмасига нисбатан	201018,2 57,9	220950,0 59,3	109,9 +1,4
4.	Аҳоли жон бошига тўғри келган халқ истеъмол моллари, сўмда	73632,5	77408,1	105,1
5.	Аҳоли жон бошига тўғри келган чакана товар айланишига нисбатан, %	59,6	59,1	-0,5

8.2.4 Истеъмол товарлари таклифини режалаштириш.

Истеъмол товарлари таклифини жамиятда, регион ва ҳудудлар

миқиссида режалаштириш, талаб билан мувофиқлаштириш иқтисодий усуллар орқали ҳисоб китоб қилиш, уни ҳаракатини, йўналишларини тартибга солиш давлатнинг ҳар хил органлари томонидан амалда қўлланилади.

Бунинг учун асосан саноат маҳсулотлари, қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари, талаб ва таклиф балансларидан кенг қўлланилади.

Балансни тузишда техник-иқтисодий ҳисоблар, нормативлардан фойдаланилади.

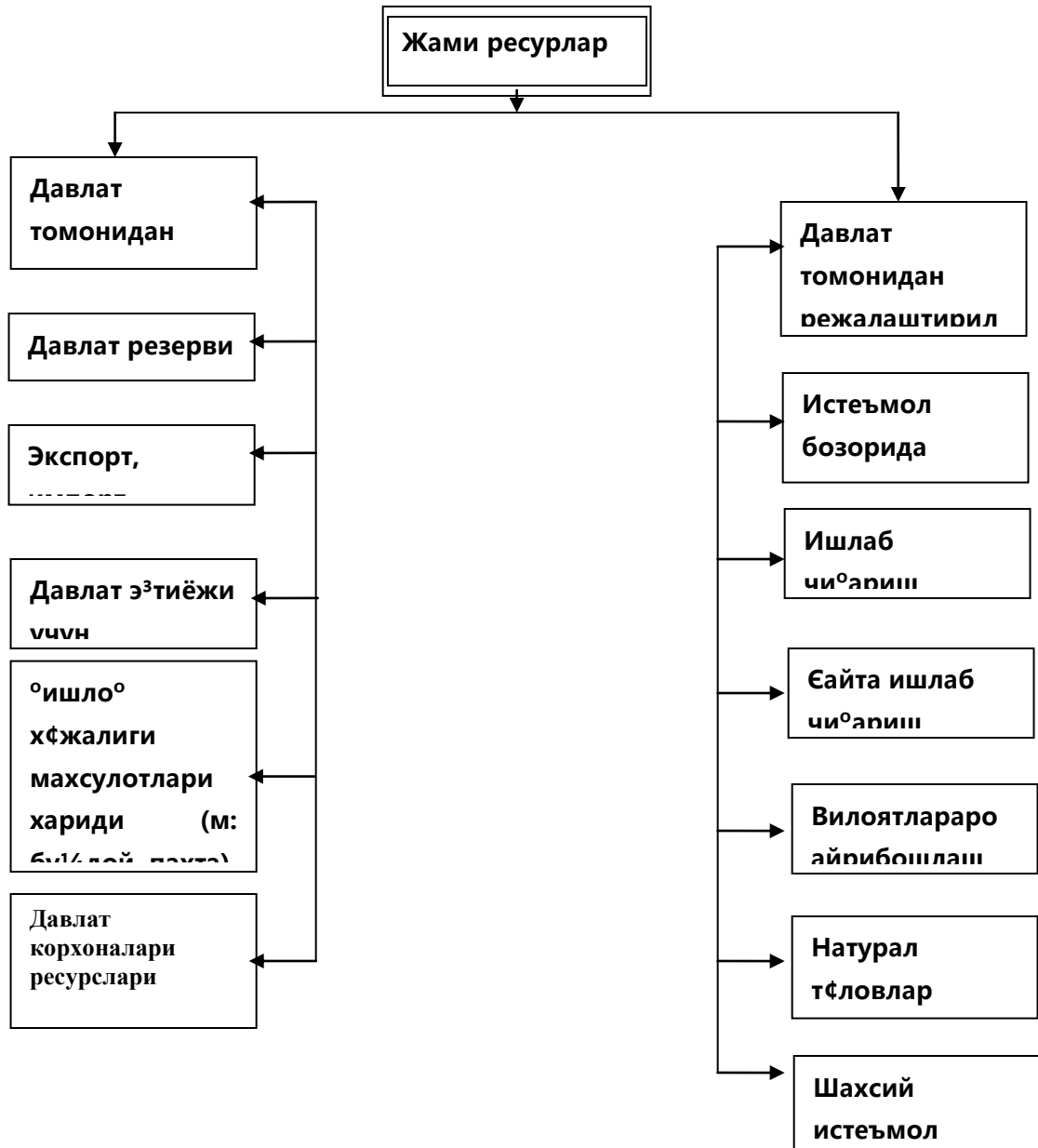
Баланслар маҳсулотлари ассортиментлари бўйича натурал ва қиймат кўрсаткичларда ишлаб чиқилади.

Баланслар икки қисмдан иборат бўлиб, бир (чап) томонидан ресурслар, иккинчи (ўнг) томонида уларни ишлатилиши акс топади.

Вилоят ва республика миқиссида истеъмол товарлари ассортименти бўйича ҳамда алоҳида қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари турлари бўйича баланслар тузилади. Уларни шакллари қуйидаги жадвалларда келтирилган (8.2.4.2, 8.2.4.3, – жадваллар)

Ресурсларни давлат томонидан режалаштирилиши нуқтаи назаридан қуйидагича тавсифлаш мумкин (8.2.4.1 – чизма)

Ресурсларнинг тавсифи



Истеъмол товарлари баланси шакли

(Вилоят миққиёсида)

(натурал ёки қиймат кўрсаткичларда)

Ресурслар	Сони ёки қиймати	Ресурсларни ишлатилиши	Сони ёки қиймати
1. Йил бошига захиралар		1.Истеъмол бозорида	
2. Ишлаб чиқаришдан келиши жами Жумладан:		2. қайта ишлаб чиқаришга	
2.1. Давлат корхоналари		3.Ишлаб чиқариш истеъмолига	
2.2. қўшма корхоналар		4. Давлат бюджети ташкилотларига	
2.3. Хусусий корхоналар		5. Давлат резервига (тўлдириш учун)	
2.4. Акциядор (очик, ёпиқ) корхоналар		6.Чет элга (экспорт)	
3. Чет элдан (импорт)		7.Бошқа вилоятларга	
4. Бошқа вилоятлардан		8. Йил охирига захиралар	
5. Бошқа манбалар (Давлат резерви)		Табийй йўқолишлар (чиқариб ташланади)	
БАЛАНС		БАЛАНС	

Қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари баланси шакли

(буғдой мисолида)

(Вилоят миқёсида, фақат ички ресурслар ҳисобга олинади)

Ресурслар	Хўжалик турлари					Ресурсларни ишлатилиши	Хўжалик турлари				
	Ширкатлар	Фермерлар	Дехқон хўжаликлар	Шахсий томарка	Жами		Ширкатлар	Фермерлар	Дехқон хўжаликлар	Шахсий томарка	Жами
1. Йил бошидаги заҳира						1. Шартнома асосида давлатга топшири лади					
2. Хўжаликларни жами маҳсулоти						2. Ишлаб чиқариш истеъмоли					
3. Натурал меҳнат тўловлари, ёрдамлар						2.1. Уруғлик 2.2. Емиш фонди					
Жами ресурслар						2.3. Сугурта фонди					
Табий йўқотишлар (чиқариб ташланади)						3. Натурал меҳнат тўловлари ва ёрдамлар					
						4. Шахсий истеъмол					
						5. Бозор фонди					
БАЛАНС						БАЛАНС					

Истеъмол товарлари бўйича талаб ва таклифни мувофиқлаштириш учун талаб ва таклиф баланси тузилади. Баланс истеъмол товари ассортименти бўйича ҳисоб қилинади. қуйида ушбу банаснинг чизмаси келтирилган.

8.2.4.4 чизма

Талаб ва таклиф баланси

№	Товар ассорти менти	Талаб			Таклиф	Фарқи	
		Аҳоли	Ташкилот, муассаса	Жам и		+	-

Таянч иборалар: Товар таклифи, товар ресурслари, товар таъминоти, бозор фонди, бозор сијими, баланс, захира, норма, нормативлар.

Такрорлаш учун саволлар.

1. Таклиф деганда нимани тушинасиз?
2. Таклиф қандай турланади?
3. Таклифни манбаларини айтинг?
4. Таклифни қйаси турлари режалаштирилмайди?
5. Таклифни қайси турлари режалаштирилади?
6. Таклифни режалаштиришда қандай усуллардан фойдаланилади?
7. Моддий баллансларни қандай турлари бор?
8. Истеъмол товарлари баланси қандай кўрсаткичларни ўз ичига олади?
9. Қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари баланси қандай кўрсаткичлардан ташкил топади?
10. Талаб ва таклиф балланси схемасини чизинг.

9 - боб: Чакана товар айланиши

9.1. Чакана товар айланиши тушунчаси ва ижтимоий-иқтисодий аҳамияти.

9.1.1. Чакана товар айланиши тушунчаси ва унинг таркиби.

9.1.2. Чакана товар айланиши таснифи.

9.1.3. Чакана товар айланиши ижтимоий-иқтисодий аҳамияти.

9.1.4. Чакана товар айланиши кўрсаткичлари ва уларни баланс боғлиқлиги.

9.1.5. Чакана товар айланиши ривожланиш тенденциялари.

9.1.1. Чакана товар айланиши тушунчаси ва унинг таркиби.

Чакана товар айланишининг моҳиятини асосида товар муомиласида мавжуд бўлган муносабатлар ётади.

Товар муомиласи тўғрисида фикр юритганда, унинг негизида икки томонли муносабат ётганлигини кўрамиз. Бир томонда – сотувчи, товар эгаси, унинг мақсади товарни сотиш, иккинчи томондан сотиб олувчи, яъни аҳоли, қўлида қандайдир миқдорда товарни сотиб олиш учун эквивалент пул бор, товарни сотиб олиш учун талаби мавжуд субъектга, агар иккала интилиш, товарни сотиш ва сотиб олиш бир – бирига муносиб бўлиб қолса, олди – сотди жараёни амалга ошади ва товар пулга алмашади. Ушбу жараён товар айланиш категориясида ўз ифодасини топади. Бу жараёнда товар билан аҳолини сотиб олиш қобилияти, яъни аҳолини мавжуд даромади товарга алмашиб кетади ва иккала айтилган категориялар йўқолиб, яъни иккита категория вужудга келади.

Улар бир томондан аҳолининг пули – савдогар маҳсулотнинг сотиш натижасига, товар эса айрибошлаш жараёнидан чиқиб, истеъмол жараёнига товарлик хусусиятини йўқотиб истеъмол неъматига айланади. Аҳоли томонидан истеъмол қилиш жараёни бошланади. Товар ижтимоий моҳиятини йўқотиб, истеъмолчининг шахсий мулкига айланади. Ушбу муносабат натижасини статистик кўрсаткичи орқали изҳор қилиш мумкин. Бундай кўрсаткич сифатида чакана товар айланиши каби статистик қиймат кўрсаткич ҳисобланади. Ушбу

муносабатлар жараёнида аҳоли товар айрибошлаш хам объекти хам субъекти сифатида, яъни объект истеъмолчи, субъект сотиб олувчи бўлиб қатнашади.

Чакана товар айланишидек статистик қиймат кўрсаткичининг мазмунини чуқурроқ кўриб чиқамиз.

Аҳолига сотилган товарларнинг қиймати товар айрибошлаш жараёнидан истеъмолга ўтган моддий неъматларнинг қийматини пулдаги ифодаси, чакана товар айланишнинг аҳолига сотилган ҳажмини ифода қилади. У қандайдир товарлар миқдорини (q) тегишли баҳоларда (p) аҳолининг пулига айрибошланишини англатади. Бунда чакана товар айланиши аҳолига сотилган миқдори

$$ЧТА = \sum q p$$

статистик формула билан ифодаланади.

Чакана товар айланиши динамик жараён бўлиб, узлуксиз давом этади. У доимо такрорланиб туради ва такрор ишлаб чиқариш жараёнини бир этапи ҳисобланади. Бу жараён аҳоли истеъмолини кенгайиб ва ортиб боришини ифодалайди.

Аҳолининг шахсий эҳтиёжини қондириш учун зарур бўлган моддий неъматларнинг асосий қисми уларга савдо орқали етказилади.

Аҳоли истеъмол қиладиган товарлар массасининг сон миқдори ва сифат тавсифи чакана товар айрибошлаш кўрсаткичлари орқали намоён бўлади.

Истеъмол товарларини ишлаб чиқаришдан аҳолига етказиш жараёни товар муомиласи қонунлари таъсири остида амалга оширилади (қиймат, қўшимча қиймат, талаб ва таклиф қонунлари). Шу сабабли чакана товар айланиши аҳоли пул даромадларини товарга алмаштириш йўли билан товарлар ҳаракатининг охириги боқичи – товар айрибошлашдан шахсий истеъмолгача бўлган жараёндаги иқтисодий муносабатларни англатади. Бу чакана товар айланишининг иқтисодий мазмунини тушунтиради.

Чакана товар айланиши – истеъмол товарларининг аҳолига ва бошқа

истеъмолчиларга, уларни эҳтиёжларини қондириш учун сотилиш миқдорини пулдаги ифодасидир.

Чакана товар айланиши товар айрибошлаш жараёнини охириги босқичида намоён бўлиб, унда товарларнинг иқтисодий категория сифатидаги мазмуни ўзгаради.

Товарлар истеъмол фондини реал шаклига айланади, айрибошлаш жараёнидан чиқиб кетади ва истеъмолчининг мулкига айланади.

Аҳоли ўзининг истеъмол товарларига бўлган эҳтиёжини нафақат якка тартибда, балки жамоа бўлиб истеъмол қилишнинг ҳар хил шакли орқали ҳам қондиради. Бунда товарни сотиб олувчи сифатида ҳар хил корхоналар, ташкилотлар қатнашади (дам олиш масканлари, касалхоналар, болалар боғчалари, бошқа корхона, ташкилот ва муассасалар). Улар товарларга бўлган иккиламчи, жорий хўжалик эҳтиёжларини қондириш учун товарлар сотиб олишади.

Чакана товар айланишининг бундай шаклланган қисми майда улгуржи товар айланиши деб аталади ва чакана товар айланиши миқдорида кўп эмас – 5% атрофида бўлади.

Шундай қилиб, чакана товар айланиши товарларни пулга айлантириш жараёнида вужудга келади. Бу жараёнда товар эгаси товарларни бошқа жисмоний ёки ҳуқуқий шахсга пулга сотади.

Чакана товар айланиши савдо корхоналарининг асосий кўрсаткичларидан биридир.

Чакана товар айланиши иқтисодий категория ҳисобланади ва товар айрибошлаш жараёнидаги иқтисодий муносабатларни натижасидир.

Чакана товар айланиши бир томондан савдо корхоналари фаолиятининг натижаси, уларни ижтимоий – иқтисодий самарадорлигини, иккинчи томондан аҳолининг сотиб олиш қобилиятини реал моддий неъматларга айланишини кўрсатади, яъни аҳолини моддий фаровонлиги кўрсаткичи сифатида намоён бўлади.

Шундай қилиб, чакана товар айланиши бир томондан сотилган товарлар массаси миқдоридир (пулдаги ифодаси), иккинчи томондан аҳолининг товар сотиб

олиш учун пул харажатларининг миқдоридир.

Чакана товар айланиши кўрсаткичи миқдор – сон жиҳатдан ва сифат тавсифига эгадир. Чакана товар айланиши миқдори, яъни сон жиҳати – сотилган товарларни пулдаги миқдори бўлса, сифат жиҳати унинг ассортимент таркибидир, яъни унинг умумий ҳажмида алоҳида товар гуруҳларининг ҳиссаси (фоизларда) билан белгиланади.

Чакана товар айланиши миқдори (ҳажми) таркибини аниқ ажрата билиш зарур.

Чакана товар айланиши миқдори – бирон бир даврга(кун, ой, квартал, йил) савдо шаҳобчаларининг (оммавий овқатланиш шаҳобчаларининг) банк ёки кассага топширган нақт пули ва пулсиз- майда улгуржи товар айланиши ҳажмидан иборат.

Чакана товар айланиши таркиби – ҳар ҳил товарларни сотиш турларидан иборат. Чакана товар айланиши таркиби аҳолига, айрим муассаса, корхона ва ташкилотларга расмий ҳисобга олинган савдо (оммавий овқатланиш) шаҳобчалари, нарсалар бозорлари, озиқ – овқат бозорлари (деҳқон) ва универсал бозорлар орқали товарларни сотилиш миқдори билан шаклланади.

Чакана товар айланиши таркибига қуйидагилар киради:

1. Озиқ – овқат ва ноозиқ – овқат товарларини чакана савдо шаҳобчалари, аптекалар ва шунга ўхшаш шаҳобчалар орқали сотилган товарлар учун тушум.
2. Оммавий – овқатланиш корхоналари чакана товар айланиши.
3. Китоб, газета, журналлар сотишдан тушум, жумладан подписка орқали.
4. Тикув устахоналарида (ательелар) кийим – кечаклар сотишдан тушум.
5. Пойафзал, кийим – кечакларни, маданий – хўжалик товарларини, шахсий автомобилларни таъмирлаш устахоналари тушумлари.
6. Химчистка, кийим – кечакларни ранглаш, уй жойни қуриш ва таъмирлаш устахоналари тушумлари.
7. Ёқилғи, стандарт уйлар (фински), ўрмончилик материалларини сотувчи корхоналар тушумлари.

8. Махсус кийим – кечаклар, овчилик қуролларини сотишдан тушган тушум.
9. Савдо корхоналарининг аҳолига товар сотишдан, уйига етказишдан, сотилгандан кейин кўрсатилган хизматлардан тушум.
- 10.Прокат пунктлари тушуми.
- 11.Лотореяга ютилган товарлар қиймати.
- 12.Кредитга сотилган товарлар қиймати, сотилган кундан.
- 13.Майда улгуржи товар айланмаси.
- 14.Комиссион савдо, нарсалар, озиқ-овқат, ноозик-овқат, универсал бозорлар товар айланмаси.

Чакана товар айланишига киритилмайдиганлар

1. Савдо ва умумий овқатланиш корхоналаридан қайта сотиш учун сотилган товарлар.
2. ўқув юртларига кўргазмали қуроллар, махсус мебел, инвентарлар, жиҳозлар ва ҳ.к.лар.
3. Товар етказиб берувчига қайтарилган товарлар қиймати.
4. Векселлар бўйича товар сотиш.
5. Савдо шахобчаларида сотилган транспорт чипталари.
6. Болалар боғчаларига, соғлиқни сақлаш ва бошқа муассасаларга медицина жиҳозлари, инвентарлари, махсус мебел, медикоментлар.
7. Савдо шахобчаларига, оммавий овқатланиш корхоналарига инвентарлар, чойшаблар, идиш товоқлар.
8. Спорт муассасаларига спорт товарлари.
9. Ишлаб чиқариш корхоналаридан тўғридан – тўғри чакана сотиш.

9.1.2. Чакана товар айланиши таснифи.

Чакана товар айланиши қуйидагича таснифланади.

I. Мулк шакли бўйича:

- 1.1. Давлат савдо корхоналари.
- 1.2. Матлубот корпорацияси.
- 1.3. Хусусий савдо корхоналар.
- 1.4. қўшма мулк корхоналари.
- 1.5. Якка тартибдаги хўжаликлар.
- 1.6. Акционер жамиятлари.

II. Савдо билан шуғулланувчи корхоналари турлари бўйича:

- 2.1. Чакана савдо шахобчалари.
- 2.2. Оммавий овқатланиш корхоналари.
- 2.3. Фирма магазинлари.
- 2.4. Дехқон бозори.
- 2.5. Ташкил қилинмаган бозор.
- 2.6. Комиссион савдо.

III. Чакана товар айланиши таркибидаги ассортиментлар бўйича:

- 3.1. Озиқ – овқатлар.
- 3.2. Ноозиқ – овқатлар.

IV. Олди сотди муносабатлари бўйича:

- 4.1. Нақт пул орқали.
- 4.2. Пулсиз алоқалар.
- 4.3. Банк чеклари орқали.
- 4.4. Кредит ёки электрон карточкалари орқали.
- 4.5. Кредитга сотиш.

9.1.3 Чакана товар айланиши ижтимоий – иқтисодий аҳамияти.

Чакана товар айланиши жамиятининг ижтимоий – иқтисодий ривожланишининг асосий кўрсаткичларидан бири. У орқали ишлаб чиқарилган, келтирилган (махсулотлар) товарлар қийматини ва истеъмол қийматини жамият томонидан тан олинганлиги изҳор қилинади. Олди-сотди жараёнида товар

айтибошлашни охирги босқичи бўлиб унда бутун товарларни ишлаб чиқариш ва айрибошлаш билан боғлиқ бўлган харажатлар пул шаклида қайтарилади. Шу сабабли саноат корхоналари қишлоқ хўжалик субъектлари, транспорт ва савдо ташкилотлари ўз фаолиятини такрорлаш имкониятига эга бўлади, яъни такрор ишлаш жараёни доимий жараёнга айланади.

Товарларни 80-90% савдо корхоналари орқали сотилади.

Чакана товар айланиши жамиятнинг пул муомаласи жараёнига таъсир қилади. Жамиятдаги пул тушумининг кўп қисми чакана савдода товарлар олди сотди жараёнида қатнашади.

Чакана товар айланиши жамиятнинг пул муомаласи жараёни билан чамбарчас боғлиқ, нақт пулнинг 70-80% чакана товар айланишида ўз аксини топди. Пул эмиссияси чакана товар айланиши билан боғлиқ, чакана товар айланиши ўсиши ёки камайиши кассаларга пул тушумларига тегишлича таъсир қилади.

Чакана товар айланиши кўрсаткичи жамиятдаги айрим мутоносибликлар (пропорциялар)ни таъминлашга таъсир қилади.

Товар ва пулни айрибошлаш жараёнини нормал ҳолда ташкил қилиш бир томондан бозорга чиқарилган товарларнинг миқдори ва таркибига, иккинчидан, аҳолининг харид фонди миқдорига ва талабнинг таркибига боғлиқдир.

Давлат бюджетига тушумларни кўп қисми чакана товар айланиши орқали рўёбга чиқарилади.

Чакана товар айланиш миқдорида ишлаб чиқариш ва истеъмол, талаб ва таклифни мувофиқланиши ўз аксини топади.

Чакана товар айланиши ҳажми савдо корхоналарининг даромад ва фойдасининг миқдорига тўғридан – тўғри боғлиқ.

Чакана товар айланишини яна бир томони у аҳоли яшаш даражасини баҳолашга имконият яратади. Чунки чакана товар айланиши аҳолини шахсий истеъмолини асосий қисмини тавсифлайди. Шу билан бир қаторда чакана товар айланиши иқтисодиётни ривожланишини тавсифлайдиган кўрсаткичлардан бири бўлиб ҳисобланади.

Чакана товар айланиши орқали аҳолининг моддий фаровонлигига, уларни

алоҳида товарлар билан таъминланишига баҳо берилади.

Чакана товар айланиши кўрсаткичи иш ҳақи, нафақа, стипендия тўлашни ўз вақтида амалга оширишга таъсир қилади.

9.1.4. Чакана товар айланиши кўрсаткичлари ва уларни баланс боғлиқлиги.

Чакана товар айланиши қуйидаги кўрсаткичлар билан тиғиз балансли боғлиқликда намоён бўлиб туради.

Уларга:

Биринчидан, товарлани сотилиш ҳажми, бу кўрсаткич чакана товар айланиши деб юритилади чакана савдо ва оммавий овқатланиш шаҳобчаларидан сотилган товарлар ҳажмидан иборат бўлади. Ушбу кўрсаткич савдо ва оммавий овқатланиш унинг туман, вилоят, республика миқёсида ишлатилади.

Алоҳида олинган савдо шаҳобчасида ушбу кўрсаткич унинг чакана товар айланиши кўрсаткичига тенг бўлади;

Иккинчидан, товар захиралари, улар давр бошига ва давр охирига ҳисобга олинади;

Учинчидан, товарларни келиши, яъни товар таклифи;

Тўртинчидан, товарларни табиий емирилиши ва товарларни бошқа савдо шаҳобчаларига бериб юбориш кабилар киради.

Ушбу кўрсаткичлар товарларнинг умумий ҳажми бўйича ва уларни ассортиментни бўйича ҳисоб – китоб қилинади, таҳлил қилинади, прогноз қилинади ва ривожлантирилади.

Бу кўрсаткичлар баланс боғлиқликда бўлиб, унинг бир қисми талаб миқдорини, иккинчи қисми таклиф, яъни товарлар билан таъминланганлик даражасини англатади.

Ушбу боғлиқликни қуйидагича ифодалаш мумкин:

$$З_1 + ЧТА + \Gamma_{\text{и}} + X_{\text{х}} = T_{\text{к}} + З_2;$$

Бу ерда:

$З_1$ – давр бошидаги товар захиралари;

ЧТА – чакана товар айланиши;

$T_{\text{й}}$ – товарларни табиий емирилиши;

X_x – хужжатлаштирилган харажатлар;

T_k – товарларни келиши;

Z_2 - давр охиридаги товар захиралари.

9.1.5.Чакана товар айланиши ривожланиш тенденциялари.

Ўзбекистон Республикасида чакана товар айланиши тенденцияларини аниқлаш учун қуйидаги жадвалдаги маълумотларни таҳлил қиламиз.

9.1.5.1 – жадвал

Аҳолига товар сотиш ва хизмат кўрсатиш ҳажми.

Йиллар	Аҳолига товар сотиш ва хизматлар кўрсатиш ҳажми		Жумладан			
			Товарлар сотиш		Хизматлар кўрсатиш	
	млрд. сум	%	млрд. сум	млрд. сум	млрд. сум	%
2000	2079,4	100	1787,5	85,2	309,9	14,8
2001	3172,2	100	2699,9	85,1	472,3	14,9
2002	4497,7	100	3786,3	84,2	711,4	15,8
2003	5238,1	100	4289,7	81,9	948,4	18,1
2004	5991,3	100	4764,7	79,5	1226,6	20,5

Манба: ЎзР Давлат статистика қўмитаси.

Ушбу маълумотлардан кўриниб турибдики аҳолини товар ва хизматларга харажатларини умумий ҳажмида товарларнинг хиссаси юқори (85-80%), ва хизматлар эса 15,0 – 20,0 атрофида. Кам миқдорда бўлса ҳам хизматларнинг хиссаси ортиб бориши кузатилмоқда.

Чакана товар айланиши ҳамда пуллик хизматлар солиштирма баҳоларда йилдан йилга ўсиб бориши кузатилмоқда, (9.1.5.2 жадвал) жумладан хизматлар ҳажми чакана товар айланишига нисбатан тезроқ суръатларда ортиб бормоқда,

худди шундай уларнинг ҳажми ҳақиқий баҳоларда 2000 йилга нисбатан тез суръатларда ортиб борган. Чунки чакана товар айланиши 2,6 маротаба ортган бўлса, хизматлар – 4,0 маротаббага ортган. Ушбу кўрсаткичлар товар баҳоси индексига нисбатан хизматлар баҳоси индекси юқори миқдорда ортиб бораётганлигидан ҳам далолат беради. Шу билан бир қаторда ҳар йили уларни физик миқдори ҳам ортиб бораётганлигини кўриш мумкин.

9.1.5.2 жадвал

Чакана товар айланиши ва пулли хизматлар динамикаси

Даврлар	Чакана товар айланиши			Пуллик хизматлар		
	Жорий млрд, сўм	Ўтган йилга нисбатан ўсиш, %		Жорий баҳоларда, млрд. сўм	Ўтган йилларга нисбатан ўсиш, %	
Даврлар		Таққослама нархларда	2000 йилга нисбатан ҳақиқий баҳоларда			Таққослама баҳоларда
2000	1787,5	107,6	100,0	309,9	115,7	100,0
2001	2699,9	109,6	151,5	472,3	114,7	152,4
2002	3786,3	102,1	211,8	711,4	108,6	229,6
2003	4289,7	105,1	240,0	948,4	107,9	306,0
2004	4764,7	104,7	266,6	1226,6	113,8	395,2

Манба: ЎзР Давлат статистика кўмитаси

9.1.5.3 жадвал

Чакана товар айланмаси ҳудудий таркиби

ҳудудлар	Чакана товар айланиши				Ўтган йилга нисбатан жорий нархларда ўсиш суръатлари,
	2003		2004		
	%	сумма	%	сумма	

					%
Ўзбекистон					
Республикаси	100,0	4289,7	100,0	4764,7	104,7
қорақолпоғистон					
Республикаси	3,1	133,7	3,0	144,7	100,9
Андижон	11,2	481,8	9,7	460,9	95,7
Бухоро	5,0	215,7	5,0	240,8	102,9
Жиззах	2,5	106,2	2,5	117,8	103,1
қашқадарё	6,9	298,9	7,0	333,1	100,8
Навоий	2,5	108,8	3,0	143,5	123,5
Наманган	6,0	258,6	5,7	274,3	100,0
Самарқанд	8,1	347,1	7,8	372,5	101,1
Сурхондарё	5,0	216,4	5,2	249,5	107,3
Сирдарё	1,5	66,0	1,5	73,8	103,6
Тошкент	10,7	453,2	11,1	530,0	111,5
Фарғона	12,4	532,9	11,7	558,3	100,0
Хоразм	3,4	144,6	3,3	158,2	103,4
Тошкент ш.	21,9	925,8	23,2	1107,3	114,2

Манба: ЎзР Давлат статистика қўмитаси

Аҳоли жон бошига тўғри келган чакана товар айланиши.

Ўудлар	Аҳоли жон бошига чакана савдо товарайрибошлал, минг сўм		ўсиш сурати, %	Жумладан, умумий хажмга нисбатан % да					
	2003	2004		Озиқ – овқатлар			Ноозиқ – овқатлар		
				2003	2004	ўзгариши (+; -)	2003	2004	ўзгариши (+; -)
Ўзбекистон	167,2	183,6	109,8	60,7	56,9	-3,8	39,3	43,1	+3,8
Қорақолпоғистон	85,7	92,3	107,7	60,7	56,3	-4,1	39,6	43,7	+4,1
Андижон	209,4	197,5	94,3	51,2	56,8	+5,6	48,8	43,2	-5,6
Бухоро	145,1	160,3	110,5	72,5	62,1	-10,4	27,5	37,9	+10,4
Жиззах	103,0	113,0	109,7	51,1	50,0	-1,1	48,9	50,0	+1,1
кашқадарё	128,9	141,1	109,5	68,1	60,3	-7,8	31,9	39,7	+7,8
Навойи	135,2	177,1	131,0	59,9	49,4	-10,5	40,1	50,6	-10,5
Наманган	127,1	133,0	104,6	46,9	46,0	-0,9	53,1	54,0	+0,9
Самарқанд	123,3	130,5	105,8	61,9	61,3	-0,6	38,1	38,7	+0,6
Сурхондарё	116,8	132,5	113,4	55,1	47,0	-8,1	44,9	53,0	+8,1
Сирдарё	98,5	109,5	112,2	55,4	58,5	+3,1	44,6	41,5	-3,1
Тошкент	186,1	215,9	116,0	65,7	49,4	16,3	34,3	50,6	+16,3
Фарғона	190,7	197,2	103,4	55,1	56,3	+1,2	44,9	43,7	-1,2
Хоразм	103,1	111,1	107,8	66,4	62,5	-3,9	33,6	37,5	+3,9
Тошкент ш.	429,4	514,0	119,7	66,8	62,8	-4,0	33,2	37,2	+4,0

Манба: ЎЗР Давлат статистика кўмитаси.

Чакана товар айланмасининг ҳудудий таркиби (9.1.5.3 – жадвал) шуни кўрсатадики, фақатгина Андижон вилоятида 2004 йили 2003 йилга нисбатан чакана товар айланмаси ўсиш сурати камайган, қолган вилоятларда ўсиш кузатиляпти. Жумладан: Навоий (123,5%), Тошкент (111,5%), Тошкент ш. (114,2%) ва Сирдарёда – 107,3 % миқдорда ўсиш кузатилмоқда. Ушбу вилоятларда чакана товар айланишининг Республикадаги ҳиссаси ҳам сезиларли даражада ортган. Айрим вилоятларда ушбу кўрсаткич қисқарган: қорақолпоғистон Республикасида (-0,1%), Андижонда (-0,5%), Наманганда (-0,3%), Самарқандда (-0,3%), Фарғонада (-0,7%) ва Хоразмда (-0,1%). Ушбулардан шундай ҳулоса қилиш мумкинки, чакана товар айланиши вилоятлараро кескин фарқ қилади.

Аҳоли жон бошига тўғри келадиган чакана товар айланиши (9.1.5.4 жадвал) Республика ва вилоятлар (қорақолпоғистон Республикаси шу жумладан) бўйича ҳамда товар айланишини макротартиби бўйича 2003-2004 йилларга солиштирма кўрсаткичларни таҳлилдан қуйидаги ҳулосаларни қилиш мумкин:

биринчидан, аҳоли жон бошига тўғри келадиган чакана товар айланиши вилоятлараро кескин фарқ қилади. Бу кўрсаткич Республика бўйича ўртача 183,6 минг сўмни ташкил қилган ҳолда тебраниш миқдори 92,3 - 514,0 минг сўмгача. Ушбу маълумотлар Республика вилоятларида аҳолининг яшаш даражаси ва даромадларини ҳар хил эканлигидан дарак беради;

иккинчидан, аҳоли жон бошига чакана товар айланиши бир текисда бўлмаса ҳам (Андижон вилоятидан ташқари) барча вилоятларда ортиб бораётгани кузатилмоқда;

учинчидан, Республика ва барча вилоятларда умумий товар айрибошлаш таркибида озиқ – овқат маҳсулотларини ҳиссаси юқори даражада сақланиб турибди;

тўртинчидан, умумий товар айланишида ноозиқ – овқат товарларини ҳиссаси ортиб бораётганлиги (Андижон, Сирдарё ва Фарғона вилоятларидан ташқари) кузатилмоқда.

9.1.5.5 жадвал маълумотлари аҳолининг узоқ муддатли фойдаланиш товарлари билан таъминланиш даражаси юқори эмаслигини, жумладан,

магнитофонлар, кир ювиш машиналари ва тикиш машиналари билан таъминланганлик даражаси камайиб бораётганлигини ифодамоқда.

9.1.5.5 жадвал

Аҳолининг узок муддатли фойдаланиш товарлари билан таъминланганлиги (уй хўжаликларига нисбатан, %да)

№	Товарлар	Йиллар		ўзгаришлар(+;-)
		2003	2004	
1.	Телевизорлар:			
	1.1. Рангли	32,9	37,8	+4,9
	1.2. Оқ – қора	60,2	60,0	-0,2
2.	Магнитофонлар	30,1	27,7	-2,4
3.	Музлаткичлар	50,8	52,3	+1,5
4.	Кир ювиш машиналари	21,1	20,1	-1,0
5.	Тикиш машиналари	39,0	34,6	-4,4
6.	Енгил автомобиллар	13,4	14,1	+0,7

Юқорида келтирилган маълумотлар шуни кўрсатадики ривожланишнииг хозирги босқичида чакана товар айланишида қуйидаги тенденциялар намоён бўлмоқда.

1. Умумий ҳажми ортиб бормоқда, жумладан вилоятлар бўйича ҳам.
2. Аҳолига товар сотиш ва хизматлар ҳажмида чакана товар айланишининг ҳиссаси камайиб бормоқда.
3. Чакана товар айланиши таркибида озиқ – овқатлар ҳиссаси камайиб, ноозиқ - овқатлар ҳиссаси ортиб бормоқда.
4. Аҳолини узок муддатли фойдаланиш товарлари билан таъминланиш даражаси етарли даражада эмас, айрим товарлар бўйича ортиб бориш кузатилмоқда.
5. Чакана товар айланишини вилоятлараро тақсимотида сезиларли даражада тафовут сақланиб қолмоқда.

Таянч иборалар: чакана товар айланиши, чакана товар айланиши ҳажми (миқдори), чакана товар айланиш таркиби, майда улгуржи товар айланиши, товар захиралари, товар таъминоти, товарларнинг келиши.

Такрорлаш учун саволлар:

1. Чакана товар айланиши таърифини айтинг?
2. Чакана товар айланиши таркибини айтинг?
3. Чакана товар айланиши қандай жараён?
4. Чакана товар айланиши ҳажми нимани англатади ва қандай формула билан ифодаланади?
5. Майда улгуржи товар айланиши нималардан иборат бўлади?
6. Чакана товар айланиши аҳамиятини ёритинг?
7. Чакана товар айланиши ривожланиш тенденцияларини айтиб беринг?
8. Чакана товар айланиши таркибига қандай сотишлар киритилмайди?
9. Чакана товар айланиши кўрсаткичларини айтинг?
10. Чакана товар айланиши кўрсаткичларини баланс бўлдиқлигини тушинтиринг.

9.2. Чакана товар айланиши таҳлили

9.2.1. Чакана товар айланишини таҳлил қилиш вазифалари ва усуллари.

9.2.2. Чакана товар айланишига таъсир қилувчи омиллар.

9.2.3. Чакана товар айланиши умумий ҳажми таҳлили.

9.2.4. Чакана товар айланиш таркибини таҳлили.

9.2.1. Чакана товар айланишини таҳлил қилиш вазифалари ва усуллари.

Чакана товар айланишини таҳлил қилишда кўрсаткичлар тизимидан фойдаланилади. Уларни айримларини қуйида келтирамиз:

- ❖ чакана товар айланиши миқдорини ёки ҳажмини жорий баҳоларда тавсифловчи, сўм;
- ❖ чакана товар айланиши миқдорини (ҳажмини) солиштирма баҳоларда тавсифловчи, сўм;
- ❖ чакана товар айланиши ассортимент таркибини тавсифловчи натурал кўрсаткичлар, сўм ва фоизда;
- ❖ аҳоли жон бошига тўғри келадиган чакана товар айланиши, сўм;
- ❖ 1 ойлигига тўғри келадиган чакана товар айланиши сўм;
- ❖ 1 кунлик чакана товар айланиши, сўм;
- ❖ 1 ишчига тўғри келадиган чакана товар айланиши, сўм;
- ❖ савдо шахобчаларини 1 кв.м, жумладан савдо майдони 1 кв.м тўғри келадиган чакана товар айланиши, сўм;
- ❖ чакана товар айланиши нисбий кўрсаткичлари (% бажарилиши, динамикаси, индекслари, мавсумийлик, маромийлик коэффицентлари, товар айланиш тезлиги кун ва маротаба) ва ҳ.к.

Чакана товар айланиши таҳлилининг вазифалари:

- ❖ чакана товар айланиши режаси ва прогнозларини бажарилишига баҳо бериш;
- ❖ чакана товар айланиши динамикасини ўрганиш;
- ❖ чакана товар айланиши ассортиментти ва турлари бўйича таркибини таҳлил қилиш ва баҳолаш;

- ❖ чакана товар айланиши миқдори ва асортиментига таъсир қилувчи омилларни ўрганиш, баҳолаш;
- ❖ чакана товар айланиши кўрсаткичларини (чакана товар айланиши, товар захиралари ва товарларнинг келишини) ўзаро узвий боғлиқлигини ўрганиш.

Чакана товар айланиши таҳлилининг усуллари:

- ❖ динамик қаторлар тузиш;
- ❖ нисбий ва ўртача кўрсаткичлар;
- ❖ солиштириш;
- ❖ индекс усули;
- ❖ трендлар ва регрессив моделларини тузиш;
- ❖ занжирли боғлаш;
- ❖ баланс усули;
- ❖ графиклар ва бошқа чизмалар.

Чакана товар айланиши таҳлили ҳар хил ахборотлардан фойдаланишни тақазо қилади. Уларга қуйидагиларни киритиш мумкин:

- ❖ прогноз ва режага алоқадор маълумотлар. Чакана товар айланиши прогнози ёки режаси – умумий хажми, асортименти, товар захиралари нормалари, товарларни келтириш, ҳисоб китоблар ва бошқалар;
- ❖ ҳудуднинг ижтимоий – иқтисодий кўрсаткичлари;
- ❖ статистик ва бухгалтерия ҳисобидаги ҳақиқий кўрсаткичлар;
- ❖ бошқа маълумотлар (савдога алоқадор, унга таъсир қиладиган омиллар тўғрисидаги маълумотлар).

Чакана товар айланиши кўрсаткичларини таҳлил қилишда таҳлилда ишлатиладиган маълумотларни тайёрлаш алоҳида ўрин тутди.

Бундай ишларга қуйидагиларни киритиш мумкин:

- ❖ прогнозлаш ва режаларни корректив қилиш;
- ❖ статистик, бухгалтерия ҳисоботларидаги маълумотларни ҳақиқийлиги, бир – бирига мослигини текшириш;

- ❖ савдо шаҳобчалари ва корхоналарни алоҳида аломатлари бўйича гуруҳлаш. Чакана товар айланишига таъсир қилувчи омиллар тўғрисида маълумотларни аниқлаш;
- ❖ ҳар хил аналитик жадваллар тузиш;
- ❖ кўрсаткичларни солиштирма юзага келтириш ва ҳ.к.

9.2.2. Чакана товар айланишига таъсир қилувчи омиллар.

Чакана товар айланиши микро ва макро даражадаги омиллар таъсир қилади.

Уларга умумлаштириб, қуйидагиларни критиш мумкин.

- I.** Давлатнинг ҳалқаро аҳволи, ҳалқаро муносабатлар.
- II.** Давлатларни иқтисодий интеграцияси.
- III.** Ташқи савдо, экспорт ва импорт.
- IV.** Халқ хўжалиги прогнозлари (ижтимоий маҳсулот ишлаб чиқариш, миллий даромад (истеъмол ва жамғарма фондлари, эластиклик коэффициент – 1-1,06 % тенг)
Истеъмол товарларини ишлаб чиқариш (эластиклик коэффициенти 1 – 0,98 %тенг).
- V.** Илмий – техник ривожланиш (электрлаштириш, газлаш, телевид, йўллар).
Бу биринчидан, истеъмол қилиш шарт – шароитини ўзгартиради, иккинчидан – янги товарлар бунёдга келтирилади.
- VI.** Аҳолининг даромадларини ўзгартириш (1 – 0,94 %).
- VII.** Ижтимоий фонднинг миқдори.
- VIII.** Баҳо.
- IX.** Демографик ҳолат.
- X.** Урбанизация (шаҳар ва қишлоқ аҳолисини ўзгариши).
- XI.** Шахсий таморқа хўжалиги.
- XII.** Уй – жой қуриш.
- XIII.** Шахсий транспорт.
- XIV.** Дача (иккинчи, шаҳардан ташқари яшайдиган жойлар).

XV. Хизмат даражаси (тарифлари).

XVI. Туризм, спорт.

XVII. Аҳолининг маданий билим даражаси.

XVIII. Аҳолини бўш вақти.

9.2.3. Чакана товар айланиши умумий ҳажмини таҳлили.

Чакана товар айланиши умумий ҳажмини таҳлил қилганда қуйидаги кўрсаткичлар аниқланишини тавсия қиламиз:

- I. Прогнозларни ёки ражани чакана товар айланишини умумий ҳажми, турлари ва савдо шахобчалари бўйича бажарилишини аниқлаш;
- II. Режаларни кварталлар ва ойлар бўйича бажарилишининг маромийлигини аниқлаш. Унинг учун маромийлик коэффиценти ҳисобланади. Ушбу кўрсаткич ўртача квадрат фарқ (σ) ва вариация коэффицентини (V) аниқлаш орқали амалга оширилади.

$$\sigma = \frac{\sqrt{(\sum x - \bar{x})^2}}{n}; \quad V = \frac{\sigma \cdot 100}{\bar{x}};$$

Бу ерда:

σ - ўртача квадрат фарқ;

v – вариация коэффиценти;

x – ҳар ойда (квартларда) товар айланиш режасини бажарилиш фоизи;

\bar{x} - ўртача йиллик товар айланиш режасини бажарилиш фоизи;

n – ойлар (квартал) сони.

Маромийлик коэффиценти (K_m)= $100 - V$;

III. Чакана товар айланиши динамикасини ўрганиш, бир неча йилларда ўртача ўсиш темпасини ҳисоблаш. Чакана товар айланиши ўсиш темпасини ўртача геометрик формуласи орқали аниқлаш тавсия қилинади.

$$\bar{T} = n \sqrt{\frac{Y_n}{Y_0}}$$

Бу ерда

T – ўртача геометрик ўсиш даражаси

Y_n – динамик қаторни охириги кўрсаткичи;

Y_0 – динамик қаторни бошланғич кўрсаткичи;

n – динамик қатордаги кўрсаткичлар сони

Чакана товар айланиши динамикасини ўрганишни мисол тариқасида (бир вариант шаклида) Самарқанд вилояти бўйича чакана товар айланиши тўғрисида тузилган жадвални тавсия қиламиз. Жадвал 9.2.3.1. қуйида келтирилади.

IV. Чакана товар айланиши билан аҳолининг харид фондини қамраб олиш кўрсаткичини аниқлаш. Ушбу кўрсаткични алоҳида савдо корхоналари ёки савдо шахобчалари даражасида ҳисоблашни иқтисодий нуқтаи назардан имконияти йўқ, шу сабабли уни туман, вилоят ва республика миқёсида ҳисоблаш тавсия қилинади. Уни ҳисоблаш учун аҳолининг харид фонди олинади ва у чакана товар айланиши аҳолига сотилган қисми билан солиштирилади. Масалан, чакана товар айланиши умумий ҳажми 573,1 млн.сўм, жумладан, корхоналар, ташкилотларга (майда улгуржи) сотилиши 29,2 млн.сўм. аҳолининг харид фонди 812,1 млн.сўм. ҳисобласак. Ундан аҳолига сотилган товарлар суммаси $573,1 - 29,2 = 543,9$ млн. сўмни ташкил қилади. Чакана товар айланиши билан аҳолини харид фондини қамраб олиш фоизи = $\frac{543,9 \cdot 100}{812,1} = 66,97 \approx 67,0 \%$

ташкил қилади ва аҳолини товар сотиб олиш ўзини ажратган пул маблағини 67,0 % товарлар билан таъминланганлигини англатади

V. Савдо корхоналари, шахобчаларини туман, вилоят чакана товар айланишидаги ҳиссаси фоиз ҳисобида таҳлил қилиниши зарур, бу кўрсаткични динамикасини ўрганиш керак.

Самарқанд вилояти бўйича 2000-2004 йилларга чакана товар айланиши динамикаси

Кўрсаткичлар	Ўлчов бирликлари	2000	2001	2002	2003	2004	2004 йил 2000 йилга нисбатан ўсиш сурати, %
Жами чакана товар айланиши, ҳақиқий баҳоларда	млн. сўм	153006,3	212013,6	301019,2	353087,8	372544,3	243,5
Солиштирма баҳода ўсиш суръати, ўтган йилга нисбата	%	113,6	106,6	103,7	108,8	101,1	-
1. Жами чакана товар айланиши ичида:							
1.1. Ошқора мулк шакли (Давлат) унинг ҳиссаси	млн. сўм %	3674,9 2,4	4719,3 2,2	4286,4 1,4	3555,2 1,0	2964,4 0,8	80,7 -
1.2. Хусусий мулк шакли	млн. сўм	149331,4	207294,3	296732,8	349532,6	369579,9	247,5
1.3. Расмий ҳисобга олинган савдо шахобчалари	млн. сўм	48726,3	76135,7	99328,3	100547,3	89402,7	183,5
1.4. Дехқон бозори Унинг ҳиссаси	млн. сўм %	40692,0 26,6	53267,3 25,1	88253,1 29,3	102938,0 29,2	124200,2 33,3	305,2 -
1.5. Ташкил қилинмаган бозор Унинг ҳиссаси	млн. сўм %	63588,0 41,6	82610,6 39,0	113437,8 37,7	149602,5 42,4	158941,4 47,2	249,9 -
1.6. Оммавий овқатланиш корхоналари	млн. сўм	3643,0	6026,8	8624,3	13456,1	10130,2	278,1
2. Жами чакана товар айланиши:							
2.1 ўтган йилги баҳоларда	млн. сўм	153006,3	163104,7	219858,1	327508,9	356971,8	233,3
2.2. 2000 (базис) йилги баҳоларда	млн. сўм	153006,3	163104,7	169321,2	184235,7	186272,1	121,7
3. Баҳолар индекси:							
3.1. ўтган йилга нисбатан (занжирли)	J	1,000	1,29986	1,369	1,078	1,0436	-
3.2. 2000 (базис) йилга нисбатан (бизисли)	J	1,000	1,29986	1,7778	1,9165	2,000	-

VI. қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари билан савдо қилувчи корхоналарда чакана товар айланиши кўрсаткичини мавсумийлик коэффицентини аниқлаш зарур бўлади (9.2.3.2-жадвал).

9.2.3.2 жадвал

**Магазинда сотилган сабзавотларни мавсумийлик
кўрсаткичи**

	Сотув хажми, млн. сўм				Мавсумийлик кўрсаткичи, %
	2002	2003	2004	Уч йилни ўртача миқдори	
1	137	191	163	164	77,7
2	121	175	154	150	71,1
3	288	258	352	299	141,7
4	213	208	271	231	109,5
Кварталлараро ўртача миқдори	190	208	235	211	100,0

Кварталларни ўртача мавсумийлик кўрсаткичи кварталнинг ўртача уч йиллик кўрсаткичларни йиллик ўртача кўрсаткичига нисбатан аниқланади.

Масалан, I кварталдани мавсумийлик кўрсаткичи = $\frac{164 * 100}{211} = 77,7\%$

Мавсумий ўзгаришлар даражаси йиллар давомида ўртача квадрат фарки кўрсаткичи орқали аниқланади.

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum (x - \bar{x})^2}{n}}$$

Бизнинг мисолда:

$$\sigma = \sqrt{\frac{(164 - 211)^2 + (150 - 211)^2 + (299 - 211)^2 + (231 - 211)^2}{4}} = 45,1 \text{ млн. сўм}$$

Вариация коэффициенти(V)

$$V = \frac{\sigma * 100}{\bar{X}} = \frac{45,1 * 100}{211} = 21,4 \% \text{ яъни (фарқи) } 21,4\% \text{ ни ташкил}$$

қилган. Маъромийлик коэффициенти = 100- 21,4=78,6%

VII. Кейинги босқич кетма – кет чакана товар айланиши ҳажмига алоҳида омилларни таъсирини ўрганишдан иборат бўлади. Уларни айримларини кўриб чиқамиз.

Чакана товар айланиши таҳлил қилинганда уни ҳажмига баҳолар ва товарларни миқдори қандай таъсир қилганлигини аниқлаш катта аҳамиятга эга. Бунинг учун индекс усулларидадан фойдаланилади.

Чакана товар айланиши – физик ҳажми индекси(J_{ϕ}), ҳақиқий баҳолардаги индекс($J_{x\phi}$)и ва баҳо индекслари(J_{ϕ}) ҳисобланади.

$$J_{\phi} = \frac{\sum_{i=1}^3 P_{i_0} q_{i_1}}{\sum_{i=1}^3 P_{i_0} q_{i_0}}$$

$$J_{x\phi} = \frac{\sum_{i=1}^3 P_{i_1} q_{i_1}}{\sum_{i=1}^3 P_{i_0} q_{i_0}}$$

$$J_{\phi} = \frac{\sum_{i=1}^3 P_{i_1} q_{i_1}}{\sum_{i=1}^3 P_{i_0} q_{i_1}}$$

Бу ерда:

P_{i0} – базис давридаги i – товар баҳоси;

P_{i1} – ҳисобот давридаги i - товар баҳоси:

q_{i0} – базис давридаги i – товар физик ҳамжи:

q_{i1} – ҳисобот давридаги i - товар физик ҳамжи:

p – товарлар ассортименти сони;

i – товар тури.

Бу индекслар ўртасида математик боғлиқлик мавжуд.

$$M: J_{\phi} = J_{x6} : J_6 \quad \text{ёки} \quad J_{x6} = J_{\phi} * J_6; \quad J_6 = J_{x6} : J_{\phi}$$

Мисол: 9.2.3.3 жадвалда товарларни сотилиш миқдори ва баҳолари келтирилган)

9.2.3.3 - жадвал

Товарларни сотилиш миқдори ва баҳолари.

Кўрсаткичлар	ўлчов бирлиги	Базис йили	ҳисобот йили
1. «А» товарларни сотиш миқдори	Дона	200	300
2. «Б» товарларни сотиш миқдори	Дона	100	50
3. «А» товар баҳоси	Минг сўм	5	6
4. «Б» товар баҳоси	Минг сўм	8	12

$$J_{\phi} = (5 * 300 + 8 * 50) : (5 * 200 + 8 * 100) = (1900 : 1800) = 1,055$$

$$J_{x6} = (6 * 300 + 12 * 50) : (5 * 200 + 8 * 100) = (2400 : 1800) = 1,333$$

$$J_6 = (6 * 300 + 12 * 50) : (5 * 300 + 8 * 50) = (2400 : 1900) = 1,263$$

$$J_{\phi} = 1,333 : 1,263 = 1,055$$

Мисолда чакана товар айланиши ўсиш суммаси = 2400 – 1800 =
=600 минг сўм.

Жумладан:

а) товарларни физик ҳажмини ўзгариш натижасида =

= $(P_{i0} q_{i1} - P_{i0} q_{i0}) 1900 - 1800 = +100$ минг сўм.

б) баҳони ўзгариши натижасида = $(P_{i1} q_{i1} - P_{i0} q_{i1}) = 2400 - 1900 = 500$ минг сўм.

Чакана товар айланишини таҳлил қилганда унинг ҳажмига аҳолининг сони (С) ва аҳоли жон бошига тўғри келган чакана товар айланишини (Q) таъсирини ўрганиш алоҳида аҳамиятга эга. Бунда чакана товар айланиши (ЧТА) = С · Q статистик боғлиқликдан келиб чиқиш керак.

Чакана товар айланишини ҳисоб ва базис давридаги фарқи (Δ ЧТА) қуйидагича аниқланади.

$$\Delta \text{ЧТА} = C_1 Q_1 - C_0 Q_0; \text{ жумладан}$$

аҳоли сонини ўзгариш ҳисобидан;

$$\Delta \text{ЧТА}_C = C_1 Q_1 - C_0 Q_0$$

ва аҳоли жон бошига тўғри келган чакана товар айланишини ўзгариши ҳисобидан;

$$\Delta \text{ЧТА}_Q = C_1 Q_1 - C_1 Q_0,$$

чакана товар айланишини ўзгарган миқдори келиб чиқади. Бунда умумий чакана товар айланишини ўзгариш миқдори юқоридаги омиллар ҳисобидан ўзгарган миқдорлар йиғиндисига тенг бўлади.

Яъни, $\Delta \text{ЧТА} = \Delta \text{ЧТА}_C + \Delta \text{ЧТА}_Q$, ёки $(C_1 Q_0 - C_0 Q_0) + (C_1 Q_1 - C_1 Q_0)$.

Чакана товар айланишининг ҳажмига оилалари сони ва 1 оилагача тўғри келадиган чакана товар айланиши ҳам таъсир қилади. Оила хўжалик субъекти сифатида ўз аъзоларининг даромадлари ва истеъмол қилиш миқдорини умумлаштиради. Масалан, овқат тайёрлаш, айрим товарларни сотиб олишни оиланинг ҳар бир аъзоси алоҳида амалга оширганига нисбатан оила бўйича қилинса аллақанча тежамлироқ бўлади, ёки катта оила кичик оилага ҳамда яқка ҳолдагига нисбатан тежамлироқдир. Оилани даромади қанча

катта бўлса, уни товар сотиб олиш имконияти ҳам юқори бўлиши мумкин. Шу билан бир қаторда оила аъзолари сони ва 1 аъзога товар сотиб олиш миқдори товар айланишига тескари таъсир қилиши ҳам мумкин. Чунки оила аъзолари қанча кўп бўлса, болалар ва бошқа боқимадорлар кўп бўлади, ундай оиланинг товар сотиб олиш қобилияти ҳам тегишлича қисқаради.

Бу ҳоллардан келиб чиқиб чакана товар айланишини таҳлил қилганда, унга оилалар сони, 1 оила аъзосига тўғри келадиган товар айланишини таъсирини ўрганиш иқтисодий, ижтимоий ва демографик сиёсатни аниқлашга катта таъсир қилади.

Буни аниқлаш учун қуйидаги формуладан фойдаланишни тавсия қиламиз.

Агар оилалар сонини «Н» деб, 1 оилага тўғри келадиган товар айланишини «К» белгиласак, умумий чакана товар айланиши (ЧТА) баробар бўлади:

$$\text{ЧТА} = Н * К; \quad \text{бунда, } Н = \frac{\text{ЧТА}}{К}$$

Ушбу формуладан фойдаланиб келтирилган омилларни таъсир миқдорини ҳисоб – китоб қилиш мумкин.

$$\Delta \text{ЧТА} = Н_1К_1 - Н_0К_0$$

$$\Delta \text{ЧТА}_Н = Н_1К_0 - Н_0К_0; \quad \text{оилалар сонини таъсири.}$$

$\Delta \text{ЧТА}_К = Н_1К_1 - Н_1К_0;$ 1 оилага тўғри келган товар айланишини таъсири.

Бир оилага тўғри келган товар айланишининг миқдори ўртача оила аъзолари сонига ва 1 кишига тўғри келган товар айланиш миқдорига боғлиқ бўлади. Бу кўрсаткичлар ҳам ўзгарувчан кўрсаткичлардир.

Шу сабабли 1 оилага тўғри келган товар айланишини қуйидаги формула билан аниқланади:

$$К = Q * П;$$

Бу ерда, Q – 1 кишига тўғри келадиган товар айланиш

П – ўртача оила аъзолари сони.

Ушбу боғлиқликдан келиб чиқиб чакана товар айланиш таъсирини иккига ажратиб қуйидагича ёзиш мумкин;

$$\Delta \text{ЧТА}_к = H_1 K_1 - H_1 K_0 = H_1 (K_1 - K_0) = H_1 (Q_1 P_1 - Q_0 P_0);$$

Бундан келиб чиқиб, оилага тўғри келган товар айланишини ўзгариш миқдорига оила аъоларининг ўртача сони ўзгаришини таъсири:

$$\Delta K_{\pi} = Q_0 P_1 - Q_0 P_0 \quad \text{ва}$$

аҳоли жон бошига тўғри келган товар айланиш таъсирини ҳисоб китоб қилиш мумкин:

$$\Delta K_Q = - Q_0 P_1 - Q_0 P_0$$

Ушбу ҳисоб китоблардан келиб чиқиб, қуйидагиларга

$$\Delta \text{ЧТА}_Q = H_1 (\Delta K_{\pi} + \Delta K_Q);$$

$$\Delta \text{ЧТА} = \Delta \text{ЧТА}_с + H_1 (\Delta K_{\pi} + \Delta K_Q) \text{ тенг бўлади.}$$

Чакана товар айланиши ҳажмига товар захиралари товарларни келиши ва товарсиз чиқимлар таъсир қилади. Буни мисолда кўриб чиқамиз.

9.2.3.4 жадвал

Чакана товар айланишига таъсир қилувчи омилларни баланс боғлиқлиги

(минг сўм)

Кўрсаткичлар	Режа (0)	ҳақиқатда (1)
1. Йил бошидаги захира (Z_1)	9779	9771
2. Товарларни келиши (ТК)	45040	47020
3. Чакана товар айланиши (ЧТА)	45950	46541
4. Товарсиз чиқимлар (В)	152	235
5. Йил охиридаги захира (Z_2)	8717	10015

Таъсир қилувчи омилларни ҳисоби:

$$\text{ЧТА}_1^0 = Z_1^0 + \text{ТК}^0 - \text{В}^0 - Z_2^0 = 45950$$

$$\text{ЧТА}_2 = Z_1^1 + \text{ТК}^0 - \text{В}^0 - Z_2^0 = 45942$$

$$\text{ЧТА}_3 = \text{З}_1^1 + \text{ТК}^1 - \text{В}^0 - \text{З}_2^0 = 47922$$

$$\text{ЧТА}_4 = \text{З}_1^1 + \text{ТК}^1 - \text{В}^1 - \text{З}_2^0 = 47839$$

$$\text{ЧТА}_5 = \text{З}_1^1 + \text{ТК}^1 - \text{В}^1 - \text{З}_2^1 = 46541$$

9.2.3.5 жадвал

Омилларни таъсир қилиш миқдори

Омиллар	Аниқлаш усули	Миқдори
З_1	$\text{ЧТА}_2 - \text{ЧТА}_1^0$	$45942 - 45950 = - 8$
ТК	$\text{ЧТА}_3 - \text{ЧТА}_2$	$47922 - 45922 = + 1980$
В	$\text{ЧТА}_4 - \text{ЧТА}_3$	$47839 - 47922 = - 83$
З_2	$\text{ЧТА}_5 - \text{ЧТА}_4$	$46541 - 47839 = - 1298$
Жами	$\text{ЧТА}^1 - \text{ЧТА}^0$	$46541 - 45950 = + 591$

9.2.4 Чакана товар айланиши таркибини таҳлили.

Чакана товар айланишини таркибини, яъни ассортиментини таҳлили унинг умумий ҳажмини таҳлилинини давоми бўлиб ҳисобланади. Бунда чакана товар айланиши таҳлили янада чуқурлаштирилади, аниқлаштирилади. Ушбу таҳлил натижасида аҳоли талабини қондиришни, уларни моддий ва маданий эҳтиёжларини қондириш даражаси баҳоланади.

Чакана товар айланишини таркиби савдо корхоналарининг сон ва сифат кўрсаткичларини шакллантиришга катта таъсир кўрсатади. Ушбу кўрсаткич савдонинг даромадлари, муомала (давр) харажатлари, фойдаси, рентабеллик даражасига, ресурсларни ишлатиш самарадорлигига таъсир қилади.

Чакана товар айланишини таркибини макротартиб ва микротартиб даражаларида ўрганиш зарур. Чакана товар айланишини макротартиби деганда, уни озиқ-овқат маҳсулотлари ва ноозиқ-овқат товарларига бўлиб ўрганишни ва микротартиб деганда чакана товар айланишини барча ассортиментларини ўрганиш назарда тутилмоқда.

Чакана товар айланишини (ассортиментини) таҳлил қилишда қуйидаги

кўрсаткичларни аниқлаш тавсия қилинади:

- алоҳида товар гуруҳлари бўйича (макро – микротартиб) режа ёки прогнозларни бажарилиши;
- алоҳида товар гуруҳлари бўйича аҳолининг талабини қондирилиши даражасини баҳолаш. Бундай таҳлил учун ҳақиқатда сотилган товарларни аҳоли жон бошига ҳисоблаб, уларни физиологик ва рационал истеъмол нормалари билан солиштириш, фарқини аниқлаш (мутлоқ миқдорда ва фоизларда) ва баҳолаш зарур бўлади;
- чакана товар айланишини таркибини бир неча йилларга динамикасини аниқлаш, йиллар ичида кварталлар бўйича, кварталлар ичида ойлар бўйича, унинг ривожланиш тенденцияларига баҳо бериш. Чакана товар айланиши динамик каторларни ҳақиқий ва солиштирама баҳоларда ҳисоб-китоб қилиш керак;
- алоҳида товар гуруҳларининг умумий чакана товар айланишидаги ҳиссасини аниқлаш, бир неча йилларга уни ўзгариш тенденцияларига баҳо бериш;
- савдо шаҳобчаси ёки фирма корхонасини айрим товар гуруҳлари бозоридаги ҳиссасини таҳлил қилиш ва баҳолаш;
- чакана товар айланишининг таркибига таъсир қилувчи омилларни ўрганиш ва баҳолаш (баҳони, аҳолининг даромадлари (харид фонди)-талабни, таклифни, товар ресурслари ёки бозор фонди ва ҳ.к.). Бундай таҳлил учун эластиклик коэффициентидан фойдаланиш талаб қилинади.
- эластиклик коэффициенти (K_3) аҳоли талабини қондирилиш даражаси қайси омиллар таъсири остида қандай миқдорда ўзгарганлигини кўрсатади, яъни аҳоли жон бошига сотилган товарлар (y) ҳисобга олинган омил (x) таъсири натижасида қанча фоизга ўзгарганлигини кўрсатади.

Эластиклик коэффиценти қуйидагича ҳисобланади.

$$K_3 = \frac{\Delta y * 100}{y} : \frac{\Delta x * 100}{x} = \frac{\Delta y}{\Delta x} * \frac{x}{y};$$

Бу ерда: $\Delta y = y_1 - y_0$

$$\Delta x = x_1 - x_0$$

Динамик қаторда Δx ва Δy кўрсаткичлари тўғри чизиқли боғлиқликда бўлганда $y = a + bx$ корреляция тенгласини ечиш орқали K_3 аниқланиши мумкин. Бунда

$$K_3 = b \frac{x}{y} \text{ тенг бўлади.}$$

Эластиклик коэффиценти тўғри чизиқли боғлиқлик бўлмаган ҳода қуйидаги тенгламалар орқали ҳам аниқлаш мумкин.

1. Парабolik тенгламадан:

$$K_3 = (b + 2cx) * \frac{x}{y};$$

2. Гиперболо тенгламада:

$$K_3 = \frac{-b}{x} * \frac{1}{y};$$

3. Логарифмик тенгламада:

$$K_3 = \frac{b}{y};$$

Бизлар аҳолини жон бошига тўғри келган чакана товар айланиши унга таъсир қиладиган асосий омиллар тўғри чизиқли боғлиқликка мос келишини ҳисобга олиб,

$$y = a + bx$$

тенгласини ечиш усулига тўхталиб ўтамиз.

Келтирилган ($y = a + bx$) тенгламада «a» ва «b» тенгламани параметрлари ва қуйидаги тенгламалар тизимини ечиш орқали аниқланади:

$$\begin{cases} \Pi a + b \sum x = \sum y \\ a \sum x + b \sum x^2 = \sum xy \end{cases}$$

Ушбу тенгламадан номаълум «а» ва «б» параметрларини қуйидаги формула орқали аниқлаш мумкин.

$$a = \frac{\sum y * \sum x^2 - \sum x * \sum xy}{\Pi \sum x^2 - \sum x * \sum x}$$

$$b = \frac{\Pi \sum xy - \sum x \sum y}{\Pi \sum x^2 - \sum x \sum x}$$

Ушбу усул билан аҳоли жон бошига тўғри келган чакана товар айланишига аҳолини жон бошига тўғри келган даромадни таъсир даражасини ўзбекистон Республикаси маълумотлари мисолида кўриб чиқамиз.

9.2.4.1 жадвал

Аҳоли жон бошига тўғри келган чакана товар айланиши ва даромадлар
(минг сўм)

Йилар	Аҳоли жон бошига	
	Даромад	ЧТА
2000	210,9	139,2
2001	224,9	147,5
2002	232,8	153,4
2003	253,8	167,2
2004	295,3	183,6

Ушбу маълумотлар асосида аҳоли жон бошига тўғри келган чакана товар айланиши аҳолининг харид фонди ўзгариши ҳисобига қандай даражада ўзгарганлигини аниқлаймиз.

Унинг учун қуйидаги жадвални тузамиз:

9.2.4.2 жадвал

Эластиклик коэффицентини ҳисоблаш учун маълумотлар.

Йиллар	X	y	X ²	Xy
2000	210,9	139,2	44478,8	29357,3
2001	224,9	147,5	50580,0	33172,8
2002	232,8	153,4	54195,8	35711,5
2003	253,8	167,2	64414,4	42435,4
2004	295,3	183,6	87202,1	54217,1
Жами	1217,7	790,9	300871,1	194894,1

Бу маълумотларни юқорида келтирилган тенгламага қўйсақ қуйидагига эришамиз:

$$\begin{cases} 5a + 1217,7 b = 790,9 \\ 1217,7 a + 300871,1 b = 194894,1 \end{cases}$$

Ушбу тенгламадан унинг параметрларини аниқлаймиз.

$$\begin{aligned} a &= \frac{790,9 * 300871,1 - 1217,7 * 194894,1}{5 * 194894,1 - 1217,7 * 1217,7} = \\ &= \frac{237958953,0 - 237322545,6}{974470,5 - 1482793,3} = \frac{636407,4}{-508322,8} = -1,252 \end{aligned}$$

$$a = -1,252$$

$$b = \frac{5 * 194894,1 - 1217,7 * 790,9}{5 * 300871,1 - 1217,7 * 1217,7} = \frac{974470,5 - 963078,9}{1504355,5 - 1482793,3} = \frac{11391,6}{21562,2} = 0,528$$

$$b = 0,528$$

$y = -1,252 + 0,528 x$; Тенгламанинг «b» параметри миқдори 0,528 аҳоли даромадини минг сўмга ортиши натижасида аҳоли жон бошига тўғри келган чакана товар айланиши 528 сўмга ўсишини таъминлайди деган маънони англатади.

Энди эластиклик коэффицентини аниқлашимиз мумкин.

$$K_y = b \frac{\bar{x}}{\bar{y}} : \text{юқорида келтирилган маълумотлар орқали « } \bar{x} \text{ » ва « } \bar{y} \text{ »}$$

миқдорини аниқлаймиз:

$$\bar{x} = \frac{1217,7}{5} = 243,54 \text{ минг сўм}$$

$$y = \frac{790,9}{5} = 158,18 \text{ минг сўм}$$

$$K_3 = 0,528 \frac{243,54}{158,18} = 0,528 * 1,5396 = 0,8129$$

Ушбу кўрсаткичдан маълум бўляптики, аҳоли жон бошига тўғри келадиган даромадни 1% га ортиши натижасида аҳоли жон бошига тўғри келган чакана товар айланиши 0,8129%га ўсган.

Худди шу тартибда аҳоли жон бошига тўғри келган чакана товар айланишига бошқа омиллар таъсирини ҳам ҳисоблаш мумкин. Аҳоли жон бошига тўғри келадиган чакана товар айланиши ҳажмига бир даврда кўп омиллар ўзаро боғлиқликда таъсир қилиши амалиётда синалган.

Шу сабабли чакана товар айланишини таҳлил қилишда кўп омилли математик регрессия усулларидан ҳам фойдаланишни тавсия қиламиз.

Эластиклик коэффиценти кўрсаткичини чакана товар айланиши ассортимертини режалаштиришда кенг қўллаш мумкин.

Таянч иборалар: Чакана товар айланиши, омиллар, кўрсаткичлар, режа фоиз, динамика, ўртача миқдорлар, мавсумийлик, индекс, сотиш миқдори, баҳо.

Такрорлаш учун саволлар:

1. Чакана товар айланиши таҳлилинини вазифаларини айтинг?
2. Чакана товар айланиши таҳлилида ишлатиладиган кўрсаткичларни сананг ва уларни мазмунини ёритинг.
3. Чакана товар айланишини таҳлил қилишда қандай усуллардан фойдаланамиз?
4. Чакана товар айланишига қандай омиллар таъсир қилади?
5. Чакана товар айланиши умумий ҳажминини таҳлил қилганда қандай кўрсаткичлар аниқланади?
6. Режани бажариш фоизи қандай аниқланади?
7. Чакана товар айланиши динамикаси қандай ҳисобланади?

8. Режани бажарилиши маромийлиги ёки мавсумийлиги қандай кўрсаткичлар орқали ҳисобланади?
9. Чакана товар айланиши билан аҳолини ҳарид фондини қамраб олиш кўрсаткичи қандай аниқланади?
10. Чакана товар айланиши солиштирма баҳоларда қандай ҳисобланади?
11. Чакана товар айланиши билан боғлиқ бўлган индексларни айтинг ва уларни мазмунини ёритинг?
12. Чакана товар айланиши таркибини таҳлил қилишда ишлатиладиган кўрсаткичларни мазмунини ёритиб беринг.

9.3. **Товар заҳиралари ва товарларни келишини таҳлили.**

- 9.3.1. Товар заҳиралари тушунчаси, турлари ва кўрсаткичлари.
- 9.3.2. Товар заҳиралари кўрсаткичларига таъсир қиладиган омиллар.
- 9.3.3. Товар заҳираларининг таҳлили.
- 9.3.4. Товарлар келиси тушунчаси, манбалари ва унинг таҳлили
- 9.3.5. Товар заҳиралари тушунчаси, турлари ва кўрсаткичлари.

9.3.1. Товар заҳиралари тушунчаси, турлари ва кўрсаткичлари.

Заҳиралар инсоният тараққиётининг барча босқичларида яратилиб келинган. Ибтидоий жамиятда заҳиралар асосан истеъмол фонди шаклида пайдо бўлган. Уларни таркиби жуда қисқа бўлиб, асосан бирламчи эҳтиёжни қондирувчи маҳсулотлардан ташкил топган. Умуман заҳиралар ишлаб чиқариш жамоа ва индивидуал истеъмол учун жамғариладиган ишлаб чиқариш

воситалари ва истеъмол маҳсулотлардан ташкил топади. Шу сабабли заҳираларни уч турга ажратиш мумкин: Уларга қуйидагилар киради:

1. Ишлаб чиқаришдаги (хом ашё, жиҳозлар);
2. Шахсий истеъмолдаги(оила хўжалигида);
3. Товар шаклида.

Булар бир бири билан функционал боғлиқликда бирининг ўзгариши қолганларининг ўзгаришига олиб келади.

Бу заҳиралар бир биридан шакли, натурал таркиби, миқдори, жойланиши, тўпланиши билан фарқ қилади.

Ишлаб чиқариш заҳиралари ишлаб чиқариш воситаларидан ташкил топади ва ишлаб чиқариш жараёнини узликсизлигини таъминлайди. Улар қаторига ишлаб чиқариш учун зарур бўлган хом ашё, ёқилғи материаллар киради.

Шахсий истеъмолдаги заҳиралар товарларни айрибошлаш жараёнидан чиқиб истеъмолчилар мулкига айланган вақтидан вужудга келади. Яъни улар аҳоли ихтиёридаги озиқ – овқатлар ва ноозиқ – овқатлардан ташкил топади.

Бозорга чиқарилган ёки сотишга мўлжалланган маҳсулот товар деб ҳисоланади.

Товарлар бозорда, яъни товар муомиласи бўғинларида, шахобчаларида, йўлда турган даврда товар заҳираларини ташкил қилади. Товар заҳиралари ишлаб чиқаришдан истеъмолгача етказгунча бўлган вақтдаги товарлар миқдоридан иборат.

Товар заҳиралари тарихий категория бўлиб, у меҳнат маҳсулини товар шаклига айланиши, яъни товар ишлаб чиқариш ва товар айирбошлаш жараёнини вужудга келиши билан шакллана бошлаган.

Ҳар қандай нарса ёки маҳсулот товар шаклида ҳар доим бўла олмайди. Шу сабабли ҳар қандай заҳира товар заҳираси сифатида намоён бўлмайди.

Биз юқорида айтганимиздек, товар заҳиралари бозорга чиқарилган ёки сотишга мўлжалланган маҳсулотлар, яъни айирбошлаш бўғинларида турган товарлар миқдоридан иборат бўлади. Товар заҳиралари товарда

мужассамлашган истеъмол қиймати ва қийматига эга бўлиши керак. Бундай сифатлар нарса ёки маҳсулот айирбошлаш ёки сотишга мўлжалланган бўлсагина вужудга келади.

Товар заҳиралари меҳнат воситалари ҳамда истеъмол товарларидан ташкил топади. Товар заҳираларининг шаклланиши объектив заруриятлардан вужудга келади.

Биринчидан, бу ишлаб чиқариш ва истеъмол жараёнларининг бир бири билан боғлиқлиги ҳамда бирлигига қарамасдан замон ва маконда тўғри келмаслиги. Айрим даврларда ишлаб чиқариш ҳажми ва истеъмол миқдори бир бирига тўғри келмайди. Бу тафовут уларни умумий миқдори тенг бўлган ҳолда ҳам доимо ортиб бориши мумкин. Бунга ишлаб чиқаришни ихтисослашиши, кенгайиши, талабни динамик ўсиши таъсир қилади. Бундай тафовут талаб ва таклифни мавсумий ҳаракатларидан ҳам келиб чиқади. Бундай ҳолларда кенгайтирилган ишлаб чиқаришнинг узлуксизлиги товар заҳиралари ҳисобидан таъминланади.

Иккинчидан, товар заҳираларини зарурияти товарларни ташиш, сақлаш, сотиш ва товарларни истеъмол қилиш каби хусусиятларидан келиб чиқади. Товарларни ташиш, катта миқдордаги партияларда (вагон, контейнерларда) амалга оширилса самарали бўлади. Савдо шаҳобчалари майда партияларда товарларни қабул қилишга интилади. Бундан ташқари товарларни ишлаб чиқариш ассортиментини савдо ассортиментига келтириш зарурати ҳам мавжуд.

Учинчидан, талаб ва таклифни тасодифий ўзгаришига боғлиқ. Масалан, кўзда тутилмаган истеъмол миқдорини у ёки бу томонга ўзгариши. Товар заҳиралари айрим даврларда шу тур товарлар танқислик каби ҳолатларни олдини олиш учун ташкил қилинади.

Тўртинчидан, товар заҳиралари жамғариш элементи сифатида ҳам зарур бўлади. Бу ҳол миллий бойликни ортиб боришини англашиб, ишлаб чиқариш ва айирбошлашда товар заҳираларини ўсишида ўз аксини топади.

Бешинчидан, товар заҳиралари фавқулотда ҳолатларни олдини олиш

мақсадида жамғарилади. Бунга давлат резервларини киритиш мумкин.

Олтинчидан, баҳо омилини таъсири натижасида вужудга келади. Масалан, кўп миқдорда ишлаб чиқарувчилардан товарларни сотиб олиш, уларни улгуржи баҳоларини пасайтиришга олиб келади. Бу эса улгуржи олиб сотувчилар учун фойдали бўлади ва улар ушбу заруриятдан келиб чиқиб товар захираларини кўпайтиришга интилади.

Ва ниҳоят, товар захиралари субъектив омилларга ҳам боғлиқ. Улар чайқовчилик мақсадларидан келиб чиқади. Арзон баҳода сотиб олиб қиммат сотиш билан боғлиқ. Бу масала олтинчи омилдан мақсади ва мазмуни бўйича фарқланади.

Юқорилардан келиб чиқиб, товар захираларини вужудга келиши кенгайтирилган такрор ишлаб чиқариш жараёнининг хусусиятларидан келиб чиқишини таъкидлаш мумкин. Товар захиралари ҳисоботда, таҳлил ва режалаштиришда бир неча хил аломатлари бўйича тавсифланади.

Товар захиралари ташкил топиши ва ишлатилиши нуқтаи назаридан (сақланиш муддати, ташкил топиши ва йўналтириш мақсадига қараб) тавсифланади. Сақлаш муддатига қараб, қисқа муддатли ва узоқ муддатли товар захираларига ажратилади.

Ташкил топиши ва йўналтириш мақсадига биноан товар захиралари жорий, мавсумий ва сотиш муддатидан илгари ташиладиган захиралар ҳамда кафолатли захираларга бўлинади. Жорий захиралар қисқа муддатли захираларни, қолганлари узоқ муддатли захиралар гуруҳини ташкил қилади.

Жорий захиралар яқин муддат ичида товарларни жорий сотилишини таъминлаш учун ташкил қилинади ва йўналтирилади. Улар ҳар куни ишлатилади ва мунтазам тўлдириб борилади.

Мавсумий захиралар ишлаб чиқарилиши узлуксиз бўлган ва истеъмол қилиниши йил мавсумига боғлиқ бўлган товарлардан ташкил топади. Масалан, ёзги товарлар қиш ва баҳор мавсумларида сақланса, қишки товарлар ёз ва куз мавсумларида сақланади.

Мавсумий товар захиралари таркибида узоқ муддатга сақланадиган

қишлоқ хўжалик маҳсулотлари ҳам ҳисоботга олинади. Бундай товарлар мавсумий ишлаб чиқариш характериға эға бўлиб, йил давомида истеъмол қилинади. Булар қаториға картошка, мева ва сабзавотлар киради.

Сотиш муддатида илғари ташкил қилинадиган товар захиралари табиий шарт шароити бўйича қиш даврида товарларни ташиш имконияти бўлмайдиган ҳудудларға, транспорт қатнаш имконияти бўлган (асосан ёз даврида) вақтида товарларни олдиндан етказиб қўйиш ва қиш даврида сотишни таъминлаш билан боғлиқ бўлган товардан иборат бўлади.

Товар айирбошлаш жараёнида кафолатли товар захиралари алоҳида ўрин тутуди. Бундай захиралар товар айланишини таъминлаш учун бошқа турдаги захиралар тугаб қолган даврда, уни узлуксизлигини таъминлаш учун ташкил қилинади. Бундай товарлар ҳам сотилиши муддатида илғари ташкил қилинади (ташиб қўйилади).

Кафолатли товар захираларини назарий нуқтаи назардан икки хил гуруҳға бўлиш мумкин: биринчидан, товарларни ташиш муддати режаға нисбатан бузилса, ташиш секинлашса ёки тўхтаб қолса, келтирилган товарлар партияси буюртмадан кам бўлиб қолган вақтларда товар айланишини узлуксизлигини таъминлаш учун ташлил қилинадиган;

Иккинчидан, талабни жиддий ўзғариши муносабати билан (товар айланишини кўзда тутилмаган миқдорда ўзғариш, аҳоли сонини жиддий ўзғариши кабилар) товарларға бўлган талабни қондириш учун кўзда тутилган захираға.

Кафолатли захира алоҳида ҳисобға олинмайди, у товар захираларини нормалаштириш жараёнида жорий, мавсумий ва сотилиш муддатида илғари ташкил қилинадиган захиралари таркибида ҳисобға олинади. (Масалан, тегишли товар захиралари суммасиға нисбатан фоиз ҳисобида).

Махсус захираларға давлат резервлари киритилади. Ушбу захиралар фавқулотда вужудға келадиган кўзда тутилмаган ҳодиса ва жараёнлар даврида аҳолини зарур товарлар билан таъминлашға мўлжалланади.

Бундай захиралар учун махсус моддий-техник база ва ташкилий

тузилмалар ташкил қилинади.

Товар заҳиралари статистик ва бухгалтерия ҳисобида уларни жойлашиш нуқтаи назаридан турлаб ҳисобга олинади.

Бу аломати бўйича товар заҳиралари чакана савдода, оммавий оғқатлашиш шаҳобчаларида, улгуржи савдода ва йўлдаги товарларга бўлинади.

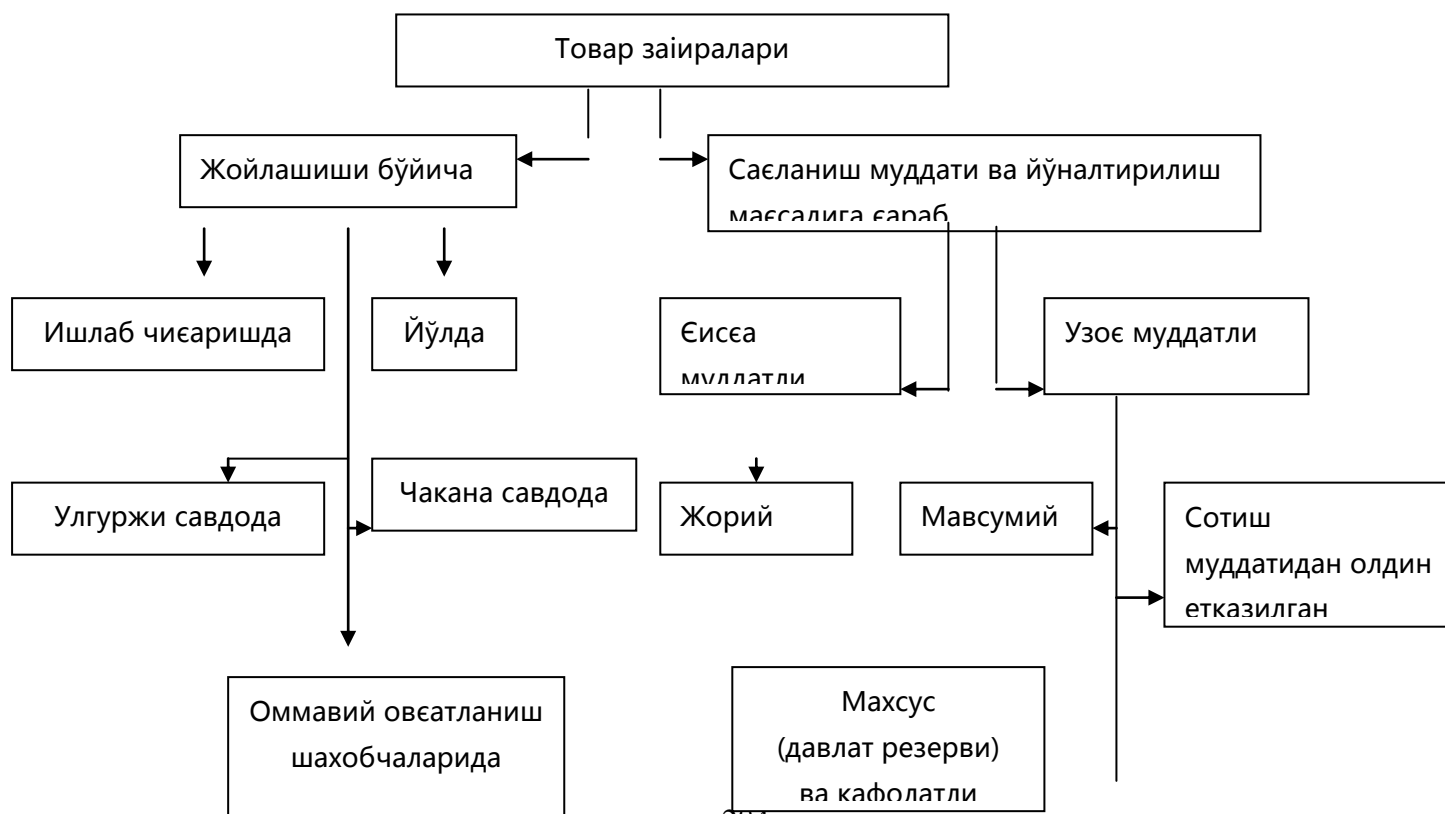
Товар заҳиралари таркибий қисмлаш бўйича ҳам тавсифланади. Масалан, озиқ-оғқат маҳсулотлари ва ноозиқ-оғқат товарлари (макротаркиби), алоҳида товар гуруҳлари ва ассортиментлари (микротаркиби) бўйича.

Товар заҳиралари давр нуқтаи назаридан режа, кутилаётган ва ҳисобот даврига (ҳақиқий), ушбулар ўз йўлида давр бошига ва давр охирига ҳисобга олинади.

Шу билан бир қаторда товар заҳираларини минимал ва максимал миқдорлари уларни таҳлил қилишда ва режалаштиришда ишлатилади.

9.3.1.1 чизма

Товар заҳиралари таснифи

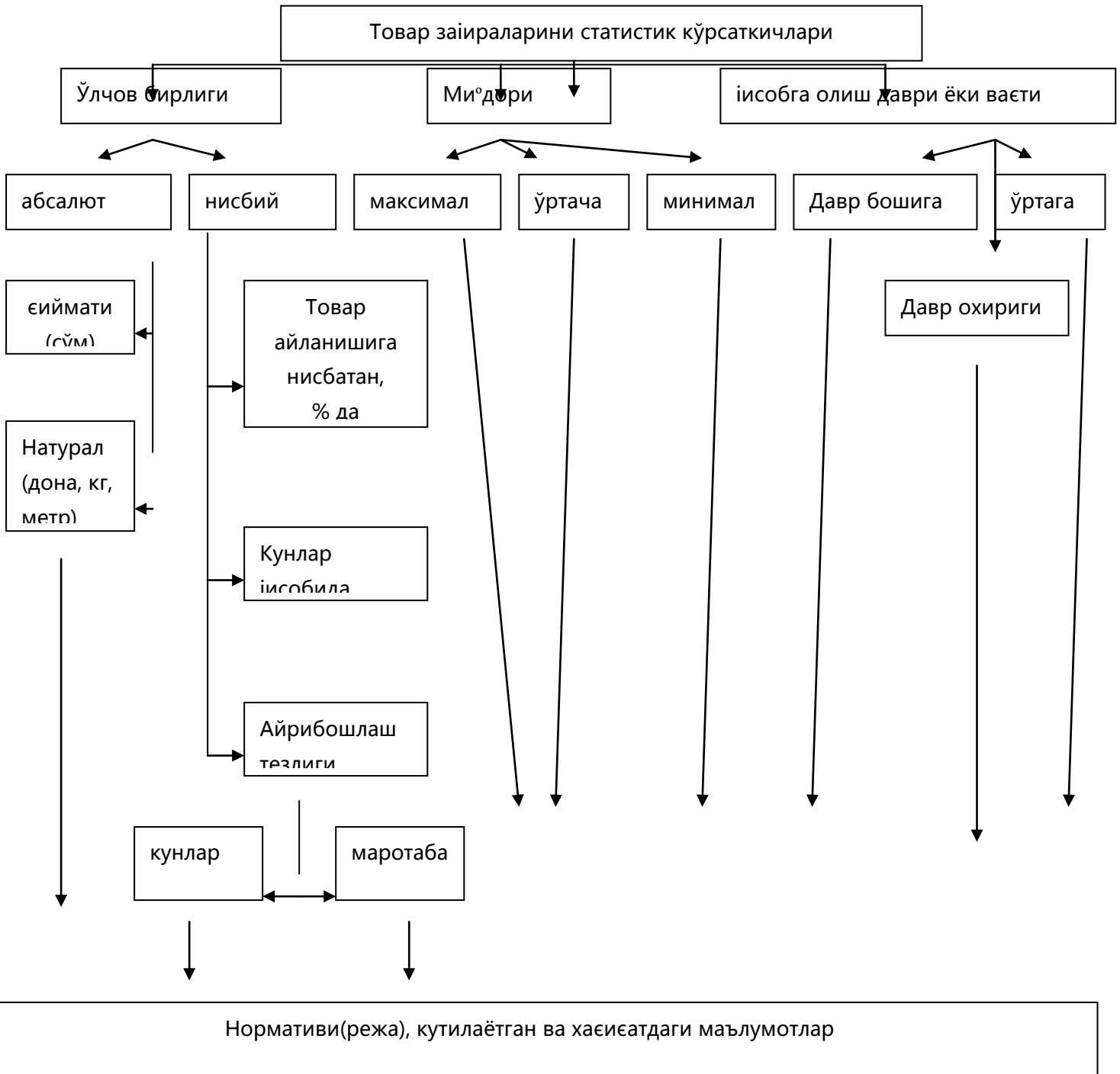




Умуман, товар захиралари статистикада, бухгалтерия ҳисобида бир муддатга ҳисобга олинади, ўрганиш, таҳлил қилиш жараёнида ўртача кўрсаткичлар ҳам ишлатилади.(9.3.1.2 чизмада товар захираларини статистик кўрсаткичлари келтирилган)

9.3.1.2 чизма

Товар захираларининг статистик кўрсаткичлари қуйидаги кўрсаткичлар



Ўртача товар захираси икки хил усул билан ҳисобланади. Биринчиси, агар товар захиралари ойларга ёки кварталларга ўртача ҳисобланган ҳолда берилган бўлса йиллик ўртача товар захираси ўртача арифметик усул билан ҳисобланади.

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{\Pi}; \text{ бу ерда «X» - ўртача йиллик товар захираси.}$$

X – ҳар ой (ёки квартал) учун ўртача товар захираси суммаси;

Π – ойлар (12 ой) ёки квартал бўлса, 4 га тенг бўлади.

Агар товар захиралар давр бошига ва охирига берилган бўлса, йиллик ўртача товар захираси ўртача хронологик усул билан аниқланади. ўртача хронологик формуласи қуйидагича ифодланади:

$$\bar{X} = \frac{\frac{x_1}{2} + x_2 + \dots + x_{n-1} + \frac{x_n}{2}}{\Pi - 1};$$

Товар захираларини шаклан намоён бўлиши ҳар хил бўлиб, биз юқорида келтирганимиздек у қиймат, натурал, кунлар ҳисобида ва товар айланишига нисбатан фоизларда ўлчанади.

Товар айланишини таъминотини товар захиралари товар айланишига нисбатан кунлар ҳисобидаги кўрсаткич орқали баҳоланади.

Товар захиралари кунлар ҳисобидаги кўрсаткич нисбийдир. У мавжуд товар захиралари неча кунлик товар айланишини таъминлаши мумкинлигини кўрсатади. Ушбу кўрсаткич (ТЗ ҳ.к) амалиётда аксарият товар захираларини квартал бошидаги суммасини (Z_1) тегишли кварталнинг бир кунлик товар айланишига бўлиш орқали аниқланади.

$$1 \text{ кунлик товарлар айланиши} = \frac{ЧТА}{90}$$

Худди шунга ўхшаш йилга нисбатан (ТЗ к.й) аниқланадиган бўлса йил бошидаги товар захираси (Z_1) ушбу йилнинг бир кунлик товар айланишига

бўлиш билан аниқланади.

$$1 \text{ кунлик товар айланиши} = \frac{ЧТА}{360}$$

яъни:

$$ТЗ_{к.к} = \frac{З_1}{ЧТА:90} = \frac{З_1 \cdot 90}{ЧТА};$$

$$ТЗ_{к.й} = \frac{З_1}{ЧТА:360} = \frac{З_1 \cdot 360}{ЧТА}$$

Ушбу кўрсаткич билан бир қаторда товар захираларининг ҳолатини баҳолашда, таҳлил қилишда, нормаллаштиришда товар захираларини айланиш тезлигини кунлар ва мартаба кўрсаткичлари ишлатилади.

Товар захираларини айланиш тезлиги, бундан кейин бизлар ушбу кўрсаткични «товар айирбошлаш тезлиги» деб ишлатамиз. Биз юқорида айтганимиздек кунлар ҳисобида ва мартабада аниқланади.

Товар айирбошлаш тезлиги кунлар ҳисобида ($ТАТ_{к.к}$) ўртача товар захирасини ($\bar{З}$) Ушбу даврнинг бир кунлик товар айланишига (**ЧТА:90** ёки ЧТА:360) бўлиш орқали аниқланади.

Товар айирбошлаш тезлиги кунлар ҳисобида квартал бўйича аниқланса ($ТАТ_{к.к}$) қуйидаги формула ишлатилади:

$$ТАТ_{к.к} = \frac{\bar{З}}{ЧТА:90} = \frac{\bar{З} \cdot 90}{ЧТА};$$

Йил даврига аниқланса:

$$TAT_{к.й} = \frac{\bar{3}}{ЧТА:360} = \frac{\bar{3} \cdot 360}{ЧТА}$$

Ушбу кўрсаткич ўртача товар захиралари неча кунда айирбошланганлигини ёки янгиланганлигини, яъни товарлар келган кундан сотилгунча неча кун ўтганлигини кўрсатади.

Бу кўрсаткични товар захираси миқдори бир сўм товар айланишига қанча тўғри келади деб ҳам баҳолаш мумкин.

Масалан, *i*-товар гуруҳи бўйича ўртача йиллик товар захираси 5000,0 минг сўм, йиллик товар айланиши 9629,0 минг сўм. Ушбулардан бир кунлик товар айланиши $9629,0:360=26,747$ минг сўм.

Товар айирбошлаш тезлиги ($TAT_{к.й}$) тенг бўлади $=5000,0:26,747=186,9$ кун, ёки бир сўм товар айланишига 186,9 тийинлик товар захирасини тўплаш керак бўлган. 186,9 кун ўртача товар захирасини қайта тиклаш учун зарур бўлган даврни англатади.

Товар айирбошлаш тезлиги маротаба ҳисобида ($TAT_{м}$) ҳисобот даврида ўртача товар захираси неча маротаба айланганлигини кўрсатади. Ушбу кўрсаткич икки хил усулда аниқланиши мумкин:

1. Даврдаги кунлар сонини ($t=360$ ёки 90), товар айирбошлаш тезлигини кунлар ҳисобига бўлиш орқали ($TAT_{к.к}$ ёки $TAT_{к.й}$) аниқлаймиз:

$$TAT_{м} = \frac{t}{TAT_{к}} = \frac{360}{TAT_{к.й}} \text{ ёки } \frac{90}{TAT_{к.к}};$$

2. Ҳисобот давр товар айланишини ўртача товар захираларига бўлиш орқали аниқлаймиз:

$$TAT_{м} = \frac{ЧТА}{\bar{3}}$$

Ушбу кўрсаткич бир томондан товар айланишини таъминлаш учун ўртача товар захираси неча маротаба айланганлигини кўрсатса, иккинчи томондан бир сўм ўртача товар захираларига қанча товар айланиши тўғри келишини аниқлатади, яъни товар захираси самарадорлигини кўрсатади деб ҳисоблаш мумкин.

9.3.2. Товар захиралари кўрсаткичларига таъсир қилувчи омиллар.

Товар захиралари савдо кархоналарида умумий ҳажми ва товар гуруҳлари бўйича ҳар хил миқдорда шаклланади. Чунки унинг миқдорига ҳар хил омиллар таъсир қилади.

Улар объектив ва субъектив омилларга бўлинади.

Объектив омиллар, бу реал мавжуд шарт шароитлардан келиб чиқади ва инсон фаолиятига боғлиқлиги кам.

Субъектив омиллар, бу тўғридан тўғри инсон фаолияти билан боғлиқ бўлиб улар қабул қилган бошқарув қарорларини объектив ва реаллигидан келиб чиқади.

Асосий объектив омилларга қуйидагиларни киритиш мумкин:

Талаб ва таклифни умумий ҳажми ассортиментлари бўйича мувофиқлиги.

1. Мавсумий хусусиятлари;
2. Ишлаб чиқаришни ҳудудий жойлашиши;
3. Транспорт алоқалари, йўлларини ҳолати ва ташкиллаштириш;
4. Чакана товар айланиш таркиби – товар ассортиментларини мураккаблик даражаси;
5. Товарларни физик химик хусусияти;
6. Савдони моддий техник баъзаси ҳолати;
7. Савдони ташкил қилиш даражаси, технологияси ташкил қилиш

шакллари;

8.Товарлар силжишини ахборот таъминоти;

9.Товарларни келтиришни ташкил қилиш ва ташиш тезлиги;

10.Савдо кархонасини товар айланиш ҳажми ва хоқозолар.

9.3.3.Товар захираларининг таҳлили.

Савдо кархоналари ва шахобчаларининг асосий вазифаларидан бири унинг самарадорлигини оқилона товар захираларини шакллантириш ва уларни бошқариш орқали амалга оширишдан иборатдир.

Товар захираларини шакллантириш ва бошқариш савдо кархоналари ва шахобчалари хўжалик фаолиятини барча қирраларига таъсир қилади. Масалан: товар айланишининг ҳажмига ва таркибига даромад миқдорига, муомала (давр) харажатлари суммасига ва даражасига; фойда ва рентабелликка ва хоқозоларга.

Шу сабабли товар захираларини ҳолатини ва самарадорлигини мунтазам таҳлил қилиб бориш зарурияти туғилади.

Товар захираларини оптимал бошқаришни асосий мақсади минимал харажатлар билан товар захираларини шакллантириш орқали товар айланиш ҳажмини оширишдан иборат бўлмоғи лозим.

Товар захираларини бошқариш жараёнининг асосий усулларида бири уларни таҳлил қилишдир.

Товар захираларини таҳлил қилишнинг мақсади, уларни белгиланган талабларга жавоб беришини ва савдо кархонаси ёки шахобчасини хўжалик фаолияти натижасига таъсирини баҳолашдан иборатдир.

Товар захираларини таҳлил қилишда қуйидаги вазифаларни амалга ошириш мақсадга мувофиқ:

- таҳлил учун зарур бўлган маълумотларни тўплаш, тизимлаштириш ва солиштирма юзага келтириш;
- товар захиралари суммаси ва нисбий кўрсаткичларини декада, ой, квартал ва йил боши ва охирига умуман ҳамда товар

ассортиментлари бўйича таҳлил қилинаётган кархона ёки шахобчада (магазин назарда тутилаяпти) аниқлаш;

- ҳақиқий товар захиралари абсолют ва нисбий кўрсаткичларини белгиланган нормативлар (режалаштирилган кўрсаткичлар) билан солиштириш ва фарқини аниқлаш;
- товар захиралари кўрсаткичларини динамикасини ўрганиш, уни бошқа савдо шахобчалари, кархоналари (рақобатчилар), туман, вилоят, республиканинг кўрсаткичлари билан солиштириш ва баҳо бериш;
- товар захиралари ҳажми, таркиби ва унинг нисбий кўрсаткичларига таъсир қилувчи омилларни ўрганиш ва баҳолаш;
- аниқланган ва баҳоланган ҳолатни такомиллаштириш бўйича, хулосалар, таклифлар тайёрлаш ва чора тадбирлар ишлаб чиқариш.

Товар захиралари динамикасини ўрганиш учун қуйидагича жадвал тузиш мумкин.

9.3.3.1 жадвал.

Товар айланиш ва товар захираларининг динамикаси.

Кўрсаткичлар	Й и л л а р				
	1	2	3	4	5
1. Товар айланиши суммаси.					
2. Ўзгартириш сурати					
2.1. Ўтган йилга нисбатан, %	100,0				
2.2. Базис йилга нисбатан, %	100,0				
3. Товар захираси суммаси					
4. Ўзгариш сурати					
4.1. Ўтган йилга нисбатан, %	100,0				
4.2. Базис йилга нисбатан, %	100,0				

Ушбу жадвални ҳақиқий баҳоларда ва солиштирма баҳоларда таҳлил қилиш тавсия қилинади.

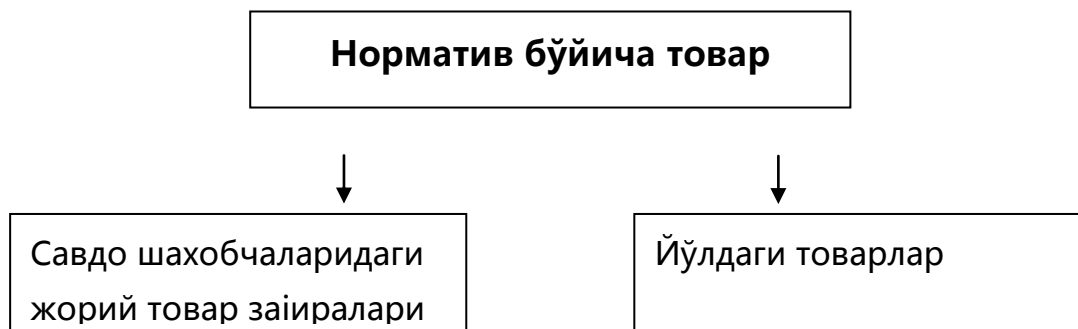
Таҳлил қилишни вазифаси ва объектига қараб товар захиралари динамикаси савдо шахобчаси, қархонаси, туман, шаҳар, вилоят ва республика миқёсида товар захираларининг умумий ҳажми ва алоҳида товар гуруҳлари бўйича ўрганилади.

Худди шундай туман, вилоят ва республика миқёсида товар захираларини жойланиши бўйича, чакана, улгуржи савдода, оммавий оқатланиш шахобчаларида, йўлдаги алоҳида ишлаб чиқаришдаги динамикасини ўрганишни тавсия қиламиз.

Товар захиралари алоҳида савдо шахобчаси миқёсида таҳлил қилиш жараёнида, унинг умумий ҳажмини ва товар гуруҳлари бўйича суммасини белгиланган норматив билан солиштириш ва четланишини аниқлаш зарур.

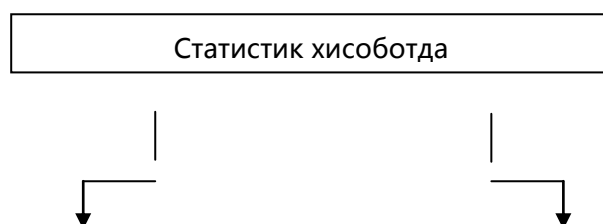
Товар захираларини таҳлил қилишда уларни статистик ҳисоботдаги таркиби, норматив билан солиштирма таркиби юзага келтирилиши зарур, чунки

9.3.3.1 чизма



дан ташкил топади.

9.3.3.2 чизма

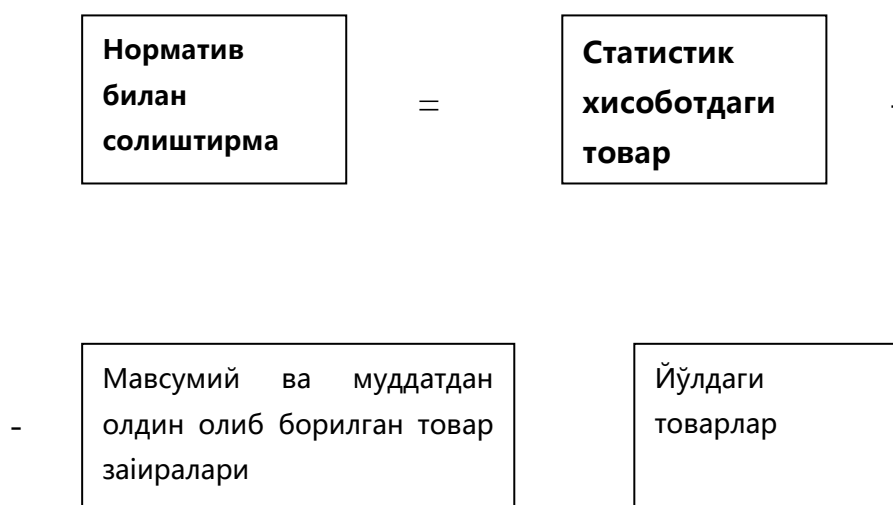


Чакана савдо
шахибчасидаги
жорий товар

Мавсумий ва
муддатдан олдин
олиб борилган товар
захиралари

Умумий товар захиралари таркибида ҳисобга олинади.

9.3.3.3 чизма



Товар заираларинг таҳлил учун қуйидаги жадвални тавсия қиламиз

9.3.3.2 - жадвал

Товар захираларини савдо шахобчалари бўйича норматив билан солиштирма таҳлили

(суммаси ... сўм)

Магазинлар	Иақиқий захира, жами	Жумладан мавсумий захира	Йўлдаги захира	Жорий захира суммаси	Норматив суммаси	Нормативдан фарқи (+; -)		Режадаги бир кунлик товар айланиши
						Суммаси	Кунлар хисобида	
1	2	3	4	5=2-3+4	6	7=5-6	8=7: 9	9
Супермаркет Маркет Универмаг								

ва ҳақозо №1 №2, №3 ...								
-------------------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--

Жадвални 9 хонаси келгуси кварталнинг режасидаги товар айланиши бўйича аниқланади. Ушбу жадвал шаклида товар захираларини ҳар квартал бўйича таҳлил қилиш мақсадга мувофиқ.

Худди шундай жадвал алоҳида савдо шахобчаси ёки корхонасининг алоҳида товар гуруҳлари (макро – микро таркиби) бўйича чакана ва улгуржи савдода, оммавий овқатланиш шахобчаси кабиларда ҳам ишлатилади.

Товар захираларининг таҳлили товар айрибошлаш кўрсаткичларни (кун, мартаба) таҳлил қилиш билан тўлдирилади. Товар айрибошлашни ўрганиш бирон бир даврга, яъни квартал ва йил даврига амалга оширилади. Бу кўрсаткич аҳолига товарлар сотиш тезлигини ўрганишга имконият яратади.

Бундай таҳлилни ўтказиш учун қуйидаги жадвалдан фойдаланиш тавсия қилинади.

9.3.3.3 жадвал

Товар айрибошлашнинг кунлар ҳисобида ҳолати

(суммаси ... сўм)

Магазинлар	Ўтган йилга товар айрибошлаш, кун	Хисобот йилига ҳақиқий ўртача товар захиралари	Товар айланиши		Товар айтибошлаш		Фарқи (+; -)	
			Йилга	Бир кунлиги	Хисобот йилига	Норматив, кунлар ҳисобида	Нормативдан	Ўтган йилдан
1	2	3	4	5=4:360	6 = 3 : 5	7	8=6 – 7	9 = 6 – 2

Товар айрибошлашни ўрганишда унинг миқдорига товар айланиш ҳажми ва ўртача товар захиралари миқдорини ҳамда товар айланишининг

таркибини ўзгариши қандай таъсир қилганини аниқлаш катта амалий аҳамиятга эга. Бундай ҳисоботларни ўтказиш учун 9.3.3.4 ва 9.3.3.5 жадваллардан фойдаланишни тавсия қиламиз.

Товар айрибошлаш тезлигига товар айланиш ҳажми ва ўртача товар захираларини ўзгариш таъсирининг ҳисоб китоби.

Магазинлар	Чакана товар айланиши		Ўртача товар захиралари		Товар айрибошлаш, кунлар		Товар айрибошлаш ҳақиқий товар айланиш режадаги захиралар ҳисобида	Фарқи (+; -)	Жами	
	Режа	Ҳақиқий	Режа	Ҳақиқий	Норматив	Ҳақиқий			Жумладан	
									Товар айланиши	Ўртача захиса товар
1	2	3	4	5	6=4·360:2	7=5·360:3	8=4·360:3	9=7-6	10=8-6	11=8-7

Товар айланиш таркибини (макро ва микро таркиби) товар айрибошлаш тезлигига таъсирини ҳисоб китоби

Товар гуруҳлари	1 кунлик товар айланиш (...сўм)		Товар айланиш таркиби, %		ўртача товар захираси, (...сўм)		Товар айрибошлаш, кун		Товар захираси ўтган йилги товар айрибошлаш ва ҳисобот йилидаги товар айланиш таркиби ҳисобида	Жами товар айрибошлаш 10 қатор кўрсаткичлари ҳисобида	Фарқи (+; -), кун		
	ўтган йил	ҳисобот йил	ўтган йил	ҳисобот йил	ўтган йил	ҳисобот йил	ўтган йил	ҳисобот йил			Жами	Жумладан	
												Товар айланиш таркиби ҳисобидан	Товар айрибошлаш тезлиги ҳисобида
1	2	3	4	5	6	7	8=6:2	9=7:3	10=5·8	11	12=9-8	13=11-8	14=11-9
1. Озиқ-овқатлар										-	-	-	-
2. Ноозиқ-овқатлар										-	-	-	-
жами										10 жами:100			

Мавсумий ва сотиш муддатидан олдин етказиладиган товар захираларининг таҳлили ўз хусусиятига эга, чунки улар жорий сотишга мўлжалланмаган. Уларнинг миқдори (нормативи) ҳар квартал охирига келтириш муддати ва кварталда сотилиш ҳажмидан келиб чиқиб сўм ҳисобида аниқланади, таҳлил қилиш усули эса ушбу хусусиятлардан келиб чиқади.

Таҳлил қилишда уларнинг ҳар квартал охиридаги миқдори белгиланган норматив билан солиштирилади, фарқи аниқланади ва уларни нормал ҳолатга келтириш учун чора тадбирлар ишлаб чиқилади.

Масалан: мавсумий товар захираларини таҳлил қилишда тўпланган товарлар миқдори норматив билан солиштирилиб, келаётган мавсумга аҳолини талабини қондира оладими ёки йўқлиги аниқланади. Сотиш муддатидан олдин етказиладиган товар захиралари бўйича келаси товар келтирилгунча савдо шахобчаси товарлар билан таъминланганми ёки йўқлиги аниқланади.

9.3.4 Товарлар келиши тушунчаси, манбалари ва уларнинг таҳлили.

Савдо звенолари (чакана, улгуржи) ва оммавий овқатланиш шахобчалари хўжалик фаолиятининг натижаси кўп томонлама уларни товарлар билан таъминлашга, яъни товарлар таъминотига боғлиқ.

Товарлар таъминотининг кўрсаткичи сифатида товарларни келиши тушинилади. Товарларнинг келиши абсолют кўрсаткичлар орқали, яъни қиймат (сўм) ҳисобида ва натурал (дона, кг, метр, банка) кўрсаткичларда ҳисоб–китоб, таҳлил қилинади ва режалаштирилади. Уларни умумий ҳажми макротаркиби (озик–овқатлар ва ноозик–овқатлар) фақат қиймат (сўмда) кўрсаткичида ифодаланади, ассортимент таркиби (товар гуруҳлари) қиймат (сўм) ва натурал кўрсаткичларда ўз ифодасини топади.

Шундай қилиб, товарларни келиши деганда қиймат ва натурал кўрсаткичларда ифодаланган чакана ва улгуржи савдо, оммавий овқатланиш шахобчаларини товарлар билан таъминлаш, уларни товарлар таъминотини тушунамиз.

Товарлар келиши кўрсаткичи истеъмол товарлари таклифини бир

қисмини ифодалайди. Чунки истеъмол товарлари таклифи деганда бизлар сотишга мўлжалланган, бозорга келтирилган, у ерда турган ва келтирилиши мумкин бўлган товарлар массасини тушинамиз.

Шундай қилиб товарларни келиши деганда истеъмол товарлари таклифини бозорга келтирилган қисми сифатида қараш мумкин. Яъни унинг қиймати, миқдори ва ассортиментини кўз олдимизга келтиришимиз керак.

Товарлар келишини манбалари истеъмол товарлари манбаларига тўла мос келади. Ушбу китобнинг 8 боби, 8.2.2. параграфига қаралсин. У параграфда истеъмол товарлари таклифининг манбалари тўла ёритилган. Ушбу манбалар товарларни ишлаб чиқариш ва жойларга етказувчилар нуқтаи назаридан ёритилган.

Товарлар келишини манбаларини чакана ва улгуржи савдода, оммавий овқатланиш шаҳобчаларида ҳисоб – китоб, таҳлил қилиш, режалаштириш нуқтаи назаридан қаралса юқорида келтирилган манбалар асос бўлибгина қолмай, ҳақиқатда уларни келтирувчи ёки етказувчи сифатида бошқа манбалар вужудга келади.

Бозор иқтисодиёти шароитида улгуржи савдо билан шуғулланувчи майда ва кўп сонли ҳар хил турдаги воситачилар вужудга келган. Ана шулар чакана савдо ва оммавий овқатланиш шаҳобчаларини товарлар билан таъминловчи манба сифатида хазмат қилмоқда. Улгуржи савдо корхоналарини ҳам товарлар билан таъминлашда товар таклифи манбалари билан бир қаторда янгидан вужудга келган, катта миқдорда товар сотувчи воситачилар вужудга келган.

Оммавий овқатланиш шаҳобчаларини биз юқорида келтирилган воситачилар билан бир қаторда, йирик чакана савдо шаҳобчалари ва деҳқон бозорлари товарлар билан таъминламоқда.

Айрим чакана савдо шаҳобчалари учун товарлар келтириш манбаси сифатида деҳқон бозорлари хизмат қилади. Улар асосан қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари билан таъминланмайди.

Амалиётда товар айланиш режасини бажариш, зарурий товар

заҳираларини шакллантиришни таъминлашни асосий омилларидан бири бўлиб, белгиланган вақтида ва миқдорда товарларни етказиш ҳисобланади.

Ўз вақтида келтирилган вазифа бажарилмаса ёки режадан чекланса савдо ва оммавий оқатланиш корхоналари ва шаҳобчаларини натижавий кўрсаткичларига салбий таъсир қилиш эҳтимолдан йироқ эмас. Шу сабабли товарлар келиши таҳлили долзарб масала ҳисобланади.

Товарлар келишини таҳлил қилиш ҳар куни, ҳафта, декада, ой, квартал ва йил натижалари бўйича мунтазам ўтказилиб, четланишлар аниқланса зарурий чоралар кўриш мақсадга мувофиқдир.

Товарларни келишини таҳлил қилишда қуйидагиларни аниқлаш тавсия қилинади:

- товар юборувчилар томонидан шартномаларни бажарилиши, келтирилган товарларни миқдори, ассортиментни, сифати ва келтириш муддатини шартномага, буюртмага мослигини таҳлил қилиш. Бундай таҳлил тезкор характерга эга бўлиши ва ҳар куни, ҳафта, декада ва ой натижалари кейинчалик ҳар квартал ва йил бўйича умумлаштирилиб берилиши зарур;
- товарлар келиши режасини товар гуруҳлари ва умумий ҳажми бўйича бажарилишини (ой, квартал, йил);
- товарлар келишини даврлар бўйича бир хил меъёردа бўлишини ўрганиш;
- товарлар келишини манбалари бўйича баҳолаш, умумий товарлар ҳажмида алоҳида манбалар ҳиссасини аниқлаш, динамикасини баҳолаш;
- импорт товарлари ва республикада ишлаб чиқарилган товарлар ҳиссасини ўзгаришини алоҳида таҳлил қилиш, уни динамикасига баҳо бериш.

Бундай таҳлилда ўхшаш, бир – бирини алмаштириш мумкин бўлган товарларга алоҳида эътибор қаратиш зарур. Бундай таҳлил асосан вилоят, республика миқёсида статистик органлар томонидан чуқур таҳлил қилиниши зарурлигини алоҳида такидлаймиз.

Товар келишини таҳлили товар айланиши кўрсаткичларини (9.1.4. параграфга қаралсин) баланс боғлиқлигини таҳлил қилиш билан ўз ниҳоясига етади.

Таянч иборалар: товар захиралари, товар айланиши, товар таълимоти, товарларни келиши.

Такрорлаш учун саволлар.

1. Захира нима ва у қандай турларга бўлинади?
2. Товар захираси тушунчасини ёритинг?
3. Товар захиралари қандай турларга бўлинади?
4. Товар захиралари кўрсаткичларини айтинг ва улар қандай ҳисобланади?
5. Товар захиралари кунлари ҳисобидаги кўрсаткичи нимани англатади?
6. Товар айрибошлаш кўрсаткичлари қандай ҳисобланади ва нимани англатади?
7. Товар захиралари миқдори ва уни кўрсаткичларига қандай омиллар таъсир қилади?
8. Товар захиралари қандай таҳлил қилинади?
9. Товарлар келиши тушунчасини ёритинг?
10. Товарлар таъминоти деганда нимани тушунасиз?
11. Товарлар таъминоти манбаларини айтинг?
12. Товарлар келиши қандай таҳлил қилинади?

9.4. Чакана товар айланишини прогнозлаш ва режалаштириш.

9.4.1. Чакана товар айланишини узоқ муддатга прогнозлаш.

9.4.2. Чакана товар айланишини жорий режалаштириш.

9.4.3. Чакана товар айланишини таркиби (ассортименти) ни прогнозлаш ва режалаштириш.

9.4.1. Чакана товар айланишини узоқ муддатга прогнозлаш.

Иқтисодиёт кўрсаткичларини узоқ муддатга прогнозлаш объектив

заруриятлардан келиб чиқади. Бу ҳол жамиятни ижтимоий – иқтисодий тузумидан қатъий назар, амалиёт учун зарур фаолият.

Жамият тараққиётида ижтимоий меҳнат тақсимооти, илмий техник ривожланиш ҳалқаро ва ҳудудий боғлиқликларни кенгайтириб, мураккаблаштириб юборади.

Ҳалқаро, ҳудудий ва корхоналараро иқтисодий алоқаларини ва уларни иқтисодий, шартномавий муносабатларини прогнозлаш ва режалаштириш асосида олиб боришни тақозо қилади.

Умуман оддий ҳаётда, ҳар бир шахс, оила, корхона, давлат узок муддатга мулжалланган мақсад, вазифаларсиз фаолият кўрсата олмайди. Ушбу мақсад ва вазифаларни амалга ошириш мавжуд ресурслардан, имкониятлардан келажакда фойдаланиш йўллари иқтисодий нуқтаи назардан ҳисоб – китоб қилишни, рационал ва оптимал фойдаланиш йўллари асослашни талаб қилади.

Бозор иқтисодиётини инсоният ҳаётига, хўжалик субъектлари фаолиятига, жамият ва давлатнинг сиёсий, иқтисодий ва бошқа жиҳатларига даҳшатли салбий таъсир кўрсатадиган томонлари мавжуд. Бундай омилларни келажакка башорат қилмай, эътиборга олмай, ҳисоблашмий тараққиётга эришиб бўлмайди.

Жамиятдаги барча табиий, моддий, молиявий ресурслар чегараланган, улардан мақсадли ва рационал фойдаланиш зарур. Ушбу ҳолат биринчидан, ҳалқаро, ҳудудий ва умуман хўжалик субъектларида боғлиқликларни чуқурлаштиради. Уларни эътиборга олиш заруратини туғдиради;

Иккинчидан, ҳалқаро, тармоқлараро комплекс масалаларни келишилган ҳолда ҳал қилишни тақозо қилади;

Учинчидан, барча иқтисодий муносабатларни шартнома асосида амалга оширишни талаб қилади;

Тўртинчидан, ҳар бир хўжалик субъекти ўз фаолияти кўрсаткичларини ривожланиш тенденцияларини келажакка ҳисоб – китоб қилиш заруриятини туғдиради.

Узоқ муддатга прогнозлаш методологияси умумий режалаштириш методологиясига асосланади (5 мавзунинг 5.2 бўлимига қаралсин).

Узоқ муддатга прогнозлаштириш асосида мақсадга эришиш йўллари асосланади. Бунинг учун прогнозлаштиришда илмий ташкилотлар, иштирок этишни таъминланиши, илмий асосланган норма ва нормативларни ишлатилиши, прогнозлар кўп вариантларда тузилиши, узоқ муддатга тузилган шартномаларни ҳисобга олиши ва ҳақозолар зарур бўлади.

Прогнозлаш, келажакни кўра билиш, башорат қилиш мазмунини англаиб эҳтимол характериға эға. Прогнозлаштиришни режалаштиришнинг дастлабки босқичи узоқ муддатга қабул қиладиган қарор учун қўшимча ахборот олиш воситаси сифатида тушиниш ҳам мумкин.

1. Чакана товар айланиши узоқ муддатга прогнозлаш ва режалаштириш методологияси. Прогнозлаш (келажакни кўра билиш, аниқлаш маъносини билдиради), режалаштиришни дастлабки босқичи, узоқ муддатга таҳлилнинг варианты, қарор қабул қилиш учун қўшимча ахборот олиш воситаси сифатида ишлатилади.

Савдода прогнозлаш бошқа тормоқлардаги каби план-ориентир (тахмин) сифатида ишлатилади. У эҳтимол ҳарактерға эға.

Бозор иқтисодиёти шароитида кризислардан чиқиш, кризисға рўпара бўлмаслик барчасида прогнозларнинг аҳамияти жуда катта. Чунки прогнозлаш мақсадға эришиш учун чора тадбирларни ишлаб чиқиш орқали режалаштириш ва мақсадға эришишни таъминлайди.

Прогнозлаш бир нечта вариантларда амалға оширилади.

Чакана товар айланиши прогнозлашда республика миқийёсида қуйидаги тенгламани асос қилиб олиши мумкин.

$$A_{\text{хфт}} \geq \text{ЧТА}_t \leq \text{ТР}_t$$

Бунда:

$A_{\text{хфт}}$ – аҳолининг ҳарид фонди;

ЧТА – чакана товар айланиши;

ТР – аҳолиға сотишға мўлжалланган товар ресурслари

t – прогнозлаш йили.

Бу кўрсаткичлар баланси республика миққиёсида вилоятлар миққиёсида, вилоятлар миққиёсида товар гуруҳлари (макротартиб, микротартиб) бўйича деталлаштирилади ва уни таъминлашга интилиш зарур.

Бу тенгламани ишлатиш «Умумийликдан → элементларга» ўтиш (анализ) ёки «элементлардан → умумийликка» ўтиш (синтез) усуллари бўйича амалга ошириш мумин.

Чакана товар айланиши прогнозлашга нисбатан бу усуллар қуйидаги жараёни англатади:

1. «Умумийликдан → элементларга» ўтиш чакана товар айланиши умумий ҳажмини олдин белгилаш ва кейин уни макро ёки микро таркибини аниқлашга ўтишни англатади.

2. «Элементлардан → умумийликка» ўтиш чакана товар айланишини макро ёки микро тартибини олдин аниқлаш ва уларнинг йиғиндисини ҳисоблаш орқали чакана товар айланишини умумий ҳажмини белгилаш.

Бу қоида чакана товар айланиши узоқ муддатга прогнозлаш, қисқа муддатга ва жорий режалаштиришда методологик асос бўлиб ҳисобланади.

Чакана товар айланиши прогнозлаш ва режалаштиришда юқорида келтирилганлар методология нуқтаи назардан бир вариант бўлиб ҳисобланади.

Методологик қоидани иккинчи варианты сифатида чакана товар айланишини аҳолининг жон бошига ёки ҳажмини аниқлаш орқали прогнозлаш усули ишлатилиши мумкин.

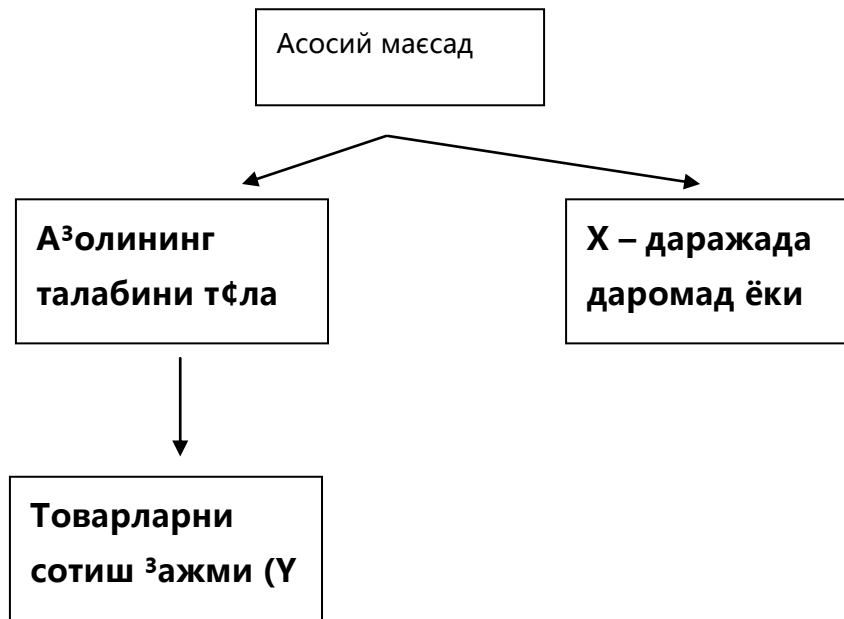
Бу ҳолда:

1. Чакана товар айланиши умумий ҳажми синтез усули яъни «элементлардан – умумийликка» қараб бориш усули билан аниқланади.

Олдин чакана товар айланиши аҳоли жон бошига ёки оилага тўғри келадиган ҳажми аниқланади, сўнгра уларнинг умумий аҳоли ёки оила сонига кўпайтириш йўли билан чакана товар айланиши умумий ҳажми аниқланади.

Чакана товар айланиши прогнозлаш ва режалаштиришни методологик принципларидан бири «Безарарлик нуқтаси»ни аниқлашдир чунки, чакана

товар айланиши прогнозлашда савдо корхоналарининг асосий мақсадидан келиб чиқиш мумкин.



Безаралик нуқтаси қуйидагича аниқланади.

$$БН = \frac{D_x}{1 - \frac{Y_x}{ЧТА}}$$

Бу ерда:

D_x – доимий харажатлар (муомала харажатларининг доимий ўзгармас қисми)

Y_x – ўзгарувчан харажатлар (муомала харажатларининг ўзгарувчан қисми)

Безарарлик нуқтасини аниқлашни бошқа усуллари ҳам мавжуд.

1. Домий харажатларни 100% га кўпайтириб, даромадларнинг даражасига бўлиш

$$БН = \frac{\sum D_x \cdot 100}{\frac{\sum D \cdot 100}{ЧТА}}$$

Бу ерда:

D – даромадлар суммаси.

2. Чакана товар айланишини доимий харажатларга кўпайтириб чакана

товар айланишидан ўзгарувчан харажатлар қисмига бўлиш

$$BH = \frac{ЧТА \cdot D_x}{ЧТА - Y_x}$$

Чакана товар айланиши прогнозлаш ва режалаштиришда қуйидаги усуллардан кенг фойдаланиш мумкин.

1. Статистик тажриба усули (тахмин, омилларни ўрганиш ва ҳ.к.лар).
2. Ўртача силжиш кўрсаткичлари орқали (\bar{K}) кўп амилла регрессион моделлар
3. Математик моделлаштириш экстрополяция усули
4. Норматив усуллар

Статистик тажриба усули асосан жорий режалаштириш (йил, квартал, ой, хафта, кунлик) ишлатилиши мумкин.

Ўртача силжиш экстрополяцияни оддий варианты бўлиб, бу ҳам кўпроқ жорий режалаштиришда қўлланилади.

Математик моделлаштириш, жумладан экстрополяция (математик моделлар орқали) чакана товар айланиши умумий ҳажмини узоқ ва ўрта муддатларга прогнозлашда қўлланиш тавсия қилинади.

Норматив усуллар чакана товар айланиши таркибини прогнозлаш ва режалаштиришда кўпроқ ишлатилади.

Чакана товар айланиши прогнозлашни айрим усулларини кўриб чиқамиз.

Чакана товар айланиши республика миқёсида прогнозлашда қуйидаги математик моделлардан фойдаланиш мумкин.

Биринчи босқичда чакана товар айланиши оила хўжалиги тўғри келадиган ўртача миқдорини аниқаш мумкин.

$$Y_x = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + a_3x_3 + a_4x_4$$

Бунда:

Y_x – ўртача оила хўжалигига тўғри келадиган чакана товар айланиши ўсиш суръати;

x_1 – ўртача ҳар бир оила хўжалигига тўғри келадиган пул даромадларининг ўсиш суръати;

x_2 – оила хўжалигини товарлар сотиб олишга қилган харажатларининг ўсиш суръати;

x_3 – савдо майдонини 1000 оила хўжалигини ҳисобини ўсиш суръати;

x_4 – вақт фактори;

a_0, a_1, a_2, a_3, a_4 – тенглама параметрлари.

Тенглама параметрларининг 5-10 ўтган йиллар кўрсаткичлари асосида компьютерлар орқали ҳисоблаш мумкин.

Иккинчи босқичда ўртача чакана товар айланиши оила хўжалиги учун прогноз қилинган даврга аниқланади.

Унинг учун қуйидаги формула ишлатилади

$$\text{ЧТА}_{\text{о.х.п.}} = \frac{\text{ЧТА}_{\text{о.х.б.}} \cdot Y_x + 100}{100}$$

Учинчи босқичда ЧТА умумий ҳажми аниқланади.

$$\text{ЧТА}_{\text{п}} = \text{ЧТА}_{\text{о.х.п.}} \cdot \text{О.Х}_{\text{п}}$$

Кейинги босқичда республикада ЧТА_п вилоятлар бўйича ҳажмини аниқлаш мумкин ва тавсия сифатида уларга юборилиши мумкин.

Бунинг учун вилоятларни республика чакана товар айланиши ҳиссаси аҳоли даромадида ёки харид фондларидаги ҳиссаси ишлатилиши мумкин.

Масалан: 1. Чакана товар айланиши ҳиссаси бўйича

$$\text{ЧТА}_{\text{п.и}} = \text{ЧТА}_{\text{п}} \cdot \frac{\text{ЧТА}_{\text{б.и}}}{\text{ЧТА}_{\text{б}}};$$

2. Харид фондлари ҳиссаси бўйича

$$\text{ЧТА}_{\text{п.и}} = \text{ЧТА}_{\text{п}} \cdot \frac{A_{\text{хф.б.и}}}{A_{\text{хфб}}}$$

3. Пул даромадлари ҳиссаси бўйича

$$\text{ЧТА}_{\text{п.и}} = \text{ЧТА}_{\text{п}} \cdot \frac{AD_{\text{б.и}}}{AD_{\text{б}}}$$

Учала вариантни солиштириб оптимал чакана товар айланиши

вилоятлар бўйича тавсия қилиш мақсадга мувофиқ бўлади.

Юқорида келтирилган прогноз ҳисоб – китоблари бошқача математик моделлар асосида ҳам амалга ошириш мумкин.

$$1. Y_t = af(t) + b$$

Бу ерда: $Y_t = \text{ЧТП}_t$ ўсиш тенденцияси

$f(t)$ – турдаги функционал чакана товар айланиши динамик қаторда ўзгариш характерини кўрсатувчи математик функция.

t – вақт.

$$2. Y_{тД} = af(Д) + b$$

Д – аҳолининг пул даромадлари.

$$3. Y_{тДТр} = af(Д) + bf(Тр) + c$$

Тр – товар ресурслари

$$4. Y_{тМН} = af(МН) + b$$

МН – миллий даромад

$$5. Y_{тИф} = af(Иф) + b$$

Иф – истеъмол фонди

$$6. Y_i = f_i(x_1, x_2, \dots, x_n)$$

Y_i – i даврга чакана товар айланиши

f_i – ҳисобланадиган математик функция

x_1, x_2, \dots, x_n – чакана товар айланишига таъсир қилувчи омиллар.

Чакана товар айланиши ҳажми ва таркиби кўп омилларга боғлиқ (9.2 мавзунинг 9.2.2 параграфига қаранг) бўлиб уни прогнозлашда талаб ва таклифни прогноз маълумотлари, иқтисодий, демографик, ижтимоий, климотга боғлиқ прогнозлар эътиборга олиниши лозим. Ушбулар билан бир қаторда чакана товар айланиши аҳолининг ҳаёт тарзи, яшаш даражаси кабиларга ҳам боғлиқдир.

Чакана товар айланишини прогнозлашда умумсиёсий масалаларни, ҳалқаро алоқаларнинг ривожланиши кабилар ҳам эъбордан четда қолмаслиги керак.

Юқорида қайд этилган шарт – шароитлар ва омилларни ҳисобга олиш

мураккаб, ҳисобга олиш эҳтимоли кам ёки йўқ бўлиши мумкин. Шу сабабли бундай омиллар, шарт – шароитларни таъсир қилиш даражаси уларга эксперт баҳо бериш усули орқали ҳисобга олинishi мумкин.

9.4.2 Чакана товар айланишини жорий режалаштириш (қисқа муддатга)

Жорий режалаштириш бир йилга, квартал ва ойлар бўйича режалаштиришни ўз ичига олади.

Тезкор режалар ҳафтага кунга тузиладиган режалардан иборат бўлади.

Бозор иқтисодиёти режалаштириш жараёнини бошқарув иерархиясининг пастки бўғинига, микроуровен (даража)га туширишга олиб келади ва микроиқтисодий шароитни ҳар томонлама чуқур таҳлил қилиш иқтисодий таҳлилни ва режалаштиришни янги йўналишларини усул ва услубларини ишлатишни тақазо қилади.

Савдо корхоналарининг асосий вазифаларидан бири, рақобат шароитида, кўпгина ноаниқликлар мавжудлигида қачон? қаерда? кимга? қанча миқдорда? у товар сота олиши, ундан қанча даромад олишини аниқлаб олишдир.

Режа бу тадбирлар тизими бўлиб, унда биз юқорида айтилган масалаларни кетма-кетликда, белгиланган муддатда, миқдорда амалга оширилиш йўллари техник-иқтисодий ҳисоб китоблар асосида асослаб берилиши лозим.

Режанинг прогноздан фарқи уни асослашда корхоналар ички ва ташқи омилларни, объектив ва субъектив шароитларни кўрсаткичлар орқали асослаш ва уни бошқарилиши зарур(шарт)лигидадир.

Прогноз эса эҳтимоллар, таҳминларга асосланиб, корхонанинг барча шарт шароитларини ҳисобга ола билмайди ва у таклифий характерга эга.

Режа корхонага тижорат ва молиявий хавф-хатарни камайтириш ёки умуман ундан безарар қутилишни таъминлашга хизмат қилади.

Чакана савдо шахобчаларини товар айланишини режалаштириш уларни, рақобат шароитида уларни хонавайрон бўлишидан асрайди. Шу сабабали ҳар

бир савдо шахобчаси, оммавий овқатланиш корхонаси ўз товар айланишини узлуксиз йилма-йил, кварталма-квартал, ойма-ой ҳамда хафталар ва кунлар бўйича режалаштириб бориши амалий зарурят бўлиб ҳисобланади.

Савдо корхоналарининг фаолияти натижаси инсонлар талабини қондиришдай мураккаб ижтимоий ходиса билан боғлиқ.

Шу сабабли уларни натижавий (товар айланиши, даромади, фойдаси) кўрсаткичларини режалаштиришда жуда кўп бевосита ва билвосита таъсир қилувчи омилларни эътиборга, ҳисобга олинишини тақазо қилади.

Оддий мисол, 2005-2006 йилларда бутун дунёни ваҳимага солган “Товуқ касаллиги” муаммоси товуқ гўшти ва тухуми истеъмолини кескин қисқартиб юборишга олиб келди. Бу эса ушбу махсулотлар билан савдо қилувчи минглаб савдо шахобчаларини инқирозга учрашга олиб келди.

Савдо шахобчаларининг режалари хилма-хил бўлиб, уларнинг бирламчиси чакана товар айланиши бўлиб ҳисобланади.

ҳаёт тарзини ҳар бир оила қай даражада режалаштириб борса, шу даражада уларни талабини қондиришга ҳизмат қилувчи соҳалар ҳам ўз фаолиятини режалаштириб бориши заруриятдир.

Чакана товар айланишини жорий режалаштириш жараёнида қуйидаги масалаларни ҳал қилишни тавсия қиламиз:

- ✓ мақсадни аниқлаш ва конкрет вазифаларни белгилаш;
- ✓ бирламчи вазифаларни ажратиш ва уларни бажаришни аҳамиятидан келиб чиқиб бажариш йўллларини белгилаш;
- ✓ муаммоларни шахсий ва бошқалар тажрибасидан келиб чиқиб ҳал қилиш йўллларини белгилаб олиш;
- ✓ ҳолатлар тўғрисида ахборотлар, маълумотлар тўплаш;
- ✓ мақсадга эришиш усул-услугларини белгилаб олиш;
- ✓ хавф – хатарларни таҳлил қилиш, улардан ўтиб кетиш ёки таъсирини камайтириш йўллларини аниқлаб олиш, уларнинг альтернатив вариантларни ишлаб чиқиш;

- ✓ кординал хулосага келиш, бажарилиши зарур бўлган чора – тадбирлар рўйхатини тузиш;
- ✓ режани тузиш;
- ✓ режани коррективка қилиб бориш;
- ✓ режани бажарилишини назорат қилиб бориш. Бунинг учун ҳар – бир кўзда тутилган чора – тадбирларни бажарилишини алоҳида тутилган қайд дафтариди ҳисобга олиб бориш. Масалан: шартномаларни бажарилиши, белгиланган муддатда, хажмда, ассортиментда товарларнинг келиши ва ҳақозолар.

Режани бажарилишини таъминлаш учун ҳар бир ходим ўз вазифасини тўла – тўқис бажариб бориши лозим.

Савдо шаҳобчасини мақсадини аниқлашда қуйидагиларни эътиборга олиш зарур:

- бажариладиган жараён масштаби;
- географик, ҳудудий жойлашиши;
- рақобатчилар;
- товарлар ассортименти;
- товар айланишининг прогноз миқдори;
- баҳолаштириш ва баҳо миқдори;
- товар захиралари миқдори, ассортименти;
- маркетинг сиёсати, сотишни жадаллаштириш чора – тадбирлари;
- товарлар ва кассани сақлаш ва ҳимоя қилиш масалалари;
- барча амалий иш билан боғлиқ жараёнларни ҳисобга олиш;
- товарларга буюртма бериш;
- кадрларни танлаш ва тақсимлаш;
- бюджет, молия, солиқ органлари билан муносабатлар;
- шикоят ва таклифлар қайд дафтарини таҳлил қилиб бориш;
- бизнесга таълуқли ҳуқуқий қонунлар, низомлар, фармойишларга ва бошқа ҳуқуқий ҳужжатларга риоя қилиш кабилар.

Чакана товар айланишини режалаштиришда ҳар бир савдо корхонаси,

шаҳобчаси унга таъсир қилувчи ташқи муҳитни ва ички омилларни тўла ҳисобга олишга эришиши мумкин.

Биринчидан, ички омилларни ҳисоб китоб қилиш, яъни:

- ✓ молиявий таъминот (хусусий, жалб қилинган молиявий ресурслар);
- ✓ шахсий характерга эга омиллар (иш вақти, ишчиларнинг касбий маҳорати, хавф – хатарларни бартараф қилиш имконияти);
- ✓ савдо шаҳобчасининг жойлашиши товар ассортименти;
- ✓ атрофдаги аҳолини ижтимоий ҳолати (даромади; сони; аҳолининг таркиби (нафақачи, ўқитувчи, талаба, ишлаш жойи, оила сони; урф одати ва хоқозолар).

Ташқи муҳитга сиёсий, иқтисодий, ҳуқуқий ижтимоий демографик омиллар ва сотиб олувчилар (талаб), товар етказувчилар (таклиф), рақобатчилар кабиларни таъсир даражасини киритиш мумкин.

Чакана товар айланиши ҳажмини ва таркибини режалаштириш ниҳоятда мураккаб (иқтисодий, математик ва статистик ҳисоб китоб нуқтаи назаридан) вазифалар қаторига киради.

Товарларни сотиш миқдорини аниқлаш натижани аниқ белгилашни назарда тутди. Келажакда қандай ўзгаришлар содир бўлишини кўра билишни тақазо қилади. Уни ҳал қилиш учун санок кўрсаткичи усуллари ишлатишни талаб қилади. Бу эса ўз йўлида ўтган йиллар учун чакана товар айланиши ҳажмини, таркибини чуқур таҳлил қилиш, унинг тенденцияларини аниқлаш каби вазифалари бажарилиши асосида амалга ошириши мумкин. Бунда келажакни баҳолаш учун раҳбарлар ва мутахасислардан касбий маҳорат, барча омилларни сифат ва эксперт баҳолаш усулларидан фойдалана билишни талаб қилади.

Чакана товар айланишини қисқа муддатга режалаштириш жараёнида биз ушбу бобнинг 9.4.1 параграфида келтирилган қоидаларга асосланишни таклиф қиламиз.

Чакана товар айланиши режалаштиришда турли усуллардан фойдаланилади. Улар қаторига баланс усули, ҳар хил техник-статистик ҳисоб

китоблар усули, иқтисодий математик усуллар, ўртача силжиш ҳисоб китоби кабиларни киритиш мумкин.

Амалиётда биз юқорида келтирилган омиллар, қоидаларни ҳисобга олган ҳолда режалаштиришни альтернатив усули сифатида “ўртача силжиш” усулидан фойдаланилади.

Ушбу усулнинг мазмуни қуйидагилардан иборат.

Чакана товар айланиш ҳажми ҳисоби қуйидаги таркибий бўлимлар бўйича амалга оширилади:

- аҳолига сотилган товарлар ҳажми;
- корхоналар, ташкилотлар, муассасаларни умумий хўжалик эҳтиёжини қондириш учун сотилган товарлар (майда улгуржи товар айланиши).

Чакана товар айланишини жорий режалаштириш бир йилга, кварталлар ва ойлар бўйича амалга оширилади.

Келаётган йилга чакана товар айланишини режалаштиришда камида беш ўтган йил учун чакана товар айланишини таҳлил қилиш тавсия қилинади. Таҳлил жараёнида чакана товар айланиши ривожланиш қонунятларини аниқлаш, унга таъсир қилган омилларнинг миқдорини аниқлаш зарур бўлади(9.2.2 ва 9.2.3 параграфларига қаралсин).

“ўртача силжиш” усулини ишлатишда динамик қаторни ҳар уч йил учун “бараварлаштирилган” ўртача миқдори аниқланади. Унинг учун қуйидаги формуладан фойдаланишни тавсия қиламиз. Масалан динамик қатор беш йилдан иборат деб ҳисоблайлик.

Ўртача силжиш кўрсаткичи “ \bar{K} ” чакана товар айланишини, ҳар уч йил учун ўртача ўзгариш сурати фоиз ҳисобида кўрсатилади. “ \bar{K} ” – ҳар йиллик ўсиш суратини фоиз ҳисобида англатади.

ҳисоб китоб қуйидача амалга оширилади:

$$\bar{K}_1 = \frac{K_1 + K_2 + K_3}{3};$$

$$\bar{K}_2 = \frac{K_2 + K_3 + K_4}{3};$$

$$\bar{K}_3 = \frac{K_3 + K_4 + K_5}{3}.$$

Ушбу ҳар уч йил учун ҳисобланган ўртача силжиш кўрсаткичлари асосида беш йил давр учун ўртача ўсиш миқдорини ($\bar{\Delta}$) қуйдагича аниқлаш мумкин.

$$\bar{\Delta} = \frac{\bar{K}_n - \bar{K}_1}{n-1}$$

Бу ерда \bar{K}_n – динамик қаторни охирги кўрсаткичи;

\bar{K}_1 – динамик қаторнинг бошидаги кўрсаткичи;

n - динамик қаторнинг умумий сони.

Режалаштирилган йил учун чакана товар айланиши ўсиш сурати (\bar{K}_p) қуйдагича аниқланади:

Бараварлаштирилган ўртача динамик қатор кўрсаткичини жорий йил билан бирга икки қадам жилдириш орқали, яъни

$$\bar{K}_p = K_5 \cdot 2 \cdot \bar{\Delta} \quad \text{аниқланади.}$$

Ушбу усул билан аҳолига сотилган товарлар ва майда улгуржи товарлар айланиш ҳажми товар айланишни кварталлар ва ойлар бўйича ҳам ҳисоб китоб қилиш мумкин.

Чакана товар айланишини кварталлар бўйича аниқлашда кварталларни йиллик товар айланишидаги ҳиссаси, фоиз ҳисобида (K), ойларни квартал товар айланишидаги ҳиссаси (K) ҳисобга олинади ва уларни бараварлаштирилган ўртача силжиш миқдори аниқланади. Унинг учун юқорида келтирилган формула ишлатилади.

9.4.3 Чакана товар айланишини таркиби (ассортименти) ни прогнослаш ва режалаштириш.

Чакана товар айланиши ассортиментини режалаштириш савдо корхоналарининг асосий мақсадини амалга оширишга йўналтирилган бўлиши лозим.

Чакана товар айланиши ассортиментини прогнозлаштириш ва режалаштириш жуда мураккаб иқтисодий жараён бўлиб, у ҳаётдаги барча ижтимоий-иқтисодий ўзгаришлар билан чамбарчас боғлиқ, аҳолининг талабини қондириш жараёнини англатувчи кўрсаткич ҳисобланади. Уни иқтисодий асосланган миқдори аҳолига истеъмол товарларини ишлаб чиқариш учун буюртмалар бериш, ишлаб чиқаришни ривожланишини рағбатлантириш, янги товарларни ишлаб чиқариш, талабга жавоб бермайдиганларни янгиси билан алмаштириш каби муаммоларни ҳал қилиш учун асос бўлиб ҳисобланади.

Ушбу кўрсаткич истеъмол товарларини ишлаб чиқариш ва истеъмол қилиш жараёнлари билан боғлиқ бўлган илмий-техник ихтиролар, мода каби мураккаб жараёнларда намоён қилади.

Чакана товар айланиши ассортиментини режалаштиришда алоҳида товар гуруҳларини хусусиятларидан келиб чиқиб, ҳар хил усуллардан фойдаланиш тавсия қилинади.

Товарларни ишлаб чиқариш, бозорга кириш ва кирмаслиги, истеъмол қилиниши хусусиятларидан келиб чиқиб, уларни куйидаги макрогуруҳларга ажратиш мумкин:

1. аҳоли талабини бир қисми шахсий хўжалик ҳисобидан қондириладиган озиқ-овқатлар (нотовар маҳсулотлар яъни қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари-гўшт, сут, тухум, сабзавотлар, мевалар);

2. аҳоли талаби тўла савдо корхоналаридан сотиб олиш ҳисобидан қондириладиган озиқ-овқатлар;

3. аҳоли талабини товар ресурслари ҳисобидан тўла қондириш мумкин бўлган ноозиқ-овқатлар;

4. қисман ишлаб чиқарилиши чегараланган ноозиқ-овқатлар;

5. узоқ муддатда истеъмол қилинадиган ноозиқ-овқатлар. Уларни

сотилиш миқдори аҳолини пул билан таъминланганлик даражасига боғлиқ.

Чакана товар айланиши ассортиментини режалаштиришда бир катор омиллар эътиборга олинishi зарур. Уларни асосийларига қуйидагиларни киритиш мумкин:

- аҳолининг харид фонди миқдори (8.2.4 параграфга қаралсин);
- айрим товарлар билан аҳолини таъминланганлиги (узoқ муддатда истеъмол қилинадиган ноозиқ-овқат товарлари), яъни ушбу товарларни 100 оилага тўғри келиши;
- алоҳида товар гуруҳлари бўйича аҳоли жон бошига тўғри келадиган чакана товар айланиши, охириги 3-5 йилларда шаклланган истеъмол миқдори;
- охириги 3-5 йилларда шаклланган чакана товар айланиши таркиби, яъни умумий чакана товар айланишида алоҳида товар гуруҳларини ҳиссаси, фоиз ҳисобида;
- алоҳида товарларни ҳудудга (туман, шаҳар, вилоят) ишлаб чиқариш миқдори ёки бошқа ҳудудларда ишлаб чиқарилиши, чет-элдан келтириладиган товарларга бўлиб таҳлил қилиш натижалари;
- озиқ-овқатларни истеъмол қилишни физиологик нормалари ва ноозиқ-овқатларни рационал ишлатиш нормалари, уларни ҳақиқий истеъмол миқдори билан солиштирма кўрсаткичлари;
- аҳолини уй-жой билан таъминланганлик даражаси ва уни келажакда ривожланиш кўрсаткичлари;
- аҳолига хизмат қилувчи корхоналарни ривожланиши. Масалан, ательелар, устахоналар ва ҳоказолар.

Чакана товар айланиши ассортиментини режалаштиришда ишлатиладиган айрим усулларни келтирамиз:

I. Физиологик ва рационал ишлатиш нормалари орқали келажакда истеъмол қилиш миқдори қуйидаги формула орқали аниқланади:

$$\Pi = \Pi_f \cdot J_n^k \cdot \sqrt[\Pi]{\left(\frac{N_{\Pi}}{N_f}\right)^K}$$

Бунда:

Π_k – к-йилига истеъмол қилинадиган товарларнинг умумий ҳажми.

Π_f – базис йилида истеъмол қилинган товарлар ҳажми;

J_n^k – аҳоли сонининг ўзгариш индекси;

N_n – 1 кишига тўғри келадиган истеъмол нормаси;

N_f – 1 кишига тўғри келадиган ҳақиқий истеъмол;

Π – истеъмол нормасига етиш муддати;

K – прогноз (режа) лаштирилаётган йил.

II. Узоқ муддат истеъмол қилинадиган товарлар бўйича:

$$\text{ЧТА}_k = (H_o \cdot O_p - T_a + U) B$$

Бунда:

ЧТА_k – к-йилга товар айланиши;

H_o – оиланинг таъминланиш нормаси;

O_p – режалаштирилган йилга оилалар сони;

T_a – режалаштирилган йил бошига оиладаги мавжуд товарлар;

U – режалаштирилган йилга товарларнинг тўзиши, эскириши.

B – баҳо (режалаштирилаётган йилга).

III. Товар ассортименттини режалаштириш учун иқтисодий математик усуллардан ҳам фойдаланиш мумкин (8.1.2 параграфга қаралсин).

IV. Эластиклик коэффиценти кўрсаткичидан фойдаланиш усули. Ушбу усул орқали товар айланиши ассортименттини аҳолининг даромади ёки харид фондининг ўсиш суръати билан солиштириш орқали, ёки товар ресурсларининг ўсиш суръати билан солиштириш орқали аниқлаш мумкин.

Бунда эластиклик коэффиценти (\mathcal{E})

$$\mathcal{E} = \frac{\Delta y \cdot 100}{y} \div \frac{\Delta x \cdot 100}{x} = \frac{\Delta y}{\Delta x} \cdot \frac{x}{y};$$

Бу ерда: “x” – аҳолининг даромади ёки харид фонди ёки товар ресурслари аҳоли жон бошига;

“y” – Чакана товар айланиши алоҳида олинган товар гуруҳи бўйича, аҳоли жон бошига;

“Δ” – кўрсаткичнинг ўзгариш миқдори.

Ушбу кўрсаткич $y = a + bx$ карроляцион тенгламани ечиш йўли билан аниқланиши мумкин.

$$\text{Бунда: } \Delta = b \cdot \frac{x}{y};$$

“b” – регрессия коэффициенти.

Масалан, айтайлик бирор бир товар гуруҳи бўйича эластиклик коэффициенти аҳоли даромадига нисбатан 1,5 чикди. Ушбу курсаткич аҳолининг даромади 1% га ошса, ҳисобга олинган товар гуруҳи бўйича аҳоли жон бошига тўғри келган чакана товар айланиши 1,5 % ўсиши мумкинлиги англатади.

Агарда аҳолининг жон бошига тўғри келган даромади режалаштирилган йилга 10 % ўсиши мўлжалланган бўлса, аҳоли жон бошига тўғри келган чакана товар айланиши (товар гуруҳи бўйича)

$$10 \cdot 1,5 = 15 \%$$

фоизга ошиши мумкин.

Бу ҳолда аҳоли жон бошига тўғри келган чакана товар айланиши режалаштирилган йилга (Y_p)

$$Y_p = \frac{Y_{ж} \cdot (100 + 15)}{100}$$

тенг бўлади.

Бу ерда: “ $Y_{ж}$ ” – жорий йилдаги аҳоли жон бошига тўғри келган чакана товар айланиши суммаси.

Мисолда олинган товар гуруҳи бўйича чакана товар айланиши умумий ҳажми қуйидагича аниқланади:

$$\text{ЧТА}_p = Y_p \cdot A_{с,p};$$

Бу ерда: $ЧТА_p$ – мисолда олинган товар гуруҳи бўйича режалаштирилган йилга чакана товар айланиши суммаси;

$A_{c,p}$ – режалаштирилган йилга аҳолининг сони.

V. Чакана товар айланиши ассортиментини режалаштиришда реал кўрсаткичга яқин натижага эришиш учун (бу усул чет эллар амалиётида ҳам ишлатилади) “ўртача силжиш” усулидан фойдаланишни тавсия қиламиз (усул 9.2.4 параграфда кўрсатилган). Бунда охириги беш йил муддатда чакана товар айланиши ҳажмида олдин унинг макротартиби (озиқ-овқатлар ва ноозиқ-овқатлар) бўйича ҳисоб китоб қилинади, сўнг товар гуруҳларини озиқ-овқат товарлари ҳажмидаги ҳиссаси алоҳида ва ноозиқ-овқатлар ҳажмидаги ҳиссаси алоҳида ҳисоб китоб қилиниши тавсия қилинади.

Ушбу усул билан чакана товар айланиши таркиби (товар гуруҳларини чакана товар айланишидаги ҳиссаси) режалаштирилган йилга аниқланади ва сўнг режалаштирилган чакана товар айланиши ҳажмидан келиб чиққан ҳолда алоҳида товар гуруҳлари бўйича чакана товар айланиш суммаси аниқланади.

Таянч иборалар: Прогноз, режа, стратегик, жорий, узоқ муддат, қисқа муддат, тескор, баланс, норма, норматив, безарарлик нуқтаси, статистика, тажриба усули, ўртача силжиш усули, экстрополяция, иқтисодий математик усуллар, эксперт боҳолаш усули.

Такрорлаш учун саволлар:

1. Прогнозлаш қандай восита сифатида ишлатилади?
2. Прогноз ва режалаштириш тушунчаларини фарқи намада?
3. Прогнозларни аҳамияти нимада?
4. Чакана товар айланишини прогнозлаш ва режалаштиришда қандай усуллардан фойдаланилади?
5. Чакана товар айланиши прогнозлаш қандай метадологик қоида асос қилиб олинади ва унитенгламаси шаклини мазмунини ёритиб беринг?
6. Чакана товар айланишини жорий режалаштиришда қандай масалаларни

ҳал қилиш зарур бўлади?

7. Чакана товар айланишини ўртача силжиш усули билан режалаштиришни мазмунини тушинтириб беринг?

8. Чакана товар айланиши таркибини прогнозлаш ва режалаштиришда улар қандай гуруҳларга ажратилади?

9. Чакана товар айланиши таркибини прогнозлаш ва режалаштиришда қандай омиллар ҳисобга олинади?

10. Чакана товар айланиши таркибини прогнозлаш ва режалаштиришда қанақа усуллардан ва формулалардан фойдаланиш мумкин?

9.5 Товар захиралари ва товарлар келишини режалаштириш.

9.5.1 Товар захираларини нормаллаштириш усуллари.

9.5.2 Товар захираларини кварталлар бўйича режалаштириш.

9.5.3 Товарлар келишини режалаштириш.

9.5.1. Товар захираларини нормаллаштириш усуллари.

Товар захираларини нормаллаштириш алоҳида савдо шахобчалари учун товар гуруҳлари бўйича амалга оширилади. Амалиётда асосан икки хил усул, яъни тажриба – статистик ва техник – иқтисодий ҳисоблаш усуллари қўлланилади.

Тажриба – статистик усул кўп тарқалган ва ишлатилиши оддийроқ усул ҳисобланиб, ушбу усул орқали товар захиралари нормативи уни бор маълумотларни таҳлил қилиш асосида аниқланади.

Техник – иқтисодий ҳисоблаш усули орқали товар захиралари нормативи, уни элементларга ажратиш орқали биринчи усулга нисбатан асосланганроқ ҳисобланади

Товар захиралари нормативи жорий товар захиралари чакана савдо шахобчалари, улгуржи савдо омборлари, оммавий овқатланиш қархоналари ва йўлдаги товарлар учун алоҳида ҳисоб – китоб қилинади.

Жорий товар захираларига савдо шаҳобчаларида (магазин, киоск, ларёк, уларни ёрдамчи хоналарида), улгуржи база омборларида, оммавий овқатланиш кархоналарида (ресторан, ошхона, кафе) сақланаётган жорий захиралар киради. Булар кунлар ҳисобида ва сўмда нормаллаштирилади.

Йўлдаги товарларга чакана ва улгуржи савдо кархоналари тамонидан сотиб олинган, йўлда келаётган ва (товар) етказувчи (патавшик) лар тамонидан жўнатилган лекин тўлов ҳужжатлари ҳам банкка белгиланган муддатда топширилмаган товарлар киритилади.

Бу захиралар алоҳида кунлар ва сўм ҳисобида нормаллаштирилади ва кейин жорий захиралар нормативига қўшилади.

Мавсумий ва олдиндан етказиб бериладиган товар захиралари уларни ташиш ва сотиш режалари асосида сўм ҳисобида алоҳида режалаштирилади. Ушбу захиралар ҳар кварталнинг охирига ҳисоб – китоб қилинади.

Товар захираларини нормаллаштириш қоида ва усулларини кўриб чиқамиз.

Товар захираларини нормативлари қиймат ўлчовларда (сўмда) ва нисбий кўрсаткичларда, яъни кунлар ҳисобида аниқланади.

Товар захиралари нормативини аниқлашда биринчи қоида унинг миқдори эҳтимолда тутилган максимал ва минимал миқдори ўртасида бўлиши керак.

Бу қоида қуйидагича ифодаланади

$$Z_{\max} > Z_{\text{th}} > Z_{\min}$$

Бунда:

$Z_{\text{t max}}$ – товар захиралари максимал миқдори;

Z_{th} – товар захиралари нормативи;

$Z_{\text{t min}}$ – товар захиралари минимал миқдорди.

Савдо ташкилотлари ва кархоналарида жорий товар захиралари нормаллаштирилади.

Жорий товар захиралари нормативлари статистик – тажриба, техник – иқтисодий ва математик усуллар ёрдамида амалга оширилади.

Товар заҳиралари нормативини аниқлаш товар таклифи ва талабни бозор конъюктурасини товар заҳиралари нормативлари ва ҳақиқий ҳолатини, товар заҳираларига таъсир қилувчи омилларни чуқур ва комплекс таҳлил қилингандан келиб чиққан хулосаларга асосланиш зарур. Таҳлил бизнесга ўтган йиллар маълумотларини қамраб олиш зарур.

Бундай таҳлил савдо кархоналари ва шахобчаларини барча нерархик (уровенларида) бўғинларида амалга оширилиши зарур.

Бунда умумий қоида имкон борича кўпроқ омилларни ва динамик қаторларни йиллар қамраб олиши ҳисобланади.

Динамик қаторларни таҳлил қилишда куўпроқ математик усуллардан – регрессион моделлар, корреляцион таҳлил, кўп омилли таҳлиллардан фойдаланиш тавсия қилинади.

Товар заҳиралари нормативлаштириш унинг алоҳида таркибий элементларини товар гуруҳлари бўйича ҳисоблаш орқали амалга оширилади.

Нормативлар чакана савдо, улгуржи савдо, оммавий овқатланиш кархоналари ва (мавсумий, муддатдан аввал олиб борилган) нормативлар бўйича алоҳида ҳисобланади.

Чакана савдо учун алоҳида кўриб чиқамиз

Чакана савдода жорий товар заҳиралари нормативи қуйидаги элементлардан ташкил топади.

I. Товар гуруҳлари бўйича нормативлар суммаси.

II. Йўлдаги товарлар нормативи.

Товар гуруҳлари бўйича норматив қуйидагилардан ташкил топади.

1. Товарларни қабул қилиш ва сотишга тайёрлаш даврига заҳира – КС. Унинг миқдори товар гуруҳлари (ассортименти) ни тавсифига боғлиқ ва 0,5 -1,5 кун миқдорида ҳисобга олиш мумкин.

2. Ишчи заҳира (I_3) у савдо залида доимий сақланадиган, кўрсатишга мўлжалланган товарлардан иборат бўлади.

$$I_3 = \frac{A_T \cdot B}{ЧТА \div 90} = \frac{A_T \cdot B}{T_K}$$

A_t - ассортимент турлари.

3. Савдони янги товарлар келгунча узлуксиз таъминлаш учун зарур бўлган товарлар (Ч) жорий тўлдириш захираси. Бу захира товарларни келтириш муддатига товар ассортиментини оддий ёки мураккаблигига боғлиқ.

Товар захиралари бу элементи нормативини кўп қисмини ташкил қилади ва товар келганда (\max), товарлар келиши арафасида (\min) даражада бўлади.

Шунинг учун биз юқорида келтирган $Z_{t \max} > Z_{t \text{ м}} > Z_{t \min}$ қоидадан фойдаланиб товарларни келтириш муддатини ўртача миқдори (Ч) аниқланади ва нормалаштириш жараёнида унинг ярми ҳисобга олинади $\frac{Ч}{2}$.

Жорий тўлдириш захирасини нормалаштиришда товарлар келишининг даври ва тезлиги, талабнинг миқдори, буюртма бериш таритби, буюртмани бажариш шарти, товарларни ташишга ва сақлашга кетадиган харажатлар миқдори ҳисобга олинади.

Жорий тўлдириш захирасининг миқдори оптималлаштирилади ва бу кўрсаткич орқали жорий тўлдириш захираси миқдори тўла оптималлаштирилиши мумкин.

Товар ассортиментини умумий сони ва бир маротаба келтиришда неча хил ассортимент келишини ҳисобга олиб товар ассортиментини тўла комплектлаш коэффиценти аниқланади (K_k) ва бу кўрсаткич орқали савдо корхонасида неча кундан кейин тўла комплект таъминланиши аниқланади.

Масалан: дўконда матоларни турлари 15 хил.

Бир маротаба келтиришда 4 хил мато келтирилди, уларнинг келтириш муддати 1 ойда бир маротаба, яъни 30 кунда.

$$K_k = \frac{4}{15} = 0,267$$

Ундан келиб чиқиб,

$$Ч = \frac{30}{0,267} = 112 \text{ кун, бунинг ярми } 112 : 2 = 56 \text{ кун.}$$

4.Кафолат учун зарур бўлган товар захиралари. Бу захира товарларни келтириш муддати бузилади, талаб кескин ўзгариши ва бошқа кўзда тутилмаган

ҳолатлар юз бериб келганда савдони таъминлаш учун зарур бўлади (K).

Юқоридагилардан келиб чиқиб, жами товар захиралари нормативи (H)баробар бўлади: оддий ассортиментдаги товарлар учун

$$H=KC +I_3 + Ч \frac{1}{2} +K$$

5.Мураккаб ассортиментли товар гуруҳлари учун

$$H= KC + I_3 + (Ч:K_K) \frac{1}{2} +K$$

Ушбу нормативни жорий тўлдириш захирасини (Ч) оптималлаштириш орқали умумий нормативни оптимал миқдорини аниқлаш инглиз математик олимлари Уилсон – Уайтинлар тавсия қилган математик моделдан фойдаланиш мумкин. Бу модел товарларни келтиришга ва сақлашга кетадиган ҳаражатларни минималлаштириш орқали ҳисоб – китоб қилинади. Бунинг учун минимал ҳаражатлар товарларни ташиш оптимал партияси қандай миқдорда таъминланишини аниқлаш орқали амалга оширилади.

$$S^0 = \sqrt{\frac{2KQ}{C}}$$

S^0 – оптимал партия миқдори, (кип, қоп, кг, т, дона)

K – товарларни ташишга кетган ҳаражат, ўлчови, сўм бирлигида.

C – сақлаш ҳаражатлари, сўм ўлчов бирлигида.

Q– чакана товар айланиши ҳажми, натурал кўрсаткичда.

Ушбу формуладан фойдаланган ҳолда товарларни келтиришни оптимал сонини аниқлаш мумкин (П)

$$П = \frac{Q}{S^0} = \sqrt{\frac{CQ}{2K}}$$

Бу кўрсаткич бир йилда 1 кварталда неча маротаба товарлар партияси келтирилишини кўрсатади.

Товарларни келтириш қандай интервалда, ёки неча кундан кейин товарлар партияси келтирилишини (Ч) аниқлаш мумкин

$$Ч = \frac{K_i}{П} = K_i \cdot \sqrt{\frac{2K}{CQ}}$$

K_i – давр куни, 360 ёки 90 кун.

Товар гуруҳлари бўйича N суммасига йўлдаги ва жўнатилган лекин ҳисоб учун ҳужжатлар етиб келмаган товарлар нормативини кўшиш керак.

Уни аниқлаш учун ўтган йил ҳолати олинади ва ўртача храналогик усул билан ўртача сумма аниқланади M : 1 январга - 29,4; 1 апрелга - 26,3; 1 июлга – 28,7; 1 октябрга – 29,9; 1 январ режалаштирилган йилга – 28,8

$$\frac{\frac{29,4}{2} + 26,3 + 28,7 + 29,9 + \frac{28,8}{2}}{5-1} = 28,5 \text{ м.с}$$

Жами товар заҳиралари билан бир қаторда мавсумий ва олдиндан ташиб қўйиладиган товар заҳиралари суммаси нормаллаштирилади. Уларни товарларни ташиш даврини режаси ва чакана товар айланиши ҳажмини ҳисобга олиб аниқлайди. Бунда мавсумий товар заҳиралари учун уларни турлари ва мавсумий сақланиш муддати ҳисобга олинади.

Олдиндан ташиладиганлар учун эса товарларни ташиш муддати ва сақланиш даври ҳисобга олинади.

Булар фақат абсолют сўмда ҳисобланади.

Масалан: қишки пальто: март – август

Товар заҳиралари – 1 апрелга 0,9 м. сўм

I.кв. ташиш режаси 1,5 м. сўм

II.кв. чакана товар айланиши режаси 0,4 м. сўм. Ушбу маълумотлардан келиб чиқиб, 1 июлга товар заҳираларини аниқлаш мумкин:

$$TЗ_1 - 1.07 = 0,9 + 1,5 - 0,4 = 2,0 \text{ м. с.}$$

9.5.2 Товар заҳираларини кварталлар бўйича режалаштириш

Техник-иқтисодий ҳисоблар орқали режалаштирилган йилнинг IV кварталига аниқланган товар заҳиралар нормативи ва жорий йилнинг IV квартални нормативи асосида режалаштирилган йилнинг I, II, III кварталлари учун товар заҳиралари нормативи сўм ва кунлар ҳисобида аниқланади.

Бунинг учун режалаштирилган йилнинг IV квартал нормативидан

жорий йилнинг IV квартал нормативини айириб ташлаш йўли билан товар захираларини ўзгариш миқдори сўм ҳисобида аниқланади. Асосий мақсад I, II, III кварталларга юқорида аниқланган фарқни тақсимлаш йўли билан ушбу кварталлар учун товар захиралари нормативини аниқлашдан иборат.

Ушбу фарқни тақсимлаш икки хил усул билан амалга оширилади.

Биринчи усул агар кварталлар товар айланиши ҳиссаси кескин фарқ қилмаса ушбу фарқ бир хил миқдорда тақсимланади. Яъни уни тўртга бўлиб, IV квартал жорий йил нормативига қўшилса I квартал режалаштирилган йил нормативи аниқланади. I квартал нормативига фарқни қўшиб II квартал нормативи ва II квартал нормативига яна фарқни қўшиб III квартал нормативи аниқланади.

Иккинчи усул агар кварталлар нормативлар суммасини тегишли кварталнинг 1 кунлик товар айланишига бўлиш орқали товар захираларининг кун ҳисобидаги нормативи ҳисобланади.

Иккинчи усул агар кварталлар товар айланиши ҳиссаси кескин фарқ қилса ишлатилади. Бунда товар захиралари (IV квартал жорий ва режалаштирилган йиллари) фарқи кварталлараро ҳар бир кварталнинг йиллик товар айланишидаги ҳиссасига нисбатан тақсимланади ва қолган жараён биринчи усул тартиби бўйича амалга оширилади.

Ушбу усулларни ишлатилиш тартибини қуйидаги шартли мисолда кўриб чиқамиз.

Масалан: 1. жорий йилнинг IV кварталига норматив-1520 минг сўм.

2. Режалаштирилган йилнинг IV кварталига норматив-1620 минг сўм

Нормативлар фарқи = $1620 - 1520 = 100$ минг сўм

Биринчи усул бўйича нормативларни аниқлаймиз:

1. Нормативлар фарқини ўрта тақсимлаш миқдори = $100 : 4 = 25$ минг сўм

2. Режалаштирилган йилга товар захиралари нормативи:

2.1 I кварталга = $1520 + 25 = 1545$ минг сўм

2.2 II кварталга = $1545 + 25 = 1570$ минг сўм

2.3 III кварталга = $1570 + 25 = 1595$ минг сўм

2.4 IV кварталга = $1595+25=1620$ минг сўм

3. Режалаштирилган йилга чакана товар айланиши:

3.1 I кварталга 1530 минг сўм, бир кунлиги $1530:90=17,0$ минг сўм

3.2 II кварталга 1610 минг сўм, бир кунлиги $1610:90=17,9$ минг сўм

3.3 III кварталга 1730 минг сўм, бир кунлиги $1730:90=19,2$ минг сўм

3.4 IV кварталга 1790 минг сўм, бир кунлиги $1790:90=19,9$ минг сўм

4. Кварталлар бўйича товар заҳиралар нормативи, кунларда:

4.1 I кварталга = $1545:17=91$ кун

4.2 II кварталга = $1570:17,9=88$ кун

4.3 III кварталга = $1595:19,2=83$ кун

4.4 IV кварталга = $1620:19,9=81$ кун

Иккинчи усул бўйича, яъни кварталларда товар айланиши товар айланиши ҳиссалари кескин фарқ қилган ҳолда. Ушбу усул бўйича товар заҳиралари нормативини аниқлаш йўлини қуйидаги жадвалдаги маълумотлар орқали келтирамиз:

Товар заҳираларини нормативини кварталлар
бўйича ҳисоб-китоби

(суммаси минг сўм)

Кварталлар	Чакана товар айланиши		Умумий ЧТА.да кварталлар ҳиссаси, %	Товар заҳиралари нормативи		
	Жами	Бир кунлиги		Нормативларни ўзгариш миқдори	суммаси	Кунларда
1	2	3=2:90	4=(2·100)/жамига	5	6	7=6:3
1. Жорий йилни IV квартали	1490	16,6	-		1520	91,6
2. Режалаш-тирилган йил IV квартал	1820	20,2	27,4	$(100 \cdot 27,4) / 100 = 27,4$	1620	80,2
I квартал	1530	17,0	23,0	$(100 \cdot 23) / 100 = 23,0$	1520+23=1543	90,8
II квартал	1610	17,9	24,5	$(100 \cdot 24,5) / 100 = 24,5$	1543+24,5=1567,6	87,5
III квартал	1700	18,9	25,5	$(100 \cdot 25,5) / 100 = 25,5$	1567,6+25,5=1593,1	86,1
Жами	6660	18,5	100,0	1620-1520=100	-	-

9.5.3. Товарлар келишини режалаштириш.

Чакана товар айланиши кўрсаткичларини режалаштиришни охириги этапи чакана товар айланишини товарлар билан таъминланишини (товарларини келишини) режалаштиришдан иборат. Чунки товар таъминоти чакана товар айланишини моддий асосини ташкил қилади. Чакана товар айланиши режасини бажарилиши(умумий хажми ва таркиби бўйича) асосан товарларни келтирилиши ва товар захираларини ҳолатига боғлиқ.

Бозор иқтисодиёти шароитида чакана савдо, оммавий овқатланиш шахобчаларининг сони ва уларни товарлар билан таъминловчиларни сони ва доираси жуда кенгайиб кетди. (Товар ишлаб чиқарувчилар, улгуржи савдо базалари, ҳар хил даражадаги воситачилар, 8.2.3 параграфга қаралсин). Ушбу ҳолат чакана товар айланишини товар таъминотини режалаштиришни мураккаблаштириб юборади.

Чакана товар айланишини товарлар билан таъминлаш режаси чакана товар айланиши хажми ва ассортименти бўйича режалар, товар захиралари ҳолати ва нормативлари, истеъмол товарлари таклифи режаси (ушбу кўрсаткични режалаштириш 8.2.4 параграфда келтирилган) каби кўрсаткичларга асосланган ҳолда аниқланиши зарур.

Товарлар таъминоти(товарларни келтириш) режасини ишлаб чиқишда савдо ва оммавий овқатланиш шахобчаларини товар таъминотчилари билан тузилган шартнома (кантракт) ларини ҳисобга олиш катта аҳамиятга эга. Шу сабабли, товар таъминоти режасининг умумий хажми, айниқса унинг ассортименти товарлар манбалари бўйича тузилиши зарур.

Товарларни келтириш режаси натурал ва қиймат кўрсаткичларида аниқланади.

Методологик нуқтаи назардан чакана товар айланишини товар таъминоти режаси уни ассортиментлар бўйича олдин натурал кўрсаткичларда ҳисоб китоб қилиш, иккинчи босқичда товар гуруҳлари бўйича прогноз қилинган ўртача баҳолар орқали қийматини аниқлаш ва

учинчи босқичда товар таъминотини умумий ҳажми товар гуруҳлари бўйича аниқланган суммаларини жамлаш орқали ниҳоясига етиш зарур.

Товар таъминотининг ассортиментлар бўйича режалаштиришда товарларни табиий ёки бошқа омиллар таъсири остида емирилиши, йўқолиши кабилар ҳам ҳисобга олиниши зарур. Шу билан бир қаторда савдо шахобчалари орқали овқатланиш корхоналари ва бошқа савдо шахобчалари, маиший хизмат корхоналарига товарларни сотиш ёки қайта ишлаш учун жўнатилиши режалаштирилган бўлса, ушбу кўрсаткичлар ҳам эътиборга олиниши зарур.

Товар келтирилиши режаси аниқ ҳисоб-китобларга асосланган бўлиши керак. Ушбу кўрсаткичларни режалаштиришда техник-иқтисодий ҳисоблаш ва баланс усулларидадан фойдаланилади (9.1.4 параграфга қаралсин).

Товарлар таъминоти вилоят, Республика миққиёсида прогнозлаштириш ва режалаштиришда иқтисодий математик усуллардан фойдаланиш яхши натижалар бериши мумкин.

Таянч иборалар: Товар захиралари, товарлар келиши, норматив, нормалаштириш, режа, режалаштириш, усуллар.

Такрорлаш учун саволлар.

1. Товар захираларини нормалаштиришда қандай қоидага риоя қилиш керак?
2. Товар захираларини нормалаштиришда қандай усуллардан фойдаланилади?
3. Жорий товар захираларини нормалаштириш тартибини ёритиб беринг?
4. Жорий товар захираларини нормативини аниқлаш формуласини ёзинг?
5. Жорий товар захираларини кварталлар бўйича режасини аниқлаш усулларини айтинг?

6. Мавсумий ва олдиндан етказиб бериладиган товар захиралари қандай режалаштирилади?
7. Товарлар келишини қандай режалаштиради?

10.1 Бозор иқтисодиёти шароитида улгуржи савдо унинг заруряти ва аҳамияти.

10.2. Улгуржи товар айланишининг мазмуни ва турлари.

10.3 Улгуржи товар айланишини кўрсаткичлари.

10.4 Улгуржи товар айланиши таҳлилининг мақсади ва босқичлари.

10.5 Улгуржи товар айланиши кўрсаткичларини режалаштириш.

10.1 Бозор иқтидиёти шароитида улгуржи савдо унинг заруряти ва аҳамияти.

Товар муомаласи жараёнидан истеъмол товарларининг ишлаб чиқаришдан истеъмол соҳасига ўтиши босқичма-босқич амалга ошади. Дастлаб товарлар улгуржи сотилиш соҳасига келиб тушади. Улар муомаласининг якунловчи босқичи савдонинг чакана бўғинига мансуб бўлади. Шу тарзда, истеъмол товарлари муомаласи жараёни иккита ўзаро боғлиқ, қисмлар - улгуржи ва чакана савдодан ташкил топади.

Улгуржи савдо кенг маънода истеъмол товарлари ва ишлаб чиқариш воситалари ҳаракатининг турли шакллари, шунингдек, улар ҳаракати жараёнида юзага келадиган иқтисодий муносабатларни ифодалайди. У ишлаб чиқариш воситаларининг бир ишлаб чиқариш корхонасидан бошқасига, товарларнинг ишлаб чиқаришдан муомала соҳасига, шунингдек товарларнинг бир савдо корхонасидан бошқасига ва ниҳоят қишлоқ хўжалик маҳсулотлари ҳамда хом-ашёларининг қишлоқ хўжалик корхонасидан истеъмолчилар (саноат ва савдо корхоналари)га ҳаракати билан боғлиқ.

Ушбу муносабатлар муайян давлат ичида амалга ошади. Маълумки, ҳозирги жаҳон иқтисодиёти ривожининг ўзига хос хусусияти, мамлакатлар ўртасидаги жаҳон иқтисодий интеграциясининг такомиллашиб бораётганлигидир. Халқаро меҳнат тақсимотининг чуқурлашиб бориши билан давлатлар ўртасидаги иқтисодий муносабатлар, хусусан халқаро савдо алоқалари ривожланиб бормоқда. Алоҳида мамлакатлар ўртасидаги

борча олди-сотди битимлари улгуржи савдо шаклида амалга оширилади.

Истеъмол товарлари улгуржи савдосининг зарурати шундаки, ишлаб чиқарилган буюмлар бевосита шахсий истеъмол соҳасига келиб тушмайди. Чунки, ишлаб чиқариш ва истеъмол замон ва макон нуқтаи назаридан биридан фарқланади. Истеъмол товарлари улгуржи сотилиши натижасида муомала соҳасидаги савдо бўғинлари орқали шахсий истеъмолга ҳаракатини давом эттиради.

Улгуржи савдодан фарқли равишда, истеъмол товарларининг чакана савдоси товарларни бевосита шахсий истеъмол соҳасига ўтказиши ва муомаладан чиқаради.

Улгуржи савдо йирик партияларда амалга оширилади. Бунда товарлар охириги истеъмолчиларга сотилмайди. Шунинг учун, улгуржи савдода товарлар бир нечта бўғинлардан ўтиши мумкин, яъни бир неча бор сотилиши мумкин. Чакана савдода эса товарлар охириги истеъмолчиларга бир марта сотилади.

Бозор муносабатларига ўтиш шароитида собиқ Иттифоқ мамлакатларида улгуржи савдога бўлган қизиқиш бирдан сўнди, кўплаб алоҳида савдогарларнинг пайдо бўлиши натижасида улгуржи савдо тармоқлари парчаланиб кетди, уларнинг кўпчилиги фаолият кўрсатмаяпти. Буларнинг барчаси аниқ, объектив ҳолатлар билан боғлиқ бўлиб, ўтиш даври билан боғлиқ ва даврий ҳарактерга эга. Ривожланган мамлакатлар тажрибаси шуни кўрсатадики, улгуржи савдо мамлакат миққёсидаги товар муомаласи жараёнида, шунингдек кенг кўламли ташки савдо муносабатларида ҳам муҳим аҳамият касб этади. Бозор иқтисодиёти шароитида улгуржи савдонинг иқтисодий аҳамияти ғоят катта бўлиб, бу унинг хусусиятлари ва у бажарадиган функциялар билан аниқланади.

Улгуржи савдонинг хусусиятлари ва функциялари биринчи навбатда, замон ва макон нуқтаи назаридан ишлаб чиқарувчилар ва истеъмолчилар оралиғида жойлашганлиги билан аниқланади.

Улгуржи савдонинг хусусиятларига товарларнинг ишлаб чиқариш

ассортиментидан савдо ассортиментига айлантириш, шунингдек савдо битимларининг кенг кўламда ишлатилишини киритиш мумкин.

Ривожланган мамлакатларда «Супермаркет» типдаги йирик чакана савдо корхоналари кенг тарқалган. Супермаркетларда ҳам катта миқдордаги товарлар буйича битимлар амалга оширилади. Бироқ, бу улгуржи савдонинг аҳамиятини заррача ҳам камайтирмайди, балки бунда улгуржи ва чакана савдонинг функциялари уйғунлашиб кетади. Ушбу супермаркетлар улгуржи савдонинг муайян функцияларини бажарувчи йирик улгуржи омборларига ҳам эга бўладилар. Умуман олганда, супермаркетлар улгуржи - чакана савдо функцияларини бажаради.

Улгуржи савдонинг муҳим хусусиятларидан яна бири, унда ягона турдаги товарлар ёки бир типдаги муайян товарлар билангина савдо қилишга ихтисослашади (масалан, китоблар). Айрим улгуржи савдо корхоналари жуда кичик ҳажмдаги битимлар тузиш асосида муваффақиятли хўжалик фаолиятини амалга оширмоқдалар. Бироқ улгуржи савдонинг ушбу хусусияти савдо битимларининг ҳар томонлама ва кенг кўпчилилик хусусиятлари билан солиштирилганда, иккинчи даражали бўлиб қаралади.

Улгуржи савдонинг хусусиятлари улар иштирокчиларини ҳаракатлантирувчи механизмларнинг ўзига хослигида ҳам кўзга ташланади. Амалиётда харид қилишнинг иккита мотиви ва шунга мувофиқ товарларни сотиб олишдан иккита мақсад кўзланади.

Биринчиси - харидор товарларни шахсий истеъмолини қондириш ёки саноат қайта ишлаб чиқариш буйича манфаатларини қондириш мақсадида сотиб олади. Иккинчи мотив ва мақсад - товарлар қайта сотиш учун харид қилинади. Шундай қилиб, улгуржи савдо корхоналари товарларни саноат истеъмолини қондириш ёки қайта сотиш учун жалб қилувчи мижозлар билан ишлайди.

Улгуржи савдонинг чакана савдодан фарқлантирувчи асосий хусусиятларидан яна бири, у бажарадиган иқтисодий ва ташкилий – техник

функцияларининг кенг кўламлигидир. Улгуржи савдонинг бу функциялари ишлаб чиқарувчилар билан истеъмолчилар ўртасида ажратиш билан боғлиқ бўлган, товарларни сақлаш ҳисобланади. Улгуржи корхоналарда омбор хўжалигининг мавжудлиги кичик ишлаб чиқарувчи ва чакана савдо корхоналари учун катта аҳамиятга эга. Улгуржи савдо корхоналарининг товарларни сақлаш функциясини бажариш бир томондан, ишлаб чиқарувчиларга ўз маҳсулотларини йирик партияларда сотиш ва шу билан боғлиқ, ҳолда катта миқдордаги маҳсулотларни сақлаш харажатларини тежаш имконини берса, иккинчи томондан, чакана савдо корхоналарига жуда кам миқдордаги товар захиралари билан ишлаш ва жорий талабни тўлиқ кондириш имконини беради.

Улгуржи савдонинг товарларни ташиш функциясини бажариш ҳам ишлаб чиқарувчи, ҳам истеъмолчи корхоналар учун иқтисодий жиҳатдан қулайлик туғдиради. Бунда ишлаб чиқарувчилар кўп сонли мижозларга товарларни кичик партияларда юклаб жўнатиш заруратидан холос бўладилар.

Ўз навбатида чакана савдо билан шуғуланувчилар ҳам алоҳида ишлаб чиқарувчиларнинг барчаси билан алоҳида бўлиб туриш заруратидан кутилади.

Улгуржи савдо ишлаб чиқарувчилар ва истеъмолчилар ўртасида ҳисоб-китобни амалга ошириш функциясини ҳам бажаради. Бу асосан кичик бизнес ва чакана савдо билан шуғуланувчилар учун қўл келади. Улгуржи савдо корхоналари товарларни қабул қилиб олар экан, ҳали товарлар сўнги истеъмолчиларгача сотилмаган бўлсада, тўловни амалга оширади. Яъни, товарлар охириги истеъмолчиларга етиб боргунча булган даврда улар авансланади. Бу ишлаб чиқарувчилар фаолиятининг узлуксизлигини таъминлайди ва улар маблағлари айланувчанлигини тезлаштиради. Улгуржи савдо узининг ҳисоб-китоб функцияси орқали чакана савдо корхоналари ҳам товар операциялари бўйича авансланади, яъни (банк ўрнида) уларнинг кредитланиши таъминланади.

Улгуржи савдо корхоналари бозор конъюктурасини ўрганиш, шу билан бирга ишлаб чиқарувчилар, товарлар ҳаракатини таъминловчи алоҳида бўғинлар ва охириги истеъмолчиларни талаб ва таклифнинг хажми ҳақидаги ахборотлар билан таъминлаш соҳасида ҳам фаол ўрин эгаллайди (ахборот функцияси, реклама билан биргаликда).

Бозор иқтисодиёти амал қиладиган хорижий мамлакатларда ҳозирги кунда улгуржи савдо билан ишлаб чиқарувчиларнинг улгуржи фирмалари, тижорат улгуржи ташкилотлари, агентлар ва брокерлар шуғулланмоқдалар. Ишлаб чиқарилган товарларни ўзининг улгуржи савдо фирмалари орқали сотиш электроника, автомобилсозлик, машинасозлик каби соҳа корхоналарида кенг тарқалган. Тижорат улгуржи ташкилотлари товарларга эгалик ҳуқуқини қўлга киритади, шунингдек, ҳар хил истеъмол товарлари билан шуғулланади. Агентлар ва брокерлар - булар воситачилар саналиб, улгуржи савдо билан шуғулланувчилар ҳисобланади. Бирок, булар товарларга эгалик ҳуқуқини қўлга киритмайдилар. Агентлар билан брокерларнинг фарқи шундаки, биринчисининг фаолияти доимийлик асосида бўлса, иккинчисиники вақтинчалик (бир марталик) дир.

Республикамизда ҳозирги кунда халқ, истеъмол товарлари улгуржи савдоси билан «ўзбексавдо» концерни ва «ўзбекбирлашув» корпорациясининг улгуржи базалари, айрим Вазирликлар, давлат муассасалари, шунингдек хусусий корхоналар, кўшма корхоналар, хорижий таъминотчилар ва бошқалар шуғулланмоқдалар. Шулар билан бир қаторда бозор иқтисодиётига ўтиш шароитида муомала соҳасида улгуржи савдонинг шакли сифатида биржалар ҳам муҳим ўрин эгаллайди.

Республикада кўчмас мулк савдоси билан шуғулланувчи брокерлар конторалари ва агентлар, шунингдек, акциялар савдоси билан шуғулланувчи брокерлар конторалари фаолият юритмоқда.

Ўзбекистон республикасида 1992 йил июлда «Биржалар ва биржа фаолияти тўғрисида» қонун қабул қилинди. Мазкур қонуннинг қабул қилиниши республикада бозор иқтисодиётига ўтишнинг янги босқичини

белгилаб берди. Ушбу қонунда биржа фаолиятини ташкил этиш ва бошқаришнинг ҳуқуқий жиҳатлари ўз аксини топган. қонунда биржа тушунчасига аниқлик киритилган бўлиб, унга кўра, биржа деганда олдиндан белгиланган жойда ва муайян вақтда биржа товарларнинг эркин улгуржи савдосига шароит яратувчи юридик шахс сифатида фаолият тушунилади.

Биржа товарлари бўлиб қуйидагилар ҳисобланади:

- мол-мулк, шу жумладан кўчмас мулк;
- хизматлар;
- маҳсулотларни етказиб бериш туғрисида битимлар;
- интеллектуал мулк;
- қимматли қоғозлар;
- валюта маблағлари;
- товарлар.

Ер ости бойликлари, сув, бошқа табиат ресурслари, миллий, маданий ва тарихий бойликлар ҳамда шу каби ҳукумат томонидан белгиланган товарлар биржа савдосининг предмети бўла олмайди.

Ихтисослашув характериға кўра биржалар қуйидагича турларға бўлинади:

- товар биржалари (ихтисослашган ёки универсал);
- валюта биржалари;
- фонд биржалари;
- товар-фонд биржалари;
- интеллектуал мулк савдоси билан шуғулланувчи биржалар;
- аралаш биржа.

Биржа фаолиятлари қуйидаги тамойиллар асосида амалға оширилади:

- ўтказиш усуллари ва вақтлари аниқ белгилаш йўли билан биржа савдоси самарадорлигини таъминлаш;
- биржа товарлари бозорини шакллантириш;

- эркин ташкил топувчи бозор нархлари шаклланиши;
- савдонинг эркин ва ошкора тарзда ўтказилиши;
- тасдиқланган қоидалар асосида эркин келишувларни рўйхатга олиш;
- товарлар нархининг котировкасини ўтказиш ва бу ҳақдаги ахборотларни чоп этиш;
- монополияга қарши қонунчиликка риоя қилиш.

ҳозирги кунда ўзбекистонда қуйидаги биржалар фаолият юритмоқда:

- республика товарлар ва хом-ашёлар биржаси, шунингдек уларнинг вилоятлардаги филиаллари;
- республика фонд биржаси ва унинг вилоятлардаги брокерлик конторалари;
- республика кўчмас мулк биржаси ва унинг вилоятлардаги филиаллари;
- республика валюта биржаси.

Ўзбекистон Республикаси товарлар ва хом-ашёлар биржаси йирик биржа бўлиб ҳисобланади. У республикада юқори ликвидлик товарлар ва хом-ашёларни сотиш жараёнини бозор механизмлари орқали тартибга солишда асосий роль ўйнайди.

Ўзбекистон Республикаси товарлар ва хом-ашёлар биржасининг республика биржалар товар активлари бўйича товар айланишидаги ҳиссаси (2006 йил) 90% ни ташкил қилади.

Ушбу биржа таркибида 250 га яқин савдо майдонлари мавжуд бўлиб, улар ўзбекистон ҳамда яқин ва узоқ чет эллари ҳудудларида жойлашган. Унинг товар активига пахта толаси ва ипи, нефть маҳсулотлари, шакар, минерал ўғитлар, қора ва рангли металллар, полиэтилен, буғдой уни ва бошқалар киради.

Биржада савдо электрон, валюта савдо майдонлари, интернет сети ҳамда махсус савдо майдонлари орқали амалга оширилади.

Биржа кенг брокерлик ва аналитик – ахборотлар хизматларини

базаради. Ундан брокерлик жойларини сотиб олиш учун республика ва чет эл компанияларига кенг имконият яратилган (битта брокерлик жойи 50 АҚШ доллари туради).

Ўзбекистон Республикаси товарлар ва хом-ашёлар биржасини савдо мадонлари ўзбекистоннинг барча вилоятлари ва қорақолпоғистонда, Россия, қозоғистон, қирғизистон, Тожикистон, Афғонистон, Покистон ва Латвия давлатлари худудларида жойлашган.

Матлубот кооперацияси улгуржи савдоси ўзига хос хусусиятларга эга. Бу матлубот кооперацияси хўжалик фаолияти хусусиятларидан келиб чиқади. Бозор иқтисодиёти шароитида кооператив улгуржи савдосида туб ўзгаришлар юз бермоқда.

Кооператив улгуржи савдони матлубот кооперациясининг ажралмас таркибий қисми сифатида ўрганиш зарур. Унинг мақсади ва вазифалари ҳам матлубот кооперациясининг умумий мақсади вазифаларидан келиб чиқиб белгиланади. Шунинг учун унинг барча хўжалик фаолияти матлубот кооперацияси уставида келтирилган бўлиши ва уставдан келиб чиққан ҳолда шакллантирилиши лозим.

Кооператив улгуржи савдосининг бошқа улгуржи савдо корхоналаридан фарқлантирувчи хусусиятларидан бири, матлубот кооперацияси фаолиятининг кўп тармоқли характерга эга эканлиги ҳисобланади.

Бозор иқтисодиёти шароитида матлубот кооперациясига қаршли чакана савдо корхоналарига, оммавий овқатланиш ва бошқа соҳа корхоналарига товарларни улгуржи сотиш билан шуғулланиши керак.

Матлубот кооперацияси тизимида қаршли чакана савдо шахобчалари кўп сонли ва тарқоқ жойлашган. Шунингдек, улар кенг ассортиментли истеъмол товарлари савдоси билан шуғулланади. Бу эса кооперацияга хизмат кўрсатувчи универсал улгуржи звеноларнинг мавжуд бўлишини талаб қилади.

Матлубот кооперация улгуржи савдосига қўйиладиган асосий талаб шундан иборатки, улар қишлоқ, аҳолиси эҳтиёжидан келиб чиққан ҳолда марказлаштирилган тартибда, узлуксиз равишда кичик партияларда чакана савдо корхоналарини товарлар билан таъминлаш имконига эга бўлиши керак.

Матлубот кооперацияси улгуржи савдоси унинг тизими ичида амал қилади. Яъни, у қишлоқ, жойларининг ўзига хос хусусиятларини ҳисобга олган ҳолда ўз тизимидаги чакана савдо ва бошқа тармоқларни товарлар билан таъминлайди.

Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 1997 йил 21 февралдаги «Ўзбекистон Республикасида мева-сабзавот маҳсулотларини улгуржи харид қилиш ва реализация қилиш тизимини ривожлантириш тўғрисида»ги 98-сонли қарорига мувофиқ, «Ўзбекбирлашув» таркибида мева-сабзавотлар улгуржи савдоси билан шуғулланувчи «Ўзулгурмева-сабзавот» республика акционерлик компанияси ташкил этилди. «Ўзулгурмева-сабзавот» АК нинг асосий вазифаси қуйидагилар ҳисобланади: мева-сабзавотларни ғамлаш, саралаш, қадоқлаш ва уларни қайта ишлаш корхоналарига ҳамда аҳолига улгуржи сотиш, мева-сабзавот маҳсулотларига бўлган эҳтиёжларни ўрганиш, ушбу маҳсулотлар савдоси бўйича хориж фирмалари билан ташқи савдо алоқаларини амалга ошириш.

«Ўзулгуржисабзавот» АКининг мева-сабзавот маҳсулотларини ғамлаш ва сотиш бўйича асосий бўғини бўлиб, туманларда жойлашган улгуржи тайёрлов-сотиш корхоналари ҳисобланади.

Ўзбекистон Республикаси мустақиллигига эришиши ва бозор иқтисодиёти муносабатларини шакллантириши муносабати билан ички савдони ташкил қилиш, уни ривожлантириш жараёнида ижобий ва салбий тенденциялар, таркибий силжишлар, шаклларининг ўзгариши каби ходисалар рўй берди. Уларни асосийларига тўхталиб ўтамиз.

Бозор иқтисодиёти шароитида иқтисодиётни эркинлаштириш жараёни савдода монопол фаолият учун шарт шароит туғдириб турган

ташкилий таркибий тузулмаларни бартараф қилишдан бошланди. Давлат ва кооператив савдода Давлат тасарруфидан чиқариш ва хусусийлаштириш каби ишлар жадаллик билан амалга оширилди.

Республикада ўтказилган ислохалар натижасида савдо соҳасидаги давлат ва кооператив тизими барҳам топди. Уларнинг ўрнига турли мулк шаклидаги кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликка таалуқли савдо корхоналари ва шахобчалардан иборат хизмат соҳаси вужудга келди. Уларнинг умумий сони охириги 15 йилда 10 бараварга ортди. Улар учун яратилган эркинлик, савдо жараёнини соддалаштириш, нозоратни камайитириш улар фаолиятини кенгайтиришга кенг йўл очиб берди.

Мустақиллик йилларида ички савдода ўтказилган таркибий ўзгаришлар натижасида Республика чакана савдо айланиши кўрсаткичида 1991 йили давлат савдосининг ҳиссаси 47,5 % ташкил қилган бўлса, 2005 йилга келиб, унинг ҳиссаси 1,1 % ташкил қилди, чакана товар айланишини 98,8% нодавлат секторга, жумладан, фуқароларнинг шахсий мулкига асосланган савдонинг ҳиссасига 85,3% тўғри келади. Савдо соҳасига кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик шаклланади ва улар Республика савдосида асосий ўринни эгаллайди. Савдонинг янги шакли, яъни хусусий савдо шаклланади. Эски марказлашган ҳолда товар тақсимоти ўрнига янги бозор механизми вужудга келди, товар олди сотди жараёнида рақобат муҳити шаклланди.

Савдода вертикал бошқарув тизими барҳам топди. Баҳолар эркинлаштирилди. Хўжалик алоқалари бозор иқтисодиётига мослаштирилди. Ташкилий тузилмалар бутунлай янги тартибда тузилди. Вазирлик ва бошқармалар йўқ қилинди. Хусусий фирмалар, яқка тартибдаги савдо шахобчалари вужудга келди. «Ўзбексавдо» акционер компанияси, «Ўзбекбирлашув» акционерлик компанияси, «Ўзулгуржисавдоинвест» уюшмаси, вилоятларда «Матлуботтаъминотсавдо» акционерлик компанияси, туманларда, туман «Матлуботсавдо» савдо ишлаб чиқариш кооперативлари ташкил қилинди.

Ушбу ижобий тенденциялар билан бир қаторда савдо соҳасида салбий ўзгаришлар ҳам кузатилмоқда. Улар қаторига қуйидагиларни киритиш мумкин.

Биринчидан, маҳсулот етказиб беришнинг марказлашган тизимининг бекор қилиниши муносабати билан савдо шахобчаларига аксарият ҳолларида товарлар майда улгуржи воситачилар орқали базалардан келтирилмоқда. Натижада товарларни силжитиш бўғинлари кўпайиши, баҳони назорат қилиб бўлмайдиган даражада ортиб бориши, товарларнинг сифатини назорат қилиб бўлмайдиган ҳолатлар вужудга келди. ҳар хил йўллар билан чет элларнинг (Хитой, Туркия, Эрон ва бош.) сифатсиз товарлари ички бизорни тўлдириш ҳоллари кузатилмоқда.

Бугунги кунда улгуржи ва чакана савдода товарларни қабул қилишда сифатини текшириб олиш, уларни сақлаш, сотиш жараёнларида сотишга таълуқли қоидаларга риоя қилмаслик ҳолатларини кўплаб учратиш мумкин.

Иккинчидан, Республикада мулкни хусусийлаштириш ва Давлат тасарруфидан чиқариш жараёнида матлубот кооперациясининг улгуржи савдо базалари ва чакана савдо шахобчалари кўп ҳолларда асоссиз сотилиб юборилди. Натижада қишлоқ жойларининг олис ва бориш қийин бўлган тоғли ҳудудларда яшовчи аҳолига зарур товарлар етказиш муаммоси вужудга келди.

Учунчидан, истеъмол товарлари ишлаб чиқарувчи корхоналарнинг аҳволи ёмонлашуви аҳолини товарлар билан таъминлаш жараёнини бузилишини асосий сабаби савдо жараёнидан улгуржи савдони барҳам топганлигида. Истеъмол товарлари ишлаб чиқарувчи корхоналар билан савдонинг шартномавий алоқалари узилиб қолди. Бежиз эмас Республикамиз Президентини «Улгуржи ва чакана савдони либераллаштириш ҳамда уни ривожлантириш учун қулай шарт-шароитлар яратиш чора-тидбирлари тўғрисида»ги 2006 йил 23 феврал Фармони ва шу йил 6 мартдаги «Улгуржи савдо уюшмаси фаолиятини ташкил этиш тўғрисида» ги қарорини қабул қилиниши.

Ушбу Фармон ва қарор асосида республикамиз вилоятида ҳудудий улгуржи савдо базалари, Республикада эса «Ўзбекулгуржисавдоинвест» уюшмаси ташкил қилинди.

2006 йил давомида уюшма тизимида етгита ихтисослашган республика база – контораси, 17 та озиқ-овқат ва 13 та ноовиқ-овқат товарлари билан савдо қилувчи ҳудудий универсал улгуржи савдо базалари ташкил этилди.

Озирги кунда «Ўзулгуржисавдо инвест» томонидан тузилаётган шартноалар товар ишлаб чиқарувчилар ва чакана савдо корхоналари доирасини кенгайтириш озиқ-овқат ва ноозиқ-овқат маҳсулотларининг муҳим турлари, биринчи навбатда, қишлоқ аҳолисига узлуксиз етказиб берилишини таъминлаш, 2010 йилгача улгуржи базалар сонини 78 тага етказиш, иккинчи босқичда минтақаларда ихтисослаштирилган, туманларда эса универсал базаларни ташкил этиш вазифасини бажаришни мақсад қилиб қўйган.

Бутун жаҳон амалиётида хусусий савдо ҳам уюштирилган ҳолда ташкиллаштирилган. Бизнинг фикримизча, Президентнинг юқорида келтирилган Фармоиши ва қарори Республикамизда савдони уюштирилган ҳолда ташкиллаштиришга асос солади.

Республикада савдони такомиллаштириш масаласи ҳукуматнинг долзарб вазифаси даражасига кўтарилди.

2006 йил 4 август куни Вазирлар Маҳкамасида ўтказилган йиғилишда «Республикага четдан товарлар олиб келиш ва сотишни тартибга солиш, ички истеъмол бозорини мамлакат саноат корхоналарида ишлаб чиқарилган маҳсулотлар билан тўлдириш ва маҳаллий товар ишлаб чиқарувилар фаолиятини рағбатлантириш, улгуржи ва чакана савдони либераллаштириш ҳамда уни ривожлантириш учун қулай шарт-шароитлар яратиш бўйича амалга оширилаётган чора тадбирлар тўғрисида»ги масала муҳокама қилинди. Бу йиғилишда қишлоқ ҳудудларида уюшган савдо корхоналарининг фаолияти етарли даражада ташкил этилмаганлиги,

оқибатда, айниқса олис чўл зоналари, бориш қийин бўлган тоғли худудларга асосий турдаги озиқ-овқат ва ноозиқ-овқат товарларини етказиб беришда бузилишлар рўй бераётганлиги, ишлаб чиқаришдан товарларни улгуржи харид қилиш ва уларни чакана савдо шахобчаларига етказиб бериш бўйича шартномавий муносабатлар йўлга қўйилмаганлиги қайд этилган.

«Ўзулгуржисавдо инвест» база - идоралари, улгуржи савдо корхоналари ушмасини ташкил этишдан мақсад – ишлаб чиқарувчилар, улгуржи база ва чакана савдо тармоқлари ўртасида ўзвий шартномавий алоқаларни мустаҳкамлаб, халқимизни эҳтиёжидан ва талабидан келиб чиққан ҳолда Республика аҳолисига, ҳусусан, қишлоқ, олис ва бориш қийин бўлган худудлар кундалик зарур бўлган, Республикада ишлаб чиқарилган ҳамда четдан келтирилган товарларни энг қулай шароитда ва арзон нархларда етказиб беришни ташкил этишдан иборат.

Уюшмага ички истеъмол бозорида маркетинг тадқиқотлари олиб бориш, мамлакатимиз корхоналари билан барқарор савдо алоқалари ўрнатиш, саноат ва озиқ-овқат истеъмол товарлари ишлаб чиқариш учун буюртмаларни жойлаштириш масалалари билан шуғулланиш вазифаси қўйилган.

Уюшма фаолиятининг пировард мақсади – истеъмолчиларга чакана савдо тармоғи орқали барча зарур маҳсулотларни етказиб бериш.

Тўртинчидан, савдо корхоналари ва шахобчалари истеъмол товарларини ишлаб чиқариш ҳолати, аҳолининг ҳолати тўғрисида ахборотларга эга эмас, уларни ўрганиш масаласи билан шуғулланмайди. Бизнинг фикримизча талаб ва таклифнинг ҳажмини, таркибини, жойлашишини, ўзгариш тенденцияларни ўрганадиган махсус (чет эллардаги каби) ташкилотлар ёки илмий-тадқиқот муассасалари ташкил қилиш вақти келди. Ҳозирги кунда бундай долзарб масалани ҳал қилиш «ўзулгуржисавдо инвест» уюшмаси зиммасига юклатилган.

10.2. Улгуржи товар айланишининг мазмуни ва турлари.

Улгуржи товар айланиши улгуржи савдо корхоналарининг асосий кўрсаткичи ҳисобланади. Унинг ҳажми, таркиби ва товар ҳаракатининг шаклларига боғлиқ, ҳолда улгуржи савдо корхонаси хўжалик фаолиятининг бошқа кўрсаткичлари аниқланади (харажатлар, даромадлар, фойда ва х.к.). Улгуржи товар айланиши товарларнинг иқтисодий айланмасини яқунламайди, балки уларнинг истеъмолчилар томон давомли ҳаракатини акс эттиради. Улгуржи товар айланиш деганда, корхона ва ташкилотлар томонидан муайян вақт оралиғида бошқа корхона ва ташкилотларга кейинчалик қайта сотиши ёки қайта ишлаши учун сотилган товарлар ҳажми тушунилади. Яъни, улгуржи товар айланиши деганда, корхоналарда сотилган барча товарлар ҳажми эмас, балки қайта сотиш ҳажми назарда тутилади.

Улгуржи товар айланиши қуйидаги белгилари бўйича фарқланади:

- товар ресурсларининг белгиланган йўналишлари бўйича;
- ишлаб чиқариш соҳасидан муомала соҳасига товар ҳаракатининг шаклларига қараб;
- етказиб берилган товарлар учун саноат корхоналари, улгуржи ва чакана савдо корхоналари ҳамда бошқа истеъмолчилар ўртасидаги ҳисоб-китоблар ҳаракатига кўра.

Товар ресурслари йўналишига қараб улгуржи товар айланиши қуйидагиларга бўлинади: харидорларга товарлар сотиш бўйича улгуржи товар айланиши; вилоятлар ўртасидаги улгуржи товарлар айланиши; турли савдо билан шуғулланувчи тизимлар ўртасидаги улгуржи товар айланиши; тизим ичидаги улгуржи товар айланиши.

Харидорларга товарларни сотиш бўйича улгуржи товар айланиши мазкур улгуржи корхона томонидан бевосита чакана савдо ва бошқа (оммавий овқатланиш корхоналарига, саноатга қайта ишлаш учун, саноат

истеъмоли ва бошқа мақсадлар учун) харидорларга улгуржи товар сотишни(характерлайди)тавсифлайди.

Вилоятлар ўртасидаги улгуржи товар айланиши бир вилоятдан бошқасига шартномалар ва бир марталик битимлар асосида товарлар сотишни ифодалайди.

Тизимлар ўртасидаги улгуржи товар айланишига турли савдо тизимларига қарашли улгуржи базалар ўртасидаги (масалан, «Ўзбексавдо» ва «Ўзбекбирлашув» концернлари улгуржи базалари ўртасида) улгуржи товар айланиши киради. Тизим ичидаги улгуржи товар айланиши бир тизимга қарашли улгуржи базаларнинг улгуржи операциялар ҳажмини ифодалайди (масалан, «Ўзбекбирлашув» тизимидаги улгуржи базалар ўртасидаги).

Улгуржи товар айланишига улгуржи савдо корхоналари билан бошқа мамлакатлар корхона ва ташкилотлари орасидаги улгуржи операциялар ҳажми ҳам киради. Амалиётда бундай операциялар, мазмун жиҳатидан давлатлараро улгуржи товар айланиш тушунчасига яқин бўлсада, ташқи иқтисодий операциялар (экспорт, импорт) сифатида қаралади.

10.3 Улгуржи товар айланишини кўрсаткичлари.

Улгуржи товар айланишининг асосий кўрсаткичлари куйидагилардан иборат бўлади:

- улгуржи товар айланишининг умумий ҳажми;
- омбор улгуржи товар айланиши;
- транзит улгуржи товар айланиши; (тўланган транзит ва тўланмаган транзит).
- товар захираси (давр бошига ва охирига);
- товарларни келиши;

Ушбу кўрсаткичлар барчаси товар ассортименти бўйича ҳам ҳисоб китоб ва таҳлил қилинади, режалаштирилади, прогнозлаштирилади.

Товар захиралари тушунчаси, турлари кўрсаткичлари чакана савдодаги билан ўхшаш бўлиб, уларни савдода чакана товар айланиши ўрнига улгуржи омбор товар айланиши, ҳамда майда улгуржи товар айланиши кўрсаткичлари (агарда амалда бўлса) ишлатилади. (Чакана товар айланиши мавзусига қаралсин).

Юқорида келтирилган кўрсаткичлар бир - бири билан ўзаро боғлиқликда, чунки уларни бир қисми ресурс, яъни таклиф кўрсаткичларини ифода қилади, иккинчи қисми эса талаб миқдорини белгилайди. Шу сабабли уларни ўзаро боғлиқлиги товар айланиш балансида ўз ифодасини топади. Товар айланиш баланси формуласи куйидаги шаклда ёзилади:

$$З_1 + Т_к = УОГА + З_2$$

Бу ерда: Z_1 давр бошидаги товар захиралари суммаси;

T_k - Товарларни келиши суммаси;

УОТА – улгуржи товар айланиши ҳамда майда улгуржи товар айланиши суммаси;

Z_2 – давр охиридаги товар захиралари суммаси.

Ушбу кўрсаткичларни таҳлил қилишда, режалаштириш ва прогнозлашда улгуржи омбор товар айланиши ҳамда товарларни келиши кўрсаткичларини келиш манбалари ва сотиб олувчи субъектларга қараб ажратиш зарурияти туғилади, чунки улар ўз миқдорига, шаклланиш тенденцияларига эга. Уларни ҳар бир элементини таъсир даражасини таҳлил қилиш учун юқорида бир - бирига келтирилган товар айланиши кўрсаткичлари баланс формуласини қуйидаги шаклда ифодалаш мақсадга мувофиқ бўлади.

$$Z_1 + TK_1 + TK_2 + TK_3 + TK_4 + TK_5 = TA_{чс} + TA_{00} + TA_{ич} + TA_{Б.и} + TJ_{б.д} + TJ_{б.в} + TJ_{ул.б} + TJ_{б.и} + TJ_{д.э.ж} + X_x + Z_2$$

жунатиш.

Бу ерда: TK_1 - жойлардаги ишлаб чиқариш корхоналаридан келаётган товарлар;

TK_2 - бошқа вилоятлар корхоналаридан келаётган товарлар;

TK_3 - бошқа давлатлардан келаётган товарлар;

TK_4 - давлат эҳтиёж жамғармасидан келадиган товарлар (асосан айрим озиқ- овқат ва қишлоқ хўжалиги маҳсулотларига тегишли, (масалан: шакар, ун, гўшт ва ҳ.к.)

TK_5 - бошқа улгуржи савдо базаларидан келадиган товарлар;

$TA_{чс}$ - чакана савдо шаҳобчаларига товарлар сотиш;

TA_{00} - оммавий овқатланиш шаҳобчаларига товарлар сотиш;

$TA_{ич}$ - ишлаб чиқариш корхоналарига товарлар сотиш;

$TA_{би}$ - бошқа истеъмолчиларга товарлар сотиш, жумладан майда улгуржи товар айланиши.

$TJ_{б.д}$ - бошқа давлатларга товарлар жўнатиш;

$TJ_{б.в}$ - бошқа вилоятларга товарлар жўнатиш;

ТЖ_{ул.б}- бошқа улгуржи базаларга товарлар жўнатиш;

ТЖ_{б.и} - бошқа истеъмолчиларга товарлар жўнатиш;

ТЖ_{д.э.ж} - давлат эҳтиёж жамғармасига товарлар жўнатиш;

X_x - хужжатлаштирилган ҳаражатлар ва товарларни табиий емирилиш;

З₁ ва З₂ тегишли давр бошидаги ва охиридаги товар захиралари.

10.4 Улгуржи товар айланиши таҳлилининг мақсади ва босқичлари.

Бозор иқтисодиёти шароитида улгуржи товар айланишини иқтисодий таҳлил қилишнинг мақсади қуйидагилардан келиб чиқади: биринчидан, улгуржи савдо корхоналари ўзининг барча ҳаражатлари, тўловлари ва солиқларни қоплаб, келгусидаги ривожланишини таъминлай оладиган даражада фойдага эришиш лозим; иккинчидан, улар улгуржи базаларга хос бўлган функция вазифаларни бажаришлари керак. ҳозирги шароитда улгуржи товар айланишини таҳлилининг мақсади фақатгина улгуржи товар айланишининг ўзгариш тенденцияларини тадқиқ, қилиш эмас, балки ушбу жараёнларни зарурий даромадга эга бўлиш нуктаи назаридан ўрганиш, товарларнинг ишлаб чиқаришдан чакана савдо корхоналари ва бошқа истеъмолчиларгача ҳаракатининг ташкил этилишини баҳолаш ҳисобланади.

Бозор иқтисодиёти шароитида иқтисодий таҳлилнинг аҳамияти кескин ортади. Чунки, бундай шароитда улгуржи корхоналар рақобатчилик асосида ишлашига тўғри келади. Бу улардан ўз хўжалик фаолиятини чуқур ўрганиш билан бир қаторда, рақобатчиларнинг ҳам фаолиятини ҳар томонлама ва объектив баҳолашни талаб қилади. Улгуржи савдо корхоналари чакана савдо корхоналари ва бошқа харидорлар учун воситачилик ролини бажаради. Шунинг учун, улгуржи товар айланиши таҳлилининг асосий вазифаси улгуржи корхонанинг чакана савдо тармоғи ва бошқа истеъмолчиларни товарлар билан таъминлашга

қаратилган функциялари (олди-сотди) нинг бажарилишини текшириш ҳисобланади.

Улгуржи товар айланишини таҳлилининг яна бир вазифаси, товарлар чакана савдо корхоналарига қай йўсинда (транзит ёки омбор орқали) етказилаётганлиги, улар қанчалик даражада иқтисодий ва ташкилий жиҳатдан асосланганлиги каби масалаларни аниқлаш ҳисобланади.

Таҳлилнинг кейинги вазифаси ўрганилаётган кўрсаткичларнинг ўзгариш тенденцияларини, улар ўзгаришга таъсир этувчи омилларни аниқлаш ва ҳар бир омил таъсирини баҳолашдан иборат. Бунда ўзгариш даражаларини ёки улгуржи товар айланиш кўрсаткичларини хизмат курсатилаётган корхона ва ташкилотларнинг мос кўрсаткичлари билан солиштириш муҳимдир (масалан, чакана товар айланиши, товар захиралари, товарларнинг келиб тушиши ва бошқа кўрсаткичлар билан).

Улгуржи товар айланиши кўрсаткичлари таҳлилининг муҳим вазифаларидан бири, ушбу кўрсаткичлардан ҳар бирининг хўжалик фаолияти охириги натижасига таъсирини аниқлаш ҳисобланади.

Матлубот кооперацияси улгуржи савдоси, юқорида таъкидлаганимиздек, тизим ичидаги таъминот билан шуғулланади. Улар товар айланишининг асосий қисми чакана савдо корхоналарига товарларни сотиш орқали шаклланади.

Бошқа истеъмолчиларга товарлар сотиш улгуржи товар айланиш ҳажмининг нисбатан кам қисмини ташкил қилади. Шу сабабли, улгуржи товар айланиш кўрсаткичларини таҳлил қилиш ва режалаштириш услубини, асосан чакана савдо тармоғини таъминлаш нуқтаи назаридан кўриб чиқиш мақсадга мувофиқ, бўлади.

Улгуржи товар айланишини таҳлил қилиш қуйидаги босқичларда амалга оширилади.

I. Улгуржи товар айланиш таҳлили жараёнида қуйидагилар ўрганилади:

- база бўйича улгуржи товар айланиш режасининг бажарилиши, шу жумладан унинг кўринишлари ва сотиш шакллари (транзит ва омбор усулида) бўйича шунингдек базанинг ҳар бир бўғини (филиал, омбор, товар бўлимлари) бўйича улгуржи товар айланиши режасининг бажарилиши, барча кўрсаткичлар бўйича солиштирма нархларда олдинги йилларга нисбатан ўсиш суръатлари, уларнинг умумий улгуржи товар ҳажмидаги улуши, ҳисобот давридаги товар айланиши таркибидаги ўзгаришлар, шунингдек барча таъкидланган кўрсаткичлар бўйича улгуржи товар айланишининг ривожланиш тенденциялари. Шулар билан бир вақтда алоҳида товар гуруҳлари бўйича улгуржи товар айланиш ҳолати ва тенденциялари ўрганилади. қайд этилган кўрсаткичларни бошқа ҳудудлардаги ўхшаш типдаги улгуржи корхоналар ва ҳар хил рақобатчиларнинг мос кўрсаткичлари билан солиштирган ҳолда таҳлил қилиш зарур;
- тумандаги чакана савдо корхоналарининг алоҳида товарлар билан таъминлашдаги улгуржи корхонанинг улуши. Буни аниқлаш учун улгуржи корхонанинг алоҳида товарлар бўйича туман чакана савдо корхоналарига қилган товар айланиш ҳажми маскур тумандаги ушбу товарлар чакана товар айланишининг умумий ҳажми билан солиштирилади ва чакана савдони товарлар билан таъминлашдаги ўрнига баҳо берилади.

II. Алоҳида товарлар (ёки товар гуруҳлари) бўйича улгуржи ва чакана товар айланишининг қатор йиллардаги ривожланиш

тенденциялари ўрганилади. Бу кўрсаткичлар бошқа рақобатчи улгуржи корхоналарнинг мос кўрсаткичлари билан солиштирган ҳолда ўрганилиши ва тегишли хулосалар қилиниши керак:

- улгуржи ва чакана савдодаги товар захираларининг ҳолати, алоҳида товар гуруҳлари буйича уларнинг ҳаракати, бозоргир бўлмаган ва касод молларнинг ҳамда меъёридан ортиқча товар захираларининг вужудга келиш сабаблари, улгуржи товар айланиш кўрсаткичларининг (товар айланиши, товар захиралари, товарларнинг келиб тушиши ва бошқ.) ўртасидаги ўзаро алоқа боғланиши зарур;
- улгуржи товар айланиш режасининг бажарилиши улгуржи корхонанинг молиявий кўрсаткичлари билан солиштирилади, таъсир кўрсатувчи омиллар аниқланади;
- таҳлил натижаларини умумлаштириш. Бунда улгуржи корхона фаолияти буйича хулоса ясалади ва уни келгусида яхшилаш буйича амалий таклифлар, чора-тадбирлар ишлаб чиқилади. Таҳлил улгуржи корхона фаолиятини тўлиқ ва ҳар томонлама тавсифлаши ҳамда келгуси даврларга улгуржи товар айланишини прогнозлаш ва режалаштириш учун асосий манбаи вазифасини ўташи лозим.

Улгуржи товар айланишини таҳлил қилишда амалдаги бухгалтерия ва статистик ҳисоботлардан, товалар сотиш, келиб тушиши ва товар захиралари ҳақидаги дастлабки маълумотлардан, улгуржи база хизмат кўрсатаётган корхона ва ташкилотлар материалларидан, бошқа худуддаги ўхшаш улгуржи базалар маълумотларидан ҳамда рақобатчи корхоналар материалларидан фойдаланилади. Бозор конъюнктураси ҳақидаги илмий-тадқиқот муассасалари материаллари, газета, журнал ва бошқа нашрларда чоп этилган маълумотлар муҳим аҳамиятга эга.

Улгуржи товар айланишнинг таҳлили жараёнида айрим

кўрсаткичларни ҳисоблаш услуги чакана товар айланишни таҳлил қилиш услуги билан ўхшаш. Бироқ жадвал, чизма ва графикларни қўллашда улгуржи савдонинг ўзига хос хусусиятлари ҳисобга олиниши зарур.

10.5 Улгуржи товар айланиш кўрсаткичларини режалаштириш.

Улгуржи товар айланиш кўрсаткичларини режалаштириш мулкчилик шакли ва бошқарув тизимидан қатъий назар улгуржи савдо корхоналарини ривожлантиришнинг зарурий шarti ҳисобланади.

Бозор муносабатлари муомала соҳасида товарлар массасини сезиларли даражада кўпайтиришни тақозо қилади.

Товарлар ҳаракатини ташкил этишда, улгуржи савдо ишлаб чиқарувчилар ва минглаб чакана савдо корхоналари ўртасидаги воситачи сифатида муҳим роль ўйнайди.

Бундай шароитда, улгуржи савдонинг самарадорлиги иқтисодий ишларни ташкил этиш, хусусан, улгуржи базалар хўжалик фаолиятини режалаштириш даражасига боғлиқ бўлади.

Улгуржи корхоналар хўжалик фаолиятини, шу жумладан улгуржи товар айланиш кўрсаткичларини режалаштириш сифати улар хўжалик фаолиятига катта таъсир кўрсатади.

Бозор иқтисодиёти шароитида улгуржи савдони режалаштиришни ташкил этиш, унинг услублари ва техникасини тубдан ўзгартириш талаб этилади.

Бозор иқтисодиёти қонун ва қоидалари корхона ва ташкилотлар хўжалик фаолиятига, хусусан улар фаолиятини режалаштиришга давлат бошқарув аппарати аралашмаслигини талаб қилади. Барча хўжалик муаммолари ечимлари ва хўжалик фаолияти кўрсаткичларини режалаштириш бирламчи бўғинлар (корхоналар) ёки улар бирлашмалари ихтиёрида булиши керак. Буларнинг барчаси улгуржи корхоналар ва ташкилотларга ҳам тааллуқлидир.

Улгуржи товар айланишини режалаштиришнинг асосий мақсади, улгуржи корxonанинг хўжалик фаолияти рентабеллигини ошириш учун тузилган шартномаларга мувофиқ, корхона ва ташкилотларга тўлиқ ва доимий равишда товарлар етказиб туришни таъминлаш ҳисобланади.

Ушбу мақсадга эришиш мақсадида, улгуржи товар айланишни режалаштириш жараёнида қуйидаги масалалар ҳал қилинади: товар айланиш кўринишлари, сотиш шакллари ва товарлар гуруҳлари бўйича мукамал ҳажмини белгилаш; харажатларни минималлаштириш ва юқори даромадга эришиш мақсадида товарлар ҳаракати ҳамда улгуржи корxonанинг таъминотчи ва харидор корxonалари билан бўладиган хўжалик алоқаларини оптималлаштириш, товар айланишини тезлаштириш ва улгуржи савдо корxonалари моддий - техника базаларидан самарали фойдаланишни таъминлаш.

Улгуржи савдо корxonалари режаси корхона хўжалик фаолиятининг барча жиҳатларини такомиллаштириш ва ички имкониятлардан максимал даражада фойдаланишга қаратилган бўлиши лозим.

Улгуржи товар айланишини режалаштиришда, товар етказиб берувчилар ва харидорлар (чакана савдо корxonалари, оммавий овқатланиш ва саноат корxonалари) билан тузилган битимлар, хизмат кўрсатилаётган корxonаларнинг режа кўрсаткичлари, харидорларга товарлар етказиб беришнинг келишилган схемалари, улгуржи корxonанинг ўтган йиллардаги хўжалик фаолияти таҳлили маълумотлари, маркетинг тадқиқотлари натижалари, корхона моддий - техника базаси ҳақидаги маълумотлар, кузатиш натижалари ва бошқа маълумотлар асос қилиб олинади.

Улгуржи товар айланиш режаси турли усулларида фойдаланган ҳолда бир нечта вариантларда тузилиши ва улардан энг оптимал варианты танлаб олиниши зарур.

Социалистик иқтисодиёт шароитларида режалаштиришнинг назарияси ва амалиёти тегишли даражада ишлаб чиқилган ҳамда амалиётда

фойдаланилган. Улардан бозор иқтисодиёти шароитида ҳам муваффақиятли фойдаланиш мумкин. Умуман, шуни таъкидлаш керакки, совет иқтисодий назарияси иқтисодиётни энг қуйи, дастлабки бўғинларидан то умумдавлат даражасигача режалаштириш ва прогнозлашнинг мукамал усуллари ишлаб чиққан. Хориж компаниялари, корпорациялари, фирмалари ва хатто давлат миқёсида ҳам ушбу усуллардан муваффақиятли фойдаланиб келинмоқда. Социалистик жамиятдаги режалаштиришнинг камчилиги унинг усулларида эмас, балки режалаштиришни ташкил этиш қоидаларида бошқарувнинг маъмурий – буйруқбозликка асосланганлигидадир.

Улгуржи корхоналар улгуржи товар айланишининг умумий ҳажми истеъмолчиларга товарлар сотиш ва етказиб беришнинг турли кўринишларидан иборат бўлишини ҳисобга олган ҳолда, уни режалаштириш алоҳида товар гуруҳлари ҳамда сотиш ва етказиб бериш кўринишларига мувофиқ амалга оширилади, шулар асосида улгуржи товар айланишининг умумий ҳажми белгиланади. Мураккаб ассортиментли товарлар бўйича товар айланишини режалаштиришда, хатто кичик гуруҳлар бўйича ҳам режалаштириш амалга оширилади.

Чакана товар айланишни режалаштиришда турли усуллардан жумладан дедукция усулидан ҳам фойдаланилди.

Дедукция усулига кўра, режалаштириш умумийликдан хусусийликка қараб амалга оширилади, яъни дастлаб чакана товар айланишнинг умумий ҳажми белгиланади ва шунга кўра товарлар таркиби режалаштирилади. Улгуржи товар айланишни режалаштириш услугиёти эса индукция усулидан фойдаланишни тақозо қилади. Индукция усулида режалаштириш хусусийликдан (алоҳидаликдан) умумийликка қоидасига асосан амалга оширилади.

Улгуржи товар айланишни режалаштиришда ҳисоб-китобнинг турли усулларидан фойдаланилади. Масалан, улгуржи товар айланиш таркиби ва умумий ҳажмини режалаштиришда ҳисоб-китобларни қуйидагича амалга

ошириш тавсия қилинади:

- тузилган битимлар асосида чакана савдо корхоналари, оммавий овқатланиш корхоналари, саноат корхоналари ва бошқа харидорларнинг талабини ҳисобга олиш;
- талабни ўрганиш (талабнинг миқдори ва унинг структурасини иқтисодий баҳолаш) маркетинг тадқиқотлари натижаларини ҳисобга олиш;
- тажриба - статистик усул, яъни улгуржи корхонанинг оператив, статистик ва бухгалтерия маълумотлари ва четдан олинган иқтисодий ахборотлар асосида;
- баланс усулида.

Бозор иқтисодиёти шароитида корхоналар ўз хўжалик фаолиятини режалаштиришда тўла мустақилликка эга бўладилар. Бундай шароитда, улгуржи товар айланишни режалаштиришда кўплаб режалаштириш воситалари ва усулларидан фойдаланиш лозим.

Бозор иқтисодиёти шароитида улгуржи савдо корхоналари иқтисодий ишларининг муҳим вазифаларидан бири, иқтисодий - математик усуллардан кенг фойдаланиш ва замонавий компьютер технологияларини қўллаш асосида улгуржи товар айланиш кўрсаткичларини режалаштиришнинг илмийлик даражасини ошириш ҳисобланади.

Улгуржи товар айланишни ҳисоблаш услубиёти.

Улгуржи корхоналар чакана савдо тармоғи товар-айланиш режасининг бажарилиши ва товар захираларини тўлдириб туриш учун товарларга бўлган эҳтиёжини қондиради. Шунинг учун, дастлаб, хизмат кўрсатилаётган чакана савдо корхоналарининг алоҳида товар гуруҳлари бўйича товарларга бўлган истеъмолнинг миқдори ҳисобланади. Буни қуйидаги формула ёрдамида амалга ошириш мумкин:

$$I_i = T_i \pm \Delta Z_i$$

Бу ерда: I_{qi} - режалаштираётган давр учун чакана савдонинг товар гуруҳлари буйича истеъмоли;

T_{qi} - режалаштираётган давр учун товар гуруҳлари буйича чакана товар айланиши;

ΔZ_{qi} - режалаштираётган давр учун чакана савдода товар гуруҳлари буйича товар захираларининг кўпайиши ёки камайиши.

Барча савдо корхона ва ташкилотларининг товар гуруҳлари буйича истеъмол ҳажми куйидаги формула ёрдамида ҳисобланади:

$$\sum_{i=1}^{i=n} I_{ui} = I^1_{ui} + I^2_{ui} + I^3_{ui} + \dots + I^{n-1}_{ui} + I^n_{ui}$$

Шуни ҳисобга олиш керакки, чакана савдо корхоналарига товарлар битта улгуржи корхонадан эмас, балки турли манбалардан (улгуржи корхоналар, бошқа ишлаб чиқариш корхоналари ва таъминотчилардан) етказилади. Бу эса чакана корхонага товарлар келиб тушишининг бошқа манбаларининг миқдори ва таркибини ҳамда унинг товар таъминотидаги бўлган ўзгаришни алоҳида ҳисобга олишни (хизмат кўрсатилаётган чакана корхонанинг бошқа таъминотчилар билан тузган битимлари ҳақидаги маълумотларни ўрганиш асосида) талаб қилади. Юқорида айтилганларни ҳисобга олганда, товар гуруҳлари буйича улгуржи товар айланишни режалаштириш куйидаги формула ёрдамида ҳисобланади:

$$Y_{mi} = \sum_{i=1}^{i=n} И_{чи} - \sum_{i=1}^{i=n} БИ_{чи}$$

бу ерда $\sum_{i=1}^{i=n} БИ_{чи}$ куйидагича ҳисобланади:

$$\sum_{i=1}^{i=n} БИ_{чи} = БИ_{чи}^1 + БИ_{чи}^2 + БИ_{чи}^3 + \dots + БИ_{чи}^{n-1} + БИ_{чи}^n$$

Буерда: Y_{mi} - режалаштирилаётган йил учун i товар гуруҳи буйича улгуржи товар айланиш суммаси;

$БИ_{чи}$ - хизмат кўрсатилаётган чакана савдо корхонасига бошқа манбалардан товар гуруҳларининг келиб тушиши.

Шундай қилиб, товар гуруҳлари (ёки кичик гуруҳлар) буйича улгуржи товар айланиш режаси чакана товар айланишнинг лойиҳалаштирилган ҳажми ва таркиби, чакана савдо корхонасидаги товар захиралари ҳамда товарларнинг келиб тушиши ҳақидаги маълумотлар асосида тузилади.

Улгуржи товар айланиш режаси барча харидорлар ва товар гуруҳлари буйича алоҳида - алоҳида тузилади. Сўнгра, уларни умумлаштириш асосида умумий улгуржи товар айланиши ҳажми аниқланади:

$$y = \sum_{i=1}^{i=m} Y_{mi} = Y_{mi}^1 + Y_{mi}^2 + \dots + Y_{mi}^{m-1} + Y_{mi}^m$$

Бир қарашдан ҳисоблаш усуллари жуда оддийдек туюлади. Бирок ҳисоб - китобларни амалга оширгунгача бозор конъюнктураси, алоҳида рақообатчилар фаолияти ва товар ҳаракати жараёнига таъсир қилувчи

турли ижтимоий - иқтисодий шароитларни ўрганиш каби кўп меҳнат ва билим талаб қилади.

Сотиш шакллари буйича улгуржи товар айланишни режалаштириш.

Сотиш шакллари буйича улгуржи товар айланишни режалаштириш мураккаб жараён ҳисобланади. Бунинг учун улгуржи корхоналар нафақат фаолият кўрсатилаётган ҳудуднинг ижтимоий - иқтисодий кўрсаткичларини, балки бозор конъюктурасини ишлаб чиқариш, транспорт, ташкилий ва бошқа омилларни ҳар томонлама таҳлил қилиб чиқишлари ҳам лозим.

Режалаштириш товар ҳаракати ва товар таъминотини ташкил этиш жараёни билан бевосита алоқадордир.

Товар ҳаракати деганда, товарларнинг ишлаб чиқариш соҳасидан истеъмол соҳасига ўтиш жараёни тушунилади. Чакана савдо тармоғини товарлар билан таъминлаш деганда, товарларни чакана савдо тармоғигача етказиб бериш жараёнини тушуниш лозим. Бу жараён мураккаб тижорат ва ташкилий-техник операциялар комплексини қамраб олади.

Товар ҳаракати ва товар таъминоти жараёнига турли омиллар таъсир кўрсатади. Бу омилларни биринчидан, савдо-ташкилий (савдо тармоқларининг сони, таркиби ва жойлашуви, товар айланиш ҳажми, савдо майдони, улгуржи корхоналарнинг жайланиши, омбор хўжалигининг ҳолати, савдо-оператив ва технологик жараёнларни ташкил этиш даражаси, товарларни сақлаш шароитлари) иккинчидан, ишлаб чиқариш (ишлаб чиқаришнинг ривожланганлик даражаси, жойланиши, ихтисослашуви ва мавсумийлиги, ишлаб чиқариш ассортиментининг мураккаблик даражаси, савдо ассортиментини шакллантириш меъёрлари) ва транспорт (йўлларининг ҳолати, транспорт алоқаларининг мавжудлиги, транспорт воситаларининг шакллари ва тезлиги транспорт тарифлари ва бошқ.)

омилларига ажратиш мумкин.

Алоҳида улгуржи корхоналарда омбор ва транзит товар айланиши ўртасидаги нисбат, таъкидланган омиллар таъсири билан боғлиқ равишда, турлича булади. Улар ўртасидаги нисбат доимий бўлмай, вақт ўтиши билан ўзгариб туриши мумкин.

Бозор иқтисодиёти шароитида чакана савдони товарлар билан таъминлашнинг мақбул шакллари танлашга таъсир килувчи асосий омилларга ялпи даромад ва муомала (давр) харажатлари, хусусан унинг «Транспорт харажатлари», «Сақлаш, навларга ажратиш ва кадоқлаш харажатлари» каби моддалари, шунингдек, банк кредитларидан фойдаланиш харажатлари киради. Шунинг учун, режалаштиришда улгуржи товар айланишининг умумий ҳажмида транзит ёки омбор айланиш улушининг ўзгариши улгуржи ва чакана савдо корхоналари фаолиятининг охирига натижаларига кўрсатаётган таъсирдан келиб чиқиш лозим. Омбор ва транзит товар айланиш ҳажми ҳар бир улгуржи корхонанинг барча хўжалик фаолияти кўрсаткичларини чуқур таҳлил қилган ҳолда белгиланиши лозим.

Шуни назарда тутиш керакки, транзит шаклда товарлар етказиб бериш юкларни ортиб жўнатишнинг энг кам меъёрлари ва товарлар етказиб беришнинг мукамал частотасини таъминлаш мумкин. Бунда, қайси товарлар буйича транзит шаклда товарлар етказишни кенгайтириш мумкин ва қайси товарлар буйича бу усул самара бермаслигини аниқлаб олиш зарур.

Товар заҳираларини режалаштириш ва меъёрлаш ҳамда товарлар келиб тушишини аниқлаш услуги чакана товар айланиш кўрсаткичлари режалаштириш ва нормалаштириш услуги билан ўхшаш.

Улгуржи савдо кўрсаткичларини режалаштиришда улгуржи корхоналар кўрсатадиган, бозор стратегияси масалалари ва товарлар рекламасини ташкил этиш йуналишлари бўйича маслаҳатлар бериш каби тижорат хизматлари тизими ўрганиб чиқилиши лозим.

Таянч иборалар: Товар муомаласи, савдо, улгуржи савдо, биржа, брокер, агентлар, улгуржи товар айланиши, улгуржи омбор товар айланиши, трнзит улгуржи товар айланиши, товар захираси, товарлар келиши.

Такрорлаш учун саволлар.

1. Улгуржи савдони тушунчасини ва заруриятларини тушинтиринг?
2. Улгуржи савдони аҳамиятини ёритинг.
3. Улгуржи савдо қандай функциялар бажаради?
4. Биржа тушунчасини айтинг.
5. Биржа турларини ёритинг.
6. Биржада қандай товарлар сотилади?
7. Биржада қандай тамоиллар амал қилиши зарур?
8. Улгуржи товар айланиши кўрсаткичларини баланс бојлиқлиги формуласини ёзинг.
9. Улгуржи товар айланиши кўрсаткичлари қандай таҳлил қилинади?
10. Улгуржи товар айланиш ҳажмини қандай режалаштиради?
11. Улгуржи савдода товар захиралари қандай нормалаштирилади?
12. Улгуржи савдода товарлар келиши қандай режалаштирилади?

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати.

1. Ўзбекистон Республикаси Мулкчилик тўғрисидаги қонун. 1990 йил 31 октябр ўзбекистон Олий Советининг Ведемостлари, 1990 йил №31-33.
2. Ўзбекистон Республикасида Мулкчилик тўғрисидаги қонунга ўзгартириш ва қўшимчалар киритиш ҳақида ўзбекистон Республикасининг 1993 йил 7 май қонуни ўзбекистон Республикаси Олий Кенгашининг ахборотномаси. 1993 йил, 5-сон.
3. Ўзбекистон Республикаси корхоналар тўғрисида қонун. 1991 йил 15 феврал Ўзбекистон Республикаси қонун ва фармонлари. Тошкент. “Ўзбекистон”, - 1992.
4. Ўзбекистон Республикасининг Кооперация тўғрисидаги 1991 йил 14 июн қонуни Ўзбекистон Республикаси Олий Кенгашининг ахборотномаси. 1991 йил йил, 8-сон.

5. Ўзбекистон Республикасининг ташқи иқтисодий фаолият тўғрисида 1991 йил 14 июн қонуни. Ўзбекистон Республикаси Олий Кенгашининг Ахборотномаси. 1991 йил, 8-сон.
6. Давлат тасарруфидан чиқариш ва хусусийлаштириш тўғрисида ўзбекистон Республикасининг 1991 йил 19 ноябр қонуни Ўзбекистон Республикаси Олий Кенгашининг ахборотномаси. 1992 йил, 1-сон.
7. Монополистик фаолиятни чеклаш тўғрисида Ўзбекистон Республикасининг 1992 йил, 2 июл қонуни Ўзбекистон Республикаси Олий Кенгашининг ахборотномаси. 1992 йил, 10-сон.
8. Каримов И.А. Ўзбекистон иқтисодий ислохатларни чуқурлаштириш йўлида. Тошкент., Ўзбекистон, 1995.
9. Каримов И.А. ўзбекистон – бозор муносабатларига ўтишнинг ўзига хос йўли. Тошкент., Ўзбекистон, 1995.
10. Каримов И.А. Ўзбекистоннинг сиёсий ижтимоий ва иқтисодий истиқболининг таъмоиллари. Тошкент., Ўзбекистон, 1995.
11. Ўзбекистон савдо-саноат палатасини ташкил қилиш тўғрисида. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 7.07.2004 йилги фармони.
12. Тадбиркорлик фаолиятини ташкил этиш учун рўйхатдан ўтказиш тартиботлари тузимини тубдан такомиллаштириш тўғрисида Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 20 август 2003 йилги қарори.
13. 2003-2006 йилларда чакана савдо, умумий овқатланиш ва аҳолига маиший хизмат кўрсатиш корхоналари тармоқларини ривожлантиришга доир қўшимча чора тадбирлар тўғрисида Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 13 феврал 2003 йилги қарори.
14. Хусусий корхоналар тўғрисида Ўзбекистон Республикасининг қонуни 2003 йил.
15. Хўжалик жамиятлари ва ширкаталари тўғрисида Ўзбекистон Республикасининг 1992 йил 9 декабр қонуни Ўзбекистон Республикаси Олий Кенгашининг ахборотномаси. 1993 йил, 1-сон.

16. Махсулот белгилари ва хизмат кўрсатиш тўғрисида Ўзбекистон Республикасининг 1993 йил, 7 май қонуни Ўзбекистон Республикаси Олий Кенгашининг ахборотномаси. 1993 йил, 6-сон.
17. Қимматли қоғозлар ва фонд биржаси тўғрисида Ўзбекистон Республикасининг 1993 йил, 2 сентябр қонуни Ўзбекистон Республикаси Олий Кенгашининг ахборотномаси. 1993 йил 9-сон.
18. Товар ишлаб чиқарувчилар ва тадбиркорлар палаталари тўғрисида Ўзбекистон Республикасининг 1997 йил 24 апрел қонуни Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг ахборотномаси. 1997 йил 4-5 сон.
19. Ўзбекистон Республикасида тадбиркорлик тўғрисида Ўзбекистон Республикаси қонуни. 1991 йил 15 феврал (7 – май 1993 йил ўзгартириш ва кўшимчалар киритилган). Ўзбекистон Республикаси тадбиркорлик тўғрисида қонун ҳужжатлари. Тошкент «Иқтисодиёт ва ҳуқуқ дунёси», 1999 йил.
20. Ўзбекистон Республикаси «Кичик ва хусусий тадбиркорликни ривожлантиришни рағбатлантириш тўғрисида» қонун 1991 йил 21 декабр. 1998 йил 29 августда ўзгартиришлар киритилган.
21. Ўзбекистон Республикаси кичик корхоналар тўғрисида низом. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар маҳкамаси 1992 йил 26 феврал 85 сонли қарор.
22. Ўзбекистон Республикаси хусусий тадбиркорлик тўғрисида низом. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси 1995 йил 15 феврал 55-сонли қарори.
23. Кичик ва ўрта тадбиркорликни ривожлантиришни рағбатлантириш механизмини такомиллаштириш. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар маҳкамаси 1998 йил 27 май 32 сонли қарори.
24. Озиқ – овқат махсулотларининг сифати ва хавфсизлиги тўғрисида Ўзбекистон Республикасининг 1997 йил 30 август қонуни Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг ахборотномаси. 1997 йил 9 сон.
25. Ўзбекистон Республикаси, 1998 йил, 30 апрелдаги Фермер хўжаликлари тўғрисидаги қонуни.

26. Ўзбекистон Республикаси 1998 йил, 30 апрелдаги Дехқон хўжаликлари тўғрисидаги қонуни.
27. Қишлоқ хўжалиги кооперативи (ширкат хўжалиги) тўғрисида Ўзбекистон Республикасининг 1998 йил 30 апрел.
28. Ўзбекистон Республикаси қишлоқ хўжалик корхоналарини санация қилиш тўғрисидаги 1997 йил 25 декабрдаги қонуни Халқ сўзи 1997 йил, 15 январ.
29. Стандартлаштириш тўғрисида Ўзбекистон Республикаси 1997 йил, 28 декабр қонуни Ўзбекистон Республикаси Олий кенгашининг ахборотномаси. 1994 йил 2-сон.
30. Махсулотлар ва хизматларни сертификатлаштириш тўғрисидаги Ўзбекистон Республикасининг 1993 йил 28 декабр қонуни Ўзбекистон Республикаси Олий Кенгашининг ахборотномаси. 1994 йил 2-сон.
31. Банкротлик тўғрисида Ўзбекистон Республикасининг 2003 йил 24 апрел қонуни Халқ сўзи 2004 йил 2-июл.
32. Истеъмолчиларнинг ҳуқуқларини ҳимоя қилиш тўғрисида Ўзбекистон Республикасининг 1996 йил 26 йил 26 апрел қонуни Ўзбекистон Республикаси Олий мажлисининг ахборотномаси 1996 йил 5-6 сон.
33. Товар бозорларида монопалистик рақобатни чеклаш тўғрисида Ўзбекистон Республикасининг 1996 йил 27 декабр қонуни Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг ахборотномаси. 1997 йил 2-сон.
34. Ўзбекистон Республикаси қишлоқ хўжалик кооператив (ширкат хўжалиги) тўғрисида қонун 1998 йил 30 апрел Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг ахборотномаси. 1998 йил 5-6 сон.
35. Ўзбекистон Республикасининг «Тадбиркорлик ва табиркорлар фаолиятининг кафолатлари тўғрисида» 1999 йил 14 апрел қонуни Халқ сўзи. 1999 йил, 29 апрел.
36. Хўжалик юритувчи субъектлар фаолиятини давлат томонидан назорат қилиш тўғрисида Ўзбекистон Республикасининг 1998 йил, 24 декабр қонуни

Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг ахборотномаси 1999 йил, 1-сон.

37. Инвестиция фаолияти тўғрисида Ўзбекистон Республикасининг 1998 йил 24 декабр қонуни Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлис ахборотномаси, 1999 йил 1-сон.

38. Реклама тўғрисида Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг ахборотномаси. 1999 йил, 1-сон.

39. Лизинг тўғрисида Ўзбекистон Республикасининг 1998 йил, 14 апрел қонуни Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг ахборотномаси. 1999 йил, 5-сон.

40. Нодавлат нотижорат ташлилотлари тўғрисида Ўзбекистон Республикасининг 1998 йил, 14 апрел қонуни Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг ахборотномаси. 1999 йил, 5-сон.

41. Фаолиятнинг айрим турларини лизинглаш тўғрисида. Ўзбекистон Республикаси 2000 йил, 25 май қонуни Ўзбекистон Республикаси молиявий қонунлари 8-сон. 2000.

42. Тадбиркорлик фаолияти эркинлигининг кафолатлари тўғрисида Ўзбекистон Республикасининг қонуни. 2000 йил, 25 май. Ўзбекистон Республикаси молиявий қонунлари. 8-сон 2000.

43. Ахборот эркинлига принциплари ва кафолатлари тўғрисида Ўзбекистон Республикасининг 2002 йил, 12 декабр қонуни Халқ сўзи 2003 йил 13 декабр.

44. Улгуржи ва чакана савдони либераллаштириш ҳамда уни ривожлантириш учун қулай шарт шароит яратиш чора тадбирлари тўғрисидаги Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2006 йил 23 февралдаги фармони.

45. Улгуржи савдо корхоналари уюшмаси фаолиятини ташкил этиш тўғрисидаги Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2006 йил 6 мартдаги қарори.

46. Абдукаримов И.Т., Пардаев М.Қ., Исроилов Б.И. Корхонанинг иқтисодий салоҳияти таҳлили. Тошкент. «Иқтисодиёт ва ҳуқуқ дунёси», 2003.
47. Абдукаримов Б.А. ва бошқалар «Корхона иқтисодиёти», Дарслик, Тошкент «Фан», 2005.
48. Абдукаримов Б.А. Бозор иқтисодиёти шароитида бизнес – режанинг моҳияти. Маъруза матни, Самарқанд. 1997.
49. Абулқосимов ҳ. Корхонанинг халқаро маркетинг фаолияти. Тошкент: «Академия» 2002.
50. Акио Морита. Сделано в Японии. М.: «Знание». 1991.
51. Беа Ф.К., Дихтла Э., Швейцера М. Экономика предприятия. Учебник. М.; Издательский дом «ИНФРА - М», 1999.
52. Бозор муносабатлари шароитида миллий иқтисодиётнинг ривожланиши. Тошкент., «Ўқитувчи», 1996
53. Буров В.П. и др. Бизнес план фирмы. М.: «ЭКМОС», 2000.
54. Ворст Й., Ревентлоу П. Экономика фирмы. Учебник. (переводс датского). М.: «Высшая школа», 1994.
55. Гозибеков Д.Е. Инвестицияларни молиялаштириш масалалари. Тошкент: «Молия», 2003.
56. Головкова Н.С., Заболатная Н.В., Щербакова И.Г. Финансова-экономическое состояние предприятия: Учебное пособие. БУПК.
57. Гранаткин Ю.А., Истамов Д.И., Эргашев Х.К. Основы предпринимательства. Санкт-Петербург – 1993.
58. Давидяну Д.Б. Показатели и оценка эффективности экономики в условиях рыночных отношений (Макро и микро уровень).
59. Дадабоев Ю.Д. и др. Экономика предприятия. Учебник. Ташкент: Ферганский научный центр. 1998.
60. Захаров А.Н и др. Управление качеством продукции. Учебное Пособие, БУПК. Белгород. 2003.

61. Истамов Д.И., Гранаткин Ю.А., Мухаммедов М.М., Ходжаев Э.Н. Экономическая безопасность предприятия и защита коммерческой тайны. Учебное пособие. Самарканд, 1995.
62. История менеджмента. М.: «ИНФРА-М», 1997.
63. Йўлдошев Н.Қ. Савдо корхонаси иқтисоди, ўқув қўлланма. Т.: ТДИУ, 2005 й.
64. Кадзуми Татенци. Вечный дух предпринимательства. Киев. «Укрзакдонвизасервис», 1992.
65. Как работают японские предприятия. М.: «Экономика», 1989.
66. Киселев А.П. Теория и практика современного бизнеса. Киев «ЛИБРА», 1995.
67. Корхоналарнинг бозор модели. Маъруза матни. Қутбетденов А.Т., Абдукаримов Б.А. Самарканд, 2000.
68. Пардаев М.Қ., Абдукаримов Б.А. Меҳнат иқтисоди ва социологияси. Ўқув қўлланма. Самарканд, 2002.
69. Пардаев М.Қ., Исроилов Б.И. Иқтисодий таҳлил. Ўқув қўлланма. I-II қисм. Тошкент: «Иқтисодиёт ва ҳуқуқ дунёси» нашриёт уйи, 2001.
70. Парпиев У., Саламов И. Бозор иқтисодиёти асослари ва ишлаб чиқаришни ташкил этиш. Тошкент: «Шарқ», 1996.
71. Райзберг Б.А. Основы экономики. Учебное пособие. М.: «ИНФРА-М», 2000.
72. Рубин Ю.Б. Бизнес и экономика. М.: «Знание», 1991
73. Севлянянц Г.Е., Хаджаев Э.Н. Предпринимательство в Республике Узбекистан. Ташкент. «Мерос» 1993.
74. Современная экономика. Учебное пособие. Ростов-на-Дону: «Феникс», 1996.
75. Сулаймонов Ш.С. Иқтисодиёт назарияси. Ўқув қўлланма. Ўш, 1998.
76. Тадбиркорлик ва бизнес асослари (Ўқув қўлланма). Э. Н. Хаджаев, Р. Г. Юнусова, Абдукаримов Б.А. ва бошқалар. Самарқанда Зарафшон. 1994.

77. Чшен В.А. ва бошқалар. Хусусийлаштириш асослари. I том. Тошкент: «Иқтисодиёт ва ҳуқуқ уйи», 1996.
78. Чжен В.А. ва бошқалар. Пул ва молия бозорлари. II том. Тошкент: «Бизнес каталог», 1996.
79. Чжен В.А. ва бошқалар. Бозор қонуняти асослари. III том. Тошкент: «Бизнес каталог», 1996.
80. Чжен В.А. ва бошқалар. Бозор ва очик иқтисодиёт IV том.
81. Чжен В.А. ва бошқалар. Бозор шароитида минтақанинг тармоқ тараққиёти. V том Тошкент: «Бизнес каталог». 1997.
82. Экономика предприятия. Учебник. Коллектив авторов Под ред. Гребнева А.И.М.: «Экономика», 1997.
83. Экономика предприятия. Учебник. Коллектив авторов под ред. Проф. Горфинкеля В.Я., проф. Швандара В.А.М.: «ЮНИТИ», 2000.
84. Экономика предприятия. Учебник. Минск. Под ред. Хрипача В.А. Экономпресс, 2000.
85. Экономика предприятия. Тексты лекций. Махмудов Э.Х., Юлдашева Ш.М., Каландарова С.Г. ТДИУ. Тошкент, 2000.
86. Экономическая теория. Учебник. Тошкент: «Шарқ», 1999.
87. Эгамбердиев Э., Хўжақулов Х. Кичик бизнес ва тадбиркорлик. Тошкент: Маънавият, 2003.
88. Экономика торговли. Мухаммедов М.М., Абдукаримов Б.А., Алтинбаев Р.И., Қутбетдинов А.Т., Учебное пособие. Самарканд, 1998.
89. Экономика предприятия. Раицкий К.А., Учебник. М.: - НВЦ. «Маркетинг», 2000.
90. Торговое дело: Экономика и организация. Учебник. М.: ИНФРА-М., 1997.

МУНДАРИЖА

КИРИШ

- 1-боб. Ички савдо иқтисодиёти фанининг назарий ва методологик асослари**
- 1.1. Бозор муносабатларига ўтиш шароитида иқтисодий фанларнинг ўрни ва аҳамияти
- 1.2. Ички савдо иқтисодиёти фанининг бошқа иқтисодий фанлар билан боғлиқлиги
- 1.3. Ички савдо иқтисодиёти фанининг объекти ва предмети
- 1.4. Ички савдо иқтисодиёти фанининг усуллари
- 2-боб. Бозор иқтисодиёти шаклланиши шароитида савдо**
- 2.1. Товар айрибошлашнинг моҳияти**
- 2.1.1. Такрор ишлаб чиқариш жараёнида айрибошлаш
- 2.1.2. Бозор иқтисодиёти, унинг қоидалари, бозор тушунчаси, функциялари ва элементлари
- 2.1.3. Бозорнинг турлари
- 2.1.4. Бозорнинг субъектлари
- 2.2. Савдонинг моҳияти ва унинг бозор иқтисодиёти шароитида аҳамияти**
- 2.2.1. Савдонинг моҳияти, функциялари
- 2.2.2. Савдонинг ижтимоий шакллари, ташкилий иқтисодий таснифи.
- 2.2.3. Савдонинг иқтисодиётда тутган ўрни.
- 2.2.4. Шахсий истеъмолни қондиришда савдонинг аҳамияти.
- 3-боб. Тадбиркорлик фаолиятининг ҳуқуқий – иқтисодий**

асослари

- 3.1. Тадбиркорлик фаолиятининг моҳияти ва аҳамияти
- 3.2. Тадбиркорлик фаолиятининг ҳуқуқий - иқтисодий асослари
- 3.3. Тадбиркорликни қўллаб қувватлаш йўналишлари
- 3.4. Тадбиркорлик фаолиятининг самарадорлиги кўрсаткичлари

4-боб. Савдонинг хўжалик механизми

- 4.1. Хўжалик механизми тушунчаси ва унинг моҳияти
- 4.2. Савдонинг хўжалик механизми, унинг элементлари
- 4.3. Матлубот кооперациясининг хусусиятлари ва хўжалик механизми

5-боб. Савдо корхоналарида иқтисодий ишни ташкил қилиш**5.1. Иқтисодий ишнинг моҳияти**

- 5.1.1. Иқтисодий ишнинг моҳияти, мазмуни ва аҳамияти
- 5.1.2. Иқтисодий таҳлилни мазмуни, вазифалари ва усуллари
- 5.1.3. Иқтисодий ахборотлар тушунчаси, турлари ва аҳамияти
- 5.1.4. Иқтисодий ахборотлар таркибида статистиканинг аҳамияти

5.2. Бозор иқтисодиёти шароитида прогнозлаш ва режалаштириш

- 5.2.1. Прогнозлаш ва режалаштиришни моҳияти, мақсади, вазифалари ва аҳамияти
- 5.2.2. Режалаштиришни қоидалари (принциплари).
- 5.2.3. Прогнозлаш ва режалаштиришга қўйилган умумий талаблар
- 5.2.4. Прогнозлаш ва режалаштиришни турлари ва босқичлари
- 5.2.5. Прогнозлаш ва режалаштириш усуллари ҳамда кўрсаткичлари

6-боб. Савдо корхоналарининг ресурслари**6.1. Савдо корхоналарининг асосий фондлари**

- 6.1.1. Ресурслар тушунчаси ва таркиби
- 6.1.2. Асосий фондлар тушунчаси, таркиби ва баҳоланиши
- 6.1.3. Асосий фондларнинг кўрсаткичлари
- 6.2. **Айланма фондлар (маблағлар) тушунчаси, таркиби ва кўрсаткичлари**

- 6.2.1. Айланма фондлар (маблағлар) тушунчаси, ҳаракати ва аҳамияти

- 6.2.2. Айланма фондлар (маблағлар) таркиби

- 6.2.3. Айланма фондлар (маблағлар) нинг кўрсаткичлари

6.3. Савдо корхоналарининг молиявий ресурслари

- 6.3.1. Молиявий ресурслар моҳияти ва уларни савдо корхоналари самарадорлигини оширишда аҳамияти

- 6.3.2. Молиявий ресурсларнинг манбалари

- 6.3.3. Молиявий ресурсларнинг кўрсаткичлари

6.4. Савдода меҳнат ресурслари

- 6.4.1. Савдода меҳнатни ижтимоий - иқтисодий моҳияти ва аҳамияти

- 6.4.2. Савдода меҳнат ресурсларини шаклланиши ва кўрсаткичлари
- 6.4.3. Савдода меҳнат ресурсларини таҳлили ва режалаштириш
- 7-боб. Халқ. истеъмол товарларига баҳони шаклланиши**
- 7.1. Баҳо ва баҳолаштиришнинг моҳияти ва аҳамияти
- 7.2. Баҳонинг функциялари
- 7.3. Баҳонинг турлари
- 7.4. Баҳога таъсир қилувчи омиллар
- 7.5. Баҳони аниқлашни методологик масалалари (баҳолаштиришметодологияси)
- 7.6. Баҳонинг маҳсулот (ишлар, хизматлар) ни ишлаб чиқариш ва сотиш харажатлари билан боғлиқ бўлган элементлари таркиби
- 7.7. Баҳони давлат томонидан тартибга солиниши
- 7.8. Баҳо ва инфляция
- 8-боб. Талаб ва товар таклифи**
- 8.1. Истеъмол товарларига талаб**
- 8.1.1. Эҳтиёж тушунчаси, таркиби, турлари ва уларни ўрганишнинг аҳамияти
- 8.1.2. Талабни тушунчаси, талабга таъсир қилувчи омиллар, уни ўрганиш ва прогнозлаш усуллари
- 8.1.3. Аҳолининг минимал истеъмол саватчаси тушунчаси, ўрганиш усули ва аҳамияти
- 8.1.4. Аҳолининг даромадлари ва харажатларини аниқлаш усуллари
- 8.2. Истеъмол товарлари таклифи**
- 8.2.1. Истеъмол товарлари таклифи тушунчаси, унинг моҳияти ва аҳамияти
- 8.2.2. Истеъмол товарлари таклифининг манбалари
- 8.2.3. Ўзбекистонда истеъмол товарлари таклифини шаклланиш тенденциялари
- 8.2.3.4. Истеъмол товарлари таклифини режалаштириш
- 9 боб. Чакана товар айланиши**
- 9.1. Чакана товар айланиши тушунчаси ва ижтимоий – иқтисодий аҳамияти**
- 9.1.1. Чакана товар айланиши тушунчаси ва моҳияти
- 9.1.2. Чакана товар айланиши тавсифи
- 9.1.3. Чакана товар айланиши ижтимоий – иқтисодий аҳамияти
- 9.1.4. Чакана товар айланиши кўрсаткичлари ва уларни баланс боғлиқлиги
- 9.1.5. Чакана товар айланишининг ривожланиш тенденциялари
- 9.2. Чакана товар айланишини таҳлили**
- 9.2.1. Чакана товар айланишини таҳлил қилиш вазифалари ва усуллари
- 9.2.2. Чакана товар айланишига таъсир қилувчи омиллар

- 9.2.3. Чакана товар айланишини умумий ҳажмини таҳлили
- 9.2.4. Чакана товар айланиши таркиби (ассортименти)ни таҳлили
- 9.3. Товар захиралари ва товарларни келишини таҳлили**
- 9.3.1. Товар захиралари тушунчаси, турлари ва кўрсаткичлари
- 9.3.2. Товар захиралари кўрсаткичларига таъсир қилувчи омиллар
- 9.3.3. Товар захираларининг таҳлили
- 9.3.4. Товарларни келиши тушунчаси, манбалари ва унинг таҳлили
- 9.4. Чакана товар айланишини прогнозлаш ва режалаштириш**
- 9.4.1. Чакана товар айланишини узок муддатга прогнозлаш
- 9.4.2. Чакана товар айланишини жорий режалаштириш
- 9.4.3. Чакана товар айланиши таркиби (ассортименти)ни прогнозлаш ва режалаштириш
- 9.5. Товар захираларини ва товарлар келишини режалаштириш**
- 9.5.1. Товар захираларни нормалаштириш усуллари
- 9.5.2. Товар захираларини кварталлар бўйича режалаштириш
- 9.5.3. Товарлар келишини режалаштириш
- 10-боб. Улгуржи товар айланиши**
- 10.1. Бозор иқтисодиёти шароитида улгуржи савдо унинг зарурияти ва аҳамияти
- 10.2. Улгуржи товар айланишининг мазмуни ва турлари
- 10.3. Улгуржи товар айланишининг кўрсаткичлари ва уларни тавсифи
- 10.4. Улгуржи товар айланишини таҳлилининг мақсади ва босқичлари
- 10.5. Улгуржи товар айланиш кўрсаткичларини режалаштириш

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

Содержание

Введение

- 1 гл. Теоретические и методологические основы дисциплины «Экономика внутренней торговли»**
 - 1.1. Роль и значение экономических наук в условиях перехода к рыночным отношениям
 - 1.2. Связь «Экономики внутренней торговли» с другими экономическими науками
 - 1.3. Объект и предмет дисциплины «Экономики внутренней торговли»
 - 1.4. Методы дисциплины «Экономики внутренней торговли»
- 2 гл. Торговля в условиях формирования рыночной экономики**
 - 2.1. Сущность товарного обмена**
 - 2.1.1. Объём в воспроизводственном процессе
 - 2.1.2. Рыночная экономика, её принципы, понятия, функции и элементы рынка
 - 2.1.3. Виды рынка
 - 2.1.4. Субъекты рынка
 - 2.2. Сущность и значение торговли в условиях рыночной экономики**
 - 2.2.1. Сущность, функции торговли
 - 2.2.2. Социальные формы торговли, организационно-экономическая характеристика
 - 2.2.3. Роль торговли в экономике
 - 2.2.4. Значение торговли в удовлетворении личных потребностей
- 3 гл. Правовые – экономические основы предпринимательской деятельности**
 - 3.1. Сущность и значение предпринимательской деятельности
 - 3.2. Правовые – экономические основы предпринимательской деятельности
 - 3.3. Пути поддержки предпринимательства
 - 3.4. Показатели эффективности предпринимательской

деятельности

- 4 гл. Хозяйственный механизм торговли**
 - 4.1. Сущность и понятие хозяйственного механизма
 - 4.2. Хозяйственный механизм торговли и его элементы
 - 4.3. Особенности хозяйственного механизма потребительской кооперации
- 5 гл. Организация экономической работы в торговле**
 - 5.1. Сущность экономической работы**
 - 5.1.1. Сущность, содержание и значение экономической работы
 - 5.1.2. Содержание, значение и методы экономического анализа
 - 5.1.3. Понятие, виды и значение экономической информации
 - 5.1.4. Значение статистики в системе экономической информации
 - 5.2. Прогнозирование и планирование в условиях рыночной экономики**
 - 5.2.1. Сущность, цели, задачи и значение прогнозирования и планирования
 - 5.2.2. Принципы планирования
 - 5.2.3. Общие требования к прогнозированию и планированию
 - 5.2.4. Виды и этапы прогнозирования и планирования
 - 5.2.5. Методы и показатели прогнозирования и планирования
- 6 гл. Ресурсы торговых предприятий**
 - 6.1. Основные фонды торговых предприятий**
 - 6.1.1. Понятие и структуры ресурсов
 - 6.1.2. Понятие, структура и оценки основных фондов
 - 6.1.3. Показатели основных фондов
 - 6.2. Понятие, структура и показатели оборотных фондов (средств)**
 - 6.2.1. Понятие, движение и значение оборотных фондов (средств)
 - 6.2.2. Структура оборотных фондов (средств)
 - 6.2.3. Показатели оборотных фондов (средств)
 - 6.3. Финансовые ресурсы торговых предприятий**
 - 6.3.1. Сущность финансовых ресурсов и их значения в повышение эффективности торговых предприятий
 - 6.3.2. Источники финансовых ресурсов
 - 6.3.3. Показатели финансовых ресурсов
 - 6.4. Трудовые ресурсы в торговле**
 - 6.4.1. Социально-экономическая сущность и значение труда в торговле
 - 6.4.2. Формирование и показатели трудовых ресурсов в торговле
 - 6.4.3. Анализ и планирование трудовых ресурсов в торговле
- 7 гл. Формирование цен на товары народного потребления**
 - 7.1. Сущность и значение цены и ценообразования
 - 7.2. Функции цен
 - 7.3. Виды цен
 - 7.4. Факторы влияющие на цены

- 7.5. Структура элементов цен связанных с производством продукции (работ, услуг) и с расходами реализации
- 7.6. Методологические вопросы определения цен (методология ценообразования)
- 7.7. Государственное регулирование цен
- 7.8. Цена и инфляция
- 8 гл. Спрос и товарное предложение**
- 8.1. Спрос на товары потребления**
- 8.1.1. Понятие, структура, виды потребностей и значение их изучения
- 8.1.2. Понятия спроса, факторы влияющие на спрос, методы изучения и их значение
- 8.1.3. Понятие, методы изучения и значение минимального потребительского бюджета
- 8.1.4. Методы определения доходов и расходов населения
- 8.2. Предложение потребительских товаров**
- 8.2.1. Понятие, сущность и значение предложения потребительских товаров
- 8.2.2. Источники предложения потребительских товаров
- 8.2.3. Тенденция формирования предложения потребительских товаров в Узбекистане
- 8.2.4. Планирование предложения потребительских товаров
- 9 гл. Розничный товарооборот**
- 9.1. Понятие и социально – экономическое значение розничного товарооборота**
- 9.1.1. Понятие и сущность розничного товарооборота
- 9.1.2. Классификация розничного товарооборота
- 9.1.3. Социально – экономическое значение розничного товарооборота
- 9.1.4. Показатели розничного товарооборота и их балансовая увязка
- 9.1.5. Тенденции развития розничного товарооборота
- 9.2. Анализ розничного товарооборота**
- 9.2.1. Задачи и методы анализа розничного товарооборота
- 9.2.2. Факторы влияющие на розничный товарооборот
- 9.2.3. Анализ общего объёма розничного товарооборота
- 9.2.4. Анализ структуры (ассортимента) розничного товарооборота
- 9.3. Анализ товарных запасов и поступление товаров**
- 9.3.1. Понятие, виды и показатели товарных запасов
- 9.3.2. Факторы, влияющие на показатели товарных запасов
- 9.3.3. Анализ товарных запасов
- 9.3.4. Понятия поступления товаров, их источники и анализ
- 9.4. Прогнозирование и планирование розничного товарооборота**
- 9.4.1. Долгосрочное прогнозирование розничного товарооборота
- 9.4.2. Текущее планирование розничного товарооборота

- 9.4.3. Прогнозирование и планирование, структура (ассортимента) розничного товарооборота
- 9.5. Планирование товарных запасов и поступление запасов**
- 9.5.1. Методы нормирования товарных запасов
- 9.5.2. Планирование товарных запасов по кварталам
- 9.5.3. Планирование поступления товаров
- 10 гл. Оптовый товароборот.**
- 10.1. Сущность, необходимость и значение оптовой торговли в условиях рыночной экономики
- 10.2. Понятие и виды оптового товарооборота
- 10.3. Показатели оптового товарооборота и их характеристика
- 10.4. Цель и этапы анализа оптового товарооборота
- 10.5. Планирование показателей оптового товарооборота

Список использованной литературы

CONTENTS

INTRODUCTION

Chapter 1	Theoretical and Methodological Basement of the Discipline “Internal Trade Economics”
1.1	Role and significance of economic sciences in condition of transmission to market operations
1.2.	Interrelationship of “Internal Trade Economics” with other economic sciences
1.3.	Object and matter of the discipline “Internal Trade Economics”
1.4.	Methods of discipline “Internal Trade Economics”
Chapter 2	Trade in Condition of Formation of Market Operations
2.1	Nature of good exchange
2.1.1	Volume in reproduction process
2.1.2	Market economy, its borders, concepts, functions and market elements
2.1.3	Types of market
2.1.4	Subjects of market
2.2	Nature and significance of trade in condition of market economy
2.2.1	Nature and function of trade
2.2.2	Social forms of trade, organization-economical characteristics
2.2.3	Role of trade in economy
2.2.4	Significance of trade to satisfy personal need
Chapter 3	Legal- Economical Basis of Entrepreneurial Activity
3.1	Nature and significance of entrepreneurial activity
3.2	Legal- economical basis of entrepreneurial activity
3.3	Ways of support in entrepreneurship
3.4	Effective indices of entrepreneurial activity
Chapter 4	Economical Mechanism of Trade
4.1	Nature and concept of economical mechanism
4.2	Economical mechanism of trade and its elements
4.3	Features of economical mechanism in consumers cooperation
Chapter 5	Organization of Economical Works in Trade
5.1	Nature of economical work
5.1.1	Nature, subject matter and significance of economical work

- 5.1.2 Subject matter, significance and methods of economical analysis
- 5.1.3 Concept, types and significance of economical information
- 5.1.4 Importance of statistics in economical information system
- 5.2 Forecasting and planning in condition of market economy**
- 5.2.1 Nature, objects, tasks and significance of forecasting and planning
- 5.2.2 Planning principals
- 5.2.3 General requirements to forecasting and planning
- 5.2.4 Types and stages of forecasting and planning
- 5.2.5 Methods and indices of forecasting and planning
- Chapter 6 Resources of Trade Enterprise**
- 6.1 Fixed assets of trade enterprise**
- 6.1.1 Concept and structure of resources
- 6.1.2 Concept, structure and assessment of fixed assets
- 6.1.3 Indices of fixed assets
- 6.2 Concept, structure and indices of withdrawal assets**
- 6.2.1 Concept, movement and significance of withdrawal assets
- 6.2.2 Structure of withdrawal assets
- 6.2.3 Indices of withdrawal assets
- 6.3 Finance resources of trade enterprise**
- 6.3.1 Nature of finance resources and their significance in increasing efficiency of trade enterprise
- 6.3.2 Sources of finance resources
- 6.3.3 Indices of finance resources
- 6.4 Labor resources of trade**
- 6.4.1 Social-economical nature and significance of labor in trade
- 6.4.2 Formation of labor resources in trade and their indices
- 6.4.3 Analysis and planning of labor resources in trade
- Chapter 7 Price Formation of consumer's goods**
- 7.1 Nature and significance of prices and price formation
- 7.2 Price function
- 7.3 Price types
- 7.4 Factors influencing on prices
- 7.5 Structure of price elements related with product manufacturing (labors, services) and with realization expenditures
- 7.6 Methodological issues of price identification (price formation methodology)
- 7.7 Public price regulation
- 7.8 Price and inflation
- Chapter 8 Demand and Goods Supply**
- 8.1 Demand for consumer good**
- 8.1.1 Concept, structure, types of demands and importance of

- their investigation
- 8.1.2 Concept of the demand, factors influencing on demand. Methods of study and their importance
- 8.1.3 Concept of minimal consumer budget. Methods of study and their importance
- 8.1.4 Determination methods of population's income and expenditures
- 8.2 Consumer Goods Supply**
- 8.2.1 Concept, nature and significance of consumer goods supply
- 8.2.2 Supply sources of consumer goods
- 8.2.3 Supply formation tendency of consumer goods in Uzbekistan
- 8.2.4 Supply planning of consumer goods
- Chapter 9 Retail Turnover**
- 9.1 Concept and social-economical significance of retail turnover**
- 9.1.1 Concept and nature of retail turnover
- 9.1.2 Retail turnover classification
- 9.1.3 Social-economical significance of retail turnover
- 9.1.4 Retail turnover indices and their balance concurrence
- 9.1.5 Development tendency of retail turnover
- 9.2 Retail turnover analysis**
- 9.2.1 Tasks and methods in retail turnover analysis
- 9.2.2 Factors influencing on retail turnover
- 9.2.3 Total volume analysis of retail turnover
- 9.2.4 Structure analysis (assortment) of retail turnover
- 9.3 Analysis of goods reserve and goods intake**
- 9.3.1 Concept, types and indices of goods reserve
- 9.3.2 Factors influencing on indices of goods reserve
- 9.3.3 Goods reserve analysis
- 9.3.4 Concept of goods intake, their sources and analysis
- 9.4 Forecasting and planning of retail turnover**
- 9.4.1 Long- term forecasting of retail turnover
- 9.4.2 Actual planning of retail turnover
- 9.4.3 Forecasting and planning, structure (assortment) of retail turnover
- 9.5 Goods reserve planning and goods intake**
- 9.5.1 Normative methods of goods reserve
- 9.5.2 Quarterly planning of goods reserve
- 9.5.3 Goods intake planning
- Chapter 10 Whole-Sale Turnover**
- 10.1 Nature, necessity and significance of whole-sale trade in condition of market economy
- 10.2 Concept and types of whole-sale turnover
- 10.3 Whole- sale turnover indices and their characteristics

- 10.4 Object and stages of whole- sale turnover analysis
- 10.5 Planning indices of whole- sale turnover

REFERENCES