

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY VA O'RTA MAXSUS TA'LIM VAZIRLIGI

TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI

Qosimova M.S., Shodibekova D. A., Yusupov M. A.
Samadov A.N.

KICHIK BIZNESNI BOSHQARISH

O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi
oily o'quv yurtlariaro ilmiy-uslubiy birlashmalar faoliyatini
muvofiglashtiruvchi kengashi tomonidan oily o'quv yurtlarining
iqtisodiy ta'lim yunalishlari talabalari uchun o'quv qo'llanma
sifatida tavsiya etilgan

O'zbekiston yozuvchilar uyushmasi Adabiyot jamg'armasi nashriyoti

Toshkent-2005

**THE MINISTRY OF HIGHER AND SECONDARY
SPECIAL EDUCATION OF THE REPUBLIC OF
UZBEKISTAN**

TASHKENT STATE ECONOMIC UNIVERSITY

**Qosimova M.S., Shodibekova D. A., Yusupov M. A.
Samadov A.N.**

MANAGEMENT OF SMALL BUSINESS

This manual is recommended by the group of “regulating the activities of scientific organizations of higher education” of the Ministry of higher and secondary special education, for the students of higher education establishments majoring in economy

O'zbekiston yozuvchilar uyushmasi Adabiyot jamg'armasi nashriyoti

Toshkent-2005

Qosimova M.S., Shodibekova D. A., Yusupov M. A., Samadov A.N.© “Kichik biznesni boshqarish” (o‘quv qo‘llanma). – T.: TDIU, 2005, -181 , bet.

Ushbu o‘quv qo‘llanmada kichik biznesning mohiyati va iqtisodiyotda tutgan o‘rni, uning rivojiga ta’sir etuvchi omillar, xorijda va O‘zbekistonda kichik biznesning shakllanishi va rivojlanishi, kichik biznes faoliyatini tashkil etish, rejalashtirish, litsenziyalash, sertifikatsiyalash va standartlashtirish, kadrlarni tanlash va o‘qitish, boshqarish, kichik biznesni bank xizmati bilan aloqalari, uni moliyaviy holati va kredit bilan ta’minlash shakllari, kichik biznesda investitsiyalarni loyixaviy tahlili, kichik biznesda lizing, franchayzing, bankrotlik ko‘rsatib berilgan. Shuningdek ushbu qo‘llanmada kichik biznesni tashqi iqtisodiy aloqalari, uni axborot bilan ta’minlash usullari, kichik biznes korxonalarida marketing faoliyatini tashkil etish yo‘llari, kichik biznesni boshqarishning dolzarb muammolari batafsil bayon etilgan.

O‘quv qo‘llanma iqtisodiy ta’lim yo‘nalishidagi oily o‘quv yurtlarining bakalavrlari, magistrarlari, professor-o‘qituvchilari va ilmiy-tadqiqotchilariga mo‘ljallangan.

M a'sul muharir:

Qosimova M.S.- TDIU Xalqaro biznes” fakulteti
dekani, iqtisod fanlari doktori, professor

Tursunov R.T.-TDIU “Xalqaro biznes” kafedrası
mudiri, dotsent

Taqrizchilar : **Xaydarov N.H.** - Ozb. Respublikasi Prezidenti
huzuridagi DJQA “Marketing va audit”
kafedrası mudiri, iqtisod fanlari doktori, professor

Isakov V.Yu.- iqtisod fanlari nomzodi, TDIU “Mikro-
macroekonomika” kafedrası dozeti,

Ekspertlar: **Abduvohidov O-** TDIU Ichki monitoring bo‘limi
boshlig‘i iqtisod fanlari nomzodi, dozent
Safarov“B.J. - iqtisodfanlari nomzodi
“Marketing” kafidrası dozeti,

Касимова М.С., Шадыебекова Д. А. Касимова М.С. Управление малым бизнесом (учебное пособие) – Т.: ТГЭУ, 2005 -181 ст.

В этой учебной пособии говорится о сути малого бизнеса и его значении в экономике, о факторах его развития, о формах малого бизнеса в Узбекистане и за рубежом, о значении организации и развития малого бизнеса. Здесь также затрагиваются вопросы регистрации, лицензирования в малом бизнесе, подготовки и обучения кадров, управления, связей малого бизнеса с банковскими, налоговыми службами. Эта учебная разработка обсуждает также формы финансового и кредитного обеспечения малого бизнеса, лизинг, франчайзинг. Также, эта учебная пособия вкратце представляет внешне экономические связи малого бизнеса, методы использования маркетинга на предприятиях малого бизнеса, актуальные проблемы малого бизнеса. Учебные пособие предназначена для студентов вузов, и колледжей, слушателей школ бизнеса, а также всех тех, кто интересуется предпринимательской деятельностью.

Ответственный редактор:

Касимова М.С.- декан факультета
“Международный бизнес” Ташкентского
Государственного Экономического
Университета, доктор экономических
наук, профессор

Турсунов Р.Т. -зав каф. “Международный бизнес”ТГЭУ, доцент

Рецензенты: 1. **Хайдаров Н.Х.** – зав. каф.” “Маркетинг и аудит”
Государственной Академии Строительства государства
и общества при Президенте Республики Узбекистан,
доктор экономических наук, профессор
2. **Исаков М-** Кандидат экономических наук,
доцент кафедры “Микро-макроэкономика”

Эксперты: **Абдувахидов О.-** Начальник отдела внутреннего контроля и
мониторинга Государственного Экономического
Университета, доктор экономических наук,
профессор
Сафаров Б.Ж. - Кандидат экономических наук,
доцент кафедры “Маркетинг” ТГЭУ

Qosimova M.S ,Shodibekova D. A. Yusupov M. A, Samadov A. Management of small business (manual) – T.: TSEU, 2006-181 pages

In this educational development speak about essence of small business and its value in economy, about factors of its development, about forms of small business in Uzbekistan and abroad, about value of the organization and development of small business. Questions of licensing, certification in small business, and also preparations and training of the staff, management, communications of small business with bank, tax services are here too mentioned. This educational development discusses also forms of financial and credit maintenance of small business, the design analysis of investments in small business, leasing, franchising, externally economic relations. Thus, this curriculum in brief represents externally economic relations of small business, information methodical development, methods of use of marketing at the enterprises of small business, actual problems of small business.

The manual is recommended for the bachelor and masters students and professor – lecturers and researches of higher education establishments majoring in the direction of “Economics”

Responsible editor: **Qosimova M.S** -Dekan of International Business Faculty
Doctor of economic science, proffessor.
Tursunov R.T.- head of “International Business”
Department , dotsent

Referents: Reviewers: Khaydarov N.K. head of “Marketing and auditing”
department at the academy of state and social construction under
president of the republic of Uzbekistan
Isacov M. –Candidate of Economc Sciences . Dotsent of
Mikro-makroekonomi” Depatment TSEU

Experts : Abduvahidov O. Head of internal control and monitoring Dpartment at
State Economic University, - Candidate of Economc Sciences, dotsent
Safarov“ B.J. - Candidate of Economc Sciences . Dotsent of “ Marketing”
Department TSEU

KIRISH

Fanni organishning dolzarbligi. Respublikamiz mustaqillikka erishgandan so'ng iqtisodiyotni rivojlantirish, isloh qilish va erkinlashtirish uchun keng imkoniyatlar yaratildi. Prezident I.A.Karimov tomonidan ishlab chiqilgan bozor iqtisodiyotiga o'tish uchun tanlangan yol to'g'riligi va tamoyillarini ta'sirchanligi hayot sinovlarida tekshirilib, o'z isbotini topdi. Hozirgi kunda mazkur tamoyillarni amalga oshirish natijasida, O'zbekiston Respublikasida bozor iqtisodiyoti munosabatlari keng joriy etilib, ijtimoiy-siyosiy barqarorlik va sezilarli iqtisodiy o'sish amalga oshirilmoqda. Xususiy sektorni kengaytirish, kichik biznes, fermer xo'jaliklari va tadbirkorlikni jadal rivojlantirish borasida tub burilishga erishildi. Hozirgi kunda kichik tadbirkorlik(biznes)ning yalpi ichki mahsulot hajmidagi ulushi 35,6%ni tashkil etdi. Bunga kop jihatdan huquqiy bazani mustahkamlash, iqtisodiyotni mazkur sektori uchun qulaylik, imtiyoz va kreditlar tizimini shakllantirish tufayli erishildi.

Islohotlarni chuqurlashtirish, iqtisodiyotni liberalizatsiyalash-tirish, kichik biznesni rivojlantirish, korxonalar faoliyati samaradorligini oshirish, ishlab chiqarishni va eksportni rivojlantirish, mavjud zahiralaridan tejamkorlik bilan foydalanish asosida sifatli va arzon xalq iste'moli tovarlari ishlab chiqarib, xalq turmush farovonligini oshirish bugungi kunning **dolzarb vazifalaridan** biri hisoblanadi. Kichik biznesni kelgusida ham jadal rivojlantirish iqtisodiy islohatlarni amalga oshirishning ustuvor vazifalaridan biri bolib qoladi. Ozbekiston Respublikasi Prezidenti hukumat oldiga 2007 yilda kichik biznes ulushini 45%ga etkazish vazifasini qoydi.¹Buning uchun hozirgi kundagi **asosiy masala** xususiy mulkchilik tarmogini kengaytirish, biznes uchun qulay muhit yaratish va uning kafolalarini mustahkamlashdan iboratdir.

Fan bo'yicha o'quv adabiyotlarning qiyosiy tahlili. Bozor iqtisodiyoti asoslari, jumladan xususiy mulk shakllariga asoslangan korxonalar faoliyati ilmiy tadqiqotchilar tomonidan kop yillar davomida har tomonlama organilib kelingan. Kichik biznes muammolarining ayrim nazariy va amaliy yonalishlari chet ellik iqtisodchi olimlar K.Dj.Kempbell, Djon Berdjес, Den Shtaynxoff, X.Shvalbe, E.A.Utkin va boshqalarning ilmiy ishlarida yoritib berilgan. Jumladan, AQSh iqtisodchi olimlari Djon Berdjес, Den Shtaynxoffning “Джон Берджес.Дэн Штайнхофф Основы управления малым бизнесом. Перевод с англ. - М.: БИНОМ, 1997.- 496с.) kitobida kichik biznes va tadbirkorlikni bir qancha aspektlari, ayniqsa kichik biznesda marketingni rejalashtirish jarayoniga katta orin berilgan. Bundan tashqari, namunaviy biznes-reja, kichik biznes boshqaruvchi-maslahatchisi uchun savolnoma berilgan.

¹ Каримов И.А 2004 йилда мамлакатни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш яқунлари ва 2005 йилда иқтисодий ислохотларни чуқурлаштиришнинг энг муҳим устивор йуналишларига бағишланган Олий Мажлис Қонунчилиги палатаси ва Сенатининг қўшма мажлисидаги маърузаси Тошкент окшоми.- 2005.- 31 январ

Respublikamizda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish va kengaytirishning nazariy muammolari bilan iqtisodchi olimlar: S.S. Gulomov, Yo.A. Abdullaev, V.B. Berkinov, M.S. Qosimova, B.Yu. Xodiev va boshqalar shugullanib kelmoqdalar. Jumladan, S.S. Gulomovning “Tadbirkorlik va kichik biznes”, M.S. Qosimova, B.Yu. Xodiev va boshqalarning “Kichik biznesni boshqarish” oquv qollanmasida kichik biznesning shakllanishi va rivojlanishi, kichik biznes tashkiliy formalari, rejalashtirish, litsenziyalash, boshqarish psixologiyasi, kichik biznesni moliyaviy holati va kredit bilan ta'minlash, kichik biznesda marketingni xususiyatlari korib chiqilgan.

Respublikada amalga oshirilayotgan islohatlarni sifat jihatdan yangi bosqichga kotarishda iqtisodiy bilimlar mustahkam zamin boladi. “Kichik biznesni boshqarish” fani hozirgi vaqtda iqtisodiy fanlarning asosiylaridan biri bolib uni zamon talabida talqin qilish, oqitish, ozlashtirish va amaliyotga tadbqiq etish juda ham dolbzarb masaladir. Islohotlarni chuqurlashtirish, iqtisodiyotni liberalizatsiyalashtirishni asosiy negizi sifatida kichik biznesni rivojlantirishga bolgan e'tibor kichik biznes boshqaruvchilaridan katta bilimlarni talab qiladi. Hozirgi kunda nodavlat sektorida iqtisodiyotda band bolgan kishilarning tortdan uch mehnat qilmoqda. Ularning daromadini oshirish har bir tadbirkordan ishni nimadan va qanday boshlash kerak, uni qanday tashkil etish va boshqarish kerakligi qaqida konikmaga ega bolishni taqqozo etadi, Shu jihatdan olib qaraganda ushbu oquv qollanma yuqoridagi muommolarni hal etishga muhim hissa qoshadi.

O'zbek tili lotin imlosida tayyorlangan ushbu oquv qollanma ”Kichik biznesni boshqarish” fani oquv dasturi asosida tayyorlangan. Mazkur oquv qollanmada kichik biznesning mohiyati va iqtisodiyotda tutgan orni, uning rivojiga ta'sir etuvchi omillar, xorijda va O'zbekistonda kichik biznesning shakllanishi va rivojlanishi, kichik biznesni boshqarish, bank soliq xizmati bilan aloqalari, uni moliyaviy holati va kredit bilan ta'minlash imtiyozlari, kichik biznesda investitsiyalarni loyxaviy tahlili, kichik biznesda lizing, franchayzing, bankrotlik korsatib berilgan. Shuningdek ushbu qollanmada kichik biznesni tashqi iqtisodiy aloqalari, kichik biznes korxonalarida marketing faoliyatini tashkil etish yollari batafsil bayon etilgan.

Ushbu fanning asosiy vazifasi iqtisodiy bilimlarning amaldagi yutuqlaridan biznes faoliyatida maqsadga muvofiq foydalanishi, kichik biznes korxonalarining samaradorligini oshirish va uning asosida xalq farovonligini yuksaltirish yullarini talabalarga orgatishdan iboratdir. qollanma oliy oquv yurtlarining iqtisodiy mutaxassisliklari boyicha ta'lim olayotgan talabalar va boshqa shu soha bilan qiziquvchilarga moljallangan.

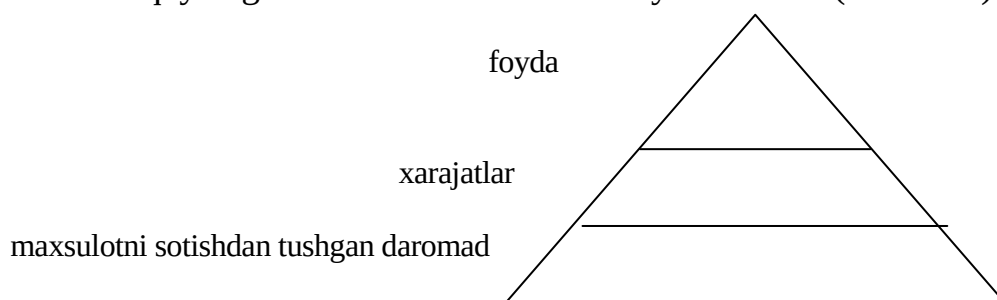
1-BOB: KICHIK BIZNESNING MOHIYATI

1.1 Kichik biznes tushunchasi.

“Biznes” soʻzi inglizcha soʻz boʻlib, u tadbirkorlik faoliyati yoki boshqacha soʻz bilan aytganda kishilarni foyda olishga qaratilgan faoliyatidir. Biznes bozor iqtisodiyotining barcha ishtirokchilari orasidagi munosabatlarni qamrab oladi va faqat ishbilarmonlarning emas, balki isteʼmolchilarning, yollangan ishchilarning, davlat tizimi xizmatchilarining ham xatti -harakatlarini oʻz ichiga oladi. Bu holatda, biznes soʻzining sinonimlari boʻlib, maʼlum maʼnoda tijorat, savdo-sotiq kabi tushunchalar hisoblanadi. Umumiy koʻrinishda biznes - bu kishining bozor munosabatlari tizimidagi ishchanlik va faolligidir.

Mashhur amerikalik iqtisodchi Yozef **Shumpeter**(1883-1950) oʻzining “Iqtisodiy rivojlanish nazariyasi” kitobida tadbirkorni novator, yaʼni yangilik yaratuvchi odam sifatida taʼriflagan. “Tadbirkorning vazifasi yangi kashfiyotlarni amalga tadbiq qilish orqali ishlab chiqarish uslubini reforma qilish(yangilash)dan iborat. Keng maʼnoda korib chiqilganda tadbirkorning vazifasi – yangi ochilgan bozor yoki xom ashyo bazasi asosida yangi tovar ishlab chiqarish yoki eskirganini modernizatsiya qilish uchun yangi texnologiyalar ishlatishdan iborat.”²

Biznesmen maxsulotini sotishi natijasida daromad oladi. Bu daromaddan ishlab chiqarish xarajatlari chegirib tashlanadi va qolgan qismi foydani tashkil qiladi. Bu jarayon misoli quyidagi uchburchak sifatida namoyon boʻladi. (1.1 -rasm)



1.1- rasm. Biznes jarayoni

Manba: Джон Берджес.Дэн Штайнхофф, Основы управления малым бизнесом. Перевод с англ. - М.: БИНОМ, 1997.51 бет

Kichik biznesga oʻzining mustaqil mulki va xoʻjalik mustaqilligiga ega boʻlgan va oʻzining faoliyati sohasida yuqori (dominant) hisoblanmagan firmalar kiradi. Kichik korxonalar quyidagilar tomonidan bunyod etilishi mumkin: fuqarolar, ularning oila aʼzolari va boshqa birgalikda mehnat faoliyatini olib boruvchi shaxslar; davlat, ijara jamoalari, qoʻshma korxonalar, kooperativlar, xissadorlik jamiyatlari, xoʻjalik jamoalari, shirkatchilar va boshqa yuridik shaxs hisoblanuvchi korxona va tashkilotlar; davlat mulkini boshqarish huquqiga ega davlat idoralari; belgilan-gan idoralar, korxonalar, tashkilotlar va shaxslar hamkorlikda; amaldagi ishlab turgan korxona, tarkibidan, ishlovchi jamoa tashabbusi bilan, bitta yoki bir necha tarkibiy

² Шумпетер Й. Теория экономического развития.- М.: Прогресс,1982.-456с.

bo'linma korxona mulki egasining roziligi va korxonaning ilgari qa-bul qilgan shartnomaviy majburiyatlarining bajarilishini ta'minlash sharti bilan ajratib olish natijasida tuziladi.

2004 1yanvardan boshlab **kichik korxonalar** ularda ishlovchilar soniga qarab ajratiladi. Unga binoan, individual mehnat faoliyati bilan shugullanuvchi va shirkatga birlashib ishlovchi jismoniy shaxslarni, mikrofirmalarni, kichik korxonalarni kichik biznes sub'ektlari qatoriga kiritildi.(Bu haqida batafsil tortinchi bobda berilgan).

Bozor munosabatlari tizimida **kichik biznes** quyidagi alohida **xususiyatlari** bilan ajralib turadi: ishlab chiqarish hajmining, ishlovchilarning soni kamligi; dastlabki sarmoya hajmining kamligi; bozordagi talabga nisbatan tez moslasha borib, sifatli mahsulot ishlab chiqarish qobiliyati; yangi ish o'rinlarini barpo etish va bandlik muommasini xal etishga ko'maklashish imkoniyati; biznes egasini tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirishdagi bevosita ishtiroki; nisbatan qisqa muddatlarda aholi ehtiyoji uchun zarur bo'lgan tovar va xizmatlarga bo'lgan talabni qondira olishi va boshqalar. **Kichik biznes xususiyatlari** batafsil 1.2.- rasmda berilgan.

Kichik biznes subektlari deb o'rnatilgan tartibda ro'yxatdan o'tkazilgan va tadbirkorlik faoliyati yuritayotgan yuridik va jismoniy shaxslar tushiniladi.

O'zining "kichik biznes" degan nomiga qaramasdan ushbu ishlab chiqarish va tijorat faoliyati turi barcha taraqqiy topayotgan davlat iqtisodida muhim ahamiyatga ega. Uning quyidagi afzalliklari mavjud:

- moslashuvchanlik, ya'ni ishlab chiqilayotgan mahsulot assortimenti va turini o'zgartirishi kichik korxonalarda unchalik katta qiyinchiliklar tug'dirmaydi;
- kichik biznesning iqtisodiy ustunligi mahalliy sharoitlarini yaxshi bilganlari sababli, ishlab chiqarishni uncha ko'p bo'lmagan kapital va mehnat harajatlari bilan amalga oshirishidadir;
- mahalliy resurslarda ishlab turgan yoki mahalliy bozorni ta'minlab turuvchi kichik korxonalar hech bo'lmaganda transport harajatlarning iqtisod kilinishi evaziga kam harajatlidirlar;
- kichik korxonalarda mehnat sarfi kam, moddiy manfaatdorligi yuqori;
- ishlovchilarning kam sonligi, ularning har biri qobiliyatining yengilroq yuzaga chiqishiga yordam beradi;

Shuning uchun bozor iqtisodiga asoslangan davlatlarda kichik biznes o'z mavqeini tinimsiz kuchaytirib va mustaxkamlab bormoqda.

Kichik biznes xo'jalik subyektlarining shakllari.

Kichik biznesning quyidagi shakllari mavjud:

- *huquqiy maqomi bo'yicha*: jismoniy va yuridik shaxs maqomida;
- *band bo'lgan xodimlar soni bo'yicha*: yakka tadbirkorlik, mikrofirma, kichik korxona;
- *mulkchilik shakli bo'yicha*: xususiy, davlat, jamoa, aralash;
- *faoliyat yo'nalishi bo'yicha*: ishlab chiqarish, xizmat ko'rsatish, tijorat, moliyaviy va innovatsion tadbirkorlik faoliyati;

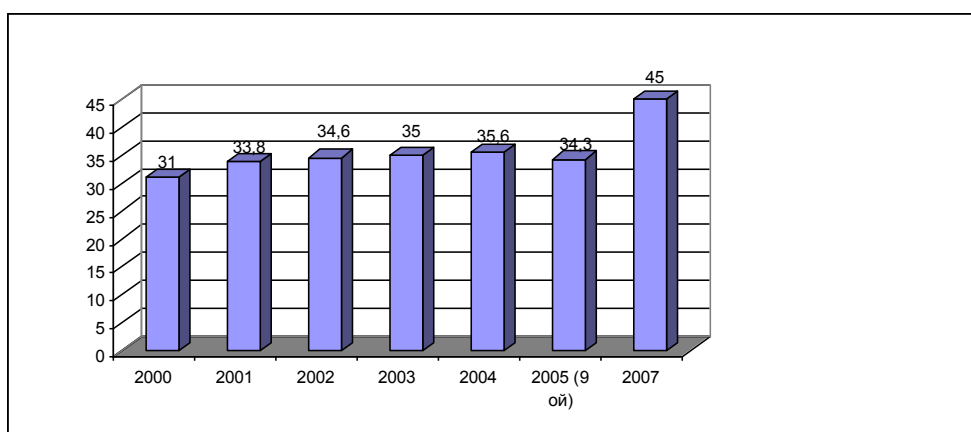
- *tadbirkorlikning qanday vazifani bajarishga yo'naltirilganiga qarab: ishlab chiqarishni boshqarish, moliyalashtirish, vositachilik va maslaxatchilikka qaratilgan tadbirkorlik;*

- *faoliyat turlarining soni bo'yicha*: bitta va ko'p tarmoqli tadbirkorlik;
- *faoliyat murakkabligi bo'yicha*: maxsus bilim talab qilmaydigan, maxsus bilim talab qiladigan, yuqori texnologiyaga va nodir bilimga asoslangan tadbirkorlik;
- *faoliyatning tarmoq yo'nalishlari bo'yicha*: sanoat, agrosanoat, qishloq xo'jaligi, savdo va umumiy ovqatlanish, maishiy xizmat ko'rsatish, transport va aloqa, uy-joy va kommunal xo'jaligi, tijorat va moliya, ta'lim va fan, qurilish va boshqa xalq xo'jaligi tarmoqlaridagi tadbirkorlik. (Bu haqida batafsil keyigi boblarda berilgan)

1.2 Kichik biznesning rivojlanishi va unga ta'sir etuvchi omillar.

O'zbekiston iqtisodiyotida kichik biznes va xususiy sektor asosan mustaqillik yillarida yuqori suratlarda rivojlanib borib, asosiy orinni egallab bormoqda

2004 yilda mamlakat iqtisodiyotida kichik biznes va xususiy tarmoq, ko'lami hamda hajmi salmoqli darajada o'sdi. Kichik biznes korxonalari soni o'tgan yilda 14 foizga ko'paydi. Xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish xisobiga 425 mingdan ziyod yangi ish o'rinlari tashkil etildi. Bu 2003 yilga nisbatan 14 foiz ko'p demakdir. Kichik biznesning yalpi ichki mahsulotdagi ulushi ortdi va 2004 yilda 35,6 foizni tashkil etdi. 2007 yilga borib kichik biznesning mamlakatimizda ishlab chiqariladigan yalpi ichki mahsulotdagi ulushi kamida 45 foizga, yaqin 5-10 yil ichida esa 50-60 foizgacha etkazilishi lozim³ (rasm 1.3).



Rasm 1.3 O'zbekistonning yalpi ichki mahsulot ishlab chiqarishi (YaIM) hajmida KBXT sub'ektlarining ulushi (% hisobida)

Manba: Ўзбекистон Республикаси Давлат Статистика Қўмитаси материаллари

³ Каримов И.А 2004 йилда мамлакатни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш якунлари ва 2005 йилда иқтисодий ислохотларни чуқурлаштиришнинг энг муҳим устивор йўналишларига бағишланган Олий Мажлис Қонунчилиги палатаси ва Сенатининг қўшма мажлисидаги маърузаси Тошкент окшоми.- 2005.- 31 январ

Bu natijalarga erishishda tadbirkorlarning erkin faoliyat yuritishlarini kafolatlash, huquqiy bazani mustaqamlash, iqtisodiyotni mazkur sektori uchun barqaror qulaylik yaratilganligi, ularni davlat royxatiga olishning soddalashtirilgan mexanizmini joriy qilish, maqsulot va xizmatlarni sertifikatlashtirish tartibini unifikatsiya qilish, kichik biznes sub'ektlarining kredit resurslaridan foydalanish imkoniyatlarini kengaytirish boyicha korilgan bir qancha chora-tadbirlar muhim omil boldi.

Kichik korxonalarining mavqei mustahkamlashib borishi quyidagi **omillar** bilan bog'liq:

Birinchidan, iqtisodiyot rivojlanishining yangi bosqichida iste'monchilar korxonaning hajmi (katta – kichikligi) bilan belgilanuvchi miqdoriy ko'rsatkichlarni afzal bila boshladilar. Bunday sharoitda qat'iy tarkibga ega bo'lgan yirik korxonalarga qaraganda bozor muhitiga tezroq moslashuvchan kichik korxonalar iste'molchilar ehtiyojlariga mos tovarlarini ko'proq ishlab chiqaradilar.

Ikkinchidan, fan - texnika taraqqiyotining yangi bosqichini ishlab chiqarishning ixtisoslashuvini kengaytirish, ko'plab tarmoqlarda korxonalar hajmini oqilona kichraytirish, turli xildagi tovarlar va xizmatlarini taklif etib, taklifning individuallashtirishni ta'minlash bilan birga, kichik korxonalarni ularning hajmaga muvofiq keladigan texnika bilan ta'minladi. Mikroprotsessorlar, mini uskunalari, EHMlar va boshqalar ana shunday texnikalar jumlasidandir.

Uchinchidan, iste'molchilarning psixologiyasi o'zgardi. U bugunga kunda standart mahsulotlar sotib olishni, bir xil kiyim kiyishni, bir xil mashinada yurishni istamaydi, ya'ni talabning tabaqalashuvi (differensiyasi) va iste'molning individuallashuvi kuchaydi. Hozirgi vaqtda kichik biznes yirik korxonalarning raqobatchisi va hamkori, yirik ishlab chiqarish va butun iqtisodiyot rivojlanishining muhim omili hisoblanadi.

Kichik biznes taraqqiyotini ta'minlovchi asosiy **omillar** quyidagilardan iborat:

1. Iqtisodiyot tarmoqlarining bozor munosabatlariga o'tishi va iste'mol bozorining yaratilishi. Bu manfaat va talab doirasini kengaytiradi hamda faqat ommaviy talabdagilar tovar va xizmatlarga bo'lgan ehtiyojni yaratib qolmay, balki individual talab bo'lgan narsalarga ehtiyojni ham tug'diradi. Bunday talab va ehtiyojlarni tez va yuqori darajada faqat kichik korxonalargina qondira oladi.
2. Tadbirkorlarning mulki, huquqi va iqtisodiy manfaatlarining himoyalashishiga huquqiy va davlat tarkibidagi idoralar kafolatining mavjudligi.
3. Ishbilarmonlik-ning davlat tomonidan soliq, moliyaviy kredit va amortizatsiya siyosati orqali munosib qo'llab-quvvatlanishi.
4. Davlat va munitsipal (mahalliy o'z-o'zini boshqarish) korxonalarini davlat tasarrufidan chiqarish, xususilashtirish va kichik firmalarni bunyod etish.
5. Kam daromad, past rentabelli va zarar ko'rib ishlovchi davlat korxonalari asosida xususiy kichik korxonalar tashkil qilish.
6. Davlatning ijtimoiy-siyosiy jihatdan barqaror holati (bu xorijiy kapitalni jalb qilishga ko'maklashadi).
7. Jamiyatning tadbirkorlik to'g'risidagi ijobiy muruvvatli fikri.
8. Ishbilarmonlikning tashkiliy-huquqiy shaklini to'g'ri tanlash.

9. Bozor iqtisodiyoti infrastrukturasining (turli innovatsion markazlar, banklar, birjalar, sug'urta kompaniyalari, reklama agentliklari va boshqalar) tezkorlik bilan taraqqiy topishi.

Ishbilarmonlarni qo'zg'atuvchi kuch daromad olish ishtiyoqi bo'lib bu daromad ularga ishbilarmonlik firmalarini taraqqiy toptirish va o'z ishini kengaytirish, hamda unda ishlovchilarni moddiy rag'batlantirish uchun kerak bo'ladi. O'z ishini tashkil qilishda ustuvor sabab bo'lib, inson o'zining jamiyatlardagi iqtisodiy, moddiy va ijtimoiy holati (mavqei)ni yaxshilash, o'zining va oilasining hayoti farovonligini oshirish uchun intilishi hisoblanadi. Tadbirkorlik faoliyatiga turtki bo'ladigan boshqa sabablar qatoriga shaxsning o'zini ko'rsatishga, xalqning moliyaviy resurslaridan bir qismini, qo'shimcha mehnat va boshqa resurslarni xo'jalik jarayoniga jalb qilishga imkon borligi, fuqarolarning qonuniy ravishda o'z daromadlarini oshirishga, qo'shimcha daromad keltiruvchi faoliyat turi bilan astoydil shug'ullanishga imkoni borligi kabi omillarni qo'shish mumkin.

Qisqacha xulosalar

Tadbirkorlik va biznes iqtisodiy faoliyatning bir turi bo'lib, bu tushunchalar xususiy shaxslar, korxona, tashkilotlar tomonidan daromad olish maqsadida o'zining va shartnomadagi sheriklarining manfaatlarini ko'zlab, ishlab chiqarish, tovar sotib olish va sotish yoki boshqa tovarlar, xizmatlarni amalga oshiri yoki pulga ayirboshlash kabi erkin xo'jalik yuritish faoliyatini yuritishni bildiradi. Kichik businessubektlari huquqiy maqomi, band bo'lgan xodimlar soni, mulkchilik shakli, faoliyat yo'nalishi, faoliyatning tarmoq yo'nalishlari bo'yicha bir qancha shakllari mavjud.

Nazorat va muloxaza uchun savollar.

1. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyati tushunchasi va mohiyati deganda nimani tushunasiz?
2. Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyati iqtisodiyotdagi o'rni qanday?
3. "Biznes" va "tadbirkorlik" so'zlarining iqtisodiy tushunchasi va ularning farqi nimlardan iboratligini tushuntirib bering.
4. Kichik biznes korxonalarining bozor konyukturasi o'zgarishiga tezroq moslasha olishi sabablarini tushuntirib bering.
5. Kichik biznes korxonalari rivojlanishiga ta'sir etuvchi omillarni ko'rsating.
6. Kichik biznesdagi tadbirkorlik turlarini keltiring.
7. Kichik biznesdagi tadbirkorlik shakllarini keltiring.
8. Respublikada qaysi turdagi kichik biznes korxonalari ko'proq tarqalgan?
9. Kichik biznesni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlovchi qanday tadbirlarni bilasiz?
10. 2005 yil iyun va oktabr oylarida qabul qilingan Prezident farmon va qarorlarida kichik biznesni qo'llab-quvvatlovchi qanday tadbirlar ko'zda tutilgan?

Asosiy adabiyotlar

1. Менежмент малого бизнеса: Учебник /Под. Ред. проф М.М. Максимцова и проф. В.Я.Горфинкеля.-М.: Вузовский учебник, 2004.-269с.
2. Фуломов С.С.Тадбиркорлик ва кичик бизнес-Т.: Шарк, 2002.-365б.
3. <http://www.spc.gov.uz/ru/esupport/mdex 3.html>

11-BOB: O‘ZBEKISTONDA KICHIK BIZNESNI SHAKILLANISHI

2.1 Kichik biznesni rivojlanish bosqichlari.

O‘zbekistonda xususiy tadbirkorlikni rivojlanishi va shakllanishining tarixini uch bosqichga bo‘lish mumkin: inqilobgacha, sho‘ro davri va mустаqillikdan keyingi davr. Tarixiy shunday narsa vujudga kelganki, **inqilobga qadar**, O‘zbekiston juda katta xom-ashyo resurslari zahiralarga ega bo‘lgan holda, o‘z sanoatiga ega bo‘lmagan. Podsho Rossiyasining sanoatchilari 1902 yilda Turkiston gubernatori ish yuritish xonasining “Hunarmandlik jamiyatlarini tarqatish” haqidagi Qarori chiqdi. 1909 yilda “Ustalar va kora ishchilar artelining Nizomi” tasdiqlandi.

Turkiston hunarmandlarining badiiy va maishiy buyumlari Peterburg va Moskvadagi har yillik Butunrossiya ko‘rgazmalarida 1917 yilga qadar muntazam yetkazib berilgan, 1910 yillarda esa Samarqandda hunarmandlik buyumlarining bozor ko‘rgazmalari o‘tkazila boshlandi.

Inqilobdan so‘nggi davr tadbirkorlar uchun murakkab va bir xil bo‘lmagan. Sho‘ro hukumatining birinchi yilidan boshlab hukumat mamlakatning butun xududida hunarmandlik ishlab chiqarishni bo‘g‘ishga harakat qilgan. Ammo, asta-sekinlik bilan, xususiy biznesga talablar hisobga olinib boshlandi va u ma‘lum doiraga kiritildi. 1921 yilning 8 avgustida Turkiston Respublikasining Sovetlar markaziy Ijroiya Komiteti 88 -sonli “Hunarmandchilik va mayda sanoat haqida”gi qarorini qabul qildi. Bu qaror bilan hunarmandlik va mayda sanoatning reglamenti va statusi, ularning huquqlari va davlat bilan o‘zaro munosabatlari belgilab berildi. Amalda respublikaning barcha xududlarida metall va yog‘ochdan buyumlar ishlab chiqarish, kulolchilik kiyimlar va poyafzal tikish, qishloq xo‘jalik mahsulotlarini qayta ishlash, aholiga maishiy xizmatlar ko‘rsatish, qishloq xujaligi asboblari ishlab chiqarish bo‘yicha kichik korxonalar tashkil qilindi. Kichik korxonalarning tez rivojlanishi ularni boshqarish idoralarini tuzish zaruriyati-ni keltirib chiqardi va 1923 yilning 16 sentabrida Turkiston Respublikasi Xalq Komissarlari Kengashi 139 -sonli qarorni qabul qildi, unda TSSR xududida sanoatni umumiy tartibga solish vazifalari belgilab berilgan va viloyat ijroiya komitetlari bo‘limlari huquqida harakat qiluvchi va viloyat ijroiya komiteti smetasi bo‘yicha mahalliy budjetga kiruvchi mahalliy sanoatning viloyat bo‘limlari tasdiqlangan. Sho‘ro hokimiyati yillarida ustalar va hunarmandlar katta va mashaqqatli yulni bosib o‘tdilar.

O‘zbekistonning mustaqilligi haqidagi Deklaratsiyani qabul qilingan paytdan boshlab kichik va xususiy biznesni rivojlanishining **uchinchi davr** boshlandi. 1991 yilning 15 fevralida Prezident I.Karimov tomonidan O‘zbekiston Respublikasida tadbirkorlik to‘g‘risida qonun qabul qilindi. Birinchi xususiy korxonalarni ochidi. Bu qonun korxonalarga ijobiy tashabbuslarini amalga oshirishga, turli muommalarni yechishga imkon berdi. Mustaqillikning dastlabki yillarida savdo, maishiy xizmat, mahalliy sanoat, ijtimoiy sohalar korxonalarini davlat mulkidan xususiy korxonalarga aylantirish jarayoni amalga oshirildi. So‘ngra xususiylashtirish yiriklashtirilgan ishlab chiqarish bo‘linmalari bo‘yicha bajarildi, ularning zaminida ochiq turdagi xissadorlik jamiyatlari tuzildi.

Respublikaning barcha tarmoqlar va korxonalarda boshqaruv tizimlari tubdan o'zgartirilmoqda, xususiyl tadbirkorlik kichik biznes shaklining rivojlanishi uchun iqtisodiy va huquqiy assoslar yaratildi. Ayniqsa bu sohada 2005 yilda qabul qilingan Prezident Qaror va Farmonlarini ko'rsatib o'tish lozim. O'zbekiston iqtisodiyotida kichik biznes va xususiyl sektor mustaqillik yillarida yuqori suratlarda rivojlanib borib, asosiy o'rinni egallab bormoqda. Prezidentimiz I.A.Karimov 28 yanvar 2005 yilda bo'lib o'tgan Oliy majlis Qonunchiligi palatasi va Senatining Majlisidagi nutqida ta'kidlab o'tganlarideq - "Mamlakatimizda kichik va xususiyl biznes xususiyl tadbirkorlik yetakchi rol o'ynaydigan ko'p ukkladli iqtisodiyot jadal shakllanmoqda"⁴. Oxirgi yillarda Respublikamizda mikrofirma, kichik korxonalar soni yanada ko'paydi. Xududlar bo'yicha kichik tadbirkorlikda band bo'lganlar soni 2.1 - jadvalda ko'rsatilgan.

2.1-jadval.

Xududlar bo'yicha kichik biznesda band bo'lganlar soni (ming kishi)

Xududlar	2003	2004	2004y da 2003 yilga nisbatan o'sish suratlari % da
O'zbekiston Res.	5436,7	6038,3	111,1
Korakalpogiston Res	287,0	319,0	111,1
Andijon	518,3	555,1	107,1
Buxoro	355,8	398,6	112,0
Jizzax	218,2	246,8	113,1
Kashkadaryo	428,1	488,3	113,8
Navoi	159,4	186,5	117,0
Namangan	362,5	400,1	110,4
Samarkand	593,0	677,5	114,3
Surxandaryo	330,2	358,9	108,7
Sirdaryo	176,5	198,7	112,6
Toshkent	538,3	600,2	111,5
Fargona	654,7	716,7	109,5
Xorazm	272,6	293,4	107,6
Toshkent shaxri	541,1	598,5	110,6

Manba: Ўзбекистон Республикаси Давлат Статистика Қўмитаси материаллари

Avvalambor, iqtisodiyotning barqaror o'sishi ta'minlandi, makroiqtisodiy va moliyaviy barqarorlik mustaxkamlandi, iqtisodiyot va uning ayrim sohalaridagi mutanosiblik kuchaydi.

⁴ Каримов И.А 2004 йилда мамлакатни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш яқунлари ва 2005 йилда иқтисодий ислохатларни чуқурлаштиришнинг энг муҳим устивор йуналишларига бағишланган Олий Мажлис Қонунчилиги палатаси ва Сенатининг қўшма мажлисидаги маърузаси Тошкент окшоми.- 2005.- 31 январ

2004 yilda ularda hammasi bo'lib 6038.3 ming kishi band bo'lgan edi, jumladan, mikrofirmalarda 989.8 ming kishi, kichik korxonalarda 359,2 ming kishi mehnat qildi, yakka tadbirkorlar 4689.3 kishini tashkil qildi.

2.2 O'zbekistonda kichik biznesni rivojlantirishning ustivorliklari

Kichik biznesning respublikamizda rivojlanishi quyidagi **ustivorliklarga** ega: turli ijtimoiy guruhlar daromadlarining nomutanosibligini silliqlab turuvchilik roli; faol va tadbirkor shaxslar, yuqori darajali biznesmenlar shakllanishiga; iqtisodiyotning turli sektorlari o'rtasida o'zaro mustaxkam aloqalar o'rnatishga; jamiyatda siyosiy vaziyatni kafolatlovchi o'rta sinf shakllantirilishiga; nisbatan kam mablag'lar xisobiga yangi ish joylari yaratilishiga; texnologik texnik va tashkiliy yangiliklar tez tadbiriq etilishi va bevosita ishlab chiqarilishiga; raqobat muhiti yuzaga keltirilishiga; monopol korxonalar kamayishiga xizmat qiladi

2.2- jadval .

Iqtisodiyot tarmoqlari bo'yicha mahsulot ishlab chiqarish kichik tadbirkorlik subyektlarining ulushi (%)

Ko'rsatmalar	2003	2004
Sanoat		
Kichik tadbirkorlik sanoat mahsulotlarini ishlab chiqarishdagi ulushi	10.9	10.7
kichik korxonalar	4.6	4.4
Mikrofirmalar	2.1	2.3
Yakka tartibdagi tadbirkorlik	4.2	4.0
tadbirkorlikning iste'mol tovar ishlab chiqarishdagi ulushi		
Kichik korxonalar	8.9	8.3
Mikrofirmalar	2.3	2.5
Yakka tartibdagi tadbirkorlik	12.1	13.0
Kichik tadbirkorligining oziq-ovqat mahsulotlari ishlab chiqarishidagi ulushi;		
Kichik korxonalar	34.5	36.5
Mikrofirmalar	8.3	8.0
Yakka tartibdagi tadbirkorlar	2.6	2.5
Qishloq xujaligi	23.5	26.0
Kichik tadbirkorlikdagi ulushi		
Kichik korxonalar	78.1	80.9
Mikrofirmalar	1.2	2.0
Yakka tartibdagi tadbirkorlar	14.0	19.1
Pullik xizmatlar	60.0	59.8
Kichik tadbirkorlikning pullik xizmatlar ko'rsatilgan ulushi		
Kichik korxonalar	45.4	47.4
Mikrofirmalar	2.8	2.8
Yakka tartibdagi tadbirkorlar	3.6	2.9

Manba: Ўзбекистон Республикаси Давлат Статистика Қўмитаси материаллари

O'zbekistonda kichik biznesni rivojlantirishning asosiy maqsadi mamlakat iqtisodiy o'sishining qo'shimcha manbalarini yaratishdan iborat bo'lib, ijtimoiy-iqtisodiy muammolarini bartaraf etishda katta rol o'ynaydi, ya'ni aholini ish bilan ta'minlash, milliy boyliklarini ko'paytirish va millat farovonligi uchun xizmat qiladi. Kichik biznes korxonalari tashkil etilishi va rivojlanishi natijasida ko'pgina monopol korxonalar tugatilib mulkchilikning boshqa shaklidagi bozor talablariga javob bera

oladigan, kam mablagʻ talab qiladigan va bozorda oʻz ulushi uchun raqobatlashadigan korxonalar vujudga keladi. Bundan tashqari kichik biznes korxonalari iqtisodiyotdagi qayta tuzilishlar bilan bogʻliq boʻlgan muammolarni nisbatan tez va ortiqcha sarf harajatlarsiz yechishga, ichki bozorni moliyaviy resurslar chegaralanganiga qaramasdan isteʼmol mollari bilan toʻldirishga qodirligi bilan ajralib turadi Oʻzbekiston iqtisodiyotida xususiy sektor asosiy oʻrinni egallab bormoqda. Mamlakatimizda kichik biznes xususiy tadbirkorlik yetakchi rol oʻynaydigan koʻp ukkladli iqtisodiyot vujudga keldi. 2.2-Jadval maʼlumotlaridan koʻrinib turibdiki, hozirga vaqtda mamlakatizda ishlab chiqarilayotgan 80.9% qishloq xujaligi maxsulotlari, chakana savdo va aholiga pulli xizmat koʻrsatishning deyarli hammasi nodavlat sektori xissasiga toʻgʻri kelmoqda.

2.3. Kichik biznesning ijtimoiy –iqtisodiy vazifalari.

Kichik biznes bajaradigan vazifalarning asosiylaridan biri shundan iboratki, kichik biznes jamiyatda siyosiy va **iqtisodiy** barqarorlik taʼminlovchi oʻrta sinifni shakllantiradi. Har qanday jamiyatda oʻrta mulkdor sinfi iqtisodiyot rivojlanishida oʻziga xos oʻrin tutadi.

Kichik biznesning yana bir muhim vazifasi isteʼmol talabining tabaqalanishi va individuallashuvi sharoitda keng turdagi tovar va xizmatlar ishlab chiqarishni amalga oshirishdir.

Bugungi kunda keng rivojlanmagan kichik businessiz zamonaviy iqtisodiyotni tasavvur etib bulmaydi. U bir tomondan qandaydir darajada yirik korxonalar bilan raqobatda boʻladi va shu nuqtai nazardan iqtisodiyotni bozor konyunkturasi oʻzgarishlariga, moda va istemolchilar didi tez-tez almashib turishiga iqtisodiyotni tarkibiy jihatdan qayta qurishga yordam beradi. Ikkinchi tomondan, kichik korxonalarning katta qismi yirik biznes bilan hamkorlik qiladi, ularga xos boʻlgan texnik konservatizmni bartaraf etishga koʻmaklashadi. Kichik biznesni rivojlantirish bozorni isteʼmol tovarlari va xududiy monopolizmga barham berishga, raqobot muhiti vujudga kelishi va kengayishiga, ilmiy texnika natijalarini ishlab chiqarishga joriy etishga, eksport salohiyati yuksalishiga ijobiy taʼsir koʻrsatadi.

Kichik biznesni yana bir xususiyati nisbatan kam harajatlar evaziga yangi ish oʻrinlari yaratish va shu orqali bandlik muammosini hal etishga xissa qoʻshishi hisoblanadi. Shu bilan birga, kichik biznes turli ijtimoiy guruhlar daromadlari oʻrtasidagi tafovutlarni qisqartirishga, moddiy, mehnat va moliyaviy resurslarni sarmoyadorlik darajasi yuqori boʻlgan sohalarga yunaltirishga, iqtisodiyot turli sektorlari oʻrtasidagi iqtisodiy munosabatlarni takomillashtirishga oʻz xissasini qoʻshadi.

Kichik biznesning **ijtimoiy** vazifalari ham muhim ahamiyatga ega. Kichik biznes kishilarning tadbirkorlik ishbilarmonlik ijodkorlik salohiyatlarini namoyish etish uchun qulay shart-sharoit yaratadi. Unda yirik korxonalardan farqli oʻlaroq ishlab chiqarish natijalari va ishlovchilar manfaatlari oʻrtasida bogʻliqlik yaqqol koʻrinib turadi.

Kichik biznesning yana bir muhim ijtimoiy vazifasi shundan iboratki, u ijtimoiy jihatdan zaif aholi qatlamlari-ayollar nogironlar, pensionerlar va boshqalarni ish bilan

ta'minlaydi hamda ularning mehnatidan keng foydalanadi. Yosh mutaxxassislar ishlab chiqarish tajribasi ortishiga sharoit yaratadi.

Qisqa xulosalar

O'zbekistonda kichik biznesni rivojlanishi va shakllanishining tarixini uch bosqichga bo'lish mumkin: inqilobgacha, sho'ro davri va hozirgi davr.

Kichik biznesning respublikamizda rivojlanishi bir qancha ustuvorliklarga ega, jumladan, faol va tadbirkor shaxslar kamolga yetishga yuqori darajali biznesmenlar shakllanishiga; turli ijtimoiy guruhlar daromadlarining nomutanosibligini silliqlab turuvchilik roli; iqtisodiyotning turli sektorlari o'rtasida o'zaro mustaxkam aloqalar o'rnatishga; jamiyatda siyosiy vaziyatni kafolatlovchi o'rta sinf shakllantirilishiga; nisbatan kam mablag'lar xisobiga yangi ish joylari yaratilishiga; texnologiq texnik va tashkiliy yangiliklar tez tadbqiq etilishi va bevosita ishlab chiqarilishiga; raqobat muhiti yuzaga keltirilishiga; monopol korxonalar kamayishiga xizmat qiladi.

Nazorat va muloxaza uchun savollar.

1.O'zbekistonda tadbirkorlikni tarixiy shakllanish bosqichlarining mohiyatini tushuntirib bering

2. O'zbekistonda kichik biznesni rivojlantirishning asosiy maqsadi nimadan iborat?

3. . O'zbekistonda kichik biznesni rivojlantirishning asosiy mezonlarini nimadan iborat?

4.Kichik biznesni rivojlantirishning ustuvorliklari ha-qida nima deya olasiz?

5.Kichik biznesni iqtisodiyotdagi ijtimoiy iqtisodiy vazifalari qanday?

6. Prezidentimiz I.A.Karimov 28 yanvar 2005 yilda bo'lib o'tgan Oliy majlis Qonunchiligi palatasi va Senatining Majlisidagi nutqida ta'kidlab o'tganlarideq "Mamlakatimizda kichik va xususiy biznes xususiy tadbirkorlik yetakchi rol o'ynaydigan ko'p ukladli iqtisodiyot jadal shakllanmoqda" degan sozini raqamlar bilan tavsiflang.

7. Xududlar bo'yicha kichik tadbirkorlikda band bo'lganlar soni o'sishiga nimalar tasir qiladi?

8. Iqtisodiyot tarmoqlari bo'yicha mahsulot ishlab chiqarish kichik tadbirkorlik subyektlarining ulushi (%)qanday?

9.Xususiy tadbirkorlik kichik biznes shaklining rivojlanishi uchun iqtisodiy va huquqiy assoslar yaratildimi?

10.Ayniqsa bu sohada 2005 yilda qabul qilingan Prezident Farmonlarida nimalar ko'rsatib o'tilgan?

Asosiy adabiyotlar

1. Кичик бизнесни бошқариш: Ўқув қўлланма /М.С. Қосимова , Б.Ю.Ходиев, А.Н.Самадов, У.С.Мухитдинова. - Т.: Ўқитувчи, 2003.–240 б.
2. Ғуломов С.С.Тадбиркорлик ва кичик бизнес-Т.:Шарқ,2002.-365б.
3. <http://www.spc.gov.uz/ru/esupport/mdex3.html>

111 BOB: RIVOJLANGAN DAVLATLAR IQTISODIYOTIDA KICHIK BIZNESNING O'RNI.

3.1.Xorijiy davlatlar iqtisodiyotida kichik biznesning roli.

Dunyo tajribasiga nazar tashlaydigan bo'lsak, rivojlangan mamlakatlarda ham dastavval kichik biznesning iqtisodiyotda tutgan o'Yapon mo'jizasi, deb atalgan iqtisodiy shiddat ham davlatning rejalashtirilgan kat'iy siyosati tufayli oyoqqa turib, hozirgi paytda mamlakat yalpi ichki mahsuloti yetishtirishda umumiy foydaning yarmini tashkil eta boshladi.

Qisqa muddatda Yevropa iqtisodiyoti asosiy ustunlaridan biriga aylangan Germaniyada o'tkazilgan qat'iy davlat siyosati natijasida mamlakat iqtisodiyotida kichik biznes rivojlantirildi va urushdan keyingi yillar mobaynida biznes taraqqiyoti 10 %dan 65%gacha yetdi.

Yapon mo'jizasi, deb atalgan iqtisodiy shiddat ham davlatning rejalashtirilgan kat'iy siyosati tufayli oyoqqa turib, hozirgi paytda mamlakat yalpi ichki mahsuloti yetishtirishda umumiy foydaning yarmini tashkil eta boshladi.

Masalan, Yaponiya davlatining iqtisodiy sohalarida kichik biznes va orta korxonalari soni va ulushini ko'rib chiqishimiz mumkin. qayta ishlash sanoati, ulgurji, chakvna savdo va xizmat korsatish soxasi korxonalarining 99 foizini kichik va orta biznes korxonalari tashkil etadi. (3.1-jadval)

3.1-жадвал

Yaponiyada yirik korxonalarga nisbatan kichik va o'rta korxonalarning soni

Iqtisodiyot soxalari	Kichik va o'rta biznes korxonalari		Yirik korxonalar		Jami korxonalar	
	сони	Фоиз хисоби	сони	Фоиз хисоби	сони	Фоиз хисоби
qayta ishlash sanoati	1562071	99,8	3774	0,2	1565845	100,0
Ulgurji savdo	293903	99,2	2259	0,8	296162	100,0
Chakana savdo	1798963	99,8	4426	0,2	1803389	100,0
Xizmat soxasi	1181827	99,7	3881	0,3	1185708	100,0

Manba: “Деловая среда в Узбекистана глазами представителей малого и среднего бизнеса”. Отчет Международной Финансовой Корпорации по итогам 2003 г. - 21 с.

Natijada esa, dunyoda bu boradagi eng yuksak natijalar qo'lga kiritildi ya'ni, Yaponiyada har bir fuqaro boshiga 38000 AQSH dollari xisobida daromad kela boshladi, holbuki islohotlar boshlanishi oldida bu ko'rsatkich 600 dollar edi

Jahon sanoatida bosh o'rinda turadigan (lider) kompaniya “Yamaxa” transmilliy kompaniyasi butun dunyo bo'yicha bir necha o'n milliard AQSH dollariga teng mahsulot ishlab chiqaradi, holbuki mana shu “naxang” kompaniya ham o'z faoliyatini 40- yillar oxirida 7 nafar odam ishlaydigan velosiped ta'mirlashni amalga oshiruvchi kichik kooperativ (ustaxona) edi.

3.2- jadvalda dunyoning turli mamlakatlari iqtisodiyotida kichik biznesning o'rnini to'g'risida ma'lumotlar keltirilgan.

3.2-Jadval

2001 yilda dunyoning bazi mamlakatlari iqtisodiyotida kichik biznesning o'rnini.

Mamlakatlar	Kichik biznes korxonalari soni		Kichik biznes ulushi, foiz xisobida	
	Ming dona	Ming kishi xisobiga	Jami ish bilan band-lar soni	Yalpi ichki mahsulotdagi ulushi
AQSH	19300	74,2	54	50-52
Yevropa Ittifoqi mamlakatlari	15777	45	72	63-67
Buyuk Britaniya	2930	46	49	50-53
Germaniya	2290	37	46	50-54
Italiya	3920	68	73	57-60
Fransiya	1980	35	54	55-62
Yaponiya	6450	49,6	78	52-55
Rossiya	836,2	5,6	9,6	10-11
O'zbekiston	201,9	8,1	53	24,4

Manba: “Деловая среда в Узбекистана глазами представителей малого и среднего бизнеса”. Отчет Международной Финансовой Корпорации по итогам 2003 г. - 21 с.

Kichik biznesning iqtisodiyotdagi o'rniga baho berishda, eng avvalo iqtisodiy taraqqiyot uchun muhim ahamiyatga ega bo'lgan miqdoriy ko'rsatkichlar jumlasiga, kichik biznesning yalpi ichki mahsulot, jami ish bilan band bo'lganlar, kapital qo'yilmalar, eksport va boshqalardagi ulushini kiritish mumkin. 3.2-jadval ma'lumotlaridan shuni izoh etish joizki, xorij mamlakatlar kichik biznesni har tomonlama qo'llab quvvatlashning rivojlangan tizimi mavjud bo'lib, bu hol raqobatning kuchayishi sharoitida ijtimoiy-itisoodiy muqitning barqaror taraqqiy etishini ta'minlaydi. Bu esa, davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash mexanizmining to'laqonli rivojlanganligidan dalolat beradi.

3.2 Yevropa davlatlarida kichik biznesning rivojlanish xususiyatlari.

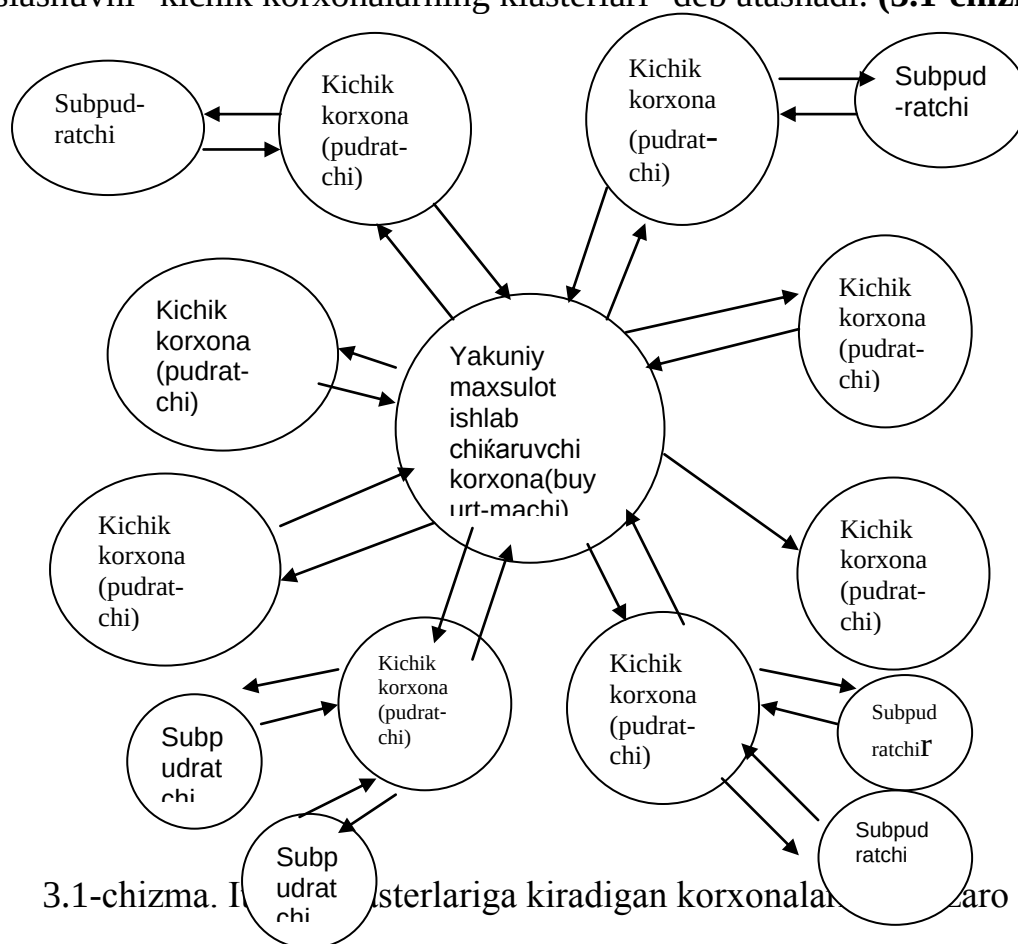
Ko'pgina xorijiy davlatlarda kichik biznes davlat siyosatiga molik kompleks tuzilma bo'lib, bunda tadbirkorlarning huquq va manfaatlarini himoya qilish qonuniy asosiga qo'yilgan, tadbirkorlar imtiyozli sur'atda kredit resurslari imkoniyatlaridan foydalanadilar. Imtiyozli soliq to'lash imkoniyatlariga ega ishlab chiqarish, moliya, maorif, bozor infratuzilmasidagi jami afzalliklar va yangiliklardan, o'zlariga manfaatli bo'lgan iqtisodiy o'sishga ko'maklashuvchi omillardan foydalanadilar.

Yevropa mamlakatlari orasida ishlab chiqarish yuksak taraqqiy etgan mamlakatlardan biri Italiya bo'lib, mamlakatida bu boradagi muvaffaqiyatning asosiy tayanchi kichik tadbirkorlik hisoblanadi.

Italiya kichik korxonalari bir tarmoq yoki bir turdagi mahsulot ishlab chiqarish atrofida jipslashuvi yoki ixtisoslashuvi bilan mashhurdir. Kichik korxonalarning mahsulot ishlab chiqarish hajmi va o'sish sur'atlariga ko'ra, Italiyani faqatgina Gretsiya va Ispaniya bilan tenglashtirish mumkin. Italiyaning xalqaro savdo

bozorlarida muvaf-faqiyatli faoliyat olib borayotgan kichik korxonalari yuqori sifatli tovarlarni eksport qilishi bilan e'tibor qozongan. Italiya kichik korxonalari, odatda, yuqori sifati va dizayni bilan ajralib turadigan tovarlarni ishlab chiqaradi. Ta'kidlab o'tish joizki, Italiya kichik korxonalari oziq-ovqat mahsulotlari va boshqa iste'mol tovarlarining eksportida salmoqli o'rinni egallaydi. Shuningdek ular yarimtayyor mahsulotlar va butlovchi qismlar, stanoklar, to'qimachilik va teriga ishlov berish, qishloq xo'jaligi, qadoqlash, yog'ochni qayta ishlash, keramika va metallga ishlov berish uskunalari hamda "mini" texnologiyalar eksport qilish bo'yicha ham yetakchilardan hisoblanadi.

Shu o'rinda, Italiya kichik korxonalari bu darajada raqrbatbardoshlikka qanday qilib erishgan, degan savol tug'ilishi tabiiy. Bu savolga javobni alohida olingan kichik korxonadan emas, balki ma'lum bir turdagi mahsulotni ishlab chiqarish bo'yicha ixtisoslashgan mehat taqsimotiga ega hamda yagona maqsad yulida uyushgan korxonalar tizimi "klasterlar" yoki "sanoat tumanlari" negizidan topish mumkin. Tadbirkorlar, mutaxassislar va olimlar tomonidan klasterlarga qiziqish kattaligining asosiy sababi ham shunda. Italiyada kichik korxonalar sanoatning bir tarmog'i yoki bir turdagi mahsulot ishlab chiqarish jarayoniga ixtisoslashuv xususiyatiga ega. Shu bilan birga ushbu tarmoqda tutash sohalarda faoliyat yurituvchi korxonalar ham ixtisos-lashuvning kuchayishidan manfaatdor. Bunday ixtisoslashuvni "kichik korxonalarning klasterlari" deb atashadi. **(3.1-chizma)**



3.1-chizma. Italiya klasterlariga kiradigan korxonalarningaro aloqalari⁵

⁵ Кичик тadbirkorlik faoliyati asoslari 1-кисм: Укув амалий қўлланма / Б.Ю.Ходиев, А.Самадов,М.С. Юсупов ва бошқалар – Тошкент.: ЕХ ТЕМПУС дастури “Матодор-2000” лойихаси, 2004.–144 бет.

Ta'kidlab o'tish joizki, bunday ixtisoslashuvda korxonalar bir-birlariga uzviy bog'langan bo'ladi, lekin bu ularning o'zaro qaramligini bildirmaydi. Aksincha, ishlab chiqarish yunalishlari va sheriklarni tanlashda to'liq mustaqillik ta'minlanadi. Har bir korxona bir- birisiz faoliyat ko'rsata olmaydigan ishlab chiqarish jarayonining bir bosqichi bilan shug'ullanadi.

Klasterlar uyushmalari o'z tarkiblariga mikro, kichik va o'rta korxonalarni biriktirishi yoki o'z atrofiga subpudratchilarni uyushtirgan yirik korxonalardan ham tashkil topishi mumkin. Ayrim klasterlar faqat birgina ishlab chiqarish jarayoniga ixtisoslashadi, boshqalari esa bir-biriga tutash faoliyat turlari yoki pirovard natijada bitta yirik tarmoqqa xizmat ko'rsatadigan turli ishlab chiqarish va xizmat soxalarini o'z ichiga oladi. Klasterlarga jamlangan kichik korxonalarning raqobat kurashidagi afzalliklari uchta jihati bilan muhimdir:⁶ ixtisoslashuv; kooperatsiya; egiluvchanlik. Ixtisoslashuv maxsulot sifatini nazorat qilish bilan bog'liq muammolarni ham samarali yechishga imkon yaratadi. Agar firma bir xil faoliyat turi bilan shug'ullansa, u o'sha yunalishda sidqidildan ish yuritishiga va doimiy izlanishda bo'lishiga to'g'ri keladi.

Italiya tajribasi yuksak taraqqiy etgan iqtisodiyotni barpo etish uchun ishlab chiqarishni yirik korxonalar asosida qurishga hojat yuqligini yaqqol namoyon qilmoqda. Mazkur va boshqa ko'pgina mamlakatlar tajribalaridan shuni ko'rish mumkinki, **birinchidan**, rivojlanayotgan mamlakatlarda muhim iqtisodiy omillardan biri, bu kichik biznes rivoji bo'lib, bu boradagi har qanday umummanfaatini ko'zlagan samarali faoliyatlar davlat ahamiyatiga ega bo'ladi va qo'llab kuvvatlanadi. Zero, kichik biznes faoliyati o'sib-o'sib, katta, yanada samarali biznesga aylanishi, mamlakat ichki bozorini tovar hamda xizmat turlari bilan to'ldirishi, shu tariqa eksport salohiyati rivojiga xissa qo'shilishi, aholini ish bilan bandligi muammosi yechilishiga ko'maklashuvi, aholining real daromadi o'sishiga sabab bo'lishi mumkin.

Ikkinchidan, iqtisodiyotning globallasuvi sharoitida, jahon bozorida raqobat taranglashayotgan bir paytda, yirik korxona yoki katta biznesdan ko'ra aynan kichik biznesda raqobatga dosh berish, manevrlar qilish, ishlab chiqarish yo'nalishini o'zgartirish kabi iqtisodiy chora tadbirlar ko'rish oson kechadi.

Agar hozirgi zamon iqtisodiyotida asosiy iste'mol tovarlariga bo'lgan extiyoj o'rtacha har to'qqiz oyda o'zgarib turishini hisobga olsak, aynan kichik biznes faoliyatining afzalliklari yanada yaqqol, yorqinroq namoyon bo'ladi, iqtisodiy taraqqiyot mustahkam va ravon yo'lga tushib olish uchun muhim ahamiyat kasb etadi

3.3. O'zbekictonda kichik biznesni rivojlantirish borasida jahon tajribalaridan foydalanish.

Respublikada kichik biznesni takomillanishi va rivojlanishida chet el tajribalarni har tomondan o'rganish, yaxshi kuzatish va xulosa chiqarib, to'g'ri qarorga kelish

⁶ Кичик тадбиркорлик фаолияти асослари кимс: Укув амалий қўлланма / Б.Ю.Ходиев, А.Самадов, М.С. Юсупов ва бошқалар – Тошкент.: ЕХ ТЕМПУС дастури “Матодор-2000” лойихаси, 2004.–144 бет.

va xususiy tadbirkorlar tomonidan o'z shaxsiy ishini tashkil etish jarayoniga muvofiqlashtirish lozim.

Kichik biznesning davlat tomonidan ko'llab-quvvatlanishi quyidagi tarkibiy qismlarni o'z ichiga olishi kerak: budjet orqali bevosita yordam puli (masalan, AQSHda yordam puli yiliga 300 ming dollarga yaqin miqdorni tashkil qiladi). Pul hajmi kichik biznes sug'urta qilinmagan zararlarni qoplash uchun belgilangan bo'lishi kerak. Yordam puli innovatsiyaning xavfli loyihalarini qoplaydi va katta biznes talab qilmaydigan mahsulot turlarini ishlab chiqarishni kuchaytiradi. Davlat bank kreditlarini olishda kafil sifatida chiqadi. Shuning uchun mayda biznesga kredit olish ancha yengilrok; kichik biznes soliq imtiyozlariga ega bo'lishi kerak (Masalan, AKSHda soliqlar umumlashtirilganda foydaning 44 foizini tashkil etadi: 36 foizi milliy, 8 foizi - shtat solig'i). Agarda firma ijtimoiy tarmoqqa yoki ishlab chiqarishning rivojlanishiga ajratilgan mablag'ni ko'paytirsam, soliq solinadigan ulush qisqartirilishi mumkin.

Masalan, Buyuk Britaniya va Italiyada yosh tadbirkorlar yuqori chegirish bilan tadbirkorlik faoliyatini boshlash va davom ettirishi haqida, shuningdek bozorga qanday chiqish mumkin, ishbilarmon sheriklarini qanday topishi haqidagi maslaxatlarni tekinga olishi mumkin. Bundan tashqari u o'zini qoniqtiradigan narxga ijaraga imorat va xususiy biznesni boshlash uchun kerakli asbob uskuna olib, amaliy ishda sinab ko'rishi mumkin.

Germaniyada kichik biznesni qo'llab-quvvatlashning davlat dasturi amalga oshiriladi. Unga muvofiq, tadbirkorlarga faoliyatning dastlabki ikki yilida foizsiz kredit beriladi. Keyingi yillarda esa juda past stavkalarda yillik foizlar undiriladi. Shu tariqa tadbirkorlar bepul boshlang'ich sarmoya bilan ta'minlanadi.

Kichik biznesning shakllanishi va rivojlanishida olingan tajribani umumlashtirish va ma'lum xulosa qilish va takliflar kiritish uchun ma'lum bir vaqt kerak. Biroq hozirdan kichik biznesning rivojlanish muammolari aniq. Bu muammolarni hal qilish maqsadida 2005 yilning o'zida bir qancha me'yoriy xujjatlar qabul qilindi. Bu qarorlardagi ko'rsatmalarning bajarilishi kichik biznes korxonalari faoliyatini yanada samarali amalga oshirishga imkoniyat yaratadi.

Qisqa xulosalar

Jahon amaliyoti rivojlangan bozor iqtisodiyoti mamlakatlarida kichik biznes ijtimoiy-iqtisodiy muammolarni hal etishda, yangi ish o'rinlarini barpo qilishda, bozor o'zgarishlariga nisbatan tez moslashishda va mulkdorlar sinfini shakllantirishda alohida ahamiyatga va yuqori samaradorlikka ega ekanligini tasdiqlamoqda. Italiya tajribasi yuksak taraqqiy etgan iqtisodiyotni barpo etish uchun ishlab chiqarishni yirik korxonalar asosida qurishga hojat yuqligini yaqqol namoyon qilmoqda. Germaniyada kichik biznesni qo'llab-quvvatlashning davlat dasturiga muvofiq, tadbirkorlarga faoliyatning dastlabki ikki yilida foizsiz kredit beriladi. Keyingi yillarda esa juda past stavkalarda yillik foizlar undiriladi. Shu tariqa tadbirkorlar bepul boshlang'ich sarmoya bilan ta'minlanadi.

Nazorat va muloxaza uchun savollar.

1. Rivojlangan Yevropa davlatlarida kichik biznesni rivojlanishiga qanday ahamiyat beriladi .
2. Yaponiya AQSH da kichik biznes korxonalarining o'rnini qanday?
3. Rivojlangan davlatlarda kichik biznes korxonalarini qo'llab-quvvatlash siyosati qanday olib boriladi ?
4. Kichik biznes korxonalarini rivojlantirishda xorijiy davlatlar tajribalaridan qanday foydalani mumkin.
5. O'zbekiston iqtisodiyotida kichik biznes va xususiy sektorni rivojlantirida qaysi davlat tajribasidan ko'proq foydalanish mumkin?
6. Italiya klasterlarining mohiyati nimada?
7. Osiyo davlatlarda kichik biznes korxonalarini qo'llab-quvvatlash siyosati qanday olib boriladi ?
8. Xitoyning kichik biznes va xususiy sektorni rivojlantiri tajribasidan O'zbekiston iqtisodiyotida foydalanish mumkinmi?
9. Germaniyada tadbirkorlarga foizsiz kredit berish tajribasini O'zbekistonda kichik biznesni qo'llab-quvvatlash maqsadida qo'llash mumkinmi?
10. Buyuk Britaniya va Italiyada yosh tadbirkorlar tadbirkorlik faoliyatini boshlash va davom ettirishi qanday ragbatlantiriladi?

Asosiy adabiyotlar

1. Маматов Б. Кичик бизнесни молиялашнинг чет эл тажрибаси // “Бозор, пул ва кредит”.- 2005.-№4.— 40-43 бетлар
2. Болошович М.И. Малый бизнес: .Отечественный и зарубежный опыт.М .:- 1995. 180с.
3. Кичик тadbirkorlik faoliyati asoslari 1-қism: Ылув амалий ыпланма / Б.Ю.Ходиев, А.Самадов, М.С. Юсупов ва бошқалар – Тошкент.: ТЕМПУС дастури “Матодор2000”лойихаси, 2004.—144б.
4. <http://www.bisnis&eurasia.org>

1V-BOB: KICHIK BIZNESNING TASHKILIY SHAKLLARI.

4.1. Xususiy tadbirkorlik

Kichik biznesda tadbirkorlikni tashkil qilishning eng oddiy shakli bu xususiy tadbirkorlik bo'lib, bunda jismoniy shaxs tomonidan tadbirkorlik faoliyatini yuritilishi tushiniladi.

Xususiy tadbirkorlik - xo'jalik yuritishning shunday huquqiy shakli, unda mulk egasi bitta shaxs yoki oila bo'ladi va faoliyatdan kelgan daromadni (turli to'lov va soliqdar to'langanidan keyin) hammasiga egalik qiladi, qolaversa biznesdagi xavf-xatar va tavakkalchilik uchun yakka o'zi javob beradi. Tadbirkorlikning ushbu shakli chakana savdoda, umumiy ovqatlanish va maslaxat sohasidagi biznesda, maishiy xizmatda, fermerchilikda, tibbiyotchilik amaliyotida va hunarmandchilikda ko'proq uchraydi.

Xususiy tadbirkorlik:

yuridik shaxs tashkil qilmasdan;

mustaqil ravishda, ishchilarni yollash xuquqisiz;

tadbirkorga tegishli mulk asosida yuritiladi.

Xususiy tadbirkorlikning hozirgi kundagi ommaviy shaklidan biri-xalq iste'mol tvarlarini importi va savdosi bilan shugullanuvchi jismoniy shaxslar ("chelnoklar") yuridik shaxs tashkil qilmay eksport-import operatsiyalarini, ulgurja va chakana savdoni amalga oshiruvchilar sifatida ro'yxatdan o'tadilar.

Xususiy tadbirkorlikni quyidagi turlari mavjud:

shaxsiy tadbirkorlik(bitta fuqaro);

qo'shma tadbirkorlik.

O'z navbatida qo'shma tadbirkorlik oilaviy tadbirkorlik, yuridik shaxs tashkil qilmagan dexqon xo'jaligi, oddiy shirkatlar (qo'shma xo'jalik yuritish xaqidagi shartnomaga asoslangan) shaklida amal qilishi mumkin.

Xususiy tadbirkorlikning **afzalliklari**: birinchidan, xususiy tadbirkorlik bilan shugullanish uchun ruxsat olish xo'jalik shirkatlariga nisbatan soddalashtirilgan, ya'ni xususiy tadbirkor davlvt ro'yxatidan o'tganidan keyin, yuridik shaxs tashkil etmasdan faoliyat yuritishi mumkin. Bunda xususiy tadbirkor bankda xisob raqami ochishi va oz xamkorlari bilan naqd pulsiz xisob-kitobni amalga oshirishi mumkin. Ikinchidan, soliqqa tortishning soddalashtirilgan tizimi qo'llaniladi. Bundan tashqari, to'la mustaqilliq harakatdagi erkinlik va tezkorlik, barcha foyda faqat mulkning yolgiz egasiga kelib tushadi va u ko'proq ishlashga rag'batlantiradi.

Xususiy tadbirkorlikning **kamchiliklari**: kreditlash imkoniyatlaring cheklanganligi(mikro va kichik korxonalar katta xajmdagi kreditlar olishi mumkin); zaif moliyaviy poydevorga egaligi, barcha xo'jalik faoliyati uchun o'zining bor mulki bilan javobgarligi; faoliyatni kengaytirish imkoniyatlarini cheklanganligi.

Yuqorida keltirgan kamchiliklarni bartaraf etish niyatida ishbilarmonlar mol-mulki, kasb yoki kapitallarini qo'shib birlashadilar. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning **afzalliklari 1- ilovada, kamchiliklari esa 2- ilovada** berilgan.

4.2. Shirkat korxonalar.

Xo'jalik jamiyatlari va shirkatlari — bu ikki yoki undan ortiq yuridik shaxslar, yuridik va jismoniy shaxs, shuningdek jismoniy shaxslar o'rtasida o'zaro ko'ngilli bitm asosida mulkni umumiy manfaatni ko'zlovchi tadbirkorlik harakatini uyushtirish maqsadlarda tashkil qilinadigan korxonadir. Xo'jalik jamiyatlari va shirkatlari yuridik shaxs bolib, o'z nomidan faoliyat k'rsatadi, o'z raxbariyati va ofisiga ega bo'ladi. U shartnoma asosida tashkil qilinadi, uning qatnashchilari avvalo o'zining va boshqa a'zolarining manfaatini ko'zlab harakat qiladilar.

Xo'jalik jamiyatlari va shirkatlari asosiy ta'sis xujjati bo'lib ta'sis shartnomasi va ustav xisoblanadi xamda:

Fktsionerlik tashkilot ustav asosida faoliyat yuritadi.

Ma'suliyati cheklangan jamiyat ta'sis shartnomasi va ustav asosida faoliyat yuritadi.

To'liq va komandit shirkatlar ta'sis shartnomasi asosida tashkil etiladi va faoliyat yuritadi.

Xo'jalik jamiyatlari va shirkatlari mulkida barcha qatnashchilarning xissasi ularning ustav kapitaliga qoshgan xissasiga mutanosibdir.

Xo'jalik shirkatlari - bu shaxslarning shunday birlashmasiki, unda ta'sichilar ta'sischilar faqat mulkiy badallar bilangina emas, balki shaxsiy faoliyati bilan xam qatnashadilar. Xo'jalik shirkatlarining asosan to'liq va kommandit (aralash) shakli mavjud.

To'la shirkat - bu barcha qatnashchilar birgalikda birgalikda faoliyat yuritadigan va va shirkatning barcha majburiyatlar bo'yicha unga tegishli bo'lgan mulk asosida birgalikda javogar bo'lgan shirkatdir.

Kommandit(aralash) xo'jalik shirkati shirkatchiligi deb shunday shirkatga aytiladiki, unda shirkatning majburiyatlari bo'yicha o'zining barcha mulki bilan ma'suliyatli bitta va undan ko'p qatnashchilar bilan birgalikda bitta yoki bir nechta qatnashchilar (kommanditistlar) xam bolib, ularing ma'suliyati faqat o'zlari qo'shgan xissa bilan belgilanadi.

Xo'jalik shirkatchiligining tadbirkorlikning boshqa tashkiliy huquqiy shakllari oldidagi **afzalliklari** quyidagilar: o'zining pul mablag'lari bilan biroz quvvatliroq; qarorning qabul qilinishida zaruriy mustaqilliq erkinlik va tezkorlikni ta'minlaydi; begona investorlarning kapitalini jalb qilish imkoniyati mahsulot, ish va ko'rsatiladigan xizmatning raqobatdoshligini oshirish uchun sharoit yaratadi; boshqaruv tizimi amaldagi ishlab chiqarish harajatlarini kamaytiradi, shirkatchilik a'zolarining ishiga yuqori darajadagi qiziqishi. Shirkatchilik uchun foydali bo'lgan barcha narsa uning har bir a'zosi uchun ham foydalidir.

Xo'jalik shirkatchiligining **kamchiliklari**: barqaror emaslik; a'zolarining cheklanmagan javobgarligi, bir a'zoning xatosi boshqa a'zolarining ham harob bo'lishiga olib keladi.

4.3. Ma'suliyati cheklangan va qoshimcha ma'suliyatli jamiyat

Ma'suliyati cheklangan jamiyat (MChJ) deb bir yoki bir nechta shaxslar tomonidan tasis etilgan xo'jalik jamiyati qabul qilinib, uning ustav fondi ta'sis xujjatlari asosida belgilangan miqdordagi qismlarga bolingan boladi. MChJ qatnashchilari uning majburiyatlari boyicha javobgar bolmaydilarva shirkat faoliyati bilan bogliq zarar yuzasidan faqat jamiyatning ustav kapitaligaozlari qoshgan qiymati doirasidatavakkal qiladilar.

Qo'shimcha ma'suliyatli jamiyat(QMJ) deb, ustav fondi va ta'sis xujjatlari asosida belgilangan miqdordagi qismlarga bolingan jamiyatga aytiladi. Unda qatnashchilar o'zining majburiyatlari boyicha ozlarining ustav kapitaliga qoshgan xissalari boyicha javobgar boladilar, lekin(shu bilan MChJ dan farqlanadilar) ushbu summa etarlicha bolmagan xolda- qoshimcha ravishda ozlariga tegishli bolgan mulk boyicha ozlari qoshgan xissa qiymatiga barchaga teng miqdorda ko'paytirilgan xolda javobgardirlar

Ma'suliyati cheklangan jamiyat **afzalliklari:**

-xar bir qatnashchining javobgarligi uning ustav fondidagi xissasi bilan cheklangan;

-ustav fondining minmal miqdori minimal ish haqinin ellik barobar miqdoriga teng summani tashkil qiladi.

4.4. Kichik korxonalar.

Kichik tadbirkorlikni jadal rivojlantirish, mamlakat iqtisodida xususiy sektor ulushini oshirish, ishlab chiqarish sohasida aholini bandligini to'laroq ta'minlash uchun yanada qulay sharoit yaratish maqsadida O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 1998 apreldagi ““Xususiy tadbirkorlik kichik biznesni rivojlantirishni yanada rag'batlantirish chora tadbirlari to'g'risida”gi Farmoniga o'zgartirish va qo'shimchalar kiritish haqida” 2003 yil 30 avgustda 3305–son Farmoni qabul qilindi. Mazkur farmonga asosan 2004 yilning 1 yanvaridan boshlab, o'rta korxonalar ham kichik korxonalar jumlasiga ki-ritilib, imtiyozga ega bo'lgan holda soddalashtirilgan soliq to'lash huquqiga ega bo'ldi. **2004** 1 yanvardan boshlab kichik korxonalar ularda ishlovchilar soniga qarab ajratilardi.

Mikrofirmalar turkumiga, odatda, quyidagi yangi bunyod etilayotgan va amaldagi korxonalar kiradilar:

ishlab chiqarish tarmoqlarida band bo'lgan xodimlarning o'rtacha yillik soni-**20 kishidan;**

xizmat ko'rsatish sohasi va ishlab chiqarishga aloqador bo'lmagan boshqa tarmoqlarda **10 kishidan;**

ulgurji, chakana savdo va umumiy ovqat-lanish sohasida **5 kishidan** oshmagan korxonalar.

Shuningdek, individual mehnat faoliyati bilan shug'ullanuvchi va shirkat (o'rtoqlik)ga birlashib ishlovchi jismoniy shaxslarni ham kichik biznes subyektlari qatoriga kiritdi.

Yuqorida keltirilgan Farmonga asosan **kichik korxonalar** jumlasiga qo'ydagilar kiradi:

- **yengil va oziq-ovqat sanoati, metalga ishlov berish va asbobsozliq yog'ochni qayta ishlash , mebel sanoati va qurilish materiallari sanoati** ishlab chiqarish tarmoqlaridagi band bo'lgan xodimlarning o'rtacha yillik soni **100 kishigacha** bo'lgan korxonalar (2004 yil 1 yanvarga qadar 40 kishidan oshmagan);
- **mashinasozliq metallurgiya, yoqilg'i energetika va kimyo sanoati** korxonalarida **50 kishigacha** (ilgari 40 kishi)
- **qishloq ho'jaligi mahsulotlarini yetishtirish va qayta ish-lash, qurilish hamda boshqa sanoat-ishlab chiqarish sohalari** korxonalarida ishlayotgan xodimlari soni **50 kishigacha** (2004 yilgacha 20 kishidan oshmagan)
- **fan- ilmiy xizmat ko'rsatish , transport, aloqa , xizmat ko'rsatish sohasi (sug'urta kompaniyalaridan tashqari), savdo va umumiy ovqatlanish hamda boshqa ishlab chiqarishga aloqador bolmagan sohalaridagi** band bo'lgan xodimlarning o'rtacha yillik soni **25 kishigacha** (ilgari 10 kishi) bo'lgan korxonalar kiradi.

Kichik biznesda jamoa korxonalari bunyod etish keng tarqalmoqda. **Jamoa korxonasi**-bu shunday xo'jalik shakli, unda olinadigan foyda uning mehnat jamoasiga tegishli bo'ladi. U quyidagicha tashkil bo'lishi mumkin: mehnat jamoasi tomonidan davlat mulkini sotib olish yo'li bilan; uncha katta bo'lmagan davlat korxonalari jamoa korxona-lariga aylantirish yo'li bilan; jismoniy va yuridik shaxs-lar mulkini ixtiyoriy tarzda birlashtirish yo'li bilan; davlat korxonalari mulkini(qaytarib bermaslik sharti bilan) mehnat jamoalariga berish yo'li bilan.

4.5. Xissadorlik jamiyatlari

Xissadorlik (aksiонерlik) jamiyati - bu jismoniy shaxslar kapitallarning birlashuvi bo'lib, u aksiyalar chiqarish yo'li bilan bunyod etiladi. U ochiq yoki yopiq bo'lishi mumkin. Xissadorlik jamiyatlari: agar uning aksiyalari ochiq yoki obuna bo'lish yo'li bilan sotilsa, kimmatbaho qog'ozlar bozorida qonundan tashqari hech kim tomonidan cheklanmay erkin savdo-sotiq kilinsa - **ochiq, xissadorlik jamiyaat** deb ataladi;

agar uning aksiyalarining kimmatbaho qog'ozlar bozorida muomalada bo'lishi jamiyat nizomiga binoan ma'n etilgan yoki cheklangan bo'lsa va u, faqat, nomlangan (egasi yozilgan) aksiyalar chiqarsa - **yopiq xissadorlik jamiyati** deb ataladi.

Aktsionerlik jamiyati shunday **afzallikka** egaki, aktsionerlar yuzaga kelishi mumkin bo'lgan zararni qoplash uchun faqat o'z aktsiyalari doirasidagina javobgardirlar. Lekin shuni ta'kidlash lozimki, aktsionerlik jamiyati minimal ustav fondi masuliyati cheklangan jamiyat ustav fondidan ancha ko'p bo'lishi kerak. (Ochiq aktsioner jamiyati uchun-50000 AQSh dollari, yopiq aktsioner jamiyati uchun- 200

minimal ish xaqi) va bu aktsionerlik jamiyati tashkil qilish uchun mustaxkam baza kerakligini bildiradi.

4.6. Ishlab chiqarish kooperativi

Ishlab chiqarish kooperativi- mustaqil xýjalik sub'ekti bo'lib, yuridik shaxs xuquqiga ega va o'ziga jamoa mulki sifatida tegishli bo'lgan mulkka egalik qiladi. Kooperativ fuqorlarning xoxishi yoki yuridik shaxslarning tashabbusi ilantashkil topadi. Kooperativ a'zolarining soni uch kishidan kam bo'lmaydi. Matlubot kooperativida(jamiyatida) esa etti kishidan kam blmaydi.

Ishlab chiqari va ishlab chiqarish-matlubot kooperativining faoliyati uning a'zolarining shaxsiy mexnati, shuningdek mexnat shartnomasi(kontrakt, bitm) bilan ishlovchi shaxslarning qatnashuviga asoslanadi. Kooperativ mulk –a'zolarining pul va moddiy badallari. Ular ishlab chiqargan maxsulot. Shuningdek xýjalik faoliyati natijasida olgan daromadlari asosida tashkil topadi. Kooperativ mulkning tashkil topishidpshartnoma asosida tashkilot va korxonalar(mulk shaklidan qat'iy nazar), shuningdek kooperativ a'zosi bo'lmagan, lekin unda mexnat shartnomasiga kýra ishlayotgan fuqorolar qatnashishi mumkin. Kooperativ qz majburiyatlari yuzasidan ýzining mulki bilan javobgardir.

4.7. Xolding, offshor kompaniyalar

Xolding — bu mulk egalari tomonidan bir qancha mustaqil xissadorlik jamiyatlari faoliyatini nazorat qilish maqsadida bunyod etilgan jamiyatdir. Xoldingga birlashgan korxonalar, odatda, shu'ba korxonalar deb ataladi. Shu'ba korxona ko'pincha korxonaning rivojlanib borishi davomida bosh korxona tomonidan tashkil qilinadi va to'la mustaqillikka ega bo'lgan yuridik shaxs sifatida faoliyat ko'rsatadi. Ammo, bosh (ona) korxona (kompaniya) shu'ba korxona aksiyalarining asosiy qismi (nazorat paketi) egasi sifatida uning faoliyatiga ta'sir o'tkazishi mumkin.

Xolding kompaniyalari mustaqil faoliyat ko'rsatuvchi alohida korxonalar aksiyalari nazorat paketlarini bitta shaxs tomonidan sotib olinishi orqali ham tashkil qilinishi mumkin. Xoldinglar davlatga qarashli yoki xususiy bo'lishi mumkin. Davlat xoldingida aksiyalar nazorat paketi davlatga tegishli bo'ladi. Xolding kompaniyalari ikki xil bo'lishi mumkin: **moliyaviy xolding**- asosan nazorat boshqaruv vazifasini bajaradi; **aralash xolding** - turli xil xo'jalik faoliyati va savdo-sotiq bilan shug'ullanadi.

Offshor kompaniyasi — bu imtiyozli soliq to'lash (yoki butkul to'lamaslik) xududida bunyod etilgan korxona bo'lib, u ro'yxatga olingan joyda barqaror turmaydigan shaxslarga tegishlidir. Ko'pgina davlatlarda xorijiy investitsiyalarni ko'proq jalb etish maqsadida kiritilgan omonatlar haqidagi axborotning qonunchilik yoki an'anaviy kafolatlar yo'li bilan konfidensialligini (oshkor etilmasligini) ta'min etuvchi va qator imtiyozlar berish tizimi bunyod etilgan bo'lib, bu tizim xorijiy tadbirkorlarga ularning tadbirkorlik faoliyatini mazkur davlat xududida olib borish sharti bilan joriy qilinadi.

Odatda, offshor korxonasi mas'uliyati cheklangan jamiyat yoki kompaniya shaklida bunyod etiladi. Ammo, offshor faoliyati uchun boshqa tashkiliy-xuquqiy shakllar ham yo'q emas.

4.8. Konsalting birlashmalari

Konsalting - bu ishlab chiqarishga ish yuzasidan xizmat ko'rsatish sohasida ixtisoslashgan firmalarning o'z mijozlariga maslahat xizmati ko'rsatish va texnikaviy loyihalarni ekspertiza qilish bilan bog'liq iqtisodiy faoliyatdir. Kichik biznesda konsalting birlashmalari taraqqiy topgan maslahat xizmati bozorini bunyod etish yo'li bilan tadbirkorlik faoliyatining taraqqiyotiga yordam ko'rsatadi. Chunki, bu kabi xizmatlarni alohida firmalar talab darajasida amalga oshira olmaydilar. Bunday birlashma-larning asosiy vazifalari quyidagilardan iborat:

- yagona axborot-so'rovnomalar fondini yaratish va yagona reklama strategiyasini (yo'nalishni) amalga oshirish;

maslahatchilik tashkilotlarini taraqqiy topishiga va xorijiy investitsiyalarni jalb etishga ko'maklashish; tadbirkorlik tashabbuslarini amalga oshirish uchun sheriklar tanlash. Maslahat xizmati turlari quyidagilardan iborat: barcha mulk shakllaridagi korxonalarni ro'yxatga olish uchun ta'sis xujjatlarni tayyorlash;

- marketing izlanishlar o'tka-zish; xususiylashtirish, aksionerlashtirish dasturlarini ishlab chiqish; tashqi iqtisodiy faoliyat; reklama strategiyasini ishlab chiqish, reklama materiallarini tayyorlash va ularni tarqatish; huquq, moliya, tashkiliy, boshqarish masalalari bo'yicha maslahatlar berish; aqliy(intellektual) mulkni himoya qilish masalasi bo'yicha maslahatlar berish;
- xizmatchilarni tayyorlash va malakasini oshirish; investitsiyalarni jalb qilish, imtiyozli kredit olish, zaruriy resurslarni va kapitallarni sotib olish bo'yicha va boshqa maslahatlar berish.

Qisqa xulosalar

O'z biznesiga ega bo'lishni istagan tadbirkor nima bilan shug'ullanishi, qaysi tashkiliy-huquqiy ko'rinishda o'z maqsadini hayotga tadbiq etish haqida tasavvur qilishi kerak. O'z maqsadini amalga oshirishda yuridik shaxs maqomini olish yoki cheklangan huquuklarga ega firmani tashkil etish to'g'risida qaror qabul qilish muhim rol o'ynaydi. Kichik biznes mikrofirmalar, kichik korxonalar, xususiy tadbirkorlik, xissadorlik (aksionerlik) jamiyati, xolding, offshor, konsalting birlashma va boshqa tashkiliy-huquqiy ko'rinishlarda faoliyat ko'rsatadi.

Nazorat va muloxaza uchun savollar.

1. Xususiy tadbirkorlik - xo'jalik yuritishning shakli sifatida nima deya olasiz?
2. Mikrofirmatarkibiga qanday korxonalar kiradi;
3. Kichik korxonalar tarkibiga qanday korxonalar kiradi?
4. Komandit, to'la shirkatlarning xususiyatlari nimadan iborat?
5. Ochiq va yopiq turdagi xissadorlik jamiyatlari – qanday tashkil qilinadi?
6. Xususiy tadbirkorlikning turlari, xususiyatlari nimalardan iborat?
7. Offshor kompaniyalarining iqtisodiyotdagi o'rnini haqida nima deya olasiz?
8. Mas'uliyati cheklangan jamiyat (MChJ) qanday tashkil qilinadi?

9. Qo‘shimcha ma’suliyatli jamiyat(QMJ) qanday tashkil qilinadi?

10.Konsalting korxonalarining bozor iqtisodiyoti sharoitidagi ahamiyatini tushuntiring.

Asosiy adabiyotlar

1. Ғуломов С.С. “Тадбиркорлик ва кичик бизнес”-Т.:Шарқ, 2002.–365 б.
2. Кичик бизнесни бошқариш: Ўқув қўлланма /М.С.Қосимова ва бошқ, - Тошкент.: Ўқитувчи, 2003.–240 б.
3. . “Ўз ишингизни яратинг ёки тадбиркор нималарни билиши лозим”- Т., ЮНИДО. “Бизнес маслаҳат маркази” лойиҳаси. 2003.-190 б.

V- BOB. KICHIK BIZNES SUBYEKTLARINI DAVLAT RO'YXATIDAN O'TKAZISH, SERTIFIKATSIYALASH TARTIBI.

5.1. Yangi korxonani tashkil etish tartibi

Kichik biznes korxonalari davlat ro'yxatidan o'tish - yuridik shaxs yoki yakka tadbirkor maqomini olishning oxirgi bosqichidir. Ungacha biznesni qaysi tashkiliy ko'rinishda barpo etish xaqida qaror qabul qilish; talab qilinadigan hujjatlarni to'plash; biznesning tashkiliy-huquqiy ko'rinishini tanlash lozim.

O'zbekiston respublikasi vazirlar mahkamasining 20 avgust 2003 yilda qabul qilingan 357-sonli qarorida "Tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish uchun ro'yxatdan o'tkazish tartibotlari tizimini tubdan takomillashtirish to'g'risida Nizom" qabul qilindi.

Mazkur Nizom - tadbirkorlik sub'ektlarini ayni paytda davlat soliq va statistika organlarida hisobga qo'ygan holda O'zbekiston Respublikasi Adliya vazirligida, viloyat adliya boshqarmalarida, tumanlar (shaharlar) hokimliklari huzuridagi Tadbirkorlik sub'ektlarini ro'yxatdan otkazish inspeksiylalarida davlat ro'yxatidan otkazish tartibi va muddatlarini;

- ob'ektlarni qurish va rekonstruktsiya qilish uchun zarur bo'lgan ruxsat beruvchi hujjatlarni rasmiylashtirish tartibi va muddatlarini belgilaydi.

Yuridik shaxs bo'lmasdan yakka tartibdagi tadbirkorlar sifatida tijorat faoliyati uchun mo'ljallangan tovarlarni olib kelish niyatidagi jismoniy shaxslarni davlat ro'yxatidan o'tkazish tartibi va muddatlari Vazirlar Ma'kamasi tomonidan tasdiqlanadigan alohida Nizom bilan tartibga solinadi. O'zR VM 02.09.2004 y. 413-son Qarori)

Davlat soliq va statistika o'rganlarida hisobga qo'yish bilan bir vaqtda davlat ro'yxatidan o'tkazish:

- auditorlik va sug'urta tashkilotlari, birjalar, shuningdek xorijiy investitsiya ishtirokidagi korxonalar va Toshkent shahrida tashkil etiladigan bozorlar va qonun hujjatlarida nazarda tutilgan hollarda boshqa tashkilotlar - O'zbekiston Respublikasi Adliya vazirligi tomonidan;

- xorijiy investitsiyalar ishtirokidagi korxonalar va tegishli ravishda Qoraqalpog'iston Respublikasi va viloyatlarda tashkil etiladigan bozorlar va qonun hujjatlarida nazarda tutilgan hollarda boshqa tashkilotlar - Qoraqalpog'iston Respublikasi Adliya vazirligi, viloyatlar adliya boshqarmalari tomonidan;

- barcha tadbirkorlik sub'ektlari, shu jumladan xorijiy sarmoya ishtirokidagi korxonalar, ushbu bandning ikkinchi va uchinchi xat boshida ko'rsatilganlardan tashqari - tumanlar va shaharlar hokimliklari huzuridagi Tadbirkorlik sub'ektlarini ro'yxatdan o'tkazish inspeksiylari tomonidan amalga oshiriladi.

Korxonalar va tashkilotlarning Yagona davlat registri joylardagi statistika organlari tomonidan to'ldiriladigan ro'yxatdan o'tkazish kartalari asosida O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi tomonidan yuritiladi.

Davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun zarur hujjatlarni tayyorlash muassislarning ixtiyoriga ko'ra:

- mutahassislarning o'zlari tomonidan;

- shartnoma asosida - Tovar ishlab chiqaruvchilar va tadbirkorlar palatasi huzuridagi axborot-maslahat markazlari yoxud boshqa konsalting firmalari, boshqa shaxslar tomonidan amalga oshiriladi.

Tadbirkorlik sub'ekti davlat ro'yxatidan o'tkazilganligi uchun davlat boji yoki ro'yxatdan o'tkazish yig'imi to'lanadi.

O'zbekiston Respublikasi Adliya vazirligida davlat ro'yxatidan o'tkazilganlik uchun:

- xorijiy investitsiyalar ishtirokidagi korxonalar uchun - eng kam oylik ish haqining besh baravari, shuningdek 500 AQSh dollari;
- ustav fondi to'liq xorijiy investorlar tomonidan shakllantiriladigan xorijiy investitsiyalar ishtirokidagi korxonalar uchun - 2000 AQSh dollari;
- sug'urta va auditorlik tashkilotlari, birjalar va bozorlar uchun -eng kam oylik ish haqining to'rt baravari miqdorida davlat boji to'lanadi.

Tadbirkorlik sub'ektlari davlat ro'yxatidan o'tkazilganligi uchun Inspeksiyaalarda ro'yxatdan o'tkazish yig'imi undiriladi. Ro'yxatdan o'tkazish yig'implarining cheklangan stavkalari har yili O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarori bilan belgilanadi.

Ob'ektlarni qurish, qayta ixtisoslashtirish va rekonstruktsiya qilish, turar joy binolarini noturar joy toifasiga o'tkazish uchun zarur bo'lgan ruxsat beruvchi hujjatlarni vakolatli organlarda va foydalanish tashkilotlarida rasmiylashtirish tadbirkorlik sub'ekti yoki uning muassasasining arizasiga ko'ra Inspeksiya tomonidan ta'minlanadi.

Ariza beruvchi (tadbirkorlik sub'ekti yoki uning muassasasi) Inspeksiyaaga:

- tadbirkorlik sub'ektini, ayni paytda ruxsat beruvchi hujjatlarni rasmiylashtirgan holda, davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun;
- tadbirkorlik sub'ektini ruxsat beruvchi hujjatlarni rasmiylashtirmasdan davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun murojaat qilishi mumkin.

Ilgari ro'yxatdan o'tkazilgan tadbirkorlik sub'ektlari ham Inspeksiyaaga ruxsat beruvchi hujjatlarni rasmiylashtirish uchun murojaat qilishlari mumkin. Bunda ro'yxatdan o'tkazish yig'imi (davlat boji) undirilmaydi.

Tadbirkorlik sub'ektini ruxsat beruvchi hujjatlarni rasmiylashtirgan holda davlat ro'yxatidan o'tkazishning ariza berilgan sanadan boshlab ruxsat beruvchi hujjatlar rasmiylashtirilgungacha umumiy muddati texnik shartlarni va boshqa ruxsat beruvchi hujjatlarni berish bilan bog'liq ishlarning murakkabligi va sermehnatligi darajasiga qarab 7 ish kunidan bir oygacha doirada belgilanadi.

Inspeksiya tomonidan ruxsat beruvchi iujjatlar rasmiylashtirilganda tegishli ruxsat beruvchi hujjatlar berilganligi uchun vakolatli organlar xizmatlariga haq to'lash faqat Inspeksiya orqali amalga oshiriladi.

Tadbirkorlik sub'ekti bo'lmagan va ob'ektlardan tadbirkorlik maqsadlarida foydalanish niyatida bo'lmagan shaxslar ham ruxsat beruvchi tartib-qoidalardan vakolatli organlarda va foydalanish tashkilotlarida o'tadilar, shu jumladan muiandislik kommunikatsiyalariga ulanish (gaz, energiya, suv ta'minoti, kanalizatsiya, isiqlik ta'minoti, telefon aloqasi) uchun texnik shartlar olish, ob'ektlarni qurish va rekonstruktsiya qilish, mazkur Nizomga muvofiq turar joy binolarini noturar joy toifasiga o'tkazishni rasmiylashtirish, Inspeksiyaaga murojaat qilish bilan bog'liq normalar bundan mustasno.

5.2. Kichik biznes sub'ektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish

Kichik biznes sub'ektlarini yuridik shaxs sifatida ro'yxatdan o'tkazish uchun ro'yxatdan o'tkazuvchi organga (shaxsan kelib yoki pochta orqali) **5-ilovaga muvofiq** shakldagi ariza taqdim etiladi. Davlat ro'yxatidan otkazish to'g'risidagi arizaga:

- ta'sis iujjatlarining notarial tasdiqlangan ikki asl nusxasi (davlat korxonalari negizida tashkil etilgan aktsiyadorlik jamiyatlarini ro'yxatdan o'tkazish uchun notarial tasdiqlangan ta'sis iujjatlari talab etilmaydi);
- tadbirkorlik sub'ektning pochta manzilini tasdiqlovchi iujjat (fermer va deiqon xo'jaliklari, shuningdek davlat korxonalari negizida tashkil etiladigan aktsiyadorlik jamiyatlari bundan mustasno);
- davlat bojining yoki ro'yxatdan o'tkazish yig'imining belgilangan miqdori to'langanligi to'g'risidagi bank to'lov hujjati (deiq'on xo'jaliklari, shuningdek davlat korxonalari negizida tashkil etiladigan aktsiyadorlik jamiyatlari bundan mustasno);
- belgilangan tartibda shaharlar (tumanlar) statistika organlari tomonidan berilgan firma nomi to'g'risidagi guvoinoma;
- muir va shtamp eskizlari uch nusxada ilova qilinadi.

Ko'rsatilgan iujjatlarga qo'shimcha ravishda:

a) bozorlarni davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun - uni tashkil etishga shahar (tuman) hokimligining roziligi (yoki qarori);

b) xorijiy investitsiyalar ishtirokidagi korxonalar va xorijiy sarmoya ishtirokidagi boshqa tashkilotlarni davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun:

- xorijiy muassis to'g'risida yuridik shaxs ro'yxatdan o'tkazilgan joydagi savdo reestrndan ko'chirma va O'zbekiston Respublikasining konsullik muassasasi tomonidan belgilangan tartibda legalizatsiya qilingan, bular mavjud bo'lmagan taqdirda, ro'yxatdan o'tkazilgan davlat Tashqi ishlar vazirligida, mazkur mamlakatning O'zbekiston Respublikasidagi konsullik muassasasida yoki diplomatik vakolatxonasida legalizatsiya qilingan, keyinchalik O'zbekiston Respublikasi Tashqi ishlar vazirligining Konsullik boshqarmasida tasdiqlangan bankning tavsiya xati taqdim etiladi. (O'zbekiston Respublikasi norezidentlari bo'lgan jismoniy shaxslar bankning tavsiya xati va o'z pasportlariga oid ma'lumotlar nusxasini taqdim etadi). Agar xorijiy mutahassisning korxona (tashkilot) ustav fondiga ulushi intellektual mulk iisoblansa, u iolda ariza beruvchi baholovchi tomonida qonun hujjatlarida belgilangan tartibda tuzilgan baholash to'g'risidagi xulosasini taqdim etishi kerak;
- xorijiy investitsiyalar ishtirokidagi korxonaning ustav fondi 20 mln AQSh dollarini yoki undan ortiq'ni tashkil etgan taqdirda Vazirlar Maikamasining O'zbekiston Respublikasi hududida xorijiy investitsiyalar ishtirokidagi korxona tashkil etish to'g'risidagi qarorining nusxasi;
- har bir muassis tomonidan korxona ustav fondidagi ulushi miqdorining 30 foizi to'langanligini tasdiqlovchi hujjatlar (vaqtinchalik so'mlardagi va valyutadagi jamlovchi hisob raqamlariga pul mablajlari to'langanligi to'g'risida bank ma'lumotnomasi, O'zbekiston Respublikasi hududiga mol-mulk olib kelinganligini tasdiqlovchi bojxona hujjati, mol-mulkni topshirish-qabul qilish dalolatnomasi, mol-

mulkka egalik huquqini tasdiqlovchi hujjat, qo'shilayotgan mol-mulkka egalik huquqini tasdiqlovchi hujjat va boshqalar);

v) bir shaxsdan ortiq shaxs tomonidan tashkil etilayotgan aktsiyadorlik jamiyatlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun ta'sis yig'ilishi (konferentsiya) protokoli;

g) cheklangan va qo'shimcha mas'uliyatli jamiyatlarni va xo'jalik shirkatlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun har bir muassis tomonidan ustav fondiga ta'sis hujjatlarida ko'rsatilgan o'z ulushining 30 foizi to'langanligini tasdiqlovchi bank ma'lumotnomasi taqdim etiladi. Agar tadbirkorlik sub'ekti ustav fondi yoki uning bir qismi mulkiy ulush (ko'chmas mulk, asbob-uskuna va boshqalar) yoki intellektual mulk hisobiga shakllantirilgan taqdirda bank ma'lumotnomasi talab qilinmaydi, ta'sis hujjatlaridagi ustav fondini shakllantirish manbalariga k'rsatma muassislar niyatini tasdiqlaydi;

d) deiqon xo'aligini (yuridik shaxslarni) davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun qishloq xo'jaligi kooperativi (shirkat xo'aligi) umumiy yig'ilishining, yoki yuqori boshqaruv organining yoxud boshqa qishloq xo'jaligi kooperativi ish beruvchisining (ma'muriyatining) xo'jalikni tashkil etish to'g'risidagi qarori va tuman hokimining er uchastkasi berish to'g'risidagi qarori;

e) fermer xo'jaligini davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun:

tuman hokimining er uchastkasi berish to'g'risidagi qarori;

hokimliklar tomonidan tashkil etiladigan tanlov komissiyasining er uchastkasi berish to'g'risidagi protokoli, tovar qshloq xo'jaligi ishlab chiqarishini tashkil etish biznes-rejasi nusxasi;

j) yuridik shaxslarni qo'shib yuborish, bo'lish, ajratib chiqarish yoki o'zgartirish shaklida qayta tashkil etiladigan tadbirkorlik sub'ektlarini davlat ro'yxatidan otkazish uchun:

- qayta tashkil etilayotgan yuridik shaxslarga ma'lum bo'lgan barcha kreditorlar yozma ravishda xabardor qilinganligini va ommaviy axborot vositalarida qayta tashkil etish to'jrisida axborot e'lon qilinganligini tasdiqlovchi hujjat;

- qayta tashkil etilayotgan yuridik shaxslarning ularning barcha kreditorlari va qarzdorlariga, shu jumladan tomonlar da'volashayotgan majburiyatlarga nisbatan barcha majburiyatlari bo'yicha huquqiy voris to'risidagi qoidalar ko'rsatilgan topshirish dalolatnomasi (qo'shib yuborishda va o'zgartirishda) yoki bo'lish vedomosti (bo'lishda va ajratib chiqarishda);

- ro'yxatdan o'tkazish to'g'risidagi guvoinomaning asl nusxasi, o'zgartirilayotgan yuridik shaxsning muiri va shtampi (yuridik shaxsni o'zgartirish yo'li bilan tashkil etilayotgan tadbirkorlik sub'ektini ro'yxatdan o'tkazishda taqdim etiladi).

Tadbirkorlik sub'ektining Ustavi, mas'uliyati cheklangan va qo'shimcha majburiyatli jamiyatlar uchun - ta'sis shartnomasi va ustav, to'liq va kommandit shirkatlar uchun esa faqat ta'sis shartnomasi tadbirkorlik sub'ekti - yuridik shaxs tomonidan ro'yxatdan o'tkazuvchi organga taqdim etiladigan ta'sis hujjati hisoblanadi.

Muassislardan biri tomonidan tegishli binoni (shu jumladan turar joyni) tadbirkorlik sub'ektining pochta manzili sifatida foydalanishga bo'lgan huquqini tasdiqlovchi hujjat (mulkchilik huquqiga bo'lgan dalolatnoma, binoni sotib olishga, ijaraga olishga shartnoma yoki ijaraga beruvchining bino ijarasi to'jrisidagi kafolat

xati, shuningdek yashash joyidan berilgan ma'lumotnoma) tadbirkorlik sub'ektnining pochta manzilini tasdiqlovchi hujjat bo'lib xizmat qilishi mumkin.

Firma nomi to'g'risidagi guvoinomani olish uchun tadbirkorlik sub'ekti muassisi tuman (shaiar) statistika organlariga murojaat qiladi.

Arizani ko'rib chiqish va firma nomi to'g'risidagi guvoinomani yoki shunga oxshash firma nomi mavjudligi to'g'risidagi axborotni berish muddati uch ish kunida oshmasligi kerak.

Firma nomi to'g'risidagi guvoinoma yoki shunga o'xshash firma nomi mavjudligi to'g'risida axborot berilganligi uchun to'lov undirilmaydi.

16. Davlat ro'yxatidan o'tish uchun yakka tartibdagi tadbirkor tomonidan yashash joyidagi Inspektsiyaga (shaxsan hozir bo'lgan holda) mazkur Nizomga ilovaga muvofiq(ilovaga qarang) shakl bo'yicha davlat ro'yxatidan o'tkazish to'g'risida ariza taqdim etiladi.

Davlat ro'yxatidan o'tkazish to'g'risidagi arizaga 3x4 sm o'lchamli ikkita fotosurat; ro'yxatdan o'tkazish yijimining belgilangan miqdori to'langanligi to'g'risidagi bank to'ov hujjati, muir va shtamp eskizlari uch nusxada taqdim etiladi (yakka tartibdagi tadbirkor xoiishiga ko'ra). Ariza berishda pasport ko'rsatiladi.

17. Yuridik shaxs bo'lmagan dehqon xo'jaliklarini davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun Inspektsiyaga (shaxsan iozir bo'lgan holda) mazkur Nizomga 6-ilova muvofiq shakl bo'yicha davlat royxatidan otkazish to'g'risida ariza taqdim etiladi. Arizaga:

- qishloq xo'jaligi kooperativi (shirkat xo'jaligi) umumiy yijilishining yoki yuqori boshqaruv organining, yoxud boshqa qishloq xo'jaligi korxonasi ish beruvchisi (ma'muriyati)ning xo'jalik tashkil etish to'g'risidagi qarori;
- muir va shtamp eskizlari (yakka tartibdagi tadbirkor xoiishiga ko'ra) ilova qilinadi.
- Ariza berishda pasport ko'rsatiladi.

Tadbirkorlik sub'ektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish va ularni hisobga qo'yish:

- yuridik shaxslarni - 5-ilovaga muvofiq (ilovaga qarang) sxema bo'yicha;
- yakka tartibdagi tadbirkorlar va yuridik shaxs bo'lmasdan tashkil etilgan dehqon xo'jaliklarini 6-ilovaga muvofiq (ilovaga qarang)sxema bo'yicha berilgan arizalarga ko'ra amalga oshiriladi.

Royxatdan o'tkazuvchi organ tomonidan ro'yxatdan otkazish yoki asoslangan iolda rad etish to'g'risidagi qaror zarur hujjatlar ilova qilingan ro'yxatdan o'tkazish to'g'risidagi ariza olingan kundan boshlab:

- yakka tartibdagi tadbirkorlar va yuridik shaxs bo'lmasdan tashkil etilgan dehqon xo'jaliklari bo'yicha - 2 ish kunidan ortiq bo'lmagan muddatda;
- yuridik shaxs sifatidagi barcha tadbirkorlik sub'ektlari bo'yicha 3 ish kunidan ortiq bo'magan muddatda qabul qilinadi.

Ariza beruvchi ro'yxatdan o'tkazuvchi organning qaroridan, uning mansabdor shaxslarining noqonuniy xatti-harakatlaridan (harakatsizligidan) norozi bo'lgan yoki ro'yxatdan o'tkazish muddatlari buzilgan taqdirda belgilangan tartibda sudga murojaat qilishga ihqlidir.

Ro'yxatdan o'tkazuvchi organ tomonidan yuridik shaxsni tashkil etgan barcha tadbirkorlik sub'ektlarining davlat ro'yxatidan o'tkazilganligi haqidagi ma'lumotlar mazkur Nizomga muvofiq yuridik shaxslarning davlat reestriga kiritiladi. Yakka

tartibdagi tadbirkorlar va yuridik shaxs bo'lmasdan tashkil etilgan dehqon xo'jaliklari to'g'risidagi ma'lumotlar

Ro'yxatdan o'tkazuvchi organlar davlat ro'yxatidan o'tkazilgan kundan boshlab bir kun mobaynida belgilangan shakl bo'yicha davlat reestridan olingan ma'lumotlarni tadbirkorlik sub'ekti joylashgan joydagi:

- yuridik shaxslar bo'yicha - statistika, soliq organlari hamda muir va shtamp eskizlarini uch nusxada ilova qilgan holda ichki ishlar organlariga;
- yakka tartibdagi tadbirkorlar va yuridik shaxs bo'lmasdan tashkil etilgan dehqon xo'jaliklari bo'yicha - soliq organiga hamda muhr va shtamp eskizlarini (ariza beruvchi xohishiga ko'ra) uch nusxada ilova qilgan holda ichki ishlar organlariga taqdim etadi.

Mazkur Nizomda ko'rsatilgan ma'lumotlar olingach ikki kun muddatda:

- soliq organlari - yuridik shaxsni, yakka tartibdagi tadbirkorni, yuridik shaxs bo'lmasdan tashkil etilgan dehqon xo'jaligini, shu jumladan byudjetdan tashqari Pensiya jamjarmasiga, ish bilan ta'minlash jamg'armasi va yo'l jamjarmasiga (tegishli jamjarmalarga badal to'lovchilar hisoblangan sub'ektlar uchun) sug'urta badallari to'lovchi sifatida (yuridik shaxs bo'lmasdan tashkil etilgan dehqon xo'jaliklaridan tashgari) hisobga qo'yadi, ularga soliq to'lovchining identifikatsiya raqamini beradi va uni statistika va ro'yxatdan o'tkazuvchi organlarga rasman ma'lum qiladi;
- statistika organlari - yuridik shaxsni korxonalar va tashkilotlarning Yagona davlat registriga kiritadi, ro'yxatdan o'tkazish kartasini to'ldiradi hamda ro'yxatdan o'tkazuvchi va soliq organlariga tadbirkorlik sub'ektiga berilgan kodlarni rasman ma'lum qiladi;
- ichki ishlar organlari muhr va shtamp tayyorlashga ruxsatnomani rasmiylashtiradi hamda ro'yxatdan o'tkazuvchi organga eskizning ikki nusxasi bilan birgalikda muhr va shtamp tayyorlashga ruxsatnomani yuboradi.

Ro'yxatdan o'tkazuvchi organlar yilning har choragida ro'yxatdan o'tkazilgan va hisobda turgan ro'yxatdan o'tkazilgan tadbirkorlik sub'ektlari sonini soliq va statistika organlari bilan solishtiradi.

Shunday qilib, yangi korxonani tashkil etish bir necha bosqichdan iborat:

- Ta'sischi tarkibini aniqlash va ta'sis xujjatini ishlab chiqish;
- Korxonani tashkil etish va uning faoliyati haqida shartnoma tuzish;
- Korxona nizomini tasdiqlash va birinchi bayonnomani tasdiqlash;
- Bankda vaqtiincha hisob raqamini ochish;
- Korxonani ro'yxatdan o'tkazish;
- Davlat rees-triga kiritish uchun korxona haqidagi ma'lumotlarni toplash;
- Korxona ishtirokchilari omonotlarini bankka tola kiritish;
- Bankda doimiy hisob raqamini ochish;
- Korxonani tuman soliq inspeksiyasida ro'yxatdan otkazish;
- Dumaloq muhr va burchakli shtamp tayyorlashga ruxsatnoma olish;
- Dumaloq muhr va burchakli shtampni tayyorlash.

5.3. Kichik biznes subyektlarini tashkil etish va tugatishdagi muammolar

Tadbirkorlik faoliyatini to'xtatish mulk egasining yoki sud qarori bilan to'xtatiladi. Ishbilarmonlik faoliyati sud orqali quyidagi hollarda to'xtatiladi: bir necha marotaba ogohlantirishga va boshqa turdagi jazo choralari qo'llanishiga qaramay qonun qo'pol ravishda buzilsa; qonunda ma'n qilingan faoliyat bilan shug'ullansa; tadbirkor bankrot deb topilsa; maxsus ruxsatnoma(litsenziya) talab qilinadigan tadbirkorlik faoliyati bunday ruxsatnomasiz amalga oshirilsa va qonunda tutilgan boshqa xollarda to'xtatiladi.

Shaxsiy mulk asosida o'z faoliyatini olib borayotgan tadbirkor dunyodan o'tganda (vafot etganda), unda uning huquq va majburiyatlari uning erosxo'rlariga o'tadi. Korxona faoliyati yuqori nazorat olib boruvchi tashkilotlar - soliq qo'mitalarining respublika(shahar, tuman) organlari, sanitariya, boshqa vazirliklar va idoralar tomonidan tekshiruvlarni amalga oshirsa va tadbirkor faoliyatini noqonuniy to'xtatsa, buning natijasida kelgan zararni qoplashlari shart. "Tadbirkorlik subyektlarini tekshirishni yanada qisqartirish va uning tizimini takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida" **5oktabr 2005 yil** O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Farmonida belgilab qo'yilganki, nazorat organlarining mansabdor shaxslari tadbirkorlik subyektlari ruxsatsiz tekshirilganligi va ularning xo'jalik faoliyatiga noqonuniy aralashilganligi uchun yetkazilgan iqtisodiy zararining o'zni qoplangan xolda, xatto jinoiy javobgarlikka xam tortiladi.

Lekin, rasmiy va amaliy axborotlarni sinchkovlik bilan o'rganish tadbirkorlik sohasida Respublikamizda anchagina muammolar mavjudligini ko'rsatadi. Xalqaro moliyaviy korporatsiyaning bu borada olib borgan tadqiqoti so'rovnomasida ishtirok etgan respondentlarning-1500 dan ziyod tadbirkorlarning 15 foizi korxonani ro'yxatdan o'tkazishda norasmiy to'lovlar to'lashga to'g'ri kelganini tasdiqladi.⁷ Ko'pchilik respondentlar ro'yxatdan o'tkazish jarayonida juda ham ko'p xujjatlar talab qilinganligi, bu ko'p vaqtni olgani, ortiqcha byurokratizm mavjudligini ta'kidlaganlar. Xatto, ro'yxatdan o'tkazishning "bir darchaga" deb nomlangan yangi tartibini belgilab bergan qoidalarga rioya qilingan holda ham ruxsotnoma olish 10 kungacha cho'zilmoqda. Har bir ruxsat beruvchi organ o'rtacha 7 kunda ruxsatnoma berdi.

2005 yilda O'zbekiston Respublikasi Prezidenti tomonidan qabul qilingan qarorlar va boshqa me'yoriy xujjatlar vazirliklar, boshqarmalar, mahalliy hokimiyat organlari tomonidan tadbirkorlar manfaatiga, davlat qonunlariga zid bo'lgan, undan yuqori qo'yilgan, tadbirkorlik subyektlarini tashkil etishida qiyinchiliklarni tug'diradigan, ko'pincha keraksiz xujjatlar talab qiladigan qo'llanmalar, me'yoriy aktlarni qabul kilinishini man qiladi. Shuni ta'kidlash joizki, qabul qilinayotgan me'yoriy xujjatlarda ko'rsatilgan barcha imtyozlar amalda to'la joriy qilinyapti deyish qiyin.

^{7 7} "Проблемы регистрации субъектов малого бизнеса" //Бизнес –вестник Востока.- 2003.-№ 49.- с.8.

Bugungi kunda kichik biznesni tashkil etish, boshqarish, rivojlantirish va tugatish borasida tadbirkorlarning iqtisodiy va huquqiy bilim va ko'nikmalarni rivojlantirish tobora muhim ahamiyat kasb etib bormoqda. Ma'lumki, bugungi kunda oliy va o'rta maxsus o'quv yurtlarida tadbirkorlik va kichik biznes asoslari bo'yicha bir qator fanlar kiritilgan. Biroq, bu kichik biznes muommolarini yechimi bo'la olmaydi. Chunki, **birinchidan**, tadbirkorlarning barchasi ham oliy va o'rta maxsus ma'lumotiga ega emas, ya'ni bu o'quv kurslarining siru-asroridan xabardor emaslar. **Ikkinchidan** esa, bu o'quv kurslarini nafaqat biznes inkubatorlari va biznes infrastrukturalarida, balki har bir tuman(shahar) hokimliklari, mahalliy tashkilotlar tomonidan tashkil qilinishi maqsadga muvofiqdir. Shunday qilib, ro'yxatdan o'tkazishning "bir darchaga" deb nomlangan yangi tartibi kichik biznes subyektlarini ro'yxatdan o'tkazish tizimini bir muncha yengillashtirdi, biroq vilyatlarda bu mexanizmni amalga oshirilishini doimiy nazoratda ushlab turish lozim.

5.4. Yangi korxonani litsenziya olish tartibi

Litsenziya bu - davlat yoki korxona, tashkilotlar tomonidan biron iqtisodiy faoliyatni bajarishga rozilik berish, ixtirolarga, texnik yangiliklarga, ishlab chiqarish tajribasi, ishlab chiqarish sirlari, tijorat axborotlaridan ma'lum muddatga foydalanish uchun beriladigan ruxsatnoma. Litsenziya beruvchi litsenziar, oluvchi litsenziat deyiladi. Sodda qilib aytganda, litsenziya - rasmiy ruxsatnomadir. **Tadbirkorlik faoliyatining** ayrim turlari bilan shug'ullanish uchun davlat tomonidan vakil qilingan organlardan litsenziya olgandan keyingina ijozat beriladi. Litsenziya beruvchi organlar **4-jadvalda** keltirilgan.

Kerakli xujjatlar va ariza berilgandan so'ng, 30 kun ichida litsenziya berish hakida qaror qabul qilinadi. Agar litsenziya berish uchun kerakli qaror qabul qilishda ekspertiza talab kilinsa, bu ekspertizani vazifasi nazorat qilishdan iborat bo'lgan davlat organlari amalga oshiradi. Ekspertiza xulosasi olingandan so'ng, 15 kun mobaynida ariza va kerakli xujjatlar topshirilgach, 60 kundan kechiktirmay, qaror qabul kdlinadi. Bunda ekspertiza o'tkazish uchun ketgan harajatlarni ariza beruvchi to'laydi. Agar tadbirkor ruxsat etilgan faoliyatni amalga oshirishda litsenziyada belgilangan qonun-qoidalarni yoki amaldagi qonunlarni buzsa, tadbirkorlik faoliyati tugatilsa, shuningdek aholi hayotiga xavf-xatar keltiruvchi faoliyat bilan shug'ullansa, u holda litsenziya bergan muassasa tadbirkorni litsenziyadan foydalanish huquqidan mahrum qilishga haqlidir.

Litsenziya beruvchi organlar

T/r	Litsenziya beruvchi organlar	Faoliyat turlari
1.	Vazirlar Maxkamasi	raketa-kosmik majmui; aloqa tizimlari; kimmatbaho metallar; qimmatbaho toshlar qazib olish; qimmatbaho toshlar va metallardan zargarlik buyumlari yasash; havo transporti va boshqalar
2.	Adliya vazirligi	yuridik shaxslarning yuridik faoliyat bilan shug'ullanishga, masalan, advo-katlik maslax.ati, notarial idora va boshqa faoliyatlarga.
3.	Moliya vazirligi	qimmatli qog'ozlarni chiqarish; lotereya uyinlarini o'tkazish va hokazo
4.	Markaziy bank	valuta qiymatliklari bilan opera-siyalar o'tkazish va xrkazo.
5	Ichki ishlar Vazirligi	Ovchilik va sprort o'qoar qurollari hamda o'q-dorilar ishlab chiqarish, to'zatish va sotish; sovuq qurollar ishlab chiqarish va sotish; tarkibida norkotik moddalar bo'lgan ekinlarni ekish, qayta ishlash va sotish, norkotik moddalar tayyorlash sotish va boshqalar
6	Sog'liqni saqlash vazirligi	Farmakologik preparatlar ishlab chiqarish va sotish; tibbiy xizmat ko'rsatish; parfumeriya va kosmetika buyumlari, maishiy kimyo buyumlarini tayyorlash va hokoza
7	Xalq ta'limi, Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirliklari	Sog'lomlashtirish va bolalar. O'smirlar hamda yoshlar lagerini tashkil qilish; xuquqiy o'quv maskanlarini ochish va hokoza;
8	O'zbekiston pochta va telekommunikatsiyalar agentligi	aloqa xizmati ko'rsatish va xrkazo.

5.5. Kichik biznes xo'jalik subyektlari faoliyatini sertifikatlashtirish.

Sertifikatsiya –bu mos kelish sertifikat yoki tamg'asi yordamida mahsulot, ish yoki xizmati ma'lum me'yorlarga yoki texnik shartga mos kelishini aniqlash maqsadida qilinadigan harakatdir. **Sertifikatsiyaga o'tish**- mahsulot beruvchi va ist'mol qiluvchi shaxslar o'rtasida munosabatlarni takomillashuviga guvohlik beradi, mahsulotni iste'molga to'la tayyorligiga kafolat berilishini ta'minlaydi. Sifatni boshqarish tizimlarini sertifikatlashtirish tovar va xizmatlar sifatini oshirishda katta ahamiyatga ega. Tovarlarini nisbati doimiy tarzda nazorat qilib boriladi. Tovarlarining yoki xizmatlarning sifatini baholashda ularning sifat ko'rsatkichlarini me'yoriy xujjatlardagi normalarga mosligi tekshiriladi. Sertifikatsiya mahsulot, ish va xizmatlarning quyidagi hujjalarga asosan belgilangan talablarga muvofiq bo'lishiga qarab o'tkazilishi mumkin: xalqaro va xorijiy standartlarga binoan; davlat

standartlariga asosan; iste'molchi tanlangan boshqa me'yoriy texnik xujjatlar bo'yicha.

O'zbekiston Respublikasida sifatni nazorat qilish va boshqarishni mamlakat miqyosida O'zbekiston Respublikasi standartlashtirish, sertifikatlashtirish va metrologiya agentligi amalga oshiradi. Bundan tashqari mamlakatimizda 90 ga yaqin sertifikatlashtirish va 300 ga yaqin sinov laboratoriyalari faoliyat ko'rsatmoqda.

“Mahsulotlarni sertifikatlashtirishini amalga oshirish tartibi to'g'risidagi” O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Maxkamasining 6906.07.2004 yildagi № 318 - sonli qaroriga 1-ilovada keltirilgan nizom majburiy va ixtiyoriy sertifikatlashtirishga nisbatan qo'llanadi. Majburiy sertifikatlashtiriladigan va shunga muvofiq muvofiqlik deklaratsiyasi bilan tasdiqlanadigan mahsulotlar ro'yxati O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Maxkamasi tomonidan belgilanadi. Sertifikatlashtirish qoidaga ko'ra ikki bosqichda amalga oshiriladi: birinchi bosqich “O'zstandart” agentligida akkreditatsiya qilingan sanitariya nazorati organlari tomonidan gigiyenik sertifikatni rasmiylashtirishni o'z ichiga oladi. Bunda zaruriyatga qarab davlat veterinariya nazorati organlari va o'simliklar karantini bo'yicha davlat xizmatidan veterinar va fitosanitar xulosalarni olish zarur bo'ladi. Tadbirkor bunda gigiyenik sertifikatni olish uchun ariza bilan bir qatorda belgilangan tartibda akkreditatsiyadan o'tgan Sertifikatlashtirish organlariga muvofiqlik sertifikatini rasmiylashtirish uchun ariza berishga xaqlidir. Bundan u mos holdagi xulosalarni olish uchun veterinar va fitosanitar organlariga murojaat qilishga haqlidir. Ikkinchi bosqichda Sertifikatlashtirish organlari tomonidan muvofiqlik sertifikatini berish amalga oshiriladi. Sertifikatlashtirish organlari tadbirkorlik faoliyati subyektlari tomonidan berilgan yozma arizaga muvofiq ravishda sertifikatlashtirishni o'tkazish bo'yicha agentlik xizmatlarini ko'rsatishi va davlat sanitariya nazorati organlari, davlat veterinariya nazorati organlari, o'simliklar karantini bo'yicha davlat xizmati hamda tabiatni muxofaza qilish davlat organlaridan zarur bo'lgan barcha xulosalarni olishga xaqlidir. Bunda majburiyatni hamda probalarni to'g'ri tanlash va ularni mutasaddi davlat organlariga berish bo'yicha ma'suliyatni Sertifikatlashtirish organlari o'z zimmlariga olishadi. Ko'rsatilgan xizmatlar uchun to'lovlar tariflar bo'yicha amalga oshiriladi.

Bizning fikrimizcha, yuqorida ko'rib chiqilgan tartibda standartlashtirish va sertifikatsiyalashtirish kichik biznes qatnashchilarida juda ko'p vaqt va mablag'ni talab qilmoqda. Hozirgi kunda (2005 yil dekabrda) O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlis Qonunchilik palatasi va Senatining majlislarida boshqa bir qancha qonunlar bilan bir qatorda mahsulotlarni standartlashtirish va sertifikatsiyalash bo'yicha qonun va me'yoriy hujjatlarni qayta ko'rib, tadbirkorlarni faoliyatini samaradorligini oshirish maqsadida yanada soddalashtirilmoqda.

Qisqa xulosalar

Tadbirkorlik subyektlarini tashkil etishdagi, ya'ni xujjat-larni tayyorlash, ularni ro'yxatdan o'tkazishdagi turli-tuman byurokratik to'siqlar, nayranglar natijasida sarf-harajat-lar, vaqt va imkoniyatlarning bekor ketishi va pirovard nati-jada tadbirkorning

bunday ishni boshlashdan soʻnib, bezor boʻlib ketishi, ishtiyoqning yuqolishi xalixamon kuzatilmoqda.

Nazorat va muloxaza uchun savollar

1. Yangi korxonani tashkil etish tartibi qanday?
2. Yakka tartibdagi tadbirkorlar va yuridik shaxs boʻlmasdan tashkil etilgan dehqon xoʻjaliklarini davlat roʻyxatidan oʻtkazish tartibi qanday?
3. Xalqaro moliyaviy korporatsiyaning olib borgan soʻrovnomasida ishtirok etgan respondentlarning fikricha, ruxsotnoma olish jarayonidagi toʻsiqlar
4. Bu borada olib borilgan tadqiqot soʻrovnomasida ishtirok etgan respondentlarning fikricha, roʻyxatdan oʻtgandan keyin tegishli organlardan ruxsatnoma olish uchun gancha vaqt ketgan?
5. Roʻyxatdan oʻtkazish jarayonidagi maʼmuriy toʻsiqlar qanday?
6. Roʻyxatdan oʻtkazish jarayonini takomillashtirish chora tadbirlari haqida soʻzlab bering.
7. Sizning fikringimzcha yana qanday choralarni amalga oshirish mumkin?
8. Yangi korxonani litsenziya olish tartibi qanday?
9. Roʻyxatdan oʻtkazish jarayonidagi Inspeksiyaning vazifasi nimadan iborat?
10. Tadbirkorlik sub'ektlarini yuridik shaxslarni sifatida davlat royxatidan otkazish tartibi qanday?

Asosiy adabiyotlar

1. Ўзбекистон Республикасининг “Хусусий корхоналар тўғрисида”ги Қонуни. Қонун ва қарорлар тўплами. Т., “Ўзбекистон”, 2004., №3
2. Ўзбекистон Республикасининг “Акциядорлик жамиятлари ва акциядорларнинг ҳуқуқларини ҳимоя қилиш тўғрисида”ги қонуни // Тадбиркорликка оид қонун ҳужжатлари тўплами. 1 том. - Т.: Ўзбекистон Республикаси Адлия вазирлиги, 2002.
3. Ўзбекистон Республикасининг “Масъулияти чекланган ва қўшимча масъулиятли жамиятлар тўғрисида”ги қонуни 2001 йил 6 декабрь // Тадбиркорликка оид қонун ҳужжатлари тўплами. 1 том. - Т.: Ўзбекистон Республикаси Адлия вазирлиги, 2002.
4. Ўзбекистон Республикасининг “Хўжалик ширкатлари тўғрисида”ги қонуни, 2001 йил 6 декабрь // Тадбиркорликка оид қонун ҳужжатлари тўплами. 1 том. - Т.: Ўзбекистон Республикаси Адлия вазирлиги, 2002.
5. “Тадбиркорлик фаолиятини ташкил этиш учун рўйхатдан ўтказиш тартиботлари тизимини тубдан такомиллаштириш тўғрисида” Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 20 август 2003 йил 357-сонли қарори //Халқ сўзи .-2003.-22 август.
6. 5.“Махсулотларни сертификатлаштиришни амалга ошириш тартиби тўғрисидаги” Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 6 июл 2004 йилдаги № 318 -сонли қарори//Халқ сўзи .-2004.-7 июль
7. “Проблемы регистрации субъектов малого бизнеса” //Бизнес –вестник Востока.- 2003.-№ 49.- с.8.

V1 BOB: KICHIK BIZNES FAOLIYATINI REJALASHTIRISH

6.1. Kichik biznesfaoliyatini strategik rejalashtirish.

Bozor iqtisodi qonunlari amal qilgan sharoitda faoliyat korsatuvchi kichik biznes sub'ektlari o'zining joriy va istiqboldagi strategiyasi aniq tasavvur etishi kerak, chunki bozor ishlab chiqarishni tashkil etish va rejalashtirishda xatolarni, o'ylanmay qilingan hatti-harakatlarni kechirmaydi.

Har qanday ongli kishi uzoq safarga chiqmoqchi bo'lsa, albatta oldindan reja tuzib oladi – qayerga borish, qaysi yo'l bilan yetib borish haqida o'ylab ko'radi. afar qay darajada uzoq davom etsa, reja shuncha puxta tuzilishi lozim.

Xuddi shu kabi, kichik biznes boshqaruvchisi biron bir faoliyatni boshlashdan avval albatta uni qanday boshlash kerak, bu biznes faoliyati natijasida nimaga erishadi, uni qaysi yo'l bilan amalga oshirish mumkinligi haqida o'ylaydi. Biznesni qanchalik barqaror bo'lishini xohlasalar, shunchalik uzoq muddatga mo'ljallangan dasturul-amalga ega bo'lishlari lozim.

Masalan, Massachusets shtati (AQSH)da joylashgan “Kids at large” firmasi tashkil topganda, strategik rejasining asosiy maqsadi - bozorda “o'z iste'molchisini” topish edi. Ular AQSHdagi har 4 boladan biri og'ir vaznli (semiz) ligini hisobga olgan holda, 4-14 yoshgacha bo'lgan bolalar uchun kiyim –kechak chiqarishni oldilariga maqsad qilib qo'ydilar. Reklama yaxshi natijalarni ko'rsatdi, chunki og'ir vaznli (semiz) bolarning ota-onalari kiyim topishga qiynalar edilar. “Kids at large” firmasini strategiyasi - an'anaviy ulgurji va chakana korxona tarmoqlaridan foydalanmay, pochta buyurtmalari dasturi orqali butun shtatda savdo qilishdan iborat edi. Yaxshi ishlab chiqilgan biznes strategiyasi natijasida ushbu kompaniya ma'lum vaqtda pochta orqali 130000 ta buyurtma olishga erishdi.⁸

Strategik rejalashtirish konsepsiyasining mohiyati kelajakka mo'ljallanganligidadir, iqtisodiyot rivojidagi yuqori darajali noaniqlikni hisobga oladi, ulkan sifatli maqsadlarga erishishga yo'naltirilgan, boshqaruvga yondoshishning variantlari ko'p bo'lishini talab etadi. Oldiga qo'yilgan maqsadlar va erishilgan natijalar o'rtasidagi uzilishni oldindan nazarda tutadi.

Strategik rejalashtirishning uzoq muddatli rejadan asosiy farqi shundaki, strategik rivojlantirishda o'tmishda belgilangan rivojlanish tendensiyalaridan foydalanishning imkoni yo'q. Bu yerda barcha marketing xavf-xatarlari va imkoniyatlarini taxlil qilish hamda baholashga alohida o'rin ajratiladi. Kichik biznesda strategik rejalashtirishda iqtisodiy –matematik usullar modellar keng ishlatiladi.

Firmaning strategiyasi-umumiy harakatlar rejasi, uning yordamida firma o'z maqsadlariga erishishga intiladi (maqsadlarga yetishish algaritmi).

Kichik biznes strategiyasi-firma strategiyasining asosiy qismini detallashtirish, bozordagi faoliyatining miqdor va sifat ko'rsatkichlari hamda yo'nalishlarining yig'indisidan va firma strategiyasini to'liqroq amalga oshirish mumkin bo'lgan

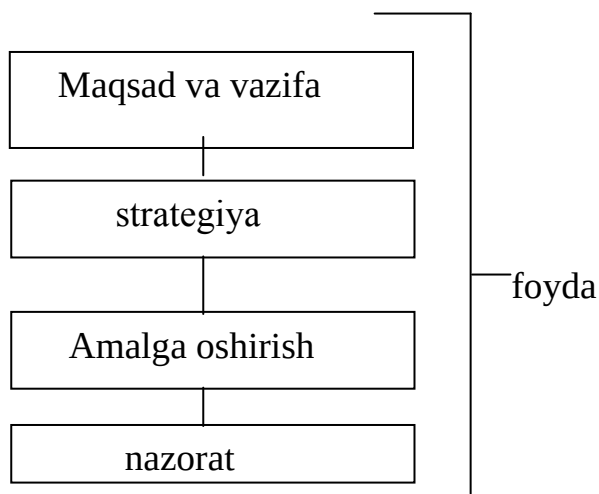
⁸ Манба: Gayle Sato Stodder, “On the Small Side” Entrepreneur. Июнь, 1991.- .209-210p.

marketingning alohida chora-tadbirlariga yo'naltiruvchi prinsipial qarorlardan iboratdir.

Strategik reja-operatsiyalar yig'indisi bo'lib, firma rahbarining nuqtai nazaridan qaraganda ularni bajarish uning strategiyasini amalga oshirishga olib keladi.

Taktika qisqa muddatli davrga (masalan: yil, chorak, oy) ishlab chiqiladi va zarur bo'lganda, biznesning strategik vazifalarini hal qilish maqsadida to'g'rilab chiqiladi. Samarali strategik rejani tuzish quyidagilarni bosqichma bosqich amalga oshirishni talab qiladi: firma maqsadini aniq belgilab olish; bozordagi raqobot holatini, distribyutor va maxsulot yetkazib beruvchilar, ularning moliyaviy xolatini o'z ichiga oluvchi biznes olib borish shart –sharoitlarini tahlil qilish; biznes faoliyatini va uni ishlab chiqarishga qo'shib ketishi jarayonini aniq ko'z oldiga keltirish ; tashqi xavf va ustunliklarni, ichki imkoniyat va nozik jihatlarni, raqobot ustunliklarni ko'rib chiqish. Xavf va ustunliklarni, ichki imkoniyat va nozik jihatlarni tekshirish SWOT tahlil deb ataladi va undan kichik/katta biznesni rejalashtirishda foydalaniladi.

Kichik biznes korxonasi faoliyatini maqsadi, vazifalari, strategiyasi, uni qanday amalga oshirish va nazorat qilinishi ushbu biznesdan keladigan foyda miqdorini belgilaydi. Buni oldindan ko'rib chiqish va rejalashtirish lozim.(6.1 rasm)



6.1. rasm. Kichik biznes korxonasi maqsadi, vazifalari, strategiyasi va nazoratni foyda miqdori bilan bog'liqligi.⁹

Rejalashtirishda maqsadni aniq belgilab olish – kichik biznes muvaffaqiyatining garovi xisoblanadi.

Ma'lumki maqsadlar doimo ma'lum bir cheklanishlar asosida amalga oshiriladi. Ular kichik biznes korxonasi ichidagi va tashqaridan qo'yiladigan cheklanishlar bo'lishi mumkin. Tashqi cheklanishlar qatoriga qonun me'yorlari, inflyatsiya, raqobatchilar, iqtisodiy ustuvorlikni o'zgarishi, aholi daromadlarini o'zgarishi, qarzdorlarning moliyaviy holati va boshqalar kiritilishi mumkin. Ichki cheklanishlarga esa kichik biznes korxonasi xarajatlar darajasi, ishlab chiqarish quvvatlari, marketing va boshqaruvning holati, turli darajadagi nomuvofiqliklar va

⁹ Джон Беоджерс.Дэн Штайнхофф, Основы управления малым бизнесом. Перевод с англ. - М.: БИНОМ, 1997 .- 67 с.

boshqalar kiradi. Shuning uchun kichik biznes korxonasi missiyasi, maqsadi va vazifalarini ishlab chiqish jarayonida uning faoliyatiga ta'sir qiluvchi ko'p sonli omillarni baholash zaruriyati tug'iladi.

6.2. Biznes g'oyalarining shakllanishi va biznes loyihalarini texnik-iqtisodiy asoslash

Tadbirkorlik g'oyasi - har qanday biznes tashabbusining asosidir. U doimo shakllanib borishi uchun tadbirkorlik qobiliyati, u yoki bu mahsulotni ishlab chiqarish haqida kerakli bilim, savdo, moliya, vositachilik va innovatsion faoliyat haqida tushuncha bo'lishi kerak.

Tadbirkorlik g'oyasi samarali bo'lishi uchun xo'jalik faoliyatining rejasini, amalga oshirish zarur bo'lgan muhim manbalarning birinchi o'rinda turuvchi muammolar belgilagan asosiy dasturni ishlab chiqish kerak.

Tadbirkorlik g'oyalarining yashovchanligini ta'minlovchi tashkil etuvchi elementlarga quyidagilar kiradi:¹⁰ kichik **biznesning** xo'jalikdagi **ahamiyatini** aniqlash; **raqobatbardoshlik**, ya'ni boshqa tadbirkorlik tizimlariga nisbatan iste'molchilar ehtiyoj va talabini qondirishda qo'li baland kelishiga ishonch xosil qilish; ma'lum sharoitda **g'oyalarni amalga oshirish; mahsulot-** ishlab chiqish strategiyasi, sotuvga tayyorlangan tovarlar yoki haridor ehtiyojlaridan kelib chiqadigan xizmatlar tahlilini; **bozorlar** -mahsulotni qayerda, qanday qilib, kimga va qanday narxda sotishni belgilab olish va shu bilan birga haridorning maqsadi qanday ekanligani aniqlab olish lozim: **manbalar-** joriy harajat va investitsiya. **Korxonadagi strukturaviy (tizimiy) o'zgarishlar-** filiallar va tarmoqlangan korxonalarni tashkil etish; **rivojlanish dasturi-** xo'jalik faoliyati va tovarlar sotiladigan bozor yo'nalishlarini ta'riflaydi, ishbilarmon faolligini oshiradi, korxonaning, tadbirkorlikning tashqi bozor muhitiga moslashuviga asoslanib, xo'jalik faoliyatini takomillashtiradi. Kichik korxona moslashuvini ta'minlash uchun xo'jalik faoliyatining umumiy rejasini ishlab chiqish, harajat tizimini, mahsulot yoki ko'rsatilayotgan xizmat ro'yxatini aniqlash kerak.

Biznes loyihalarini texnik-iqtisodiy asoslash

Kichik biznes korxonasi boshqaruvchisi xo'jalik faoliyatini boshqarayotib, o'z rejasini amalga oshirishning muqobil yo'llari va imkoniyatlari haqida ma'lumot olishi va ulardan eng yaxshisini tanlashi kerak.

Xususan, eng oqilona tadbirkorlik loyixasi shuki, u jalb qilingan va naqd kapitalni samarali, to'g'ri va to'liq rejalashtirilgan natijaga erishishga yo'naltirishi, asoslangan maqsadga muvofiq usullar bilan xo'jalik masalalarini amalga oshirishi lozim. Loyixaning yashash qobiliyati iqtisodiy-texnik ko'rsatkichlar bilan, shuningdek eng afzal xulosalarning tanlashga asoslangan va maqsadga muvofiq xatti-harakatlarga to'g'ri baho berish bilan ta'riflanadi.

Boshlang'ich tijoratchilik takliflarini asoslash. Savdo-sotiqqa oid takliflar samaradorligining tahlili uning dastlabki bosqichida bo'lajak tadbirkorlik bitimlari

¹⁰ Гуломов С.С. “Тадбиркорлик ва кичик бизнес: Ўқув қўлланма/ - Т.:Шарк, 2002.— 102 б.

haqida umumiy, xomcho't va faraz qilish asosida taxminan o'tkaziladi. Ular quyidagi taxminiy tartibda tanlanadi: mahsulotlar va xizmat turlarining ayrim to'pining sifatli o'lchamlari baholanadi; mahsulot yetkazib berish vaqti va vositalar aniqlanadi; bitimni amalga oshirish davriga harajat va baholar oldindan aytiladi; mahsulot yetkazib berish yoki ko'rsatilgan xizmatlardan olinadigan tushum yoki tadbirkorlik daromadi hisoblanadi; imkoniyatli daromad hajmi aniqlanadi. Bunda tadbirkorlik bitimlarini amalga oshirish uchun ko'proq kapital mablag'lari talab qilinganda, kutilayotgan daromadning o'sishi bilan ularning solishtirish va rentabellikni hisoblash va bu mablag'larning qoplay olishi muddatini bilish kerak.

Kichik biznesda maslahatchi xizmatidan foydalanish

Kichik biznesga tadbirkorlik loyihalarining taqrizchilarni jalb etish, ayniqsa, muhimdir. Agarda yirik korxonalar konstruktorlar byurolar, tajriba xonalari, marketing bo'linmalari ega bo'lsa va kerakli tadqiqotlarni o'tkazsa, kichik biznesning tadbirkorlik tizimlari esa ko'p hollarda vositachilar xizmatidan foydalanadilar.

Ayniqsa, unchalik katta bo'lmagan korxona tadbirkor-menejeri maslahatchilar xizmatidan foydalanish juda muhimdir. Maslahatchilar tadbirkorlik g'oyasiga yondashish yoki bu xo'jalik qarorlarini amalga oshirishga munosabati, boy tajribasi va ko'p qirrali malakalari yutug' va muvaffaqiyatsizlik sabablarini aniqlashga yordam beradi. Bu maslahatchilar g'oyalarini to'g'ri baholashga va biznesmenning obro'sini ko'tarishga yordam beradi. Xavf-xatarni kamaytirish uchun tadbirkorlik faoliyatida va ayniqsa, xo'jalik xatari katta bo'lgan joyda o'z ishining mutaxassisi bo'lgan maslahatchilarni tashqaridan taklif qilish foydali.

6.3 Moliya ta'minoti manbalarini izlash

Tadbirkorlik faoliyatida mablag' manbalarini izlashda ikkita asosiy model bor¹¹. Keng tarqalgani, mumtoz (klassik) shakllaridan biri tadbirkorlik tuzilmalarining bor moliya zaxiralaridan eng ko'p foyda olish uchun yo'naltirishdan iborat. Bunda korxona tadbirkori yoki menejerining ish uslubi shundan iborat: naqd pul mablag'larini hisoblash, tadbirkorlik g'oyalarini amalga oshirishda erishiladigan maqsadni o'rganish va yuqori foyda olishni ko'zlab qilingan boshqa xatti-harakatlar. O'z faoliyatini boshlayotganda eng qulay pul topish yo'llari quyidagilardan iborat: savdo-vosita xizmatidan tushgan pul jamg'armasi yoki tovar olib-sotish, uzoq yaqin xorij mamlakatlariga borib xalq iste'mollarini oldi-sotdi qilib foyda ko'rish, xizmatning barcha turlari, aksiyaning dividendi, obligatsiyaning foizi, merosdan pul va mulk olish, bankdagi omonatdan foyda ko'rish, ijaraga berilgan ko'chmas mulkdan foyda olish, xayr-saxovat va xomiylikdan tushgan mablag'.

Ikkinchi model "Innovatsiya". U ishlab chiqarishni rivojlantirish uchun, xattoki o'zining imkoniyatlari yetmagan taqdirda ham, har qanday imkoniyatdan foydalanishga qaratilgan. "Innovatsiya" modeli o'zining mablag'idan tashqari quyidagi moliya manbalarini ishlatishni taqozo qiladi: jalb qilingan mablag', davlat

¹¹ Г у л о м о в С. С. "Тадбиркорлик ва кичик бизнес: Ўқув қўлланма / - Т.: Шарк, 2002. – 102 б.

subsidiyasi, mahalliy budjet moliyasidan, bank kreditlari, kimmatbaho qog'ozlar emissiyasi, investitsiya foizlari, chet el investitsiyasi.

2005 yilda qabul qilingan Prezident qarorlari va farmonlarida kichik biznesni davlat tomonidan qo'llab -quvvatlashga katta ahamiyat berilmoqda. Hozirgi kunda bu qarorlarni amaliyotga tadbiiq qilish dolbzarb masaladir. Chunki, ta'mirlash va eskirib qolgan asbob-uskunalarni almashtirish uchun investitsiyani bir necha barobarga oshirish lozimdir. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining .“Bozor islohotlarini chuqurlashtirish va iqtisodiyotni yanada erkinlashtirish soxasidagi ustuvor yo‘nalishlar amalga oshirilishini jadallashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”¹² 14 iyun 2005 farmonida qayd etib o‘tilganidek, amaldagi qonun va normativ xujjatlarining iqtisodiyotni isloh qilish va erkinlashtirish bo‘yicha kutilgan vazifalarga muvofiqligi tanqidiiy tahlil qilindi.

Qisqacha xulosalar

Rejalashtirish - boshqaruv jarayonining dastlabki bosqichlaridan biri bo‘lib, u maqsadni amalga oshirish, rivojlantirishda yo‘nalishni belgilash demakdir. Har qanday firma o‘z faoliyatini puxta va yaxshi rejalashtirishi kerak chunki, firmaning omon qolishi va foyda ko‘rishi shunga bog‘liq bo‘ladi.Rejlashtirishda maqsadni aniq belgilash,biznes loyihalarini texnik-iqtisodiy asoslash, maslahatchilar xizmatidan foydalanish katta ahamiyat kasb etadi. Kichik biznesga tadbirkorlik loyihalarining taqrizchilarni jalb etish, ayniqsa, muhimdir.

Nazorat va muloxaza uchun savollar.

1. Kichik biznes xojalik sub'ektlarini faoliyatini rejalashtirish darkormi?
2. Strategik rejalashtirish konsepsiyasining mohiyati nima?
- 3.Kichik biznesda strategik rejalashtirish mazmunini tushuntiring.
- 4.Tadbirkorlik g‘oyasini samarali bo‘lishi uchun nimalarni amalga oshirish zarur?
- 5.Tadbirkorlik g‘oyalarining yashovchanligini taminlovchi qanday elementlarni bilasiz?
- 6.Tadbirkorlik loyihalarini texnik-iqtisodiy asoslash qay tartibda olib boriladi?
- 7.Dastlabki tijoratchilik takliflarini asoslash nima uchun kerak?
8. Maslaxatchilarni jalb etish nima uchun kerak?
9. Tadbirkorlik faoliyatida mablag‘ manbalarini izlashdagi ikkita asosiy modeli haqida so‘zlab bering.
10. Tadbirkorlik g‘oyalarini amalga oshirishda yuqori foyda olishni ko‘zlab qilingan boshqa xatti-harakatlar rejalashtirish qanday orin tutadi?

¹² Бозор ислохотларини чукурлаштириш ва иктисодиётни янада эркинлаштириш сохдсидаги устувор йуналишлар амалга оширилишини жадаллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 14 июн 2005й. фармони .:Халк сузи 15 июн 2005 й.

Asosiy adabiyotlar

1. Ғуломов С.С. “Тадбиркорлик ва кичик бизнес: Ўқув қўлланма/ - Т.: Шарқ, 2002.– 102 б..
2. Джон Беоджерс.Ден Штайнхофф, Основы управления малым бизнесом. Перевод с англ. - М.: БИНОМ, 1997.- 496с
3. Кичик бизнесни бошқариш: Ўқув қўлланма /М.С. Қосимова , Б.Ю.Ходиев, А.Н.Самадов, У.С.Мухитдинова. - Т.: Ўқитувчи, 2003.–240 б.
4. Кичик тадбиркорлик фаолияти асослари 1-қисм: Ўқув- амалий қўлланма/Б.Ю.Ходиев, Г.А.Самадов,М.С. Юсупов ва бошқалар. Т.: ЕХ ТЕМПУС дастури “Матодор-2000” лойиҳаси, 2004.–144бет
5. <http://www.itaiep.doc.gov/bisnis/bisnis/html>

V11 BOB: KICHIK BIZNES KORXONALARI UCHUN BIZNES REJA ISHLAB CHIQISH

7.1 Biznes rejaning mohiyati va ahamiyati

Biznes-reja - bu aniq vaziyatda biznesning mohiyati, uni amalga oshirish, kengaytirilishi aks etadigan xujjat. Kichik biznesining asosiy maqsadi foyda olishdir. Rejalashtirilayotgan bitimni amalga oshirish oldidan katta mablagʻ ishlatishni va shu mablagʻ qancha foyda keltirishini hisob-kitob qilib chiqish lozim. Biznes-reja u yoki bu ishlab chiqarishga pul kiritish joizmi, barcha xarajatlarni qoplaydigan miqdorda daromad olinadimi degan savollarga javob beradi. Shu bilan birga u funktsional vazifalariga koʻra ishlab chiqarishni tashkil qilish, texnika va texnologiyalar, korxonaning moliyaviy rejalari bilan bogʻliq muhim masalalarni hal qilishga qaratiladi

Kichik biznes boshqaruvchilari uchun **biznes-reja xoʻjalik boshqaruvi vositasi sifatida** namoyon bolishi lozim.

Aniq va toʻgʻri ishlab chiqilgan biznes-reja ishlab chiqarishni faol rivojlantirish va shu bilan bir paytda uning dinamikasini nazorat qilish, investorlar, hamkorlar va kredit resurslarini jalb qilishni amalga oshiradi.

Biznes-reja quyida keltirilgan uchta asosiy funktsiyalarni bajarishga bogʻliq degan fikr ham mavjud:¹³

- biznes yuritish kontseptsiyasini ishlab chiqish;
- korxona faoliyatining amaldagi natijalarini baholash;
- pul mablagʻlarini jalb qilish zarurligini asoslab berish.

Yuqorida keltirilgan sharhdan koʻrinib turibdiki, biznes-rejani tuzish zarurati ayrim hollarda oʻz biznesini yaratish bilan, ikkinchi holda bank yoki boshqa moliyaviy muassasadan pul olish niyati bilan, uchinchi holda esa tijorat loyihasini amalga oshirish, yangi korxona yaratish zarurati bilan asoslanadi.

Biznes-reja **birinchidan**, korxonaning barcha boʻlim va xizmatlari majburiyatlari va javobgarligini aniqlashga imkon beradi, **ikkinchidan**, ularni korxona istiqboli bilan shugʻullanish hamda korxona maqsadlarini va ularga erishish yoʻllarini aniqlashga majbur qiladi, **uchinchidan**, korxona faoliyatining muhim yoʻnalishlari boʻyicha koʻrsatkichlarni belgilab beradi, **toʻrtinchidan** esa, korxonaning bozordagi kutilmagan oʻzgarishlarga yanada moslashuvchan va tayyor qilib qoʻyadi.

Biznes-reja tuzishda vaqt omilini doimo hisobga olish kerak. Boshqacha qilib aytganda, keladigan foyda vaqtga qarab qanday taqsimlanadi va inflatsiyaga nisbatan uning samaradorligi qanday boʻlishligini, omonat bankka qoʻyilgan shu miqdordagi mablagʻ keltiradigan foizdan koʻp boʻlishini taʼminlashini hisob-kitob qilib chiqish lozim. Biznes rejada ilgʻor texnologiya va bozor tadqiqotlarining natijalari, yangi ish tashkil qilish va tadbirkorlik rejalarini amalga oshirish bilan bogʻliq boʻlgan tashkiliy-boshqaruv va moliya muammolarini hal qilishi kerak. Biznes-reja kichik biznes boshqaruvchisi tomonidan ishlab chiqiladi, agarda boshqa muammolar

¹³ Махмудов Э.Х., Исоков М.Ю., Нажимадинов Р.Д. Бизнес - режаланштириш. Маърузалар матни. - Т.: ТДИУ, 2005.

bo'yicha maslaxatlar kerak bo'lsa, bu ishga boshqa soha mutaxassislari jalb kilinishi mumkin. Odatda bunday rejalar 3-5 yil mudadtga tuziladi. Tadbirkorlik tomonidan birinchi yildagi olinadigan samara oylar sayin batafsil, keyingi yili - taqvimlar bo'yicha, keyinchalik yil bo'yicha hisoblanadi. Biznes-reja kerakli tashkilotlar(omonatchilar) tasdig'idan o'tgan taqdirda (xissadorlik jamiyati bo'lsa), birinchi yilga alohida ish vazifalarini ishlab chiqishga asos bo'ladi.

Shunday qilib, kichik biznes korxonasi faoliyatining kuchli va zaif tomonlarini hisobga oluvchi, mavjud ishlab chiqarish salohiyatidan eng samarali foydalanish va kutilayotgan miqdorda foyda (daromad) olishga yo'naltirilgan real biznes-reja ko'proq muvaffqaiyatga erishishi mumkin.

7.2. Biznes-reja ishlab chiqish jarayoni

Biznes-rejaning tarkibi, tuzilmasi, ko'rsatkichlari va boshqa jihatlari odatda korxonaning hajmi (quvvati), yo'nalishi, iqtisodiy va moliyaviy holati bogliqdir.

Endi ish boshlayotgan tadbirkor yoki faoliyat yuritayotgan kichik korxona Agar o'z ishini boshlash va buning uchun zarur bo'lgan boshlang'ich kapitalni, jumladan, bank kerditlari hisobiga shakllantirishi lozim. Bu bilan bog'liq bo'lgan tadbirkorlik uchun biznes-rejaning mazmuni va uni tayyorlash bosqichlari ma'lum bir (umumiy) ko'rinishga ega bo'ladi. Yangiliklar kiritish yoki bankrotlik yoqasida turgan korxona uchun biznes-reja boshqa ko'rinishga ega bo'ladi. Shunday bo'lsada, har qanday biznes-rejada tanlangan biznes kontseptsiyasi ochib beriluvchi, taklif qilinayotgan mahsulot, ish yoki xizmatlarnig o'ziga xosligini tavsiflovchi, shuningdek, istiqbolda olinishi lozim bo'lgan foyda (daromad) va biznesni kengaytirish aks ettiriluvchi bo'limlar mavjud bo'ladi.

Biznesni rejalashtirish ikki bosqichda amalga oshiriladi.¹⁴ **Birinchi bosqichda** biznes-rejaning loyiha varianti ishlab chiqilib, unda o'tgan yilda erishilgan natijalar tahlili va kelgusi yillar uchun o'z imkoniyatlarini baholash hisobiga dastlabki hisob-kitoblar amalga oshiriladi. Biznes-reja barcha hisob-kitoblarda belgilangan texnologik jarayonlarga, ichki zahiralardan to'liq foydalanishga asoslanishi hamda zarur hollarda tashkiliy va texnik-iqtisodiy tadbirlar bilan mustahkamlanishi lozim. Ushbu bosqichda chiqariladigan mahsulotga jamiyat ehtiyojlari va bozor talabini aniqlash katta ahamiyatga ega. Gap shundaki, jamiyatning aniqlangan ehtiyojlaridan tashqari, iste'molchilar mahsulotni xarid qilish uchun sarflaydigan va korxona ushbu ehtiyojlarni qondirish uchun mahsulot ishlab chiqarishga sarflovchi resurslarning cheklanganligi ham mavjud. Shuning uchun "ehtiyoj - resurslar" bog'liqligi biznes-rejaning asosiy bo'g'ini hisoblanadi. Ehtiyojlarni aniqlash korxonani iste'molchilik talabiga ega bo'lmagan mahsulot chiqarish uchun xarajatlar sarflashining oldini oladi, talab qilinuvchi resurslar hisob-kitobi esa xato va kamchiliklarga yo'l qo'ymaydi.

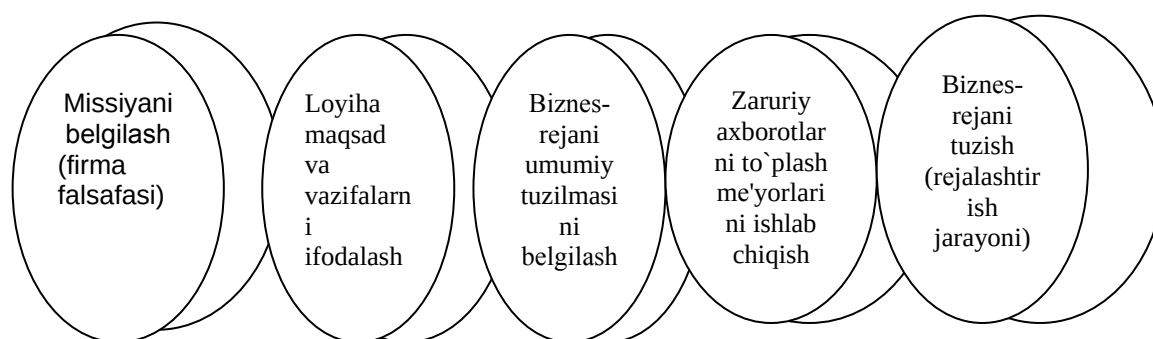
Ikkinchi bosqich bu biznes-rejani yakuniy ishlab chiqish va uni korxonaning rasmiy hujjati sifatida tasdiqlashdir. Aynan shu sifatda biznes-reja huquqiy kuchga ega bo'lib, turli idora va muassasalarga, xususan, banklardan moliyaviy resurslar olish uchun taqdim etilishi mumkin.

¹⁴ Махмудов Э.Х., Исоков М.Ю., Нажимадинов Р.Д. Бизнес - режаланштириш. Маърузалар матни. - Т.: ТДИУ, 2005.

Har qanday istiqbolli hujjat kabi, biznes-reja ham iste'mol bozorida va umuman iqtisodiyotda ro'y berayotgan o'zgarishlarni hisobga olgan holda vaziyatga ko'ra qayta ko'rib chiqilishi, zarur hollarda o'zgartirishlar kiritilishi mumkin. Eng asosiysi u korxonaning bozordagi ulushini saqlab qolishga ko'maklashishi, kelgusida ishlab chiqarish va sotish biznes-rejaning asosiy qismidan o'rin egallovchi mahsulotning hayotiylik davrini uzaytirishga xizmat qilishi lozim. Yakuniy maqsadning bittaligiga qaramay, biznes-rejani ishlab chiqishning har bir bosqichi bajarishi lozim bo'lgan belgilangan vazifalar doirasi mavjud. Birinchi bosqichda asosan korxonaning iste'molchilarga taklif qilishi mo'ljallanayotgan tovar va xizmatlar tarkibini tanlash (yangi mahsulot, modifikatsiyalangan yoki an'anaviy mahsulot), ishlab chiqarish dasturini bajaruvchi bo'yicha taqsimlash, talab qilinadigan xom-ashyo, material va boshqa zarur vositalar hajmini, shuningdek, tayyor mahsulotni sotish kanallarini aniqlash, mahsulot tannarxi, kutilayotgan foyda va hokazolarni hisob-kitob qilish vazifalari bajarilsa, ikkinchi bosqichda barcha dastlabki hisob-kitoblar birlashtiriladi va korxona biznes-rejasini shakllantirish yakunlanadi.

Biznes-rejani ishlab chiqishning birinchi bosqichidagi hisob-kitoblar qanchalik aniq va bexato bajarilgan bo'lsa, uning boshqaruv hujjati va xo'jalik yuritish vositasi sifatidagi ishonchliligi shunchalik yuqori bo'ladi. Biznes-reja bosqichlarini ishlab chiqish o'rtasida uzoq tanaffus bo'lmasligi va ortiqcha axborot bilan to'ldirib tashlanmasligi lozim. To'liq biznes-rejaning matni ellik varaqdan oshmasligi lozim. Biroq so'nggi yillarda, xususan, raqobat kuchli bo'lgan soha va tarmoqlarda qisqartirilgan biznes-rejalar keng qo'llanayotgan bo'lib, ularning hajmi 10-15 varaqdan ortmayapti. Shunday bo'lsada, biznes-reja har qanday variantida korxona missiyasini bajarish va uning pirovard maqsadlariga erishishni ta'minlashga xizmat qilishi lozim.

Biznes rejani shakllantirishni yangi korxonani tashkil etish yoki korxona faoliyatiga muhim o'zgartirish kiritish g'oyasi **bir necha** bosqichlarda amalga oshiriladi¹⁵. (7.1-rasm):



7.1-rasm. Biznes-rejani ishlab chiqish bosqichlari.

Biznes-rejani tayyorlashning **birinchi bosqichida** korxona missiyasi (korxona falsafasi) – xo'jalik subyekting qisqacha ta'rifi, uning maqsadlari, burchi, faoliyat sohalari, harajat me'yorlari va mintaqa, jamiyatning ijtimoiy vazifalarini xal etishdagi o'rni aniqlanadi.

¹⁵ Karang, Горемыкин В.А., Нестерова Н.В. Энциклопедия бизнес – планов: Методика разработки. 75 реальных образцов бизнес – планов. - М.: "Ось-89", 2003. –18 bet.

Ikkinchi bosqich – biznes-reja maqsadlarini ishlab chiqish. Maqsad- bu korxonaning kelgusidagi ko'zda tutilgan, istalgan xolati.

Biznes tizimida maqsad beshta funktsiyani bajaradi.

□ tashabbus - firmaning xozirgi va ko'zda tutilgan, istalgan xolatini, harakatlar motivlarini taqqoslash, solishtirish.

□ qarorlar qabul qilish mezonlari - axborotlar va muqobillarni tanlash, biznesdagi ustivor yo'nalishlarni baholash;

□ boshqarish vositalari - harakatlarni boshqaruvchi talablar, biznes yo'nalishlarini aniqlash;

□ muvofiqlashtirish - qarorlar qabul qiluvchi shaxslar o'rtasida nizosiz munosabatlarni ta'minlash, maxsuslashtirilgan bo'linmalar ishlarini moslashtirish, muvofiqlashtirish.

Har qanday korxona murakkab ijtimoiy-iqtisodiy tizim sifatida ko'p maqsadli xarakterga ega.

Korxonani faoliyati davomida strategik maqsadlarni amalga oshirish bilan bir vaqtda ko'plab taktik va tezkor maqsadlarni ham hal etadi. Sof iqtisodiy maqsadlar bilan ijtimoiy, texnikaviy va tashkiliy vazifalar chambarchas bog'liqdir. Maqsadlarni tuzilmalarga ajratish turli xil jixatlar bo'yicha amalga oshirish mumkin (7.1-jadval).¹⁶

7.1-jadval.

Korxona maqsadlarining taxminiy tasnifi.

№	Tasniflash belgilari	Maqsadlar guruhlar	
1	Mazmuni (predmeti)	Iqtisodiy Tashkiliy Siyosiy Ishlab chiqarish	Ijtimoiy Texnologik Ilmiy Estetik Psixologik
2	O'lchami	Maksimum Ko'p emas	Minimum Kam emas
3	Rejalashtirish miqyoslari	Uzoq muddatli (strategik) O'rta muddatli (taktik)	Qisqa muddatli (tezkor)
4	Harakatlar sohasi	Global Regional Oliy Oraliq	Milliy Lokal (mahalliy) Yo'ldosh(qo'shimcha) Quyi
5	Ierarxiya darajasi	Korxona	Tuzilmaviy bo'linma
6	O'zaro munosabatlar	Komplementar Indeferent	Raqobatli
7	O'lchamlilik	Miqdoriy	Sifat jixatdan (o'lchovsiz)
8	Yo'naltirilganlik	Tijorat	Notijorat (ijtimoiy)
9	Muxit	Ichki	Tashqi
10	Subyekt	Individual (shaxsga yo'naltirilgan)	Guruhga (kollektivga) yo'naltirilgan

¹⁶ Махмудов Э.Х., Исоков М.Ю., Нажимадинов Р.Д. Бизнес - режаштириш. Маърузалар матни. - Т.: ТДИУ, 2005.

Maqsadlar aniq tushunarli bir ma'noda tushuniladigan bo'lishi va korxonaning kelajakdagi xolatini aks ettiruvchi atamalar orqali ta'riflanishi kerak.

Biznes-rejani ishlab chiqishning **uchinchi bosqichida** biznes-rejaning tuzilmasi belgilab olinadi.

To'rtinchi bosqichda biznes-rejaning har bir bo'limini ishlab chiqish uchun zaruriy axborotlarni to'plash amalga oshiriladi. Bu rejalashtirishning eng muhim sermehnat qismi hisoblanadi. Axborotlar manbai sifatida tarmoqning maxsus axborotnomalaridan, loyiha tashkilotlari me'yorlaridan, tahlil bilan shug'ullanuvchi maxsus firma xizmatlaridan, statistika idoralari materiallaridan, maxsus tadqiqotlar va kuzatishlardan, yuqori malakali iqtisodchilardan, maslahatchilardan hamda korxonaning ichki muhiti va o'z ishini yaxshi biladigan korxona xodimlaridan foydalanish mumkin.

Rejalashtirishning **beshinchii bosqichi** - bevosita biznes-reja bo'limlarini ishlab chiqish va uni yagona xujjat sifatida rasmiylashtirish

7.3. Biznes rejaning asosiy bo'limlari

Faoliyat korsatayotgan kichik biznes korxonalari faoliyat turi, yo'nalishi, maqsadi, faoliyat hajmi bir xil emasligi sababli ularning har biri uchun biznes-rejani ishlab chiqish bo'yicha detalli tavsiya berishning imkoni yo'q. Shunday bo'lsada, zamonaviy iqtisodiyot fanida biznes-rejaning taxminiy tuzilmasi ishlab chiqilgan bo'lib, quyida uning ayrim variantlari keltirilgan ¹⁷(7.2-jadval).

Keltirilgan variantlardan ko'rinib turibdiki, biznes-rejaning qat'iy tartibga solingan tuzilmasi mavjud emas. Biroq biznes-rejalarning har bir turi uchun xarakterli bo'limlar mavjud bo'lib, ularda tanlangan biznes (ishlab chiqarish) kontseptsiyasi, taklif qilinayotgan mahsulot yoki xizmatning o'ziga xosliklari, marketing va menejment, tavakkalchilikni baholash, moliyaviy ta'minot va natijalar aks ettiriladi. Qabul qilingan har bir biznes-reja tuzilmasi quyidagi savollarga javob berishi lozim: ishlab chiqarishni nimadan yoki qanday boshlash kerak, ishlab chiqarishni qay tarzda samarali tashkil qilish mumkin, ilk daromad (foйда) qachon olinadi, investorlar va kreditorlar bilan qanchalik tez hisob-kitob qilish mumkin, tavakkalchilik darajasi va uni kamaytirish imkoniyatlari qanday.

Biznes-rejaning har bir bo'limi o'z mazmuniga, ko'rsatkichlar tizimi va ularni hisob-kitob qilish usullariga ega bo'ladi. Biroq, bu biznes-rejaning yaxlit va to'liqligiga putur etkazmaydi. Barcha bo'limlar o'zaro bog'liq bo'lishi hamda korxonaning potentsial ishlab chiqarish imkoniyatlarini amalga oshirishga xizmat qilishi lozim. Biznes-rejaning ayrim bo'limlarini alohida ko'rib chiqamiz.

Potensial biznes hamkor biznes-rejaning berilishi bilan qisqacha tanishishi kerak, chunki u turli xil ishbilarmonlik tuzilmalari bilan hamkorlik qiladi. Biznes-rejaning **kirish** qismida qisqacha tushuntiruv yozuvi bo'lishi kerak.

¹⁷ Махмудов Э.Х., Исоков М.Ю., Нажимадинов Р.Д. Бизнес - режаланштириш. Маърузалар матни. - Т.: ТДИУ, 2005.

Biznes-rejaning taxminiy tuzilmasi

I variant	II variant	III variant	IV variant	V variant
Bo'lajak biznesni qisqacha ta'riflash. Bozor. Xodimlar malakasi va tajribasi, mavjud moliyaviy vositalar. Taklif qilinayotgan mahsulotning ustunliklari. Bo'lajak biznesni tashkil qilish. Kelajakka nazar. Moliyaviy vazifalar. Pul mablag'laridan foydalanish. Ilova. Biznes tarixi.	Biznes-rejaga kirish. Biznesni identifikatsiyalash. Maqsad. Biznesni ta'riflash. Bozor. Raqobat. Menejment. Xodimlar. Joylashuv. Moliyaviy ma'lumotlar. Hisobot. Qisqacha mazmun (rezyume).	Tanlangan biznes kontseptsiyasi. Ayni paytdagi vaziyat. Yaratilayotgan korxona tavsifnomasi. Boshqaruv. Bozor tahlili va tadqiqotlari. Marketing harakatlari rejasi. Ishlab chiqarish rejasi. Tavakkalchi likni baholash. Moliyaviy reja.	Kirish. Korxonani ta'riflash. Mahsulotni ta'riflash. Marketing rejasi. Ishlab chiqarish rejasi. Tashkiliy reja va menejment. Moliyaviy reja. Loyiha samaradorligi. Ilova.	Firma imkoniyatlari (rezyume). Tovar (xizmat) turlari. Tovar (xizmat) sotuv bozori. Sotuv bozorida raqobat. Marketing rejasi. Ishlab chiqarish rejasi. Tashkiliy reja. Firma faoliyatining huquqiy ta'minoti. Tavakkalchilikni baholash va sug'urtalash. Moliyaviy reja. Moliyalash tirish strategiyasi.

Biznes reja bo'limlarida quyidagilar aks etishi kerak:¹⁸ **korxona haqida ma'lumot**-korxona nomi va uning joylashgan yeri, ishlab chiqariladigan mahsulotlar yoki xizmatlar nomlari va asosiy raqobatchilar, boshqaruv tizimi bayon qilinadi.

Ishlab chiqariladigan mahsulot va xizmat turlari. Bu bo'limda sotishga chiqariladigan hamma mahsulot va xizmatlar ko'rsatiladi, ulardan foydalanish imkoniyatlari, bunda ularning asosiy va ikkilamchi foydalanish usullari ko'rsatiladi. Hozirda bozorga chiqarilayotgan tovar bilan korxona taklif qilayotgan tovar o'rtasidagi farqlar aytib o'tiladi, yangi mahsulotning ustunligini isbotlanadi.

Bozorga chiqish, ishlab chiqarish va sotish hajmining o'sish strategiyasi. Marketing rejasida asosiy muvaffaqiyat omillari (masalan, bozor uchun yangi mahsulot, vaqtdan yutish, bozorga chiqishdagi afzallik va boshqalar), narxlarga yondashish, sotish usullari va mahsulot reklamalari ko'rsatiladi. Biznes strategiyasi quyidagi bozor axborotlariga suyanadi: ishlab chiqarishning o'lchamlari, jug'rofiy tavsif va raqobatning mavjudligi, imkoniyatlari.

¹⁸ Гуломов С.С. "Тадбиркорлик ва кичик бизнес: Ўқув қўлланма/ - Т.:Шарк, 2002.— 102 б.

Mahsulot sotish bozorini iqtisodiy baholash. Bu qism biznes-rejada asosiy hisoblanadi. Bunda, ishbilarmon, bozorning butun tuzilishi, tarmoqning rivojlanishini aks ettirishi, egallamoqchi bo'lgan bozor segmentini ajratish va raqobatchilar faoliyatini tavsiflashi, bozordagi shaxsiy xissasi dinamik o'sishini isbotlashi kerak. Kichik biznes boshqaruvchisi kim uning mahsuloti haridori bo'ladi; u qancha tovar sotib olishi mumkin; qanday qilib o'z tovarini o'tkazadi (to'g'ridan to'g'ri aloqa, ekspert, diler, vositachi orqali, birja va broker orqali); mahsulotning kelgusidagi (3-5 yildagi) bozor potentsiali; raqobatchilarning mavjudligi va imkoniyatlari, "kurashish" usullari haqida aniq ma'lumotlarga ega bo'lishi kerak. Bo'limning oxirgi qismida ishbilarmon istiqboldagi 3-5 yilga qisqacha bashorat berishi kerak. Uning fikri bo'yicha qancha hajmda mahsulot sotish mumkin? Bozorda raqobatchilar bilan qanday usullar yordamida kurashish mumkin? Kelajakda mahsulot ishlab chiqarishning qaysi strategiyasini tanlash mumkin? Xuddi shu savollar, tushunarli tarzda, biznes rejaning keyingi bo'limlarida ko'rsatiladi.

Ishlab chiqarish jarayoni. Kichik biznes boshqaruvchisi ishlab chiqarishni tayyorlashdan tortib, to texnika xavfsizligini ta'minlash va ishlab chiqarish madaniyatigacha tushuntirish matni beriladi. Kichik biznes boshqaruvchisi mahsulot ishlab chiqarish uchun qaysi materiallar kerak bo'lishi, qanday mashinada mahsulot ishlab chiqilishini oldindan rejalashtiradi. Ishlab chiqarish quvvati haqida tavsif beriladi, ishga tushishi muddati ko'rsatiladi. Moddiy texnika ta'minoti masalasi alohida ko'rib chiqiladi, ya'ni "qayerdan, kimdan, qanday materiallar sotib olinadi? Qanday tashib keltiriladi?" va boshqalar. Yetkazib beruvchilarning mahsulot sifati va yetkazib berish kafolatlari bayon qilinadi.

Mahsulotning raqobatbardoshligini bashorat qilish. Bu bo'limda tovarlar (xizmatlar) assortimenti, ularning ro'yxati, oylik yoki yillik sotilgan mahsulot soni va hajmi beriladi. Bu bo'limning maqsadi-kreditlarni (banklarni), investorlarni yoki yangi foydalanuvchilarni mahsulotdan ko'p foyda olish mumkinligiga ishonitirishdir. Ammo, ishbilarmon har xil vaziyatlarda investorni o'z mahsulotining raqobatchi tovardan afzalligi borligi bilan ishonitira bilishi kerak. Bo'limning oxirgi qismida ishbilarmon o'z haridoriga ko'rsatadigan qo'shimcha xizmat turlarini taklif qilishi mumkin. (Masalan: uyga transport vositalari yordamida bepul yetkazish, narxni kamaytirish, kafolatlangan ta'mirlash ishlarini bajarish va boshqalar).

Marketing sohasining yo'nalishi. Bu bo'limda quyidagi savollar ko'rib chiqiladi: ishbilarmon tanlagan tovarlar va ularni sotish usullari; mahsulotni oluvchi haridorlar; narx siyosati; haridorlarga xizmat ko'rsatish uslubi va bozorni kengaytirish usullari (ya'ni haridorlarni izlash). O'z imkoniyatlaridan kelib chiqib va bozorni o'rgangandan so'ng, ishbilarmon, ommaviy tovar strategiyasini yoki ixtisoslashgan strategiyani tanlaydi. Shuningdek u, mahsulotni qanday usullar bilan o'tkazishni ko'rib chiqadi: mahsulotni ulgurji, cha-kana sotish, ishchi kuchi va pul harajatlari hisoblanadi.

Bozorni segmentlash kichik firmalar uchun ham maqsadga muvofiqdir. U doimiy va potensial haridor aniqlangach, qanday hajmda mahsulot ishlab chiqarish kerakligi haqidagi savol bo'yicha ma'lumotlar tahlili asosida hal qilinadi.

Boshqarish rejasi. Boshqaruv sohasidagi reja korxonaning boshqaruv tuzilmalari tahlili, ya'ni ishlab chiqarishni boshqarish texnologiyasining to'zilisini rejalashtirish

demakdir. Aslida u katta hajmda bo'lmaydi (2-3 varaq), lekin bu bo'lim ham asosiy bo'limlardan hisoblanadi, chunki biznesdagi, ayniqsa kichik biznesdagi omadsizliklar birinchi galda boshqaruvning to'g'ri rejalashtirilmagan oqibatidir.

Bo'limning boshida ishbilarmonlikning tashkiliy-huquqiy shakli beriladi. Boshqaruvchi organning tarkibi ko'rib chiqiladi, korxonadagi yordamchi bo'limlar va xizmatlar hamda ularning vazifalarini taqsimlash ko'rsatiladi. Eng asosiy masala korxona boshqarish tuzilmasining samaradorligi hisoblanadi. Bo'limning oxirgi qismida korxonaning tezkor rejasi yoki ish grafigini qisqacha shaklda berish maqsadga muvofiqdir.

Yuridik reja. Agar firma katta bo'lib, u o'zoq mudadtga mo'ljallangan ishni rejalashtirayotgan yoki "yangi" ish boshlayotgan bo'lsa yuridik reja mustaqil bo'lim bo'lib tuziladi. Bunda firma to'g'risida ma'lumotlar bilan bir qatorda, masalan, firma siyosati, ishlab chiqarilayotgan mahsulot sifati, raqobat kurashining halolligi, ishning qonunga muvofiqligi, shartnoma va rejalarning o'z vaqtida bajarilishi daromad manbalari va boshqalar berilishi mumkin. Bu bo'limni yozish uchun, odatda, mutaxassis - yurist taklif qilinadi. Ayniqsa huquqiy me'yorlar o'zgarganda kichik biznes boshqaruvchisi huquqiy sohada yaxshi bilimdon bo'lishi kerak chunki bunaqa o'zgarishlarni oldindan ko'ra bilish yoki ularni o'z vaqtida payqash va tushunish qonun buzilishining oldini oladi.

Moliyaviy reja. Moliyaviy reja yaqin 3-5 yil uchun moliyaviy natijalarni rejalashtiradi, agar korxona bir necha yil ishlayotgan bo'lsa, o'tgan davrga moliyaviy xisobot qilina-di. Moliyani rejalash-tirishning asosiy qismlari quyidagi xujjatlarni o'z ichiga oladi: sotish hajmi bashorati; pul harajatlari va tushumlar balansi; daromad va harajatlar jadvali; korxonaning aktiv va passivlari boshlang'ich balansi; zarar ko'rmaslikga erishish grafigi. Bo'limning oxirgi qismida, odatda korxonaning moliyaviy strategiyasi yoritiladi. Uning umumiy jihatlari tavsiflanadi va rejalashtirilgan 3-5 yil davrga ishlab chiqarishni moliyaviy ta'minlash masalalari ko'rib chiqiladi. Birinchi navbatda, tadbirkor, olingan va boshlang'ich ma'lumotlar asosida loyihani amalga oshirish uchun qancha mablag' kerak bo'lishini aniqlaydi. Undan so'ng u qayerdan mablag' olishni, qaysi muddatlarda olingan mablag'larni qaytarishni, investorlarning korxonaga ko'yilgan mablag'larni qachon va qancha foiz bilan qaytarib, olishlarini belgilaydi. Bunday ma'lumotlar bank va kredit beruvchi tashkilotlarga ham zarur bo'ladi. Bu bo'limni sinchiklab, mukammal ishlab chiqilishi tadbirkorlikdagi xavf-xatar va tavakkalchilikni kamaytiradi.

Tashqi iqtisodiy faoliyat rejasi. Kichik biznes korxonasi yoki tadbirkor tashqi bozorga chiqmoqchi bo'lsa va u yerda o'z mavqeini saqlab qolmoqchi bo'lsa, u holda biznes-rejaning ushbu bo'limi ishlab chiqiladi. Bu bo'limdan tovarni qaysi davlatga chiqarilishi, sotish hajmi, bo'lg'usi valuta tushumi, mavjud aloqalar haqida axborot beriladi. Rejada tashqi iqtisodiy aloqa shakllar ya'ni tashqi savdo, xalqaro hamkorlik kapital qo'yish, korxonani qayta jixozlash, takomillashtirish; ilmiy, sanoat yoki ekologik loyihalarni birgalikda ishlab chiqarish; olimlar, mutaxassislar, ishchi kuchi bilan o'zaro almashish, respublika territoriyasida boshqa davlatlar bilan qo'shma korxona tuzish)ni tanlashda alohida ahamiyat beriladi. Chet el investitsiyalarini jalb qilishni rejalashtirgan tadbirkorlik tuzilmalari tashqi iqtisodiy faoliyatning investitsion loyixasini alohida ishlab chiqishlari kerak bo'ladi.

Qisqa xulosalar

Biznes-reja - bu aniq vaziyatda biznesning mohiyati, uni amalga oshirish, kengaytirilishi aks etadigan xujjat. Kichik biznesining asosiy maqsadi foyda olishdir.. Biznes-reja bir nechta bo'lim va ko'rsatkichlardan iborat bo'lib, ularning soni korxonaning hajmi, o'ziga xosliklari va boshqa xususiyatlariga bog'liq bo'ladi. Ilmiy adabiyotlarda 8 - 12 bo'limdan iborat bo'lgan biznes-rejalar tavsiya qilinadi. Qaysi bo'limni biznes rejaga kiritilishi kichik biznes faoliyati yo'nalishiga bog'liq. Biznes reja bo'limlarida quyidagilar aks etishi kerak: korxona haqida ma'lumot, faoliyat turlari, kerakli mablag'ga bo'lgan extiyojning qisqacha bayoni, rejalashtirilgan foyda va loyixa rentabelligi, Ishlab chiqariladigan mahsulot va xizmat turlari. bozorga chiqish, ishlab chiqarish va sotish hajmining o'sish strategiyasi-marketing rejasi mahsulot sotish bozorini iqtisodiy baholash, ishlab chiqarish jarayoni, mahsulotning raqobatbardoshligini bashorat qilish,Marketing sohasining yo'nalishi, boshqarish rejasi,yuridik reja, moliyaviy reja, tashqi iqtisodiy faoliyat rejasi. Biznes-reja amaliyotda asosan ikki bosqichda tayyorlanib,bu bosqichlarning har birida mos keluvchi vazifalar bajariladi.

Nazorat va muloxaza uchun savollar.

1. Biznes rejaning mohiyati, maqsadi va ahamiyati nimadan iborat?
2. Korxona maqsadlarining taxminiy tasnifini variantlarini keltiring
3. Biznes-rejani ishlab chiqish bosqichlari nimadan iborat?
4. Biznes-rejaning taxminiy tuzilmasi qanday bolimlarni oz ichiga oladi?
5. Biznes rejaning asosiy bo'limlarini mazmunini tushintirib bering.
6. Kichik biznes korxonalarining tadbirkori, menejeri biznes-rejani ishlab chiqarishning aniq sxemasi, tarkibi , hajmi tanlashda qanday omillarga e'tibor beradi?
7. Marketing sohasini yo'nalishini belgilash nima uchun zarur?
8. Yuridik reja qanday vaziyatlarda tuziladi?
9. Moliyaviy, tashqi iqtisodiy faoliyat reja ahamiyati nimadan iborat?
10. O'zingizni korxonangiz biznes rejasini tuzing.

Asosiy adabiyotlar

1. Махмудов Э.Х., Исоқов М.Ю., Нажимадинов Р.Д. Бизнес - режалаштириш. Маърузалар матни. - Т.: ТДИУ, 2005.
2. “Ўз ишингизни яратинг ёки тadbirkor нималарни билиши лозим”- Т., ЮНИДО. “Бизнес маслахат маркази” лойиҳаси. 2003. -190 б.
3. Махмудов Э.Х., Исаков М.Ю. Бизнес планирование. Учебное пособие. – Т.: Издательство Литературного фонда Союза писателей Узбекистана, 2004.
4. Горемыкин В.А., Нестерова Н.В. Энциклопедия бизнес – планов: Методика разработки. 75 реальных образцов бизнес – планов. - М.: “Ось-89”, 2003.
5. Ғуломов С.С.Тadbirkorлик ва кичик бизнес: Ўқув қўлланма -Т.: Шарқ, ,2002.-365б.
6. Бизнес планирование. Подробное руководство по составлению, созданию и внедрению. [Электронный документ]. - (plan-business.ru).

V111 BOB. KICHIK BIZNESNI BOSHQARISH

8.1. Kichik biznesni boshqarish tamoillari

Kichik biznes faoliyati xo'jalik yuritishning shaxsiy manfaatdorlik va tashabbuskorlik tamoillariga, etishtirgan maxsuloti mol –mulki moliyaviy va moddiy resurslarni mustaqil tasarruf etishga asoslanadi. Kichik biznesni samaradorligi ko'p jihatdan boshqarish tizimini mukammalligi bilan uzviy bog'liqdir.

Kichik biznes korxonasini boshqarish san'ati menejment deb ataladi va korxonani samarali boshqarish tizimini anglatadi.

Kichik biznes korxonasi mulk va sarmoya egalari tomonidan yoki maxsus tanlab olingan va kerakli bilim va ko'nikmalarga ega bo'lgan mutaxassis menejerlar tarafidan boshqariladi.

Kichik biznes xo'jalik sub'ektlarini boshqarishni amalga oshirish orqali quyidagi vazifalarni amalga oshirish mumkin:

- korxonani ishlab chiqarish, tijorat va moliyaviy faoliyatini rejalashtirish;
- ishlab chiqarishni tashkil etish va texnologik jarayondagi mutanosibliklarni bartaraf qilish;
- korxonaning qisqa va uzoq muddatli strategik yo'nalishlarini ishlab chiqish;
- moddiy-texnik ta'minotni tashkil etish va boshqarish;
- marketing faoliyatni tashkil etish va boshqarish;
- moliyaviy boshqaruv;
- meqnatni tashkil etish, xodimlarni tanlash, burch va vazifalarini belgilash;
- tavakkalchilik(risk) elementlarini boshqarish;
- axborotlar yiqishva taqlil etish tizimini yaratish;
- korxona faoliyati samaradorligini oshirish yollarini ishlab chiqish va uni amalga oshirishni boshqarish;
- boshqaruv qarorlarini bajarilishini nazorat qilish.

Bu vazifalarni bajarilishini samarali tashkil etish va kichik biznes

Zamonaviy menejment fan va amaliyot sohasi sifatlaridan ko'ra odamlarni boshqarish san'ati sifatida ko'proq namoyon bo'ladi.

Korxonani boshqarish ma'lum bir tamoyillarga asoslanib amalga oshiriladi:¹⁹

1. Mehnat taqsimot tamoyilm mehnatni tashkil etish va boshqarishda vazifalar va majburiyatlarni xodimlar o'rtasida oqilona taqsimlash jarayonini anglatadi.
2. Vakolatlilik va majburiyat. Vakolat boshqaruv qarorlarini qabul qilishga imkon bersa, majburiyat uning natijalari uchun javobgarlik tamoyilini belgilab beradi.
3. Intizom korxona xodimlari va ishchilarining belgilangan mehnat tartibi va qoidalariga o'z-o'zaro rioya etishini va qurmat bilan yondoshishini talab etadi.
4. Boshqaruvda yakkaboshchilik va kollegiallik Yakkaboshlilik tamoyili korxona xodimlarining yagona rahbar buyruqlariga qat'iy o'z-o'zaro rioya etishini talab qiladi. Bu tamoyilni amalga oshirishning asosiy sharti qar bir ijrochining huquqlari, burchi va

¹⁹ Кичик тадбиркорлик менежменти 2-кисм: Ўқув амалий қўлланма / Б.Ю.Ходиев, А.Самадов, М.С. Юсупов ва бошқалар – Тошкент.: ЕХ ТЕМПУС дастури “Матодор-2000” лойихаси, 2004.–144 б.

majburiyatlarini qat'iy belgilab qo'yishdir.

Yakka boshchilikni kollegiallir, ya'ni kabul qilinadigan qarorlarda mutaxassislar va xodimlarning keng ishtiroki bilan qo'shib olib borish mumkin. Demokratiya va oshkoralik har bir xodimning tashabbuskorli-giga, o'z qobiliyatlarini namoyon qilishiga va boshqaruv qarorlarini qabul qilishda faol qatnashishiga imkoniyat yaratadi.

5. Maqsadning yagonaligi tamoyili korxonadagi barcha boshqaruv xodimlari, mutaxassislar va ishchilarning yagona maqsad va vazifalar yo'lida birlashishi zaruriyatini yuzaga keltiradi.

6. Shaxsiy manfaatlar va korxona manfaatlarini qo'shib olib borish. Korxonaning har bir xodimi o'z shaxsiy manfaati y o'lida kattiq mehnat qilish bilan birga, o'z manfaatlarini korxona manfaatlaridan ustun qo'ymasligi lozim. Shu bilan birga menejrlarning korxona manfaatlarini ko'zlab qabul qilgan qarorlari xodimlar va ishchilarning manfaatlariga ziyon etkazmasligi lozim.

7. Rag'batlantirish tamoyili asosida korxona xodimlarining mehnati natijalarini munosib taqdirlash orqali mehnat unumdorligi va ishlab chiqarish samaradorligini yuksaltirish yotadi.

8. Rejalilik Bozor iqtisodiyoti sharoitida ishlab chikarishni rejali boshqarish iqtisodiy samaradorlikni ta'minlashning muhim shartidir. Bu tamoyil ishlab chiqarish rivojlanishining qisqa va uzoq muddatlarga mo'ljallangan y o'nalishlari, sur'atlari va nisbatlarini belgilashni ifodalaydi.

9. Shaxsiy tashabbuskorlik Bozor iqtisodiyoti tadbirkor, shaxsiy manfaati yulida tashabbuskorlik bilan xarakat qiluvchi, omilkor shaxslarni rag'batlantiradi.

10. Javobgarlik va tavakkalchilik boshqaruvchi o'z faoliyati natijalari uchun ma'lum bir javobgarlikka ega bo'lishi, bunda ma'lum tavakkalchilik (risk) elementlarini xam qisobga olishi lozim.

11. Boshtasaruv etikasiga rioya etish. Bu tamoyil boshqaruv xodimlaridan bilimli, madaniyatli va xushmuomala bulishni, xodimlarga ishonish va ularni eshita bilishni talab etadi.

12. Boshqaruv shakli va usullarini takomillashtirib borish. Kuchli raqobat sharoitida korxona sinmasligi uchun menejerlar doimo o'z ustilarida tinmay ishlab, boshqaruv usullarini takomillashtirib borishlari va bozordagi uzgarishlarga moslashishlari lozim.

8.2. Kichik biznesni boshqarishni oziga xos xususiyatlari

Korxona faoliyatini boshqarish jarayoniga tashqi va ichki omillar ta'sir korsatadi. Ichki omillarga korxonaning kata -kichikligi , resurslar miqdori va uni taqsimlanishi, texnologik darajasi, mehnatni tashkil etish usullari, baho siyosati va boshqalar kiradi.

Tashqi omillar korxonadan tashqaridagi muhit ta'sirida vujudga keladi. Ular qatoriga bozor kon'yunkturasi va raqobat muhiti, mol etkazib beruvchi va iste'molchilarning xatti-harakatlari, tabiiy-iqlimiy shart-sharoitlar, siyosiy va ijtimoiy omillar, huquqiy-me'yoriy baza va davlat boshqaruvi kabi omillar kiradi.

Boshqaruvga ta'sir etuvchi ichki va tashqi omillar korxonaning ishlab chiqarish, tijorat, moliyaviy va boshqa faoliyati natijalariga jiddiy ta'sir korsatishi sababli, boshqaruv qarorlarini qabul qilishda har bir omilni hisobga olish zarur.

Kichik biznesni boshqarishni o'ziga xos xususiyatlari uni (kichik biznesni) bajarayotgan funktsiyalariga, iqtisodiyotdagi orniga, u faoliyat korsatayotgan biznes muxitga va nixoyat davlat tomonidan unga nisbatan olib borilayotgan siyosatga boqliq. Bular kichik biznesni boshqarishga xos bo'lgan omillar(faktorlar)ni keltirib chiqaradi.

Bu faktorlarni miqdori va sifat faktorlariga ajratish mumkin.

Miqdoriy faktorlarga kichik korxonadagi ishlovchilar soni, sotilayotgan tovarlar qajmi va aktivlarning baxosi(miqdori) kiradi.

Kichik korxona menejmenti uchun unda ishlovchi ishchilar soni katta axamiyatga ega. Mulk egasining o'z biznesini boshqaruv darajasi va (personal)ishchilar bilan boladigan aloqsi bu omilga boqliq. qunarmand mulk egasining o'zi bo'ladi, ozi boshqaruvchi, o'zi ishchi, Kichik tadbirkor o'z koxonasini o'zi boshqaradi va ishchi personal bilan yaqindan aloqada boladi. O'rta korxona egasi menejment uchun mutaxasis menejerlar yollaydi va ular orqali koxonani boshqaradi. Yirik tadbirkor(korxona egasi)ning korxnani boshqarishga, uning xodimlari, ayniqsa ishchilari bilan aloqasi bolmaydi.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni afzalliklari, kamchiliklari, xususiyatlari kichik biznes menejmentidagi sifat omillarini tashkil qilsada, u miqdoriy omillardan kelib chiqadi.

Miqdoriy omillar kriteriyasi xaqida olimlar orasida bir fikrga kelinmagan. Bu qaqida ikki yonalish mavjud bo'lib, birinchi yonalish tarafdorlarining qarashlari asosida tashqi muxit xarakteristikasi yotadi. Ikkinchi yonalish tarafdorlari kichik korxonani katta koxonaning kichraytirilgan shakli deb emas, balki katta korxonadan oziga xos xususiyatlari bilan ajralib turuvchi tashkilot sifatida qaraydi.

Brinchi yonalish o'z ichiga tort xil omillarni oladi_. Birinchi gurux omillari iqtisodiyot va ko'yukturani xolatini o'z ichiga oladi. Ikkinchi gurux omillariga bozor infratuzilmalaring xolati, uchinnchi gurux omillariga kichik biznesni rivojlantirishga qaratilgan davlat siyosati, tortinchi gurux omillariga jamiyatning tadbirkorlikka bolgan munosabati kiradi

Ikinchi yonalish kichik biznes va tadbirkorlikning yangilikka intiluvchanligi, tashqi muxitga moslashuvchanligi, kichik biznesni boshqarishni marketing bilan birga olib borishni tavsiya etadi.

Bozor iqtisodiyotiga o'tish bilan boshqaruvning yangicha shakli vujudga kelmoqda. Reja asisida ishlashning, foydaga, iste'molchilar talabini qondirish muhim bo'lib bormoqda.

Kichik biznesni bozor sharoitida muvaffaqiyatli faoliyatiini ta'minlash maqsadida boshqaruv tizimi – menejmentni marketing bilan bog'lashi muhim. Korxonani boshqaruvi korxona rejasi bilan bog'liq bo'lib, korxonaning ishlab chiqarish muvaffaqiyati va kutilayotgan foyda darajasiga erishishiga xizmat qiladi. Aynan shunday bog'liqlik boshqaruvni tashkil qilishni nafaqat o'z iste'molchisi va bozoriga, balki barcha bozorlar va iste'molchilarga hamda qabul qilingan va amalga oshirilayotgan tadbirlarning maqsadga muvofiqqligiga yo'naltirilgan mukammal tizim shaklida ifodalashga imkon beradi. Masalan, kichik korxonada boshqaruvni tashkil etishning hamda biznes samaradorligi nuqtai nazaridan kimlar va nima sababdan korxona mahsulotini sotib olmayotganligi befarq qoldirmasligi kerak. Kichik korxona

xaridorlari (yoki korxona xaridori bo'lmaganlar) boshqalardan nima sotib oladi Ular uchun ushbu xaridlar qanday qiymatga egaq Biznesni jonlantirish va iste'molchilik talabining o'sishi uchun qanday tashkiliy va boshqaruv qarorlarini qabul qilish zarurq Kichik korxonada boshqaruvni tashkil qilish yagona maqsad emasligi sababli shu va shu kabi boshqa savollarning javobi har bir kichik korxonasi rahbariyatining boshqaruv hatti-harakatlari asosida yotishi lozim.

Yangi tashkil etilayotgan korxona uchun yuqorida aytib o'tilgan vazifalardan tashqari biznes miqyosiga mos keluvchi tashkiliy tuzilmani shakllantirish muhim ahamiyat kasb etadi. Uni tavsiflab berishda odatda quyidagi masalalar yoritiladi:

- asosiy boshqaruv lavozimlari va boshqaruv xodimlarining umumiy soni;
- boshqaruv tizimining ierarxiya bosqichlari soni;
- u yoki bu lavozimlarga mutaxassislar rezyumesini to'plash va boshqaruv komandasini shakllantirish;
- boshqaruv komandasi a'zolari o'rtasida rollarni taqsimlash va har bir komanda a'zosining funktsiyalarini belgilab olish;
- boshqaruv komandasining har bir a'zosi uchun oylik ish haqi miqdorini belgilash;
- boshqaruv komandasi a'zolarini yollash shartlari.

Kichik korxonaning optimal tashkiliy tuzilmasini shakllantirish bir vaqtning o'zida amalga oshiriladigan narsa emas. Uning echimi ko'p hollarda nafaqat ko'p vaqt, balki katta tashkilotchilik ishlarini, qobiliyatini ham talab qiladi. Ayniqsa boshqaruv komandasini tuzish og'ir va murakkab ish hisoblanadi. Bunda quyidagi tamoyillarga rioya qilish zarur:

- komanda a'zolarining psixologik jihatdan bir-biriga mos kelishini ta'minlash;
- komandaning yagona organizm kabi faoliyat ko'rsatishini ta'minlash;
- har bir komanda a'zosi jamoa oldiga qo'yilgan maqsadni to'liq tushuna olishi lozim;
- komanda a'zosi o'z malakasini muntazam oshirib borishi kerak;
- qonuniy asosda korxona nufuzini oshirish va foydasini o'stirish uchun barcha zarur ishlarni amalga oshirish.

Tashkiliy tuzilmaning asosiy tavsifi (xarakteristikasi) quyidagilardan kelib chiqadi:²⁰

- boshqarish funktsiyalari bo'yicha boshqaruv xodimlari soni;
- chiziqli boshqaruv xodimlari soni;
- korxona boshqaruv tizimining bo'ychunish pog'onalari soni;
- har bir boshqaruv darajasida tuzilmaviy bo'g'inlarning miqdori;
- boshqaruvning markazlashmaganlik darajasi;

Yuqoridagi tavsiflarga ta'sir ko'rsatuvchi asosiy omil korxonani boshqarish bo'yicha ishlar xajmi hisoblanadi. Bu esa o'z navbatida boshqarish funktsiyalarining mazmuni va tarkibiga boshqaruv vazifalarining mehnat talabligi va davriyligiga bog'liq bo'ladi.

²⁰ Махмудов Э.Х., Исоков М.Ю., Нажимадинов Р.Д. Бизнес - режалаштириш. Маърузалар матни. - Т.: ТДИУ, 2005..

8.2. Kadrlar siyosati va personalni boshqarish

Kichik biznes korxonalari xodimlarni boshqarish bu mehnat vazifalarini bajarishda xodimlarning aqliy va jismoniy qobiliyatlaridan eng unumli foydalanish maqsadida ularning manfaatlari, xulq-atvori va faoliyatiga ta'sir ko'rsatish tamoyillari, usullari, shakllari va vositalari yig'indisidir.

Xodimlarni boshqarish sohasida asosiy vazifa har bir xodimning o'z imkoniyatlarini amalga oshirishi uchun sharoit yaratish va har bir muayyan holatda insonga uning oldida turgan vazifalarni hal qilish maqsadida zarur ta'sir ko'rsatish vositalarini topish.

Xodimlarni boshqarish tuzilmasi quyidagi faoliyat yo'nalishlarini qamrab oladi:

- resurslarni rejalashtirish: inson resurslariga bo'lgan ehtiyoj va buning uchun zarur xarajatlarni qondirish rejasini ishlab chiqish;
- xodimlarni ishga olish: barcha lavozimlar bo'yicha potentsial nomzodlar zahirasi yaratish;
- tanlov: nomzodlarning ish joyiga mosligini baholash, ulardan eng yaxshilarini zahiradan tanlab olish;
- oylik ish haqi va tovon pullarini belgilash: xodimlarni jalb qilish, ishga yollash va ushlab qolish maqsadida oylik ish haqi va imtiyozlar tuzilmasini ishlab chiqish;
- kasbga yo'naltirish va moslashuv: yollangan xodimlarni tashkilot va bo'linmalarga kiritish, xodimlarga tashkilot ulardan nimani kutayotganligi va qanday mehnat munosib baholanishini tushuntirish;
- o'qitish: xodimlar mehnati samaradorligini oshirish maqsadida ularni o'qitish dasturlarini ishlab chiqish;
- mehnat faoliyatini baholash: mehnat faoliyatini baholash uslubiyatini ishlab chiqish va uni xodimlarga etkazish;
- lavozimini oshirish, pasaytirish, boshqa ishga o'tkazish, ishdan bo'shatish: xodimlarni javobgarlik darajasi ko'proq yoki kamroq bo'lgan boshqa ishga o'tkazish usullarini ishlab chiqish, boshqa lavozim yoki ish joyiga o'tkazish yo'li bilan xodimlar tajribasini oshirish, shuningdek, ishga yollash shartnomasini bekor qilish;
- rahbar kadrlarni tayyorlash, xizmat pillapoyasi bo'ylab harakatlanishni boshqarish: rahbar kadrlar qobiliyatlarini rivojlantirish va samaradorligini oshirishga qaratilgan dasturlarni ishlab chiqish;
- mehnat munosabatlari: jamoa shartnomalarini imzolash bo'yicha muzokaralar olib borish;
- bandlik: bandlik bo'yicha bir xil imkoniyatlarni ta'minlash dasturini ishlab chiqish (bandlik kafolatlari va kadrlar qo'nimsizligini pasaytirish iqtisodiy samarani oshiradi va xodimlarni mehnat samaradorligini oshirishga undaydi).

Xodimlar sonini aniqlash ish o'rinlari soni, xizmat ko'rsatish normalari va mehnat sig'imi kabi turli usullar yordamida aniqlanadi.

Mehnat sig'imi bo'yicha hisob-kitob usuli asosan normalashtiriluvchi ishlarda

qo'llanadi. Bu usul yordamida korxonadagi xodimlar soni tuzilma bo'linmalari bo'yicha, kasbi va malakasi bo'yicha aniqlanadi.

Bu kattalik belgilangan ish hajmining (norma-soatda) bitta ishlovchining soatlarda ifodalanuvchi foydali (samarali) vaqt fondiga va normani bajarish foiziga nisbati orqali aniqlanadi. Asosiy ishlab chiqarish ishchilarining sonini shuningdek, natural qiymatda aks ettiriluvchi rejadagi mahsulot hajmini ushbu mahsulotni tayyorlashning bir ishchiga mos keluvchi rejadagi normasiga bo'lish yo'li bilan ham aniqlash mumkin.

Belgilangan texnologiyalarda zarur bo'lgan xodimlar soni mahsulot chiqarish dasturi, ishchi vaqti sarfi normasi va belgilangan ish vaqti davomiyligi yordamida aniqlanadi:²¹

$$N_{xs} = \sum_{k=1}^n Q_k H_{tk} / F_p$$

bu erda:

N_{xs} – mazkur guruhdagi xodimlar soni normasi;

Q_k - har bir mahsulot turi bo'yicha rejadagi yillik hajm;

N_{tk} – mazkur guruhdagi xodimlarning bitta mahsulot birligiga to'g'ri keluvchi ish vaqti sarfi normasi;

F_p - mazkur guruhdagi bitta xodimning yillik vaqt fondi.

TSexlardagi ishchilar soni vaqt normasi (bitta tayyor mahsulotga) bo'yicha yoki ishlab chiqarish normasi bo'yicha (belgilangan vaqt va ishlab chiqarish dasturi bo'yicha bir ishchining ish vaqti fondini hisobga olgan holda) aniqlanishi mumkin.

Ishchilar soni vaqt normasi bo'yicha quyidagicha aniqlanadi:

$$I_s = \sum_{k=1}^n Q_{1k} t_{1k} / T$$

bu erda:

I_s – bevosita ishlab chiqarishda band bo'lgan ishchilar soni, kishi;

Q_{1k} – bir kunda tayyorlanuvchi k-turdagi mahsulot hajmi (natural ko'rsatkichda);

T_{1k} – k-turdagi bitta mahsulot birligini tayyorlash uchun vaqt normasi (bitta ishchiga to'g'ri keladigan);

T – ish kuni uzunligi.

Ishchilar soni ishlab chiqarish normasi bo'yicha quyidagi formulaga asosan aniqlanadi:

$$I_s = \sum_{k=1}^n Q_{1k} / H_{uq}$$

bu erda:

N_{ich} – bitta xodimning bir kunda ishlab chiqarish normasi.

Vaqtbay ishlovchi ishchilar soni mazkur tarmoq yoki korxona uchun belgilangan xizmat ko'rsatish normalari yoki ish joylari soni asosida aniqlanadi.

Muhandis-texnik xodimlar va xizmatchilarga ehtiyojni hisoblash korxona faoliyati maqsadlari, uni boshqarish tuzilmasi va sxemasi, xodimlar va ularning guruhlar bo'yicha lavozim yo'riqnomalari, korxonaning o'zida ishlab chiqilgan

²¹ Махмудов Э.Х., Исоков М.Ю., Нажимадинов Р.Д. Бизнес - режалаштириш. Маърузалар матни. - Т.: ТДИУ, 2005.

tarmoq bo'yicha norma va normativlardan kelib chiqqan holda aniqlanadi.

Qisqa xulosalar

Kichik biznesni boshqarishni o'ziga xos xususiyatlari uni(kichik biznesni) bajarayotgan funktsiyalariga, iqtisodiyotdagi orniga, u faoliyat korsatayotgan biznes muxitga va nixoyat davlat tomonidan unga nisbatan olib borilayotgan siyosatga boqliq. Bular kichik biznesni boshqarishga xos bolgan omllar(faktorlar)ni keltirib chiqaradi.

Kichi biznes orxonasini boshqaruvining tashkiliy tuzilmasi turlicha boshqaruv funktsiyalarini bajaruvchi, o'zaro bog'liq bo'lgan va bir-biriga bo'ysinuvchi bo'lim va bo'g'inlar tarkibini ifodalaydi.

Xodimlarni boshqarish korxona ayni paytda ehtiyoj sezayotgan yoki kelajakda ehtiyoj paydo bo'lishi mumkin bo'lgan xodimlar, korxona uchun zarur bo'lgan mutaxassislar sonini, ishga qabul qilish va mehnatga haq to'lash shartlari hamda kadrlar tayyorlash siyosatini aniqlashni nazarda tutadi.

Muhokama va nazorat savollari

1. Kichik biznesni boshqarishni moxiyati nimada ?
2. Kichik biznesni boshqarishni tamoillarini tushuntirib bering.
3. Kichik biznesni boshqarishni raqobot kurashida engib chi?ishdagi orni nimadan iborat?
4. Kichik biznesni boshqarishni o'ziga xos xususiyatlari nima?
5. Kichik biznesni boshqarishni o'ziga xos xususiyatlari nima larga bo'li??
6. Kichik biznesni boshqarishga xos bolgan omllar(faktorlar)qanday?
7. Kichik biznesni boshqarishga xos miqdori omllar(faktorlar) xorijiy davlatlarda qanday kriteriyada belgilanadi?
8. Kichik biznesni boshqarishga xos bolgan sifat omllar(faktorlar)ni xususiyatlarini tushuntiring.
9. Kichik biznesni boshqarishga xos bolgan miqdoriy omllar(faktorlar)ni xususiyatlarini tushuntiring.
10. Xodimlarni boshqarish tuzilmasi qanday faoliyat yo'nalishlarini qamrab oladi?

Asosiy adabiyotlar ro'yxati

1. Махмудов Э.Х. Корхона иқтисодиёти: Ўқув.Қўлл. –Т.: Ўзбекистон ёзувчилар уюшмаси Адабиёт жамғармаси нашриёти, 2004. - 208 б.
2. Махмудов Э.Х., Исоқов М.Ю., Нажимадинов Р.Д. Бизнес - режалаштириш. Маърузалар матни. - Т.: ТДИУ, 2005.

1X BOB: KICHIK BIZNES KORXONALARI BOSHQARUVINING TASHKILIY TUZILISHI

9.1. Kichik biznes korxonalari boshqaruvi strukturasi

Korxonaning gullab-yashnashi, raqobat kurashiga dosh berish, o'z quvvatini saqlab turish yoki oshirib borishi, uning o'zgarib borayotgan sharoitlarga moslashishida tashkiliy struktura muhim omil bo'lib qoladi.

“Struktura” so'zi lotincha bo'lib, narsalar tarkibiy qismlarining o'zaro bog'liq ravishda joylashishi, tuzilishini bildiradi. Korxonaning boshqarish strukturasi deganda boshqaruv maqsadlarini amalga oshiruvchi va funksiyalarni bajaruvchi bir-biri bilan bog'langan turli boshqaruv organlari va bo'g'inlarining majmui tushuniladi. Hozirgi kunda kompaniyalarning o'z tashkiliy strukturasi qayta transformatsiya qilib, faoliyati va funksiyalarini iste'molchi talab-istaklariga to'la moslashtirishga harakat qilmoqdalar.

XX asrning 90-yillarida dunyodagi ko'pgina kompaniyalarda beqiyos darajada strukturaviy o'zgarishlar amalga oshirildi. Bunday o'zgarishlardan maqsad iste'molchilarga xizmat qilish darajasini oshirish, keraksiz boshqaruv bo'g'inlarini yo'qotish, yangi tovarlar kashf etuvchi va ishlab chiqaruvchi ishchi guruhlar tashkil qilishdan iborat. Ya'ni kompaniyada tashkiliy tizimni o'zgartirish tadbirlari o'tkazish orqali tez o'zgaruvchan muhitga moslashib, keskin raqobat kurashini yengib, korxona samaradorligini oshirishdan iboratdir. Kichik biznes korxonasini bozor talabiga moslashishi uning vertikal tashkiliy strukturasi atroflicha tahlil qilishni talab qiladi. Tahlil asosida qayta tuzilgan struktura biznes faoliyatini yuqori darajada olib boradi, bozorning barcha subyektlari bilan doimiy aloqani ta'minlaydi. Korxona boshqaruvining tashkiliy tuzilma (struktura)si - bu bo'limlar, ishlovchilar o'rtasidagi maxsus ishlab chiqilgan aloqalar va munosabatlarning yaxlit tizimini o'z ichiga oladi va uning doirasida ishlovchi odamlar oldiga qo'yilgan maqsadga eng samarali yo'l bilan erishish vazifasini bajaradi. Kichik biznes korxonasini samarali ishlashi uchun unga qaysi ixtisosdagi mutaxassislar qanday malakada, qanday shaxsiy fazilatlariga ega bo'lgan qancha odamni birlashtirishi kerakligini aniqlab olishi kerak.

9.2. Kichik biznes korxonalari tashkiliy strukturasi o'zgarishi.

Ko'pgina **biznes korxonalarining** tashkiliy strukturalari doimiy ravishda o'zgarib turadi. Bunday o'zgarishlar nafaqat vertikal boshqarish tizimini gorizontal boshqarish tizimiga o'tkazish bilan kifoyalanadi, balki ushbu strukturalar orqali biznes korxonalari bozorning barcha subyektlari bilan aloqa qilib, samarali biznes faoliyati olib borishi lozim. Tashkiliy strukturalar boshqaruv bo'g'inlari va boshqaruv bosqichlari shaklida bo'ladi. Korxona tuzilmasida quyidagi elementlar ajratib ko'rsatiladi: rahbarlik va aloqa (gorizontal va vertikal) o'rinlar (bo'limlar), darajalar (bosqichlar). Bo'lim bu tashkiliy jihatdan alohida, mustaqil boshqaruv tashkilotidir. Bo'lim (odamlar guruhi) tomonidan muayyan vazifaning bajarilishi uni

shakllantirishning asosiy maqsadi hisoblanadi. Bo'limlar o'rtasidagi aloqalar gorizontaal tusga ega. Bosqichlar o'rtasidagi aloqalar bu vertikal bo'yicha aloqadir. Ular qo'yi darajalardan boshlab yuqori darajagacha erkin ifodalangan izchil bo'ysunish tusiga ega.

Har qanday, xatto kichik korxonada ham, yuqorida bayon etilgan tuzilma elementlarning hammasi mavjudligini aniqlash mumkin. Tadbirkor u tashkil etgan korxonaning mulkdori bo'lib, uning ishiga rahbarlik qiladi. Vertikal bo'yicha unga uning xodimlari bo'ysunadi. Vertikal tashkiliy struktura o'zaro subordinatsiya asosida bog'langan bir necha boshqarish bosqichlaridan iborat. Boshqarish bosqichi iyerarxiyaning muayyan darajasida amal qiladigan bo'g'inidir. Boshqarish bosqichlari bir boshqarish bo'g'inining ikkinchisiga, odatda quyi bo'g'inining yuqori bo'g'iniga izchillik bilan buysinishini ko'rsatadi, ya'ni vertikal bo'yicha bo'linishidir. Ushbu barcha bo'g'in va bosqichlarning tarkibi va ularning o'zaro bo'ysunish tartibi, har bir boshqaruv organi va bo'g'inining huquq va burchlari, shuningdek, ular o'rtasidagi munosabatlar tartibi, funksional bo'limlarini vujudga keltirish, axborot bilan ta'minlash kabi boshqarishning tashkiliy tomonlari vertikal boshqarish tizimini tashkil etadi. Bularni mazmun va muddatlariga ko'ra kelishib olish ishlab chiqarishning ko'pgina unsurlarini tutashtirish ishlarini turli xizmatlar bajaradi. Ayrim hollarda funksional xizmatlar o'rtasidagi bunday gorizontaal aloqalar juda cho'zilib ketadi, bir qancha bahs va nizolar bilan amalga oshiriladi va bu ishni muvofiqlashtirish juda qiyin kechadi.

Ma'lumki, biznes korxonalari tashkiliy bo'limlari funksional, geografik, tovar, bozor prinsiplari asosida yoki ularning birgalikda (kombinatsiya asosida) qo'llanilishi orqali tashkil topadi.

Hozirgi vaqtda samarali faoliyat olib borayotgan biznes korxonalari o'z tashkiliy strukturalarida iloji boricha kamroq boshqarish bo'g'inlaridan tashkil topib, o'z faoliyatlarida buyurtmalarni bajarish, yangi tovarlar kashf etish va ishlab chiqarishni rejalashtirish tovarlarni taqsimlash iste'molchilarga xizmat ko'rsatish kabi jarayonlarga katta e'tibor bermoqdalar.

Bu biznes korxonalarida boshqarish bo'g'inlarini qisqartirilib bir bosqichli boshqarish tizimini joriy qilinmoqda va boshqaruvchi (menedjer)lar sonini kamaytirmoqdalar.

Korxonaning turli vazifalarini (tashkilotchilik marketing, buxgalteriya va xokazo) bajarayotgan xodimlari o'rtasida gorizontaal aloqalar o'rnatiladi. Ular bevosita bo'ysunish tusida bo'lmaydi, lekin, ko'pincha korxona turli ishlab chiqarish (amaliy) operatsiyalarining izchilligi va o'zaro bog'liqligini belgilaydi.

Aloqa tizimi barcha boshqaruv organlari o'z vazifalarini bir-birlari bilan mustaxkam aloqada bajaradilar, degan ma'noni anglatadi. Aloqani yo'qotish - boshqarishni yo'qotish, degan ma'noni bildiradi. Aloqalar turli shaklda: chizikli (vertikal), funksional (gorizontaal), tarmoqli, mintaqaviy bo'lishi mumkin.

9.4. Kichik biznes korxonalari tashkiliy tuzilmalarining turlari

Kichik biznes korxonalari boshqaruv tuzilmalarining quyidagi tashkiliy turlari mavjud: **chiziqli; chiziqli-funksional; loyihalanadigan va matritsali; venchur va firma ichki innovatsiyali.**

Boshqaruvni **chiziqli** tashkil etish bevosita lavozim vazifalarini shu tarika taqsimlash asosida quriladiki, bunda, har bir xodim firma oldida turgan vazifalarni bajarishga eng ko'p darajada yo'naltirilgan bo'ladi. Barcha vakolatlar to'g'ridan-to'g'ri (chizikli) belgilanadi. Ular yuqori boshqaruv bo'linidan qo'yi boshqaruv bo'linlariga qarab o'zgaradi.

Boshqaruv tuzilmasini **chizikli-funksional** tashkil etish o'z ichida ham chizikli, ham funksional boshqaruv elementlarini mujassamlashtiradi, ya'ni chiziqli boshqaruv maxsus yordamchi xizmatlar bilan mustaxkamlanadi.

Loyixaviy tuzilma maxsus loyixani ishlab chiqish va unga rahbarlik qilishda qo'llanadi. U dasturiy-maqсадli deb ham nomlanadi. Matritsali yoki katakli tashkiliy tuzilma ana shu tuzilmaning takomili hisoblanadi.

Loyixaviy tuzilma - bu aniq vazifani hal etish uchun tashkil etiladigan vaqtinchalik tashkilotdir. U funksional bo'linma ichida tashkil etiladi.

Matritsali tuzilma loyixaviy tuzilmalarining rivoji (takomili) hisoblanadi. U taqsimlashning ikki turi: vazifalar bo'yicha va mahsulot bo'yicha taqsimlashning uyg'unlashuvidir.

Venchur va innovatsiya tuzilmalari loyixaviy (dasturiy-maqсадli) tashkiliy tuzilmalarining zamonaviy ko'rinishi hisoblanadi. Biznesda tavakkal ish innovatsiyalar, ya'ni yangi texnologiyalar, tovarlar yoki xizmatlarni ishlab chiqarishni tashkil etishda qo'llaniladi.

Menejment haqidagi respublikamizda chop etilgan dabitotlarda boshqarish strukturalarining tashkiliy turlari: chiziqli, chiziqli shtabli, funksional, chiziqli funksional, dasturli maqsadli strukturalari haqida batafsil ma'lumotlar berilgan, ularning ijtimoiy va salbiy tomonlari amal qilish yo'llari keltirilgan (M.Шарифхоўжаев, Ё.Абдуллаев Менежмент.: Дарслик. - Т.: Ўқитувчи, 2001.- 702 б., Фуломов С.С. Тадбиркорлик ва кичик бизнес: Ўқув қўлланма -Т.: Шарқ, 2002.-365б.)

Strukturaga o'zgartirishlar kiritish va uni almashtirish -bu jahon amaliyotidagi doimiy jarayondir. AQSH firmalarida, G'arbiy Yevropa va rivojlangan Sharq davlatlarida boshqaruv strukturalari o'rtacha 3-5 yilda almashtirib turiladi. Masalan, bozorga qadoqlangan tovarlar taklif qiladigan "KRAIT FOODS" kabi korxonalar odatdagi tovar va uni markasini boshqarishga asoslangan struktura o'rniga asosiy e'tiborni o'z iste'molchilariga qaratuvchi kombinatsiyalashtirilgan (aralash) strukturaga o'tmoqda.²²Bunda korxonalar tashkiliy strukturalari asosan 3 ta ishchi guruhidan iborat bo'lib, birinchi guruh maqsadli segmentlarga iste'molchilarga xizmat ko'rsatadi. Logistika bo'limi vazifasini bajaruvchi uchinchi guruh mol

²² Кревенс, Дэвид, В.. Стратегический маркетинг, 6-е изд. Пер. с англ. М.: Издательский дом "Вильямс", 2003.- 752с.

yetkazib beruvchilar bilan optimal aloqani tashkil qilish natijasida tovarlarni o'z vaqtida yetkazib berishni ta'minlaydi. Bundan tashqari, strategik integratsiya guruhi mavjud bo'lib, bu barcha ishchi guruhlar faoliyatini muvofiqlashtirib, kompaniyaning umumiy strategiyasini ishlab chiqadi, bozor sharoitini o'rganadi. Ayrim hollarda bunday tashkiliy strukturalarda odatdagi funksional bo'limlarni saqlab qolgan holda, ayrim bir biznes jarayonning pirovard natijalari uchun javob beruvchi ishchi guruhlar tashkil qilinadi, funksional bo'limlar ishlarini muvofiqlashtirib, keskin raqobat sharoitida korxonaning yuqori samaradorlik bilan faoliyat ko'rsatishi ta'minlanadi. Yuqorida ko'rsatilgan strukturaviy o'zgarishlarning bosh omili bozor talablariga tezlikda moslashib, biznesning barcha sohalarida raqobatchilardan ko'ra ustunlikka erishishdir. Masalan, LIMITED kompaniyasi ishlab chiqarayotgan mahsuloti - ayolar kiyim-kechagini iste'molchilariga bir necha oyda yetkazib beruvchi raqobatdoshlariga qaraganda o'zi ishlab chiqarib va bir necha hafta ichida iste'molchilarga yetkazib bermoqda. Bu kompaniyaga raqobat kurashida yuqori darajada ustunlikka erishishiga yordam bermoqda.

9.3.Kichik biznesni zamonaviy tashkiliy strukturas

Jahondagi ko'pgina biznes korxonalarning tashkiliy strukturas biznes jarayoniga asoslangan bo'lib, unda odatdagi funksional va maxsus bo'limlar (kadrlar bo'limi, tadqiqot va marketing bo'limlari) saqlanib qolgandir. Biznes jarayonlar yangi tovarlar ishlab chiqarish qabul qilingan buyurtmalarni har taraflama qayta ishlash va boshqa strategik yo'nalishlardan iboratdir. Ushbu biznes jarayonlarga asoslangan tashkiliy struktura mustahkamlana borishi bilan ba'zi keraksiz boshqarish bo'g'inlari qisqartirila borilib, raqobat kurashiga chidamli, biznes–muhit moslashgan yangi mahsulot ishlab chiqaruvchi ishchi guruhlar tashkil qilinadi. Tashkiliy strukturani transformatsiyasi bozor sharoitida, raqobatchilarning o'zgarishi bilan doimiy ravishda amalga oshiriladi.

Funksional tashkiliy struktura va biznes jarayonga asoslangan tashkiliy strukturaning quyidagi qiyosiy xarakteristikalarini keltirish mumkin:²³

- Biznes jarayonga asoslangan boshqaruv murakkab masalalarni hal qiluvchi yetarli tajribaga ega bo'lgan boshqaruvchilarni talab qiladi.
- Funksional tashkiliy struktura axborotlar yig'ish va tahlil qilish, tashqi auditoriyaga ta'sir etish mahoratiga ega bo'lgan xodimlar bo'lishini talab etadi.
- Biznes jarayonga asoslangan tashkiliy struktura, tomonlar o'rtasida o'azaro munosabatlar o'rnatish konfliktlarni bartaraf qilish, muzokoralar olib borish, axborot to'plashni boshqarish, ishchi guruhlarini tashkil qilish, o'qitishni yuksak mahoratda olib boradi.
- Bozor talabiga moslashgan kompaniya o'z e'tiborini tovarga yoki texnologiyaga emas balki iste'molchi xohishiga qaratadi.
- Funksional tashkiliy struktura xodimlari o'z sohasini chuqur va puxta biladigan, jarayon va hodisalarni tahlil qilish va baholash qobiliyatiga ega bo'lgan o'z

²³ Маһба:Frederik .Wedster,Jr., The FutureRole of Marketing in the Organization.Cambridge, 1997,p 39-66.

tavsiyalarni himoya qila oladigan va boshqalarni unga ishontira oladigan xodimlar bo'lishini talab qiladi.

- Funksional strukturadagi bo'limlar ishini pirovard natijalari uchun aniq va mas'ul xodimlar yuqligi, funksional bo'limlar o'rtasida ish yuzasidan nizolarni bartaraf etish uchun kombinatsiyalashgan (aralash) boshqaruv strukturasidan foydalanish maqsadga muvofiqdir.

Yuqorida keltirilganlarning barchasi biznes korxonalarining bozorning holatini bilishda, o'z iste'molchi va mol yetkazib beruvchilari bilan aloqasini yaxshilashda, bozordagi o'rnini, obro'sini ko'tarishda katta rol o'ynaydi.

Zamonaviy kichik biznes korxonalari faoliyatida dolzarb muommalarni hal etishda bir necha boshqarish strukturasini tashkiliy turlarini muvofiqlashtirib ishlatishni talab etadi.

Qisqa xulosalar

Korxonaning gullab-yashnashi, raqobat kurashiga dosh berish, o'z quvvatini saqlab turish yoki oshirib borishi, uning o'zgarib borayotgan sharoitlarga moslashishida tashkiliy struktura muhim omil bo'lib qoladi. Kichik biznes korxonalari boshqaruv tuzilmalarining chiziqli, chiziqli-funksional, loyihalanadigan va matritsali, venchur va firma ichki innovatsiyali tashkiliy turlari mavjud. Strukturaviy o'zgarishlar nafaqat vertikal boshqarish tizimini, gorizontaal boshqarish tizimiga o'tkazish bilan kifoyalanadi, balki ushbu strukturalar orqali samarali biznes faoliyati olib borishi lozim. Zamonaviy kichik biznes korxonalari faoliyatida dolzarb muommalarni hal etishda bir necha boshqarish strukturasini tashkiliy turlarini muvofiqlashtirib ishlatishni talab etadi.

Nazorat va muloxaza uchun savollar

1. Kichik biznes korxonalari tashkiliy tizimlari qanday qoidalarga rioya etishi zarur?
2. Biznes korxonalarining vertikal tashkiliy strukturasining o'zgarishi qanday amalga oshiriladi?
2. Tadbirkorlik firmalari tashkiliy tuzilmalarining turlarini ko'rsatib bering.
3. Funksional tashkiliy strukturaning quyidagi qiyosiy xarakteristikalarini keltiring.
5. Biznes jarayonga asoslangan tashkiliy strukturaning quyidagi qiyosiy xarakteristikalarini keltiring.
6. Nima uchun bir necha boshqarish strukturasini tashkiliy turlarini muvofiqlashtirib ishlatishni talab etiladi?
7. Biznes korxonalarining tashkiliy strukturasini qanday o'zgartish(takomillashtirish) mumkin?
8. Xalqaro miqyosda mufaffaqiyatli faoliyat ko'rsatayotgan biznes korxonalari qaysi boshqarish strukturasini qo'llamoqda?
9. Respublikamizdagi kichik biznes korxonalari boshqarish tizimida qaysi strukturani qo'llash mumkin?
10. Biror bir korxona misolida uni boshqarish strukturasini tushuntirib bering.

Asosiy adabiyotlar

1. Ғуломов С.С. Тадбиркорлик ва кичик бизнес: Ўққу қўлланма.-Т.:Шарқ, 2002.- 365б.

2. Кревенс, Дэвид, В.. Стратегический маркетинг, 6-е изд. Пер. с англ. М.: Издательский дом “Вильямс”, 2003.- 752с.

2. Джон Беоджерс Дэн Штайнхофф, Основы управления малым бизнесом. Перевод с англ. - М.: БИНОМ, 1997 , 496с

<http://www.itaiep.doc.gov/bisnis/bisnis/html>

<http://www.business-strategy.com/info/about/>

X-BOB: KICHIK BIZNESDA KADRLAR SIYOSATI

10.1.Ishchilarni ish joylariga joylashtirish

Bozor iqtisodiyotida qobiliyatli xodimlarni ishga olish birinchidan kichik biznes korxonasining samarali ishlashini ta'minlaydi, ikkinchidan esa raqobat tavakkalchiligini kuchaytiradi. Amaliyot shuni ko'rsatadiki, yangi, tez rivojlanayotgan korxonalar faoliyatning birinchi yilida o'z xodimlarining yarmini yo'qotadi. Uchinchi yilning oxiriga kelib qo'nimsizlik 25% ga kamayadi, beshinchi yilga borib bu ko'rsatkich 10% ni tashkil etadi.²⁴ Birinchi yilda qo'nimsizlik yuqori bo'lishining sababi-xodimlar korxonaning kelgusidagi istiqbollarini(imkoniyatlarini) to'la tushunmasligi, shu jumladan o'zining kelajak istiqbolini to'la tasavvur eta olmasligidir. Tasodifiy ishchilarni ishga olish kichik biznesda juda ham xavfli bo'lib, bu korxona uchun zarar keltirishi mumkin. Ishchilarni to'g'ri tanlash uchun ikki xil ichki va tashqi chegara mavjud.²⁵ Ichki chegara - bu korxona tomonidan qabul qilingan va tashqi chegara mavjud. Tash-q chegara-bu o'z ichiga qonunlashgan me'yorlarni, xujjatlarni oladi, masalan, mehnat va mehnatning sanitariya normalari. Kadrlar bo'limi vazifasi ishchilarni ishga yollash va mehnat rezervlarini saqlash bo'lib, u quyidagilarni o'z ichiga oladi: mutaxassislarni mas'uliyatli mansabga tanlash; ishchi-larni mansabga yollash; ishchilarni ishdan bo'shatish.

U bir necha bosqichda amalga oshiriladi.

Birinchi bosqichda:

mansabga nomzod bo'lgan shaxslar haqida ma'lumot to'plash;
mutaxassislarni o'z ishini bajara olishini tekshirish;
mansabga har xil nomzodlarni ko'yib, solishtirish tahlilini o'tkazish va tanlash;
mansabga tayyorlash;
tekshirish uchun sinov o'tkazish muddatini aniqlash.

Ikkinchi bosqich - ishchilarni yollash - huquqiy ishga olish. Kichik korxona bilan ishlovchilari o'rtasidagi munosabatni Mehnat qonunlari boshqaradi.

Bunday huquqiy xujjatlarga

- mehnat va jamoa shartnomalari;
- ish vaqtini va dam olish vaqtini reqlamentlash (ishlab chiqish);
- kafolat va mehnat axloqi; mehnatni muxofaza qilish;
- kasaba uyushmalari; mehnat nizomlari; ish haqi haqidagi ko'rsatmalarni o'z ichiga oluvchi mehnat qonunlari to'g'risidagi kodeks kiradi.

Mehnati shartnomasi - bu kichik korxona bilan ishga olinadigan inson o'rtasidagi rozilik bo'lib, bunda ishga olingan odam korxonaning mehnat tartiblariga rioya qilgan holda o'z vazifalarini bajarishi kerak. Korxona esa unga mehnat qonuniga binoan ish haqi to'laydi va mehnat sharoitini ta'minlab beradi. Og'zaki va yozma

²⁴ Абдуллаев А., Айбешов Х. "Бизнесни бошқариш сирлари" .:Андижон, 2002.-86.

²⁴ Кревенс, Дэвид, В.. Стратегический маркетинг, 6-е изд. Пер. с англ. М.: Издательский дом "Вильямс", 2003.- 752с.

holda mehnat shartnomasi tuziladi. Bitim va konkurs asosida ishga olinishga qarab mehnat shartnomalari ham turli xil bo‘ladi.

Ish kuchini taqsimlashning uchinchi bosqichi - bu ishdan bo‘shatishdir. Bu mehnat qonunlari va korxonaning ichki shartlarini hisobga olgan holda amalga oshiriladi. Ishchini bo‘shatish uning xoxishiga yoki ma‘muriy boshqaruv ko‘rsatmasiga binoan amalga oshiriladi. Agar mehnat shartnomasida ishchi bilan korxona o‘rtasida kelishilgan muddat tugagan bo‘lsa, unda ishchi qonun asosida ishdan bo‘shatiladi. Ma‘muriy boshqaruv apparati ishchi ariza bermagunicha, uni ishdan bo‘shatishga xaqli emas. Mehnat shartnomasi bajarilmasa, ya‘ni ishchining o‘z ishiga noloyiqligi aniqlansa; tez-tez ishga kelmasa; ish joyida o‘g‘irlik qilsa, korxona yopilsa va xokazolarda ma‘muriy boshqaruv organi ishchini bo‘shatishga xaqlidir. Ishchilar potensialini saqlab qolish, mutaxassislar qo‘nimsizligini kamaytirish, ishchi kuchi yetishmovchiligining oldini olish va tahlil qilish to‘rtinchi bosqichida ko‘rib chiqiladi. Barcha yirik chet el firmalarida ishga qabul qilish ko‘p bosqichli, uzoq davom etuvchi jarayondir. Masalan, AQSHning “Makkey Enviloup” firmasida ishga qabul qilish o‘n bosqichda amalga oshiriladi.

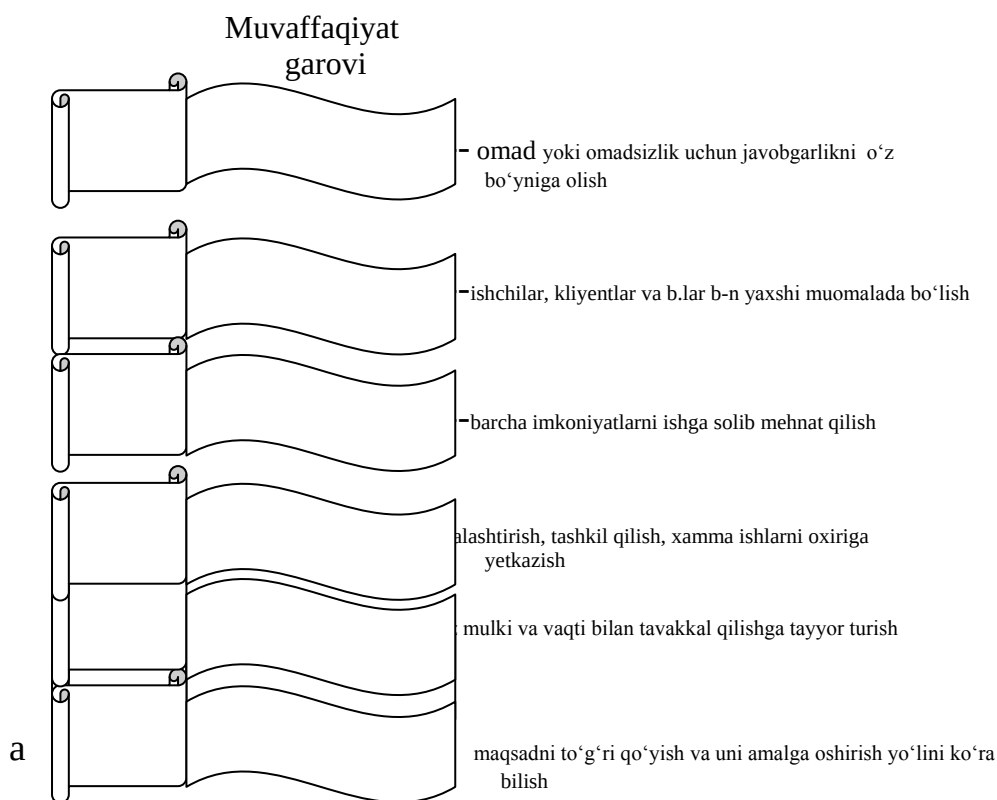
10.2. Vazifalarning mansabga ko‘ra taqsimlash

Kichik biznes ishchilar va xizmatchilarning ish faoliyatiga tegishli bo‘lgan vazifalarni qanday taqsimlashni to‘g‘ri tashkil qilishi zarur. Umumiy faoliyat yurituvchi bo‘limlar vazifalari bo‘yicha guruhdarga bo‘linadi. Bozor qonunlari amal qilayotgan iqtisodiyotda **sotish bo‘limi xodimlari faoliyatini ratsional tashkil qilish** katta ahamiyat kasb etadi. Ko‘pgina korxonalarda sotish bo‘limi marketing xizmatining asosini tashkil qiladi. Shuning uchun uning qanday tashkil qilinishi marketing bo‘limi strukturasini tanlashda asosiy mezon bo‘lib hisoblanadi.

Xodimlarning yirik mijozlarga xizmat qilish, telemarketing, elektron kommersiyani yo‘lga qo‘yishni qay tarzda, olib borish samarali bo‘lishini aniqlab olish lozim.

Agarda realizatsiya kanali kompaniya savdo personaliga nisbatan alohida bo‘lsa, bu kanal uchun alohida struktura tuzish maqsadga muvofiqdir. Bunday hol yirik kliyentlarga xizmat qilinganida, telemarketing xizmatlari olib borilganida, alohida buyurtmalarni bajarganlarida vujudga keladi. Agarda buyurtmalar hajmi ko‘p bo‘lmasa, buni telemarketing xizmati bajarishi mumkin. Ko‘p hollarda zakazlarni savdo agentlari ham, boshqa realizatsiya kanallari ham bajaradi. Bunday hollarda barcha strukturalarni - savdo personal va agentlarning faoliyatini muvofiqlashtirish katta ahamiyatga egadir. Yirik buyurtmachilarga xizmat qilish dasturiga asosan alohida boshqaruvchi tayinlash, ularga xizmat qilishni muvofiqlashtirish lozim.

Yirik buyurtmachilarga xizmat qilish quyidagi yo‘llar bilan amalga oshirilishi mumkin: yirik buyurtmachilarga xizmat qilishni boshqarmaga, ya‘ni sotish bo‘yicha vitse-prezidentga yuklatish mumkin; yangi bo‘lim tuzish mumkin; yirik buyurtmachiga xizmat qiluvchi maxsus shtat ochish mumkin.



10.1-Rasm. Biznesda muvaffaqiyat garovi bo'lgan tadbirkorlik xarakteristikasi

Manba: Джон Бердженс.Дон Штайнхофф, Основы управления малым бизнесом. Перевод с англ. - М.: БИНОМ, 1997.51 бет

Ushbu variantlardan eng optimalini tanlash yirik buyurtmachilar soniga, kontrakt soniga, sotish va xizmat ko'rsatish tadbirlari miqdoriga bog'liqdir. Har bir bo'lim kichik biznes korxonasining boshqa funksional bo'limlari xodimlari bilan hamkorlikda faoliyat olib boradi. Bu hamkorlik yangi tovarlarni rejalashtirish, realizatsiya kanallarini muvofiqlashtirish, bahoni tahlil qilish ,strategik marketing rejalari tuzish bo'yicha olib borilishi mumkin.

Kichik biznesda maqsadni to'g'ri qo'yish va uni qanday amalga oshirish yo'lini ko'ra bilish asosiy narsa hisoblanadi. Ish boshlashdan ilgari quyidagilarga tayyor bo'lishi kerak:

aniq va qisqa reja tuzish; mehnat jarayonining tashkil etilish samaradorligini ta'minlashning usul va yo'llari;azorat tekshiruv me'yorlarini ishlatish. Vazifalarni taqsimlashning mohiyati shundaki, rahbar o'z qo'l ostidagilarga ba'zi bir masalalarni yechishda to'la harakat erkinligini berib qo'yadi, ya'ni, o'zining huquq-majburiyatining bir qismini ularga topshiradi, ammo to'la javobgarlikni rahbarning o'zi olib boradi. Vazifaning ma'lum qismini olgan ishlovchi mustaqil bir bo'lim bo'yicha mas'uliyatni o'ziga oladi va rahbar oldida uning uchun javob beradi, bu esa, o'z-o'zidan, xodimlarni mehnatga ijodiy yondoshishga safarbar qiluvchi omildir.

10.3. Kadrlar qo'nimsizligi va uni kamaytirish .

Kadrlar qo'nimsizligi bu - ma'lum vaqt oralig'ida o'z xoxishlari va ma'muriyat qarori bilan ishdan bo'shagan ishchi-xizmatchilar sonining tekshirilayotgan vaqt oralig'ida (bir oy, bir kvartal, bir yil) korxonadagi ishlovchilarning o'rtacha umumiy sonidagi salmog'idir. Bu ba'zi bir salbiy oqibatlariga olib keladi - jumladan, yangi ishlovchini qabul qilish va o'qitish bilan bog'liq qo'shimcha harajatlar qilish zaruratini keltirib chiqaradi.

Kadrlar qo'nimsizligi muammosi insonning o'z mehnatiga ko'nikishi bilan bog'liq bo'lib, u ikkita masala yechilishini talab qiladi, birinchisi insonning aniq bir korxonadagi mehnat sharoitiga moslashishi, ikkinchisi mehnat sharoitining inson talabiga moslashishi. Kadrlarni saqlab qolish uchun ishlovchi ishdan qonikish olishi va ushbu korxonada ishlashni xoxlashi lozim. Inson, odatda o'z ishdan qachonki, qilayotgan ishi o'zining xizmat vazifasi (egallagan lavozimi), oladigan maoshi uni qanoatlantirsa va jamoada o'zini qulay sezsagina mamnun bo'ladi. Kadrlar ko'nimsizligini kamaytirish ishchilar ish joylarini kengaytirish; mehnatni sifat jihatdan boyitish; ish vaqtini moslashuvchan shaklda tashkil etish; mehnat gigiyenasini yaxshilash; yuqori sifatli va unumli mehnat uchun mehnatga haq to'lashning ilg'or usullarini ko'llash va boshqa rag'batlantirish tadbirlarini amalga oshirish; ishlovchilar o'rtasidagi mehnat mojarolarini oqilona hal etish orqali amalga oshirilishi mumkin. Kadrlar qo'nimsizligini kamaytirishda xorijiy davlatlar, ayniqsa Yaponiya tajribasidan foydalanish maqsadga muvofiqdir. Ishchi tez-tez ish joyini o'zgartirishi qattiq qoralanadi, shu sababli ishchilar bir ish joyida uzoq yillar davomida ishlab o'z kompaniyasiga juda sodiq bo'lishadi. Natijada ishchilarning tajribasi va malakasi juda yuqori bo'ladi, bu esa o'z navbatida mehnat unumdorligining o'sishiga, yuqori sifatli maxsulot ishlab chiqarilishiga olib keladi. Bozor iqtisodiyoti tizimida mehnat uchun taqdirlanish mehnatga bo'lgan qiziqishni anglatadi va unga bo'lgan talab va taklif bilan aniqlanadi.

Kichik biznes korxonasi o'zining xodimlari uchun maoshdan tashqari qo'shimcha imtiyozlar ham berishi lozim. Bular: mukofot ko'rinishidagi aksiya, kimmatbaho qog'ozlar, oylik mukofotlar; qo'shimcha imtiyozlar, ya'ni pulsiz (qisman pullik) xizmat ko'rsatish majmualari tashkil qilish: ijtimoiy ta'minlash xizmatlari, mehnatga yaroksizlik mehnatning salomatlikka zararliligiga to'lanadigan qo'shimcha to'lovlar, sug'urtalash, moddiy yordam ko'rsatish; oshxonalarda ovkatlanishga haq to'lash; bolalarni bogchalarda bo'lishiga pul to'lash; transport va sog'lomlashtirish harajatlari uchun qo'shimcha to'lovlar; uy-joy ajratish va boshqalar. Takdirlashlar, har xil shakllarda haq to'lash korxonaning harajatlarini ko'paytirib yuboradi. Ammo, ishlovchilarning samarali mehnati xisobiga keladigan samara bunday harajatlarni bir necha barobar qoplashi mumkin.

Shuni ta'kidlash lozimki, kadrlar masalasi 2004-2005 yillarda kichik tadbirkorlikni rivojlantirish Dasturiga kiritilgan edi. Shu bilan birgalikda tadbirkorlik faoliyati sohasiga aloqasi bo'lgan (hamda aloqasi bo'lishni istagan) barcha kadrlarni tayyorlash, qayta tayyorlash va malakasini oshirish tizimini shakllantirish yo'nalishi bo'yicha bir qator ishlar ko'zda tutilgan edi. Unda faqat kutilayotgan ko'rsatkichlarga emas, balki zamonaviy axborot texnologiyalarini

joriy etgan holda o'qishning yangi uslublarini tatbiq etish mexanizmlari belgilab berilgan edi.

2005 yilning oxiriga kelib, respublikadagi biznes-inkubatorlar tarmog'i kichik biznesga mutaxassislar etkazib berishga katta xiss qoshmoqda. 36 ta biznes-inkubatordan iborat tarmoqda 4 mingdan ortiq ishchi o'rniga ega bo'lgan 500 ta kichik korxona inkubatsion davrlarini o'tmoqda.

Biznes-inkubator sub'ektlari tomonidan 2,1 mlrd. so'mlik mahsulot ishlab chiqarilgan. Biznes-inkubatorning bitta korxona sub'ektiga 4,2 mln. so'mlik ishlab chiqarilgan mahsulot (ish, xizmat) to'g'ri keladi. Biznes –inkubatorlar uyushmasi tomonidan Vazirliklar, idoralar, tashkilotlar, korxona- ishlab chiqaruvchilar ko'magida mahalliy hamda chet el uskunalarining reklama–axborot kataloglarining elektron va bosma shakllari nashr etildi. Kataloglar mahalliy ishlab chiqaruvchilarning 400 dan ziyod uskunalari, mini texnologiyalar mavjud vositalarining turlarini va komplektlarini o'z ichiga oldi.

Qisqa xulosalar

Bozor iqtisodiyotida qobiliyatli xodimlarni ishga olish birinchidan kichik biznes korxonasining samarali ishlashini ta'minlaydi, ikkinchidan esa raqobot tavakkalchiligini kuchaytiradi. Kadrlar qo'nimsizligi muammosi insonning o'z mehnatiga ko'nikishi bilan bog'liq bo'lib, u ikkita masala yechilishini talab qiladi, birinchisi insonning aniq bir korxonadagi mehnat sharoitiga moslashishi, ikkinchisi mehnat sharoitining inson talabiga moslashishi.

Nazorat va muloxaza uchun savollar

1. Ishchilarni ish joylariga joylashtirishning kichik biznes tadbirkorligidagi ahamiyatini tushuntiring .

2. Ishchilarni ishga yollash va mehnat rezervlarini saqlash qanday yul bilan olib boriladi?

3. Vazifalarning mansabga ko'ra taksimlanishi ahamiyatini tushuntiring.

4. Kadrlar qo'nimsizligi bilan bog'liq harajatlarni kamaytirish uchun amaliyotda qanday usullar qo'llaniladi?

5. Kadrlar qo'nimsizligi muammosini qanday hal qilish mumkin?

6. Mehnat marketingining kichik biznes tadbirkorligidagi ahamiyatini tushuntiring .

7. Biznesda muvaffaqiyat garovi bo'lgan tadbirkorlik xarakteristikasi qanday?

8. Mahalliy biznes inkubatorlar kadrlar qo'nimsizligi muammosini qanday hal qilishi mumkin?

9. Nima uchun kichik biznesda kadrlar qo'nimsizligi yuqjri?

10. Kichik biznesda qanday huquqbuzarliklar ko'p uchraydi?

Asosiy adabiyotlar

1. Фуломов С.С. Тadbirkorлик ва кичик бизнес: Ўқув қўлланма.-Т.: Шарқ, 2002.- 365б.

2. Абдуллаев А., Муфтайдинов Қ. Айбешов Х. Кичик бизнесни бошқариш: Дарслик.- Т.: Молия, 2003.-191б.

X1-BOB: KICHIK BIZNESNI BOSHQARISH PSIXOLOGIYASI

11.1. Biznesning axlok me'yorlari, tadbirkorlik etikasi

Bozor iqtisodiyoti sharoiti raxbarlardan tadbirkorlik va ishbilarmonlikni boshqaruv uslublarini takomil-lashtirishni talab etadi. Boshqarish uslublari asosan ongli ravishda muayan maqsadlarga erishish uchun xizmat qiladi. Bu faoliyat davomida ma'naviylik me'yorlariga, ya'ni tadbirkorlik etikasiga amal qilish maqsadga muvofiqdir.

Biznes etikasining asosiy qoidalariga quyidagilar kiradi: qonunni hurmat qilish, to'g'ri o'z so'ziga va tuzilgan shartnomaga javob berish, ishonchlilik ishonch va ijtimoiy javobgarlik hech qachon va hech qanday sharoitda o'z xizmatchilarini, buyurtmachilarni, xissadorlarni, rahbarlarni, mol yetkazib beruvchilarni, nazorat qiluvchi idoralarni aldamaslik majburiyatlari va boshqalar.

Taraqqiy topgan davlatlarda, ayniqsa Yaponiya va AKSHda firmalarning "etika kodeksi" va biznesmenlarning alohida kasb ustalari guruhlarining "ishbilarmonlar kodeksi" keng qo'llanadi. Ularni sex etikasi kodeksi deb ham atash mumkin. Ushbu kodekslarga binoan u yoki bu tarmoq firmalari bir xil etika o'lchovlarini ko'llaydilar. Bunday kodekslar raqobatchilarning etikaga xilof hulqlarini aniqlashni osonlashtiradi. Ishbilarmon biznes kodeksining asosiy qismlaridan biri ishbilarmon va iste'molchi o'rtasidagi munosabatlar hisoblanadi.

Eng birinchi "Biznesmen kodeksi" amerikaliklar tomonidan 1913 yilda ishlab chiqilgan bo'lib, unda yettita ish yuritish qoidasi qabul qilingan. Bu qoidalar bitta asosga jamlangan bo'lib, bu biznes sohasidagi usul va siyosatni baholashda ularning haqiqat va adolatlilik tushunchalariga mos kelishi bilan belgilanganidir.

Vaqt o'tishi bilan kodeks bir necha bor takomillashdi. Natijada, bu borada turli firmalar va kompaniyalar tomonidan to'plangan, ularning tajribasiga asoslangan.

11.2. Tadbirkorning shaxsiy xususiyatlarini shakllantirish

Tadbirkor raxbarning tashkilotchilik qobiliyati ishlab chiqarish tizimini yaxshilash tadbirlariga qaratilmog'i, ya'ni jamoada axloqiy-ruxiy muxtni qaror topshirish, yangi texnologiyani joriy etish, kuchlarni tezkor ishlarni boshqarishga qaratish, boshkaruvdagi odamlarni imkon qadar kamaytirish, yangi xodimlar malakasini oshirib borish, odamlardagi "boqimandalik" ruxiyatiga barxam berish, ishda xar xil mojarolar kelib chiqishiga yo'l qo'ymaslik, mexnat intizomiga katta rioya qilishdir.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida tadbirkor raxbar faoliyatining mazmuni- uning boshqarish san'atini nechog'lik egallagani, ya'ni odamlarni jamoaga uyushtirish, ishlarni rejalashtirish, nazorat qilish, axborotlar ayriboshlash, boshqarishni o'quv bilan tashkil etish kabi mezonlar bilan xam izohlanadi. Bunda tadbirkor rahbar ongliligi, tadbirkorliligi, odamlarning moddiy va ma'naviy extiyojlarining qondirib borilishi, uning gurux, jamoa jamiyat oldida ma'suliyat, burch tuyg'usini chuqur xis qilishi muhim ahamiyatga ega. Boshqarish san'ati tadbirkor raxbarlardan talab

kilnadigan xislatlardan eng asosiysi bo'lib, uning o'z qo'l ostidagi xizmatchilar bilan juda yaxshi munosabat o'rnatish, korxonada ishlab chiqarishning eng samarali natijalarini beradigan muxtni yaratishidir.

Yaponiyaning boshqarish uslubi ana shu tamoil asosiga qurilgan. Yaponlarninig boshlang'ich ijtimoiy sharoiti shundayki, ular ishchini ijtimoiy ximoya qilish bilan birga ma'naviy tarbiyalab borishadi, inson psixologiyasidan to'g'ri foydalanishadi, ishchini ishga tayyorlash jarayonida xalqqa ma'lum bo'lgan uslublarni qo'llashadi, ya'ni bajariladigan ishning nozik tomonlarini va kat'iylikning o'rgatishadi. Maxsulot ishlab chikarish bilan uning sifatini nazorat qilish jarayoni xech qachon ajratilmaydi yoki bir-biriga qarama-qarshi qo'yilmaydi. Ularning fikricha, nazoratni kuchaytirish yoki nazoratchining xuquqini kuchaytirish bilan yuqori sifatli mahsulot olib bo'lmaydi. Vaxolanki, mahsulot sifatini tayyor bo'lgandan keyin emas, aksincha uni tayorlash jarayonida, xar bir bajarilgan ishdan so'ng nazorat qilish kerak. Nazoratchining asosiy vazifasi sifatsiz maxsulot ishlab chikarayotgan ishchini topib, uni jazolash emas, balki uning sababini izlashdan va bartaraf qilishdan iborat bo'lishi kerak. Mana shu uslubni yaponlar tug'ri yo'lga qo'yganligi sababli xar bir ishchi o'z-o'zini nazorat qilishga o'rgangan va doimo o'z ustida izlanishlar olib boradi. Kompaniyalarda sifat guruxlari tashkil qilingan.

Bizda xam xar bir tadbirkor rahbar ish joylarida mana shunday uslubni tashkil qila olishi kerak. Shundagina sifatsiz maxsulot sonini kamaytirib, yuqori sifatli maxsulot olishga erishish mumkin. Shundagina kichik biznesda ishlab chiqarishni kengaytirmasdan, ishchilar sonini o'zgartirmasdan ko'plab maxsulot olishga erishish mumkin.

11.3. Sheriklar o'rtasidagi va xizmat yuzasidan munosabatlar

Tadbirkorning sheriklari bilan munosabatlari qanchalik to'g'ri to'zilganligi biznesdagi muvaffaqiyatni belgilaydi. Sherik deb, biror bir birgalikdagi faoliyatning ishtirokchisiga aytiladi. Tadbirkorning sheriklari bilan aloqalarini mustahkamlashda quyidagilar katta ahamiyatga ega: umumiy g'oyaga qiziqqan va ularni amalga oshirishga tayyor bo'lgan sheriklar bilan aloqa o'rnatish; boshliq bilan to'zilgan kelishuv (kontrakt) shartlariga qattiq rioya kilinishi; haq to'lash shartlari; ijtimoiy imtiyozlar (berilgan bo'lsa); korxona boshqarilishidagi ishtiroki; yil natijalari bo'yicha dividntlar to'lash shartlari; ishdan bo'shagandan o'z ulushini olish va xokazolar ta'minlanadi.

Tadbirkor rahbar tashkilotchiligi - mehnat jamoasini uyushtirish, jipslashtirish, ishlab chiqarish va tarbiyaviy jarayonlarga t'sir ko'rsatish, gurux faoliyatini oliy maqsadlarga qarata olish qobilyati kabi masalalarni qamrab oladi. Tadbirkor rahbar jamoani moddiy va ma'naviy ne'matlar ishlab chiqarishiga rahnamolik qilar ekan, shuni unutmazlik kerakki, odamlar bir-birlari bilan o'zaro munosabatda, bir-birlariga xar jixatdan muxtoj, shaxsiy extiyoj va maqsadlarga egadirlar. Shu bois xar qanday tadbirkor-raxbar eng avvalo insoniy qadriyatlarga diqqat-e'tiborini qaratmog'i lozim buladi.

G'arb olimlaridan Robert Ryukert (Robert Reukert) va Orbula Yokep (Orvill Walker) hamkorlikning quyidagi prinsiplarini taklif qiladilar: ²⁶

- Mavjud tashkiliy struktura va jarayonlar resurslarni bir bo'limdan ikkinchi bo'limga o'tishini ta'minlasa, hamkorlik samarali bo'ladi.
- Hamkorlik, turli funksional bo'limlarning faoliyatini muvofiqlashtiruvchi mexanizm bo'lib, konfliktlarni gorizontaal bosqichda yechish qoidasi va amaliyotini o'zida mujassamlashtiradi. Lekin, doimiy ravishda konfliktlarni vujudga kelishi va uni yechish faoliyat samarasini pasaytiradi.

Tadbirkorning o'z xizmatchilari bilan munosabatni mustaxkamlashda quyidagilar katta ahamiyatga ega:

- muammoli ishga taalluqli masalalar muxokama qilinadigan suxbat va uchrashuvlarni muntazam o'tkazib turish;
- ishchi va xizmatchilarning firma ishini muhim masalalarini muxokama qilish va yechishga kengroq jalb qilish;
- firma bo'linmalarining boshliqlari bilan muntazam ravishda muloqot lozim.

Mijozlar bilan munosabatlar. Kichik biznesda mijozlar bilan munosabatga muhim ahamiyat berish lozim.

Kichik biznes mijoz sifatida, dallollik idorasi, birja, tayyorlov tashkiloti qayta ishlovchi korxona, shuningdek mahsulotlarning doimiy buyurtmasi yoki haridori bo'lgan ayrim shaxslar gavdalanishi mumkin. Mijoz kim bo'lishidan kat'iy nazar: tashkilotni, korxonami, firmami yoki yakka shaxsmi - avvalo tadbirkor oldida o'z muammolari bilan murojaat qilayotgan inson ekanligini esda to'tishi lozimdir.

Tadbirkorning vazifasi - mijozni o'z qo'liga olib uni ushlab qolmoq. Har bir tadbirkor (yakka shaxs yoki korxona) shu maqsadda o'z ishini mijozga bag'ishlamogi kerak. Bu maqsadga erishishda quyidagilarni ta'minlash zarur:

- har doim o'zini mijoz o'rniga qo'yishi;
- qog'ozbozlikka yo'l qo'ymaslik;
- haridorlar bilan tovar sotilgandan so'ng ham aloqani uzmaslik.

Qisqacha xulosalar

Insonning har qanday faoliyati, shu jumladan ishbilar-monlik ham, etika va huquqiy o'lchovlari bilan baholanadi

Tadbirkor bo'lishga axd qilgan kishi, o'zining imkoniyatlari, qobiliyatlari, shu jumladan o'z izlanuvchilik qobiliyatini aniq o'lchay bilishi kerak Biznes - bu ishni chuqur bilish, kundalik tinimsiz mehnat, bir me'yordagi iqtisodiy sharoitdagi yuz beradigan doimiy raqobat, unga faqat o'z ishining ustasigina turib bera oladi.

Boshqarish san'ati tadbirkor raxbarlardan talab qilinadigan xislatlardan eng asosiysi bo'lib, uning uz kul ostidagi xizmatchilar bilan juda yaxshi munosabat urnatish, korxonada ishlab chikarishning eng samarali natijalarini beradigan muxdni yaratishidadir.

²⁶ Кревенс, Дэвид, В.. Стратегический маркетинг, 6-е изд. Пер. с англ. М.: Издательский дом "Вильямс", 2003.- 752с.

Nazorat va muloxaza uchun savollar

1. Biznesning axloq me'yorlari deganda nimani tushunasiz?
2. Tadbirkorlik etikasi deganda nimani tushunasiz?
3. Ishbilormanlarning un nasihatiga izoh bering.
4. Tadbirkorning shaxsiy xususiyatlarini shakllantirish uchun qanday umum- ijtimoiy sifatlar zarur?
5. Sheriklar o'rtasidagi o'zaro munosabatlarni mustaxkamlashda nimalarga ahamiyat berish kerak ?
6. Xizmat yuzasidan munosabatlarni takomillashtirish uchun qanday tadbirlarni amalga oshirish lozim ?
7. Mijozlar munosabatlarni takomillashtirish uchun qanday tadbirlarni amalga oshirish lozim?
8. Boshqarish san'ati tadbirkor raxbarlardan qanday xislatlardan talab qiladi?
- 12 Tadbirkorning o'z xizmatchilari bilan munosabatni mustaxkamlashda nimalarga katta ahamiyat berish kerak?
- 13 G'arb olimlaridan Robert Ryukert (Robert Reukert) va Orbula Yokep (Orvill Walker) hamkorlikning qanday prinsiplarini taklif qiladilar?

Asosiy adabiyotlar

1. Абдуллаев А.,Муфтайдинов Қ. Айбешов Х. Кичик бизнесни бошқариш: Дарслик.- Т.: Молия, 2003.-191б.
2. Джон Берджес.Дон Штайнхофф, Основы управления малым бизнесом. Перевод с англ. - М.: БИНОМ, 1997
3. Кревенс, Дэвид, В.. Стратегический маркетинг, 6-е изд. Пер. с англ. М.: Издательский дом "Вильямс", 2003.- 752с.
4. <http://www.itaiep.doc.gov/bisnis/html>

X11-BOB: KICHIK BIZNESNI AXBOROT BILAN TA'MINLAS

12.1. Axborotlarni yig'ish va tahlil etish

Kichik biznesdagi eng asosiy masalalardan biri - axborot bilan ta'minlashdir. Har kuni ma'lumotlar oqimi yig'iladi va u undan to'g'ri foydalanish biznes menejerlari uchun shart. Birinchi navbatda u qanday ma'lumot kerakligi; uni qayerdan olish mumkinligi; qanday qilib uni to'plash, qayta ishlash va saqlash kerakligi, qanday dalillar tekshiruvga muhtojligini bilishi kerak, mo'ljallayotgan sherik va mijozning ishonchlik darajasi qanday.

Korxona o'z maxsulotlarini kirgiza olgan bozor va u yerdagi insonlarni to'liq o'rganib chiqsagina, u bozorga moclasha oladi. Ushbu masalalarning yechimi mazkur axborotlar yig'ish va operativ ravishda tahlil qilishdan iborat. Korxonaning barcha funksiyalarini natijaviyligini ko'rsatuvchi samarali axborotlar yig'indisini ishlab chiqish ancha og'ir.

Axborotni yig'ish, ishlov berish va tahlil qilishga ketadigan harajatlar yetarli darajada yuqori, shuning uchun kerakli axborotni olish bilan bog'liq afzalliklar unga ketadigan sarf-harajatlar bilan mutanosib bo'lishi kerak. Axborot, odatda, ikki toifadan biriga kiradi: tashqi va ichki manbalardan doimiy tarzda kelib turadigan axborot va zaruriyatga qarab ma'lum bir muammo yoki nostandart vaziyat yuzaga kelganda so'raladigan axborot. Birinchi toifaga sotuv va harajatlar hajmi tahlilining natijalari, bozor ulushining baholanishi, shuningdek iste'molchilarni qoniqtirish darajasining tekshiruvlari kiradi. Ikkinchi toifa yangi mahsulotlar konsepsiyalarini testdan o'tkazish natijalarini, iste'molchilar hohishidagi savdo markalarining tadqiqoti, shuningdek reklamaning samaradorligi tahlilini o'z ichiga oladi.

Korxona rahbariyatiga bir nechta turdagi axborotga kerak bo'lishi mumkin.

1. Ichki axborot tizimi har qanday strategik baholash dasturining asosini aks ettiradi. Bunday tizimlar sotuv va harajatlar to'g'risidagi dastlabki hisobotlardan boshlab o'ta murakkab marketing axboroti kompyuter tizimlarigacha turlanadi.

2. Standartlashtirilgan axborot xizmatlari obuna bo'yicha yoki bir marta sotib olish uchun axborot beradi, uning bahosi, odatda, maxsus tekshiruvni o'tkazish bahosidan pastroq bo'ladi. Shunga ham qaramasdan, bunday xizmatlar yetarli darajada qimmatga tushadi. Standartlashtirilgan axborot nashr ko'rinishida va elektron formatda bo'ladi.

3. Marketing bo'yicha boshqaruvchilarga maxsus tadqiqotlarni o'tkazish zarur bo'lib qolishi mumkin. Misol distribyuterlarga ishlab chiqaruvchining xizmatlari haqidagi fikrlarini o'rganib chiqish.

1. Mudofaa tashabbusining tizimi kichik korxona chiqadigan bozorlariga ta'sir qiladigan tekshirib bo'lmaydigan tashqi omillarni kuzatib borish va oldindan belgilashga qaratilgan. Bunday tizimlarning imkoniyatlari axborot yig'ilishining standart jarayonlaridan boshlab tashqi muhitni ovozasiz kuzatib borishgacha turlanadi.

12.2. Maxfiy axborotlar

Axborotlar yig'ish va tahlil qilish jarayondagi muhim vazifa kichik korxonaning maxfiy ma'lumotlarini saqlash hisoblanadi. Fortune 100 ro'yxatidagi 75 %ga yaqin kompaniyalar "so'nggi besh yilda kompyuter orqali mijozlar, ishlab chiqarish sirlari va yangi tovarlarni ishlab chiqishga oid rejalar to'g'risidagi axborotga beruxsat erishish harakatlarining soni ko'payib ketgan" ligini ta'kidlashadi. Bunday holatlar ko'payishining sabablari sifatida kompyuter texnologiyalarining rivojlanib ketganligi va o'z kompaniyalari xodimlarining sadoqati pasayganligi ko'rsatilgan. Kompaniyaning yopiq axborotiga beruxsat erishish to'g'risidagi ma'lumotlar tasdiqlansa, kompaniya maxfiy ma'lumotni himoyalash uchun kerakli ehtiyot choralarini ko'rganligini namoyish etishi lozim.

Har bir tijorat firmasida ovoza qilinmaydigan ma'lumotlar bor. Bunday ma'lumotlarga quyidagilar kiradi:

konstruktorlik texnologik turli "nou-xau", ixtirolar loyihalari, firma namoyondalari, alohida shaxslar bilan bo'lgan muzokaralarning natijalari, tijorat bitimlarining ba'zi tafsilotlari.

Tabiiyki, bunday ma'lumotlarni raqobatchilardan alohida ko'riqlanadi va joylarda saqlab, sir tutish kerak.

Firma uchun zarur bo'lgan ma'lumotlarning yig'ilishiga qarab ularni himoya qilishning turli usullarini qo'llash kerak. Shuning uchun har bir firmada ma'lumotlarni himoya qilish tizimini tashkil qilish kerak

12.3. Axborotlarni himoya qilish

Sirli ma'lumotlar oqimini yo'qotish uchun ularni himoya qilishning turli tizimlari yaratiladi. Himoya vositasining murakkabligi mavjud ma'lumotlarning aniq qiymatiga bog'liq. Eng sodda usullardan biri ma'lumotlar saqlanadigan shkaflarni berkitish uchun kulflardan foydalanish. Eng ishonchli usullardan biri - ma'lumotlarni seyflarda saqlash. Kompyuterlarda joylashgan ma'lumotlar yashirin so'z (parol') va shifrlar bilan himoya qilinadi. Yashirin so'zlarni qo'llash ma'lumotlarni egallashni chegaralaydi. Shifrlash xattoki nusxa ko'chirishda ham ma'lumotlarga kirib borishga yo'l bermaydi. Firmaga programmalovchilarni jalb qilib, tuzilgan programmalarda ko'pincha ma'lumotni yetarli darajada ishonchli himoya qilishga yo'l bermaydigan tasodifiy sonlar ko'rsatgichi ishlatiladi. Shuning uchun biznes bilan shug'ullanishning dastlabki davrida ma'lumotlarni himoya qilish muammolarini mustaqil hal qilish tavsiya etiladi. O'ta muhim ma'lumotlarni himoya qilish uchun yuqori malakali maxsus mutaxassislar xizmatiga murojaat qilish kerak.

Kichik biznes va tadbirkorlik sub'ektlarini axborot bilan ta'minlash masalalari. Tadbirkorlik sub'ektlarini axborot bilan ta'minlash ichki va tashki bozor kon'yunkturasi, tenderlar, birja va auksion savdolar buyicha ma'lumotlar, boshqa axborotdan xabardor qilish maxsus byulletenlar, ommaviy axborot vositalardagi chiqishlar, shuningdek, Respublika Savdo Sanoat palatasining faoliyat kursataetgan 240 mingta x'jalik yurituvchi sub'ektlar hamda 26 mingta nomdagi tovar va xizmat hahidagi ma'lumotni o'z ichiga olgan ko'p tarmoqli "MAROQAND" axborot tizimi

orqali yo'lga qo'yilgan. Ushbu tizimning portalini 20 ta mamalakatdan 500 dan ziyod chet el kompaniya va firmalari zierat qilishdi. Birjalar bilan hamkorlik qilish istagidagi kichik biznes sub'ektlari o'zlari chiqaraetgan mahsulotlarni Internet da tavsiya etish uchun beminnat imkoniyat berilyapti.

Lekin, kichik biznes va tadbirkorlik sub'ektlarini axborot bilan ta'minlash xozirgi kunda talab darajasiga javob bermaydi, ayniqsa viloyat va xududlardagi, qishloq joylardagi tadbirkorlar ko'plab axborotlardan bexabar qolishmoqda.

Qisqa xulosalar

Kichik biznesdagi eng asosiy masalalardan biri - axborot bilan ta'minlashdir. Kichik biznes korxonalarida ish yuritish -bu xujjat tuzish, rasmiylashtirish, ularni ko'paytirish, qabul qilish, jo'natish va ro'yxatga olish, ularning bajarilishini tekshirish, shuningdek zarur xujjatlarni izga solish va qayta ishlangan xujjatlarni aynan firmaning o'zida saqlash kabi ishlar majmuidir.

Nazorat va muloxaza uchun savollar

1. Axborotlarni to'plash ahamiyati qanday?
2. Axborotlarni saqlash qanday amalga oshiriladi?
3. Kichik biznesda ish yuritish asoslari nimadan iborat ?
4. Biznesmenning tashrif qog'ozi nima?
5. Sheriklar qidirish uchun qanday tadbirlarni amalga oshirish lozim ?
4. Tijorat firmasidagi maxfiy axborotlar qanday saqlanadi ?
5. Kichik biznes korxonalarida axborotlarga ehtiyoj qanday qondiriladi?
6. O'ta muhim ma'lumotlarni himoya qilish uchun qanday tadbirlarni amalga oshirish lozim ?
7. Ovoza qilinmaydigan ma'lumotlar nimadan iborat ?

Asosiy adabiyotlar

1. Ғуломов С.С.Тадбиркорлик ва кичик бизнес-Т.:Шарқ,2002-365б
2. . Джон Берджес.Дон Штайнхофф, Основы управления малым бизнесом. Перевод с англ. - М.: БИНОМ, 1997.51 бет
3. Кревенс, Дэвид, В.. Стратегический маркетинг, 6-е изд. Пер. с англ. М.: Издательский дом "Вильямс", 2003.- 752с.
4. <http://www.itaiep.doc.gov/bisnis//html>
5. <http://www.business-strategy.com/info/about/>

X111-BOB: KICHIK BIZNESNI MOLİYALASH VA KREDIT BILAN TA'MINLASH

13.1. Moliyaviy resurslar va moliyaviy kapitalning mohiyati

Moliyaviy resurslarni samarali boshqarish korxona foydasini oshirishga, xamda uzoq muddatli investitsiyalarni jalb qilishni ta'minlaydi. Kichik korxona moliyaviy **menejerining vazifasi** - normal ishlab chiqarish jarayonini va investitsion faoliyatni ta'minlaydigan, eng samarali moliyalashtirish manbasini tanlash.

Har bir korxona, firma yoki korporatsiyani qayerdan pul olib va ularni qanday qilib samarali ishlatish savoli qiziqtiradi.

Eng avvalo pul "biznesni" yurgizish uchun kerak. Biznemening odatda o'z mablag'i yetarlicha bo'lmaydi va qarz olishga majbur bo'ladi. Qarz olish natijasida tadbirkor potensali oshadi. Lekin bu yerda 2 ta yo'l mavjud: u foyda keltirishi mumkin (qarz mablag'larining olib kelayotgan foydasi, olingan qarz mablag'lariga to'lanayotgan foizdan yuqori bo'lsa), lekin u zarar xam keltirish mumkin. Axir ba'zi paytida rivojlanishning susayishi xam bo'lishi mumkin, ishlab chiqarish vositalari va uskunalarni yangilash, ba'zi paytlarda esa ishlab chiqarish yunalishi o'zgartirib, uskunalarni yangilash kerak bo'ladi.

Kichik biznesning moliyaviy resurslarini moliyaviy sarmoyalar va moliyaviy zaxiralar tashkil qiladi. Moliyaviy zaxiralarni kichik biznes korxonasi ixtiyorida bo'lgan pul vositalari tashkil qiladi. Pul mablag'lari mol yetkazib beruvchilar, vositachi va moliyaviy xizmatlar, savdo-sotiq xizmatlari, investitsiya va innovatsiya loyihalari uchun sarflanadi. Moliyaviy mablag'larni yetishmasligi kichik biznes istiqbolini, faoliyatini chegaralaydi va sinishiga olib keladi. Xo'jalik faoliyatini rivojlantirish uchun ishlatiladigan moliyaviy zaxiralar (xom-ashyo sotib olish, yarimtayyor mahsulotlar, mehnat uskunalari, ishchi kuchi) pul ko'rinishidagi sarmoyadir.

Moliyaviy sarmoya qarzga beriladi va aylanib foyda bilan investorga qaytib keladi, moliyaviy zaxiralar sarmoyasi qo'shimcha foyda keltirishi uchun u ko'prok aylanishi kerak. Yiliga sarmoya qancha ko'p aylansa investor yillik daromadi shuncha ko'p bo'ladi.

Moliyaviy zaxiralar sarmoyasini tarkibiga shuningdek asosiy fondlar, aylanma fondlar, muomila fondlariga qo'yilgan pul mablag'lari kiradi. **Asosiy fondlar** - mehnat qurollari, bino, qurilma, texnika vositalari va boshqalar yig'indisining qimmatli ko'rinishi. U moliyaviy ko'rinishini o'zgartirmasdan ishlab chiqarish va xo'jalik korxona chegarasida faoliyat ko'rsatadi hamda o'z qiymatini qaytadan yaratilgan mahsulot qiymatiga o'tkazadi. **Aylanma fondlar** - korxona ishlab chiqarish fondining bir qismini tashkil qiladi. U bir ishlab chiqarish davrida (siklida) ishlatiladi va o'z qiymatini ishlab chiqariladigan mahsulotga to'laligicha o'tkazadi. **Muomila fondlari** tayyor mahsulotni iste'molchilarga yuborilgani, lekin to'lanmagani, bank va kassa xisobidagi pul mablag'ini o'z ichiga oladi.

Nomoddiy aktivlar - fizik xususiyatlarga ega bo'lmagan, ammo korxona

aktiviga qo'shiladigan patentlar, litsenziyalar, nou-xou, avtorlik huquqlari va boshqa intellektual mulkdan iborat bo'lib, o'zining dastlabki narxini yo'qotadi va vaqt o'tish mobaynida foyda keltiradi. **Nomoddiy vositalarni** sotib olishni tovar va mahsulot sotishdan, ish bajarish va xizmatdan kelgan foyda xisobiga hamda bank krediti, jismoniy yuridik shaxslarni qaytarilmaydigan badallari xisobiga moliya bilan ta'minlaniladi. Oddiy vositalar ularni sotib olish qiymatlari bilan hisobga olinadilar, ularga qo'shimcha (bevosita) harajatlar, ba'zi bir obyektlarni tartibga keltirib xo'jalik faoliyatiga kiritish uchun qilingan harajatlar qo'shiladi.

13.2. Kredit mablg'lari va ularni berilish tartibi

Kredit qarzga pul olishning eng keng tarqalgan shakli qisoblanadi. Milliy valyutadagi kredit mablaqlarining manbai bo'lib tijorat banklariva byudjetdan tashqari fondlar qisoblanadi. Bular kichik biznesga yordam berish maqsadida amal qiladi va mamlakat iqtisodiyotining ustivor soqalaridagi biznesni raqbatlantiruvchi imtiyozli kreditlar beradilar:

O'zbekiston xududida xo'jalik sub'ektlarini kreditlash tijorat banklari tomonidan qaytarib berish, to'lov, ta'minlanganlik, muddatlilik va ajratilgan mablaqlardan foydalanishning maqsadli ishlatilishi sharti asosida amalga oshiriladi. Zarar ko'rib ishlaydigan, noliqvid balansga ega bo'lgan biznes sub'ektlariga kredit berilmaydi, bundan tashqari, uzoq muddatli moliyaviy o'pirilish va zararlarni qoplash uchun kredit olib bo'lmaydi.

Kredit olish uchun potentsial qarz oluvchi o'zining qarz oluvchi moliyaviy va ishlab chiqarish imkoniyatlarini baqolash va ozi uchun quyidagilarni aniq belgilab olishi shart:

- o'z maqsuloti sotish bozorini(talab va taklifni o'rganish);
- loyiqani ishlashi uchun kerak bo'ladigan tovar-moddiy boyliklarni, shuningdek, tayyor maxsulotni sotish uchun zarur bo'lgan shartnomalarning mavjudligi;
- kreditlanayotgan tadbirlarni samaradorligi;
- qisob raqamiga pul mablaqlari kelib tushishining davriyligi;
- kredit va uning foizlarin so'ndirish manbalarining;
- kredit uchun to'lanadigan to'lofni qisoblash va uni davriyligi.

Shuningdek Otgan yil uchun o'z moliyaviy va x'jalik faoliyatini taqlilini tayyorlab qoyish va joriy davr uchun kelgusini belgilash(biznes -reja) kerak boladi.

Yuqoridagi analitik va kelgusini belgilash ma'lumotlaridan kelib chiqib, qarz oluvchi kredit olish uchunariza va iltimosnoma tayorlaydi. Iltimosnomada kredit olish zarurligi, uning samaradorligi, qaytarilishi, to'lovligi va ta'minlanganligi, Oz kapitalining tarkibi va bu kapitalning kreditlanayotgan tadbirdagi ishtiroki ta'riflanadi.

Iltimosnomaga quyidagilar ilova qilinadi:

- kredit boyicha ariza;
- pul oqimining taqlili ko'rsatilgan bizns reja;
- soliq xizmati tomonidan tasdiqlangan xamda debitorlik va kreditorlik qarzi

yoyilmasi va xisobot davri uchun buxgalteriya balans;

- foyda va zaralar bo'yicha qisobot;
- aylanma mablaqlar aylanishining xisob –kitobi;
- boshqa kreditorlardan olingan qarz mablaqlarining va boshqa banklarda saqlanayotgan erkin mablaqlar mavjudligi to'qrisida ma'lumotnoma⁴
- o'z kapitali bilan boshqa korxonalarni tashkil etishda qatnashganlik to'qrisidagi ma'lumotlar;
- pul mablaqlari oqimining qarakati to'qrisidagi qisobot.

Kredit sonda olmaslik tavakkalidan qutilish uchun qarz oluvchi foydalanishi mumkin bo'lgan ta'minlanganlikka ega bo'lishi kerak.

Ta'minganlikning asosiy turi bo'lib mulk va qimmatbaqo qoqozlar garovi, uchinchi shaxslarning kafilligi, shuningdek qarz oluvchi kreditning sonda masligi tavakkalini suqurtasi qisoblanadi.

Kichik biznesni yuritishga mablaq jalb etishning yana bir yonalishi mikrokreditlar xisoblanadi. Mikrokreditlar bir qancha ko'rsatkichlar bo'yicha qulaydir: kredit olish qoidasi bir muncha soddalashtirilgan, garov ta'minotining barcha shakllari xal etilgan, kredit pullarining bir qismi naqd shaklida olinadi, aylanma resurslar xaridi asosan kredit berish masalari nisbatan oson xal etiladi.

O'zbekiston Respublikasining milliy valyutadagi kredit mablaqlari manbai bo'lib, tijorat banklari, shuningdek byudjetdan tashqari fondlar(Mexnat vazirligi qoshidagi bandlik yuzasidan yordam ko'rsatish Fondi xamda deqqon va fermer xo'jaliklari Assotsiyasi qoshidagi deqqon va fermer xo'jaliklarining rivojlanishiga yordam berish fondi) xisoblanadi va kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlanishiga yordam beradi.

O'zbekiston Respublikasining milliy valyutadagi kredit mablaqlari manbai bo'lib, tijorat banklari, shuningdek byudjetdan tashqari fondlar(Mehnat vazirligi qoshidagi bandlik yuzasidan yordam ko'rsatish Fondi xamda dehqon va fermer xo'jaliklari Assotsiyasi qoshidagi dehqon va fermer xo'jaliklarining rivojlanishiga yordam berish fondi) xisoblanadi va kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlanishiga yordam beradi.

Moliyaviy ta'minlashning imkonli manbalari quyidagilardir:

- tijorat banklari;
- moliyaviy kompaniyalar;
- investitsion kompaniyalar;
- investitsion fondlar;
- kredit uyushmalari;
- haridorlar; mahsulot beruvchilar;
- do'st va tanishlar;
- xayriya tashkilotlari;
- trans kompaniyalar va banklarning trast bo'linmalari;
- davlat, xalqaro va jamiyat tashkiloti va idoralar, kichik biznesni qo'llash dasturida ishtirok etuvchilar (ularning markaziy va mahalliy idoralari);
- ishlovchilar; dastgox ishlab chiqaruvchilar;
- sug'urta kompaniyalari; nafaqa fondlar;

- xususiy investorlar; moliyaviy maslaxatchilar.

13.3. Kichik biznesni kredit bilan ta'minlash shakllari

Kreditning asosiy vazifasi pul vositalarini qaytarib berish sharti bilan korxonalar, tashkilotlar, tarmoqlar va noxiyalar orasida taqsimlash va vaqtincha bo'sh pul mablag'larini samarali ishlatishdan iboratdir. Kreditni boshqa vazifasi bu haqiqiy pullarni kredit pullariga (banknotlar) va kredit operatsiyalariga (naqd pulsiz xisob-kitobga) almashtirishdan iborat. Yuridik yoki jismoniy shaxslar qarzga vosita beruvchilar - kreditorlar, oluvchilar - zayomchilar deb ataladi.

Ajratilish muddatiga ko'ra kreditlar qisqa muddatli, o'rta muddatli va uzoq muddatli bo'linadi.

Qisqa muddatli kreditlar-12 oygacha muddatda beriladigan ssuda bolib, uning muddati kreditlanadigan tadbirlar muddatidan, qoplanish muddatidan va boshqa shartlardan kelib chiqadi.

Orta muddatli kreditlar – bu bir yildan keyin muddatdan 5 yilgacha muddatga beriladigan ssuda xisoblanadi.

Uzoq muddatli kredit-5 yildan ko'proq muddatga, ishlab chiqarish va ijtimoiy yonalishdagi ob'ektlarni qurish, qayta qurish, texnik jixatdan jixozlash bilan bog'liq bolgan sarmoyali mahsadlar uchun ishlatiladi.

Birinchidan, kredit to'lash va foiz to'lash sharti bilan ssuda ko'rinishida pul yoki tovar shaklida bo'lishi mumkin.

Ikkinchidan, kredit o'zini ssuda kapitali harakati shaklida namoyon etadi.

Pul ssudalarini yoki tovarni kapital o'rnida to'g'ridan-to'g'ri berish shakli.

Kichik biznesni kredit bilan ta'minlashni quyidagi shakllari mavjud: tijorat, notijorat tashkilotlar orqali beriladigan, bank, davlat, iste'molchi, halqaro.

Tijorat krediti - tovar shaklida (beriluvchi) sotuvchilar tomonidan haridorlarga beriluvchi kredit bo'lib sotilgan tovarni qiymatini orqaroq surishdan iboratdir. Natijada xisob-kitoblar veksel yoki ochiq xisob bilan amalga oshiriladi. Birinchi holatda haridor tovar xujjatlarini olganidan so'ng o'tkazilish sotuvchi tomonidan qo'yilgan vekselni (grattani) talaffuz etadi yoki oddiy veksel rasmiylashtiradi. Ikkinchi holatda sotuvchi haridorning qarz majburiyatlarini olmaydi va qarz bo'yicha xisob ochadi. Qarzni o'zish davriy to'lovlar sifatida qisqa muddatlarda (12 oy) amalga oshiriladi.

Tijorat kreditiga bo'lgan zarurat kapitalni ishlatish va muomila vaqtini bir-biriga to'g'ri kelmasligi natijasida kelib chiqadi. Bu yerda tovarni kreditga sotish ishlab chiqarish jarayonining uzluksizligiga yordamlashadi, kapitalni aylanishini tezlashishini va foydani ko'payishini ta'minlaydi. Ushbu shakldagi kredit odatda qisqa muddatli bo'ladi.

Bank krediti ishbiarmon va korxonalarga pul ssudasi ko'rinishida beriladi. Bank ssudasi - bu korxona, tashkilotlarning alohida fuqarolarning vaqtincha bo'sh

vositalari bo'lib bank tomonidan shartnoma asosida, ularning roziligi bilan jalb qilinadi va ssuda fondi tashkil bo'ladi.

Kredit olish uchun kredit oluvchi va zayomchi tomonidan kredit shartnomasi tuziladi, u o'z ichiga quyidagilarni oladi: kredit turi, miqdori, uning berilish tartibi va muddati, kredit berish sharti, foiz to'lovining miqdori, har ikkala tomon javobgarligi, kreditor va zayomchilar to'g'risidagi ma'lumotlar.

Kichik biznes taraqqiyoti uchun davlat krediti davlat budjetidan eng muhimi zamonaviy ishbilarmonlik loyihalarini amalga oshirish bo'yicha tasdiqlangan dasturlar asosida beriladi.

Iste'molchi krediti - bu kredit shaklida qarz oluvchi sifatida yuridik shaxs, qarz beruvchi sifatida kredit idorasi, korxona va tashkilot chiqishi mumkin. Bu kredit shakli xalqning iste'mol talabini qondirish vositasi sifatida xizmat qiladi va pul yoki tovar shaklida bo'lishi mumkin.

Halqaro kredit - bu halqaro iqtisodiy munosabatlar sohasi bo'lib, u turli davlatlar kreditorlar va qarz oluvchilari o'rasida ssuda berish, ishlatish va uni o'zish bo'yicha foiz to'lash bilan amalga oshiriladi. Bu turdagi kredit kichik biznesni taraqqiyot toptirish uchun davlatlararo banklar va firmalar tomonidan xalqaro yordam shaklida beriladi. Halkaro kredit o'lchami va uni berish sharti kredit beruvchi va oluvchilar o'rtasidagi kredit shartnomasida o'z aksini topadi. Firmaning nuqtai nazarida berish va ta'minlashda quyidagi kreditlar bo'lishi mumkin: Tovar, valuta, ta'minlangan (tovar, tijorat xujjatlari bilan va boshqa kiymatlar bilan) va ta'min etilmagan (bank) kreditlar. Qarz oluvchilari bo'yicha kreditlar shaxsiy, davlat va moliyaviy bo'lishi mumkin. Kreditning asosiy shartli xisob-kitob turi bo'lib (to'lash muddati uzaytirilgan xisob) firma krediti, veksel (xisobli) va faktoring hisoblanadi.

Firma krediti - bu kredit berish shaklida mol beruvchi va sotuvchi to'lash muddati uzaytirilgan kreditni haridorga beradi. Bu kabi kredit shaklining birdan-bir misoli mahsulotni iste'molchiga avans berishdir, avans beruvchiga shartnomaga ko'l qo'yilgandan so'ng o'tkaziladi.

Veksel krediti - bu vekselni bank tomonidan sotib olish, (xisobli) veksel egasidan to'lash muddati kelmasdan sotib olishdir, ya'ni veksel egasi bankdan muddatidan ilgari vekselda ko'rsatilgan pul miqdorini, tijorat to'lovlarini, xisob to'lovini va boshqa harajatlarni ayirgandan keyingisini oladi.

Faktoring - bu aylanuvchi vositalarni kredit bilan ta'minlashda o'rtada turuvchining faoliyati turidir. O'rtada turuvchi kompaniya (bank) ma'lum to'lov evaziga ishbilarmonlar tarkibidan haridorlardan uning xisobiga olinadigan pul mablag'ini olish huquqiga ega bo'ladi (debitorlik qarzini inkassaga ko'shish huquqi). Shu bilan birga o'rtada turuvchi mijozni aylanuvchi vositasini kredit bilan ta'minlaydi va uning kredit va valuta tavakkalchiligini o'z zimmasiga oladi. O'rtada turuvchi tovar sotuvchining o'zaro munosabatlari faktoring bo'yicha shartnoma bilan tartibga solinadi.

Ochiq, xisob bo'yicha kredit bilan ta'minlash - bu sotuvchini doimiy haridoriga ta'min etmasdan va tez foiz to'lamasdan to'lov muddati uzaytirilgan shakldagi kreditidir. Sotuvchi haridorga tovarni uning manzilgoxiga tovar taqsimlash xujjatlari bilan qarz miqdorini haridor nomiga ochilgan debet xisobiga o'tkazadi. Haridor shartnomada ko'rilgan mudadtlarda o'z qarzini ochiq xisob bo'yicha o'zib boradi.

Overdraft - qisqa muddatli kreditlash shakli bo'lib banklar amaliyotida ishlatiladi. U Angliyada paydo bo'ldi. Overdraftning mazmuni shundan iboratki, odatda bankning ishonchli mijoziga ma'lum chegarada cheklar bilan qarz to'lash huquqi beriladi. Bu kabi operatsiya natijasida manfiy balans bunyod bo'ladi, ya'ni debitorlik saldosi - (mijozni bankka qarzi). Bank va mijoz o'zaro shartnoma tuzib unda overdraftning eng katta miqdori, kredit berish sharti, uni qaytarish tartibi va overdraft uchun foiz miqdori belgilanadi.

Kichik biznes moliyalashtirish tadbirlari

So'nggi yillarda respublika hukumati tomonidan amalga oshirilgan chora-tadbirlar natijasida xususiy biznes faoliyat ko'rsatayotgan makroiqtisodiyot va tadbirkorlik muxiti ancha yaxshilandi. Jumladan, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni moliyalashtirish davom ettirildi. Moliyaviy resurslarni kichik biznes subyektlariga, fermer xo'jaliklariga jalb qilinishi natijasida 2004 yilda ajratilgan kreditlar xisobiga qo'shimcha 81,2 mingta yangi ish o'rinlari yaratildi. Mazkur sohaga ajratilgan bank kreditlari iqtisodiyotda xususiy mulk o'rnini yanada mustaxkamlashga xizmat qilmoqda.. Tijorat banklari tomonidan kichik biznes va xususiy tadbirkorlikka berilgan kreditlar miqdori keskin oshdi va 354 mlrd. so'mni tashkil etdi. Muhimi shuki, ushbu kreditlarning aksariyat qismi, ya'ni 70,3 foizi uzoq muddatli kreditlar xisoblanadi.

2004 yildan boshlab barcha viloyatlarda ham fermer xo'jaliklarining davlat ehtiyojlari uchun harid qilinadigan paxta xom ashyosi va g'alla yetishtirish xarajatlarini ularga xizmat ko'rsatuvchi tijorat banklari orqali bevosita imtiyozli kreditlash mexanizmiga o'tildi. 2004 yilda banklar tomonidan fermer xo'jaliklariga jami 68,8 mlrd. so'mlik imtiyozli kreditlar ajratildi.

Yangi moliyalash mexanizmining joriy etilishi fermer xo'jaliklari faoliyatiga ijobiy tasir ko'rsatdi, ya'ni, qishloq xo'jaligi korxonalarida moliyaviy resurslardan foydalanish samaradorligini oshirish, maxsulot tannarxini kamaytirish, fermer xo'jaliklarining moliyaviy xolatini yaxshilash va ular faoliyatini bozor talablariga moslashtirishga xizmat qilmoqda. Qishloq xo'jaligi korxonalarini moliyaviy jixatdan yanada qo'llab-quvvatlash maqsadida, kredit foizlari yiliga 5 foizdan 3 foizga tushirildi.

Ma'lumki, iqtisodiyotning asosini tashkil etuvchi qishloq xo'jaligi ishlab chiqaruvchilari, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyati subyektlariga bank xizmatlari ko'rsatishni zamonaviy infratuzilmasini shakllantirish dolzarb vazifalardan biri xisoblanadi. Shundan kelib chiqib, mijozlarga xizmat ko'rsatishni yanada yaxshilash maksadida banklar tomonidan 806 ta filial, 1122 ta minibanklar ular asosan, qishloq joylarida faoliyat yuritayotgan tadbirkorlar va dexkonfermer xo'jaliklariga bank xizmatlari ko'rsatadi, 2312 ta "bank-mijoz" kompyuter tizimi joriy etilgan bo'lib, ular bugungi kunda samarali ish olib bormoqdalar.

Qisqa xulosalar

Ishbilarmonlik tizimlarini kredit bilan ta'minlash - bu ularga moliyaviy pul yoki tovar shaklidagi vositalarni ma'lum muddatga xo'jalik faoliyatini amalga oshirish uchun berishdir.

Kichik biznesni moliyalash va kredit bilan o'z vaqtida ta'minlash uning rivojlanishini asosiy omilidir.

Nazorat va muloxaza uchun savollar

1. Moliyaviy resurslarning mohiyatini tushintirib bering
2. Moliyaviy kapitalning mohiyatini tushintirib bering
3. Kichik biznesning moliyaviy resurs manbalarini ko'rsatib bering
4. Kapital investitsiyasi nima?
5. Kapital investitsiyasining turlari nimalardan iborat?
6. Kichik biznesni kredit bilan ta'minlash shakllarini izohlang.
7. Kichik biznesni moliya bilan ta'minlashda bankning roli qanday?
8. Kichik biznesda moliyaviy menejerni orni qanday?
9. Kichik biznesda moliyaviy quvvatlash tadbirlari nimalardan iborat?
10. Kichik biznesda moliyaviy resurslarni qanday kopaytirish mumkin?

Asosiy adabiyotlar.

1. Ғуломов С.С. Тadbirkorлик ва кичик бизнес-Т.: Шарқ, 2002-365б
2. Ғозибеков Д.Ғ. Инвецитсияларни молиялаштириш масалари. Т.: “Молия”, 2003 .332
3. Жўраев А.С. ва бошқ. Инвевецитсия лойиҳалари таҳлили: Ўқув қўлланма/-Т.: “Шарқ”.-256 б.
4. Шодибекова Д.И., Шодибекова Д.А. Молиявий менежмент. Магистратура талабалари учун маъруза матни./ Т.: ТДИУ, 2006.- 267 б.
5. <http://www.itaiep.doc.gov/bisnis/bisnis/html>
<http://www.business-strategy.com/info/about/>

X1V-BOB: KICHIK BIZNESNI RIVOJLANTIRISHNI TOMONIDAN QO‘LLAB - QUVVATLASH.

14.1.Kichik tadbirkorlikni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash shakllari va usullari

Jahon tajribasi kichik tadbirkorlikni davlat tomonidan doimiy ravishda qo'llab-quvvatlash zarurligini ko'rsatmoqda.

Tadbirkorlik sub'ektlari faoliyatini davlat tomonidan tartibga solish va qo'llab-quvvatlash zaruriyati davlatning oldiga bir qator vazifalarni qo'yadi:

1. **Huquqiy kafolatlar berish-** himoyalash va tartibga solish vazifasi-tadbirkorlarning barqaror rivojlanishini hamda ularning boshqa xo'jalik yurituvchi sub'ektlar bilan teng sharoitlarda faoliyat yuritishini ta'minlashga imkon beruvchi qonuniy-me'yoriy xujjatlarni qabul qilish xamda ularga rioya etilishi ustidan nazorat yuritishi.

2. **Rag'batlantirish vazifasi** -xususiy tadbirkorlik tashabbusi, adolatli raqobat kurashi qamda ularga xizmat ko'rsatuvchi tarmoqlar faoliyatini turli iqtisodiy dastaklar yordamida rag'batlantirish va qo'llab-quvvatlash choralarini ko'rish.

3. **Taqsimlash vazifasi** - ijtimoiy adolat va himoyalash vositasi sifatida daromadlarni qayta taqsimlash, shuningdek tadbirkorlarning moddiy-texnikaviy resurslardan imtiyozli asoslarda foydalanishiga sharoit yaratish maqsadida resurslar taqsimotiga tuzatishlar kiritish.

4. **Axborot-maslaqat ta'minoti vazifasi** - tadbirkorlarning axborot ta'minoti tizimidan teng sharoitlarda, to'siqlarsiz foydalanish imkoniyatini yaratish, ular uchun iqtisodiy muammolarning samarali echimini topish, xom ashyo va resurslar ta'minoti, ilg'or texnika va texnologiyalarni qo'llash yuzasidan maslahatlar berish.

5. **Ijtimoiy kafolatlash vazifasi** - ijtimoiy ta'minot va himoyalashning samarali tizimini yaratish, shuningdeq tadbirkorlarning ta'lim, sog'liqni saqlash va madaniy tadbirlarga bo'lgan ehtiyojini qondirish bilan bog'liq chora-tadbirlarni o'z ichiga oladi.

6. **Tashqi iqtisodiy faoliyatni muqobillashtirish vazifasi** - xalqaro bozorlarda tadbirkorlarning manfaatlarini himoyalash, imtiyozli bojxona tariflari va soliqlar orqali eksport uchun qulay iqtisodiy muhit xosil qilish tadbirlari.

Davlat tadbirkorlik sub'ektlari faoliyatini respublikada amalda bo'lgan qonunchilik doirasida tartibga solib turadi. Bu, birinchi navbatda, ularni tashkil etish va faoliyat ko'rsatishi bo'yicha qoidalarni belgilash, erdan foydalanish, meqnat, mol-mulk va boshqa munosabatlarni tartibga solish hamda buxgalteriya, soliq va statistika hisobotlarini yuritish tartiblarini joriy etish va boshqalarni nazarda tutadi. O'zbekistonda kichik tadbirkorlikni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash quyidagi yo'nalishlarda amalga oshirilmoqda:

- tadbirkorlarning ishbilarmonlik faolligini oshirish, fuqarolarning tadbirkorlik faoliyati bilan erkin shug'ullanishlari va undan manfaatdorligining kafolatli tizimini yaratish hamda ularning qonuniy huquqlari va manfaatlarini muxofaza qilish;

- kichik biznes korxonalari yaratilishi va faoliyatining me'yoriy-huquqiy negizini takomillashtirish;
- kichik tadbirkorlik korxonalarining kredit manbalari va sarmoyalardan foydalanish imkoniyatlarini kengaytirish;
- tadbirkorlik xatarlaridan barqaror qimoyalaniшни ta'minlash uchun sug'urta tizimining ahamiyatini oshirish;
- tadbirkorlik sohasiga investitsiyalarni (shu jumladan, chet el investitsiyalarini), zamonaviy texnologiyalar va uskunalarni jalb etish;
- kichik tadbirkorlikka xizmat ko'rsatuvchi bozor infratuzilmalarini kengaytirish va rivojlantirish;
- kichik korxonalarning xom ashyo, axborotlar va texnologiyalardan erkin va tusiqlarsiz foydalanish imkoniyatini kengaytirish, ular tomonidan ishlab chiqarilayotgan maqsulotni ichki va tashqi bozorlarda sotish tizimini takomillashtirish;
- soliqlap, yigimlar va tariflar bo'yicha imtiyozlar belgilash, kichik biznes uchun kadrlar tayyorlash, qayta tayyorlash va malakasini oshirish tizimini rivojlantirish va boshqalar ;
- tadbirkorlik faoliyati sub'ektlari samarali faoliyat yuritishi uchun ularni zaruriy iqtisodiy, statistik ishlab chiqarish-texnologik ilmiy-texnik va boshqa xil axborotlar bilan ta'minlash.
- kichik tadbirkorlik faoliyati ko'rsatkichlarining buxgalterlik xisobi va taxlili tizimini takomillashtirish, ular uchun davlat statistika, buxgalteriya va soliq hisobotining soddalashtirilgan tartibini joriy etish.

Kichik tadbirkorlikni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash yo'nalishlari 3- ilovada, kichik korxonalarga davlat tomonidan ko'maklashuvchi asosiy vositalar 4- ilovada berilgan.

Kichik biznes xo'jalik su'ektlarining soliqqa tortishning soddalashtirilgan tizimining qo'llanishi - davlat tomonidan qo'llab-quvvatlashning asosiy yo'nalishlaridan biridir.

Soliq - kichik korxona faoliyati jarayonida majburiy tartibda amalga oshiriladigan davlat tomonidan belgilangan to'lovdir. Soliqqa tortishning soddalashtirilgan tizimi- yoki yagona soliq mikrofirmalar va kichik korxonalarga bir qator soliqlar o'rniga qollaniladi. Bunda kichik korxona yoki mikrofirmalar qaysi soliq tizimi bo'yicha soliq to'ashlarini o'zlari qabul qilishlari mumkin. Yagona soliq tadbirkorlikni rivojlantirishni yanada raq'batlantirish maqsadida 1998 yilda joriy qilingan. Unga muvofiq mikrofirmalar va kichik korxonalarning umumdavlat soliqlari, shuningdek maxalliy soliqlar va yiq'implar majmuasi o'rniga yagona soliq to'lashni ko'zda tutadi. Kichik korxona yoki mikrofirma turli soliq va yiq'implarni hisobga olish va to'lash majburiyatidan ozod etilib, stavkasi korxona faoliyati turiga boq'liq xolda , aniq belgilab qo'yilgan bitta soliqning o'zini to'laydi. Bunda buxgalteriya xisobotining dastlabki xujjatlarni shakli xamda daromadlar va xarajatlar xisobini yuritish kitobi xam muayyan tarzda soddalashtiriladi.

O'zbekiston Respubliki Prezidentining 2005 yil 20 iyundagi "Mikrofirmalar va kichik korxonalarni rivojlantirishni raq'batlantirish borasidagi qoshimcha chora-tadbirlar to'qrisida"gi farmonida kichik biznesning mamlakat iqtisodiyotidagi

ahamiyati va ulushini tubdan o‘shirish maqsadida:

2005 yilning 1 iyulidan boshlab mikrofirmalar va kichik korxonalar uchun yagona soliq, byudjetdan tashqari Pensiya jamg'armasi, Respublika yo'l jamqarmasi va Maktab ta'limi jamqarmasiga majburiy ajratmalar to'lash o'rniga yagona soliq, to'lovi joriy etildi.

Mikrofirmalar va kichik korxonalar uchun yagona soliq to'lovi stavkalari quyidagicha belgilandi: qishloq xo'jalik korxonalari - yagona soliq to'laydiganlar bundan mustasno- sotilgan tovarlar(bajarilgan ishlar, xizmatlar) hajmidagi nisbatan 6%, xisobida, yuridik va jismoniy shaxslarni jalb etish yo'li bilan ommaviy tadbirlarni tashkil etishdan daromad oladigan, gastrol-kontsert faoliyati bilan shuqullanish litsenziyasiga ega bo'lgan korxonalar –30%, xususiy amaliyot bilan shuq'ullanuvchi notariuslar, iqtisodiyotning barcha tarmoqlari –13 % xisobida belgilandi.

Yangi tashkil etilayogan mikrofirmalar va kichik korxonalarga yagona soliq, to'lovini to'lash muddatini bir yilga kechiktirish, kechiktirilgan summani imtiyozli davr tugagandan keyin teng ulushlarda 12 oy davomida to'lash huquqi berildi. Yagona soliq to'lovini to'laydigan mikrofirma va kichik korxonalar qonun qujjatlariga muvofiq ijaraga olingan er maydonlari uchun byudjetga ijara haqi to'lashdan ozod qilindi.

Yaratilayotgan imkoniyatlar, tadbirkorlarning huquq va manfaatlarini himoya qilish borasida samarali mexanizmning amalda joriy etilgani iqtisodiyotimizda muhim o'rin tutuvchi xususiy tarmoqning izchil rivojlanishiga yo'l ochdi. Zero, tadbirkorlik rivoji mamlakatimiz ishlab chiqarish salohiyatining yanada ortishiga, xalqimiz turmush darajasining yuksalishiga xizmat qiladi.

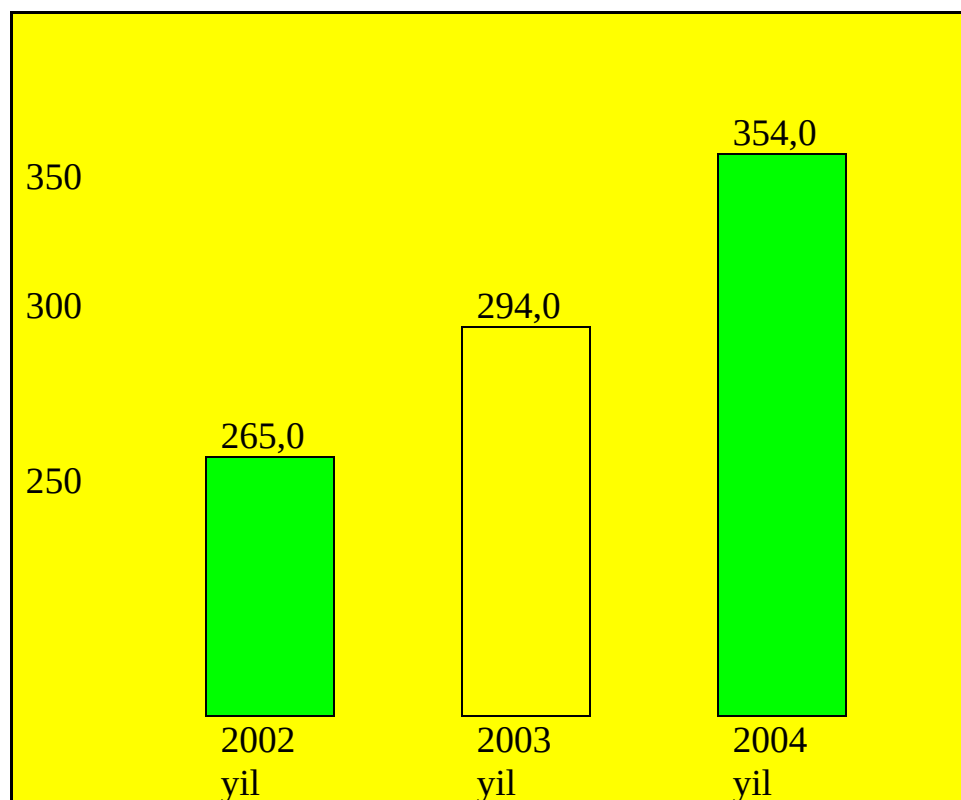
14.2. Kichik biznesni sarmoya bilan ta'minlash

Kichik biznesni nozik bo'g'ini - dastlabki kapital. Yakka tartibda ish boshlash uchun, uning katta - kichikligidan qat'iy nazar, firma tuzish va tadbirkorlik bilan shug'ullanishga rasmiy ruxsat olish uchun mablag', joy, asbob - uskuna, xom ashyo va ishchi kuchi kerak. Garchand kichik biznes bilan shug'ullanish uchun dastlab uncha katta pul talab qilinmasa ham, respublikamiz fuqarolari uchun ba'zida shu pulni topish ham o'z ishini ochishda muhim to'siq bo'lib qoladi. Dastlabki kapital tadbirkorning shaxsiy yoki tashqaridan jalb etilgan (xomiylik yoki qarz olingan) mablag'idan tashkil topishi mumkin.

Prezident Islom Karimov 2004 yilda mamlakatni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2005 yilda iqtisodiyotni erkinlashtirish va islohotlarni chuqurlashtirishning ustuvor yo'nalishlariga bag'ishlangan majlisidagi so'zlagan ma'ruzalarida tijorat banklarining asosiy vazifasi fermer xo'jaliklari, kichik biznes korxonalarini hamda xususiy tadbirkorlikni faoliyatini har tomonlama rivojlantirishga ko'mak berishdan iborat bo'lishi lozimligini qayd etib o'tdilar.

Iqtisodiyotning real sektori subyektlari faoliyatini moliyalashtirishda o'rta va uzoq muddatli bank kreditlarining ahamiyati juda katta. Bu jarayonda ayniqsa, yirik banklar faol ishtirok etyaptilar. Ushbu guruh banklariga bu turdagi kreditlar hajmining 92,7 foizi, o'rta banklar guruhiga - 6,8 foizi, kichik banklar guruhiga esa - 0,5 foizi to'g'ri keladi.

2004 yilda 2003 yilga nisbatan jismoniy shaxslar va xususiy tadbirkorlarni kreditlash hajmi 41 foizga oshdi. Shu ko'rsatkich yirik banklar guruhida 21,7 foizga o'shdi, o'rta banklar guruhida esa ikki martadan ziyodga o'sdi. Kichik banklar guruhida esa bu ko'rsatkich 32 foizga kamaydi. O'rta banklar guruhidagi keskin o'zgarish sababi, bu guruhga kichik banklar guruhidan bir necha banklarning qo'shilgani va albatta, xususiy biznesni kreditlash ishlariga alohida e'tibor berilganidadir. O'tgan davrda banklar tomonidan kichik biznes, xususiy tadbirkorlik hamda dexqon va fermer xo'jaliklarini qo'llab-quvvatlashga jiddiy e'tibor qaratildi. Xususan, 2003 yilda kichik biznes subyektlariga, xususiy tadbirkorlarga 294 mlrd. so'm kredit mablag'lari ajratildi. 2004 yilga kelib esa bu ko'rsatkich 354 mlrd.so'mga yetdi²⁷. (14.1- rasmga qarang).



14.1 pacm Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlariga ajratilgan kreditlar (mlrd. so'm)

Jismoniy shaxslar va xususiy tadbirkorlarga berilgan kreditlar hajmining o'sishida yirik banklarning ulushi 39 foizni, o'rta banklarning ulushi 65,7 foizni tashkil etgan bo'lsa, kichik banklar shu ko'rsatkichning umumiy darajasini 4,7 foizga kamaytirdilar.

Yirik banklap guruhining respublika tijorat banklari investitsiyalari o'sishidagi hisyasi 86,6 foizni tashkil etgan bo'lsa, o'rta banklar guruhining ulushi esa 32,2 foizni tashkil etdi. Kichik banklar guruhi xisobiga ushbu ko'rsatkich 18,8 foizga kamaygan.

Hozirgi paytda kichik biznes tomonidan bank xizmatlariga talabning barqaror o'sishi kuzatilmoqda. Shuning uchun, bank tizimining asosiy vazifasi kredit berish tartibini takomillashtirish hamda iqtisodiyotning real sektorini moliyalashtirishni

²⁷ Manba: Markaziy bank xisobotidan

kengaytirish va qayta tashkil etilayotgan korxonalarni qo'llab-quvvatlashga qaratilgan kichik biznes rivojini rag'batlantirishning yangi mexanizmlarini ishlab chiqish va qo'llash hisoblanadi. 2000-2004 yillar mobaynida Markaziy bank tomonidan kichik biznes subyektlarini kreditlash jarayonini tartibga soluvchi bir qancha Jismoniy shaxslar va xususiy tadbirkorlarga berilgan kreditlar hajmining o'sishida yirik banklarning ulushi 39 foizni, o'rta banklarning ulushi 65,7 foizni tashkil etgan bo'lsa, kichik banklar shu ko'rsatkichning umumiy darajasini 4,7 foizga kamaytirdilar.

Yirik banklar guruhining respublika tijorat banklari investitsiyalari o'sishidagi hissasi 86,6 foizni tashkil etgan bo'lsa, o'rta banklar guruhining ulushi esa 32,2 foizni tashkil etdi. Kichik banklar guruhi xisobiga ushbu ko'rsatkich 18,8 foizga kamaygan.

Hozirgi paytda kichik biznes tomonidan bank xizmatlariga talabning barqaror o'sishi kuzatilmoqda. Shuning uchun, bank tizimining asosiy vazifasi kredit berish tartibini takomillashtirish hamda iqtisodiyotning real sektorini moliyalashtirishni kengaytirish va qayta tashkil etilayotgan korxonalarni qo'llab-quvvatlashga qaratilgan kichik biznes rivojini rag'batlantirishning yangi mexanizmlarini ishlab chiqish va qo'llash hisoblanadi. 2000-2004 yillar mobaynida Markaziy bank tomonidan kichik biznes subyektlarini kreditlash jarayonini tartibga soluvchi bir qancha me'yoriy hujjatlar bekor qilindi. Kredit talabnomasi va hujjatlar aylanishi hajmini ko'rib chiqish, muddatlarini qisqartirish bo'yicha chora-tadbirlar ishlab chiqildi. Kreditlashning yangi tartiblariga muvofiq, kredit talabnomasini rasmiylashtirish uchun kichik biznes subyektlariga faqatgina 2-3 ta hujjat talab etiladi. Talabnomalarni ko'rib chiqish muddatlari 5-10 ish kunigacha qisqartirildi. Ushbu chora sansalorlikni keskin kamaytirishga va suyiste'molchilikni bartaraf qilishga imkon berdi. Natijada, juda ko'p tadbirkorlar kerakli moliyaviy manbalarga ega bo'lishdi. Shunday qilib sarmoya bu moliyaviy zaxiraning bir qismidir.

Tijorat banklari tomonidan kichik biznes subyektlarini budjetdan tashqari jamg'armalarining kredit liniyalari xisobidan moliyalashtirish.

So'nggi o'n yil ichida dunyoda moliyaviy – kredit ko'rinishlari faoliyatining turli diversifikatsiyaga bo'lgan intilishi sezilmoqda. Bu keng iste'molchilar talabini imkon qadar xisobga olish bilan bog'liq. Xususan, O'zbekistonda kichik biznes subyektlarini tashqi moliyalashtirishning bir nechta imtiyozli mexanizmlari mavjud.

1. Banklar tomonidan budjetdan tashqari jamg'armalar orqali kreditlash. Kreditlashning bu turida tijorat banklari qarzlarni (ssuda) o'z mablag'lari xisobiga emas, balki ish bilan band etishga ko'maklashish jamg'armasi, dexqon va fermer xo'jaliklariga ko'maklashish jamg'armasi va boshqa tashkilotlar mablag'lari xisobiga beradilar. Bu jamg'armalar korxonalarning o'zlari bergan chegirmalari, davlat mulkini xususiylashtirishdan tushgan mablag'lar va davlat budjetiga tushayottan boshqa foydalar xisobiga moliyalashtiriladi. Jamg'armalarning mablag'lari banklar tomonidan kichik biznes subyektlariga subsidiyal kreditlar shaklida beriladi.

2. Imtiyozli – kreditlash jamg'armalari xisobiga kreditlash. Ushbu jamg'armalar tomonidan o'z daromadlarini bir qismini zaxira qilish yo'li bilan tashkil etiladi. (qonunda daromadning 25 foizigacha o'tkazishga ruxsat beriladi). Ushbu mablag'lardan berilgan kreditlar o'rniga hukumat banklarga soliq solishda boshqa imtiyozlar taqdim etadi. Ushbu jamg'armalar xisobiga berilgan kreditlarga,

kreditning xaqiqiy berilgan vaqtiga foiz stavkalari Markaziy bank belgilagan qayta moliyalashtirish stavkalarining 50 foizdan oshmagan miqdorida bo‘ladi va tadbirkorlik subyektlariga investitsion loyixalarni moliyalashtirish foydali bo‘ladigan talablarda beriladi.

3. Berilayotgan mikrokredit maksimal miqdori, ham milliy, ham xorijiy valutalarda yuridik shaxs maqomi bilan tuzilgan kichik biznes subyektlariga 10000 AQSH dollaridan oshmasligi kerak. Moliyalashtirish manbalaridan qat’iy nazar (kreditlash bankning imtiyozli kreditlashning zaxiralangan mablag‘lari xisobiga emas, o‘z mablag‘lari xisobiga bajarilayotgan bo‘lsa ham, mikrokreditlashning foiz stavkalari Markaziy bank qayta moliyalashtirish stavkalaridan oshmasligi kerak. Xususi sektor korxonalari uchun mikrokreditlashning yana bir afzalligi shundaki, bunda ushbu shakldagi kreditlarning 50 foizgacha mablag‘lari naqd pul xisobida berilishi mumkin. Boshqa tomondan, xatto boshqa mamlakatlarda mikromoliyalashtirishdan foydalanishning klassik yo‘nalishi mavjud bo‘lsa ham, mikrokreditlardan savdo faoliyatini moliyalashtirish uchun foydalanib bo‘lmaydi.

Ma’lumki 2002 yilning aprel oyida Oliy Majlisning sakkizinchi sessiyasida “Kredit uyushmalari to‘g‘risida” gi qonun qabul qilinib, nobank moliyaviy institutlar tizimini rivojlantirish yo‘lida muxim qadam tashlandi. Xozirgi kunda kredit uyushmalari milliy kredit tizimining ajralmas qismi xisoblanadi. Ular bank tizimini to‘ldirgan xolda uy xo‘jaliklarini pul mablag‘lari bilan ta’minlaydi. Agarda dastlabki vaqtlarda kredit uyushmalari, mayda tovar ishlab chiqaruvchilar (dexqon, xunarmand, tegirmonchilar) ni kreditlash bilan shug‘ullangan bo‘lsa, xozirga kelib rivojlangan davlatlarda kredit uyushmalari o‘z a’zolariga zamonaviy axborot texnologiyalardan foydalangan xolda keng turdagi moliyaviy xizmatlar ko‘rsatib kelmoqda va xattoki tijorat banklari boshqa moliyaviy kompaniyalar bilan bimalol raqobat qilmoqda/ 2005 yilning dekabr oyida Senatning qonunchilik palatasi tomonidan qabul qilingan sessiyasida “Kredit uyushmalari to‘g‘risida”gi qonunga o‘zgartirishlar kiritish asosida, kredit uyushmalari faoliyatini tartibga solib turadigan xujjatlar to‘plami ishlab chiqildi. Jumladan, kredit uyushmalarini ro‘yxatga olish va litsenziya berish tartibi, kredit uyushmalari tomonidan moliyaviy operatsiyalarni o‘tkazish qoidalari, kredit uyushmalarida buxgalteriya xisobini yuritish tartibi soddalashtirildi.

Xozirgi kunda respublikada jami 23 ta kredit uyushmalari mavjud

Kredit uyushmalari tijorat banklaridan olinayotgan kreditlarga yuqorida eslatib o‘tilgan mablag‘lar qo‘shishlari tufayli kredit olish nisbatan arzonroq bo‘lib qoladi hamda aksariyat odamlarning bu kreditlarga qurbi yetadi.

14.3. Kichik biznesni halqaro kredit liniyalari orqali moliyalashtirish.

O‘zbekistonda kredit kapitali bozorining aloxida bo‘qini xorijiy valyutadagi kreditlar qisoblanadi. Bu valyuta ishlab chiqarishni tashkil etishga zamonaviy yuqori texnologik jihozlarni jalb qilish, import xom-ashyo va materiallarni xarid qilish uchun muqimdir. Valyutadagi kredit maxalliy tijorat banki tomonidan qam berilishi mumkin. Biroq bunday amaliyot keng tarqalmagan va odatda tadbirkorlar xorijiy va

xalqaro moliyaviy tuzilmalar kredit linyalariga murojot qiladilar, jumladan, Evropa tiklanish va taraqqiyot banki(ETTR), Osiyo taraqqiyot banki(OTB), Xalqaro moliyaviy korporatsiya(XMK), Germaniya Banki va boshqalar KFW

Halqaro va xorijiy kredit liniyalari orqali moliyalashtirish munosabatlariga nisbatan qo'llanishi lozim bo'lgan huquq O'zbekiston Respublikasi Fuqarolik kodeksining 70,71 boblarida nazarda tutilgan normalar, boshqa qonunlar, halqaro shartnomalarda e'tirof etilgan asosida, shuningdek taraflarning o'zaro kelishuvi bilan belgilanadi.

Kichik biznes subyektlariga chet el investitsiyalarni jalb qilishda zarur bo'lgan imkoniyatlarni yaratildi. "O'zbekinvest" sug'urta kompaniyasi tadbirkorlarning tavakkalchilik ishlari yo'lida siyosiy va tijorat xatarlari keltiradigan zararni qoplashi kerak. Vazirlar Maxkamasining xuzurida BMT ning YUNESKO tashkiloti bilan birgalikdagi yordam loyixasi doirasida Investitsiyalarga ko'maklashish xizmati tashkil etildi.

Davlat mulk qo'mitasi xuzurida ko'chmas va xorijiy investitsiyalar agentligi tuzildi. U xususiylashtirish jarayoniga xorijiy investitsiyalarni jalb qilishda yordam beradi.

Respublika banklari kichik biznes korxonalariga moliyaviy yordam ko'rsatishdan tashqari investitsiyalar monitoringi va uni takomillashtirish borasida kichik biznes korxonalariga katta yordam ko'rsatmoqda. Bu birinchi navbatda jahon eksport bozorlariga o'z mahsulotini olib chiqish borasida kichik biznes korxonalariga yordam ko'rsatmoqda. Respublika Milliy tashqi faoliyat banki Osiyo va Tinch okeani mamlakatlari taraqqiyoti moliya institutlari assotsiatsiyasi (AFIRATO) bilan birga Milliy bank BMT ning halqaro savdo markazi jahon savdo tashkilotining 5 loyixasini amalga oshirdi. Mazkur tizimga ulangach O'zbekiston korxonalari halqaro texnologiyalar, tayyor mahsulot, xom-ashyo, yordamchi materiallar va butlovchi qismlar bozoriga tezkorlik bilan kiradi, o'zlari biznes hamkorlar tanlaydi.

. Tadbirkorlarni moliyaviy qo'llab-quvvatlash uchun budjetdan tashqari fondlar mablag'larini yo'naltirish maqsadga muvofiqdir. 2004 yilda budjetdan tashqari fondlarning pul mablag'larini kredit liniyalari bo'yicha yo'naltirish 1,8 barobarga o'shdi. Kichik va mayda tadbirkorlikni rivojlantirishda xalqaro moliyaviy muassasalar bilan xamkorlikni kuchaytirish xam muxim muammo xisoblanadi. 2003 yilda ushbu maqsadlar uchun xorijiy kredit liniyalari bo'yicha 78,9 mln. dollar yo'naltirilgan bo'lsa, 2004 yilda ularning miqdori 77,6 mln. dollarni tashkil etdi. Mustaqillik yillarida va xususiyy biznes subyektlari uchun jalb qilingan xorijiy kreditlar xajmi 356 mln. dollarni tashkil etdi. Ulardan 260 mln. dollari o'zlashtirildi, endilikda tadbirkorlikni yanada rivojlantirish uchun ichki va tashqi moliyaviy manbalar mablag'lari jalb qilinish ishlarini yanada jonlantirish kerak.

Mamlakatimizning jahon hamjamiyati bilan integratsiyalashuvi, savdo - sanoatning globallashtirish jarayonlari, zamonaviy axborot tizimlarining taraqqiyoti, jahon bozoridagi konyunkturani bilish ishbilarmonlardan katta bilimni taqozo etmoqda. Biz shundan kelib chiqib, tadbirkorlarning malakasini oshirish va qayta tayyorlashga, ularning zamonaviy elektron ma'lumotlar bazasidan foydalanish imkoniyatlarini oshirishga e'tiborni kuchaytirish lozim deb bilamiz. Bular,

shubxasiz, kichik biznes vakillarining ichki va tashqi bozordagi mavqeini mustaxkamlashga olib keladi.

Hozirgi paytda kichik biznes korxonalariga berilayotgan kreditlarning katta qismi xalqaro moliyaviy institutlar va kredit liniyalari xisobiga to'g'ri kelmoqda. Biroq bu chet el kreditlarini o'zlashtirish (foydalanish) juda sekinlik bilan amalga oshirilmoqda. Sababi- kredit oluvchilarning kredit berish talablariga javob bera olmayotganligidir. Masalan, ko'p xollarda tadbirkorlar biznes loyixa qiymatining 25%ini tashkil etadigan mablag'ga ega emaslar.

Shu bilan birga aytish joyizki, xorijiy kredit liniyalaridan foydalanishda asosan mahsulot eksport qiluvchi korxonalar ustunlikka ega. Chunki banklar kreditning konvertatsiyalangan valyutada qaytarilishidan manfaatdorlar.

14.4. Kichik biznesni korxonalar moliyaviy resurslar bilan taminlash muammolari.

O'zbekistonda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikda moliyalash muammolari eng dolzarb mavzu hisoblanadi, chunki moliya resurslaridan erkin foydalanish imkoniyati bu kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'ektlarining nafaqat xo'jalik operatsiyalarini yuritish faoliyati balki bozor iqtisodiyotida ularni yashashining muxim shartidir.

Ma'lumki kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni kreditlash moliyaviy kredit institutlari tomonidan yuqori foizli kredit deb tavsiflanadi. Chunki bunday yuqori foizli kredit bu sektorda bankrotlik bilan bog'liqdir. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni moliyaviy jixatdan jalb etilmaganligi ularning shaxsiy aktivlarining etarli emasligi bilan aniqlanadi va bu esa o'z navbatida kredit bilan ta'minlashga xizmat qiladi. Bularning xammasi mamlakatimizning kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'ektlari bankka topshirilgan pullarni qaytarib olish, kreditlar masalasida qiyinchiliklarga duch kelayotganliklari, boshqalari esa ruxsatnomalar olishda mahalliy hokimliklar tomonidan noqonuniy ravishda "homiyluk yordami" k'rsatilishi talab etilayotganligi, nazorat idoralari tomonidan y'kazilgan tekshirishlarni qayd etish kitobiga kiritishdan bosh tortish xollari sodir b'layotganini ta'kidlashdi.

Kichik biznesni kreditlashdan o'zini tortib turish omillaridan biri – bunday xizmatlarni amalga oshiradigan tijorat banklarining opertsion xarajatlari narxining katta b'ylishidir. Tijorat banklari bir necha kichik korxona va mikrofirmalar bilan biznes- loyihalarini amalga oshirishdan k'ra bitta yirik korxona bilan ishlashni afzal ko'radilar.

Rivojlangan mamlakatlarda kichik biznesni kreditlash banklar o'rtasida yuqori raqobat ostida olib boriladi. Katta korxonalar uchun bank xizmatlari bozori chegaralanmagan. Shuning uchun banklar kichik korxona va mikrofirmalarga xizmat qilishga majburlar.

Shuni xam takidlash kerakki, rivojlangan mamlakatlarda banklar kichik biznesni kreditlashga xarakat qiladilar, chunki buning uchun etarli imkoniyatlar mavjud. Banklar ixtiyoriy korxonaga kredit xizmatini korsatadi va bunday hizmat

korxona shu bankda xisob raqami ochgan yoki ochmaganligiga bog'liq emas. Kichik korxona ma'lum bankka yoki xududga biriktirilmaydi. Bu korxonalar xoxlagan bankga murojaat qilishadi va tanlash erkinligiga egadirlar. Bundan tashqari bank foiz stavkasini o'zi ko'rib chiqib belgilash xuquqiga ega.

Banklarga kredit va depozitlar, shuningdek, xorijiy kredit liniyalari orqali beriladigan kreditlar bo'yicha foiz stavkalarini mustaqil belgilashga keng imkoniyat yaratish, banklarning komission tolovlari miqdorlariga qo'yiladigan cheklovlarni olib tashlash kerak. Banklar segmentatsiyasini tugatish, ularni yanada unversallashtirish va moliya bozorida sog'lom raqobat muhitini yaratish bugungi kunning dolzarb masalalaridandir.

Jaxon tajribasi shundan dalolat berib turibdiki, zamonaviy kredit tizimining samarali ishlashi kredit uyushmalarining taraqqiyotiga bog'liqdir. Bu tizimning o'zi xo'jalik yurituvchi shaxslrni xozirgi muomalada bo'lgan bo'sh pul mablag'lari bilan eng ko'p darajada ta'minlashga qodirdir.

Qisqa xulosalar

O'zbekistonda kichik biznes korxonalarini investitsiyalash va uning davlat tomonidan qo'llab - quvvatlashning mavjud tizimini ilmiy - amaliy jihatdan tahlil qilish, muammolarini aniqlash va ularni bartaraf etishni zamonaviy talablar asosida takomillashtirish lozim. Respublikada tuzilayotgan nobank moliyaviy muassasalar tijorat banklarining o'rnini bosmaydi, aksincha, moliyaviy bozordagi raqobatni kuchaytirishga, shuningdek, aholiga ko'rsatilayotgan bank - moliya xizmatlarining turlarini va sifatini ko'tarishga xizmat qiladi.

Kichik biznesga kreditlarni berish banklarning o'z shaxsiy mablag'lari, budjetdan tashqari fondlarning (tadbirkorlik va kichik biznesni qo'llab-quvvatlash jamg'armalari, dehqon va fermer xo'jaliklarini qo'llab - quvvatlash fondi) kredit tarmoqlari xisobiga, shuningdek, respublika tijorat banklarida ochilayotgan halqaro tashkilotlarning kredit liniyalari orqali amalga oshiriladi.

Nazorat va mulohaza uchun savollar.

1. Banklar tomonidan kichik biznes tadbirkorlarini qo'llab-quvvatlash tadbirlarini ko'rsating.
2. O'zbekiston Respublikasida kichik biznes subyektlariga chet el investitsiyalarni jalb qilish uchun qanday imkoniyatlar yaratib berilmoqda?
3. Kichik biznesni kreditlashning qonuniy-normativ tizimi shakllana borish tadbirlarini ko'rsating.
4. Halqaro kredit liniyalari orqali kichik biznesni moliyalashtirish tadbirlari nimalardan iborat?
5. Kichik biznesni budjetdan tashqari jamg'armalarining kredit liniyalari xisobidan moliyalashtirish nima?
6. Kichik biznes korxonalar investitsiyasining muammolari nimalardan iborat?
7. .Kichik biznes korxonalar investitsiyasining muammolarining yechimlarini keltiring.

8. Nima uchun kredit uyushmalaridan kredit olish tijorat banklariga nisbatan onsonroq va arzonroq bo‘lib qolmoqda?
9. Kichik biznes korxonalariga qanday bank - moliya xizmat turlarini ko‘rsatilmoqda?
10. Kredit uyushmalari resurslari tijorat banklaridan olinayotgan kreditlardan nimasi bilan farq qiladi?

Asosiy adabiyotlar

1. Ғозибеков Д.Ғ. Инвестицияларни молиялаштириш масалалари. Т.: “Молия”, 2003.- 332 б.. Инвестицияларни лойиҳалари таҳлили: Ўқув қўлланма/-Т.: “Шарқ”.-2004.-256 б.
 1. Бизнес в 2004 году. Регулирование предпринимательской деятельности. - М.: Издательство Вес Мир, 2004. - 256 с.
 2. “Банк тизими: асосий вазифа- ислохотларни чуқурлаштириш” Ф. Муллажонов //“Бозор Пул ва Кредит” №1 – 2005 й 3-бет

<http://www.spc.gov.uz/ru/esupport/mdex3.html>

<http://www.spc.gov.uz/ru/spmanagement/gppredp.html>

XV-BOB: KICHIK BIZNESDA INVESTITSİYALARNING LOYIXAVIY TAHLILI

15.1. Investitsion loyihalar tahlilining o‘ziga xos xususiyatlari

Investitsiya loyihasi tushunchasi investitsiya borasida tadbirkorlik va tashabbusning natijasi sifatida vujudga kelgan hujjatlar majmuasidir. Loyihalarning ko‘lami, tuzilmasi, resurslari, qiymati va boshqalarga qarab ularni boshqarishni maxsus usullariga ehtiyoj ortib boradi. Boshqarish aslida kichik biznes tomonidan qo‘yilgan maqsadlarga erishish vazifasini, loyihani amalga oshirish muammolarini bartaraf qilish, huquqlar va ma‘suliyatlarni jamlash vazifasini ko‘zlaydi. Iqtisodiyotni globallasuvi va integratsiyalashuvi, kichik biznesga investitsiya kiritishda chet ellik sheriklar, turli su‘yektlar, moliya institutlarining ishtirok etishi, ularning harakatlari va faoliyatlarini muvofiqlashtirishni talab etadi. Faoliyatni muvofiqlashtirilmasligi loyihani amalga oshirishda muvaffaqiyatsizliklarga, kapitalni yo‘qotish riskini kuchayishiga olib kelishi mumkin. Investitsiya xususida qarolar qabul qilishda. Investitsiya loyihalarini baholash, tanlash va amalga oshirishning ilmiy asoslangan uslublaridan foydalanish maqsadga muvofiqdir.

Loyixa tahlili vazifasi loyixa qiymatini belgilashan iborat. Loyixaning qiymati uning ijobiy natijalari qiymati va salbiy natijalar(xarajatlar) ayirmasiga, ya‘ni loyixa qiymati “foyda- harajat”ga teng. Loyixa qiymatini aniqlash uchun uni barcha natijalarini baholash va loyixadan olinadigan foydani uni amalga oshirish harajatlaridan ustun ekanligini baholash kerak.

Loyixani har xil nuqtai nazardan qarash kerak. Loyixa texnik asoslanganmi? Tijorat bo‘yicha yashovchanmi? U o‘zini-o‘zi oqlay oladimi? U iqtisodiy asoslanganmi? Loyixa atrof muhitga qanday ta‘sir ko‘rsatadi? Loyixa mahalliy ijtimoiy va madaniy xususiyatlarni hisobga olganmi? Loyixani amalga oshirishda tashkiliy imkoniyatlar mavjudmi? Shu bilan birga pirovard natijada ijobiy natijalar jamg‘arma harajatlardan ortadimi yoki yo‘qmi? kabilarni aniqlash kerak. Shuning uchun foyda va harajatlarni tahlil qilish loyixalashng natijasi qanday? harajatlarni kim to‘laydi va loyixaning ijobiy natijasi qachon ko‘rinadi va u kimga tegadi?

Loyixa foydasi va harajatlari quyidagi tutgan o‘rinlari bilan baholanadilar:

1. Texnikaviy tahlil: loyixa texnika jihatidan asoslanganmi ?
2. Bozor tahlili: loyixa mahsulotiga talab bormi?
3. Moliya: loyixa moliya nuqtai nazardan yashovchanmi? Loyixa uchun qilingan harajatlar iste‘molchi xisobiga qaytariladimi?
4. Ekologiya: loyixa atrof muhitga qanday ta‘sir ko‘rsatadi?
5. Institutsional taraqqiyot: loyixa uchun javob beradigan tashkilot loyixani amalga oshirish va uni ishlatishda rahbarlik qila oladimi?
6. Loyixani ijtimoiy va madaniy munosabatlarda ishlatilishi. Loyixa mahalliy sharoitlarni aks ettiradimi? Loyixa ba‘zi bir guruh odamlarga salbiy ta‘sir ko‘rsatadimi?
7. Iqtisod: loyixaning ijobiy natijalari uni amalga oshirishdagi va ishlatishdagi harajatlardan ustun keladimi? Loyixa qanday tavakkalchilik bilan bog‘liq?

Ushbu vazifalarning tavsifiga quyidagilar ham bog‘liqdir: birinchidan, tadbirlar o‘tkazilishida davlat va shaxsiy manfaatlarining inobat rolini jamiyat tanlovi foydasiga (shaxsan loyixani amalga oshirilishi kimga topshirilishi) va ikkinchidan davlat loyihalari oldida qo‘yilgan maqsadga jamiyat guruhlarini o‘zaro kelishuvga erishishi. Hozirgi paytda kichik biznesni investitsiya loyihalari taklifining barqaror o‘sishi kuzatilmoqda. Shuning uchun, asosiy vazifasi kredit loyixalarni baholash natijasida eng samaralisini tanlab olish va qayta tashkil etilayotgan korxonalarni qo‘llab-quvvatlashga qaratilgan kichik biznes rivojini rag‘batlantirishning yangi mexanizmlarini ishlab chiqish va qo‘llash maqsadga muvofiqdir.

14.1-jadval

2004 yilda Tijorat banklari tomonidan moliyalashtirilgan kichik va xususiy tadbirkorlik investitsion loyihalar

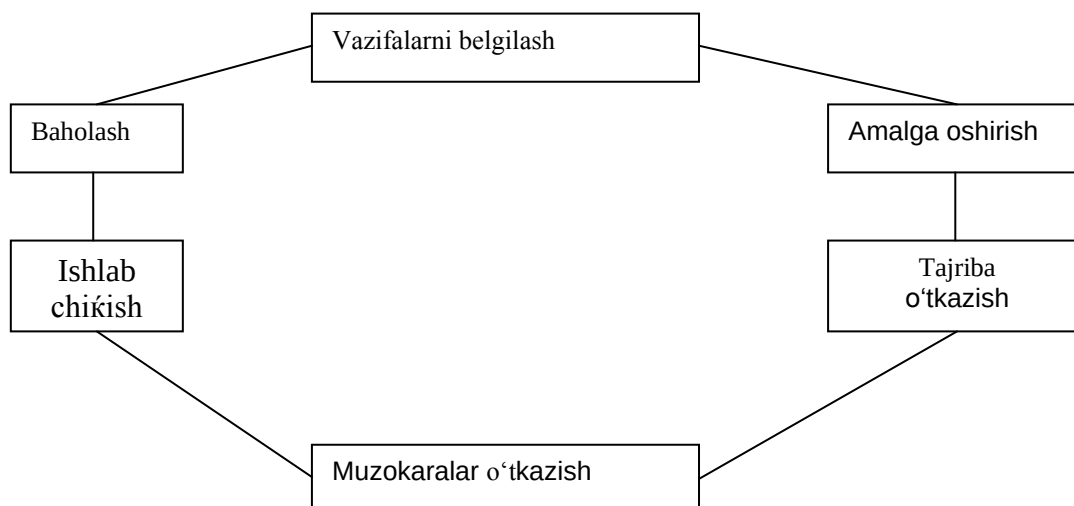
Bank nomi	Kichik va xususiy tadbirkorlik loyihalarning soni	Kredit summasi mln. AQSH dollari	Ulush %	Loyihalar ning summasi mln. AQSH dollari
O‘z. Res TIF Milliy bank	169	321,8	68,2	1,59
Asakabank	25	52	16,8	2,08
Paxtabank	18	20,1	6,5	1,12
O‘zsanoatqurilishbank	8	12,5	4,0	1,56
O‘zprivatbank	22	4,9	1,6	0,22
Ipak yo‘libank	14	3,7	1,2	0,26
O‘ztadbirkorbank	36	3,3	1,1	0,09
Uyjoyjamg‘armabank	4	2,1	0,7	0,53
Jami	296	420,4	100,1	7,45

Manba: Ўзбекистон Республикаси Марказий банки хисоботи

14.1 jadvalda Tijorat banklari tomonidan moliyalashtirilgan kichik va xususiy tadbirkorlik investitsion loyihalar majmuasi berilgan. Jadval ma’lumotlaridan ko‘rinib turibdiki, 1.01. 2004 yilda investitsion loyihalarda O‘z. Res TIF Milliy bankning ulushi eng ko‘p (68. 2%)ni. Asakabank 16,8% ni, Paxtabank 6.5% ni tashkil qildi.

15.2 Investsiyov loyiha sikllari

Loyixani ishlab chiqarish va amalga oshirish bosqichlari “Loyixa sikli” tushunchasini tashkil qiladi. 14.1-chizmada “Loyixa sikli” oltita bosqich ko‘rsatilgan.



14.1-chizma. Loyixa sikli

Vazifalarni belgilashga quyidagilar kiradi:²⁸ ishlab chiqish, tajriba o'tkazish, muzokaralarni amalga oshirish, ularni baholash va boshqalar.

Vazifalarni belgilash. Siklning birinchi bosqichi taraqqiyot toptirishning muhim masalalarini bajarilishini ta'minlab, asosiy belgilovchi g'oyalarni tanlashda tegishlidir. Loyixaning shu kabi g'oyalari soniga qurilish loyixasi, kredit bilan ta'minlash dasturi va boshqa ishbilarmonlikni taraqqiy toptirish, vazifasiga erishishni ta'minlovchi tadbirlar kiradi. Bu bosqichda barcha mumkin bo'lgan iqtisodning taraqqiyot maqsadini bajarilishini ta'min etuvchi g'oyalarning ro'yxatini tuzish kerak bo'ladi. Loyixa siklining so'nggi bosqichlarida ushbu g'oyalar aniqlashtiriladi va zaruriy qattiqqo'llik bilan tahlil qilishga beriladi. Birinchi fazada iqtisodni rivojlantirishning aniq maqsad aniqlanadi.

Ishlab chiqish. Loyixa g'oyasi aniqlangach loyixaning birinchi etapdan so'ng (ya'ni vazifa aniqlangach) g'oyani ko'rib chiqish davom ettirilishi zarurmi degan savolga javob topish maqsadida qaror qabul kilinishi zarur. Buning uchun loyixani texnik harakteris-tikasi, uning atrof-muhitga ta'siri, samaradorligi iqtisodiy va moliyaviy bajarilishi mumkinligi, maxsus va madaniy jihatidan ma'qulligi hamda tashkiliy choralar bo'yicha ma'qulligi ko'riladi.

Loyixaga ishlov berish jarayoniga quyidagilar kiradi: boshlang'ich bosqichda tavsiya etilgan g'oyalarni yanada aniqroq o'rganib chiqib, bir necha xil tekshirishlar, jumladan: loyihalash, iqtisodiy va moliyaviy jihatlarini ko'rib chiqish, ma'muriy boshqarishni o'rganib chiqish. Biz loyixani qanchalik har tomonlama ko'rib chiqsak, ma'kul bo'lmagan loyihalardan xalos bo'lib, eng zarur va ma'kul loyixa ustida to'xtashimiz mumkin bo'ladi.

Tekshirib chiqish - loyixaga moliyaviy pul ajratishdan oldin o'tkaziladigan oxirgi baxolash hisoblanadi. Loyixani ko'rib chiqishning xulosasida ushbu loyixaning

²⁸Гуломов С.С.Тадбиркорлик ва кичик бизнес-Т.:Шарк : ,2002- 194бет

maqsadga muvofiqliligi, hayotga tadbiq etish mumkinligi, hamda undan kelajakda ko'p foyda keltirishi mumkinligi aniqlab chiqiladi.

Kelishuv jarayoni. Maslaxatlashish jarayonida bank va qarz oluvchi loyixa bajarilishini ta'minlashga aloqador chora tadbirlarni ko'rib chiqadilar. O'zaro maslaxatlashish natijasida bir qarorga kelishgach, ushbu qaror yuridik majburiyat kuchiga kiradi va u kredit olishda xujjat hisoblanadi va u bank boshqaruvchisining ma'ruzasi bilan birga kreditlarni taqsimlovchi direktorlarga ko'rib chiqishga yuboriladi.

Amalga oshirish. Bu bosqichda loyixa kerakli tashkilotlarga tarqatiladi. Amalga oshirish etapida barcha ko'rinishdagi ishlar kuzatib boriladi va nazoratga olinadi. Tekshirish tartiblari maslaxatlashish stadiyasida kelishib olishishi kerak.

Baholash etapida quyidagilar aniqlanadi: keyingi loyihalardan foydalanish uchun, loyixa maqsadi aniqlanganlik darajasi baholanadi va tajriba xulosalari aniqlanadi.

Investitsion loyixa menejmenti. Aniq maqsad bilan ishlangan loyixa natijasida maqsadga erishish, samarali loyixa tanlash mumkin. Loyixa menejeri ko'pchilik ishlovchilarga rahbarlik va tashkilotchilik qilib, zarur tomonga yo'naltira olsa, ushbu loyixa muvaffaqiyat qozonadi. Menejerlar ishlovchilar bilan o'zaro bog'liq munosabatda bo'lib, ishlovchilarni loyixa natijasi bilan qiziqтира olsa, shunday loyixa kutilgan natijani berishi mumkin.

Investitsion loyixa menejeri bu sohada tajriba va ma'lum ish qobiliyatiga ega bo'lishligi asosiy ahamiyatga ega. Menejerning asosiy vazifasi loyixa maqsadini aniqlash, uni rejalashtirish, ishga rahbarlik qilish va ish bajarish jarayonida yordam berish ish jarayonini nazorat qilish, budjetni kuzatib borish, ishlab chiqarish hajmi va loyixa resurslarini kuzata bilishdan iborat.

Loyixa egasi - davlat yoki direktorlar kengashi, aksionerlar yoki xususiy shaxs. Foydalanuvchi, bozor, haridor, mijoz, foyda oluvchi shaxs va xokazorlar ana shularning talab va istaklarini e'tiborga olish kerak. Ish jarayoniga javobgar bo'lgan bosh tashkilot, vazirlik yoki korporatsiya. Loyixani boshqaruvchi komanda yoki biznes shtatidagi xodimlar va maslaxatchilardan iborat.

Nazorat va muloxaza uchun savollar.

1. Moliyaviy resurslarning mohiyati tushintiring.
2. Investitsion loyiha sikllari nimalardan iborat?
3. Moliyaviy kapitalning mohiyati nimalardan iborat?
4. Kichik biznesning moliyaviy resurs manbalarini ko'rsatib bering.
5. Kapital investitsiyasi nima?
6. Kapital investitsiyasining turlari nimalardan iborat?
7. Investitsion loyixa menejeri nimalarni bilishi kerak?
8. Kichik biznesni kredit bilan ta'minlash shakllarini izohlang.
9. Respublikamizda kichik biznesga investitsiyalar jalb qilish uchun qanday tadbirlar amalga oshirilmoqda?
10. Xorijiy investitsiyalar jalb qilish orqali faoliyat ko'rsatayotgan qanday kichik biznes korxonalarini bilasiz?

Asosiy adabiyotlar

1. Ғозибеков Д. Инвестицияларни молиялаштириш масалари. Т.: “Молия”, 2003 .332 б.
2. Жўраев А.С. ва бошқ. Инвестиция лойиҳалари таҳлили: Ўқув қўлланма/-Т.: “Шарқ”.-256 б.
3. Ғуломов С.С.Тадбиркорлик ва кичик бизнес: Ўқув қўлланма -Т.:Шарқ, 2002-365б.
4. Бизнес в 2004 году. Регулирование предпринимательской деятельности. - М.: Издательство Вес Мир, 2004. - 256 с.
5. “Банк тизими: асосий вазифа- ислохатларни чуқурлаштириш” Ф. Муллажонов //“Бозор Пул ва Кредит” №1 – 2005.- 3-бет
6. А.Бекмурадов, Р.Тожиев, Х.Курбонов, К.Солиев, С. Рузиев. Ўзбекистон иқтисодиётини либераллаштириш йилларида. 4-қисм. Молия ва банк тизимидаги ислохатлар самараси. Т.: ТДИУ, 2005, 62
7. <http://www.bisnis.doc.gov>
8. <http://www.itaiep.doc.gov/bisnis/bisnis/html>

XV1 BOB.KICHIK BIZNES SUBYEKTLARINING TASHQI IQTISODIY FAOLIYATI

16.1.Kichik biznes korxonalari samaradorligini oshirishda tashqi iqtisodiy faoliyatni o'rni

O'zbekistonda amalga oshirilayotgan ijtimoiy iqtisodiy islohotlarda tashqi iqtisodiy munosabatlar va omillar g'oyat muhim o'rin to'tadi. Kichik biznes korxonalari samaradorligini oshirishda tashqi iqtisodiy faoliyatni o'rnini ham juda kattadir.

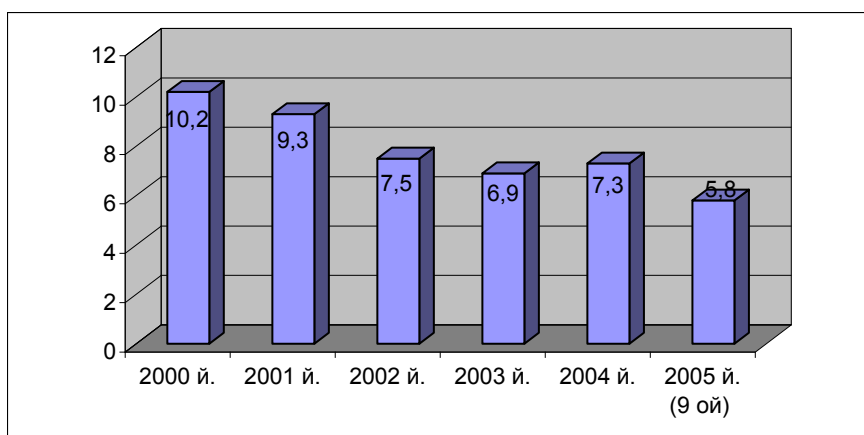
Hozirgi sharoitda tashqi iqtisodiy munosabatlar iqtisodiy va ilmiy texnikaviy rivojlanishining qudratli jadallashtiruvchisi bo'lib qoldi. Hozirgi kunda jahon amaliyotining eng yangi yutuqlarini egallash, xalqaro mehnat taqsimotida ishtirok etish mamlakatni asosiy iqtisodiy vazifalarini hal etishda qo'shimcha imkoniyatlar yaratadi. Eng avvalo, tashqi aloqalarda ishlab chiqarishning eng samarali tarmoqlarini jamlash, ayni chog'da xorijdan keltirish foydaliroq bo'lgan tovarlarni ishlab chiqaruvchi quvvatlarni kengaytirishdan voz kechish imkonini beradi. Ana shu asosda butun iqtisodiyotning, uning ayrim tarmoqlarining yoki ayrim firma va korxonalarining tuzilishini tashkil etish va takomillashtirish uchun imkoniyat paydo bo'ladi.

Shuni aytib o'tish muhimki, tashqi iqtisodiy faoliyat birgalikdagi tadqiqotlar va yechimlarni tashkil etish yoli bilan ham, butun tarmoqlar va ishlab chiqarishni zamonaviy texnika bilan juda tez qayta jihozlash yo'li bilan ham va nihoyat jahon tajribasida sinovdan o'tgan va samarali qo'llanilayotgan o'rta va kichik biznes korxonalarida ishlab chiqarishni boshqarish hamda uni tashkil etishni o'rganish va tadbiq etish bilan ham milliy iqtisodiyot taraqqiyotini tezlashtirish imkonini beradi. Shuningdek o'rta va kichik biznes korxonalarining tashqi iqtisodiy aloqalarini rivojlantirish ijtimoiy vazifalarni ham yanada muvaffaqiyatliroq hal etishga zamin yaratadi.

O'zbekistonda hozirgi kunda bevosita kichik ishlab chiqarishni va xizmat ko'rsatishni - kichik biznes korxonalarini tashqi iqtisodiy munosabatlarga jalb qilish, ya'ni eksport uchun mahsulot ishlab chiqaruvchilarning tashqi bozorga mustaqil ravishda chiqishlarini ta'minlash, jahon amaliyoti tajribalarining eng yangi shakl va uslublarini joriy etishni jadallashtirish, iqtisodiy manfaatdorlikni vujudga keltirish hamda tashqi iqtisodiy aloqalar samaradorligini oshirish tashqi iqtisodiy jabhadagi tub o'zgarishlarning asosiy maqsadlaridan biridir.

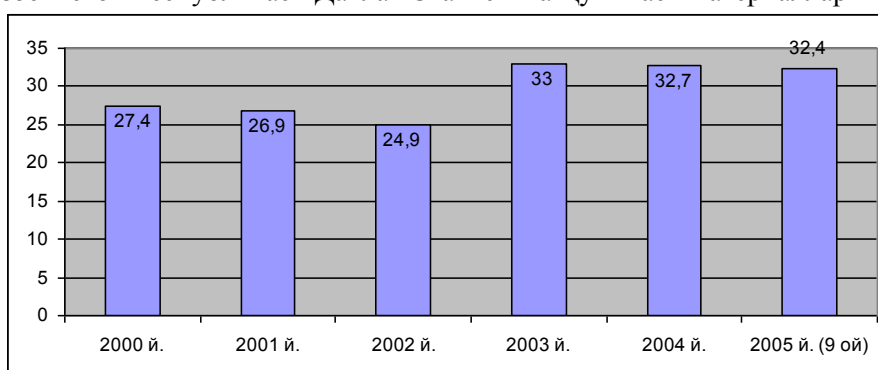
2004 yil davomida kichik tadbirkorlik subyektlarining tashqi savdo ko'rsatkichlari o'sishi bilan tavsiflanadi.

Tashqi savdo aylanmasining umumiy hajmida kichik biznes sub'ektlarining ulushi jami eksportning 5 foizidan va jami importning 26 foizidan koproq qismini tashkil qiladi. Import ulushining bu qadar yuqori bo'lishiga sabab- asosan kichik korxonalarining yangi asbob-uskunalar, zamonaviy texnologiyalar va boshqa ishlab chiqarish vositalari bilan jihozlanganligidir. Quyida diogrammalarda O'zbekiston Respublikasi KBXT korxonalarining eksport va importdagi ulushlari berilgan.(16.1, 16.2-rasmlar)



16.1. Rasm O'zbekiston KBXT korxonalarining eksportdagi ulushi (% hisobida)

Manba: Ўзбекистон Республикаси Давлат Статистика Қўмитаси материаллари



16.2.- Rasm. O'zbekiston KBXT korxonalarining importdagi ulushi(% hisobida)

Manba: Ўзбекистон Республикаси Давлат Статистика Қўмитаси материаллари

2004 yilda 2003 yilga nisbatan kichik tadbirkorlik subyektlarining eksportning umumiy hajmidagi ulushi 0.4 foiz darajada o'sib, importning umumiy hajmidagi ulushi 0,3 foiz daraja kamayibi, 32,7%ni tashkil etdi. Bunda kichik korxonalar ulushiga 13,5% va mikrofirmalar ulushiga 14,7% to'g'ri kelmoqda (15.1-jadval).

15.1-jadval

Tashki iktisodiy faoliyatda kichik biznes subektlarining ulushi.(%)

Kursatgichlar	2003	2004
Eksport		
Kichik tadbirkorlikning eksportdagi ulushi	6,9	7,3
Kichik korxonalar	3,6	4,6
Mikrofirmalar	1,6	1,2
Yakka tartibdagi tadbirkorlik	1,7	1,5
Import		
Kichik tadbirkorlikni importdagi ulushi		
Kichik korxonalar	14,9	13,5
Yakka tartibdagi tadbirkorlar	4,8	4,5
Tashki iktisodiy faoliyatda ishtirok etayotgan kichik tadbirkorlik subyektlari	3246	3778

Manba: Uzbekiston Respublikasi Davlat statistika qumitasi.

Import qilingan mahsulotlarning katta ulushi mashina va qurilmalar 44,5% (3,8 foiz daraja o'sish), kimyo mahsulotlari 16,9% (2,5 daraja o'sish), rangli va .ora metallar 80,4% (0,2 foiz daraja o'sish) xissasiga to'g'ri kelmoqda. Ushbu tarkibiy o'zgarishlarga ayirboshlash kursini unifikatsiyalash va milliy valutani konvertatsiya qilish muammosini hal qilish hisobiga erishildi. Oziq-ovqat tovarlarini import qilish 9,4%ni tashkil etib, 2003 yilga nisbatan 8,4 foiz daraja pasayishi oziq-ovqat mahsulotlari ishlab chiqarishda mahalliy kichik tadbirkorlik korxonalarining ulushi ortayotganligini ko'rsatadi. Energiya va yoqilg'i import qilish darajasining qisqarishi qayd etildi.

Tashqi bozorlar uchun kurashdagi muvaffaqiyatlar ko'p jixatdan tashqi iqtisodiy faoliyatning qay darajada tashkil qilinganligi va uni boshqarish sifatiga bog'liq bo'ladi.

16.2. Kichik biznes korxonalariga tashqi iqtisodiy faoliyatni amalga oshirish muommolari.

Kichik biznes korxonasi tashqi iqtisodiy faoliyatni boshqarishning tashkiliy tuzilmasi avvalo shu faoliyatning xarakteri, xajmi xamda ishlab chiqariladigan mahsulot xususiyatlari, korxonaning moliyaviy imkoniyatlari va ko'pgina boshqa omillarga bog'liqdir. Tashqi bozorlarni o'zlashtirishda eksportchi korxona tomonidan agentlik kompaniyasi shaklidagi strategik bo'linmani tashkil qilish maqsadga muvofiqdir. Bunday ishlar xalqaro amaliyotda keng tarqalgan. Bu yerda **agent** deganda eksport operatsiyalarini masalalarini hal qilishga safarbar qilingan rezident nazarda tutilib, u bir tomondan tashqi bozorning holati, mavjud o'zaro hamkorlik mexanizmlari, turli eksport bozorlarining milliy xususiyatlari, harakatlarini qaratish lozim bo'lgan potensial nuqtalar hakida qushimcha malumot oladi. Ikkinchi tomonidan esa, bu yerda kompaniyaning global strategik miqyosda xatoga yo'l qo'yish ehtimoli juda kichikdir, chunki tashqi bozorga kirib borish darajasi va tarmoqni rivojlantirishga sarflangan xarajatlar ko'lam hali u darajada yuqori emas. Agent deyarli eksport mahsulot ishlab chiqaruvchi kompaniyalarning bo'linmasi kabi ish tutadi, ammo uning daromadi sotilgan mahsulot uchun komission mukofotdan yoki tovarni o'z hisobiga sotib olib, o'z nomidan sotganda qo'shiladigan ustamadan iborat bo'ladi.

O'zbekiston respublikasi tashqi iqtisodiy aloqalar agentligi kichik biznes korxonalariga tashqi iqtisodiy faoliyatni amalga oshirishda, eng avvalo eksport faoliyatida, shuningdek investitsiyalarni jalb etishda va boshqa faoliyatda ko'maklashadi. Kichik biznes korxonalarini, shuningdek tashqi iqtisodiy faoliyat boshqa subyektlarni huquq, narh volyuta, moliya, kredit masalalari bo'yicha tashqi bozorning eksportga yetkazib berilayotgan mahsulotlar sifatiga, texnik tavsifnomalarga talablar bo'yicha metodik axborot va konsultativ taminlashni amalga oshiradi. Korxonalarga tashqi iqtisodiy aloqalarni amalga oshirishda keng huquqlar berilgan bo'lib, bu butun ijtimoiy iqtisodiy xayotni demokratiyalash jarayonining ko'rinishlaridan biridir. Hukumatimiz tomonidan shu narsa belgilab qo'yildiki, mamlakat eksport bazasini rivojlantirish, tashqi bozorda raqobatga muqobil bo'lgan mahsulot ishlab chiqarishni ko'paytirish, xalqaro iqtisodiy integratsiyani rivojlantirish, shu jumladan ilg'or mamlakatlarning texnologiya taraqqiyoti

natijalarini o'rganish va tadbiq etish hamda sherikchilik korxonalarining faoliyatini ta'minlash borasida masalalarini hal etish yuzasidan tadbirlar izchil hamda o'z vaqtida olib borilmog'i shart .

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik bilan shug'ullanuvchi korxonalar o'z maxsulotlari bilan tashqi bozorga chiqish faoliyatlari bo'yicha qator muammolarga duch kelyaptilar.

Taxlillar va o'tkazilgan so'rovlardan ma'lum bo'ldiki - kichik va xususiy korxonalar ishlab chiqargan mahsulotlar asosan – ichki bozorga mo'ljallangan. Tashqi bozorga bop, raqobatbardosh mahsulotlar turi va hajmi juda kam miqdorda ishlab chiqiladi. Mahsulotini eksportga chiqarayotgan kichik biznes sub'ektlari – eksport protseduralarini o'tkazish murakkabligi, bojxona talablariga javob berish qiyinchiliklari, tashqi bozorlar b'yicha ahborotlar va ma'lumotlar kamligi va turli xil ma'muriy to'siqlar mavjudligini ta'kidlashgan.

Shuni ta'kidlash lozimki tashqi savdo faoliyatini tartibga solish bo'yicha bir qancha yangi qonunlar va me'yoriy xujjatlar qabul qilindi. Eksport kontraktlarni amalga oshirishning bosqichlari bu xujjatlarda aniq belgilab olingan edi. Davlat organlari tarafidan qo'llabquvvatlanayotgan kichik biznes sub'ektlari talaygina imtiyozlarga egalar. Lekin baribir belgilangan 10dan ortiq protseduralardan o'tish barcha xo'jalik sub'ektlarini qiyin ahvolga tushishiga sabab bo'lyapti.

Jumladan, valyuta operatsiyalarida konvertatsiyalarni o'tkazish kichik biznes va tadbirkorlik sub'ektlarining masalasi xanuzgacha to'liq echimini topmaganligi tashqi iqtisodiy faoliyatining rivojlanishiga to'sqinlik qilmoqda.

Shunga qaramasdan tashqi savdo operatsiyalarida qatnashish ishtiyoqini bildirgan kichik korxonalar soni yildan yilga o'sib boryapti va umumiy eksport kyrsatkichlariga kichik biznes sub'ektlari munosib hissa qo'shib kelmoqdalar.

Agar kichik korxonalarning rivojlanishi yuqori davlat idoralari tomonidan rag'batlantirib, tartibga solib turilsada ma'lum darajadagi shart-sharoitlar yaratilmasa ijobiy tasir etuvchi mexanizmlar, ishlashni amalga oshirish mahalliy xududiy boshqaruv idoralari tomonidan qo'llab – quvvatlanmasa, ko'zlangan maqsadga erishish qiyin kechadi. Chunki o'z iqtisodiy tabiyatiga ko'ra kichik biznes asosan mahalliy iqtisodiyotni o'zviy qismi bo'lib, ana shu xududdagi muayyan shart-sharoitlar zahirida faoliyat ko'rsatishga moslashgan bo'ladi .

Respublikada kichik biznesning takomillanishi va rivojlanishida tashqi, ichki omil va sharoitlar, ya'ni chet el mamlakatlari bilan iqtisodiy integratsiyaning yuqori saviyasi, chet el kreditlarini, chet el investitsiyalarini, zayomlarini jalb qilish, bozor munosabatlari rivojlanish darajasi infrastruktura ahvoli, tashkil qilingan iqtisodiy ishlab chiqarish imkoniyatlaridan foy-dalanish saviyasi, mehnat va tabiiy manbalar muhim ahamiyatga ega.

Yaqin orada eksport va importni birdaniga boshqa yo'nalishga burish mumkin emas. Yangi bozorlarda mahsulot va xom-ashyo sotib olish uchun valuta kerak U esa hozir yetarli darajada emas. Shuning uchun Respublika MDX va Rossiya bozorlarida o'z mahsulotlarini sotishni rivojlantirishi va kengaytirishi kerak. 2006 yildan boshlab O'zbekiston Rossiya bilan xalqaro iqtisodiy aloqalarni kengaytirib bormoqda. Jumladan, 2005 yilning dekaabrida Respublikada Rossiya Savdo Uyi ochildi, qishloq xo'jaligi mahsulotlarini Rossiyaga doimiy ravishda yetkazib beruvchi tuzilmalarni

vujudga keltirish ko'zda tutilmoqda. Bularning ham-masi respublikamizda faoliyat ko'rsatayotgan kichik biznes korxona-larining tashqi iqtisodiy faoliyatini rivojlantirish uchun katta imkoniyatlar yaratmoqda. Kelajakda iqtisodiy tizimni qayta qurish munosabati bilan Markaziy va g'arbiy Yevropa mamlakatlari bilan asta-sekin integratsiya bo'lishi uchun obyektiv asoslar tug'iladi.

Kichik biznes shakllarini tashkil etishda ishlab chiqarishni zamonaviylashtirish, eksport imkoniyatlarini kengaytirish uchun valutaga sarf qilingan harajatlarni qoplay olish negizida, shuningdek bevosita chet el investitsiya negizida chet el kredit, zayomlarini jalb qilish muhim ahamiyatga ega. Respublika shunday vaziyatda qolganki, u mablag' bilan ta'minlashning noan'anaviy usullarini jalb etmay turib, iqtisodiy vaziyatga ta'sir ko'rsata olmaydi.

Respublikaning xalqaro tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash fondlari, xalqaro valuta fondi, Yevropa tiklanish va rivojlanish Banki, Jahon Banki va uning filiali bo'lgan xalqaro moliyaviy korporatsiya, investitsiya va kafolat xalqaro agentligi bilan hamkorligi ijtimoiy iqtisodiy dasturni amalga oshirish uchun imtiyozli ravishda kredit olish imkoniyatini tug'diradi.

Biroq respublikaning yaqin va o'zoq xorijiy mamlakatlar bilan turli aloqasi qanchalik yaxshi bo'lmasin, kichik biznes rivojlanishida ichki sharoit va omillar hal qiluvchi rol o'ynaydi. Bu omillar ichida eng muhimi - bozor aloqalarining rivojlanish darajasini o'ta pastligi. Buning sababi bir tomondan bu islohotlarni amalga oshirish boshlangandan beri qisqa vaqt o'tganligida bo'lsa, asosiysi - mutanosib kuchlarning islohotlarga qarshiligi, kerakli bozor infrastruktura tuzilishining yo'qligi, boshqaruv huquqlari va uning normalarini amalga oshirish mexanizmining takomillashmaganligidir.

Respublikaning iqtisodiy ishlab chiqarish imkoniyatlaridan (sobiq SSSR davrida respublikada 1990 yilda xududning bir foiz, aholining 3,7 foizini tashkil qilishiga qaramay, umumiy mahsulot va milliy daromad 4,3 foiz, sanoat mahsulotlari 4,5 foizdan oshiq, qishloq xo'jalik mahsulotlari 5,6 foiz ishlab chiqarilar edi) to'liq foydalanilmayapti. MDH va jahon bozorlari axvolini hisobga olgan holda, mavjud mahalliy manbalar, xalq xo'jaligi va aholi ehtiyojlarini hisobga olgan holda iste'molchilar komissiyasi, ilmiy va eksport va ishlab chiqarish tarmoqlarining rivojlanishi yordamida iqtisodiy ishlab chiqarish imkoniyatlarining tizimlarini qayta qurishni amalga oshirish lozim.

16.3. Kichik biznes korxonalari tashqi iqtisodiy faoliyatini rivojlantirishning asosiy yo'nalishlari

Kichik biznes korxonalarining tashqi bozorga chiqishida bir qancha muammolar mavjud. Xususan, eksport shartnomalarini tashqi iqtisodiy aloqalar agentligida ro'yxatdan o'tkazish va bojxona organlarida hisobga olish jarayonlarining murakkabligidir. Shuningdek, kichik biznes subyektlariga ishlab chiqarishni rejalashtirish hamda tovarlar va xizmatlarni chet elga sotishda yordam ko'rsatish borasida samarali tizim ishlab chiqilmagan. Agar rivojlangan davlatlar tajribasiga nazar solsak, buyuk tadbirkorlarning hammasi tovar ishlab chiqarish bilan shug'ullangan

Kichik biznes rivojlanishini tezlashtirishda va uning **samaradorligini oshirishda asosiy yo‘nalishlar** bo‘lib quyidagilar xizmat qiladi:

solliqlar, valuta va tashqi savdoni boshqarish borasida chet el investitsiyalari uchun mustaxkam rejim o‘rnatish, chet el kapitali yordamida xususiylashtirish uchun kerakli sharoitlar yaratish, investitsion loyihalar haqida ma‘lumotlar tizimini tashkil etish;

moliyaviy-kredit muomalasi tarmog‘ida — kichik biznes uchun kredit muassasalari (masalan, kredit omonat muassasalar) tashkil etishga kerakli sharoitlar yaratish va kreditlar olish imkoniyatlarini kengaytirish;

chuqur qayta ishlangan mahsulot eksporti bilan shug‘ullanadigan tadbirkorlar uchun valuta tushumini sotishni majburiy normalarini yaxshilash, banklararo hisoblash tizimini rivojlantirish, kichik korxonalar uchun asosiy fondlarning amortizatsiyasi;

markazlashgan resurslar manbaalari, axborot ma‘lumotlar bazasiga kirishni ta‘minlash, tadbirkorlar va haridorlar ijtimoiy himoya kafolatini, ta‘minlash;

mahalliy o‘z-o‘zini boshqarish organlari tomonidan qo‘llabquvvatlashni aktivlashtirish, shu jumladan mahalliy miqyosda soliq imtiyozlari ishlab chiqish;

kichik korxonalar mahsulotlariga extiyojni va talab konyunkturasini o‘rganish uchun respublika axborot tizimini tashkil etish;

kichik venchur korxonalarga mablag‘ sarflayotgan xususiy investorlarning davlat sug‘urtasi;

lizing xizmatlarini rivojlantirish.

Qisqa xulosalar

Respublikada kichik biznesni takomillanishi va rivojlanishida chet el bozorlarini har tomonlama o‘rganish, yaxshi ko‘zatish va xulosa chiqarib, to‘g‘ri qarorga kelish va xususiy tadbirkorlar tomonidan eksport faoliyatini tashkil etish lozim. Kichik biznes shakllarini tashkil etishda ishlab chiqarishni zamonaviylashtirish, eksport imkoniyatlarini kengaytirish uchun valutaga sarf qilingan harajatlarni qoplay olish negizida, shuningdek bevosita chet el investitsiya negizida chet el kredit, zayomlarini jalb qilish muhim ahamiyatga ega.

Nazorat va muloxaza uchun savollar

1. Tashqi iqtisodiy faoliyatini rivojlantirish respublika iqtisodi ucyun ahamiyati qanday?
2. Kichik biznes korxonalari samaradorligini oshirishda tashqi iqtisodiy faoliyatni ahamiyat qanday?
3. Kichik biznesni tashqi iqtisodiy faoliyatini rivojlantirish omillarini keltiring.
4. Kichik biznes samaradorligini oshirishning asosiy yo‘nalishlari qanday?
5. Nima uchun kichik biznes korxonalari tashqi iqtisodiy faoliyati samaradorligi past?
6. Markaziy va g‘arbiy Yevropa mamlakatlari bilan integratsiya bo‘lishi uchun respublikada qanday tadbirlar amalga oshirilmoqda?

7. Tashqi iqtisodiy faoliyat bilan shugullanuvch qanday kichik biznes korxonalarini bilasiz?
8. Tashqi iktisodiy faoliyatda kichik tadbirkorlik subektlarining ulushi qanday?
9. O'zbekiston KBXT korxonalarining eksportdagi ulushi qanday?
10. O'zbekiston KBXT korxonalarining importdagi ulushi qanday?

Asosiy adabiyotlar

1. А.Бекмурадов, Б.Гоипназаров, М.Аманов, М.Тошхуджаев. Ўзбекистон иқтисодиётини либераллаштириш йилларида. 1-қисм. Макроиқтисобиёт ва иқтисодий ислохатлар, савдо ва инвестициялар оқимлари. Т.: ТДИУ, 2005й., 59 б.
2. А.Бекмурадов, Б.Гоипназаров, М.Аманов, М.Тошхуджаев. Ўзбекистон иқтисодиётини либераллаштириш йилларида. 1-қисм. Макроиқтисобиёт ва иқтисодий ислохатлар, савдо ва инвестициялар оқимлари. Т.: ТДИУ, 2005й., 59 б.
3. А.Бекмурадов, Р.Тоиров, Э.Махмудов, М.Исаков, Ж.Тураев. Ўзбекистон иқтисодиётини либераллаштириш йилларида. 5-қисм. Ташқи иқтисодий сиёсат: савдо ва инвестициялар оқимлари. Т.: ТДИУ, 2005, 61 б.
4. Кичик тadbirkorlik фаолияти асослари 1-қисм: Ўқув амалий қўлланма / Б.Ю.Ходиев, А.Самадов, М.С. Юсупов ва бошқалар – Тошкент.: ЕҲ ТЕМПУС дасури “Матодор-2000” лойиҳаси, 2004. 144 б.
5. Шодибекова Д.А Халқаро маркетинг.Магистратура талабалари учун ма’рузалар матни. Т.: ТДИУ, 2005. -207 б.

XV1 1bob. KICHIK BIZNES KORXONALARINI RIVOJLANTIRISHDA LIZINGDAN FOYDALANISH

17.1 Kichik biznesda lizingdan foydalanishning ahamiyati

Kichik biznes subyektlarining moddiy-texnika resurslaridan, xom ashyo va materiallardan foydalana olish imkoniyatlarini kengaytirish, asbob-uskunalar, transport va boshqa ishlab chiqarish vositalarini sotib olishlarida bir qancha muammolarga duch kelmoqda. Chunki bu ularning “cho‘ntagi” ga to‘g‘ri kelmaydi. Lizing esa bu kabi masalalarni hal qilishning eng samarali vositalaridan biridir. Uning g‘oyat muhim tomoni shundaki, u moliyaviy resurslar cheklangan davrda korxonalarining mablag‘ tejashi asosida mashina va asbob-uskunalarni qisqa muddat ichida olishga yordam beradi. Ayniqsa, moliyaviy resurslarga ega bo‘lmagan kichik biznes subyektlariga lizing juda ham qo‘l keladi. Lizing firmalarini tijorat banklari ishida tuzish va boshqa xududlarda lizing firmasi shaxobchalarini ochish kichik biznes korxonalarini texnika resurslari bilan ta‘minlashga imkon beradi.

Lizing - mashina, asbob-uskuna, transport vositalari, ishlab chiqarish inshootlarini uzoq muddatga ijaraga olish. Ijaraga berishning bu ko‘rinishi keng tarqalib bormoqda. Sababi ijaraga beruvchi, ya‘ni lizing kompaniyasi bo‘sh turgan asbob-uskunalarni yoki vaqtincha bo‘sh turgan mablag‘iga sotib olingan asbob-uskunalarni ijarachi firmaga foydalanishga berib turib daromad olishga imkoniyat yaratsa, ijaraga oluvchi firmaga yetarlicha oz kapital qo‘yilmalar bilan ishlab chiqarish kengaytirishga yordam beradi. Ijarachi bu mulkdan foydalanish davomida asta-sekin qarzlarni to‘lab boradi. Lizing shartnomasida ijarachi shartnoma muddati tugagandan so‘ng asbob-uskunalarni koldik qiymat bo‘yicha sotib olishi, yangi kelishuv bo‘yicha inrtnoma muddatini cho‘zishi, moddiy boyliklarni egasiga qaytarishi mumkin. Tomonlar lizing shartnomasini kelishilgan davr mobaynida bo‘zishga haqqi yo‘q.

Lizing kompaniyalari mashina va uskunalar sotib olish uchun shaxsiy va qarzga olinadigan mablag‘dan foydalanadilar. Davlat, odatda, ularga banklardan qarz olishlari uchun imtiyozlar beradi.

Bundan tashqari, kichik biznesning mayda ulgurji savdo va servis xizmati tarmog‘i xam yuqorida ta‘kidlangan lizing xizmatidan foydalanish xizmat ko‘rsatish darajasini yuqori saviyada olib borish muommolarini xal etishda muhim ahamiyatga ega. Biz servis xaqida gapirganda, ko‘pincha, axoliga xizmat ko‘rsatish madaniyatini tushunamiz. Aslida servis ancha murakkab soxa. U xizmat ko‘rsatish bilan bog‘liq barcha muammolarni o‘z ichiga qamrab oladi. Yaponiyada servis butun bir tashkiliy, iqtisodiy, psixologik, etnik masalalar majmuini xal etishni anglatadi. Shu bois, kichik biznes korxonalariga servis xizmatlarini ko‘rsatish ko‘lamini kengaytirish orqali yukoridagi masalalarni xal etish foydali bo‘lishi mumkin.

17.2. O‘zbekistonda lizing munosabatlari ning o‘ziga xos xususiyatlari

Bizning respublikada lizing munosabatlari o‘ziga xos xususiyatlardan kelib chiqmoqda. Respublikamizdagi lizing munosabatlari jahon amaliyotida umumiy qabul qilingan lizing munosabatlari bilan muvofiqlashtirilgandir.

Lizing oluvchi olingan mulkka egalik huquqini ta’minlab turishi uchun u mazkur asbob-uskunadan bitimda ko‘rsatilgan maqsadlardagina foydalanishi va uning ma’naviy hamda jismoniy eskirishlarini hisobga olgan holda bitim tuzishi lozim. Asbob-uskunadan foydalanuvchi o‘z vaqtida va kelishilgan grafik asosida lizing to‘lovlarini amalga oshirishi shart. Lizing oluvchi tomonidan o‘z majburiyatlarini bajarilmasligi holatlarida mulk egasi unga tegishli to‘lovlarni to‘lanishini va kelishilgan bitimga rioya qilinmasligi oqibatida ko‘rilgan zararlarni qoplashini talab qilishi mumkin. Bitimda ko‘rsatilgan kelishuvlar bo‘yicha bitimni bekor qilishlari mumkin.

Konvensiya lizing oluvchining boshqa tomondan mulkiy huquqini himoya qilish bilan birga, agarda mulkdan foydalanuvchidan tashqari boshqa bir 3-chi shaxs ko‘proq foyda olsa, bu holda to‘liq javobgarlik mulkning egasiga o‘tishini ko‘rsatadi. Shuningdek, agarda bu holat foydalanuvchining harakati natijasida yuzaga kelsa hisobga olinmasligi qayd etilgan.

O‘zbekiston Respublikasining bir qator qonuniy me’yoriy hujjatlarida qarz oluvchining to‘lovga layoqatsizligi aniqlansa, uni to‘lovga noloyiq, ya’ni bankrot deb e’lon qilish kerakligi ko‘zda tutilgan. Xususan, 1996 yil 25 apreldagi O‘zbekiston Respublikasining “Bank va banklar faoliyati to‘g‘risida”gi qonunining 35-moddasida shunday deyiladi:

-“Bankdan olingan kreditlarni o‘z vaqtida qaytara olmay majburiyatlarini bajara olmayotgan qarzdor bank tomonidan to‘lovga layoqatsiz deb e’lon qilinishi va matbuotda bu xaqda chop ettirilishi mumkin. Bank bunday qarzdorlarni bankrot deb tan olinishini talab qilib xo‘jalik sudiga murojaat qilishi mumkin”.

Yuqorida qayd qilinganlardan shunday xulosaga kelish mumkinki, hozirgi vaqtda O‘zbekistonda lizing munosabatlarini tartibga solishning yetarli huquqiy asoslari mavjud.

Bu tadbirlar natijasida tadbirkorlarga bo‘sh bino va inshootlardan, ishlatil-mayotgan asbob-uskunalaridan foydalanish ishlari faollashtirildi. 2003 yilda tadbirkorlarga 5,8 mingta obyekt lizing asosida ijaraga berilgan va sotilgan bo‘lib, ularning umumiy qiymati 5,8 mlrd. so‘mni tashkil etdi. Vaxolanki, 2001 yilda ularga atigi 2 mingtadan kamroq obyektlar berilgan edi.

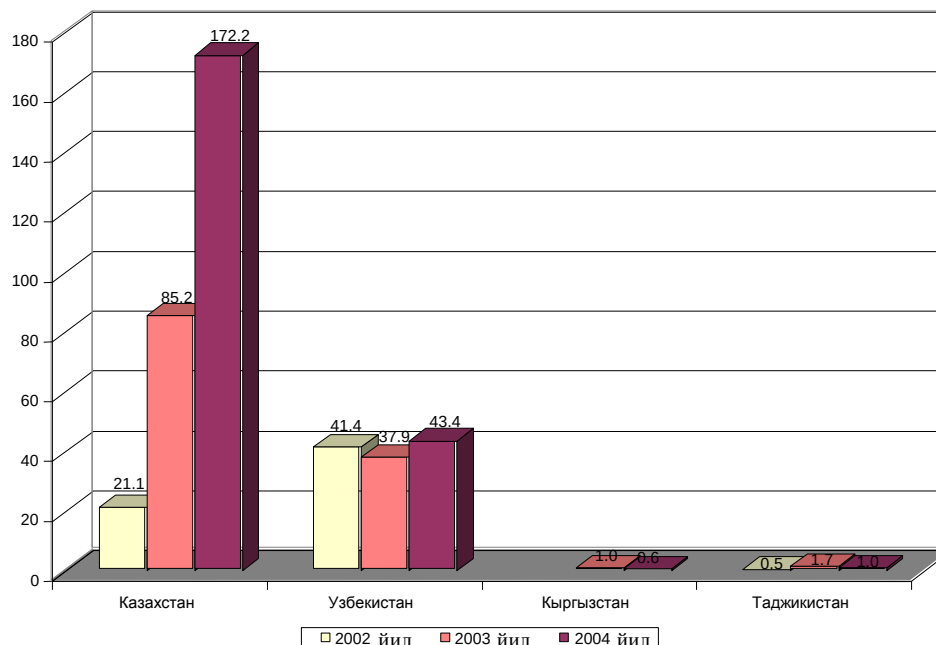
17.3. Lizing operatsiyalarining jahon iqtisodiyotida tutgan o‘rni

Lizing operatsiyalarining jahon iqtisodiyotida to‘tgan o‘rni va ahamiyati beqiyosdir. Yirik lizing tashkilotlar lizing bo‘yicha keng ko‘lamda xizmatlar taqlif qiladilar. Osiyo-Yevropa trast kompaniyasi (OYETK) bilan hamkorlikda 9 ta korxona uchun lizing asosida xorijiy texnika va texnologiya keltirildi. Lizing asosida 4,8 mln. AKSH dollarida xorijiy texnika va texnologiya jalb kilindi.

Jahonda eng yirik lizing tashkilotlaridan “Ebik-liz”ni va milliy lizing

assotsiatsiyalarining Yevropa federatsiyasi- “Lizyurop”ni alohida ajratib ko‘rsatish mumkin. “Ebikliz” Gollandiya, Italiya, Germaniya, Avstriya, Buyuk Britaniya, Belgiya va Fransiya davlatlaridagi lizing kompaniyalarini o‘zida mujassamlaydi. Bu tashkilot ko‘pchilik hollarda Tijorat banklarning lizing bitimlarini amalga oshirishda vositachi vazifasini o‘tashi ahamiyatga molikdir.

Bu jadvaldan ko‘rinib turibdiki, lizing operatsiyalari bo‘yicha Qozog‘iston Respublikasi Markaziy Osiyo davlatlari ichida oldingi o‘riinda

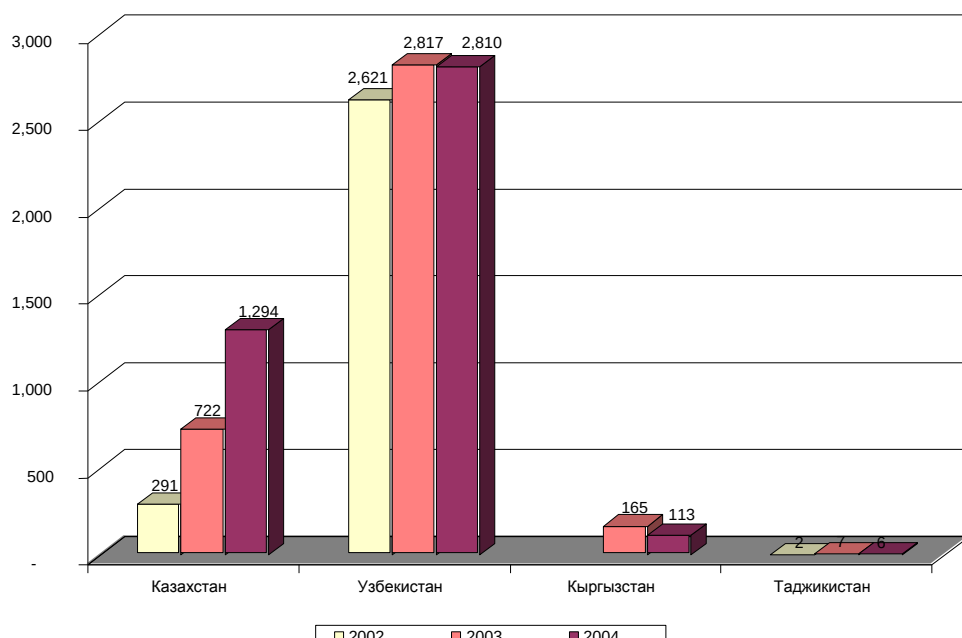


17.1-chizma. **Lizingga berilgan mulklarning qiymati**²⁹(mln.dollar xisobida)

ekanligini ko‘rishimiz mumkin. Albatta bu faqat berilgan mulklar xisobiga bo‘lib qolgan ko‘rsatkichlar inobatga olinmagan. O‘zbekiston ham 2004 yilda 43.4 mln.dollar miqdorida lizing berilganligini ko‘rishimiz mumkin.

Lizing shartnomalarining miqdori bo‘yicha Respublikamiz boshqa qo‘shni davlatlardan ancha oldinda ekanligini ko‘rishimiz mumkin. Buning asosiy sababi mamlakatimizda lizinga davlat miqyosida e‘tibor berilganligidir. Lizing tashkilotlarining asosiy vazifalari quyidagilardan iborat: barcha huquqiy, soliq, moliyaviy masalalarni hal etish; bo‘larga a‘zo mamlakatlarning qonunchiliklarini o‘rganish va taqqoslash; lizing firmalarini tashkil etish bilan bog‘liq bo‘lgan masalalarni o‘rganish; lizing bitimlarining shartlari to‘g‘risidagi statistik ma‘lumotlarni yig‘ish.

²⁹ Осиё Тараққиёт Банкининг 2004 йил маълумотлари



17.2.-chizma. Lizing shartnomalarining soni³⁰

Lizingni iqtisodiyotdagi oʻrni va ahamiyati beqiyosdir. Bunga sabab rivojlanayotgan davlatlarda ishlab chiqarishni rivojlantirish va shu orqali mamlakatga valuta tushumini oshirish uchun ishlab chiqarish uchun zarur boʻlgan asbob-uskunalar, yangi texnologiyalarga ehtiyoj seziladi. Ayniqsa, oltin-valuta rezervlari cheklangan mamlakatlarga lizing juda qoʻl keladi. Chunki, asbob-uskunani sotib olishda lizing oluvchi mamlakat ishlab chiqariladigan mahsulotning eksportbopligini isbotlagan holda, va valuta tushumini tushishini haqqoniyligini tariflab lizing munosabatlarida qatnashadi. Aynan lizingning ahamiyati shu yerda koʻzga tashlanadi.

Qisqacha xulosa

Kichik biznes subyektlarining moddiy-texnika resurslaridan, xom ashyo va materiallardan foydalana olish imkoniyatlarini kengaytirish, asbob-uskunalar, transport va boshqa ishlab chiqarish vositalarini sotib olishlarida lizing eng samarali vositalaridan biridir. Oʻzbekiston iqtisodiyotini koʻtarish uchun lizing kompaniyalari bilan asosli bitimlar tuzish va shu orqali sanoatni, ishlab chiqarishni rivojlantirish mumkin. Tarixdan maʼlum, sanoati va ishlab chiqarishi samarali va yuqori darajadagi davlatlarda rivojlanish darajasi va iqtisodiy oʻsish yuqori boʻlgan.

Nazorat va muloxaza uchun savollar

1. Kichik biznesda lizing ahamiyati nimada?
2. Kichik biznesda lizingdan foydalanish amaliyoti qanday?
3. Respublikada lizing munosabatlari oʻziga xos xususiyatlardan nimalarni bilasiz?
4. Lizing operatsiyalarining jahon iqtisodiyotida toʻtgan oʻrni qanday?
5. 2001-2005 yillarda Oʻzbekiston Respublikasida qancha miqdorida lizing

³⁰ Осиё Тараққиёт Банкининг 2004 йил маълумотлари.

berilganlgan?

6. Lizing operatsiyalari bo'yicha nima uchun Qozog'iston Respublikasi Markaziy Osiyo davlatlari ichida oldingi o'riinda turadi?
7. Respublikada lizing munosabatlarini rivojlantirish uchun qanday ishlarni amalga oshirish lozim?
8. Qishloq xojaligi mashin uskunalari lizing asosida etkazishni Respublikamiz uchun ahamiyatini tushuntiring.
9. Respublikada faoliyat k'rsatayotgan ?anday lizing kompaniyalarini bilasiz?
10. Tijorat banklarining lizing asosida kichik biznesni texnika va texnologiya bilan ta'minlashdagi y'rne nimadan iborat?

Asosiy adabiyotlar

1. А.Бекмурадов, Б.Гоипназаров, М.Аманов, М.Тошхуджаев. Ўзбекистон иқтисодиётини либераллаштириш йилларида. 1-қисм. Макроиқтисобиёт ва иқтисодий ислохатлар, савдо ва инвестициялар оқимлари. Т.: ТДИУ, 2005й., 59 б.
2. А.Бекмурадов, Р.Тоиров, Э.Махмудов, М.Исаков, Ж.Тураев. Ўзбекистон иқтисодиётини либераллаштириш йилларида. 5-қисм. Ташқи иқтисодий сиёсат: савдо ва инвестициялар оқимлари. Т.: ТДИУ, 2005, 61 б.
3. Ғозибеков Д.Ё. Инвецитсияларни молиялаштириш масалари. Т.: “Молия”, 2003 .332б.
4. . Шодибеков Д.И., Шодибекова Д.А. Молиявий менежмент Магистратура талабалари учун ўқув қўлланма./ Тошкент.:ТДИУ, 2006й. 267 б.
5. <http://www.spc.gov.uz/ru/esupport/mdex3.html>
6. <http://www.spc.gov.uz/ru/spmanagement/gppredp.html>

XV111 BOB: KICHIK BIZNESNI TIZIMLARIDA FRANCHAYZING

18.1. Franchayzingning mohiyati.

Kichik biznes tadbirkori ba'zi xollarda o'ziga ishlatish uchun tayyor korxonani imtiyozli shart bilan boshqa davlat(firma)dan yoki ularning texnologiyasi, tovar markasi (belgisi)dan foydalanish huquqini, ya'ni franchayzingni oladi.

Franchayzing - bu tomonlarning o'zaro manfaatli bitimga asoslangan biznes olib borish usulidir. Bu bitim yirik kompaniya hamda mayda firma yoki alohida ishbiarmonlar o'rtasida tuziladi. Bu bitimning mohiyati kichik biznesga o'z ishini maxsus tanlangan joyda va ma'lum vaqt davomiyligida olib borish imkonini berishdan iborat.

Jahondagi ko'p davlatlarda ishbiarmonlikning franchayzing tizimi o'zining samarali faoliyat ekanini isbot qildi. Hozirda franchayzing AQSH da, Kanadada, Yaponiyada, G'arbiy Yevropada yaxshi rivojlanmoqda. "Makdonalds", "Adidas", "Koka-Kola" boshqa- lar franchayzingli kompaniyalardir. Masalan, franchayzing "Doka pitsa" dastgoh va texnologiyalarni yetkazib beradi, har xil turdagi material va jihozlar bilan ta'minlaydi (nakleykalar, reklama plakatlari, bukletlar, uslubiy tavsiyanomalar), o'qitishni tashkil qilish, original firma ko'rsatmalarini berish va boshqa o'z ishini yo'lga qo'yish uchun zarur bo'lgan narsalarini yetkazib beradi. Hamkorlik davlatlari orasida birinchi franchayzingli tizimlar Rossiya Federatsiyasida paydo bo'lib, hozirda "Interkongress Silling" (Sankt- Peterburg) firmasi faoliyat ko'rsatmoqda.

18.2. Franchayzingning asosiy turlari va qoidalari.

Franchayzing tizimi franchayzing bitimga asoslanadi. Yirik firma bitimga asosan boshqa firma yoki ishbiarmonlarga xodimlarni tayyorlashda, dastgohlarni sozlashda, texnologiyani o'zlashtirishda, tashkiliy masalalarda, reklamada, ta'minotda, mahsulot sotishda yordam ko'rsatish majburiyatini o'z zimmasiga oladi. Bu xizmatlar uchun kichik firma ularga vaqti-vaqti bilan to'lovlar to'lab turadi hamda o'z kapitalining bir qismini investitsiya qiladi, marketing va menejment bo'yicha xizmat ko'rsatish majburiyatini o'z zimmasiga oladi. Franchayzingning asosiy prinsiplari: franchayzingning "nou-xau"sini franchayzing kapitali bilan birlashtirish. **Franchayz** — litsenziya asosida biznes olib borish uchun ma'lum belgilangan miqdordagi badal.

Franchayzing tizimi o'zining afzallik tomoni va kamchiligiga ega. Franchayzing tizimning foydali tomoni quyidagilardan iborat: franchayzerning sotib olish uchun to'lagan to'lovi zaruriy kapitalni ta'minlaydi va kelajakdagi moliya bilan ta'minlash tashqi zayomlarsiz amalga oshiriladi, qandaydir yangilikni amaliyotda kichik tavakkalchilik bilan tekshirish imkonini beradi.

Kamchiliklari quyidagilardan iborat: franchayzer o'z daromadini ushbu tizim qatnashchilari bilan bo'lishadi, bu esa boshqa firmalarga qaraganda daromadni

pasaytiradi. Franchayzing-ni franchayzat (kichik firma) uchun foydali tomoni shundan iboratki, kichik shakldagi bizneslar tashkil etish uchun kam kapital harajat talab qiladi, bu esa erkin ishbilarmon bo'lish uchun qo'shimcha imkoniyat yaratadi. Haridorlar uchun keng ma'lum bo'lgan firmani va uning mahsulotining nomi franchayzatga qo'shimcha harajatlarsiz avval bunyod etilgan tovarning "imidj"ini va oldindan tekshirib ko'rilgan shakllarini ishlatishga imkon yaratadi. Undan tashqari bosh firma kelajakda yangi kiritilayotgan texnik vositalar, texnologiyalar va reklama qiymatini bir qismini qoplash majburiyatini o'z zimmasiga oladi va barcha zaruriy xizmatlar ko'rsatadi.

Franchayzingni ikkita asosiy turi mavjud: tovarli va ishbilarmonli. Tovarli franchayzing franchaziatga har xil tovar guruhlariga tegishli bir to'plam tovarni sotish bilan bog'liq to'lanadigan haq franchayziatlardan ma'lum sharoitlarda undiriladi

Ishchanlik franchayzingi haqidagi kelishuv quyidagi xizmatlar ko'rsatilishini aks etgirishi mumkin: xizmatchilarni o'qitish, mutaxassislar tomonidan korxonaning qurilishi uchun maydon tanlash, asosiy fondlarni ijaraga topshirish yoki tayyor korxonani ekspluatatsiya qilish, xo'jalik faoliyati sohasidagi bilim va tajribalar bilan ta'minlab berish.

Har qanday franchayzing tizimining asosini tomonlarning vazifalarini o'z ichiga oluvchi **franchayzing shartnomasi** tashkil qiladi. Qabul qilingan kelishuvga binoan hech qaysi bir tomon boshqa tomonning soliq va qarziga javob berishga majbur emas. Shuning uchun shartnoma imzolanishdan avval asosiy vaziyatlarini chuqur ko'rib chiqishi va omilkor mutaxassis bilan maslaxatlashish zarur. Shartnoma tuzishda quyidagilar aniqlanishi shart:

Mahsulot sotish uchun franchayziatda texnik, franchayzerda esa xizmat ko'rsatish imkoniyatlari bormi; raqobatchi mahsuloti bilan solishtirib sotish uchun taklif qilgan franchayzerning mahsuloti noyobmi; franchayziat uchun mahsulot tayyorlab beruvchi va aniq bir yordam ko'rsatuvchi, franchayz uning oldida qaysi darajada javobgar bo'ladi; korxonaning (franchayzerning) moliyaviy ahvoli qaysi holda, franchayziat kimning mahsuloti bilan savdo qilmoqchi; shu asosda ishlovchi boshqa korxona egalarining asosiy faoliyati va ish uslubi qanday; franchayzingda ishlab chiqarish bilan bog'liq bo'lgan va har doim o'zgarib turuvchi texnologiya, imkoniyat va resurslar bormi; franchayzing shartnomasining davomiyligi qanday; shartnomani o'zgartirishga qanday shartlar va harajatlar kerak; mahsulotni chet eldan keltirish qanday muddatda amalga oshiriladi, uzilish xavfi yo'qmi, chet el valutasini yo'qotish mumkinmi; mahsulot narxiga ta'sir ko'rsatish bilan bog'langan holda import uchun boj qo'yiladimi va qandaydir qoida bormi; franchayzga keladigan, franchayziatning korxonaga (franchayzerga) to'lashi kerak bo'lgan litsenziya to'lovi pul miqdori qancha (agarda u qo'yilgan bo'lsa), bu pul miqdori qoidaga ko'ra korxonaning reklamasi uchun doimiy harajatga, mahsulotni olg'a siljishi uchun tadbirlar uyutirishga sarflanadimi.

Franchayzing shartnomasini tugatishdan avval quyidagi savollarni hal qilib olishlari shart: o'z ishini qarindoshlariga meros qilish imkoniyati; korxona turar joyini o'zgartirishning maqsadga muvofiqligi; tadbirkorlik faoliyatini kengaytirishning maqsadga muvofiqligi va boshqalar.

Qisqa xulosalar

Franchayzing - bu tomonlarning o'zaro manfaatli bitimga asoslangan biznes olib borish usulidir. Bu bitim yirik kompaniya hamda mayda firma yoki alohida ishbilarmonlar o'rtasida tuziladi. Bu bitimning mohiyati kichik biznesga o'z ishini maxsus tanlangan joyda va ma'lum vaqt davomiyligida olib borish imkonini berishdan iborat. Har qanday franchayzing tizimining asosini tomonlarning vazifalarini o'z ichiga oluvchi franchayzing shartnomasi tashkil qiladi.

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. Franchayzingning mohiyati nima?
2. Horiqda franchayzingningdan qanday foydalaniladi?
3. Franchayzingning asosiy turlari tushuntiring.
4. Franchayzingning asosiy qoidalarini tushuntiring
5. Kichik va katta biznes korxonalari o'rtasidagi munosabatlar qanday tashkil qilinadi?
6. Hozirgi sharoitda kichik biznesda franchayzingningdan foydalanilinishning qanday imkoniyatlari ocyilmoqda?
7. Tomonlarning vazifalarini o'z ichiga oluvchi franchayzing shartnomasi shartlari nimaladan iborat?
8. Respublikamiz amaliyotida franchayzingdan foydalanayotgan qanday korxonalar mavjud?
9. Franchayzingni kichik biznes korxonalar amaliyotiga qollashda qanday qiyinchiliklar mavjud?
10. Qaysi xorijiy kompaniyalarni franchayzing bo'yicha tajribasini respublikamiz kichik biznes korxonalar faoliyatiga qo'llash mumkin?

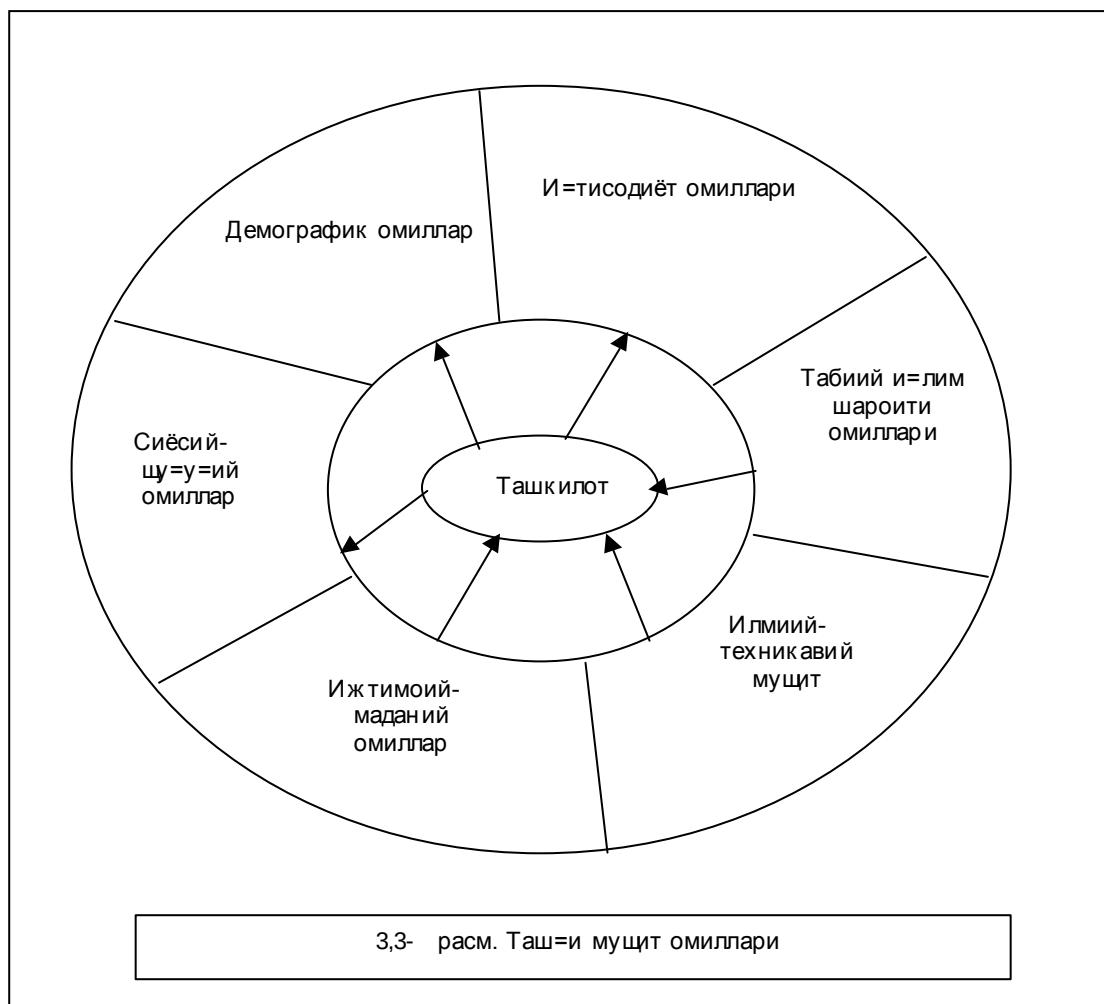
1. Уткин Э.А., Шабанов Д.С. Антикризисное управление в малом бизнесе: Учебно практическое пособие. - М.: ТЕИС, 2004. – 124с.
2. 1.Менежмент малого бизнеса:Учебник/Под. Ред. Проф. Проф М.М.Максимцова и проф. В.Я.Горфинкеля.-М.:Вузовский учебник, 2004.-269с.
3. Гуломов С.С.Тадбиркорлик ва кичик бизнес-Т.:Шарк,2002-365б
4. Абдуллаев А.,Муфтайдинов қ. Айбешов Х.” Кичик бизнесни бошқариш ”Т.:Молия, 2003.-191б.
5. <http://www.spc.gov.uz/ru/esupport/mdex3.html>
6. <http://www.spc.gov.uz/ru/spmanagement/gppredp.html>

X1X BOB: KICHIK BIZNESNING HAYOTIY SIKLI.

19.1. Kichik biznesning hayotiy sikli to`g`risida tushunsha

Kichik biznes korxonasining hayotiy sikli-bu uning bunyod etilishidan tugatilgunigacha bo`lgan davri yoki ishlab chiqarish faoliyati davri hisoblanadi. Korxonaning hayotiy siklining to`rta bosqichi mavjud: bunyod etish, o`sinh, differentsiatsiyalash, jipslashtirish. Hayot sikliga Ma`lumki, bozor sub`kti o`z tijorat-xo`jalik faoliyatida ijtimoiy-iqtisodiy muhit ham katta ta`sir ko`rsatadi.

Iqtisodiy atrof-muxit xolatiga yo`naladi. Milliy bozorga chiqish arafasida turgan kichik korxona o`z faoliyatini shakllantiradi, nazorat qiladi. Bunda quyidagi omillarni ko`rib chiqishi maqsadga muvofiqdir: nazorat qilinadigan faktorlar (tovar, narx, tovar xarakati va taqsimlanishi kanallari; sotishni rag`batlantirish); ularni ma`lum darajada kichik korxona tomonidan boshqarilishiga yo`l qo`yiladi; nazorat qilinmaydigan faktorlar(iqtisodiy iqlim, siyosiy kuchlar, raqobat strukturasi, jamiyatning ijtimoiy ahvoli), ular kichik korxona tomonidan boshqarilishiga yo`l qo`yilmaydi( infrastruktura, texnik rivojlanish darajasi, raqobatbardoshligi madaniyatning xolati, ta`lim, sanoat, huquq).19.1 rasmda tashqi muhit omillari berilgan.



Kichik biznes korxonasi xayot siklining birinchi bosqichi bozorda paydo bo'lishi bilan tavsiflansa, ikkinchisi - bozorda tutgan o'rnini mustahkamlash bilan, uchinchisi -xo'jalik faoliyatni differensiatsiya qilish, yangi bozorlarni o'zlashtirishi, to'rtinchisi -yangilik kiritish, strategiyani qayta ko'rib chiqish bilan yoki bankrot bo'lish bilan izohlanadi. Xorijda tadbirkorlik tashkilotini quyidagi hayotiy siklini ajratib ko'rsatadilar (xuddi tirik jondek):

- tug'ilish davri; bolalik davri;
- o'spirinlik davri;
- dastlabki yetuklik davri;
- o'rta yetuklik davri;
- oxirgi yetuklik davri;
- qarish davri.

1. Tiklanish davri (faoliyatini to'xtatish, bankrot bo'lish payti). Tug'ilish davri yangi haridorning talabini qondirish, bosh bozor maydonini yangi segmentini egallash. Asosiy maqsad raqobatga bardosh berish, shuning uchun barcha ishlarda tashabbuskorlik, muvaffaqiyatga erishish, cheksiz mehnatsevarlik, jangovarlik, iloji boricha ko'proq foyda olishga intilishlik hisoblanadi.

2. Bolalik davri -bu hayot siklidagi eng xavfli bosqich hisoblanadi. Bu bosqichda asosiy maqsad qisqa muddatli muvaffaqiyat hisoblanadi, asosiy belgisi bu maqsad sari intilish, raqobatchi tashkilotlarga asosiy ahamiyat berish. Bu bosqichda 90% korxonalar bankrot bo'ladilar.

3. O'spirinlik davri - bu bosqich kichik biznsni barqarorlik jarayonining shakllanishini boshlanishidir. Faxm-farosatli tavakkalchilik o'rniga ilmiy xisob-kitoblar ishlatiladi. Tashkilot bozorda o'z maydonini egallab daromad olishni barqarorligini rejalashtirishni amalga oshiradi.

4. Dastlabki yetuklik davri - bu kichik biznes korxonasini yangi faoliyat sohalariga asta-sekin kirib borishi, diversifikatsiya-ni kuchayishi, faoliyat ko'lamlarini kengayish bosqichidir.

5.Qarish davri - o'sishning susayishi va katta qiyinchiliklarni mavjudligi. Bunday qiyinchiliklarga kichik korxona bardosh berolmasligi mumkin. Bunda bosh vazifa korxonani saqlab qolish.

6. Tiklanish davri - faoliyat taraqqiyotining jonlanishi korxonaga to'la majmuaviy o'zgarishlarni o'tkazish zarur. Boshqaruv usuli - uyg'otuvchanlik beraxmlik belgilari bilan ajralib turadi, agar rahbarlik susaysa bankrotlik sodir bo'lishi mumkin.

Kichik biznes korxonalarini u yoki bu hayot sikli bosqichni bosib o'tish sezilarli ravishda bozorda paydo bo'layotgan sharoitga hamda davlatning olib borayotgan iqtisodiy siyosatiga, ya'ni yuqorida ko'rsatilgan tashqi omillarga bog'liqdir. Korxonalar ishining samaradorligi ko'pincha ularning tashkiliy tarkibiga hamda rahbarlik usuliga bog'liq.

19.2. Kichik biznes korxonalarining hayotiy siklini boshqarishni samarali tashkil etish.

Respublikamiz iqtisodiyotining bozor iqtisodiga o'tish boshqaruv masalalariga boshqacha munosabatni talab qiladi. Yirik korxonalardan farqli o'larok, kichik biznes korxonalarining hayot sikli barqaror bo'lmay, statistik ma'lumotlarga ko'ra, dastlabki besh yil mobaynida ularning yarmidan ko'prog'i o'z faoliyatini to'xtatadilar. Bu esa, yuqorida ta'kidlab o'tganimizdek, yana kichik biznes sohasini qo'llab-quvvatlovchi maxsus infratuzilmalarning faoliyati bilan bog'lanadi.

Kichik biznes korxonasining birinchi ikki bosqichda "xo'jalik yurituvchi subyektni tug'ilishi" va "bolalik davri" kichik biznesni tashkil qilish bilan bog'liq muammolarning mavjudligi bilan tavsiflidir. Bunga sabab G'arbiy mutaxassislar xisobi bo'yicha bankrotlikni deyarli 60% korxonani boshqara olmaslikda va tadbirkorlik faoliyatini samarasiz rejalashtirilishi sabab deb biladilar. Shuning uchun boshqaruv mehnatni to'g'ri taqsimlash, tadbirlarni maqsadga muvofiq o'tkazish va ishlab chiqarish samaradorligini oshirish muhim ahamiyatga ega. Bundan tashqari Respublikamizdagi kichik korxonani tashkil qilishdagi byurokratizm va huquqbuzarliklar ish boshlayotgan tadbirkorlarning faoliyatiga salbiy ta'sir ko'rsatadi.

Kichik biznes bo'yicha mutaxassislar boshqaruvni shakllarini izlab topishda quyidagi fikr muloxazalarga ahamiyat beradilar: har qanday boshqaruv usuli ma'lum vazifa va maqsad bilan bog'liq bo'lmog'i kerak. Rahbarning hulqi har xil maqsadlarga erishishga, imkon yaratadi. Shuning uchun har xil turdagi boshqaruv hulqiga, vaziyatga to'g'ri keladigan boshqaruv usulini topishga harakat qiladilar. Bu esa qarorlarni izlash, qabul qilish va bajarilishini hamda ular oqibatini nazorat qilishni taqazo qiladi.

Korxona rahbarlari ishlovchilar mehnatini to'g'ri tashkil qilishni ta'minlash emas, balki korxonani moliyaviy, ma'muriy, tijorat va moddiy boyliklarini to'g'ri ishlatish masalasini hal qilishi ham kerak. Shuning uchun boshqaruvni doimiy takomillashtirilishi firmani tez o'zgaruvchi tashqi muhitga ko'nikish qobiliyatiga bog'liq, ya'ni tabiiy tashkiliy jarayonlarga aralashish ta'sirini pasaytirish o'rniga ko'paytirish zarur. Korxonaning ishini yaxshilash uchun rahbarlar tartib intizomni yaxshilashi ishlovchilar orasida vaziyatlarni, nizolarni bartaraf etishi uning natijasida jamoada psixologik munosabatlarni sog'lomlashtirish zarur.

Ular ko'pincha bunday vaziyatlarni sezishlari, bezovta bo'lishlari va ularni bartaraf qilishlari zarur. Firmaning rahbari o'z vaqtida odamlar ongidagi bu kabi qarama-qarshiliklarga tushunib yetishi, ishlovchilarni barcha kuch, bilim va tajribalarini korxona faoliyatini yaxshilashga safarbar qilishi lozim.

19.3. Kichik biznes korxonalarining moliyaviy moslashuvchanligini ta'minlash.

Kichik biznes korxonasi xayot siklini har qanday bosqichida, uning moliyaviy moslashuvchanligini zaruriy saviyada o'z vaqtida baholash va qo'llab-quvvatlashi muhim hisoblanadi.

Korxonaning moliyaviy moslashuvchanligi - bu ko'rsatkichlar majmuasi bo'lib, uning aktivlari qanchalik likvidligini, qo'shimcha moliyaviy vositalar olish imkoniyati qandayligini, ishga kiritilmagan kapitalni foizi qanchaligini va korxona o'zining investitsion va ishlab chiqarish faoliyatini o'zgartirish qobiliyatiga qay darajada ega ekanligini aniqlaydi. Korxonaning moliyaviy moslashuvchanligini aniqlash uchun quyidagi baholash tizimi ishlatiladi: aktivlarni yuqori likvidligi; aktivlarni sifat tuzilishi va ularni narx tavsifi; aktivlarni korxonani o'zining siyosatini tashqi muhit o'zgarishlariga bog'lab o'zgartira olish qobiliyati.

Aktivlarning likvidligi — bu moddiy boyliklarni sotib naqd pulga aylantirishdagi yengillikdir. Ba'zi bir aktivlari o'zaro shunday bog'langan bo'lishlari mumkinki, bittasini yo'qotish boshqasini samarali ishlatilishiga sezilarli ta'sir ko'rsatishi mumkin. Korxona o'z material aktivlarini boshqa aktivlarda keltiradigan daromadiga salbiy ta'sir ko'rsatmasdan sota olishi unga moliyaviy ustunlik keltiradi. Masalan, "Xolding" kompaniyasining aksiyalarini sotish boshqa tez sotiluvchi kimmatbaxo qog'ozlarni, obligatsiyalarni sotilishiga salbiy ta'sir ko'rsatmaydi.

Kichik biznesda ko'pchilik tadbirkorlik tarkiblarining qisqa hayotiy davri korxonalarda bozor iqtisodi sharoitida huquqiy bilimlarni o'zlashtirishga sabab bo'luvchi zaruriyatdir. Bu taraqqiy topgan davlatlarni ko'p yillik tajribasi asosida qimmatbaho qog'ozlar portfeli bilan ishlashni o'rganishdan iboratdir.

Kimmatbaxo qog'ozlar portfeli - bu butun bir tanxo boshqariladigan kimmatbaxo qog'ozga kiritilgan mablag'lar yig'indisidir.

Kimmatbaxo qog'ozlar portfelini boshqarish - portfel tarkibini tahlil qilish, tartibga solish va rejalashtirish, uni shakllanish faoliyatini amalga oshirish va qo'yilgan maqsadlarga erishish uchun uning zaruriy likvidli saviyasini, u bilan bog'liq bo'lgan harajatlarni kamayishini saqlab kolishdir. Portfel quyidagi maqsadlar uchun bunyod etiladi: foiz olish, kapitalni saqlab qolish va kapital uchun o'sishni ta'minlash (qimmatbaxo qog'ozlarni kurs qiymatini oshishi xisobiga). Ushbu maqsadlar maqbul bo'lishlari va turli kimmatbaxo qog'ozlar portfeliga to'g'ri kelishi kerak.

Qisqa xulosalar

Kichik biznes korxonalari hayot sikli 4 bosqichdan iborat bo'lib, bu bosqichlarda korxonaning moliyaviy, ma'muriy tijorat va moddiy boyliklarni to'g'ri ishlatish lozim. Kichik biznes korxonalarini u yoki bu hayot sikli bosqichni bosib o'tish sezilarli ravishda bozorda paydo bo'layotgan sharoitga hamda davlatning olib borayotgan iqtisodiy siyosatiga, ya'ni tashqi omillarga bog'liqdir. Korxonalar ishining samaradorligi ko'pincha ularning tashkiliy tarkibiga hamda rahbarlik usuliga bog'liq.

Nazorat va muloxaza uchun savollar.

1. Xorijda tadbirkorlik tashkilotini qanday hayotiy siklini ajratib ko'rsatadilar?
2. Kichik biznes korxonalarining hayoti siklini boshqarishni samarali tashkil etish usullarini ko'rsating.
3. Kichik biznes korxonalarining moliyaviy moslashuvchanligi nima?
4. Uni qanday ta'minlash mumkin?

5. Aktivlarning likvidligi nima?
6. Kichik biznes korxonalarining hayoti siklini bosqichlarida korxonaning moliyaviy ma'muriy tijorat va moddiy boyliklarni qanday ishlatish lozim?
7. Korxonaning moliyaviy moslashuvchanligi nima?
8. Kichik biznes korxonalarini hayot siklini qanday oshirish mumkin?
9. Biznes muhiti haqida nima deya olasiz?
10. Respublikamizda biznes muhitni yaratish uchun qanday tadbirlar amalga oshirilmoqda?

Asosiy adabiyotlar

1. Менеджмент малого бизнеса: Учебник/Под. Ред. Проф. Проф М.М.Максимцова и проф. В.Я.Горфинкеля.-М.:Вузовский учебник, 2004.- 269с.
2. Уткин Э.А., Шабанов Д.С. Антикризисное управление в малом бизнесе: Учебно практическое пособие. - М.: ТЕИС, 2004. – 124с
3. Ғуломов С.С.Тадбиркорлик ва кичик бизнес : Ўқув қўлланма-Т.:Шарқ,2002-365б
4. Абдуллаев А.,Муфтайдинов, Айбешов Х.” Кичик бизнесни бошқариш: : Дарслик Т :. Молия.- 2003.-191б.
5. <http://www.spc.gov.uz/ru/esupport/mdex3.html>
6. <http://www.spc.gov.uz/ru/spmanagement/gppredp.html>

XX BOB: KICHIK BIZNESDA BANKROTLIK.

20.1. Bankrotlik - raqobat kurashining obyektiv xodisasidir.

Bankrotlik -bu xo‘jalik sudining qarori bilan kichik biznes subyektning iqtisodiy qashshokligi, uni qarz majburiyatlari bo‘yicha to‘lovga qobiliyatsizligini oshkora e‘lon qilinishi. Bu bozor iqtisodiyoti sharoitida raqobat kurashi natijasida vujudga keladigan oddiy holat bo‘lib, unda nochor tadbirkorlik tizimi o‘zining xo‘jalik faoliyatini to‘xtatadi. Kreditorlarga qarzni qaytarish maqsadida bankrotlikga uchragan tadbirkor yoki korxona mulkini sotadi. Hozirgi kunda respublikamizdagi ko‘pgina tadbirkorlik tizimlariga bankrotlik og‘ir moliyaviy ahvoldan chiqishga, xo‘jalik yurituvchi subyektlarga yordam ko‘rsatishga, avvalgi turg‘unlikni tiklashga va yana to‘lash qobiliyatiga ega bo‘lishga yo‘l ochib bermoqda. **Bankrot** -bu jismoniy yoki yuridik shaxs (xo‘jalik yurituvchi subyekt), xo‘jalik sudi qarori bilan iqtisodiy qobiliyatsiz korxonani qarzdor deb atalishidir. Ikkinchi variant amaliyotda tadbirkorlik tarkibini sog‘lomlashtirish (sanatsiya) usuli sifatida ishlatilishi mumkin. Sanatsiya (lotincha - davolash, sog‘lomlashtirish ma‘nosini bildiradi)-bu-sanoat, savdova boshqa korxonalarini bankrotlikdan saqlab qolish uchun yirik banklar va davlat tomonidan o‘tkaziladigan tadbirlar tizimidir. “Iqtisodiy qashshoqlik va bankrotlik haqidagi” qonun bankrotlik jarayonini favqulotda voqea deb qaraydi. Korxoning fuqaroviy huquqiy majburiyatlarini bajarmasligi, qarzlarini aktivlardan ortiqligi subyektni bankrot deb bilishga asos bo‘lolmaydi. To‘lay olmaslik qobiliyati uzoq muddatli bo‘lishi, ayrim sabablarga ko‘ra o‘zgaruvchan bo‘lishi ham mumkin. Bankrotlik qarzdor va kreditorlar orasida qarzlarni to‘lash to‘g‘risida tinchlik yo‘li bilan kelishish imkoni ko‘zda tutadi. Tinchlik yo‘li bilan kelishuvning qarorini kreditorlarning umumiy majlisida qabul qilinadi va xo‘jalik sudi tasdiqlaydi. Bankrotlik zamini - bu ma‘lum haqiqiy holat bo‘lib, uni aniq sharoitni hisobga olib baholash zarur. Yomon niyat va qalbaki bankrotlik muammosini qo‘shimcha ravishda qayta qo‘rib chiqish talab etiladi.

Biroq, hozirgi vaqtda MDH ning bir qator davlatlarida lizing beruvchi mulkni foydalanishga bergan tomonning to‘lovga layoqatsizligini aniqlansada, uni faoliyatini tartibga solishning huquqiy asoslari to‘liq o‘rnatilmagan. Chunki, lizing oluvchi tomon bankrot deb e‘lon qilinsada, u mulkning haqiqiy egasi hisoblanmaydi va unda to‘lovni undirish masalasi to‘liq hal etilmagan. Bankrotlik holatida lizing bitimi lizing oluvchining aybi bilan bekor qilingan hisoblanadi, lizing oluvchi lizing beruvchiga bitim buzilganligi natijasida yuzaga keladigan zararlarni to‘liq qoplashi shart. Bankrot bo‘lgan korxona o‘zining majburiyatlarini to‘lashda kontragentlari qatoriga lizing beruvchi ham o‘ziga to‘lovlarni undirishi uchun navbatga, ya‘ni ro‘yxatga qo‘yiladi va o‘rnatilgan tartibda to‘lov amalga oshiriladi.

20.2. Kichik biznes korxonalarining inqirozga uchrashi sabablari.

Xorijiy davlatlardagi korxonalarning oyoqqa turishi va taraqqiyotiga oid tajribalardan kelib chiqqan holda shuni aytish kerakki, kichik biznes korxonalari

moliyaviy krizisi va bankrotligining sabablari -bu talabni qisqarishi, ishlab chiqarish hajmini pasayishi, uni izdan chiqishi va ma'lum boshqaruv tizimining yo'qligidir.

Kichik biznes korxonalari bankrot bo'lish imkonini baholashda quyidagi ko'rsatgichlar nisbatini tahlil qilish zarur: barcha aktivlarga oborot kapitalini nisbati; qarzlarni aksionerlik kapitalga nisbati; barcha passivlarni barcha aktivlarga nisbati; asosiy kapitalni aksionerlik kapitaliga nisbati; sof foydani barcha aktivlarga, operatsiyalardan kelib tushadigan naqd pullarni barcha passivlarga nisbati; sof foyda plus kredit bo'yicha foizni kredit bo'yicha foizlarga nisbati.

Kichik xo'jalik yurituvchi subyektlarning moliyaviy qashshoqligi va bankrot bo'lishi tadbirkorlar, rahbarlar, firmaning menejerlari tomonidan yo'l qo'yiladigan bir qator kamchiliklarga bog'liq. Shuning uchun biznesni tashkil etishda imkoniyatlarni, resurslarni va tavakkalliklarni hayotiy siklini barcha bosqichlarida puxta tahlil qilish kerak bo'ladi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti tomonidan **24 iyun 2005yda** qabul qilingan "Tadbirkorlik subyektlarining xo'jalik sohasidagi xuquqbuzarliklari uchun moliyaviy javobgarligini erkinlashtirish to'g'risida" **Farmonida** quyidagilar belgilab qo'yildi – **birinchidan**, tadbirkorlik subyektlari tomonidan birinchi marta sodir etilgan, qasddan qilinmagan va kam ahamiyatli, shuningdek Davlat budjeti va davlat maqsadli jamg'armalariga to'lovlar kamroq tushishiga olib kelmaydigan huquqbuzarliklar uchun mansabdor shaxslarga nisbatan qonunda belgilangan tartibda materiallarni sud organlariga taqdim etmasdan faqat ma'muriy javobgarlik choralari ko'llaniladi; **ikkinchidan**, materiallar sud instansiyalariga topshirilgan hollarda, tadbirkorlik subyekti soliqlar, yigimlar va boshqa majburiy to'lovlarni to'lamaganlik uchun sodir etilgan hukukbuzarlik tufayli yetkazilgan zararning o'rnini bir oy mobaynida ixtiyoriy ravishda qoplagan hamda uning oqibatlarini bartaraf etgan, jumladan penya to'lagan tadbirkorlik subyekti moliyaviy sanksiyalar qo'llanili-shidan ozod etilishi belgilab qo'yildi.

20.3. Kichik biznes subyektlarini tugatish va qayta tashkil etish

"Bankrotlik" haqidagi qonun davlat xududida xo'jalik yurituvchi subyektlari bilan birgalikda ularning mulk shaklidan qat'iy nazar yuridik va jismoniy shaxslarning mulkiy munosabatlariga ta'sir ko'rsatadi.

Bankrotlik deb topilishdan maqsadi iqtisodiy nochorlik belgilarini erta bosqichda aniqlash, kichik biznes korxonalarini sanatsiyalash yoki tugatish bo'yicha tadbirlarni ishlab chieishni amalga oshirish y'li bilan korxonalar bankrot bo'lishining oldini olish va ularning to'lovga qobilligini qo'llab-quvvatlashdan iboratdir.

Iqtisodiy xolatiga bogliq ravishda korxonalar quyidagi guruxlarga bo'linadi:

- barqaror moliyaviy axvolga ega;
- iqtisodiy tavakkalchilikga ega;
- iqtisodiy nochor.

Iqtisodiy tavakkalchilik belgilari aniqlanganda korxonalar moliya-xo'jalik faoliyatini soglomlashtirish bo'yicha tadbirlar majmuini ishlab chiqishlari va amalga oshirishlari kerak.

Iqtisodiy nochor korxonalar qonunga muvofiq bankrotlik to'g'risida e'lon berish

yўli bilan majburan (ixtiyoriy ravishda) tugatilishi kerak.

Pul majburiyatlari va majburiy to'lovlar b'yyicha muddati o'tgan qarzlarning qonunga muvofiq majburiy to'lovlarni t'ylash majburiyatlari va pul majburiyatlari b'yyicha kreditorlarning talablarini bajarish payti kelishi bilan belgilanadi (masalan, soliqlarni byudjetga xar oyda yoki xar chorakda, xisobot davridan keyingi muayyan sanada to'lash muddatlari).

Qarzlarning summasini belgilash paytida muddati y'tmagan, uzoq muddatli va qisqa muddatli kreditlar va zayomlar, ya'ni to'lash muddati kelmagan uzoq muddatli va qisqa muddatli kreditlar va zayomlar summalari chiqarib tashlanishi mumkin. Muddati olti oydan oshib ketgan qarzlarning to'grisidagi ma'lumotlar "Debitorlik va kreditorlik qarzlari to'grisidagi ma'lumotnoma" degan 2-a-Moliyaviy xisobot shaklidan olinadi.

Iqtisodiy nochorlikni belgilash uchun mazkur xujjat bilan tasdiqlangan koeffitsientlarning me'yoriy qiymatlari barcha kichik korxonalar uchun yagonadir.

O'z xo'jalik faoliyatini davom etirayotgan subyektlarini va ularning kreditorlari orasidagi o'zaro munosabatlarni tartibga solishdan iboratdir.

Qarzdorga (bankrotga) nisbatan xo'jalik sudi tomonidan quyidagi choralar ko'rilishi mumkin: sanatsiya, tugatish, tinchlik kelishuvi. Bu yerda **sanatsiya** deganda tarkibni qayta tuzish tartibi, mulk huquqini o'zgarishi, qarzdorni mulk tomonidan, yoki vakolat berilgan idora, yoki boshqa shaxslar tomonidan ushbu qarzdorni va uning mehnat jamoasini saqlab qolish niyatida moliyaviy qo'llab quvvatlash tushuniladi. Agar xo'jalik sudi qarzdorni mulki bankrotlik ishi bo'yicha olib boriladigan ishlar harajatiga yetmasligini aniqlasa, unda sud qarzdorni bankrot deb e'lon qiladi va bankrotlik ishini tugadi deb hisoblaydi. Agar bankrotlik tinchlik kelishuvi tuzish bilan tugasa yoki bankrotlik ishini xo'jalik sudi to'xtatsa, yoki qarzdorda o'z faoliyatini davom ettirish uchun barcha shikoyatlardan so'ng yetarli mulki qolsa unda yuridik shaxs tugatilmaydi. **Tinchlik kelishuvi**-bu qarzdor va kreditorlar orasidagi qarzlarni to'lash to'g'risidagi kelishuv bo'lib, unda qarzlarni kamaytirish yoki ularni to'lash muddati o'zaytirish va boshqa tomonlarni kelishuvi bilan amalga oshiriladigan shartnomalar ko'zda tutiladi.

Tinchlik kelishuvi tuzilgan deb quyidagi holatlarda hisoblanadi:

1. Qarzdor qarzlarni yarmidan oz qismini to'lashni taklif etganda unga rozi bo'lib 2/3 dan kam bo'lmagan majlis kreditorlari o'rnida bo'lgan katnashchilari ovoz bersa, agar ularning talablari 2/3 dan kam bo'lmagan imtiyozsiz qiymat talablarni tashkil qilsa.

2. Qarzdor qarzlarni yarmidan kam qismini to'lashni taklif qilsa, agar bunga barcha qatnamayotgan kreditorlarning 3/4 qismi rozi bo'lib ovoz bersa, agar ularning talablari 3/4 qismidan kam bo'lmasa.

Tinchlik kelishuvi ta'sir qilish muxlati kreditorlarning umumiy majlisida qarzdorning taklifi asosida belgilanadi. Xo'jalik sudi boshqaruvchining yoki kreditorning taklifi bilan tinchlik kelishuvini quyidagi hollarda tugatadi, agar: qarzdor atayin yoki qalbaki bankrotlikni amalga oshirsa; qarzdor tinchlik kelishuvida ko'zda tutilgan majburiyatlarini bajarmasa; tinchlik kelishuvining ta'sir qilish mudatining yarmidan kam bo'lmagan qismi o'tgandan keyin qarzdor tinchlik kelishuvini shartini bajara olmasa. Agar tinchlik kelishuvi tugatilsa, unda bankrotlik ishini ko'rish yana

tiklanadi.

Qisqa xulosalar

Bankrotlik bu bozor iqtisodidagi oddiy holat, raqobat kurashidagi tabiiy jarayondir. Unda nochor tadbirkor tarkibi o'zining xo'jalik faoliyatini to'xtadi. Kichik xo'jalik yurituvchi subyektlarning moliyaviy qashshoqligi va bankrot bo'lishi tadbirkorlar, rahbarlar, firmaning menejerlari tomonidan yo'l qo'yiladigan bir qator kamchiliklarga bog'liq. Shuning uchun biznesni tashkil etishda imkoniyatlarni, resurslarni va tavakkalliklarni hayotiy siklini barcha bosqichlarida puxta tahlil qilish kerak bo'ladi.

Nazorat va muloxaza uchun savollar.

1. Bankrotlik mohiyatini tushuntiring.
2. Bankrot qanday shaxs?
3. Kichik biznesning korxonalari inqirozga uchrashi asosiy sabablarini keltiring.
4. Bankrotlik" haqidagi qonun davlat xududida xo'jalik yurituvchi subyektlari bilan birgalikda ularning mulk shaklidan qat'iy nazar yuridik va jismoniy shaxslarning mulkiy munosabatlariga ta'sir ko'rsatadimi ?
5. Tinchlik kelishuvini mohiyatini tushuntiring.
6. Sanatsiya nima?
7. Sanatsiyani korxona faoliyatidagi ahamiyati qanday?
8. " Kichik va y'rtta korxonalarning iqtisodiy nochorligi belgilarini aniqlash tartibi" qanday?
9. Respublikamiz amaliyotida iqtisodiy nochor korxonalarning axvoli qanday yaxshilanayapti?
10. Respublikada faoliyat korsatayotgan xojalik sudining faoliyati xaqida nimalar bilasiz?

Asosiy adabiyotlar

1. Менежмент малого бизнеса: Учебник/Под. Ред. Проф. Проф М.М.Максимцова и проф. В.Я.Горфинкеля.-М.:Вузовский учебник, 2004.- 269с.
2. Ғуломов С.С.Тадбиркорлик ва кичик бизнес-Т.:Шарқ,2002-365б
3. "Банкротлик тўғрисида"ги Ўзбекистон Республикаси Қонунига ўзгартишлар ва қўшимчалар киритиш ҳақида Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг Қарори 2003 й 24 апрель № 475- 11
4. "Тадбиркорликка оид қонун ҳужжатлари тўплами", - Т: Шарқ, 2002.
5. <http://www.spc.gov.uz/ru/esupport/mdex3.html>
6. <http://www.spc.gov.uz/ru/spmanagement/gppredp.html>

XX1 BOB: KICHIK BIZNESDA MARKETING FAOLIYATINI TASHKIL ETISH

21.1. Kichik biznesda marketing maqsad va vazifalari.

Marketing - iste'molchilar muammolarini anglash va bozor faoliyatini tartibga solishga va maksadga yo'naltirishga jarayon xisoblanadi. Turli xil mulk shaklidagi kichik biznes korxonalari ishlab chikarish, sotish faoliyati marketing rejasi bilan o'zaro yaqindan bog'langan bo'lishi kerak. Marketing konsepsiyasi bozorda kichik biznes korxonasining umumiy yutuqlarini ta'minlash nuqtai nazaridan uning faoliyatining barcha soxalarida qarorlar qabul qilishini ko'zda tutadi. Bu xolat tashkiliy, boshqaruv va sotish ishlarining xar xil turlarida o'z aksini topishi kerak.

Kichik biznesdagi xo'jalik yurituvchi subyektlar har doim aniq haridorni mo'ljallab qilib quyidagi savollarga javob topishlari kerak: Qancha? Kay darajada sifatli? Nimadan? Qachon mahsulot ishlab chiqarilishi kerak? Bundan ma'lumki kichik tadbirkorlik tarkiblari soni, sifati va vaqt o'lchamlari bo'yicha cheklanganligidan kelib chiqadi. Ular bozorni egallash uchun amalga oshirayotgan xo'jalik operatsiyalarining harajatlarini haridorlar uchun olib boriladigan raqobat kurashida yutib chiqish uchun kamaytirib borishlari zarur. Natijada potensial haridor uning taklif etgan tovarini harid qiladi. Bu muammoni yechishda marketing muhim dastak hisoblanadi. Marketing (inglizchadan market - bozor) - bu mahsulotni ishlab chiqarishdan boshlab toki uni sotishni tashkil etilishigacha bo'lgan majmuaviy tizimdir. U aniq haridorlarni talabini qondirish, bozorni o'rganish va oldindan ko'ra bilish asosida foyda olishga mo'ljallangan.

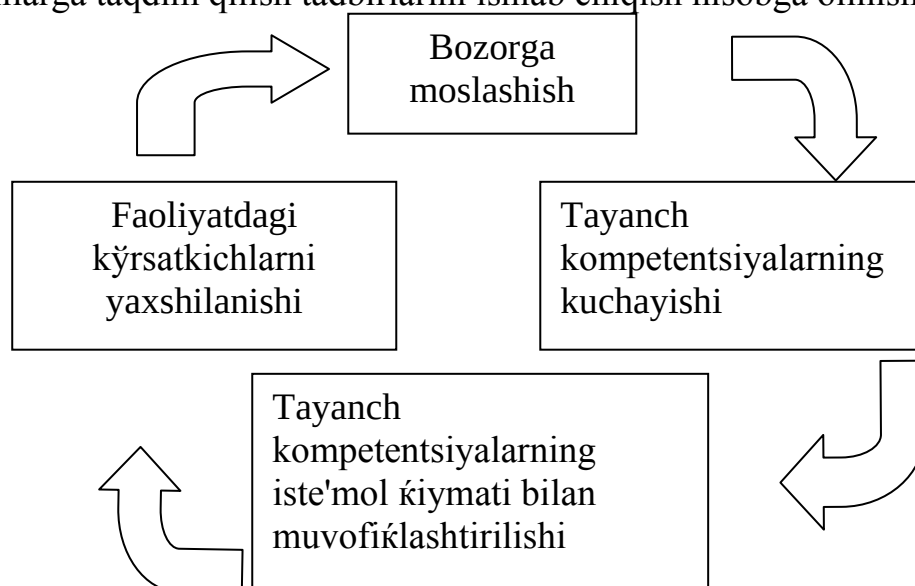
Kichik biznes korxonalarining bozorga chiqargan maxsulotlari xolatiga qarab marketingning quyidagi turlari qo'llanilishi mumkin: konversion marketing, remarketing, qo'llovchi, taraqqiyot toptiruvchi, rag'batlantiruvchi, sinxron marketing. **Kichik biznesda** marketingni samarali ishlash shartlari quyidagilardan iborat: taraqqiy topgan bozorni mavjudligi, ishlab chiqaruvchini erkinligi, axborot to'plash tizimini barcha uchun tushunarligi, tadbirkorlarning tayyorlanganligi va xokazo.

Kichik shakldagi xo'jalik yuritish subyektlarini kundalik amaliyotida marketingni strategik masalalarini amalga oshirishni quyidagi yo'nalishlarida olib boradi: eng ko'p axborotni bozorni egallab turgan muhit to'g'risida o'z vaqtida olish va uni to'g'ri tahlil qilish; marketing maqsadlarini to'g'ri qo'yish va ularga erishishning asosiy yo'llari; resurslarni maqsadlar bilan, maqsadlarni esa iste'molchilar talabi bilan maqbul birlashtirish; mahsulot turi va assortimentini bozor talabini yuqori darajada qondirish uchun shakllantirish; jamoa bilan ishlash, shaxsiy tadbirkorlik faoliyatini potensial haridorlar, ishlovchilar orasida tan olish va qo'llashga erishish uchun tashviqot ishlarni olib borish; bozorda sotish tarmog'ini bunyod etish orqali, reklamalar, sotuvni rag'batlantiruvchi tadbirlarni o'tkazish, sotuvchi vositachilarni, o'z haridorlarini va bozor maydonini topish uchun harakat qilish; marketing tizimini yangi firma sharoitiga moslashtirish uchun kundalik boshqaruv ishini tashkil etish

Hozirgi sharoitda bozorga moslashish strategiyasini shakllantirish orqali kichik biznes korxonasini raqobot kurashida yengib chiqishi mumkin.

21.2. Bozorga moslashish. va strategiyani shakllantirish

Bozorga yunalganlik(moslashish) birinchidan, bozorning o'zi haqida tushunchaga ega bo'lishga va ikkinchidan, bozorga yunalgan strategiyani shakllantirish uchun asos yaratishga imkon beradi. Kichik korxona ўз маҳсулотларини киргиза олган бозор ва у ердаги инсонларни тўлиқ ўрганиб чиқсагина, у бозорга мослаша олади. Bozorga moslashish jarayoni quyidagi tadbirlarni o'z ichiga oladi: iste'molchilar, raqobatchilar, bozorlar to'g'risida ma'lumotlar to'plash va bu ma'lumotlarni tahlil qilish. Bunda biznesning istiqbolini, iste'molchilar ongida tovar qiymatini yuqori darajaga ko'tarish va uni iste'molchilarga taqdim qilish tadbirlarini ishlab chiqish hisobga olinishi lozim³¹.



Rasm.21 1. Bozorga moslashish strategiyalarning tavsiflari

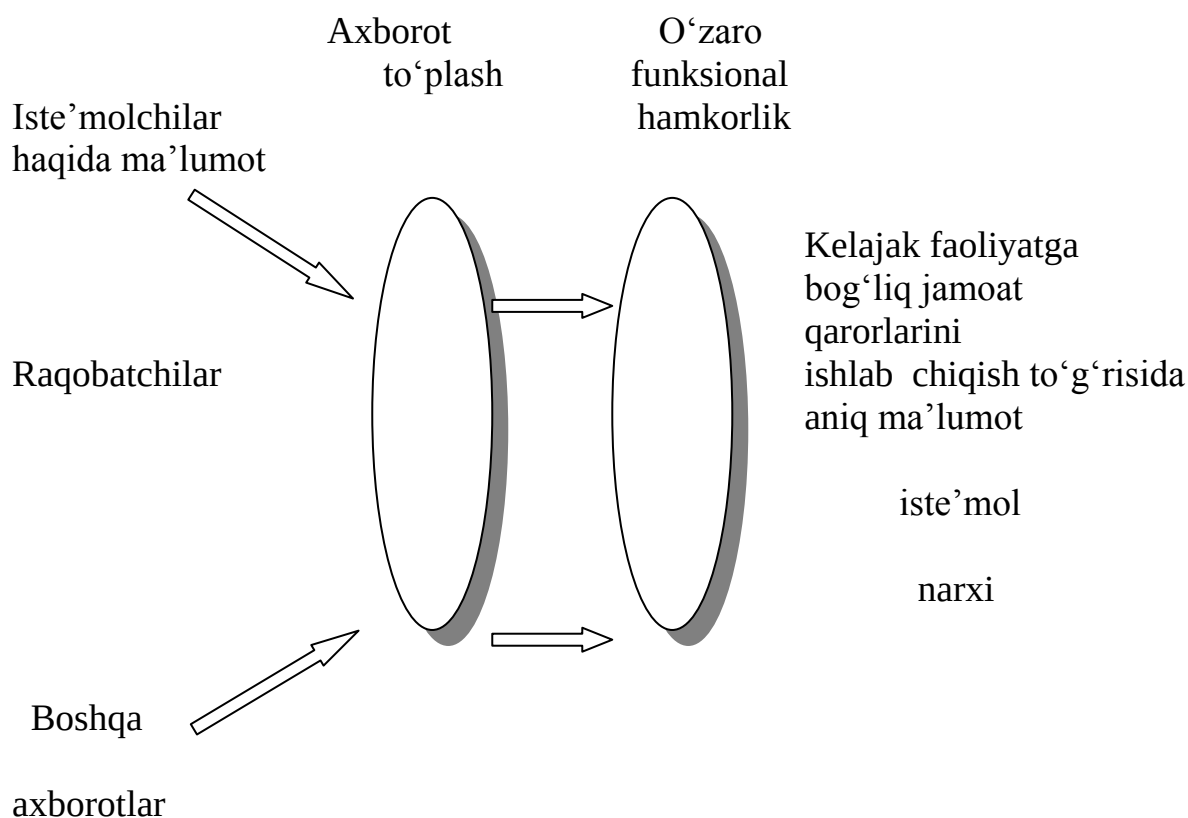
Bozorga moslashish strategiyaning asosiy tavsiflari 21.1-rasmda keltirilgan. Bozorga moslashish rahbariyatga kompaniyaning asosiy vakolatlari aniqlashga, shuningdek xaridorlarning qaysi ehtiyojlari shu omillar bilan yuqori darajada qondirilishi mumkinligi imkonini beradi.

21.1-rasmda keltirilgan tavsiflarni kompaniyaning mavjud strategiyasi bilan muvofiqlashtirish lozim. Bozorga moslashish strategiyani qo'llovchi kompaniyalar samarali natijalarga erishadilar. Dell computer, Singapur airlines, Tiffany & Company, Wall-Mart kabi kompaniyalar bunga yaqqol misoldir.

Kompaniyaning bozorga moslashish strategiyasi uning xaridorlari bilan o'zaro munosabatida juda muhimdir. Biznesning barcha kuchlari iste'molchilik qiymatini yaratishga qaratilgan bo'lsagina, u bozorga moslashish hisoblanadi³².

³¹ Stanly F. Slater, John C.Narver, "Market Orientation, Customer Value and Superior Performance", Business Horizons, March-April 1994, p.22-27.

³² Stanly F. Slater, John C.Narver, "Market Orientation, Customer Value and Superior Performance", Business Horizons, March-April 1994, p.22



21.2 rasm. Bozorga moslashuv tarkibi

Manba. Stanley F. Slater, John C. Narver, "Market Orientation, Customer Value, and Superior Performance", *Business Horizons*, March-April 1994, p. 23. Copyright 1994 by the School of Business at Indiana University.

Bozorga moslashish, kompaniyaning barcha kuchlari iste'molchining ehtiyojlarini tushunishga va qondirishga qaratilishi lozimligini uqtiradi³³.

Bozorga moslashuvning tarkibi. Bozorga moslashish kompaniyalar doimo iste'molchilar, raqobatchilar va bozorlar to'g'risida ma'lumotlar yig'adilar va ushbu ma'lumotlarni biznesning strategik istiqbolini hisobga olgan holda tahlil qiladilar, iste'molchilik qiymatini taklif qilish bo'yicha qaror qabul qiladilar va buni amalga oshirish chora-tadbirlarini ishlab chiqadilar (20.2 rasm). Shunday qilib, bozorga moslashish diqqat e'tiborni iste'molchiga qaratish, raqobatchilar faoliyatini kuzatish va kompaniya ichida funksional hamjihatlikni nazarda tutadi.

21.3. Kichik biznes korxonasi marketing bo'limlari tashkiliy strukturasi turlari

Kompaniyalarda marketing bo'limlari strukturasi *funksional, tovar, bozor va matritsa* ko'rinishida tashkil qilinadi. Bunday strukturalar mohiyati marketing haqidagi adabiyotlarda atroflicha yoritilgan uchun bu yerda to'xtalmaymiz.

Marketing xizmatini tashkil qilishdagi yangi yo'nalishlar. Yuqorida ta'kidlab o'tganimizdek, biror bir biznes jarayonga moslashish, turli ishchi guruhlar tuzish va informatsion texnologiyalardan foydalanish kompaniya tashkiliy strukturasi o'zgartirishga olib keladi. Quyida ushbu faktorlarni kompaniyaning odatdagi vertikal

³³ George S. Day, "Market-Driven Strategy: Process for Creating Value (New York, NY: Free Press, 1990).

tashkiliy strukturasi ta'siri va yangi strukturadagi marketing bo'limlarini ko'rib chiqamiz.

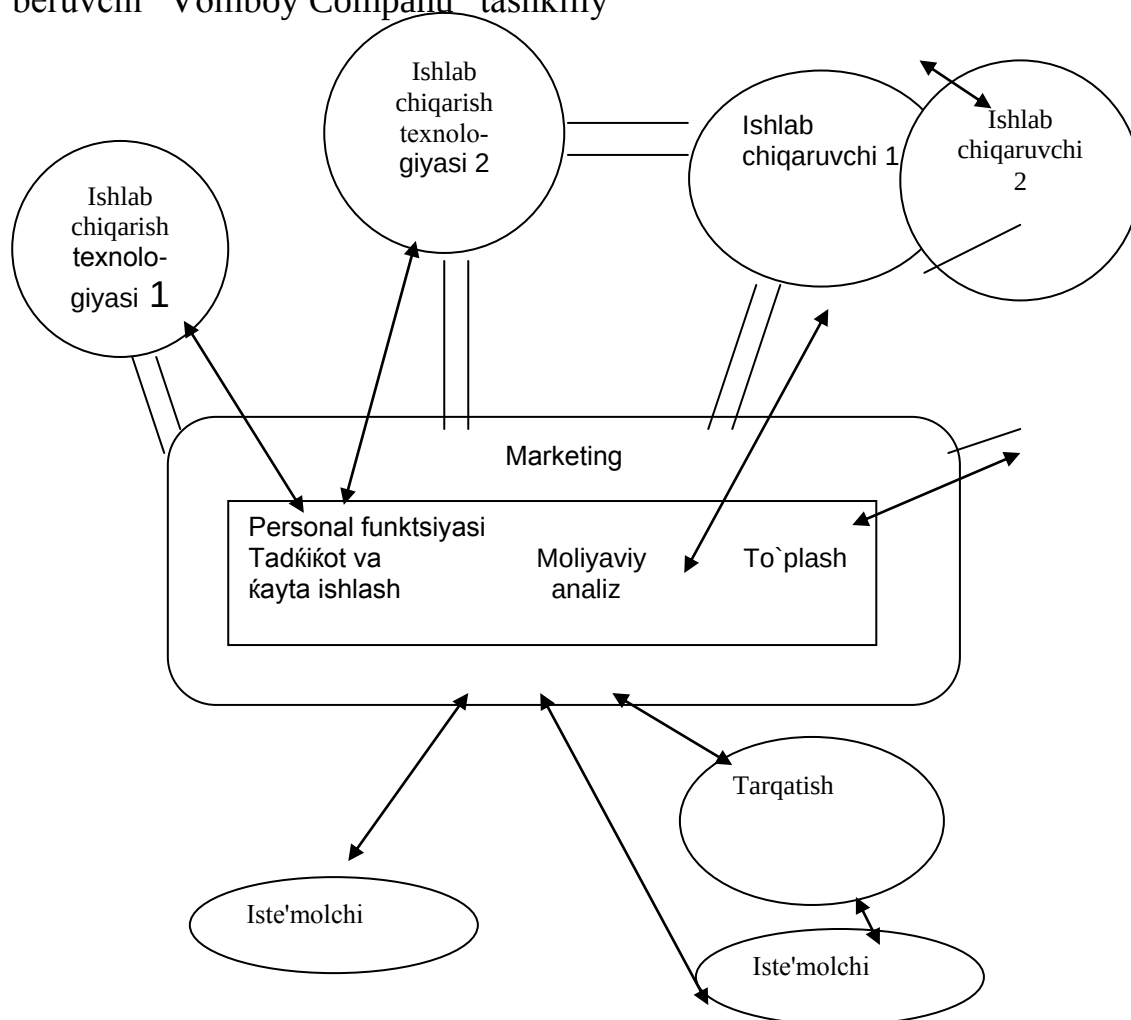
Kompaniya tashkiliy strukturasi ayrim funksional yig'indisi deb emas, bir biriga bog'lik biror bir faoliyat olib boruvchi jarayon deb qarash lozim. Masalan, biror bir buyurtma olish va uni bajarish jarayonini ko'rib chiqsak, bunda asosan ishlab chiqarish va marketing bo'limlari faoliyat ko'rsatadi. Bu vazifani bajaruvchi guruh tomonidan ushbu faoliyat monitoringi tuziladi, tahlil qilinib, tuzatishlar kiritiladi. .

1990 yilga kelib jahon miqyosida ko'pgina tashkiliy struktura bo'layotgan o'zgarishlar kompaniyaning bozor ehtiyojiga to'laroq moslashish intilishidan kelib chiqmoqda.

Tashkiliy strukturasi yangi tashkiliy formalari

Yangi tashkiliy formalardan biri "bozor koalitsiyasi" strukturasi 21.3.-rasmida ko'rsatilgan. Ushbu tashkiliy struktura boshqarish markazi va bir necha maxsus kompaniyalarning gorizontal formada birlashishidan tashkil topadi. Bu strukturaning yadrosini barcha funksional bo'limlar, ya'ni ishlab chiqarish, texnik xizmat ko'rsatish va boshqa bo'limlarni faoliyatini muvofiqlashtirib turuvchi marketing bo'limi tashkil qiladi.

Bunday "bozor koalitsiyasi" struktasi asosida tuzilgan kompaniyalar shakli ko'p tarqalgan emas. Ba'zi yapon kompaniyalarida ushbu yangi tashkiliy formaning elementari mavjud. AQSH chakana savdo shaxobchalariga tovar yetkazib beruvchi "Vomboy Companu" tashkiliy



21.-3.rasm. “Bozor koalitsiyasi” tashkiliy strukturasi.

Manba: Ravi S. Achrol, *Evolution of the Marketing Organization New Forms for turbulent Environment* “. Journal of marketing, Oktober 1991, p.88.

strukturasi bozor koalitsiyasi asosida tashkil qilingan, ya’ni 20.3.-rasmda berilgan strukturaga o’xshashdir.

Bu kompaniya mebel qo‘shimcha qismlarini yetkazib beruvchilarni o‘zida birlashtirgan. Mebelni barcha qismlarini turli ishlab chiqaruvchilar yig‘uvchi sexga yetkazib beradilar, u yerda yig‘ilib, so‘ngra magazinlarga topshiriladi.

Bizning fikrimizcha, ushbu “bozor koalitsiyasi” strukturasini-turli mulk formasi asosida tashkil topgan **“Fayzholding”ga qarashli kichik biznes korxonalarida** tashkil qilish maqsadga muvofiqdir.

Shunday qilib, bunday tashkiliy struktura bir maqsadni amalga oshirish uchun birlashgan mustaqil kompaniyalar birlashmasidan iborat bo‘lib, ular o‘z ichiga ushbu kompaniyalar faoliyatini muvofiqlashtiruvchi koordinator va ma’lum maxsus funksiyalarni bajaruvchi elementlarni oladi. Ushbu strukturani “to‘r” ko‘rinishida tasavvur etish mumkin, strukturaning asosiy maqsadi ishtirokchilar resurslari intellektidan aniq maqsad yo‘lida oqilona foydalanishdan iboratdir.

Qisqacha xulosa

Kichik biznes subyektlarini kundalik amaliyotida marketingni strategik masalalarini amalga oshirishni quyidagi yo‘nalishlarida olib boradi: bozor muhiti to‘g‘risida axborotni o‘z vaqtida olish va uni to‘g‘ri tahlil qilish; marketing maqsadlarini to‘g‘ri qo‘yish va ularga erishishning asosiy yo‘llari; resurslarni maqsadlar bilan, maqsadlarni esa iste’molchilar talabi bilan maqbul birlashtirish.

“Bozor koalitsiyasi”asosidagi marketing tashkiliy struktura bir maqsadni amalga oshirish uchun birlashgan mustaqil kompaniyalar birlashmasidan iborat bo‘lib, ular o‘z ichiga ushbu kompaniyalar faoliyatini muvofiqlashtiruvchi koordinator va ma’lum maxsus funksiyalarni bajaruvchi elementlarni oladi.

Nazorat va muloxazalar uchun savollar.

1. Marketing nima?
2. Kichik biznesda marketingni samarali ishlash shartlari nimalardan iborat
3. Kichik biznesda marketing maqsad va vazifalari nima?
4. Bozorga moslashish, strategiyani shakllantirish qanday amalga oshiriladi?
5. Kichik biznes korxonasi marketing bo‘limlari tashkiliy strukturasi qanday turlarini bilasiz?
6. Ushbu marketing strukturalarni respublika korxonalariga tadbiq qilish mumkinmi?
7. O‘zbekiston Respublikasidagi kichik biznes korxonalarida marketing munosabatlarini rivojlantirish uchun qanday ishlarni amalga oshirish lozim?
8. Nima sababdan kichik biznes korxonalari marketingni amaliyotda qollamaydi?

9. Kichik biznes korxonalari tashqi iqtisodiy faoliyatini rivojlantirishda marketingni roli qanday?
10. Marketingni ўz amaliy dasturi qilib olgan qanday korxonalarni bilasiz?

Asosiy adabiyotlar

1. Кревенс Д. Стратегический маркетинг. 6-изд. М.:Вильямс-2003.395
2. Кичик тадбиркорликда маркетинг 3-қисм: Ўқув амалий қўлланма / Б.Ю.Ходиев, Ғ.А.Самадов, М.С. Юсупов ва бошқалар – Тошкент.: ЎЕҲ ТЕМПУС дасури “Матодор-2000” лойиҳаси, 2004.–144
3. Менеджмент малого бизнеса: Учебник/Под. Ред. Проф. М.М.Максимцова и проф. В.Я.Горфинкеля.-М.:Вузовский учебник, 2004.-269с.
4. <http://www.spc.gov.uz/ru/esupport/mdex3.html>
5. <http://www.spc.gov.uz/ru/spmanagement/gppredp.html>

XX11 BOB: KICHIK BIZNESNI RIVOJLANTIRISHDA BOZOR INFRATUZILMASINING O‘RNI.

22.1. Kichik biznesni bozor infratuzilmasi .

Kichik biznesni taraqqiyoti uning infratuzilmasini qay darajada rivojlanganiga bog‘liq. Davlatimiz rahbari I. Karimov Oliy Majlis Qonunchilik palatasi va Senatning qo‘shma majlisidagi ma‘ro‘zasida bozor islohatlarini chuqurlashtirish va iqtisodiyotni yanada erkinlashtirish xususida to‘xtalib, erkin tadbirkorlik uchun kafolatlarni ta‘minlash, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish, **bozor infratuzilmasini shakllantirish** yo‘lidagi majud g‘ov to‘siqlarni bartaraf etish zarurligini alohida ta‘kidladi³⁴.

Infratuzilma muassasalarining maqsadi: axborot, maslaxat, o‘qitish, bashorat taxlil, ilmiy-texnika, moliyaviy (kredit resurslari) xizmatlar bilan ta‘minlash orqali kichik biznesni qo‘llab-quvvatlash uchun ijobiy shart-sharoit yaratish va amalga oshirishdan iborat.

Kichik biznesni rivojlantirishda bozor infratuzilmasi, ya‘ni infratuzilma muassasalari kichik biznes subyektlarining tovar va xizmatlar bozori, pul bozori, mexnat resurslari bozori, kapital bozori, shuningdek, bank tizimi, nobank moliyaviy institutlar tizimi, ulgurji vositachilik tuzilmalari, konsalting va auditorlik xizmatlari bozori, mexnat birjalari va boshqa qancha muassasalar bilan bo‘ladigan o‘zaro aloqalarini ta‘minlaydi. Hozir bozor infratuzilmasini yanada rivojlantirish zarurati bor, chunki bu siz bozor iqtisodiyoti ishlab keta olmaydi. Bozor infratuzilmasi bozorning barcha turlariga, chunonchi, tovar bozori, moliya bozori va mehnat bozoriga xizmat ko‘rsatadi. Bozor infratuzilmasini birdaniga yaratib bo‘lmaydi. U ancha uzoq davom etadigan murakkab jarayon bo‘lib, yuksak mahoratga ega malakali kadrlar, shuningdek, xo‘jalik yurituvchi subyektlar ham, xo‘jalik faoliyatining yangi sharoitlariga ruxan moslashishini talab etadi.

22.1. Kichik biznes infratuzilmasining xususiyatlari.

Bozor infratuzilmasi deganda, bozor iqtisodiyoti uchun xizmat ko‘rsatuvchi har xil sohalar tushuniladi va ular jumlasiga tijorat banklari, birjalar, auksionlar, savdo uylari, tashqi savdo firmalari, davlatning tashqi savdo maxkamalari, bojxonalar, soliq, idoralari, tijorat va soxibkorlik idoralari, savdo-sotiq, uyushmalari, vositachi firmalar, konsernlar, konsorsiumlar va boshqalar kiradi. Bundan ko‘rinib turibdiki, bozor infratuzilmasi umumiy iqtisodiy faoliyat bilan bog‘liq, barcha jabhalarni qamrab oladi. Fikrimizcha, kichik biznes faoliyati bozor iqtisodiyotining tarkibiy qismlaridan biri sifatida ushbu infratuzilma obyektlarining umumiy foydalanuvchisi hisoblansada, shu bilan bir qatorda o‘zining tashkil topish, amal qilish va rivojlanish **xususiyatlaridan** kelib chiquvchi maxsus infratuzilma obyektlariga ham bog‘liqligini alohida ta‘kidlash zarur. Chunki bozor infratuzilmasining yuqorida

³⁴ И.А.Каримов.Бизнинг бош мақсадимиз-жамиyatни демократлаштириш, янгилаш, мамлакатни модернизация ва ислох этишди. Тошкент огшоми.31январь 2005 йил

sanab o'tilgan unsurlari bilan biznes maktab, biznes inkubator, sug'urtalash va moliyalash muassasalarining mazkur sohaga ta'siri bir xil darajada bo'lmaydi.

Bugungi kunda kichik biznes korxonalarining rivojlanishi uchun shart-sharoitlar yaratib beruvchi, turli xizmatlar ko'rsatuvchi **infratuzilma obyektlarining zarurligi** obyektiv hol bo'lib, u asosan, quyidagilar orqali izohlanadi: kichik biznes moliyaviy imkoniyatlarining nisbatan cheklanganligi; undagi xodimlar ham, odatda, bir necha vazifalarni uyg'unlashtirgan holda bajarishga majburligi; xavf-xatar, taxlikaga asoslanadi va bu borada sug'urta kompaniyalari, biznes inkubatorlar, biznes maktablar yordamiga tayaniladi. Demak, kichik biznes infratuzilmasini yetarli darajada rivojlantirmay turib, kichik biznes faoliyatini yuksaltirish borasida sezilarli o'zgarishlarga erishib bulmaydi.

22.3.Kichik korxonalarining infratuzilma obyektlari bilan taminlanganlik darajasi.

Hozirda esa kichik biznesga xizmat ko'rsatadigan infratuzilmalarni shakllantirib borishga katta e'tibor berilmokda. 2005 yil 1 yanvar holatiga 237.5. ming kichik biznes korxonalari ruyxatga olingan bo'lib, bu barcha ruyxatga olingan korxonalarning 90,5 foizini tashkil etdi, buning ichida 3,7 foizi (7,5 mingta) o'rta korxona, 12,3 foizi (24,9 mingta) kichik korxona va 84 foizi (38 mingta) mikrofirmalardir. Tadbirkorlikni rivojlantirish xisobidan qarib 427571 ta yangi ish o'rinlari ochildi.³⁵ Hozirga vaqtda mamlakatizda ishlab chiqarilayotgan yalpi ichki mahsulotning 73.3 % sanoat maxsulotlarining 71.4% ,qishloq xo'jaligi maxsulotlari, chakana savdo va aholiga pulli xizmat kursatishning deyarli hammasi nodavlat sektori xissasiga to'g'ri kelmoqda, umuman olganda kunda yalpi ichki mahsulotning 35% xususiy tarmoqda yaratilmokda.

Mahsulot ishlab chiqarish hajmining kengayib borishi, ichki va tashqi bozorda raqobatbardosh mahsulotlar ishlab chiqarishning yo'lga qo'yilishi munosabati bilan kichik biznes subyektlarining yangi texnika va texnologiyani tadbiiq, qilishga, auditorlik xizmati, loyixa ishlari, huquqiy xizmat ko'rsatish, marketing, transport xizmatlari, bozor konyunkturasini o'rganish xizmatlariga va boshqa infratuzilma xizmatlariga extiyoji ortib boradi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida samarali faoliyat yuritishga tadbirkorlarni o'rgatish maqsadida axborot-konsalting xizmati ko'rsatish markazlari tashkil etilgan. Ular tadbirkorlarga 164,1 mln. so'mlik xizmat ko'rsatdilar. Bu esa, 2003 yildagiga nisbatan 48% ga ko'pdir. Tadbirkorlik subyektlarini qo'llab-quvvatlashda biznes inkubatorlarning rolini oshirish dolzarb vazifa xisoblanadi. Respublikamizdagi 3 ta biznes-inkubatorlarda 366 ta kichik korxona faoliyat yuritmoqda. Ular tomonidan 3 mlrd. so'mlik max-sulot ishlab chiqarildi, 2004 yilda biznes-inkubatorlarga 161 ta kichik tadbirkorlik korxonalari kiritildi, 208 tasi esa chiqarildi. Biznes-inkubatorlardan chiqarilgan 187 kichik korxonalar mustaqil faoliyat uchun amalda tayyor bo'ldilar. Respublika Savdo-sanoat palatasi xuzuridagi tuman va shahar axborot-maslahat markazlari 50 mingdan ortis tadbirkorga 100 mln sÿmlik imtiezli biznes xizmat ko'rsatiildi

³⁵ Ўзбекистон иктисодиёти. Тошкент .: 2005.- й 33 бет

Kichik biznesni rivojlantirish dasturi asosida 2004 yilda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlariga 189.8 mlrd. soʻmlik kreditlar berildi. Tijorat banklarining oʻz mablagʻlari xisobidan 175,7 mlrd. soʻmlik kreditlar berildi, bu esa, 2003 yildagiga qaraganda 1,2 barobarga koʻpdir. Shuningdek, tadbirkorlarga 36,9 mlrd. soʻmlik mikrokreditlar berildi

22.4.Bozor infira tuzilmasini barpo qilish muammolari va ularni hal etish choralari

Respublikada kichik biznesni rivojlantirish uchun bozor infratuzilmasi barpo etilmoqda. Shu oʻrinda taʼkidlab oʻtish joizki, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni tarraqqiyot yoʻlida maʼlum toʻsiqlar va kamchiliklarni kuzatish mumkin. Ayrim kichik korxonalarlar va yakka tadbirkorlarni aksariyati oʻz faoliyatida xom-ashyo va materiallarning koʻplab turlari, ayniqsa yuqori likvidlik materialalarga muxtojliklari sezilarli, joylarda tadbirkorlar birja va auksion savdolarida qatnashishga, xom-ashyo va materiallarni yuqori likvidlik turlarini sotib olishga, sotilayotgan tovarlar roʻyxati ularni qoniqtirmayotganligi muammolari ham koʻplab uchraydi.

Vazirlar Maxkamasining 2004 yil 5 fevraldagi “Maqsulotlar, xom-ashyo va materiallarning yuqori likvidli turlarini sotishning bozor mexanizmlarini joriy etishni davom ettirish toʻgʻrisida”gi 57-sonli qarori qabul qilinganidan soʻng birja va auksion savdolarida sotilayotgan tovarlar rʻyxati ancha kengaydi. Ushbu resurslar qatorida neft mahsulotlari, qora va rangli metallar prokati, mineral oʻgit, paxta linti, oʻsimlik moyi va boshqalar sotilmoqda.

Shu bilan birga, Vazirlar Maxkamasining 2004 yil 3 mayda qabul qilingan “Mol-xom ashyo birjalari faoliyatini yanada takomillashtirishga qaratilgan qoʻshimcha chora-tadbirlar toʻgʻrisida”gi 251-sonli qarorida respublikaning mol-xom ashyo birjalari faoliyatida kichik va xususiy tadbirkorlik sub'ektlari ishtirokini ragʻbatlantirishga qaratilgan qator imtiyozlar koʻzda tutilgan, lekin ulardan juda kam foydalanishadi. Bugungi kunda, kichik va xususiy biznes vakillarining tovar-xom ashyo birjalari orqali savdolaridagi ishtirokining oʻsishi koʻzatilmoqda. Kichik va xususiy biznes, tadbirkorlikning umumiy tovar aylanmasidagi ulushi mahsulotlarning birja hamda auksion savdolari orsali ega boʻlishi imkoni taʼminlangani hisobiga 1,5 foiz oshdi, hamda 55,5 foizni tashkil etdi.

Lekin mazkur sohadagi uammolar mavjud. Muxim muammolardan yana biri kichik va xususiy biznes subyektlarini moddiy-texnika resurslari bilan taminlashdir

Birja savdolarini rivojlantirishga toʻsquinlik qiluvchi quyidagi kamchilik va muammolar mavjud:

- reklama xarajatlari meʼyori 5 foiz miqdorida belgilanganligi reklama faoliyatini jonlantirishga toʻsquinlik qilmoqda;
- Oʻzqurilish materiallari, Oʻzmashsanoat, "Oʻzqishloqxoʻjalikkimyo" uyushmalari tizimlarida mayda ulgurji savdo doʻkonlarini tashkil etish ishlari sust amalga oshirilmoqda. Mazkur infratuzilmalar hali ham kichik biznes subyektlarining oʻsib borayotgan talab va extiyojlarini qondira olmayapti.

Birinchidan, kichik biznesni rivojlantirishga tadbirkorlarning bilim va tajribalari yetishmasligi, shuningdek, ularni axborot va maslaxat bilan taʼminlash

tizimlari faoliyatining takomillashmaganligi to'siq, bo'lmoqda. Ko'pincha, joylarda qishloq tadbirkorlariga zarur bo'lgan tashkiliy-uslubiy yordamlar ko'rsatilmayapti. Maslaxat markazlarining vazifalarini takomillashtirish, tadbirkorlarga amaliy yordam ko'rsatish, ya'ni ta'sis xujjatlarini ishlab chiqish, biznes rejalar tuzish, kredit olishga arizalar berish, buxgalteriya xisobi va xisobotlarini tashkil etish, auditorlik tekshiruvlarini o'tkazish va boshqa maslaxat xizmatlari ko'rsatishda ko'maklashishdir.

Ikkinchidan, kichik biznes subyektlarining moddiy-texnika resurslaridan, xom ashyo va materiallardan lizing, mayda ulgurji savdo va servis xizmati tarmog'idan foydalana olish imkoniyatlarini kengaytirish

Uchinchidan, tashqi bozorga chiqishida, ya'ni eksport shartnomalarini tashqi iqtisodiy aloqalar agentligida ro'yxatdan o'tkazish va bojxona organlarida hisobga olish, tovarlar va xizmatlarni chet elga sotishda yordam ko'rsatish borasida bir qancha muammolar mavjud.

To'rtinchidan, kichik biznes korxonalarining xom ashyo va materiallardan foydalanish, tayyor mahsulotlarni sotish imkoniyatlarini kengaytirish, tashkil qilish uchun mayda ulgurji bozorlar, yarmarkalar tizimini kengaytirish, ulgurji bozorlar qoshida moddiy-texnika ta'minoti, ijara, saqlash, transport xizmati ko'rsatish bo'limlarini tashkil etish yullari orqali savdo mexanizmlarini takomillashtirish zarurdir. Bu ishlarni amalga oshirish natijasida respublikamizda kichik biznesni rivojlantirish uchun shart-sharoitlar yaratishga sezilarli darajada ta'sir etish mumkin.

Qisqa xulosalar

Infratuzilma kichik biznesni rivojlantirishda muhim turtki bo'lib xizmat qiladi. Qaysi mintaqada infratuzilma yaxshi tashkil etilgan bo'lsa, shu mintaqada yangi kichik biznes subyektlari ko'proq, paydo bo'ladi. Bu esa, o'z navbatida, yangi ish joylarini yaratish va shu orqali ish bilan bandlik muammosi bir qadar hal etilishiga erishishni, aholining real daromadlarini ko'paytirish imkoniyatlari paydo bo'lishini, soliqlar tushumining ko'payishini, mahalliy byudjet daromadlarining o'sishini, iqtisodiyotda sog'lom raqobat muhitining yaratilishi hamda turli sektorlar orasidagi o'zaro aloqalarning mustaxkamligini ta'minlaydi.

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. Bozor infratuzilmasi deganda nimani tushunasiz?
2. Infratuzilma muassasalarining maqsadi nimadan iborat?
3. Infratuzilma xizmat ko'rsatish sohalari majmuasi tarkibiga qanday obyektlar kiradi?
4. Kichik biznes infratuzilmasi xususiyatlari nimalardan iborat?
5. Bozor infratuzilmasini barpo qilish muammolari nimalardan iborat?
6. Bozor infratuzilmasini barpo qilish muammolarini hal etish choralari nimalardan iborat?
7. Kichik biznes korxonalari uchun infratuzilma muassasalarini rivojlantirish uchun qanday ishlarni amalga oshirish lozim?

8. I.A.Karimov. “Bizning bosh maqsadimiz-jamiyatni demokratlashtirish, yangilash, mamlakatni modernizatsiya va islox etishdir.” degan nutqida - biznes infratuzilmalarini rivojlantirish haqida nima degan?
9. Biznes muxit deganda nimani tushunasiz?
10. Respublikamiz xukumati tomonidan biznes muxitini yaratish uchun qanday chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda?

Asosiy adabiyotlar

1. 1.Шодибекова Д.А. Кичик бизнесни бошқариш, Ма’рузалар матни, ТДИУ/ 2005 .320б.
2. Уткин Э.А., Шабанов Д.С. Антикризисное управление в малом бизнесе: Учебно практическое пособие. - М.: ТЕИС, 2004. – 124
3. Менежмент малого бизнеса: Учебник/Под. Ред. Проф. Проф М.М.Максимцова и проф. В.Я.Горфинкеля.-М.:Вузовский учебник, 2004.- 269с.
4. <http://www.spc.gov.uz/ru/esupport/mdex3.html>
5. <http://www.spc.gov.uz/ru/spmanagement/gppredp.html>

X111 BOB: KICHIK BIZNESDA TAVAKKALCHILIK

23.1. Tadbirkorlik muhiti va xo‘jalik tavakkalchiligi.

Bozor munosabatlariga o‘tish kichik biznesdagi har qanday xo‘jalik subyekti uchun noaniqlik va tavakkalchilikning oshib borishi bilan bog‘liq. Tadbirkorlik muhitini doimiy ravishda kuzatish va nazorat qilish kerak bo‘ladi. Bu esa xo‘jalik tavakkalchiligini boshqarish imkonini beradi va ishbilarmonlik faoliyatining samaradorligini oshiradi.

Tadbirkorlik muhitiga siyosiy vaziyat, iqtisodiy axvol, qonunchilik asosi, halkning ijtimoiy-madaniy saviyasi tarmoqlarning ilmiy texnika taraqqiyoti darajasi, tabiiy-iqtisodiy sharoit va bozorning o‘ziga mos tarkibi, ya’ni konyunkturasi ta’sir ko‘rsatadi. Agar ko‘rsatilgan ishbilarmonlik muhitining har bir elementini tahlil qilsak, u holda ularning hozirgi kichik bazis darajasini qoniqarli deb hisoblash mumkin va u respublikada kichik biznesning taraqqiyotini ta’minlay oladi. Ammo, mulkni himoya qiluvchi va shartnomalarga amal qilishni kafolatlovchi, qonunchilik tizimining yo‘qligi, tovarlar harakatining qat’iy tartibga solinishi, eksport uchun maxsus ruxsatnoma litsenziya berish tizimining murakkabligi, eksport uchun boj to‘lovlarining mavjudligi kichik biznesda xo‘jalik yurituvchi subyektlarning tavakkalchiligini sezilarli darajada oshiradi.

Tavakkalchilik — yuzaga kelishi mumkin bo‘lgan xavf-xatarga qaramay amalga oshiriladigan faoliyatdir. Shuning uchun, tavakkalchilik deganda bevosita u bilan bog‘liq bo‘lgan xavf-xatar ham tushuniladi. Tavakkalchilik tushunchasi murakkab va ko‘p qirralidir va uni bir so‘z bilan ifodalash qiyin. Umumiy holda xo‘jalik tavakkalchiligi bu inson faoliyatidagi noaniqlik va ziddiyat holati o‘lchovidir, u xavf-xatar, omadsizlik va zarar ko‘rish bilan tavsiflanadi. Tadbirkor uchun xos bo‘lgan xususiyat, bu shartli tavakkalchilikga borish, ya’ni foyda ko‘rishni ko‘zlashdir.

Xo‘jalik tavakkalchiligining quyidagi turlarini keltirish mumkin:

- ishlab chiqarish (ob-xavo, texnik, texnologik taqsimlash, tashkiliy, kutilmagandagi o‘lim xavfi, boshqaruv va boshqalar);
- dallolchilik (daromadni to‘g‘ridan-to‘g‘ri yo‘qotish xavfi, bilvosita pulni va mulkiy zarar ko‘rish xavfi, fuqarolik javobgarligining paydo bo‘lish xavfi va boshqalar);
- tijorat (mahsulot yetkazib beraolmaslik xavfi, sota olmaslik xavfi, yo‘qotish xavfi va boshqalar);
- moliyaviy (kredit, mulkiy, sug‘urta, valutaviy, bank, transaksion, tuzilmaviy, rasmiy, depozit, narxga bog‘liq bo‘lgan nolikvid, iqtisodiy, tavakkalchilik ustamasi va boshqalar);
- innovatsion (ijtimoiy, ilmiy texnika taraqqiyoti natijalarini joriy qilish bilan bog‘liq bo‘lgan tavakkalchilik).

Barcha tur va tur ichidagi guruhlariga kiruvchi xo‘jalik tavakkalchiliklarini noaniqlik sharoitida qaror qabul qilishning darajasiga, tavakkalchilik holatining davriga, uning kelib chiqish manbaiga, tavakkalchilikning aniq sabablari va unga yo‘l qo‘yish darajasiga qarab alohida guruhlariga birlashtirish mumkin.

Xo'jalik tavakkalchiligining bir necha muhim belgilari bo'lib, ular ichidan quyidagilarni alohida ajratib ko'rsatish mumkin: qarama-qarshilik, muqobillik, noaniqlik. Tavakkalchilik holatining noaniqligi, uni bir xil ma'noda tushunish mumkin emasligidan kelib chiqadi. Unga sabab axborotning yetishmasligi, tasodifiy omillar ta'siri, raqobatdagi ishbilarmonlar manfaatlarining mos kelmasligi, sheriklarning bir-biriga qarshi harakati va boshqalardir.

Xo'jalik tavakkalchiligining yuqorida ko'rsatilgan tomonlarini e'tiborga olish ishbilarmon uchun tavakkalchilik holatiga kirish naqadar maqsadga muvofiq ekani to'g'risida qaror qabul qilish imkonini yaratadi. Murakkab holatda qolganda u xo'jalik faoliyatining ba'zi bir shart va omillarini o'zgartirib kutilmagan xodisalar yoki ko'riladigan zarar extimolini kamaytirishi mumkin.

23.2. Tavakkalchilikni o'lchash uslublari.

Tavakkalchilikni baholashda taxminiy hisoblar uslubiy asos sifatida qabul qilinadi. Xo'jalik tavakkalchiligi tavsifiy elementlarining o'zini namoyon qilish shakllari yaxshi va yomon natijalar kelib chiqishi extimolining bir xilligi bilan belgilanadi. Bu turdagi extimollik me'yorlashgan oraliqda noldan (to'la muvaffaqiyatsizlik) to birgacha (100% to'la muvaffaqiyat) o'zgaradi va aynan u tavakkalchilik darajasini belgilaydi.

Tavakkalchilik darajasining o'lchovi tavakkalchilik koeffitsiyenti yordamida aniqlanadi³⁶ (tavakkalchilik indeksi):

$$U_t = M/M^*$$

bu yerda: M -salbiy noaniqlik ko'rsatkichlarining kutilgan miqdori ya'ni taxminiy zarar miqdori.

M* - ijobiy noaniqlik ko'rsatkichlarining kutilgan miqdori, ya'ni ishbilarmonlikning rejalashtirilgan daromadi yoki foyda.

Ijobiy sohada xodisaning yuz berish extimoli oshsa, tavakkalchilik kamayadi, qolaversa, ijobiy sohada daromadlar ko'paysa yoki salbiy sohada yo'qotishlar kamaysa ham tavakkalchilik kamayadi. Aks holda tavakkalchilik ortib boradi. Tavakkalchilik koeffitsiyenti bu sohadagi o'zgarishlarni hisobga olingan noaniqlik chegarasida aks ettiradi.

Tavakkalchilik koeffitsiyentini qo'llab tavakkalchilikning empirik shkalasini tuzish mumkin. Agar berilganlar yetarli bo'lsa, unda real iqtisodiy sharoit uchun tavakkalchilik koeffitsiyentining miqdori qanday bo'lishi kerakligini aniqlash mumkin.

Tavakkalchilikga baxo berishda ko'p turli statistik, xisob analitik va ekspert uslublariga asoslangan usullardan foydalanadilar. Statistik usul amaldagi hollarda yuz bergan yo'qotishlar dinamikasini ko'zdatishga imkon yaratadi va ular asosida, yoki zarar ko'rish extimoligining egri chizig'i chiziladi, yoki tavakkalchilik harajatlarining miqdor ko'rsatkichi topiladi. Ekspert usuli ekspert yordamida baholash nomi bilan mashxur. U mutaxassislarni, tajribali ishbilarmonlarni jalb qilish bilan bog'liq bo'ladi. Agar analitik ekspertizani bir necha ekspertlar olib bors,

³⁶ _Гуломов С.С.Тадбиркорлик ва кичик бизнес-Т.:Шарк.- 2002-365 б.

ularning har biri tavakkalchilik extimoli va yo‘qotish saviyasini o‘zi alohida baholashi kerak. Shundan keyin o‘rtacha miqdorlar hisoblanishi mumkin. Bu ma‘lumotlar daromadni yo‘qotish saviyasining ekspertizaviy egri chizig‘ini ko‘rish uchun ishlatilishi mumkin.

23.3. Tavakkalchilik elementlari bilan bog‘liq qarorlarni tanlash va amalga oshirishga ta’sir qiluvchi omillar.

Tavakkalchilikda hisobga olinishi zarur bo‘lgan va xavf-xatarni keltirib chiqaradigan muhim omillar quyidagilardir: tadbirkorlik sohasi; tabiiy ofat; o‘g‘irlik; reket; biznes rejani shakllantiruvchi shaxslarning omilkorlik darajasining pastligi, biznes bo‘yicha sheriklarning vijdotsizligi yoki mol-mulksizligi. Shartnomada aldanish xavfi yoki qarzdorning to‘lash qobiliyati yo‘qligi xodisasi bilan duch kelish, qarzni qaytarmaslik va boshqalar haqiqatda yuz berishi mumkin bo‘lgan xodisalaridir. Yuqorida keltirilgan omillar muqobil taktikaviy qarorlarni tavakkalchilik elementlarini hisobga olgan holda tanlashda so‘zsiz o‘z ta’sirini ko‘rsatadi. Bu ta’sir ikki xil namoyon bo‘ladi. Birinchidan, xo‘jalik vaziyatining elementlarining o‘zaro ta’sirlashuvi orqali vaziyatning rivojlanish jarayonida taktik qarorlar qabul qilinadi va amalga oshiriladi. Ikkinchidan, ta’sir ishbilarmon va biznesdagi boshqa ishtiroklarning shaxsiy xususiyatlariga bog‘liq elementlar orqali namoyon bo‘ladi. Qaror qabul qilishda salbiy omil bo‘lib vaziyat qo‘ygan masalaning murakkabligi va yangiligi hisoblanadi. Bu ko‘p hollarda ishbilarmonni sarosimaga soladi, ba’zida qo‘rquv samarasini bunyod etadi, ma‘lumotlarni ratsional tahlil qilish va amalda to‘g‘ri qaror qilish imkonidan maxrum qiladi. Bu ayniqsa, xavf-xatar yuqori bo‘lgan holda yaqqolrok ko‘zga tashlanadi. Biroq, bir qator hollarda, ishbilarmon tavakkalchilik elementlari bilan bog‘lik bo‘lgan xo‘jalik qarorlarini o‘z xis-tuyg‘ulari bo‘yicha, o‘z bilganicha qabul qiladi, amalga oshiradi va bir qator harakatlar majmuasini bajargandan keyingina o‘z qilmishi va avvalgi vaziyatga baxo beradi.

23.4. Kichik biznesda xo‘jalik tavakkalchiligini sug‘urtalash.

Tadbirkor hamma vaqt esda tutishi kerakki, tavakkalchilik ba’zi holda muvaffaqiyat keltirsa, boshqa holatda — bankrotlikga olib kelishi mumkin. Salbiy holatni bartaraf etish va xavf-xatarga muvaffaqiyat bilan bardosh bera olish uchun, uni, birinchi navbatda to‘la aniqlash, tavakkalchilikni kamaytirish dasturini ishlab chiqish, turli zaruriy tadbirlarni o‘tkazish, ishbilarmonning xavf-xatarda qolishi maqsadga muvofiqligi yoki uni sug‘urtalash zarurligini aniqlash kerak. Kichik darajadagi tavakkalchilikda, odatda, zararni korxonaning o‘zi qoplaydi va buning uchun, zarur fondlar bunyod etiladi. O‘rta va kichik darajadagi tavakkalchilikni esa, sug‘urtalash maqsadga muvofiqdir.

Sug‘urtalash chora-tadbirlari xavf-xatar oqibatida yuzaga keladigan yo‘qotishni (kutilmagan holatlarda mol-mulk, mablag‘lar va ishlab chiqarishni) to‘la yoki qisman qoplash (tabiiy ofat, avariylar, baxtsiz xodisalar, xonavayronlikga uchragan shartnomachilarning o‘z majburiyatlarini bajarmasligi va boshqa holatlar yuz berganda) yoki yo‘qotishlarni iloji boricha ko‘proq sonli yuridik va jismoniy shaxslar

o'rtasida taqsimlash yo'li bilan qoplash kabi usullarda amalga oshirilishi mumkin. Ishbilarmon va korxona uchun tavakkalchilikni himoya mudofaa tadbirlari bilan bartaraf etish yoki sezilarli moliyaviy zarar yetkazishi mumkin bo'lgan xavf-xatarni o'z yelkasiga olishga xoxish bo'lmagan paytda sug'urtalash maqsadga muvofiqdir.

Sug'urtalashda ikki tomonning ishtiroki majburiydir — sug'urta fondini bunyod etish va uni ishlatish bilan shug'ullanuvchi maxsus tashkilot va sug'urtalanuvchi ushbu fondga belgilangan to'lovni to'lovchi yuridik yoki jismoniy shaxs. Ular orasidagi munosabat sug'urta shartnomasi (polis) asosida tashkil topadi. Tavakkalchilikni pasaytirish maqsadida qilinadigan sug'urtalash ixtiyoriy tartibda o'tkaziladi. Tadbirkorning har qanday faoliyati, odatda, sug'urtalanishi mumkin. Ammo, bu ba'zi bir, xavf-xatar yuqori bo'lgan hollardagina amalga oshiriladi.

Qisqa xulosalar

Xo'jalik tavakkalchiligining barcha tomonlarini e'tiborga olish ishbilarmon uchun tavakkalchilik holatiga kirish naqadar maqsadga muvofiq ekani to'g'risida qaror qabul qilish imkonini yaratadi. Murakkab holatda holganda u xo'jalik faoliyatining ba'zi bir shart va omillarini o'zgartirib kutilmagan xodisalar yoki ko'riladigan zarar extimolini kamaytirishi mumkin

Nazorat va muloxaza uchun savollar.

1. Tadbirkorlik muhiti nima?
2. Xo'jalik tavakkalchiligi deganda nimani tushunasiz ?
3. Tavakkalchilik chegaralari nimalardan iborat?
4. Tavakkalchilikni o'lchash uslublari qanday?
5. Sug'urtalashning kichik biznesdagi rolini ko'rsating.
6. Sug'urta shartnomasi (polis) nimalardan iborat?
7. O'zbekiston Respublikasidagi kichik biznes korxonalarini sug'urtalashni rivojlantirish uchun qanday ishlarni amalga oshirish lozim?
8. Qishloq xo'jalik(fermer xo'jaliklarini) suo'urtalash zaruriyati nimadan iborat?
9. Respublikadagi qanday sug'urtalash korxona(kompaniyalarini) bilasiz?
10. Mamlakatimizda kichik biznesni sug'urtalash istiqboli qanday?

Asosiy adabiyotlar

1. Менежмент малого бизнеса: Учебник/Под. Ред. Проф. Проф М.М.Максимцова и проф. В.Я.Горфинкеля. -М.: Вузовский учебник, 2004. -269с.
2. Фуломов С.С.Тадбиркорлик ва кичик бизнес-Т.:Шарк,2002-365б
3. Уткин Э.А., Шабанов Д.С. Антикризисное управление в малом бизнесе: Учебно практическое пособие. - М.: ТЕИС, 2004. – 124
4. <http://www.spc.gov.uz/ru/esupport/mdex3.html>
5. <http://www.spc.gov.uz/ru/spmanagement/gppredp.html>

XXIV BOB. KICHIK BIZNESDA INNOVATSION FAOLIYAT

24.1. Innovatsion faoliyatning mohiyati va mazmuni

Bozor munosabatlari yaxshi rivojlangan mamlakatlarning tadbirkorlik faoliyatini taxlili shuni ko'rsatadiki, tadbirkorlik ikki formada, ya'ni klassik va innovatsion tadbirkorlik shaklida rivojlanadi.

Klassik tadbirkorlik deganda tashqi va ichki omillar va imkoniyatlarni ishga solgan holda resurslardan samaradorligini oshirish asosidagi mahsulot ishlab chiqarishni btushinlsa, innovatsion tadbirkorlik – yangilik bilan bog'liq bo'lgan tovar, xizmat, texnologiya, biznesni tashkil qilish, yangi metodlarini ishlab chiqishdir. Boshqacha qilib aytganda, tadbirkor doimo “yaratuvchanlik” bilan shug'ullanib, jamiyatning iqtisodiy rivojlanishida asosiy shaxs bo'lib qoladi.

Tadbirkor yangi tovar ishlab chiqarish jarayonida ilmiy – texnika taraqqiyotini hisobga olishi lozim, chunki texnika va texnologiyani rivojlantirish natijasida mahsulot (tovar va xizmat) tezda eskirib qoladi. Tadbirkor kelajakda vujudga kelishi mumkin bo'lgan ehtiyojni qondirish uchun ishlashi kerak.

Yangiliklarni tadbqiq qilish va tarqatish uchun iste'molchilar bilan yaqindan aloqada bo'lish kerak. Amaliyot natijalarini ko'rsatishicha, kichik korxonalar bozor talabiga tez moslasha olishi mumkin. Yirik korxonalar esa o'zining inertligi, “beso'naqay”ligi tufayli bozorning ozgaruvchan talabiga tezda moslasha olmaydi, ammo kichik korxona taklif qilgan yangilikni katta miqdorda ishlab chiqarish imkoniyatiga ega.

Tadbirkorni novator ya'ni yangilik yaratuvchi odam sifatida mashhur amerikalik iqtisodchi Yozef Shumpeter (1883-1950) o'zining “Iqtisodiy rivojlanish nazariyasi” kitobida ta'riflaganidek, “Tadbirkorning vazifasi yangi kashfiyotlarni amalga tadbqiq qilish orqali ishlab chiqarish uslubini reforma qilish (yangilash) dan iborat. Keng ma'noda ko'rib chiqilganda tadbirkorning vazifasi – yangi ochilgan bozor yoki xom ashyo bazasi asosida yangi tovar ishlab chiqarish yoki eskirganini modernizatsiya qilish uchun yangi texnologiyalar ishlatishdan iborat.”³⁷

Innovatsiya deganda nimani tushunish kerakqq Innovatsiyaning bir necha ta'riflari mavjud:

Innovatsiya (yangilanish) – bu ishlab chiqarishning ichki sistemasini dastlabki shaklidan yangi shaklga o'tishidir.

Innovatsiya – bu mavjud ehtiyojni to'la qondirish maqsadida yangilik (kashfiyot) yaratish, tarqatish va uni amalga tadbqiq qilish.

Innovatsiya – bu yangi g'oya, taklif, ilmiy-texnik xulosalarni amaliyotga qo'llash.

Innovatsiya – bu ilmiy yangilikni ishlab chiqarish amaliyotiga qo'llash natijasida oldingi analoglardan sifat jiqatdan qat'iy farq qiluvchi ob'ektdir.

Shunday qilib, innovatsiyada ikki narsa mavjud, birinchidan, bu yangi g'oya, yoki

³⁷ Шумпетер Й. Теория экономического развития. М.: Прогресс. 1982.

tovar , xizmat. Ikinchidan, ishlab chiqarish tizimini sifat jiqtdan yangi darajaga o`zgartirishga olib keluvchi yangilik(kashfityot)ni ishlab chiqarish tizimiga joriy(tadbqiq) qilish. Yozef Shumpeter innovatsiyani ishlab chiqarish tizimini yangi sifat parametrlariga o`zgarishi deb tushintirgan. U ishlab chiqarishni resurslar kombinatsiyasi emas, balki yangi tovar (bozor) yaratishdan iborat, deb bilgan. P. Durker ta'rifiga ko`ra, tadbirkor oddiy ishlab chiqaruvchidan shunisi bilan farq qiladiki, tadbirkor o`zining barcha faoliyatida o`z kuchi va energiyasini yangilik qidirib topishga bag`ishlaydi. Unda yangilik yaratishga qaratilgan fikr bo`lishi kerak. Innovatsion tadbirkorlik - bu barcha faoliyatda yangilik yaratish va undan tijorat maqsadida foydalanishga qaratilgan jarayondir.

24.2.Innovatsiyaning tashkiliy –huquqiy shakllari.

Innovatsion tadbirkorlik , ya'ni yangilik yaratish va undan tijorat maqsadida foydalanish bir necha etapda olib boriladi:

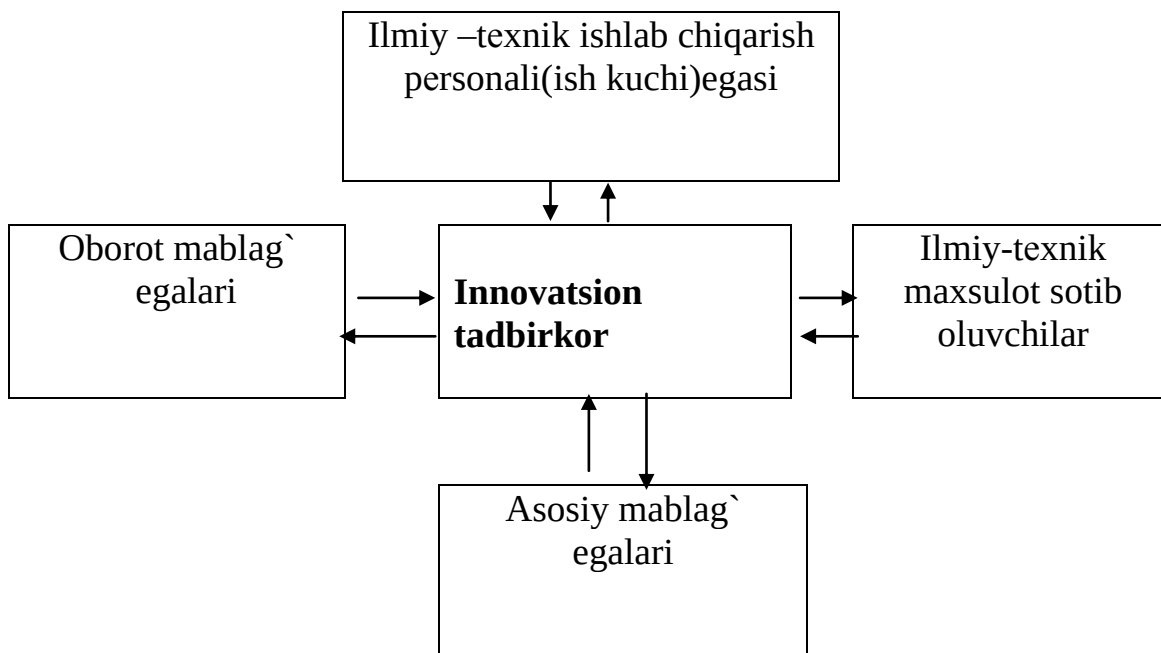
- yangi ideyalar izab topish va uni baxolash
- biznes plan tuzish;
- resrurlarni topib, tajriba sifatida mahsulot ishlab chiqarish va sinovdan otkazish;
- tovarni bozarga kiritish va o`tkazish.

Yangi tovar ishlab chiqarish etaplari quyidagi ketma-ketlikda olib boriladi:(24.1-rasmga qarang)



24.1-rasm. Yangi tovar ishlab shiqarish bosqichlari

Kichik biznes sub'ekti o'zining innovatsion faoliyatining qat'iy algoritmiga amal qiladi. U quyidagicha:³⁸ (24.2.- rasmga qarang)



Rasm 24.2. Innovatsion tadbirkorlik sxemasi.

Innovatsion tadbirkorlik doimiy ravishda o'zgarishni, yangi g'oya, yangi tovar modifikatsiyasi va boshqa yangiliklarni joriy qiluvchi tashkiliy formalarni joriy qilishni nazarda tutadi.

Innovatsion tadbirkorlik faoliyati uchun kichik korxonalarda yaratilgan yangilikni tijorat maqsadida ishlata oladigan bilim va intuitsiyaga ega bo'lgan mutaxassis lozim.

Kichik korxonalarda innovatsion tadbirkorlik faoliyati ustunliklari quyidagilardan iborat:

- yangilikka yaratishdan manfaatdorlikning yuqoriligi;
- tor doirada (aniq yunalishda) ilmiy izlanishlarni olib borilishi;
- barcha intellektual resurslarni yakuniy maxsulot ishlab chiqarishga yonaltirish imkonini mavjudligi;
- katta korxonalar amalga oshira olmaydigan "risk"i yuqori bolgan ishlar olib borilishi.

Innovatsion tadbirkorlik uchun biznes muxit asosiy xisoblanadi, chunki yangiliklarni kashf etish va uni amaliyotga tadbqiq qilish etarli tadbirkorlik muxitini talab qiladi

Tadbirkorlik muxiti – bu biror bir maqsadga yo`naltirilgan izlanish(tadqiqot) olib borish va uni amalga tadbqiq qilish uchun sharoit yaratib beruvchi muqitdir.

Bunday muxitning asosiy elementlarini bozorda erkin xarakatlanuvchi, o`z moliyaviy mablag`iga ega bo`lgan investorlar, raqobatbardosh tovar ishlab

³⁸ Мединский В.Г., Шаршукова Л.Т. Инновационное предпринимательство, М.: ИНФРА-М, 1997

chiqaruvchilar va ularga xizmat qiluvchi bozor infratuzilmalari tashkil qiladi. Iqtisodiyotda bunday bozor muhitini yaratish - hozirgi kundagi mamlakatimiz oldida turgan asosiy vazifalardan biridir.

Kichik biznes kafolatlarini mustaqamlash, uning rivoji uchun qulay muhit yaratish maqsadida davlat boshqaruv idoralari va bozor institutlarida ma'muriy protseduralarni bajarish bilan bog'liq, ancha yuqori darajada bo'lib turgan biznes xarajatlarini kamaytirish lozim. Biznes muhit mamlakatimizda vujudga kelayotgan innovatsion tadbirkorlikni asosini tashkil etadi.

Innovatsion tadbirkorlikning tashkiliy – huquqiy asoslari turlichadir. Bozor iqtisodiyoti rivojlangan davlatlarda katta risk (tavakkalchilik) bilan ishlaydigan **maxsus venchur firmalari** mavjud bo'lib, ular yangi tovar va xizmatlar yaratish ustida tadqiqotlar olib boradilar.

Venchur firma asoschilari – injener, olimlar o'z tadqiqot natijalarini ekspierent, patient va kommutant firmalarga topshiradilar.

Innovatsion tadbirkorlikning yana bir territorial tashkiliy turi - **ilmiy tenologik park (texnopark)** lar bo'lib, bu struktura innovatsion biznes maxsulotini ishlab chiqarish va bozorda sotishni tashkil qilishga yordam beradi va shu orqali kichik biznesda innovatsion faoliyatni riojlantirishga yordam beradi.

Texnoparklarning asosiy vazifasi :

- ilmiy yangiliklarni texnologiyaga aylantirishdan;
- texnologiyani tijorat maxsulotiga aylantirishdan;
- kichik korxonalarda yangi yaratilgan maxsulotni ko'p miqdorda ishlab chiqarishdan;
- ilmiy izlanishni olib boruvchi firmalarni tashkil qilishdan;
- ilm bilan bog'liq barcha biznes turlarini qo'llab-quvvatlashdan iborat.

Biznes inkubatorlar – kichik kichik innovatsion korxona faoliyat korsatishi uchun sharoit yaratuvchi strukturadir. Biznes inkubatorlar bir qancha funktsiyalarni bajaradilar:

- kichik biznes korxonalariga imtiyozli shartlarda asbob-uskunalar etkazib beradilar, xuquqiy maslaxat va axborot xizmatlarini ko'rsatadilar;
- ilmiy texnologiyalarni tijorat asosida sotadilar;
- tadbirkorlarning malakasini oshiradilar va boshqalar.

24.3.Ozbekistanda innovatsion tadbirkorlikni rivojlantirish yo`nalishlari

Bugungi kunda Uzbekistan Respublikasida investitsiya-innovatsiya milliy dasturi qabul qilingan bo'lib, yagona maqsadga yo'naltirilgan xolda, izchillik bilan amalga oshirilmoqda. Mazkur dasturda 2002-2005 yillarga mo'ljallangan ustuvor va strategik ahamiyatga ega loyixalar belgilangan bo'lib, dastur iqtisodiyotining yoqilg'i-energetika, mashinasozlik, tog'-konchilik, kimyo, engil sanoat xamda qishloq xo'jaligi maxsulotini qayta ishlash soxasi kabi deyarli barcha soxalarini qamrab olgan.

Dasturni amalga oshirishda O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Maxkamasi xuzuridagi fan va texnologiyalar markazi muammolar bo'yicha kengashi, tarmoq

ilmiy-texnika markazlari, viloyatlar qoshidagi fan va texnika xalqaro markazlari xamda ilg`or texnologiyalar markazlari ishtirok etadilar. Xalqaro markazlarda amaliy (ishlab chiqarish tuzilmalarida tayyorlangan) va innovatsion (fan va ilmiy xizmat ko`rsatish soxasidagi) vazifa xamda muammolar shakllantirilib, konsalting va axborot xizmatlari ko`rsatiladi. Shu bilan birga bu sohada hali amalga oshirilishi zarur bo`lgan vazifalar ko`p. Jumladan, innovatsiya loyixalarini moliyalashtirish mexanizmini takomillashtirish zarur.

Innovatsion faoliyat markazlashtirilgan va markazlashtirilmagan turda moliyalashtiriladi. Birinchi usulda pul mablag`lari: davlat byudjeti, ilmiy-texnik rivojlanish davlat dasturiga kiritilgan loyixalarni maqsadli moliyalashtirish; tanlov ishlarini bajarish buyicha jamqarmalar; muayyan loyixa uchun ajratilgan va qaytarilishi kutilmaydigan grantlar xamda subsidiyalar; xokimiyatlar va boshqaruv organlari maxsus buyurtmalarini moliyalashtirish: davlag banklarning kreditlari xisobidan taqdim etiladi.

Moliyalashtirishning markazlashtirilmagan yculi korxonalarining xususiy mablag`lari, xususiy shaxslar, maxsus moliya yoki xayriya jamg`armalari xamda kredit mablag`laridan foydalanishga asoslangan. Masalan: AqShda sanoat kompaniyalari va banklari, universitetlar, kollejlari, federal xukumat idoralari xamda maxalliy boshqaruv organlari, soxalar va ularning uyushmalari, xususiy shaxslar ilmiy jamg`armalarini tashkil qilishda faol qatnashadilar.

Ozbekistonning davlat investitsiya siyosati birinchi navbatda iqtisodiyotda tuzilmaviy o`zgarishlarni chuqurlashtirish, korxonalar investitsiya faoliyatini jadallashtirish xamda chet el investitsiyalarini keng miqyosda jalb qilish, shuningdek, investitsiya loyixalari tanlovi asosida ijtimoiy masalalarni xal etishga yo`naltirilgandir.

Ozbekiston Respublikasining 2004 yilga mo`ljallangan investitsiya dasturiga muvofiq, mamlakat iqtisodiyotiga kapital qo`yilmalar ilm talab soxalarni raqobatbardosh, yuqori texnologiyalarga ega bo`lgan va ekologik muxim ishlab chiqarishlarni barqaror xamda dinamik rivojlanishiga erishishga xizmat qiladi.

Bu soxada 2004 yilda jami 2.6 trln. som kapital mablaqlarni ozlashtirish ko`zda tutilgan bo`lib, bu o`tgan yilga nisbatan 33% ko`pdir. Bunda markazlashtirilgan investitsiyalar jami qo`yilgan mablag`larning 37 foizini tashkil qiladi. Jumladan, 2000 yilda markazlashtirilgan investitsiyalar ulushi 64.5 foizni, 2002 yilda esa - 40.9 foizni tashkil qilgan.³⁹ Investitsiya jarayonidagi davlat ishtirokining kamayishi inves-titsiyalarning bozor manbalari faollashuvi, iqtisodiyotni nodavlat sub'ektlari (korxonalar, axoli, xususiy, chet el investorlari)ning investitsiya imkoniyatlari oshganligidan dalolat beradi. Bozor xojaligiga mos bo`lgan soliq tizimiga otish innovatsiya tuzilmasini moliyaviy jixatdan ta'minlanishi yaxshilanishiga ko`maklashadi. Mazkur tizimning moqiyati belgilanayotgan soliq miqdori maxsulotning yangi yaratilgan qiymati miqdori, olingan foyda xamda mavjud bo`lgan mulk qiymatiga bevosita bog`liqligidan iborat

Shuni ta'kidlash joizki, amaldagi soliq tizimi kichik korxonalar, jumladan,

³⁹ Жорабоев И.Т.Узбекистонда инновацион тадбиркорликни ривожлантириш омиллари// Бозор, пул ва креди№4 2004.

innovatsiya korxonalari faoliyat yuritish sharoitlarini xisobga olmaydi. Innovatsiya korxonalari, boshqa xususiy korxonalar kabi, foyda soliqlarini toplash paytida soliqqa tortiladigan foyda miqdorini aniqlashda imtiyozga egadirlar. Jumladan, ularga ishlab chiqarishni kengaytirish, qayta tashkil qilish, texnikaviy jixozlash uchun yunaltilgan foydani chegirish xuquqi taqdim etilgan. Ishlab chiqarish uchun muljallangan maxsulot xamda kurilish materiallarini etkazib beradigan ba'zi bir korxonalar olgan foydasi ushbu korxona royxatga olingan kundan boshlab, dastlabki ikki yil mobaynida soliqqa tortilmaydi.

Mazkur imtiyoz tugatilgan yoki davlat tasarrufidan chiqarilgan yoxud sanatsiya natijasida qayta tuzilgan innovatsiya korxonalari, ularning filiallari xamda tuzilmaviy bolinmalariga tegishli emas.

Rivojlangan bozor iqtisodiyotiga ega mamlakatlar tajribasiga kora, innovatsiya korxonalari uchun respublikada qabul qilingan xamda iqtisodiyotning ustuvor soxalarida amal qilayotgan barcha imtiyozlarni qo'llash maqsadga muvofiqdir. Bundan tashqari, ilmiy izlanishlarni bajarayotgan innovatsiya korxonalari tadqiqot ishlari uchun ilmiy-texnik asbob-uskunalar sotib olgan yilning ozidayoq, 50 foizli amortizatsiya xuquqiga, qolgan asosiy mablaq'lar xisobidan esa jadallashgan amortizatsiya xuquqiga ega bo'lishlari lozim.

Sanoat soxasi uchun innovatsiyalarni joriy etadigan korxonalarga litsenziyalar va "nou-xau"larni sotish jarayonida, soliqqa tortish jarayonida chegirmalar taqdim etilishi, ishlab chiqarishni kengaytirishni amalga oshiradigan korxonalarga esa soliqqa tortiladigan mablaq'lari hisobidan yangi asbob-uskunalar qiymatini chiqarib tashlash ququqi berilishi lozim.⁴⁰

Oqilona investitsiya siyosatini yuritishda davlat tomonidan innovatsion tadbirkorlikka sarmoya qo'yishning o'ziga xos afzalliklari mavjud. Saloxiyatli sarmoyadorlarning erkin pul mablag'larini jalb etishida eng muxim iqtisodiy instrument fond bozoridir. Aktsiyalar likvidligi, firmaning reklama-axborot faoliyati, valyuta maydonchasida sotuvga qo'yilgan aktsiyalar xarakatining taxlili va aktsiyalar paketini chet el investorlariga sotish fond bozori xolatining yanada yaxshilanishiga xizmat qiladi.

Innovatsion biznes bo'yicha faoliyat yuritadigan tadbirkorlar va investorlarning daromadi, investitsiya korxonalari aktivlarining bozor qiymati o'sishiga belgilangan soliq stavkasiga, ya'ni fond bozorida sotiladigan qimmatli qog'ozlarning sotuv qiymatiga o'rnatiladigan soliq stavkasiga bog'liqdir. Soliq stavkasi innovatsiya korxonalarini moliyalashtirish tavakkalchiligi darajasini oshiruvchi yoki kamaytiruvchi omil xisoblanadi. Shuning uchun xam qimmatli qog'ozlar bilan amalga oshiriladigan operatsiyalarda dividendlardan, qimmatli qog'ozlarni sotib olishdan undiriladigan soliq, shuningdek, tarkibiga qimmatli qog'ozlar qiymati kiritilgan korxonalar mulkidan olinadigan soliq, kabi undiriladigan turli xil qayta-qayta soliqarga yo'l qoymaslik lozim. Soliq solishng bu kabi amaliyoti natijasida ishbilarmonlik faolligi pasayadi, ya'ni innovatsion korxonalar tashkil topishi sur'atlari qisqaradi, oqibatda xozirgi kunda korxonalarning faoliyat yuritish imkoniyatlari

⁴⁰ Жорабоев И.Т.Узбекистонда инновацион тadbirkorlikни ривожлантириш омиллари// Бозор, пул ва креди№4 2004.

kamayib boradi. Soliq yukining pasayishi innovatsion tadbirkorlikka qamda iqtisodiyotning xususiy sektoriga investitsiyalar jalb qilishda ikkilamchi kapital (qimmatli qoqozlar bozori)ning ahamiyatini oshiradi.

Qisqa xulosalar

Innovatsiya – bu mavjud ehtiyojni to'la qondirish maqsadida yangilik(kashfiyot) yaratish, tarqatish va uni amalga tadbiq qilish.

Innovatsiyada ikki narsa mavjud, birinchidan, bu yangi g'oya, yoki tovar, xizmat. Ikinchidan, ishlab chiqarish tizimini sifat jiqtdan yangi darajaga o'zgartirishga olib keluvchi yangilik(kashfiyot)ni ishlab chiqarish tizimiga joriy(tadbiq) qilish.

Amaliyot natijalarini ko'rsatishicha, kichik korxonalar bozor talabiga tez moslasha olishi mumkin. Yirik korxonalar esa o'zining inertligi, "beso'naqay"ligi tufayli bozorning ozgaruvchan talabiga tezda moslasha olmaydi, ammo kichik korxona taklif qilgan yangilikni katta miqdorda ishlab chiqarish imkoniyatiga ega.

Innovatsion tadbirkorlik, ya'ni yangilik yaratish va undan tijorat maqsadida foydalanish bir necha etapda olib boriladi: yangi ideyalar izab topish va uni baxolash biznes plan tuzish; resurlarni topib, tajriba sifatida mahsulot ishlab chiqarish va sinovdan o'tqazish; tovarni bozarga kiritish va o'tkazish. Bugungi kunda Uzbekistan Respublikasida investitsiya-innovatsiya milliy dasturi qabul qilingan bo'lib, yagona maqsadga yo'naltirilgan xolda, izchillik bilan amalga oshirilmoqda.

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. Innovatsiya deganda nimani tushunasiz?
2. Iqtisodiy ta'limot asoschilari innovatsiya haqida qanday fikrlarni berishgan?
3. Kichik biznesda innovatsion faoliyatning olib borishning ustunliklari nimadan iborat,?
4. Innovatsiyaning klassifikatsiyasini keltiring.
5. Innovatsion tadbirkorlikning tashkiliy – huquqiy asoslari nimadan iborat?
6. Innovatsion tadbirkorlikda venchur kapitalining o'rni qanday?
7. Innovatsion siyosat deganda nimani tushunasiz?
8. Innovatsion jarayonda davlatning roli qanday?
9. Innovatsiya faoliyatini rivojlantirish davlat dasturi nimalarni k'yzda tutadi?
10. O'zbekiston Respublikasining innovatsion siyosati qanday?

Asosiy adabiyotlar

1. Уткин Э.А., Шабанов Д.С. Антикризисное управление в малом бизнесе: Учебно практическое пособие. - М.: ТЕИС, 2004. – 124
2. Менеджмент малого бизнеса: Учебник/Под. Ред. Проф. Проф М.М.Максимцова и проф. В.Я.Горфинкеля.-М.: Вузовский учебник, 2004.-269с.
3. <http://www.spc.gov.uz/ru/esupport/mdex3.html>

4. <http://www.spc.gov.uz/ru/spmanagement/gppredp.html>

“Kichik biznesni boshqarish” fanini o‘qitishda yangi pedagogik texnologiyani qj`llash bo`yicha uslubiy ko`rnatma

“Kichik biznesni boshqarish” fanini o‘qitish jarayonida yangi - innovatsion pedagogik texnologiyadan doimiy ravishda foydalaniladi. Pedagogik texnologiyaning eng asosiy negizi - bu o‘qituvchi va talabaning belgilangan maqsaddan kafolatlangan natijaga xamkorlikda erishishlari uchun tanlagan texnologiyalariga bog‘liq deb hisoblaymiz.

“Kichik biznesni boshqarish ”fani buyicha Maqsad va natijalarni belgilash jadvali

O‘zlashtirish darajalari	Maqsadlari	Natijalari
I	Kichik biznes, xususiy tadbirkorlik bo‘yicha tushunchani xosil qilish	Kichik biznesga yaqin terminlarni izohlab o‘tadi, sanab beradi, xikoya qiladi. So‘zma so‘z konspekt yozadi
II	Kichi biznes va xususiy tadbirkorlik xaqidagi bilimni berish, iqtisodiyotdagi o‘rmini taxlil qilish, tushunish , algoritm bo‘yicha faoliyatni ko‘rsatishni o‘rgatish	Analogiya bo‘yicha bilimlarni amaliyotda qo‘llaydi, kichik biznes korxonalari tashkil qiladi ,shunga o‘xshash mashqlarni mustaqil bajaradi.Kichik biznes korxonalarini qiyoslaydi va xulosa chiqaradi
III	Iqtisodiyotni erkinlashtirish sharoitida kichik biznesga oid bilimlarni berish, yangi bilimlarni, malakalarni qo‘llashini o‘rgatish	O‘z faoliyatini rejalashtiradi va tashkil qiladi, nostandart maqsadlarni bajarish uchun yangi sharoitda olgan bilimlarni va malakalarni qo‘llaydi.
IV	Kichi biznes va xususiy tadbirkorlikka oid muammoni mustaqil topishni va yechishni o‘rgatish, ilmiy va ijodiy faoliyatga tayyorgarlikni shakllantirish	Muammoni mustaqil topadi va yechadi, tadqiqot o‘tkazadi va ixtiro qiladi.

O‘qitish jarayonida, maqsad buyicha kafolatlangan natijaga erishishda

qo'llaniladigan xar bir ta'lim texnologiyasi o'qtuvchi va talaba o'rtasida hamkorlik faoliyatini tashkil eta olsa, xar ikkisi ijobiy natijaga erisha olsa, o'quv jarayonida talabalar mustaqil fikrlay olsalar, ijodiy ishlay olsalar, izlansalar, tahlil eta olsalar, o'zlari xulosa qila olsalar, o'zlariga, guruhga, guruh esa ularga baho bera olsa, o'qituvchi esa ularning bunday faoliyatlari uchun imkoniyat va sharoit yarata olsa, bizning fikrimizcha, ana shu, o'qitish jarayonining asosi hisoblanadi.

“Kichik biznesni boshqarish” faninining har bir dars, mavzu, o'quv predmetining o'ziga xos texnologiyasi bor. O'quv jarayonidagi pedagogik texnologiya -bu yakka tartibdagi jarayon bo'lib, u talabaning extiyojidan kelib chiqqan holda bir **maksadga yunaltirilgan**, oldindan loyixalashtirilgan va **kafolatlangan natija** berishiga qaratilgan pedagogik jarayondir.

1-Mavzu . ” Kichik biznesning moxiyati va rivojlanishi”.

Ma'ruzaning o'qitish texnologiyasi

Fakultet“Xalqaro biznes” kafedra“Xalqaro biznes”, O'quv boskichi 1-2 semestr.	O'quv predmeti Kichik biznesni boshqarish	Mavzu tartib raqami-1, ajratilgan soat miq-dori 2 soat
Talabalar soni: 18.	O'qitish texnologiya muallifi Shodibekova D.A.	O'qituvchi Shodibekova D.A.
O'quv mashg'ulotning shakli	Kirish-mavzu ma'ruzasi	
Ma'ruza rejasi:	1 O'quv predmetining maksadi, vazifasi va tuzilishi. 2. Kichik biznes tushunchasi. 3. Kichik biznesdagi tadbirkorlik turlari, shakllari. 4. Kichik biznes rivojlanish boskichlari. 5. Kichik biznesning rivojiga ta'sir etuvchi omillar. 6.O'z R Prez 2005 yil farmonarida kichik biznesni rivojlantirish chora tadbirlari	
O'quv mashg'ulotning maqsadi:	Kichik biznesni moxiyati va rivojlanishini anik kursatish, fanning maksadi unga ta'sir etuvchi omillar, respublikada kichik biznes faoliyatini amalga oshirish usullari bilan tanishtirish.	
Pedagogik masalalar: • predmetning moxiyatini, vazifasini, o'quv kurslar tizimida tutgan o'rni ko'rsatib berish va tanishtirish; • o'quv predmetni tuzilishini va taviya etilgan o'quv-uslubiy adabiyotlarni sharhlab berish; • predmetning asosiy masalalarini va unga ta'sir etuvchi omillarni yoritib berish; • kichik biznesni	O'quv faoliyatning natijalari: predmetning masalalarini va ta'minoti-ni shakllantiradi; predmetni boskichma-boskich sistemalashti-rishga, o'quv faoliyatida baxolash va nazorat etishni ta'minlaydi; • kichik biznesni boshqarish soxasidagi nazariya va amaliyotdagi yutuklarni bilishga zamin yaratadi; • predmet mikyosida ishlashning uslubiy va tashkiliy xususiyatlarini ochib beradi xamda talabalar bilimni baxalash shakllarini va vaktini aniklab beradi.	

2. Asosiy boskich. (50 min)	2.1. Ma'ruza matni tarqatiladi, uning rejasi va tayanch iboralar bilan tanishib chiqish taklif etiladi. 2.2. Kichik biznesni moxiyati, maksadi va mazmuni to'liq ochib beriladi. Slaydlarda ko'rsatiladi, Kichik biznes ta'sir etuvchi omillar hakida ma'lumot beriladi. 2.3. O'zR Prez 2005 yil farmonarida kichik biznesni rivojlantirish chora tadbirlarini aniq ko'rsatib beriladi ,misollar bilan mustaxkamlanadi, uni amalga tadbiq qilish yo'nalishlari ko'rsatiladi. Mavzuning xar bir punkti buyicha yakuniy xulosa chiqib, muhim bo'lgan momentlarini ta'kidlab utiladi. 2.4. Mavzuda korsatilgan tayanch iboralar va tushunchalarga qaytish tavsiya etiladi (slayd kursatiladi). Talabalar bilan birgalikda ularni guruxlarga bo'lgan xolda biznes yuritishning turlariga, tashqi muhitning xarakteristikalariga kiska va lunda ta'rif berish jarayoni (Pingbord texnikasi) amalga oshiriladi	Eshitadilar va maruza matni yoki tarkatma materiallar ga yozib belgilar ku-yib boradi Savollar beradilar Tayanch iboralar va tushunchal ar muxoka-makilinadi. Barcha ma'lumotla r taritibga solinadi va yozib belgi kuyib boriladi.
3. Yakuniy boskich (10 min).	3.1. Mavzu buyicha yakuniy xulosa chikariladi. Mazkur mavzuda olingan bilim keyingi mavzularni uzlashtirishda muxim urin tutishligi ta'kidlab o'tiladi. 3.2. Qo'yilgan maksadni qay darajada amalga oshirilganligi xamda talabalarning faoliyati taxlil kilinadi va baxolanadi. 3.3. Mustakil ishlash uchun uyga topshirik beriladi. Mustakil ishni bajarish uchun nimalarga e'tiborni qaratish kerakligi ta'kidlanadi.	Savollar beradilar Eshitadilar Eshitadilar va topshirikni yozib oladialar.

1- ilova

Baholash mezonlari: Talabalar “ ” fanidan quyidagi reyting ballari orqali baholanadi:

- 50%- 27 ball, joriy baholashga;
- 20%- 10,8 ball, oraliq baholashga;
- 30%- 16,2 ball, yakuniy baholashga.
- 86-100%, 46,0-54,0 ball – “a'lo”
- 71-85%, 38,0-45,9 ball – “yaxshi”
- 55-70%, 29,7-37,8 ball – “qoniqarli”

“Aqliy xujum” uslubi

Aqliy xujum (breynstorming – akl buroni) – Amaliy yoki ilmiy muammoni jamoa g‘yalarining generatsiyasi (yigindisi) orqali yechish uslubi.

Aqliy xujum davrida ishtirokchilar mavjud kiyin muammolarni yechish mumkin bulgan fikrlarni bayon etishadi, bunday fikrlar tankidiy qarashlardan yiroq bo‘lib, ulardan eng samarali va to‘g‘ri bo‘lganlarni saralash, muhokama etish, rivojlantirish, baxolash, orkali bu fikrlarni makullanadi yoki inkor etiladi.

Bunday uslub xamma vazifalarni bajaradi, ammo uning asosiy vazifasi talabalarda ukish, bilim olish faoliyatini yuksaltirish, kommunikativ odatlarni rivojlantirish, mustakil ravishda muammoni yechish va tushunish kobiliyatini va muomila madaniyatini rivojlantirish, ijodiy masalalarni yechishda eskicha fikrlash yirok bulishni aktivlashtirishdir.

Masalalarni an‘naviy usulda yechishda kupgina talabalar (tinglovchilar) uzlarining fikrlarini notugri bulishidan yoki u tomonidan aytilgan fikrlar tankidga yoki kulgiga uchrashidan kurkib fikrlarini bayon etmaydilar. A. Osborn bunday xolatda goyalarning uygunligini (generatsiyasini) taklif kildi, bunda xech kanday fikr tanki kilinmaydi va man etilmaydi xatto mantiksiz bulsa xam, Aksincha xamma fikrlar ragbatlantiriladi. Barcha aytilgan fikrlar yozib olinadi, taxlil kilinadi, baxolanadi va keyingina ularning yung samaralilari, muvofiklari, istikbolilari saralab olinadi.

To‘g‘ridan- to‘g‘ri jamoa aqliy xujumi – mumkin qadar ko‘pchilikning fikrlarini ta‘minlab beradi. Hamma ishtirokchilar bitta muammoni xal etadilar. Ishtirokchilarning optimat soni 15 oshik bulmasligi kerak. Muddati 1 soatgacha. Tatbik etish muvaffakiyati ishtirokchilarga boglik.

Ommaviy aqliy xujum – katta auditoriyada fikrlarning yigindisini uygunlashishga imkoniyat beradi (60 odamgacha). Mikro-guruxlar ichida yirik muammoni biror bir jabxasi yechiladi.

Akliy xujum koidalari:

- ◆ Xech kaday uzaro baxolash va tankid kerak emas!
 - ◆ Berilayotgan fikr va goyalar kanchalik fantastik va ishonarsiz bulishidan kat'iy nazar, ularni baxolashdan uzingni tiy- xamma narsa mumkin!
 - ◆ Tankid kilma- barcha aytilayotgan goyalar teng xukukli;
 - ◆ Suzlayotganning suzini bulma!
 - ◆ Tanbex berishdan saklan!
 - ◆ Maksud juda kup fikrlarning bulishidir;
 - ◆ Kancha kup goya aytilsa, shuncha yaxshi: shunda yangi va kimmatli goyaning paydo bulish extimoli ancha oshadi;
 - ◆ Agar goya-fikrlar takrorlansa, xafa va norozi bulma;
 - ◆ Tasavvuringga erkinlik ber!
 - ◆ Uzingda paydo bulgan goyalardan, mabodo ular kabul kilingan tartiblarga javob bermasa xam, tortinma;
- Ushbu masala (muammo) fakat ma'lum bulgan usullar bilangina xal etilishi mumkin deb, aslo uylama

IZOHLI LUG,ATLAR

Asosiy fondlarga kapital kiritish- bu asosiy fondlarga joriy davrda kiritiladigan investitsiyalarni avvalgi yilga qaraganda o'sishidir. Bu miqdor - asosiy fondlar qiymatini yilning hozirgi va boshidagi farqi bilan aniqlanadi.

Audit- xo'jalik faoliyatini tekshirish, taftish va tahlil qilish.

Auksion- maxsus kim oshdi savdo bozorlari, tovarlarni talabgor haridorlarga sotish usuli. Auksion savdo tovarlarining nisbatan cheklangan ro'yxati bo'yicha (mo'yna, choy, ho'l meva, sabzavot, baliq, zotli ot, badiiy hunarmandchilik buyumlari, antiqa buyumlar va b.) o'tkaziladi.

Bazis baho - 1) umuman tovarlar va ularning ayrim guruhlar bo'yicha savdoda (eksport va import) baholar indeksini aniqlash uchun ishlatiladigan asos. BMT davriy iqtisodiy nashrlarida, xalqaro va milliy tashqi savdo statistikada chop etiladi. Hozirgi sharoitda BMT statistikasida baza sifatida 1980 yilning eksport baholaridan foydalaniladi; 2) muayyan mahsulotning tashqi savdo bahosini aniqlashda namuna sifatida olingan va qayd qilingan, ma'lum sifatlarga ega bo'lgan buyum baxosi.

Bankrotlik -sinish fuqaro, korxona, firma yoki bankning mablag' yetishmasligidan o'z majburiyatlari bo'yicha qarzlarni to'lashga qurbi yetmasligi . Bankrotlikga uchrashning sabablari tovar ishlab chiqarishda qiymat qonunining amal qilishi, raqobat va inflatsiya bilan belgilanadi. Korxonaning bankrot deb e'lon qilinishi unga nisbatan qator sonatsiyalash tadbirlarini amalga oshirishni, unga har tomonlama yordam ko'rsatishni ko'zda tutadi. Bozor sharoitida davlat tomonidan bankrot korxonalar va ahvollarini yaxshilab olish uchun ko'mak tarzida bir qator tadbirlar ko'riladi. Bankrot deb e'lon qilingan korxonalar asosan shu korxona jamoa a'zolariga ijaraga berilishi yoki boshqa korxonalarga sotilishi, ular bilan birlashib ketishi mumkin.

Biznes- daromad keltiradigan yoki boshqa naf beradigan xo'jalik faoliyati yoki tadbikorlik-tijorat ishlari bilan shug'ullanish, pul topish maqsadida biror ish bilan band bo'lish. Biznes tovar ishlab chiqarish va uni sotish, xizmat ko'rsatish, transport va boshqa sohalardagi faoliyatdir. Biznes xo'jalik yuritish ko'lamiga qarab yirik, o'rta va mayda turlarga bo'linadi.

Xususiy daromad - aloxida jismoniy shaxsiy soliq to'lashdan oldingi daromadi.

Milliy daromad- milliy ishlab chiqarishdan keladigan daromad; iqtisoddagi barcha turdagi daromadlar jamg'armasi. U ish haqini, renta daromadini, korporatsiya daromadlarini qiymatdan keladigan sof foiz va daromadlarni o'z ichiga oladi.

Yana yalpi milliy mahsulot bilan asosiy kapitalni iste'moli harajatlari va qo'shimcha soliqlar tafovuti sifatida aniqlanadi.

Devalvatsiya - markaziy bank aksiyasi bo'lib milliy valutani birliklari sonini rasmiy oshirib beradi, ular esa xorijiy valutalariga almashlanishi mumkin. Devalvatsiya milliy valuta qiymatini xorijiy valutaga nisbatan pasayishida namoyon bo'ladi.

Depozitlar - ma'muriy, adliya, bojxona, moliya-kredit idoralarida saqlanuvchi pul vositalari yoki qimmatbaho qog'ozlardir. Bu bir necha ma'noga ega: banklardagi omonatlar, moliya-kredit institutlarida saqlanayotgan qimmatbaho qog'ozlar, soliq to'lash va boshqa to'lovlar badalari.

Defitsit (yetishmaslik)- bu bozordagi vaziyat bo'lib amaldagi narxda talab miqdori taklif miqdoridan ortiq bo'ladi. Yetishmaslik barqaror voqea bo'lib faqat pul narxlari kamyob foydali buyumlar raqobatchi haridorlar orasida taqsimlashda o'z vazifasini bajarmay qo'yadi (taqsimlash mexanizmiga qarang).

Deflyatsiya - birgalikdagi talabni kamayishi sababli iqtisodda o'rtacha narx saviyasini pasayishiga olib keluvchi ananadir, jamiyat mexnat unumdorligini oshishi hisobiga tovarlar qiymatini pasayishi yoki bo'lmasa muomaladagi pullar miqdorini kamayishi yuzaga keladi.

Dividend - aksionerlik jamiyatiga tegishli daromadni bir qismi bo'lib, uni har yili aksiyadorlar orasida ularda mavjud bo'lgan aksiyalarni turi va soniga qarab taqsimlanadi.

Did va afzal ko'rish - iste'molchini turli tovar va xizmatlarga munosabatlarini, ularni iste'molchi uchun zaruriylik darajasini va uning yaxshi kayfiyatiga ta'sirini aniqlashdan iboratdir.

Diskontlash - murakkab foiz qo'shimchasiga qarama-qarshi bo'lgan operatsiya, ular kelajak qiymatlarini hozirgi davrda mavjud qiymatlarga aylantirilishda ishlatiladilar, kelajak to'lovlarini yoki tushumlarini joriy qiymatini aniqlashga imkon beradi.

Differensial mahsulot - agar iste'molchilar turli firmalarni mahsulotlarini biri biridan farqli deb hisoblasalargina bozor mahsulot bo'yicha differensiatsiyalashgan deb hisoblanadi. Ikki turli markadagi pivo differensiatsiya dastlabki mahsulotga misol bo'ladi. Bu esa tarmoq tarkibini aniqlovchi omillardan biri hisoblanadi.

Zayomlar - qaytarib berish sharti bilan ma'lum muhlatga pul vositalarini jismoniy va yuridik shaxs va davlatlar tomonidan olinishi. Zayomlar foizsiz, imtiyozli, va tijorat shartida beriladigan va ichki va tashqi bo'lishlari mumkin.

Bank rezervlari— bu banklarda saqlanuvchi naqd pullar, hamda markaziy bankda saqlanuvchi foizsiz depozitlardir.

Diskont darajasi— bu bugungi qiymatni hisoblash uchun ishlatiladigan foiz stavkasi.

Iqtisodiy o'sish - bu iqtisodiy potensialni o'stirish va o'zgarmas narxda ifodalangan, YAMMni potensial o'sishidir.

Importga bo'lgan qobiliyat daromaddagi import harajatlari ulushi.

Investitsiya qilish qobiliyati - bu milliy daromadni kapital kiritish uchun ishlatiladigan ulushi.

Iste'mol qilish qobiliyati bu daromaddagi iste'mol harajatlarini ulushi.

Iqtisodiy harajatlar -o'rtacha harajatlarga o'xshash.

Iqtisodiy foyda-bu jamg'arma daromaddan birgalikdagi harajatlarni ayirilishdan keyingi miqdordir yoki firma egalariga ularni foydalanadigan barcha ishlab chiqarish omillari to'lovlarini to'laganlarini to'laganlaridan keyin daromaddir.

Iqtisodiy renta - bu foydali buyum yoki xizmat ishlab chiqaruvchini ishlab chiqarishni tiklashi uchun kerakligidan ortiqcha olishidir ishlab chiqaruvchini ortiqchaligi sinonimi.

Iqtisodiy agentlar - bu iqtisodiy birlikni xo'jalik qarorlarini qabul qiluvchi va amalga oshiruvchilar bo'lib, ularga iqtisodiy foydali buyumga egalik qilish huquqi

belgilangandir. Xo‘jalik qarorlarini turiga qarab (ishlab chiqarishga, mehmonga oid, muvofiqlashtirish masalasiga oid) quyidagi iqtisodiy agentlar turlari mavjud: firmaga, uy-ro‘zg‘or xo‘jaligiga— bu tovar yoki xizmat bo‘lib foydali xususiyatta egadir (bevosita yoki foydali buyum ishlab chiqarishda resurs sifatida) va kamyob hisoblanuvchidir.

Identifikatsiyalash - loyihalarga bo‘lgan talablarni aniqlash. Bu loyiha siklining bir bosqichi bo‘lib unda kapitalni kiritish kerak bo‘lgan imkonli obyektlarni aniqlash amalga oshiriladi. Buning maqsadi infrotarkibni, tabiiy resurslarini zaxirasini, haloyiq talabini qondirish va boshqalardan iboratdir. Xususiy investitsiyalarga nisbatan esa ko‘proq daromad keltiruvchi sohalarni izlab topishdan iboratdir. Ushbu bosqichni xulosasi bo‘lib bir qator muqobil loyihalarni tanlab olib ular orasida o‘tkaziladigan taxdillar asosida amalga oshirilishi kerak bo‘ladigan loyiha tanlab olinadi.

Import - davlatni ichki bozori uchun tovar va xizmatlarni xorijdan olib imkonini, hamda texnologiya va kapitallarni ham chetdan amalga oshirish uchun olib kelinishi .

Indekslash -iqtisodda narxni o‘rtacha saviyasini o‘zgarishiga bog‘langan holda ish haqini va boshqa daromadlarni tuzatish tizimi.

Investitsiya (kapital kiritish) - xususiy sektor va davlat ichida va xorijda turli iqtisod tarmoqlariga yoki qimmatbaho qog‘ozlariga kapital mablag‘larni o‘zoq muddatga kiritilishi.

Injiniring - bu loyihalarni texnik ishlab chiqarishi, smetalar tuzilishi, ba’zida esa loyihani moliyaviy va ekologik asoslanishi va bu sohadagi xizmat ko‘rsatish faoliyatidir.

Instigutsional tahlil --loyiha taxlilining jihati yoki bo‘limi bo‘lib u o‘zining maqsadi qilib, tashkiliy, huquqiy, siyosiy va boshqaruv shartlarini qamrab oladi hamda ular doirasidagi aniq loyihani amalga oshadi,

Inflatsiya - bu iqtisodda narxlarni o‘rta saviya dinamikasi bo‘lib, hamma vaqt mavjud bo‘lgan oshib boruvchi an‘anadir.

Inflatsiya darajasi ma’lum vaqt davrida (oy, yil) narx saviyasini foizli o‘zgarishi.

Giperinflatsiya (-- inflatsiyani eng yuqori saviyasi (odatda 200%dan ortiq bo‘ladi) bo‘lib ishlab chiqarish hajmini qisqarishi va jamiyatda ijtimoiy keskinlikni jadallashishi bilan bog‘liq.

Bosiq (maxfiy) inflatsiya - — bu iqtisoddagi inflyatsion jarayonlarni qattiq qo‘llik bilan tartibga solinishi va belgilangan narxlarni o‘ziga xoslik bilan namoyon bo‘lishidir. Narxlarni yuqoridan belgilangan saviyada saqlashda inflatsiya muomiladagi pullar miqdorini oshirib berishi va ularni sotib olish qobiliyatini pasayib ketishi, shu sababli tovar va xizmatlarga bo‘lgan talabni haddan tashqari o‘sishi va ularni yetishmasligi, hamda xalqni odat bo‘lib qolgan talabini yo‘qqa chiqishga olib keladi.

Davomli inflatsiya - bu uzoq davom etgan vaqt davrida muntazam yuqori yoki past saviyadagi inflatsiyani barqaror turishiga oid vaziyatdir. Barqarorlikga qadar davomli inflatsiya hukm surgan davlatlarga misol sifatida Braziliya, Isroil, Meksika, Peru, Argentinlarni keltirish mumkin.

Infrotarkib— bu moddiy, tashkiliy-huquqiy sharoitlarni birligi bo‘lib, barqaror iqtisodiy taraqqiyotni ta’minlaydi. Moddiy sharoit - bu taraqqiyot topgan borlanish yo‘llarini, aloqa vositalarini, suv va elektr ta’minoti tarmoqlaridir. Tashkiliy-huquqiy

sharoitlar - bular taraqqiyot topgan davlat va xususiy institutlar, hamda barqaror qonuniyat asoslarini mavjudligidir.

Iste'mol imkoniyatlarining chegarasi --agar ushbu foyda keltiruvchanlik saviyasi boshqalarda qisqargan holda yakka shaxs olishi mumkin bo'lgan foyda keltiruvchanlikni eng katta o'lchovini ko'rsatuvchi jadvaldir.

Iste'molchilar narxi indeksi - o'rtacha oilalar tomonidan iste'mol qilinadigan tovar va xizmatlar narxini asos qilib olingan davrga nisbatan o'zgarishini o'rtacha saviya ko'rsatkichi.

Ichki iazorat mexanizmlari - bu mexanizmlar firmani ichida joylashgan bo'lib firma boshqaruvchisini foydani iloji boricha ko'paytirishga undaydi. Ular boshqaruvni umumiy chizmasini, huquqga egalik qilish kurashini va unumdorlikga asoslangan haq to'lash tizimini o'z ichiga oladi.

Ishsizlik - ishchi kuchini band bo'lmasligi, ishga ega bo'lishni xoxlovchi, uni izlovchi.

Ishsizlik saviyasi - ishsizlarni umumiy sonini ishchi kuchlariga nisbati.

Ishsizlikni tabiiy saviyasi - iqtisodiy taraqqiyot davri tavsifiga loyiq ishsizlik saviyasi, bunda real va potensial yalpi milliy mahsulot (YAMM) dinamikasi bir biriga to'g'ri keladi. Friksion va tarkibiy ishsizlik ko'rsatkichlari jamg'armasi sifatida aniqlash mumkin

Friksion ishsizlik vaqtinchalik ish bilan band bo'lmaslik, bu holat bir ishdan ikkinchisiga o'tish davrida yuzaga keladi.

Maxfiy ishsizlik - ishlab chiqarishda band bo'lgan, haqiqatda esa ortiqcha hisoblangan ishchilardir, chunki ushbu ishlab chiqarish jarayoni haqiqatda oz sonli ishlovchilar talab qiladi.

Tarkibiy ishsizlik - majburiy ishsizlikni bir turi bo'lib iqtisodni tarkibiy qayta qurilishi, eskirgan tarmoqlar va kasblarni yo'qotilishi, ishchi kuchini malakasini pastligi yoki butunlay yo'qligi hisobiga yuzaga keladi.

Kapital - bu turli ma'nolarda ishlatiladigan atamalardir: 1) Inson tomonidan yaratilgan tovar va xizmatlar ishlab chiqiladigan resurslar. (Investitsion tovarlar ishlab chiqarish vositalari). 2) Daromad olish maqsadida u yoki bu faoliyat sohasidagi ishbilarmonlik operatsiyalarida (ishlab chiqarish, savdo va boshqalar) ishlatiladigan asosiy vositalar va pul resurlarini birligi.

Markaziy bank -davlat idorasi bo'lib pul muomalasini moliya bozorlari va institutlarni yo'lga solish va nazorat qilish bilan shug'ullanadi.

Moliyaviy kapital -firmaga ssuda ko'rinishida beriladigan vositalari bo'lib uni haqiqiy kapital sotib olish yoki ijaraga olib turish maqsadida ishlatiladi.

Muddatli omonatlar - banklarda ma'lum muddati qo'yilgan va u muddat tugagunga qadar talab qilish mumkin bo'lmagan omonatlar.

Mulk - bu kimgadir tegishli va qiymatga ega boylikdir.

Muomiladaga pullar, valuta-davlat tomonidan muomilaga chiqarilgan foizsiz qog'az va metall pullar pul massasi q muddatli omonat.

Narx - tovarni pul bilan ifodaluvchi qiymati. U tovarni ishlab chiqarilishi bilan borliq harajatlarni va daromadni o'z ichiga oladi.

Bazis (asos) narxi - bu soliqlarni hisobga olish va to'lanishigacha bo'lgan narxdir.

U tovar yoki xizmatlarni ishlab chiqarish, ishlab chiqaruvchini daromadini va subsidiya miqdorini o'z ichiga oladi.

Ishlab chiqaruvchilar narxi - tovar va xizmatlarni bazis narxi-ni, barcha qo'shimcha soliqlarni o'zichiga oladi, faqat subsidiyani xisobga olmaydi.

Bozor narxi - bu talab va taklif ta'sirida bozorda o'rnatiladi-gan narx bo'lib, u haridorlarni tovar va xizmatlarni tovar va xizmatlar uchun to'laydigan haqiqiy narxidir. Bunday narx harajat va foydadan tashqari sof qo'shma soliqlarni va choy pulini ham o'z ichiga oladi.

O'zgaruvchan narxlar - bu talab va taklifni birgalikdagi o'zgarishida yuzaga keluvchi erkin o'zgaruvchan narxdir.

Qattik, narxlar - bu qisqa muddatli kelajakda birgalikdagi talabni o'zgarishidan keyin ham o'zgar-may qoladigan narxdir.

Narxlar indeksi -ikki turli vaqt davrida tovar va xizmatlar narxini nisbatini aks ettiruvchi ko'rsatkichdir.

Omonatga bo'lgan qobiliyat— omonatni daromaddagi ulushi.

Ortiqcha talab - bu iqtisodiy vaziyat bo'lib, tovar va xizmatlarni amaldagi narxlar talab ularni taklifidan ortiq bo'ladi. U yana yetishmovchilik deb ham ataladi.

Past tabaqadagi buyum - arzon turdagi sigaretlarga o'xshash tovarlar va past sifatli spirtli ichimliklar, ularni iste'mol qilinishi hamma sharoitlar bir xil bo'lganidayam daromad oshgani sari pasayib boradi. Daromad oshgani sari bu kabi tovarlarni egri chizig'i chapga qarab siljiydi yoki bo'lmasa xuddi shunga o'xshash, talabni egiluvchanligi daromad bo'yicha salbiydir.

Pul bazasi (negizi) — muomiladagi naqd pul miqdori. Unga korxonalar kassalaridagi va milliy banklardagi tijorat banklar rezervlari ham kiradi, undan kredit berilmaydi.

Pul bosib chiqarishdagi keladigan davlat daromadi - davlat budjetiga tushadigan sof tushumlar. Ular qo'shimcha pullarni muomilaga kiritilishida yuzaga keladi. Giperinflatsiya davrlarida pul emissiyalarini jadallashtirilishi natijasi davlatni yalpi milliy mahsulotini 12% hajmiga to'g'ri keladi.

Pulga bo'lgan talab - bu xalq hayotini hamma jabhalari uchun kerakli hisoblangan pul miqdoridir: ya'ni iste'mol uchun, jamg'arish uchun, bitimlarni amalga oshirish uchun, "jo'shqinlik kun" uchun va hokazolar. U birgalikdagi iste'molni funksiyasi foiz stavkasi, operatsiyasi harajatlar va boshqa o'zgaruvchilar sifatida ifodalanadi.

Pul siyosati bu davlat tomonidan o'tkaziladigan pul masalasidagi o'zgarishlardir.

Pul yalpi taklifi— iqtisodga hozirgi vaqtda xizmat qilib turgan pullarni umumiy miqdori. O'z ichiga banknotlarni, muomaladagi tanga pullarni, xalqni bankdagi depozitlari va boshqa qimmatbaho qog'ozlar.

Real (haqiqiy) ish haqi - narxlar o'zgarishi saviyasiga to'g'rilangan nominal ish haqi.

Resurslar alokatsiyasi - iqtisodiy agentlar orasida kamyob resurslarni taqsimlanishi. Ma'lum alokatsiya jamiyatni asosiy uchta iqtisodiy savolga javobi hisoblanadi: Nima ishlab chiqarish kerak? Uni qanday ishlab chiqarish kerak? Ishlab chiqarishi natijalariga kim egalik qiladi?

Savdo balansi (savdo balansiga qarang) kapital bilan bo'ladigan moliyaviy operatsiyalar balansi - xorijga ketadigan va undan keladigan kapitallar harakatini aks

ettiradi (qarzlarni, kreditlarni, holis qilinadigan yordamni, xorijiy investitsiyalarni).

Sanoat sikli - bu muntazam takrorlanmaydigan iqtisodni taraqqiyot davri bo'lib ish faolligini ko'tarilish holatidan pasayishga o'tib turishdan iboratdir.

SIF (narx, sug'urta, fraxt) - bu maxsus atama bo'lib, obyektning ko'rsatilgan oldi-sotdi narxi sug'urta harajatlarini va fraxtni o'z ichiga oladi.

Subsidiyalari-bu davlatni ishlab chiqaruvchilarga qaytarilmaydigan yordamidir, Bu yordam bevosita pul mablag'ini ajratishi (grantlarni) va davlat operatsiya xizmatlariga, soliq imtiyozlari va qiziqtirish-lari investitsiyalar shaklida bo'lishi mumkin.

So'rab olinadigan depozitlar - bu so'rab olinadigan pul omonatlari bo'lib boshqalarda saqlanadi.

So'rab olinadigan omonatlar - so'rab olinadigan depozitga qarang.

Tabiiy yakka hokimlik -ma'lum turdagi mahsulotni ishlab chiqaruvchi tarmoq bo'lib unda yagona firma birgalikdagi tarmoq hajmidagi mahsulotni boshqa ko'plab firmalarga qaraganda kam harajatlar bilan ishlab chiqarishi mumkin.

Talab miqdoridagi o'zgarishi - talab egri chizish bo'yicha harakatlanish. Foydali buyum narxidagi o'zgarishlar orqali did va afzal ko'rishlarda saqlanib keladigan o'zgarmas daromadga yuzaga keladi.

Talab taklif miqdori - ma'lum vaqt davrida sotuvchi (oluvchi berilgan narxda olishi) sotishi mumkin bo'lgan foydali buyum soni.

Talab o'zgarishi — bu talabni boshlang'ich egri chizig'idagi siljishi. Bu bitta yoki bir necha o'zgaruvchilarni o'zgarishi bilan yuzaga keladi va talabni egri chizig'iga shakliga ta'sir ko'rsatadi: daromadga, boshqa tovarlar narxlariga, did va avval ko'rishlarga.

Tariflar — bu davlatga olib kirilishida bojxona to'lovi to'lanadigan tovarlar ro'yxatidir. Bu davlat tomonidan iqtisodni tartibga solishda importni boshqarilishi vositasi sifatida ishlatiladi.

Tartibga solish— bu jarayon bo'lib, uning yordamida ijtimoiy ko'rsatkichlarni yaxshilash niyatida hokimiyatni bozor ishiga har tomonlama aralashishi va o'zluksiz ishlab turishi uchun sharoit yaratilishidir. Bunga misol sifatida, davlat tomonidan shunday tarmoqlarni, ya'ni elektroenergetika, suv ta'minoti, telefon aloqasini tartibga solinib turilishini keltirish mumkin.

Tashqi nazorat mexanizmlari— bu firmadan tashqarida joylashgan mexanizmlar bo'lib firma boshqaruvchisini daromadni imkoni boricha oshirishga majbur qiladi. Ular o'zlariga umumiy bozor nazoratini, savdo bozoridagi raqobatni va bozordagi kapital tomonidan qilinadigan taklifni intizomga chaqiruvchi ta'sirini oladi.

Tashqi dunyo — bu xorijda iqtisodiy agentlarni birlashtiruvchi institutsional sektor bo'lib, ular ushbu davlat iqtisodiy agentlarini tashqi iqtisodiy aloqalarni amalga oshirilishini ta'minlaydi.

Tashqi qarz xizmati — olingan qarzlar bo'yicha muntazam to'lanadigan foizlar mexanizmi.

Tovar va materiallar zaxirasi— ishlab chiqilgan, ammo hali sotilmagan ishlab chiqaruvchilar omborlaridagi va ko'tara savdoni kutayotgan mahsulot.

Tovar va xizmatlar balansi— tovar va xizmatlar eksporti va importi balansi (sayyoxlik, transport va boshqalar) bo'lib xdkobot davrini oxiridagi saldoni aks

ettiradi.

To'lov balansi— jamg'arma balans hisobi bo'lib tashqi dunyo bilan operatsiyalar xulosasini ko'rsatadi (joriy operatsiyalar balansiga qarang). Kapitallar va davlat valuta vositalarini harakatini saldolari xorijga to'lanadigan jamg'arma to'lovlar va xorijdan ishladigan to'lovlar ayirmasi sifatida aniqlanadi. Agar xorijdan kelib tushadigan valuta — moliya vositalari xorijga to'lanadigan to'lovlardan ko'p bo'lsa, unda to'lov balansi ijobiy hisoblanadi va aksincha, kam bo'lsa — salbiy bo'ladi.

Uzoq muddatli taklif egri chizig'i-bu uzoq muddatli kelajakda turli narxda firmalar taklif qiladigan mahsulot sonidir. Firma uchun prays-teyker cheklangan harajatlarni uzoq muddatli o'rtacha harajatlardan ortiqqligini ko'rsatuvchi egri chizmadir.

Uzoq muddatli cheklangan harajatlar- bir dona qo'shimcha mahsulot ishlab chiqarish uchun talab qilinadigan qo'shimcha uzoq muddatli birgalikdagi harajatlar.

Uzoq muddatli yalpi harajatlar - berilgan hajmdagi mahsulotni uzoq muddatli davrda ishlab chiqish uchun zarur bo'lgan birgalikdagi harajatlarni eng kichik saviyasi (muqobil harajatlar bo'yicha o'lchangan).

Umumiy muvozanat tahlili — ma'lum vaqt davomida barcha bozorlarda muvozanatni o'rganish. Bunday tadbir bozorlar orasidagi o'zaro bog'liqlikni aniqlash uchun va tizimni bir butundek ishlashini ta'riflab beradi.

FOB — to'g'ri ma'noda SIFdan farqli ravishda yuklarga ishlov berish, kafolatlash va boradigan manziliga yetkazib borish qiymati uning narxiga oshirilishi lozim.

Foizning haqiqiy stavkasi — bu ma'lum vaqt davrida aktivlarni haqiqiy qiymatini depozitiv hisoblarida va qimmatbaho qog'ozlarda oshib borishi foiz stavkasidir; hozirgi davrda kutilgan inflatsiya jadalligi bilan aniqlashtirilgan foizni nominal stavkasi.

Xorijiy operatsiyalar balansi— bu balans hisobi bo'lib tashqi iqtisodiy operatsiyalarni tovar, xizmatlar va joriy transportlar bilan tashqi savdoni ko'rsatadi.

Cheklangan import, investitsiya, iste'mol qobiliyati — bu bir pul birligiga to'g'ri keladigan daromadni ko'payishi bilan bog'liq harajatlarini importga, investitsiyaga va iste'molga o'sishidir.

Eksport— bu tashqi bozorlarda amalga oshirish niyatida xorijga tovar, xizmatlar va kapital chiqarish.

Tovarlar eksporti — bu ichki ishlab chiqarishi tovarlarni xorijga chiqarish, hamda xorijiy sheriklarga ishlab chiqarish va iste'mol tavsifiga ega xizmatlarni haq to'lash evaziga ko'rsatish.

Kapital eksporti — bu o'z davlatni tashqarisiga kapitalni tijorat maqsadlarga chiqarish.

Erkin kirish— bu yangi ishlab chiqaruvchilarni bozorga hech qanday to'siqsiz kirish vaziyati.

Yalpi ichki mahsulot (YAIM)— davlat hududida ishlab chiqariladigan tovar va xizmatlarni ma'lum vaqt davrida yalpi bozor qiymati.

Yalpi milliy mahsulot (YAMM)— ma'lum vaqt davrida milliy iqtisodiy ishlashi natijasi (bir oy, uch oylik, bir yil), u milliy ishlab chiqarish orqali o'lchanishi mumkin, YAMMni daromadlari va so'ngi iste'mollari, ishlab chiqarish orqali

o'lgan bo'lsa u ma'lum vaqt davrida davlatni rezidentlar - sektori tomonidan ishlab chiqilgan tovar va xizmatlarni yalpi bozor qiymati xisoblanadi, undan o'rtacha iste'molini qiymati ayirilmog'i darkor. Yalpi daromadlar orqali o'lgan bo'lsa-u omil daromadlar jamg'armasi bo'lib ichki ishlab chiqarishdan maosh shaklidagi omil daromatlari jamg'armasi korxona egalariga to'langan foizlar va daromadlar, hamda xorijdan keladigan rezidentlar sektorini daromadini sof omilidir. So'ngi iste'mol orqali o'lgan YAMM-bu uy xo'jaliklari, korxonalar va hokimiyat tomonidan sotib olingan tovar va xizmatlarni, asosiy fondlarga kiritilgan kapital mablag'larni, hamda sotilmay qolgan mahsulotni birgalikdagi bozor qiymatidir. YAMMni o'lganishini uchta usuli ham aniqlash bo'yicha bir xil natijaga olib keladi.

Nominol YAMM-bu joriy narxlarda ifodalangan YAMMdir.

Xaqiqiy (real) YAMM bu o'zgarish narxlaridagi YAMMdir. U joriy narxlarni narxlar o'zgarishi ko'rsatkichi asosida tuzatish kiritish orqali aniqlanadi (inflatsiya saviyasi).

Potensial YAMM - amaldagi resurs va ish kuchi yordamida erishish mumkin bo'lgan ishlab chiqarish hajmi.

YAMM saviyasidagi mos kelmaslik-YAMMni potensial va real saviyalari oralig'idagi uzilish.

Yalpi milliy mahsulot deflyatorlari-indeksi-YAMMni ko'rsatkichlarini bunyod etish uchun ishlatiladigan taqqoslovchi narxlaridagi indeksleri guruhi. Ular tarkibiga - narxlarni agregat indeksi, noaniq narx indeksi -deflyator, baholar zanjiri indeksi, iste'molchilar narxini indeksi, ishlab chiqaruvchilar narxi, hamda maxsus bunyod etilgan indeksler kiradi.

YAMMni noaniq narxini deflyator ndeksi- bu joriy narxlaridagi YAMMni, taqqoslovchi narxlaridagi YAMMi nisbatini, yoki boshqa so'z bilan aytganda nominal YAMMni real YAMMga nisbatini tavsiflovchi ko'rsatkich.

Qaytmas harajatlar — omil harajatlari, bir marta qilingan bo'lib, qaytarilib olinmasliga mumkin. Masalan, agar mashina 100 ming so'm tursa uni eski mashinalar bozorida 80 ming so'mga sotilsa, unda iqtisodchi aytishi mumkin ya'ni har mahal qiymat orasidagi farq, 20 ming so'm qaytmas harajatlar tarkibiga kiradi. Qaytmas harajatlar bir vaqtdagi harajatlar soniga kirmaydi.

Qimmatbaho qog'ozlar— bular moliyaviy hujjatlar bo'lib (veksellar, cheklar, aksiyalar, obligatsiyalar va hokazolar) ular aktivlar egasiga dividend ko'rinishida daromad keltirishiga guvohlik beradi.

Qisman muvozanat tahlili — alohida bir cheklangan bozor misolida muvozanatni o'rganish.

Qo'shilgan qiymat— ishlab chiqilgan tovar va xizmatlar qiymatlari bilan va o'rtalikdagi iste'mol qiymati oralig'idagi material harajatlari, amortizatsiya ajratmalari va qo'shma harajatlar bilan farqlidir. U sotilgan mahsulot qiymati bilan uni ishlab chiqarilishiga sarflangan harajatlar ayirmasi bilan aniqlanadi. Harajatlarga ishchi kuchining qiymati qo'shilmaydi.

Qo'shilgan harajatlar— shartli hisoblangan xarajatlar bo'lib, ular omil egasi uni optimal tarzda ishlatmasligi ham mumkin. Masalan, xususiy mulk egasini vaqtda ishontirilgan harajatlar, agar u o'z vaqtini xizmatchilarni qabul qilish bilan emas,

balki biznesni harakatlantirish uchun ishlatsa bu ular uchun imkoniyatni boy berish bilan barobardir.

O‘rtacha harajatlar— bu birgalikdagi harajatlarini mahsulot birligi soniga nisbatidir, yani chiqariladigan mahsulot birligiga to‘g‘ri keladigan harajatlar. Yana qisqa muddatli o‘rta harajatlar va uzoq muddatli o‘rta xarajatlariga ham qarang.

O‘zaro manfaatdor savdo— har ikkala tomon (sotuvchi va oluvchi) manfaatdor bo‘ladigan savdo.

TAVSIYA ETILADIGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

QONUNLAR, FARMONLAR VA PREZIDENT I.A.KARIMOV ASARLARI

1. Каримов И.А.Эришилган ютуқларни мустаҳкамлаб, янги марралар сари изчил ҳаракат қилишимиз лозим Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислон Каримовнинг 2005 йилда мамлакатни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш якунлари ва 2006 йилда иқтисодий ислохатларни чуқурлаштиришнинг энг муҳим устивор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамаси мажлисидаги маърузаси. Ўзбекистон овози, 11 февраль 2006 йил
2. “Бозор ислохотларини чуқурлаштириш ва иқтисодиётни янада эркинлаштириш соҳасидаги устувор йўналишлар амалга оширилишини жадаллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2005 йил 14 июндаги Фармони. Тошкент шаҳри, Халқ сўзи, 2005 йил 15 июнь.
3. “Тадбиркорлик субъектларини ҳуқуқий ҳимоя қилиш тизимини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2005 йил 14 июндаги Фармони. Тошкент шаҳри, Халқ сўзи, 2005 йил 16 июнь.
4. “Тадбиркорлик субъектлари томонидан тақдим этиладиган ҳисобот тизимини такомиллаштириш ва уни ноқонуний талаб этганлик учун жавобгарликни кўчайтириш тўғрисида” Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2005 йил 15 июндаги Фармони. Тошкент шаҳри, Халқ сўзи, 2005 йил 17 июнь.
5. “Микрофирмалар ва кичик корхоналарни ривожлантиришни рағбатлантириш борасидаги кўшимча чора тадбирлар тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2005 йил 20 июндаги Фармони. Тошкент шаҳри, Халқ сўзи, 2005 йил 21 июнь.
6. Тадбиркорлик субъектларини текширишни янада қисқартириш ва унинг тизимини такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида Ўзбекистон Республикаси Президентининг Фармони 5 октябрь 2005 йил
7. Каримов И.А. Бизнинг бош мақсадимиз – жамиятни демократлаштириш ва янгилаш, мамлакатни модернизация ва ислох этишдир. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислон Каримовнинг Олий Мажлис қонунчилик палатаси ва Сенатининг қўшма мажлисидаги маърузаси. Халқ сўзи газетаси, 2005 йил 29 январ, № 20, (3565).
8. “Ўзбекистон савдо-саноат палатаси тўғрисида” Ўзбекистон Республикаси қонуни. Халқ сўзи газетаси. 2005 йил 04 январь, № 2 (3547)
9. Ўзбекистон Республикаси Тадбиркорлик тўғрисида”ги қонуни 2001 йил. Ўзбекистон Республикасининг Фуқаролик Кодекси, "Тадбиркорликка оид қонун ҳужжатлари тўплами", - Тошкент: Шарқ 2002.
10. Ўзбекистон Республикасининг 1996 йил 26 апрелдаги "Акциядорлик жамиятлари ва акциядорларнинг ҳуқуқларини ҳимоя қилиш тўғрисида"ги

- Қонуни, "Тадбиркорликка оид қонун ҳужжатлари тўплами", -Тошкент: Шарқ, 2002.
- 11.Ўзбекистон Республикасининг 2001 йил 6 декабрдаги "Хўжалик ширкатлари тўғрисида"ги Қонуни, "Тадбиркорликка оид қонун ҳужжатлари тўплами", - Тошкент: Шарқ, 2002.
 12. Ўзбекистон Республикасининг 2001 йил 6 декабрдаги "Масъулияти чекланган ҳамда қўшимча масулиятли жамиятлар тўғрисида"ги Қонуни, "Тадбиркорликка оид қонун ҳужжатлари тўплами", - Тошкент: Шарқ, 2002.
 - 13.Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2001 йил 22 августдаги қабул қилинган "Тадбиркорлик субъектларини давлат рўйхатига олиш тизимини такомиллаштириш тўғрисида"ги 347-сонли қарори"Тадбиркорликка оид қонун ҳужжатлари тўплами", - Тошкент: Шарқ, 2002.
 - 14.Ўзбекистон Республикасининг 1998 йил 30 апрелдаги "Фермер хўжалиги тўғрисида"ги қонуни, "Ўзбекистон Республикаси банклари томонидан кичик ва ўрта бизнесни қўллаб-қувватлаш бўйича қонунчилик ҳужжатлари тўплами", - Тошкент: Шарқ, 2002.

MAXALLIY DARSLIKLAR, O'QUV QOLLANMALAR VA MA'RUZA MATNLARI

- 14.А.Бекмурадов, Б.Гоипназаров, М.Аманов, М.Тошхуджаев. Ўзбекистон иқтисодиётини либераллаштириш йилларида. 1-қисм. Макроиқтисодиёт ва иқтисодий ислохатлар, савдо ва инвестициялар оқимлари. Т.: ТДИУ, 2005й.
15. А.Бекмурадов, С.Т.Сатторов, Ж.Тураев, К.Солиев, С.Рузиев. Ўзбекистон иқтисодиётини либераллаштириш йилларида. 3-қисм. Кичик бизнес ва тадбиркорлик ривожини - давр талаби. Т.: ТДИУ, 2005й.
16. А.Бекмурадов, Р.Тожиев, Х.Курбонов, К.Солиев, С. Рузиев. Ўзбекистон иқтисодиётини либераллаштириш йилларида. 4-қисм. Молия ва банк тизимидаги ислохатлар самараси. Т.: ТДИУ, 2005
17. А.Бекмурадов, Р.Тоиров, Э.Махмудов, М.Исаков, Ж.Тураев. Ўзбекистон иқтисодиётини либераллаштириш йилларида. 5-қисм. Ташқи иқтисодий сиёсат: савдо ва инвестициялар оқимлари. Т.: ТДИУ, 2005.
18. Кичик тадбиркорлик фаолияти асослари 1-қисм: Ўқув амалий қўлланма / Б.Ю.Ходиев, Ғ.А.Самадов,М.С. Юсупов ва бошқалар – Тошкент.: ЕҲ ТЕМПУС дастури “Матодор-2000” лойиҳаси, 2004.
- 19.Кичик тадбиркорлик менежменти 2-қисм: Ўқув амалий қўлланма / Б.Ю.Ходиев, Ғ.А.Самадов,М.С. Юсупов ва бошқалар – Тошкент.: ЕҲ ТЕМПУС дастури “Матодор-2000” лойиҳаси, 2004.
20. Кичик тадбиркорликда маркетинг 3-қисм: Ўқув амалий қўлланма / Б.Ю.Ходиев, Ғ.А.Самадов,М.С. Юсупов ва бошқалар – Тошкент.: ЕҲ ТЕМПУС дастури “Матодор-2000” лойиҳаси, 2004.
- 21.“Тадбиркорлик фаолиятини амалга оширишнинг асослари”, OSCE — — Т.,2004

22. Ғуломов С.С. Тадбиркорлик ва кичик бизнес. - Тошкент - 2002.
23. Қосимова М.С. Ходиев Б.Ю. ва бошқалар Кичик бизнесни бошқариш Т. 2003
24. Собиров М.А. ва бошқ., "Тадбиркорлик фаолиятини амалга оширишнинг асослари", - Тошкент: Консультинформ-Нашр, 2003.
25. Шодибекова Д.А. Кичик бизнесни бошқариш/ Маъруза матни Т.: ТДИУ 2005
26. Шодибекова Д.А. Халқаро маркетинг/ Маъруза матни Т.: ТДИУ.
33. Шодибеков Д.И Шодибекова Д.А. Молиявий менежмент/ Маъруза матни Т.: ТДИУ, 2005
34. "Ўз ишингизни яратинг ёки тадбиркор нималарни билиши лозим"- Тошкент, ЮНИДО. "Бизнес маслаҳат маркази" лойиҳаси. 2003.

MUSTAQIL DAVLATLAR XAMDO‘STLIGI VA EVROPA DAVLATLARIDAGI MONOGRAFIYA, DARS LIKLAR, O‘QUV QO‘LLANMALAR VA MA‘RUZA MATNLARI

27. Энциклопедия начинающего предпринимателя: Практические рекомендации. - М.: ЗАО "Новый издательский дом", 2004. - 816 с.
28. Янковский К.П. Введение в инновационное предпринимательство. Учебное пособие. - СПб.: Питер, 2004.
29. Менежмент малого бизнеса: Учебник/Под. Ред. Проф М.М.Максимцова и проф. В.Я.Горфинкеля. - М.: Вузовский учебник, 2004.
30. Рубин Ю.Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции. 4-е изд. пер. и доп. Учебник- М.: ООО Марлет Дс Корпорейшен, 2004.
31. Собел М. Краткий курс MBA (Master of Business Administration). - М.: Изд-во Эксмо, 2004.
32. Путеводитель по социальным программам российского бизнеса (Серия путеводителей – справочников "Проверено Коммерсант"). Альпина Бизнес Букс, 2004.
33. Уткин Э.А., Шабанов Д.С. Антикризисное управление в малом бизнесе: Учебно практическое пособие. - М.: ТЕИС, 2004
34. Российское предпринимательство №6-9 /2004. Журнал для тех кто хочет стать миллионером, опираясь на знания законов рынка. 2004
35. Малый бизнес. Организация, экономика, управление. Под ред. Проф. В.Я.Горфинкеля, проф В.А.Швандара. Учеб. Пособие. 2-е изд., перераб. И доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. - 430 с. Моррелл Д. Как делать прогнозы в бизнесе. Руководство для предпринимателей. - М.: НІРРО, 2004.
36. Малый бизнес. Организация, экономика, управление. Под ред. Проф. В.Я.Горфинкеля, проф В.А.Швандара. Учеб. Пособие. 2-е изд., перераб. И доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003.
37. Горемыкин В.А., Нестерова Н.В. Энциклопедия бизнес – планов: Методика разработки. 75 реальных образцов бизнес – планов. - М.: Ось-89, 2003.
38. Гурков И.Б. Инновационное развитие и конкурентоспособность. Очерки

- развития российских предприятий М.; ТЕИС, 2003
39. Дэйв Паттен. Успешный маркетинг для малого бизнеса /Пер. с англ. В. Петрамек - М.: Фаир-пресс, 2003.
40. Курков И.Б. Инновационное развитие и конкурентоспособность. Очерки развития и российских предприятий М.: ТЕИС, 2003
41. Практика бизнеса. Записки консультанта. - М.: Издательско-торговую дом Русская редакция, 2003.
42. Кревенс, Дэвид, В.. Стратегический маркетинг, 6-е изд. Пер. с англ. М.: Издательский дом "Вильямс", 2003
43. Gayle Sato Stodder, "On the Small Side" Entrepreneur. Июнь, 1991.- .209-210p. Gayle Sato Stodder, "On the Small Side" Entrepreneur. Июнь, 1991.-
44. Frederik .Wedster, Jr., The Future Role of Marketing in the Organization. Cambridge, 1997

MUSTAQIL DAVLATLAR XAMDO‘STLIGI VA EVROPA DAVLATLARIDAGI MONOGRAFIYA, JURNALLARDAGI ILMIY MAQ‘OLALAR

45. "Пул-кредит соҳасидаги мавжуд вазият ва монетар сиёсатнинг 2005 йилга мўлжалланган асосий йўналишлари"// .Муллажонов – "Банк ахборотномаси" газетаси 2005 йил 30 март № 14 (465)
46. "Тижорат банклари иқтисодиётнинг реал сектори хизматида" Ф. Мусаев// "Бозор Пул ва Кредит" №9 – 2004 й
47. "Кичик бизнес соҳасидаги кредитлар қайтарилишини таъминлаш" Н. Жуманиезов -// "Бозор Пул ва Кредит" №9 - 2004 й
48. Микрокредитлаш: Ўзбекистонда унинг тараккий этиши. - "Экономическое обозрение", ж, 2001Й. 1 -2 сон,
49. Азизов У. "Тижорат банклари томонидан кичик ва ўрта бизнесни молиялаштириш", "Бозор, пул ва кредит" журнали, 2000Й. 4-сон

FOYDALANILGAN DOKTORLIK VA NOMZODLIK DISSERTATSIYALARI

50. Ходиев Б.Ю. "Ўзбекистон иқтисодиётида тадбиркорлик ривожини эконометрик моделлаштириш". 08.00.06. (2000 й.)
51. Турсунов И.Э. Региональные проблемы развития малого и частного предпринимательства. (на материалах Кашкадарьинской области). 08.00.04. 1999.
52. Таксанов А.А. Социальные последствия развития многообразия форм собственности. 08.00.01. пол.экон. 1992.
53. Рафиқов И.Э. Турли мулк шаклларида фаолият кўрсатувчи кўшма хўжалик корхоналарига техник сервис хизматини ташкил этиш масалалари. (Андижон вилояти мисолида). 08.00.04.

FOYDALANILGAN MAGISTRLIK DISSERTATSIYALARI VA BITIRUV MALAKAVIY ISHLARI

54. Анвархўжаев А Кичикбизнесни ривожлантириш муомолари Магистрлик диссертацияси /Т.: 2004, ТДИУ., Умматкулов А. Ўзбекистонда кичик бизнесни ўрни ва уни ривожлантириш муоммолари./ Магистрлик диссертацияси ,Т.: ТДИУ., 2004.
55. Ҳасанов Қ.Ғ. Ўзбекистонда халқаро маркетинг фаолиятини ривожлантириш муаммолари /Магистрлик диссертацияси ,Т.: ТДИУ. 2005.

XALQARO ANJUMANLAR MATERIALLARI

56. Шеров Р. "Кичик ва ўрта бизнес бўйича баъзи муаммолар ва уларни бартараф қилиш бўйича баъзи мулохазалар". Маърузалар тўплами. 2 — сон.—Т.: ТГЭУ, 2004.

ME'YORIY XUJJATLAR

- Марказий банк хисоботи .-Тошкент 2004 й
57. Ўзбекистон Республикаси Давлат Статистика Қўмитаси материаллари.- Тошкент. : 2004 й
58. Осиё Тараққиёт Банкининг 2005 йил маълумотидан.-Тошкент.: 2004 й

PEDAGOGIK VA AXBOROT TEXNOLOGIYALARI BUYICHA USLUBIY KORSATMALAR

59. Голиш Л. "Технологии обучения в экономическом образовании: введение в технологизацию обучения в экономическом ВУЗе", - Т., ч. 2, ТГЭУ, 2005.
60. Голиш Л. "Технологии обучения в экономическом образовании: технологии обучения на лекциях и семинарах в экономическом ВУЗе", - Т., ТГЭУ, 2005,
61. Гулямов С.С. и др. "Дистанционное экономическое образование", - Т., Шарк, 2004, 84с.

STATISTIK TOPLAMLAR, INTERNET YANGILIKLARI, VEB-SAYTLAR

"Деловая среда в Узбекистана глазами представителей малого и среднего бизнеса". Отчет Международной Финансовой Корпорации по итогам 2003 г. -

<http://www.bisnis&eurasia.org>

<http://www.bisnis.doc.gov>

<http://www.itaiep.doc.gov/bisnis/bisnis/html>

<http://www.business-strategy.com/info/about/>

Amazon's online book-selling strategy, <http://www.amazon.com>

Dyson's hover strategy, <http://www.dyson.com>

AOL's Internet strategy, <http://www.aol.com>

<http://www.ced.bg/eng/projects/project12/publication/book.html>

<http://www.unece.org/sme/cjnfrm01.htm>

M U N D A R I J A

KIRISH–.....	5
1-Bob: Kichik biznesning mohiyati va rivojlanishi.....	7
1.1 Kichik biznes tushunchasi.....	7
1.2.Kichik biznes rivojlanish va unga ta'sir etuvchi omillar.....	10
Qisqacha xulosa.....	
Nazorat va muloxaza uchun savollar.....	
Asosiy adabiyotlar.....	
11-Bob: O'zbekistonda kichik biznesni shakllanishi	14
2.1 Kichik biznesni rivojlanish bosqichlari.....	14
2.2 O'zbekistonda kichik biznesni rivojlantirishning ustivorliklari....	17
2.3. Kichik biznesning iqtisodiyotdagi ijtimoiy –iqtisodiy vazifalari.....	19
Qisqacha xulosa.....	
Nazorat va muloxaza uchun savollar.....	
Asosiy adabiyotlar.....	
111-Bob: Rivojlangan davlatlar iqtisodiyotida kichik biznesni o'rni.....	22
3.1.Xorijiy davlatlar iqtisodiyotida kichik biznes...22	
3.2 Yevropa davlatlar iqtisodiyotida kichik biznesni rivojlantirish xususiyatlari....	24
1.3. Respublikada kichik biznesni rivojlantirish borasida jahon tajribalaridan foydalanish...28	
Qisqacha xulosa.....	
Nazorat va muloxaza uchun savollar.....	
Asosiy adabiyotlar.....	
1V-Bob: Kichik biznes tadbirkorligining shakllari....	30
4.1. Xususiy tadbirkorlik	30
1.2. Shirkatchilik korxonalar.	27
1.3. Kichik korxonalar.....	33
Qisqacha xulosa.....	
Nazorat va muloxaza uchun savollar.....	
Asosiy adabiyotlar.....	
V- Bob. Kichik biznes xo'jalik subyektlarini ro'yxatdan o'tkazish, litsenziyalash sertifikatlash tartiblari, muommolari	32
5.1. Yangi korxonani tashkil etish tartibi	41
5.2. Tadbirkorlik sub'ektlaridavlat royxatidan o'tkazish va ularni hisobga qoyish.....	44
5.3. Tadbirkorlik subyektlarini tashkil etish va tugatishdagi muammolar.....	39
5.4. Yangi korxonani litsenziya olish tartibi.....	50
5.5.Kichik biznes subyektlari faoliyatini sertifikatlashtirish	
Qisqacha xulosa.....	
Nazorat va muloxaza uchun savollar.....	
Asosiy adabiyotlar.....	

V1-Bob: Kichik biznes faoliyatini rejalashtirish	57
6.1. Kichik biznesda strategik rejalashtirish.....	57
6.2. Biznes g'oyalarining shakllanishi.....	60
6.3. Biznes loyihalarini texnik-iqtisodiy asoslash.....	60
6.4.Moliya ta'minoti manbalarini izlash.....	63
Qisqacha xulosa.....	
Nazorat va muloxaza uchun savollar.....	
Asosiy adabiyotlar.....	
V11-Bob: Kichik biznes korxonalarida biznes reja	65
7.1 Biznes rejaning mohiyati va ahamiyati.....	65
7.2. Biznes reja isylab chiqish jarayoni.....	
Biznes rejaning asosiy bo'limlari.....	67
Qisqacha xulosa.....	
Nazorat va muloxaza uchun savollar.....	
Asosiy adabiyotlar.....	
V111-Bob: Kichik biznes tadbirkorlik tuzilmalarining tashkiliy tuzilishi...73	
8.1. Kichik biznes korxonalari boshqaruvi strukturasi.....	73
8.2.Biznes korxonalarining tashkiliy strukturasi o'zgarishi.74	
8.3. Kichik biznesni zamonaviy tashkiliy strukturasi.....	78
Qisqacha xulosa.....	
Nazorat va muloxaza uchun savollar.....	
Asosiy adabiyotlar.....	
1X-Bob:Kadrlarni tanlash va o'qitish.....	81
9.1. Ishchilarni ish joylariga joylashtirish.....	81
9.2Vazifalarning mansabga ko'ra taqsimlanishi.....	83
9.3Kadrlar qo'nimsizligi va uni kamaytirish.....	86
Qisqacha xulosa.....	
Nazorat va muloxaza uchun savollar.....	
Asosiy adabiyotlar.....	
X-Bob: Kichik biznesni boshqarish psixologiyasi	88
10.1. Biznesning axlok me'yorlari, tadbirkorlik etikasi.....	88
10.2. Tadbirkorning shaxsiy xususiyatlarini shakllantirish.....	89
10.3. Sheriklar o'rtasidagi va xizmat yuzasidan munosabatlar.....	91
Qisqacha xulosa.....	
Nazorat va muloxaza uchun savollar.....	
Asosiy adabiyotlar.....	
12-Bob: Kichik biznes xaqida ma'lumotlar yig'ish.....	94
12.1. Axborotlarni yig'ish va tahlil qilish.....	94
12.2. Maxfiy axborotlar.....	95
Qisqacha xulosa.....	
Nazorat va muloxaza uchun savollar.....	
Asosiy adabiyotlar.....	
13-Bob: Kichik biznesni moliyalash va kredit bilan taminlash.....	97
13.1.Moliyaviy resurslar va moliyaviy kapitalning mohiyati	97
13.2. Kichik biznesning moliyaviy resurs manbalari.....	101

13.3. Kichik biznesni kredit bilan ta'minlash shakllari.....	101
13.4. Kichik biznesni moliyalashtirishda banklarning roli.....	105
Qisqacha xulosa.....	
Nazorat va muloxaza uchun savollar.....	
Asosiy adabiyotlar.....	
23-Bob: Kichik biznesni subyektlariga investitsiyalarni jalb qilishda davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash vosi-talari.....	163
23.1. Investitsiyalarni jalb qilish - kichik biznesni rivojlantirishni asosi sifatida.....	163
23.2. Kichik biznesni sarmoya bilan ta'minlash chora-tadbirlari.....	164
24-Bob: Xalqaro va xorijiy kredit liniyalari orqali moliyalashtirish yo'llari.....	167
24.1 Halkaro kredit liniyalari orqali kichik biznesni moliyalashtirish.....	167
24.2.Tijorat banklari tomonidan kichik biznes subyektlarini budjetdan tashqari jamg'armalarining kredit liniyalari xisobidan moliyalashtirish.....	169
Qisqacha xulosa.....	
Nazorat va muloxaza uchun savollar.....	
Asosiy adabiyotlar.....	
14-Bob:Kichik biznesda investitsiyalarning loyxaviy tahlili.....	108
14.1.Investitsion loyihalar tahlilining o'ziga xos jihatlari.....	108
14.2 Investitsion loyiha sikllari.....	111
14.3. Investitsion loyiha menejmenti.....	113
Qisqacha xulosa.....	
Nazorat va muloxaza uchun savollar.....	
Asosiy adabiyotlar.....	
15- bob.Kichik biznes xo'jalik subyektlarini tashqi iqtisodiy faoliyati.....	115
15.1.Kichik biznes korxonalari samaradorligini oshirishda tashqi iqtisodiy faoliyatni o'rni.....	115
15.2. Kichik biznes korxonalariga tashqi iqtisodiy faoliyatni amalga oshirish omillari.....	117
15.3. Kichik biznes samaradorligini oshirishning asosiy yo'nalishlari.....	121
Qisqacha xulosa.....	
Nazorat va muloxaza uchun savollar.....	
Asosiy adabiyotlar.....	
16- bob. Kichik biznes korxonalarini rivojlantirishda lizingdan foydalanish.....	123
16.1 Kichik biznesda lizing va undan foydalanish ahamiyati.....	123
16.2.Respublikada lizing munosabatlari o'ziga xos xususiyatlari.....	125
16.3. Lizing operatsiyalarining jahon iqtisodiyotida tutgan o'rni.....	126

Qisqacha xulosa.....	
Nazorat va muloxaza uchun savollar.....	
Asosiy adabiyotlar.....	
17-Bob: Kichik biznesni yuritishda franchayzing tizimi.....	129
17.1. Franchayzingning mohiyati.....	129
17.2. Franchayzingning asosiy turlari va qoidalari.....	130
18-Bob: Kichik biznesning hayotiy sikillari	133
18.1. Kichik biznesning hayotiy sikli.....	133
18.2. Kichik biznes korxonalarining hayotiy siklini boshqarishni samarali tashkil etish.....	136
18.3. Kichik biznes korxonalarining moliyaviy moslashuvchanligini ta'minlash.....	137
Qisqacha xulosa.....	
Nazorat va muloxaza uchun savollar.....	
Asosiy adabiyotlar.....	
19-Bob. Kichik biznesda bonkrotlik	137
19.1. Bankrotlik - raqobat kurashining obyektiv xodisasidir.....	139
19.2. Kichik biznes korxonalari inkirozga uchrashining sababi.....	141
19.3. Kichik biznesda xo'jalik yurituvchi subyektlarni tugatish va qayta tashkil etish shart-sharoitlari.....	141
Qisqacha xulosa.....	
Nazorat va muloxaza uchun savollar.....	
Asosiy adabiyotlar.....	
20-Bob: Kichik biznesda marketing.....	143
20.1. Kichik biznesda marketing maqsad va vazifalari.....	143
20.2. Bozorga moslashish. strategiyani shakllantirish.....	145
20.3. Kichik biznes korxonasi marketing bo'limlari tashkiliy strukturasining turlari.....	148
Qisqacha xulosa.....	
Nazorat va muloxaza uchun savollar.....	
Asosiy adabiyotlar.....	
21-Bob: Kichik biznesni rivojlantirishda bozor infratuzulmasi o'rni.....	151
21.1. Kichik biznesni bozor infratuzilmasi.....	151
21. 2. Kichik biznes infratuzilmasi xususiyatlari, zarurligi.....	152
21.3. Kichik korxonalarining infratuzilma obyektlari bilan taminlanganlik darajasi.....	153
21.4. Bozor infratuzilmasini barpo qilish muammolari va ularni hal etish choralari.....	154
Qisqacha xulosa.....	
Nazorat va muloxaza uchun savollar.....	
Asosiy adabiyotlar.....	
22-Bob: Kichik biznesda tavakkalchilik	157

22.1. Tadbirkorlik muhiti va xo‘jalik tavakkalchiligi.....	157
22.2. Tavakkalchilikni o‘lchash uslublari.....	159
22.3. Tavakkalchilik elementlari bilan bog‘liq qarorlarni tanlash va amalga oshirishga ta’sir qiluvchi omillar.....	160
22.4. Kichik biznesda ba’zi bir xo‘jalik tavakkalchiligi turlarini sug‘urtalash.....	161
Qisqacha xulosa.....	
Nazorat va muloxaza uchun savollar.....	
Asosiy adabiyotlar.....	
“Kichik biznesni boshqarish” fanini o‘qitishda yangi - innovatsion pedagogik texnologiyadan foydalanish.....	220
Izohli lug‘atlar.....	160
Adabiyotlar ro‘yxati.....	175
Mundarija.....	

TABLE OF CONTENTS

INTRODUCTION ...	5
Chapter1: Essence of small business and its development ...	7
1.1 Concept of small business ...	7
1.2 Development of small business and its influence ...	10
Brief conclusions.....	
Questions for discussion fnd control.....	
Main literature.....	
Chapter2: Formation small business in Uzbekistan ...	14
2.1 Formation small business in Uzbekistan ...	14
2.2 Importance of development of bases of small business in Uzbekistan ...	17
2.3 Socioeconomic problemsof small business in economy ...	19
Brief conclusions.....	
Questions for discussion fnd control.....	
Main literature.....	
Chapter3: Developments value of small business in economy of the countries ...	22
3.1 Small business in economy of the foreign states ...	24
3.2 Features of development of small business in economy of the European states ...	24
3.3 Use of global experience in development of small business in Republic.	
Brief conclusions.....	
Questions for discussion fnd control.....	
Main literature.....	
Chapter4: the Organized and legal forms of business in small business	30
4.1 Private business	
4.2 The companionable (simple) enterprises and the full enterprises ...	31
4.3 Small enterprises ...	33
Brief conclusions.....	
Questions for discussion fnd control.....	
Main literature.....	
Chapter5: the Order of reception of the sanction to conducting activity, licensing, a problem and developing directions of economic subjects of small business ...	41
5.1 Creation of the new enterprises, the order of reception of the sanction to conducting activity ...	41
5.2 Carrying out of checks at economic subjects of small business ...	44
5.3 The organization of enterprise subjects and revealing of problems ...	45
Brief conclusions.....	
Questions for discussion fnd control.....	
Main literature.....	
Chapter6: Action of standardization and certification for subjects of small business ...	50
6.1 Licenses, the order of licensing to the new enterprises ...	50
6.2 Action and value certification for economic subjects of small business ...	53
Chapter7: Definition of development of small business ...	57

7.1 Strategic planning in small business ...	57
7.2 Kinds business of ideas ...	60
7.3 The basis technical and economic business of projects ...	60
7.4 Searches of financial maintenance ...	63
Chapter8: the Business - plan of the enterprises in the small business ...	65
8.1 Value and influence of the business - plan ...	65
8.2 The basic parts of the business - plan ...	67
Brief conclusions.....	
Questions for discussion fnd control.....	
Main literature.....	
Chapter9: the Organized structure of structure of business in small business ...	73
8.1 Administrative structure of the enterprises of small business ...	73
8.2 The organized structure of enterprise firms ...	76
8.3 The modern organized structure of small business ...	78
Brief conclusions.....	
Questions for discussion fnd control.....	
Main literature.....	
Chapter10: the Choice and training of the staff ...	81
10.1 A choice of a place of job ...	81
10.2 Distribution of duties on posts ...	83
10.3 Dismissal and reduction of the staff ...	86
Brief conclusions.....	
Questions for discussion fnd control.....	
Main literature.....	
Chapter11: Moral rules of business in small business ...	88
11.1 Concepts of morals of business and enterprise ethics ...	88
11.2 Features of education of privateindividual business ...	89
11.3 Relations between partners and departments ...	91
11.4 Relations with the client ...	92
Brief conclusions.....	
Questions for discussion fnd control.....	
Main literature.....	
Chapter12: Gathering of data in small business ...	94
12.1 Gathering and the analysis of the information ...	94
12.2 The classified information ...	95
Brief conclusions.....	
Questions for discussion fnd control.....	
Main literature.....	
Chapter13: Financing and maintenance with the credit of small business	97
13.1 Concepts of financial resources and the financial capital ...	97
13.2 Sources of financial resources in small business ...	101
13.3 Kinds of credit maintenance in small business ...	101
13.4 A role of banks in financing small business ...	105
Brief conclusions.....	

Questions for discussion and control.....	
Main literature.....	
Chapter23: Attraction and maintenance of the state investments in small business ...	
163	
23.1 Attraction and development of the state investments in small business ...	163
23.2 Measures of financial supply of small business ...	164
Brief conclusions.....	
Questions for discussion and control.....	
Main literature.....	
Chapter24: Ways of financing on the international and foreign demand lines of credit ...	
167	
24.1 Financing small business by means of the international demand lines of credit ...	
167	
24.2 Financing commercial banks by means of subjects of small business and financing from funds of demand lines of credit ...	169
Glossary ...	174
The literature.....	
 Chapter14: the Analysis of investment projects in small business ...	108
14.1 The analysis and kinds of investment projects ...	108
14.2 Cycles of investment projects ...	111
14.3 Management of investment projects ...	113
Brief conclusions.....	
Questions for discussion and control.....	
Main literature.....	
Chapter15: Foreign trade activities of economic subjects of small business ...	115
15.1 Value of increase in efficiency of foreign trade activities of the enterprises of small business ...	115
15.2 Factors of increase in foreign trade activities of the enterprises of small business ...	117
15.3 The basic ways of increase in small business ...	121
Brief conclusions.....	
Questions for discussion and control.....	
Main literature.....	
Chapter16: Development of the enterprises of small business at use of leasing ...	123
16.1 Leasing in small business and its value ...	123
16.2 Main principles of leasing in Republic Uzbekistan ...	125
16.3 A role of leasing operations in economic ...	126
 Chapter17: System of promotion franchise franchising in small business ...	129
17.1 Concept of franchising ...	129
17.2 The basic types and rules of franchising ...	130
Brief conclusions.....	
Questions for discussion and control.....	
Main literature.....	

Chapter18: Life cycles of small business ...	133
18.1 Life cycle of small business ...	133
18.2 The successful organization of life cycle of the enterprise of small business ...	136
18.3 Financial maintenance of the enterprise of small business ...	137
Brief conclusions.....	
Questions for discussion and control.....	
Main literature.....	
Chapter19: Bankruptcy in small business ...	137
19.1 Bankruptcy - objective competitive struggle ...	137
19.2 The reasons of occurrence of the crisis enterprises in small business ...	141
19.3 Conducting facilities economy and conditions of the organization of facilities economy subjects of small business ...	141
Brief conclusions.....	
Questions for discussion and control.....	
Main literature.....	
Chapter20: Marketing of small business ...	143
20.1 The purposes and problem tasks marketing of small business ...	143
20.2 Formation of strategy of the adaptation to the market ...	145
20.3 Types of the organized structures in marketing small business ...	148
Chapter21: Development of small business and a market infrastructure ...	151
21.1 A market infrastructure of small business ...	151
21.2 Importance and features of a market infrastructure ...	152
21.3 Objects of a market infrastructure and a level of equipment ...	153
21.4 Problems of a market infrastructure and their decision ...	154
Brief conclusions.....	
Questions for discussion and control.....	
Main literature.....	
Chapter22: Risk in small business ...	157
22.1 Sphere of business and economic risks ...	157
22.2 Ways of measurement of risk ...	159
22.3 A selection of decrees according to risk elements and factors of influence	160
22.4 Kinds of insurance of economic risk in small business ...	161
Brief conclusions.....	
Questions for discussion and control.....	
Main literature.....	
Table of contents.....	