

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

MIRZO ULUG'BEK nomidagi

SAMARQAND DAVLAT ARXITEKTURA-QURILISH INSTITUTI

“QURILISHDA MENEJMENT” kafedrası

“TADBIRKORLIK ASOSLARI”

fanidan

MA'RUZALAR MATNI

**5230200 - «Menejment» ta'lim yo'nalishida ta'lim olayotgan
talabalar uchun**

Samarqand - 2016 yil

**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIIY VA O'RTA
MAXSUS TA'LIM VAZIRLIGI**

**MIRZO ULUG'BEK nomidagi
SAMARQAND DAVLAT ARXITEKTURA-QURILISH INSTITUTI**

“QURILISHDA MENEJMENT” KAFEDRASI

**Institutining Ilmiy-uslubiy
Kengashida ko'rib chiqildi va
chop etishga ruxsat berildi.
Ro'yxatga olindi _____
Bayonnoma № _____
«____» _____ 2016 y.**

**“TASDIQLAYMAN”
Institutining ilmiy-uslubiy
kengashi raisi
t.f.n., dotsent. A.T.Quldashyev

«____» _____ 2016 y.**

**5230200 - «Menejment» ta'lim yo'nalishida ta'lim olayotgan
talabalar uchun**

“TADBIRKORLIK ASOSLARI”

fanidan

MA'RUZALAR MATNI

Samarqand - 2016 yil

UO’K 368.01(075)

Mazkur ma’ruzalar matni «Menejment» ta’lim yo’nalishidagi bakalavr talabalari uchun “Tadbirkorlik asoslari” fanidan amaliy mashg’ulotlarni o’tishga mo’ljallangan. Ushbu uslubiy ko’rsatmada “Tadbirkorlik asoslari” bo’yicha qisqacha nazariy tushunchalar, shuningdek amaliy mashg’ulotlarda bajariladigan testlar, mashqlar va ularning echimlari keltirilgan.

Uslubiy ko’rsatma iqtisodiy ta’lim yo’nalishlari bo’yicha bakalavrlarga hamda ushbu soha bilan shug’ulanuvchi mutaxassislariga mo’ljallangan.

Tuzuvchilar: “Qurilishda menejment” kafedrası dotsenti, iqtisod fanlari nomzodi
Olmos Bo’ronovich Bo’ronov
“Qurilishda menejment” kafedrası assistenti **Raxmatillo**
Miralimovich Egamov

Ichki taqrizchi: “Qurilishda menejment” kafedrası dotsenti, texnika fanlari
nomzodi **Zayniddin Karjavovich Karjavov**

Tashqi taqrizchi: “Iqtisodiyot va kuchmas mulk ekspertizasi” kafedrası dotsenti,
texnika fanlari nomzodi **Bobo Djuraqulov Giyasov**

Ma’ruzalar matni “Qurilishda menejment” kafedrası majlisida (2016 yil “__”
_____ № “__” bayonnomasida) va “Qurilishni boshqarish” fakulteti o’quv-
uslubiy Kengash ko’rib chiqilgan va institut o’quv-uslubiy Kengashida ko’rib
chiqishga tavsiya etilgan. (bayonnoma № ____ __- _____ 2016 yil)

Chiqish belgilari: SamDAQI. Shakli A-4, Buyurtma №__ Adadi__ Hajmi __

KIRISH

O'zbekistonda amalga oshirilayotgan iqtisodiy islohotlarning hozirgi bosqichi kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish, unga keng iqtisodiy erkinlik berish bilan tavsiflanadi.

Shu jihatdan, hozirgi kunda respublikamizda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishga alohida e'tibor berilmoqda. Chunki, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasini rivojlantirish masalasiga davlatimiz iqtisodiy siyosatining strategik vazifasi sifatida qaralmoqda.

Kichik biznes kapital taqchilligi sharoitida ko'p mablag' talab etmaydigan xo'jalik faoliyati sifatida resurslar aylanmasining yuqori sur'atlarini ta'minlaydi, iqtisodiyotni qayta qurish, iqtisodiy nobarqarorlik va resurslar cheklanganligi sharoitida iste'mol bozorini shakllantirish va uni to'ldirish muammosini tez hamda tejamli tarzda hal etadi. Kichik korxonalar iste'mol talabining o'zgarishiga darhol moslashadi va shu yo'l bilan iste'mol bozoridagi zaruriy muvozanatni ta'minlaydi. Hozirgi paytda ushbu soha nafaqat iqtisodiyotning o'sish sur'atlarini jadal-lashtirishda, balki mamlakatimiz uchun nihoyatda muhim bo'lgan bandlik va aholi daromadlarini oshirish masalalarini hal etishda ham yyetakchi o'rin tutmoqda. Oxirgi yillarda respublikamizda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik bilan shug'ullanuvchi korxonalar soni yil sayin ortib borayotgani sohaning izchil rivojlanayotganligidan dalolat beradi.

Ma'lumki, 2010-yilning 7-dekabr kuni O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi qabul qilingan kunning 18 yilligiga bag'ishlangan tantanali yig'ilishda O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Islom Karimov "Mamlakatimizni modernizatsiya qilish yo'lini izchil davom ettirish – taraqqiyotimizning muhim omilidir" mavzusidagi ma'ruzasida 2011-yilni mamlakatimizda **"Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik yili"** deb e'lon qildi.

Davlatimiz rahbari tomonidan "Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik yili" bo'yicha qabul qilinadigan davlat dasturida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishda quyidagi ustuvor yo'nalishlarga alohida e'tibor qaratish zarurligi ko'rsatib o'tildi¹.

Birinchi navbatda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarining huquq va manfaatlarini himoya qilish, ushbu soha rivoji uchun yanada keng yo'l ochib berish maqsadida mavjud normativ-huquqiy bazani tanqidiy nuqtai nazardan qayta ko'rib chiqish, yangi qonun hujjatlarini qabul qilish masalasi diqqat markazida bo'lishi dardkor.

Ikkinchi ustuvor yo'nalish – kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyati

¹ "Mamlakatni modernizatsiya qilish yo'lini izchil davom ettirish- taraqqiyotimizning muhim omilidir". Prezident Islom Karimovning O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi qabul qilinganining 18 yilligiga bag'ishlangan tantanali yig'ilishdagi ma'ruzasi. // Xalq so'zi, 2010-yil 8-dekabr.

uchun yanada qulay muhit yaratishdan iborat.

Ma'lumki, oxirgi yillarda tadbirkorlik sohasida o'z ishini ochish uchun ruxsat olish, soliq, moliya va statistika organlariga hisobot topshirish masalalarini tartibga solish bo'yicha ancha ishlar qilindi va qilinmoqda. Ayni paytda kichik biznes subyektlarining energiya, gaz, suv va quvur, issiqlik ta'minoti va boshqa shu kabi muhandislik-kommunikatsiya tarmoqlariga ulanishi yoki ularni qurishda ishtirok etishi uchun ruxsat olish tartib-qoidalarini soddalashtirish masalasi bo'yicha ham qo'shimcha chora-tadbirlar belgilanishi va ularning ijrosini qat'iy nazoratga olishga darkor.

Uchinchi muhim masala kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasi uchun soliq va boshqa to'lovlar borasida qulaylik va yengilliklar yaratish bilan bog'liqdir.

Albatta, so'nggi yillarda xo'jalik subyektlari uchun yagona soliq to'lovi stavkasini 2005-yildagi 13-foizdan 7 foizga tushirish yoki qariyb 2 barobar kamaytirish bo'yicha ko'rilgan chora-tadbirlar kichik biznes va xususiy tadbirkorlik rivoji uchun katta imkoniyatlar tug'dirmoqda. Shu borada 2011-yildan boshlab bu ko'rsatkichning 7 foizdan 6 foizga tushirilishi, hech shubhasiz, davlatimiz tomonidan ishbilarmon va tadbirkorlarga ko'rsatilgan yangi bir imtiyoz bo'lib qoladi.

To'rtinchidan, kichik biznes subyektlariga ishlab chiqarishni modernizatsiya qilish va texnologik yangilash uchun o'rta va uzoq muddatga mo'ljallangan kreditlar berish tizimini yanada takomillashtirish, mavjud muammolarning yechimi bo'yicha amaliy chora-tadbirlar ishlab chiqish zarur.

Beshinchidan, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarining tashqi iqtisodiy faoliyat sohasida ishtirok etishi, ularning eksport salohiyatini oshirish, mintaqa va jahon bozorlariga chiqishini kengaytirish muammosini hal etishga jiddiy ahamiyat qaratish lozim.

Oltinchidan, sanoat sohasida yuqori texnologiyalarni talab etadigan zamonaviy ishlab chiqarish tarmoqlarini tashkil etishda, innovatsion va nanotexnologiyalar, farmakologiya va farmatsevtika, axborot kommunikatsiya tizimi, biotexnologiya, muqobil energetika turlaridan foydalanish sohasida, muxtasar aytganda, ilg'or ilmfan yutuqlariga asoslangan kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishga keng yo'l ochib berish zarur.

Kichik biznes sohasining iqtisodiyotdagi ahamiyati uning iqtisodiyotda raqobat muhitini ta'minlash, yirik korxonalar uchun mahsulot va xizmatlar yetkazib berish, yangi ish o'rinlarini yaratish va ikkilamchi bandlikni ta'minlash, bozor tizimining moslashuvchanligini oshirish, ilmiy-texnikaviy inqilobni jadallashtirish, resurslarni ishlab chiqarishga safarbar etish; soliq tushumlari hajmining o'sishini ta'minlash, aholi daromadlari darajasini barqarorlashtirish kabi omillar bilan belgilanadi.

Respublikamiz Prezidenti Islom Karimov 2010-yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011-yilga mo'ljallangan eng muhim ustuvor yo'nalashlarga bag'ishlangan Vazirlar Mahkamasining majlisidagi

ma'ruzasida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishga alohida to'xtalib, "...kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni iqtisodiyotning tez o'zgarib turadigan bozor talablariga javob berishini ta'minlaydigan zamonaviy tuzilmalarni shakllantirishda, yangi ish o'rinlarini tashkil qilishda va aholi daromadlarini oshirishda qanchalik o'ta muhim rol o'ynashini, albatta, chuqur anglaymiz"², - deb ta'kidlashi mamlakatimizda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning rivojlantirishni yangi bosqichlarga ko'tarishni nazarda tutadi.

Mustaqillik yillarida kichik biznes subyektlarining mamlakatimizda yangi ish o'rinlarini tashkil qilish, aholining daromadlari va farovonligini oshirishning muhim omili sifatidagi natijalari salmoqli bo'lib bormoqda.

2009-yilda mamlakatimizda jami 940 mingdan ortiq yangi ish o'rinlari tashkil etilgan bo'lsa, shundan qariyb 400 mingga kichik biznes sohasiga to'g'ri kelgan. 2010-yilda esa 950 mingdan ortiq yangi ish o'rinlari yaratildi. Aynan kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasida yaratilgan ish o'rinlari fermer xo'jaliklari bilan birga hisoblaganda 600 ming kishidan ortiqni yoki 65 foizni tashkil etdi. 2010-yilda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasida mamlakatimizning iqtisodiyotida band bo'lgan jami aholining 74,3 foizi faoliyat ko'rsatdi. Bu esa kichik biznes sohasining aholi bandligini ta'minlash va yangi ish o'rinlarini tashkil qilish muammosini hal etishda muhim o'rin egallashini ko'rsatmoqda.

Kichik biznes subyektlarining bandlikdagi ulushi 2000-yilda 49,7 foizni tashkil etgan bo'lsa, 2010-yilda bu ko'rsatkich 74,3 foizga yetdi yoki 2000-yilga nisbatan 24,6 foizga ko'paydi.

So'nggi yillarda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasiga davlat tomonidan katta e'tibor berilishi hamda qo'llab-quvvatlanishi natijasida uning mamlakatimiz yalpi ichki mahsulotidagi ulushi yildan-yilga ortib bormoqda. Xususan, 2000-yilda yalpi ichki mahsulotning qariyb 31 foizi iqtisodiyotning faol rivojlanib borayotgan ushbu sektori ulushiga to'g'ri kelgan bo'lsa, 2008-yilda bu ko'rsatkich 48,2 foizni, 2009-yilda 50,1 foizni, 2010-yilda esa 52,5 foizni tashkil etdi yoki 2000-yilga nisbatan 21,5 foizga o'sdi.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatini kengayishi iqtisodiyotning boshqa soha va tarmoqlari ishlab chiqarish hajmidagi salmog'ining oshishi orqali ham namoyon bo'ldi. Xususan, mazkur sohaning sanoat mahsulotlari ishlab chiqarishdagi ulushi 2005-yildagi 10,0 foizdan 2010-yilda 19,6 foizga, qishloq xojaligida tegishli ravishda 95,7 foizdan 97,9 foizga, savdoda 43,7 foizdan 50,5 foizga, yuk tashishda 24,6 foizdan 40 foizga, asosiy kapitalga investitsiyalar hajmida 24 foizdan 30 foizga, eksport hajmida esa 6 foizdan 13,6 foizga qadar oshdi.

Mamlakatimizda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning bu qadar jadal rivojlanishida eng avvalo mazkur soha uchun belgilanayotgan soliq imtiyozlari yetarli darajadagi rag'batlantiruvchi rol o'ynayotganligi hisoblanadi. Xususan, 2010-yilda kichik biznes subyektlari uchun belgilangan yagona soliq to'lovi 8 foizdan 7 foizga

² Barcha reja va dasturlarimiz vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqimiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi. Prezident Islom Karimovning 2010-yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011-yilga mo'ljallangan eng muhim ustuvor yo'nalashlarga bag'ishlangan Vazirlar Mahkamasining majlisidagi ma'ruzasi.// Xalq so'zi, 2011-yil 22-yanvar.

pasaytirilgan bo'lsa, 2011-yilda esa bu ko'rsatkichni 6 foizga tushirish mo'ljallangan. 1996-2011-yillar mobaynida kichik biznes subyektlari uchun belgilangan soliq stavkalari 38 foizdan 6 foizga yoki 6,3 martaga qisqardi.

Mustaqillik yillarida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni moliyaviy jihatdan qo'llab-quvvatlash tadbirlari ham kuchaytirildi. Xususan, 2009- yilda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish uchun 1851,7 mlrd.so'm kredit ajratilgan bo'lsa, 2010- yilda esa bu ko'rsatkich 2690,2 mlrd. so'mni tashkil etdi.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasiga yo'naltirilgan kreditlar miqdori 2001-2010-yillar mobaynida deyarli 20 martaga o'sgan.

2011-yilda tijorat banklari tomonidan iqtisodiyotning kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasini rivojlantirishga ajratiladigan kreditlar hajmini kamida 1,3 barobarga ko'paytirish belgilandi.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishda xorijiy investitsiyalar keng jalb etilmoqda. Xususan, Osiyo taraqqiyot banki, Islom taraqqiyot banki, Germaniya taraqqiyot banki, Xitoy Xalq Respublikasi Hukumati va boshqa xorijiy investorlar tomonidan kreditlar ajratildi. 2010-yilda xalqaro moliya institutlari tomonidan kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishga 146 mln. dollar hajmda kreditlar jalb etildi.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning tashqi iqtisodiy faoliyatdagi o'rni ham asta- sekin kengayib bormoqda. Uning eksport xajmidagi ulushi 2010-yilda 13,6 foizni tashkil etib, bu ko'rsatkich 2000-yilga nisbatan 3,4 foizga oshgan.

2010-yilda kichik biznesning eksport hajmi 1723,6 million AQSH dollariga etdi. Ularning asosiy eksport mahsulotlarini qishloq xo'jaligi, to'qimachilik, ishlov beruvchi, elektrotexnik ishlab chiqarish mahsulotlari, xalq amaliy san'ati buyumlari tashkil etadi.

Lekin shu bilan birga, bu borada ayrim muammolarga ham duch kelinmoqdaki, buning asosiy sababi kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini boshlayotgan shaxslarning ishni nimadan boshlamoq kerakligi, uni qanday tashkil etish zarurligi va boshqarish sirlari haqida to'la tasavvurga ega emasligidadir. Shu jihatdan qaralganda, mazkur darslik yuqoridagi muammolarni samarali bartaraf etishga muhim hissa qo'shadi.

«Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik» fani bo'yicha respublikamiz va MDH mamlakatlarining yetakchi olimlari tomonidan ko'plab darslik va o'quv qo'llanmalar chop etilgan. Jumladan, Abdullaev A., Sotvoldiev A. va boshqa mualliflar tomonidan 2004- yilda «Kichik va o'rta biznes: tashkil etish, rejalashtirish, boshqarish» nomli o'quv qo'llanmasi nashr etilgan. Unda kichik va o'rta biznesni tashkil etish, rejalashtirish va boshqarish masalalari atroflicha yoritilgan. Bundan tashqari, qo'llanmada bugungi kunda tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanishni maqsad qilib qo'ygan shaxslar uchun biznesga kirib borish bilan bog'liq atamalar izohi berilgan.

Yuldashev Sh.A. tomonidan 2003-yilda chop etilgan «Malo'y biznes i predprinimatelstvo» nomli o'quv qo'llanmada O'zbekistonda kichik biznesning shakllanishi va rivojlanishi, uning tashkiliy-huquqiy shakllar, kichik biznes

infratuzilmasi, biznes-reja ishlab chiqish masalalari va kichik korxonalar faoliyatini iqtisodiy tahlil qilish usullari ko'rsatib berilgan.

Lapusta M.G. tahriri ostida 2003-yilda chop etilgan «Predprinimatelstvo» nomli o'quv qo'llanmada tadbirkorlikning umumiy tavsifi va tashkiliy-huquqiy shakllari, tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish, biznes-reja tuzish, moliyaviy faoliyatini tahlil qilish, soliqqa tortish va tadbirkorlik psixologiyasi masalalari keng yoritilgan.

Gorfinkel V.Ya., Polyak G.B. va Shvandar V.A.lar tomonidan 2002-yilda tayyorlangan «Predprinimatelstvo» nomli o'quv qo'llanmada Rossiyada tadbirkorlikning shakllanishi va o'ziga xos xususiyatlari, uning zamonaviy shakllari, faoliyat turlari, moliyaviy faoliyatini boshqarish, tahlil qilish va soliqqa tortish masalalari keng yoritilgan.

Siropolis Nikolas N. tomonidan 2001-yilda chop etilgan «Upravlenie malo'm biznesom» nomli o'quv qo'llanmada kichik biznesning iqtisodiyotda tutgan o'rnini, kichik biznesni tashkil etish va boshqarish masalalari atroflicha yoritilgan.

Gorfinkel V.Ya. va Shvandar V.A. tomonidan 2004-yilda nashr etilgan «Malo'y biznes: organizatsiya, ekonomika, upravlenie» nomli o'quv qo'llanmada Rossiya va xorij mamlakatlarida kichik biznesning rivojlanishi, uning iqtisodiyotda tutgan o'rnini, kichik biznes faoliyatini tashkil etish, boshqarish va tahlil qilish masalalari keng yoritilgan.

Yuqorida qayd etilgan o'quv qo'llanmalardan farqli o'laroq, mazkur o'quv qo'llanma O'zbekiston Respublikasi oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi tomonidan tasdiqlangan «Kichik biznes va tadbirkorlik» fani o'quv dasturi asosida tayyorlangan.

Unda kichik biznes va tadbirkorlik bo'yicha xorij iqtisodchi-olimlari tomonidan ilgari surilgan nazariya va maktablarning vujudga kelishi va taraqqiy topishi, kichik biznes va tadbirkorlik tushunchalari, ularning iqtisodiyotda tutgan o'rnini, respublikada kichik biznes va tadbirkorlikni rivojlantirishning o'ziga xos xususiyatlari, kichik biznes va tadbirkorlikning tashkiliy-huquqiy asoslari va ularni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash masalalari keng yoritilgan. Shuningdek, ushbu o'quv qo'llanmada kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish, rejalashtirish, boshqarish, uning moliyaviy holati va kredit bilan ta'minlash shakllari, bank, soliq, moliya muassasalari va audit tizimi bilan aloqalari, ularning soliqqa tortish mexanizmlari va imtiyozlari, tadbirkorlik etikasi va madaniyati, kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarining eksport salohiyatini baholash usullari, shuningdek, O'zbekistonda kichik biznes va tadbirkorlikni rivojlantirish istiqbollari batafsil bayon etilgan.

Shuningdek, iqtisodiyotni modernizatsiyalash sharoitida kichik biznes subyektlarining innovatsion faoliyatini rivojlantirish, respublikamizda kichik biznes subyektlarining innovatsion faoliyati boshqaruv mexanizmini takomillashtirish va uning samaradorligini oshirish masalalari ham o'rin olgan.

Darslik mualliflari kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanuvchi xodimlar, ishbilarmonlar va oliy o'quv yurtlari talabalarining darslikning mazmuni, tuzilishi yuzasidan bildirgan taklif, mulohaza va maslahatlarini bajonidil qabul qiladilar.

1-Mavzu. Tadbirkorlik mohiyati. Respublikada, iqtisodiyotini erkinlashtirish va modernizatsiya qilish sharoitida tadbirkorlikni rivojlantirish xamda ijtimoiy, siyosiy, iqtisodiy huquqiy va boshqa soxalardagi isloxotlarning ustivor yunalnshlari

Reja:

- 1.Tadbirkorlik va kichik biznes to'g'risida tushuncha
- 2.Tadbirkorlikning shakllanishi va rivojlanishi tarixi
- 3.Tadbirkor va biznes kabi tushunchalar. Kichik biznes tadbirkorlikni taraqqiyot topishida vatanimiz va xorijiy davlatlarning tajribalari
- 4.Tadbirkorlikning xuquq va majburiyatlari

1. Tadbirkorlik va kichik biznes to'g'risida tushuncha

Bozor munosabatlari sharoitida iqtisodiyotni rivojlantirishning asosiy omillaridan biri kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishdir.

Xo'sh, «tadbirkor», «tadbirkorlik» tushunchalari qanday mazmunga ega va nimani anglatadi?

Binobarin, tadbirkorlik faoliyati tizimining alohida tahlili dastlab G'arbda boshlangan bo'lsa-da, uning mohiyati va rivojlanishiga taalluqli ko'p qirrali bilimlar Sharqda tarkib topib, so'ngra G'arbda ilgari surilganiga yuqorida zikr etilgan dalillar guvohlik beradi. Ayniqsa, ular bu yo'nalishda shakllangan va hayotda o'z o'rniga ega bo'lgan ta'limotlarda o'z ifodasini topgan. Xususan, 3 ming yillik tarixga ega Zardushtiylik ta'limotining asosi bo'lmish "Avestoda"da musulmon olamining allomalari ta'limotlari, jumladan, "Naqshbandiya", "Yassaviya", "Kubroiya" ta'limotlarida mujassamlangan.

Ayniqsa, bu jihatdan "Naqshbandiya" ta'limotining ildizlari chuqur mazmunga ega. "Naqshbandiya"ning "Dil bo yoru, dast ba kor", ya'ni "diling Alloxda, qo'ling mehnatda bo'lsin", degan ta'limot asoschisi Xoja Baxouddin Naqshbandiy kimxobga naqsh bog'lashda tadbirkorlik mahoratini namoyish etib, halol mehnat bilan yashash zarurligini ibrat qilib ko'rsatgan³. Ayrim manbalar uning mato to'qiydigan do'konlari borliga ham ishora qiladi⁴.

Ko'rinib turibdiki, Bahouddin Naqshbandiy mashhur G'arb iqtisodchi olimi xususan, Vilyam Pettidan 400 yil muqaddam mehnat insonlarning yashash manbai ekanligini chuqur anglagan va amalda o'z faoliyati doirasida isbot etgan. Ammo Vilyam Pettining "Boylikning otasi mehnat, onasi esa yerdir" degan ta'limoti jahon

³ Xamidxon Islomiy ifod xid ila tug'ilgan Orif Xoji Bahovuddin Naqshband. –T., 1993. 3-b.

⁴ Abul Muhsin Muhammad Bokir Ibn Muhammad Bahoviddin Balogardon. T.: "Yozuvchi" nashriyoti, 1993. 14-b.

iqtisodiy nazariyasi fanida yangi bosqich sifatida e'tirof etilgani holda, Naqshbandiyaning undan avvalroq hamda chuqur iqtisodiy va ma'naviy mazmunga ega bo'lgan yuqorida qayd etilgan ta'limoti hozirgacha na G'arb va na mahalliy iqtisodiy adabiyotlarida munosib o'rin egallamagan.

Tadbirkorlik bo'yicha bilim va amaliy faoliyatlar zaminimizda hukmdor bo'lgan buyuk shaxslar Sohibqiron Amir Temurning "Tuzuklari"da, Mirzo Boburning "Boburnoma" asarida yorqin ifodasini topgan.

Buyuk sarkarda Amir Temur mamlakat osoyishtalgini va mo'l-ko'lligiga erkin tadbirkorlik faoliyatiga ustuvorlik berilishi orqali erishish mumkinligini chuqur idrok etgan va uning tamoyillari mashhur "Temur tuzuklari" asarida aniq bir tizimga keltirilgan bo'lib, unga ko'ra: "... mardlik va shijoat sohibi, a'zmi qat'iy, tadbirkor va xushyor bir kishi ming – minglab, tadbirsiz, loqayd kishilardan yaxshidur"⁵, - degan xulosani ilgari surgan.

Ta'kidlash joizki, Amir Temur nafaqat tinchlik davrida, balki urush holati jarayonida ham tadbirkorlik faoliyatini yuqori darajaga ko'targan va bu yo'nalishda amaliy ishlarni ham ro'yobga chiqargan. Ma'lumotlarga ko'ra, harbiy yurish chog'larida qo'shin ehtiyojlarini ta'minlaydigan turli xil kasbga ega tadbirkorlarni olib yurilgan va ularning muayyan qismi 3,5,7 yillik, deb nomlangan va oxirgi Xitoyga qarshi harbiy yurishlari paytida dehqonchilik bilan mashg'ul bo'lib, qo'shinni oziq-ovqat bilan ta'minlab turgan. Mahalliy aholini bunday og'ir vazifani bajarishda qo'llab-quvvatlab, talon-tarojliklardan muhofaza etishgan.

Hattoki, Amir Temur urush holatida turgan paytida ham bunyodkorlik ishlarini davom ettirgan ekan. Ma'lumotlarga qaraganda, 1401-yili Amir Temur navbatdagi harbiy yurishlaridan birida Qarobog' (hozirgi Qoraboh-Ozarbayjon)da qishlagan chog'ida mintaqa uchun nihoyatda zarur bo'lgan Nahri Barlos nomi berilgan kanalni bir oy ichida bitirib⁶, suv keltirgani obodonchilik va tadbirkorlikka asos solgan bo'lib, hozirgacha uning sahovatidan u yerliklar bahramand bo'lmoqdalar.

Ammo, qadim zamonlardan Markaziy Osiyo mintaqasida gurkirab yuksalib kelgan tadbirkorlik faoliyati chor istilosi davrida, mahalliy bozorni metropoliyadan keltirilgan oziq-ovqat va sanoat mollari egallashi munosabati bilan deyarli so'na boshlagan va mahalliy aholi turmush sharoitining pasayishi va o'ta qashshoqlashishiga olib kelgan. Oktyabr inqilobidan so'ng qayd etilganidek, yirik ishlab chiqarishga ustuvorlik berilishi O'zbekistonda ham kichik tadbirkorlik faoliyatining yemirilishiga olib keldi va vaziyatni yanada murakkablashtiradi. Bu sohada 1927- yilda 118 ming kishi band bo'lgan bo'lsa, 1932- yilga kelib, u 60 ming kishidan iborat bo'ldi.

⁵ Temur tuzuklari. –T.: G'afur G'ulom nashriyoti. 1991, 15-b.

⁶ Nizomiddin Jomiy. Zafarnoma. –T.: O'zbekiston, 1996. 318-b.

Bunday vaziyatda Markaziy Osiyoning keng tafakkurga ega progressiv ziyolilari demokratik shoir va yozuvchilari (Muqimiy, Furqat) ayniqsa jadidchilar (Qodiriy, Behbudiy, CHo'lpon, Fitrat, Avloniy) va ular qatorida yirik davlat arbobi Fayzulla Xo'jaevning aholini qoloqlik va qashshoqlik girdobidan qutulishning asosiy yo'li mamlakatda ishlab chiqaruvchi kuchlar va tadbirkorlikni rivojlantirish ekanligi va unda faol ishtirok etishga undashi hamda uni rag'batlantirish uchun aniq sa'y-harakatlari respublikamiz iqtisodiy taraqqiyotining moddiy-texnika bazasini bunyod etish uchun kuchli zamin hozirlagan edi.

Buyruqbozlik iqtisodiyotiga asoslangan tizim barham topishi bilan mamlakatlarda bozor iqtisodiyoti va uning o'zagini tashkil etuvchi tadbirkorlik faoliyatining mazmuni va metodologik asoslari to'g'risidagi tafkkur kengaydi va nazariy bilimlar chuqurlashdi.

Tadbirkorlik tushunchalarining hozirgi ma'nosida XVII asr oxiri va XVIII asr boshlarida ilk bor ingliz iqtisodchisi Richard Kantilon qo'llagan edi. Uning fikricha, tadbirkor tavakkalchilik sharoitida faoliyat yurituvchi kishidir. Shu boisdan u er va mehnat omilini iqtisodiy farovonlikni belgilab beruvchi boylik manbai deb bilgan. Keyinchalik, XVIII asrning oxiri va XIX asrning boshida mashhur frantsuz iqtisodchisi J.B. Sey (1767-1832) «Siyosiy iqtisod risolasi» kitobida (1803y.) tadbirkorlik faoliyatini ishlab chiqarishning uch mumtoz omillari yer, kapital, mehnatning yaxlitligi deb ta'riflagan edi.

U Angliya sanoatining muvaffaqiyatini «ingliz tadbirkorlari iste'dodi» ta'minlaganligini ta'kidlagan edi. J.B. Seyning asosiy tezisida mahsulot ishlab chiqarishda tadbirkorlar asosiy faoliyat yuritadi deyiladi. J.B. Seyning fikricha, tadbirkor olgan daromad uning mehnati, ishlab chiqarishni tashkil etganligi, mahsulotni o'z vaqtida sotganligi uchun berilgan mukofotdir. Tadbirkor tavakkal qilib, biror-bir mahsulotni ishlab chiqarishni o'z bo'yniga oladi.

Qayd etish lozimki, iqtisodiyot fanining asoschilari tadbirkorlik shakliga kam e'tibor berganlar. Tadbirkorlik faoliyati ularning ilmiy-tadqiqot ishlarining tahlil obyekti bo'lmagan. Ingliz iqtisodchi olimlari A. Smit (1723-1790) va D. Rikardo (1772-1823) iqtisodiyotni o'z-o'zini muvofiqlashtiruvchi mexanizm deb qabul qilganlar. Ushbu mexanizmda ijodiy tadbirkorlikka o'rin yo'q edi. «Xalqlar boyliklarining mohiyati va sabablarini tadqiq etish» (1776-y.) kitobida A. Smit tadbirkor ta'rifiga alohida e'tibor bergan edi.

A. Smitning fikricha, tadbirkor kapital egasi. U muayyan tijorat g'oyasini amalga oshirib, daromad olish uchun tavakkalchilik bilan ish boshlaydi, chunki kapitalni biror-bir ishga sarflash doimo tavakkalchilik bilan bog'liqdir. Tadbirkorlikdan olingan daromad, A. Smitning fikricha, shaxsiy tavakkalchilik uchun olingan mukofot. Tadbirkor ishlab chiqarishni o'zi rejalashtiradi, tashkil etadi, ishlab chiqarish faoliyati natijalariga egalik qiladi. Bu ishlar, o'z navbatida, bozor tizimi bilan bog'liq.

Shu bois A. Smit bizlarni bozor tizimining markaziy mexanizmi raqobat mexanizmi bilan tanishtiradi. O'z manfaatini ko'zlab yurgan har bir kishi bozorda shu maqsad bilan yurgan kishilarga duch keladi. Natijada, bozordagi har bir harakat

qiluvchi subyekt raqobatchi taklif etgan narxlarga rozi bo'ladi. Bunday raqobatda o'xshash tovarlarga me'yordan ortiq narx qo'ygan ishlab chiqaruvchi xaridorni yo'qotishi hech gap emas.

A. Smitning qayd qilishicha, bozor jamiyat sotib olishni xohlagan va kerakli miqdordagi tovarlarni ishlab chiqaradi. Shu bilan birga, A. Smit bozorning qudratli kuch ekanligini, u jamiyatni zarur tovarlar bilan doimo ta'minlashi va bu tizim o'z-o'zini muvofiqlashtirishini ko'rsatib berdi. Uning fikricha, o'z-o'ziga qo'yib berilgan bozor tizimi rivojlanadi va bunday tizimi bor xalqning boyligi ortaveradi.

XIX-XX asrlar chegaralarida tadbirkorlik institutining ahamiyati va rolini ko'pchilik anglay boshladi. Fransuz iqtisodchisi Andre Marshall (1907-1968 yy.) birinchi bo'lib ishlab chiqarishning uchta omiliga (yer, kapital, mehnat) to'rtinchi tashkillashtirish omilini qo'shdi. Shu vaqtdan boshlab, tadbirkorlik tushunchasi va shu sohada olib boriladigan ishlar ko'lamini kengayib bormoqda.

Amerikalik iqtisodchi J.B. Klark (1847-1938) J.B. Seyning «uchlik formulasiga» bir oz o'zgartirish kiritdi. Uning fikricha, ishlab chiqarishda doim to'rt omil ishtirok etadi:

- 1) kapital;
- 2) ishlab chiqarish vositalari va yer;
- 3) tadbirkorlik faoliyati;
- 4) ishchining mehnati.

Har bir omil ishlab chiqarishdan olinayotgan o'ziga xos foydani aks ettiradi: kapitaldan kapitalist qo'shimcha foiz oladi; yer renta beradi; kapitalistning ishbilarmonlik faoliyati daromad keltiradi; ishchining mehnati uni maosh bilan ta'minlaydi. Boshqacha qilib, J.B. Klark so'zi bilan aytganda: «Erkin raqobat mehnatga mehnatdan kelgan narsani beradi, kapitalistlarga kapital yaratgan narsa tegadi, tadbirkorlar muvofiqlashtirish faoliyatidan kelgan narsani oladi»⁷. Tadbirkorlik faoliyatini u ana shunday tushungan.

Mashhur amerikalik iqtisodchi Y. SHumpeter (1883-1950) o'zining «Iqtisodiy rivojlanish nazariyasi»⁸ kitobida, tadbirkorni novator (yangilik bunyod qiluvchi odam) deb ta'riflagan. Olim tadbirkorlik faoliyatini kapitalistik iqtisodiyotning rivojlanishida, iqtisodiy o'sishni ta'minlashda katta rol o'ynaydigan yangiliklarni joriy etishdan iborat, deb biladi: «Vazifasi yangi kombinatsiyalarni joriy etishdan iborat bo'lgan xo'jalik subyektlarini biz tadbirkor deb ataymiz». Ushbu muammoga iqtisodiyot sohasida Nobel mukofotiga sazovor bo'lgan (1974) ingliz iqtisodchisi Fridrix Fon Xayn (1899-1984) boshqacha yondashgan. Uning fikricha, tadbirkorlik faoliyat bo'lmasdan, balki yangi iqtisodiy imkoniyatlarni izlab topish, xatti-harakatlarni ta'minlashdir⁹. Olim tadbirkorlikni faoliyat emas, deb talqin etadi.

Na xorijsda, na bizda hali tadbirkorlikning umum tomonidan e'tirof etilgan ta'rifi mavjud emas. Amerikalik olim R. Xizrich, «Tadbirkorlik o'z qiymatiga ega bo'lgan qandaydir yangi narsani yaratish jarayoni, tadbirkor esa buning uchun barcha zarur vaqti va kunini sarflaydigan, barcha moliyaviy, psixologik va ijtimoiy xavf-

⁷ Кларк Ж.Б. Распределение богатства. -М., 1994. 40 стр.

⁸ Шумпетер Я. Теория экономического развития. -М., 1982. 29 стр.

⁹ Хайр Ф. Конкуренция как процедура открытия. «Мировая экономика и международные отношения» журналы, 1989. '12, - 36-38 стр.

xatarni o`ziga olib, evaziga mukofot sifatida pul va erishilgan yutug`idan qanoatlanuvchi shaxs»¹⁰, - deb ta`kidlaydi.

Ingliz professori A. Xoskin esa «ishni o`z hisobidan olib boruvchi, biznesni boshqarish bilan shaxsan shug`ullanuvchi va kerakli vositalar bilan ta`minlanish uchun shaxsiy javobgarlikka ega, qarorni mustaqil qabul qiluvchi shaxs yakka tartibdagi tadbirkor bo`ladi»¹¹, - deb izohlaydi.

Bugungi kunda tadbirkorlik nazariyasini rivojlanti rishning to`rt bosqichi mavjud. XVIII asrdayoq vujudga kelgan birinchi bosqich tadbirkorlik xavf-xatarini o`ziga olish, boshqacha qilib aytganda, tavakkalchilik bilan bog`liq. Tadbirkorlikning ikkinchi bosqichi esa innovatsiya jarayoni bilan bog`liqdir.

Amerikalik iqtisodchi olim Y.Shumpeterning fikriga ko`ra, tadbirkorlikning novatorlik xarakteri quyidagilarda aks ettiriladi:

- bozor uchun yangi tovar ishlab chiqarish;
- ishlab chiqarish jarayoniga yangi texnologiyalarni tatbiq etish;
- yangi sotish bozorlarini o`zlashtirish;
- xomashyoning yangi turlari va manbalarini topish.

Tadbirkorlik vujudga kelishining uchinchi bosqichi tadbirkorlikning alohida shaxsiy sifatлари: ijtimoiy va iqtisodiy vaziyatning o`zgarishida to`g`ri yo`l topa bilish qobiliyati, boshqaruv qarorlarini tanlash va qabul qilishda mustaqillik, boshqaruv qobiliyatlarining to`la namoyon bo`lishi bilan ta`riflanadi.

Tadbirkorlik nazariyasining rivojlanishidagi hozirgi bosqichni to`rtinchi bosqichga kiritish mumkin. Uning paydo bo`lishini tadbirkor harakatini tahlil qilishdagi boshqaruv aspektiga ko`chirish bilan bog`laydilar. Bu hozirgi vaqtda nazariyada tadbirkorlik muammolari tahlili ko`plab o`zaro bog`liq fanlar doirasida olib borilishini anglatadi.

Hozirgi zamon nazariy tadqiqotlarida nafaqat tadbirkorlikka ishlarni mustaqil olib borish usuli sifatida, balki firma ichidagi tadbirkorlikka yoki intrapreneurlikka e`tibor qaratiladi. «Intra-prener» atamasi amaliyotga amerikalik olim G. Pinsho tomonidan kiritilgan .

Intrapreneurlikning paydo bo`lishi ko`pgina yirik ishlab chiqarish tuzilmalari, ularda ishlab chiqarishni tashkil etishning tadbirkorlik shakliga o`tishi bilan bog`liq. Tadbirkorlik ishi ijod erkinligining mavjud bo`lishini ko`zda tutganligi sababli yaxlit ishlab chiqarish birikmalari bo`linmalari harakat qilish erkinligini oladilar, bu tadbirkorlikning asosida yotuvchi g`oyalarni amalga oshirish uchun zarur intrakapitalning mavjudligini nazarda tutadi.

Taniqli olimlarning olib borgan tadqiqotlari shuni ko`rsatadiki, tadbirkorning o`z faoliyati sohasida olib boradigan ishlari ko`p qirralidir. Bu bozor siyosatining o`zgarishi bilan yoki korxonaning ichki va tashqi omillari ta`sirida aniqlanadi. Lekin tadbirkorning asosiy maqsadi manfaat (foyda) ko`rish bilan bir qatorda, bozorda samarali faoliyat yuritishni ta`minlaydigan ishlarni amalga oshirishdir. Buning uchun tadbirkorlikni boshqarish va unga ko`mak beruvchi zamonaviy menejment usullariga asoslangan mexanizmni yaratish va undan unumli foydalanishni ta`minlash zarurdir.

¹⁰Хизрич Р., Питерс С. Предпринимательство. -М., 1991, 20 стр.

¹¹ Хоскин А. Курс предпринимательсва. -М., 1993, 23 стр..

Bozor sharoitida tadbirkorlikni boshqarishda uning quyidagi xususiyatlarini e'tiborga olish kerak:

- tadbirkor har doim bozordagi talab va taklifni e'tiborga olib ish ko'radi;
- tadbirkor samaradorlikni ta'minlovchi sa'y-harakatlar qilib, ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirish yo'llarini qidiradi;
- biznesning pirovard natijalariga javob beradigan shaxslar, o'z bizneslarini erkin shart-sharoitlarda olib borishga yetarli imkoniyatlar yaratadilar;
- kichik korxonaning pirovard natijalari, ya'ni uning oladigan foyda yoki zarari faqat bozordagi oldi-sotdi jarayonida ma'lum bo'ladi;
- kichik biznes bilan shug'ullanuvchi tadbirkor o'z mablag'larini harakatga solib, bozorda qanday xavf-xatarga duch kelishi yoki yakuniy natija qanday bo'lishini aniq bilmaydi.

Shunday qilib, tadbirkorlik iqtisodiy faoliyatning alohida turi bo'lib, uning zahirida mustaqil tashabbus, javobgarlik, tadbirkorlik g'oyasiga asoslangan, foyda olishga yo'naltirilgan, maqsadga muvofiq faoliyat yotadi.

Tadbirkorlik iqtisodiy faollikning alohida turi bo'lib, uning boshlang'ich bosqichi, odatda, fikrlash faoliyati yoki uning natijasi bilan bog'langan bo'ladi, faqat u keyin moddiy shaklni oladi.

Tadbirkorlik yangilik kiritish, tovar ishlab chiqarish faoliyatini o'zgartirish yoki korxonani (shu jumladan, kichik korxonani) tashkil qilish sohasida ijodkorlikning mavjudligi bilan ta'riflanadi. Tadbirkorlik faoliyatining ijodkorlik jihatlari boshqaruvning yangi tizimida ishlab chiqarishni tashkil etishning yangi usullari yoki yangi texnologiyalarini tatbiq etishda o'z ifodasini topadi.

Tadbirkorning o'zi tadbirkorlik faoliyatining asosiy subyekti hisoblanadi. Ammo tadbirkor yagona subyekt emas, har qanday holda u ishlab chiqarilgan tovar yoki xizmatning iste'molchisi hamda har xil vaziyatlarda yordamchi yoki raqib sifatida bo'luvchi davlat bilan o'zaro hamkorlik qilishga majbur. Iste'molchi ham, davlat, ham, yollanma (ishchi) xodim ham tadbirkorlik faoliyati subyektlari qatoriga kiradilar.

Tadbirkor va iste'molchining o'zaro munosabatlarida tadbirkor faol subyekt kategoriyasiga kiradi. Iste'molchi esa bunda passiv rol o'ynaydi. Bu o'zaro munosabatlarni tahlil qilishda iste'molchi tadbirkorlik jarayonining indikatori rolini bajaradi. Tadbirkor faoliyati predmetini tashkil etuvchi barcha narsa iste'molchining ijobiy bahosiga ega bo'lgan holdagina amalga oshirilishi mumkin. Bunda iste'molchi tomonidan tovarga baho beriladi va keyin u yoki bu tovarni xarid qilishga tayyorligi aniqlanadi. Tadbirkor o'z faoliyatini rejalashtirish va tashkil etishda iste'molchining kayfiyati, istagi, manfaatlarini hisobga olishi kerak.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida tadbirkor uchun iste'molchining manfaatlariga muvofiq harakat qilishdan boshqa iste'molchiga ta'sir qilishning yo'li yo'qdir. Ammo bu tadbirkor iste'molchining manfaatlariga muvofiq harakat qilishi kerakligini bildirmaydi. Tadbirkorning o'zi iste'molchining talabini shakllantirishi, yangi iste'mol ehtiyojlarini yaratishi (agar xaridor uchun zarur bo'lgan yangi tovar yaratilsa) mumkin. Shundan kelib chiqqan holda tadbirkorlik faoliyatini tashkil etishning ikki usulini keltirish mumkin:

- iste'molchi manfaatini aniqlash usuli;

- iste'molchiga yangi tovar yoki xizmatlarni «majburan qabul qildirish» usuli.

Shunday qilib, tadbirkorning asosiy maqsadi o'z iste'molchilariga ega bo'lish yo'lida tovarga ehtiyojni aniqlashdan iboratdir. Tadbirkor o'z iste'molchilarini shakllantirishda quyidagi asosiy omillarni hisobga olishi kerak:

- tovarning yangiligi va uning xaridor manfaatiga mos kelishi;
- tovar yoki xizmatlarning sifati;
- tovar yoki xizmatlarning narxi;
- tovarning universallik darajasi;
- tovarning tashqi ko'rinishi, uning xaridor talabiga mosligi;
- sotuvdan keyingi servis xizmatlaridan foydalanish imkoniyati;
- tovarning qabul qilingan umumiy yoki davlat standartlariga mosligi;
- tovarlar va xizmatlar reklamasining jozibaliligi, xaridor diqqatini o'ziga jalb

etishi va hokazo.

Xulosa shundan iboratki, agar ijtimoiy ishlab chiqarish nuqtai nazaridan tadbirkor faol subyekt rolda bo'lsa, unda tadbirkorlik jarayonining o'zi, uning samaradorligi va mazmuni nuqtai nazaridan iste'molchi faol rol o'ynaydi va tadbirkor bu omilni inkor eta olmaydi.

Tadbirkorning shaxsiy xususiyatlari, qobiliyatlari, imkoniyatlari va ishga doir sifatlari tadbirkorlikning harakatlantiruvchi kuchi bo'ladi. Tadbirkorning ishga doir sifatlari quyidagi tamoyillarga asoslanishi kerak:

- birinchidan, bozorning tovar va xizmatlar bilan ta'minlanish darajasini tahlil qilish yo'li bilan iqtisodiy xo'jalik tizimida o'z o'rnini topishi;
- ikkinchidan, shaxsiy ishlab chiqarish tuzilmasini yaratishga tayyorlik qobiliyati ;
- uchinchidan, marketing tadqiqotlari natijalaridan kelib chiqqan holda, dastlabki tadbirkorlik hisob-kitoblarini amalga oshirishi;
- to'rtinchidan, tadbirkorlik loyihasini amalga oshirishda rahbarlikni to'g'ri yo'lga quyish qobiliyati;
- beshinchidan, yangi texnik, texnologik g'oyani birinchi bo'lib hayotga tatbiq etish hamda ushbu g'oyadan amalda foydalanish, undan qanday yakuniy natija, mahsulot yoki xizmatlar olish mumkinligini tasavvur eta olishi.

Tadbirkorning ushbu ishbilarmonlik tamoyillari uning ijodkorligiga asoslanadi. Aynan ana shu ijodkorlik Y. Shumpeter fikriga asosan, tadbirkor boshqalar e'tibor bermagan va bilmagan ishlarga e'tibor berib, faoliyat yuritish imkonini beradi.

Ijodkorlik tadbirkorni ta'riflashda asosiy mezon bo'ladi, ammo u turli shakllarda namoyon bo'lishi mumkin. Tadbirkor boshqa ijodkor kishilar tomonidan amalga oshirilgan kashfiyotlar, topilmalardan qanday samarali foydalanish mumkinligini biladi. Shu bilan birga, u bu yangiliklardan xaridorning qiziqishini uyg'otuvchi yangi, ajoyib narsa ishlab chiqarish sohasida foydalanish yo'llarini topa oladi.

Ammo kashfiyot va yangilik faqat tovar turining yangi tarkibiy qismini yaratishda emas, balki tovar ishlab chiqarishni yangilash jarayoniga jalb etishni talab qilmaydigan oddiyroq shakllarda ham namoyon bo'ladi. Masalan, u tovar o'ramining yangilanishi, an'anaviy tovarga yangi xususiyat va sifatlar berish ko'rinishida namoyon bo'lishi mumkin.

Tadbirkor faoliyatining boshqa tomonlarida ham kashfiyotchilik elementlarini qo'llashi mumkin. Masalan, u ishlab chiqarishning, mahsulotni sotishni boshqarishning yangi shakllarini topadi, sheriklik munosabatlarini o'rnatadi, ishlab chiqarishning yangi texnologiyalaridan foydalanadi. Tadbirkorlikning yana bir muhim xususiyati ishlab chiqarish jarayonida yangi g'oyalarning amalga oshirilishi bozorda qanday qabul qilinishini oldindan ko'ra bilish qobiliyatida namoyon bo'ladi. SHu jihatdan yangilikni bozorda tatbiq etish va iste'molchining javobini bitta jarayonga birlashtira olish tadbirkor muvaffaqiyatining garovidir.

Ko'pgina tadqiqotchilar jamiyatda tadbirkorlik bilan shug'ullanuvchilar soni ko'payib borayotganligini ta'kidlaydilar. Ma'lumotlarga ko'ra, mustaqil faoliyat yurituvchi aholining 8-10% qismi tadbirkorlik bilan shug'ullanishi mumkin. Tadbirkorlik har qanday boshqa kasb kabi ishbilarmonlik sifatlarini talab etadi.

Tadbirkor kishidan, avvalo, o'ziga va o'z qobiliyati ga ishonish talab etiladi. O'ziga, o'z kuchiga ishonmaydigan inson nafaqat tadbirkorlik, balki har qanday sohada ham ishni oxirigacha yetkazishga qodir emas.

Tadbirkorning muvaffaqiyatini belgilovchi keyingi shart agressivlikdir. Bunda gap, birinchidan, tadbirkorga nimadadir birinchilikka ega bo'lish ishonchini beruvchi, ikkinchidan, tadbirkorning aniq maqsadga qaratilgan harakatlarni bajarishida tashabbusni tortib olishga harakat qiluvchi agressivlik haqida ketayapti. Shunday qilib, bu o'rindagi agressivlik amalda g'oyalar, loyiha va tashabbusni tortib olish va uni tez amalga oshirishni bildiradi. Bunday agressivlik atrofdagilarga (hammadan oldin raqiblarga) to'g'ridan-t o'g'ri zarar keltirmay di, u bevosita zarar keltirishi mumkin (agar birov qandaydir tovarni ishlab chiqarishda tashabbusni o'z qo'lga olsa, boshqa kishi bunday tovarni ishlab chiqara olmaydi, demak, tovar ishlab chiqarish bo'yicha tashabbusni birinchi bo'lib boshlagan tadbirkorning harakati u mo'ljallagan daromadni olishiga imkon bermaydi).

Tadbirkor ko'pgina hollarda o'z jamoasi bilan harakat qiladi, shuning uchun tadbirkorlik g'oyasini amalga oshirish jarayoniga samarali ta'sir etuvchi jamoani yaratgandagina, muvaffaqiyatga erishadi. Shu munosabat bilan tadbirkorning oldida murakkab muammolar turadi. Bular biznesning muvaffaqiyati uchun qanday ixtisosdagi mutaxassislar kerakligi, ular qanday sifatlariga ega bo'lishlari zarurligi, ularning tadbirkor shakllantirayotgan ruhiy muhitga kira olishlari mumkinligini aniqlash muammolaridir.

Har qanday faoliyatdan kutiladigan samara insonga, avvalo uning mehnat madaniyati darajasiga bog'liqdir. Masalan, yaponlar «iqtisodiy mo'jizalari» asosida nafaqat ilm, fan-texnika va texnologiya yutuqlari, balki mehnat madaniyatining o'zgarishi yotganligini ta'kidlaydilar. Yaponiya ekspertlarining fikriga ko'ra, buning uchun yapon jamiyatiga 30 yil kerak bo'lgan.

Mehnat madaniyati deganda ishlab chiqarishni tashkil etish darajasi, mehnatning yangi, samaraliroq usullarini qo'llash, hamkasblar va qo'l ostidagilar bilan muomalada samimiylik, yangi g'oyalar, texnologiyalarni izlash, mulkka va ishlab chiqarish munosabatlariga ehtiyotkorona yondashish tushuniladi.

Korxona faoliyatini boshqarishda to'g'ri qaror qabul qilish tadbirkorning eng muhim sifatlaridandir. Boshqacha qilib aytganda, bu tadbirkorning o'z faoliyati, o'z biznesi sohasida javobgarlikni o'z zimmasiga olishidir. Haqiqatan ham tadbirkor,

qaror qabul qilib, uni amalga oshirishda nafaqat o'z sheriklari oldida, balki o'zining kelajakdagi qarorining oqibati uchun javobgarlikni ham o'ziga oladi. Binobarin, javobgarlikni o'ziga olish jarayoni, ayni bir vaqtda, xavf-xatarni o'ziga olishni ham bildiradi. Shunday qilib, xavf-xatarni ko'ra bilish va uni bartaraf etish uchun tayyorlik ham tadbirkorga xos muhim sifatdir.

Tadbirkorlik niyatini amalga oshirish belgilangan darajada tadbirkorning motivlashuvi (manfaatdor bo'lishi)ga bog'liq. Tadbirkorlik nazariyasining asoschisi Y. Shumpeter uchta asosiy motivni ajratgan:

- birinchidan, hokimlik qilish, hukmronlik, ta'sir qilishga ehtiyoj;
- ikkinchidan, aniq harakatlarni bajarish orqali erishish ehtimoli bo'lgan g'alabaga iroda, muvaffaqiyat sari harakat;
- uchinchidan, mustaqil ish faoliyati beruvchi ijodkorlik quvonchi.

Ammo, Y. Shumpeter tomonidan taklif etilgan motivlashtirish nazariyasi g'arbiy mamlakatlar tadbirkorlarining fikrlash uslubini aks ettiradi. O'zbekistonda tadbirkorlik faoliyati bir qator o'ziga xos alomat va xususiyatlar bilan birga bo'ladi. Mamlakatimizda tadbirkorlikni motivlashtirish xususiyatlari quyidagi alomatlarga ega:

- o'z salohiyatini amalga oshirishga harakat qilish;
- eng muhim, ijtimoiy va iqtisodiy samara keltiruvchi g'oyalarni amalga oshirish istagi;
- to'rachilik tuzilmalari bilan bog'liklikdan qochish, harakatlar erkinligi va faoliyat yuritish jarayonida mustaqil bo'lish;
- qiziqarli ish bilan mustaqil va erkin shug'ullanish;
- o'zining ijtimoiy maqomi va obro'sini oshirishga intilish hamda o'ziga va o'z yaqinlariga munosib turmush sharoitlarini ta'minlash.

Ko'rsatib o'tilgan istaklarni muvaffaqiyatli amalga oshirish uchun tadbirkor bir qator izchil harakatlarni amalga oshirishi kerak. Bu harakatlar tanlab olingan ishlab chiqarish jarayonini tashkil etish shakllariga bog'liq. Shu munosabat bilan tadbirkor o'z faoliyatini tashkil etishning quyidagi ikki tarkibiy qismini tahlil qilishi kerak:

- bozor va unda vujudga keladigan vaziyat;
- ishlab chiqarish tuzilmasi.

Ish muhitini tahlil qilishda tadbirkor bu qismlar o'rtasida o'zaro aloqalar o'rnatishning samarali usulini topishi kerak. Ammo, bunga erishish qiyin, chunki birinchidan, ikkala tarkibiy qismning sifati turlicha. Bozor dinamik o'zgaruvchan mexanizmdan iborat. Unga doimo kuzatiladigan talab, taklif, narx, raqobat sharoitlarining o'zgarishi xosdir. Shu bilan bir vaqtda ishlab chiqarish tuzilmasi konservativ, kam o'zgaruvchan. Ishlab chiqarish dasturlari kundalik o'zgarishlarni ko'zda tutmaydi. Ikkinchidan, bozor va ishlab chiqarish fazo va vaqtga bo'lingan. Fazoviy bo'linishga ko'ra, bozordagi o'zgarishlar ishlab chiqarish tuzilmasidagi xuddi shunday o'zgarishlarni keltirib chiqara olmaydi.

Bu holat vaqt bo'yicha bo'linish bilan ham chuqurlashadi, tadbirkor ishlab chiqarish dasturini shakllantiradi va uni bozordagi vaziyat haqidagi axborotlar bilan asoslaydi. Ammo dasturni bajarish ma'lum bir vaqtni talab etadi, shu vaqt ichida bozorda jiddiy o'zgarishlar ro'y berishi mumkin. Buning natijasida ishlab chiqarilgan tovar yoki xizmatlar bozorda kerak bo'lmay qolishi mumkin. Shuning uchun

tadbirkor muhim qarorlarni qabul qilish uchun asos bo'lib xizmat qiluvchi marketing tadqiqotlari bozorda vaziyatning rivojlanish bashoratiga asoslanishi kerak.

Qaror qabul qilish, mas'uliyatni zimmasiga olish kabi vazifalar tadbirkorlikni boshqarish faoliyati bilan bog'laydi. Shuning uchun ham tadbirkorni menejerdan ajratish zarur. Bularning har biri o'ziga xos vazifalarni bajaradi. Bir tomondan tadbirkorlik faoliyatining mazmuni boshqarish faoliyatidan kengroq bo'lsa, boshqa tomondan har bir ishbilarmon ham menejment vazifalarini bajara olmaydi. Menejment asoslariga bag'ishlangan kitobda bu haqda yaxshi fikr bildirilgan: «Shaxsiy tavakkalchilik, moliyaviy imkoniyatga bo'lgan munosabat, tinimsiz mehnat qilish kabi xususiyatlarga ega tadbirkor yiriklashib borayotgan korxonani boshqara oladi, degan gap emas»¹.

Menejerning «shakllanmagan tuzilmani shakllantirish» qobiliyati ishi yurishib ketayotgan ishbilarmonga doimiy xos bo'lavermaydi. Shu sababli yirik korxonalar rahbariyati tarkibiga menejerlar kelmoqda.

Bugungi sharoitda «tadbirkor» tushunchasi «menejer» tushunchasiga juda yaqin turadi. Shu bilan birga, tadbirkor mulkdor bo'lsa, menejer boshqaruvchi dir. Amalda esa, aksariyat mulkdorlar menejer vazifasini bajaradi, qator menejerlar esa o'zlari boshqarib turgan ishlab chiqarish korxonalariga ega bo'lib qolmoqda.

«**Tadbirkorlik**» tushunchasi tadbirkorning ensiklopedik lug'atida quyidagicha ta'riflanadi:

Tadbirkorlik shaxsiy daromad, foyda olishga qaratilgan fuqarolarning mustaqil faoliyati. Bu faoliyat o'z nomidan, o'z mulkiy mas'uliyati va yuridik shaxsning yuridik mas'uliyati evaziga amalga oshiriladi. Tadbirkor qonun tomonidan ta'qiqlanmagan barcha xo'jalik faoliyati, shu jumladan, vositachilik, sotish, sotib olish, maslahat berish, qimmatbaho qog'ozlar bilan ish olib borish bilan shug'ullanishi mumkin.

Tadbirkorlik shaxsiy va ijtimoiy foydalarni ko'zlagan holda daromad olish uchun sarflanayotgan mablag' bilan bog'liq faoliyatdir. Tadbirkorlikka berilgan ushbu ta'rif batafsilligi bilan ajralib turadi. Bu ta'rifda tadbirkorlik faqat ma'lum faoliyat bilan shug'ullanish emas, balki bevosita faoliyat yuritishdan iboratligi ta'kidlangan. Tadbirkorlikka berilgan qator ta'riflarda eng muhim holat, ya'ni shaxsiy daromad bilan ijtimoiy foydaning yaxlitlik xususiyati ko'rsatilmagan.

Xulosa qilib aytadigan bo'lsak, tadbirkorlikning muhim xususiyatlariga quyidagilar kiradi:

- xo'jalik faoliyati olib borayotgan subyektlarning mustaqilligi va erkinligi. Huquqiy me'yorlar chegarasida har bir tadbirkor u yoki bu masala yuzasidan mustaqil qaror qabul qilishi mumkin;

- iqtisodiy manfaatdorlik. Tadbirkorlikning asosiy maqsadi maksimal darajada daromad olishni ko'zlab, jamiyat taraqqiyotiga ham o'z hissasini qo'shishdir;

- xo'jalik tavakkalchiligi va mas'uliyat. Har qanday hisob-kitobda ham noaniqlik va tavakkalchilik bo'lishi mumkin.

2. Tadbirkorlikning shakllanishi va rivojlanish tarixi

Barcha yangi mustakil davlatlarda isloxotlardan oldingi davrda mulkchilikning davlat shakli ustunlik qilgan. Xo'jalikning davlat sektorida mexnatlashlar umumiy sonining 4G'5 kismi, kooperativlarda 14-15% (bulardan yarimidan kupi kolxozlarda), xususiy sektorda 3%ga yakini band bo'lgan. Saksoninchi yillarning ikkinchi yarimida xo'jalikning kooperativ sektorini yaratish ijarani rivojlantirishga xarakat Qilingan. Bu xarakat bozor infratuzilmasini rivojlanmaganligi davlat mulkchiligining xukmronligi, xo'jalik yuritishning yangicha shakllarini davlat sektoriga karamligi, xo'jalik Qonunlarining noanikligi va bir kator sabablar tufayli natijasiz bo'lgan.

Korxonalarini davlat tasarrufidan chikarish va xususiylashtirish iqtisodiy isloxotlarning etakchi buginidir. Xususiylashtirish natijasida demokratik jamiyatning ijtimoiy zaminini tashkil kiluvchi xususiy mulkchilik katlami shakllanib bordi.

Iqtisodiyot fanida tadbirkorlik faoliyatiga doir dastlabki tadbirkotlar XVIII asrda R. Kontilon, A. Tyurgo, F. Kene, A. Smit va J.B. Sei asarlarida amalga oshirila boshlandi. Birok xozirga kadam jamoatchilik fikrida "tadbirkorlik" tushunchasining kup ma'noliligi saklanib kolmokda. Ilmiy adabiyotda ushbu tushuncha haqida kupincha bu favkulodda xodisaning iqtisodiy, tashkiliy va ruxiy tavsiflari (turli-tuman karashlar) tuplashidan iborat xar xil tasavvurlar mavjud.

Xorijiy adabiyotlarda biznes ta'rifini kup turlari mavjuddir. Inson jamiyatining butun rivojlanish tarixi u yoki bu jixatdan doimo biznes bilan boglik bo'lgan.

Dastlabki bosqichlarda tadbirkorlikning eng muxim alomati biron bir shaxs-tadbirkor faoliyatining foydali yoki zararligini belgilovchi noaniklik omili xisoblangan. Tadbirkorlikning ijtimoiy - iqtisodiy vazifasi turli bozorlarda talab bilan taklif orasida muvozanat urnatishga doir takkomillik faoliyatidan iborat deb tan olingan.

Keyinchalik "sarmoya egasi" va "Tadbirkor" tushunchalari bir-biridan farklana boshlandi. Tadbirkor sarmoyaning muomalada yuritishni, kupayib borishini ta'minlaydi va bu borada u venchur sarmoyador, ya'ni jalb qilingan moliyaviy mablaglarni ustalik bilan tasarruf etuvchi shaxs sifatida ishni yuritib yuborishga uz goylari, bilimi va kunikmalarini tatbik qilib, kup foyda olish maqsadida usha mablaglarni tavakkali ishlarga sarflaydi.

O'zbekistonda va MDXda biznes haqidagi makolalar, adabiyotlar 60-yillarning urtalarida paydo buldi. Xususiy mulkchilik esa usha davrda bizning mafko'ramiz uchun butunlay yod narsa edi. Lekin bizda biznesni fan tarikasida urganish fakatgina 90-yillarning boshlarida bozor munosabatlariga asta-sekin utish bilan boshlanadi.

"Biznes" - so'zi inglizcha suz bo'lib, u tadbirkorlik faoliyati eki boshkacha suz bilan aytganda kishilarni foyda olishga karatilgan tadbirkorlik faoliyatidir.

Xorijiy adabiyotlarda biznes ta'rifini kup turlari mavjuddir. Inson jamiyatining butun rivojlanish tarixi u yoki bu jixatdan doimo biznes bilan boglik bo'lgan.

Biznesmen (tadbirkorlik) so'zi birinchi marotaba Angliya iktisodietida XVIII asrda paydo bo'lib, u "Mulk egasi" degan ma'noni bildiradi. Jumladan, Adam Smit tadbirkorni mulk egasi sifatida ta'riflab, uni foyda olish uchun Qandaydir tijorat goyasini amalga oshirish maqsadida iqtisodiy tavakkalchilikka boradigan kishidir, - deb ta'kidlaydi. Tadbirkorni uzi, uz ishini rejalashtiradi, ishlab chikarishni tashkil etadi, maxsulotni sotadi va olgan daromadiga uzi xujayinlik kiladi.

Biznes- bu avvalo ishlab chikarishni tashkil etish, iqtisodiy faoliyat va munosabatlar, xayotni uzi sungra esa pul ishlash demakdir. Biznes- bu xorijiy suzdir. U butun dunyo buyicha tarkalgandir, undan barcha mamlakatlarda foydalanidilar. O'zbek tilida esa biznes so'zi tadbirkorlik, biznesmen esa tadbirkor demakdir. O'zbekcha suz xorijiy suzga tugri keladi, lekin unga Qo'shimcha ma'no xam beradi. Bu suzlarni ortida "ish" ya'ni ish bilan shugullanish eki korxona tashkil kilish etadi. Shunday qilib, biznes - bu korxona tashkil kilish demakdir (sanoat korxonasi, savdo dukoni, xizmat ko'rsatish korxonasi, auditorlik kontorasi, advokat idorasi, bank va x.k.). Demak, biz bu yo'q narsadan pul kilish emas, balki murakkab ishlab chikarishni eki xizmat ko'rsatishni tashkil etish demakdir. Tadbirkorlik - bu doimo uz ishining fidoiysi, bilimdonidir. Tadbirkorlik uchun ukish kerak, nafakat dastlabki paytlarda, balki tadbirkor bir umir ukishi, izlanishda bo'lishi kerak.

Tadbirkor nimalarni bilishi va kilishi kerak? U eng avvalo, tadbirkorlik faoliyatini Qanday amalga oshirishni, Qanday sharoitda amaliy xarakat kilishni, tadbirkor oldida uchraydigan tusiklarni xal kilish yullarini va Qanday yutuklarga erishishni bilishi kerak. Tadbirkor - ishlab chikarishni tashkil etishni, xamda maxsulotni sotishni bilishi kerak. U bozor munosabatlari sharoitida yuzaga keladigan anik sharoitlarni baxolashni va tugri yul tanlashni bilishi kerak. Xech kim, xech kachon tadbirkorga nima kilishni urgatmay va ogir paytdlarda yordamga kelmaydi. Xar bir tadbirkor fakat uz kuchiga, bilimiga va zakovatiga ishonishi va suyanishi lozim.

Tadbirkorlik faoliyatini aktsiyadorlik mulki shaklida xam, jamoa mulki shaklida xam, xususiy (yakka) mulk shaklida xam amalga oshirish mumkin. Birok aktsiyadorlik mulki shakli va jamoa mulki shakli doirasida uni tashabbus ko'rsatish, Qarorlar Qabul kilish va uz faoliyati uchun javobgarlik masalalarida xodimlar va menejerlarga xususiy mulk egasi imkoniyatlari kanchalik darajada berilishiga boglik ravishda amalga oshirish mumkin.

Savdo, maishiy xizmat, maxalliy sanoat, ijtimoiy soxalar korxonalarini davlatnikidan xususiyga aylantirish jaraeni ancha kiyin utdi. Bu erda avval xususiylashtirish yiriklashtirilgan ishlab chikarish bulimlari buyicha bajarildi, ularning zaminida ochik turdagi xissadorlik jamiyatlari tuzildi.

Ammo xat bu jamiyatlarni kichiklashtirishni takazo qiladi, shu maqsadda unga kiruvchi ayrim tarkibiy birgaliklarga katta mustakillik berildi. Natijada O'zbeksavdo, O'zmaishiytifoQ, O'zbekbirlashuv kabi tarmoklar buyicha 13 mingga yaqin xususiy korxonalar tashkil etildi.

1995 yildan to hozirgi davrgacha kichik va xususiy korxonalar tashkil qilishga eng katta ahamiyat berildi. Ijtimoiy yunaltirilgan bozor iqtisodiyatiga o'tish davriga O'zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A.Karimov ta'kidlab utganidek, "...Qishloq joylarida ixcham ishlab chikarish korxonalari tashkil etish, kichik va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishni rag'batlantirish xisobiga aholining ish bilan bandligini ta'minlash siyosatini faol amalga oshirmokchimiz".

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A.Karimovning "Bozor islohatlarini chuqurlashtirish va iqtisodiyotni yanada erkinlashtirish sohasidagi ustivor yo'nalishlar amalga oshirilishini jadallashtirish chora-tadbirlari to'g'risida" va "Tadbirkorlik subektlarini huquqiy himoya qilish tizimini yanada takomillashtirish to'g'risida"gi Farmonlari davlat mulkini xususiylashtirish sohasidagi Qonunchilikni takomillashtirish, xususiy tarmoqni jadal rivojlantirishni kuzda tutadi.

Farmonlar mamlakatimiz Prezidenti Oliy majlis Qonunchilik palatasi va Senati Qushma majlisidagi "Bizning bosh maqsadimiz – jamiyatni demokratlashtirish va yangilash, mamlakatni modernizatsiya va isloh etishdir" ma'ruzasida belgilab berilgan vazifalarning mantiqiy davomi hisoblanadi. Ma'ruzada asosiy strategik vazifamiz- demokratik Qurilish va fuqarolik jamiyatini shakllantirish, bozor islohatlarini chuqurlashtirish va iqtisodiyotni erkinlashtirish yo'lida samarali, bosqichma-bosqich va izchil borish ekanligi ta'kidlangan edi. Shuningdek, ushbu ma'ruzada 2005 yilda iqtisodiy islohatlarni amalga oshirishning eng muhim ustivor vazifalari etib quyidagilar ko'rsatilgan:

- asosiy ustivor masala – avvalgidek, bozor islohatlarini chuqurlashtirish va yanada erkinlashtirishdan iborat;

- ikkinchi ustivor masala- xususiy tarmoqning jadal rivojlanishini, uning mamlakat iqtisodiyotidagi ulushi kupayishini ta'minlash;

- uchinchi ustivor masala – kichik biznes va fermerlikni rivojlantirish borasidagi ishlarni chuqurlashtirish va kulamini kengaytirishdan iborat;

- to'rtinchi ustivor masala- bank va moliya tizimlaridagi islohatlarni chuqurlashtirish;

- printsipial muhim masala- soliq siyosatini yanada takomillashtirish.¹²

Demak tadbirkorlikni rivojlantirishni eng asosiy bug'uni bo'lib kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish hisoblanadi.

¹² Каримов И.А. "Бизнинг бош мақсадимиз – жамиятни демократлаштириш ва янгилаш, мамлакатни модернизация ва ислох этишдир". Ўзбекистон Республикаси Президентининг Олий Мажлиси Қонунчилик палатаси ва Сенатининг қўшма мажлисидаги маърузаси // Халқ сўзи, 2005, 29 январ, 20-сон.

3. Tadbirkor va biznes kabi tushunchalar. Kichik biznes tadbirkorlikni tarao'iyot topishida vatanimiz va xorijiy davlatlarning tajribalari

Bizning mamlakatimizda xorijiy mamlakatlar tajribalariga suyanan xolda, tadbirkorlikni rivojlantirishga davlat tomonidan katta e'tibor berilmokda. Bunda 1999 yilning 14 aprelda Oliy Majlis tomonidan Qabul Qilingan "Tadbirkorlik va tadbirkorlar faoliyatini kafolatlash to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasi qonunini misol qilib ko'rsatsa bo'ladi. Erkin raqobatga tobora keng imkon yaratish, turli mulkchilik shakllaridagi bozor sub'ektlar urtasida bo'ladigan iqtisodiy huquqiy munosabatlarni jaxon andozalari darajasida tashkil etish borasida ushbu qonun muxim ahamiyat kasb etadi.

Mazkur qonunga binoan tadbirkorlik, oilaviy tadbirkorlik, yakka tartibdagi tadbirkorlik, birgalikdagi tadbirkorlik sub'ektlarining miqyosi aniq belgilab berilgan. Bundan tashqari tadbirkorlik faoliyatini kafolatlari aniq kursatib o'tilgan.

Xush, kichik biznes va tadbirkorlik rivojlangan davlatlarda qanday e'tirof etiladi va uning mohiyati nimadan iborat?

AQShda 500 tagacha xodimi bo'lgan korxona kichik korxona bo'lib hisoblanadi. Germaniya va boshqa G'arbiy Evropa davlatlarida esa, 300 tagacha xodimi bo'lgan korxona kichik korxona hisoblanadi.

Xorijiy mamlakatlarda kichik korxonalarining ikkita tamoman uzgacha turlarga bo'lish mumkin:

- 1) hayotni ta'minlovchi korxonalar;
- 2) tez usuvchi korxonalar.

Odatda kichik korxonalarining qariyb 80-90 foizi uta kichik bo'lib, ular ush uchun cheklangan imkoniyatlarga ega. Bunday korxonalar xayotni ta'minlovchi korxonalar deb yuritiladi. Ushbu turdagi korxonalarga konsultatsion xizmat ko'rsatuvchi firmalar, tor doirada ixtisoslashgan dukonlar, kafe va shu kabilar kiradi. Ulardagi xodimlar tulik bulmagan ish kuniga ega bo'lib, firma manzillari sifatida tadbirkorlar uz uylaridan foydalanadilar. Xayotni ta'minlovchi korxonalar kichik biznes korxonasi bo'lib, uning egasi etarli turmush darajasini ta'minlash maqsadida tashkil etadi.

Ikkinchi turdagi korxonalar tez usuvchi korxonalar deb nomlanadi. Ularning bunday nomlanishiga sabab, ularning maqsadi tezrok kichik biznes chegarasidan chikib rivojlanishdir. Tez usuvchi korxonalar kichik biznes korxonasi bo'lib, ular tezkor ush tendentsiyasiga va kuyilgan sarmoyaning yukori kaytimligiga hisoblanadi. Odatda, bunday turkum korxonalarga bir necha kishi rahbarlik kiladi. Tez usuvchi korxonalar yirik investitsiya manbalariga tez yakinlasha oladilar va buning natijasini keng bozorda yangi tovarlar va xizmatlarini kiritish imkoniga ega bo'ladilar.

Bunday turdagi korxonalarni xar yili AQShda chop etiladigan "Ink" jurnalida e'lon kilishadi. 1990 yili 500ta shunday kompaniyaning yillik oboroti 9,6 mlrd. dollarga teng buldi va 56,8 ming ish joyi xosil kildi. 1990 yilda bu ro'yxatda "Konjentriks" firmasi peshkadamlik egallab, uning asosiy faoliyati "Sharlotta" shaxrida (shim. Korolina shtati) elektrostantsiyalarni kurish va ta'minlash bo'lgan. Ma'lum yillarda ushbu ro'yxatda "Charlz Shvab" va "Mikrosoft" korporatsiyalari karvonboshilik kilganlar. Xozirgi paytda ushbu korporatsiyalar yuksak rivojlangan korporatsiyalar safiga kiradi.

Ko'pgina xorijiy mamlakatlarda kichik biznesning vujudga kelishi va muvaffaqiyatli faoliyat yuritishi davlat yordami vositasida ta'minlanadi. Ularda bu ishda juda katta ijobiy tajriba to'plangan bo'lib, undan bizning sharoitlarimiz va xususiyatlarimizni hisobga olgan holda foydalanish mumkin.

Ko'pgina mamlakatlarda kichik korxonalar faoliyatini tartibga solishga umumiy yondashishlar va asosiy yo'nalishlar xosdir. Ularga quyidagilar kiradi:

- kichik biznesni qo'llab-quvvatlashga yo'naltirilgan maxsus qonunlarni qabul qilish;

- korxonalar faoliyatining umumiy va xususiy tomonlarini (masalan, kichik firmalarda boshqaruv usullarini) takomillash-tirishni, biznes bilan shug'ullanishni istayottanlarga moliyaviy yordam ko'rsatishni, kichik biznesni rivojlantirishni ko'zda tutuvchi ma'lum maqsadga qaratilgan davlat rejalarini ishlab chiqish;

- kichik biznesni qo'llab-quvvatlashning tarkibiy-tashkiliy xizmatlarini tashkil qilish;

- kichik bizneslarga davlatning moliyaviy yordam ko'rsatishi (Italiyada kichik firmalar ilmiy-tadqiqot va tajriba-konstruk-torlik ishlarini moliyalashtirishga katta mablag'lar ajratiladi);

- kichik biznesni kafolatlash va imtiyozli kreditlashtirish firmalarini tashkil qilish (Angliyada kichik korxonalarni moliyalashtirishni ta'minlovchi maxsus firmalar bor, buning ustiga davlat qarzlarining 70% ni kafolatlaydi);

- kichik korxonalar faoliyatini imtiyozli soliqqa tortishni keng tarqatish (masalan, Fransiyada har yili 10000 ga yaqin korxonalar to'liq yoki qisman soliq to'lashdan ozod qilinadilar).

Kichik biznesni qo'llab-quvvatlash sohasidagi ba'zi bir mamlakatlar tajribasining qisqacha bayonini keltiramiz.

AQSH. AQSH 1953-yildayoq butun mamlakat bo'yicha vakillarning keng tarmog'iga ega kichik biznes ishlari bo'yicha ma'muriyat tashkil qilingan edi, unda 4 ming xodimlar xizmat qiladi. Bu tashkilot faoliyatining asosiy yo'nalishi shaxsiy ishni ochish va olib borishda yordam berish, kichik biznesga kreditlar va kafolatlangan qarzlar berishdan iborat.

O'sha yili iqtisodiyotning monopolistik sektorini davlat tomonidan tartibga solishning huquqiy asoslarini tashkil qiluvchi kichik biznes to'g'risidagi qonun qabul qilingan. 1986-yilda kichik korxonalarga yangi texnologiyalar, ilmiy-texnik va tajriba konstruktorlik tashkilotlarining ishlanmalarini topshirish imkoniyatini ta'minlovchi qonun qabul qilingan.

Kichik korxonalarga ko'pchilik yarim hukumat tashkilotlari yordam ko'rsatadilar: xizmatlar savdosi sohasidagi siyosat bo'yicha qo'mita, Prezident xuzuridagi xususiy tadbirkorlik muammolari bo'yicha maxsus komissiya, sanoat raqobatbardoshligi masalalari bo'yicha komissiya va boshqalar.

Ko'p sonli jamoatchilik tashkilotlari – savdo palatasi, sanoatchilarning milliy assotsiatsiyasi, savdo, qishloq xo'jaligidagi har xil assotsiatsiyalar, klublar, guruhlar va hokazolar kichik biznesni qo'llab-quvvatlashga yordam ko'rsatadilar. AQSHda kichik korxonalar soliq imtiyozlaridan foydalanmaydi, ammo subsidiyalar, dotat-tsiyalar, moliyaviy kafolatlar bilan qo'llab-quvvatlanadilar.

Yaponiya. Yaponiyada kichik korxonalarni qo'llab-quvvatlashda kichik biznes bo'yicha boshqarma, KO'Kni rivojlantirish bo'yicha davlat korporatsiyasi, moliyalashtirish bo'yicha milliy korporatsiya, KO'K assotsiatsiyalarining butun yapon federatsiyasi, KO'K butun yapon markazi va boshqalar faoliyat yuritadilar. Bulardan tashqari unga yaqin maxsus banklar KO'Kni kreditlashga xizmat qiladi.

Davlat qo'llab-quvvatlashi o'z ichiga quyidagilarni oladi: imtiyozli soliqqa tortish, jadallashtirilgan amortizatsiya, imtiyozli kredit-lashtirish, xodimlarni o'qitishda yordam, bankrotlik holidagi yordam ko'rsatish, KO'Kning texnik darajasi o'sishini rag'batlantirish.

Prefekturalarda harakat qiluvchi 500dan ortiq savdo-sanoat palatalari va ularning filiallari kichik korxonalarga maslahat, moliya, ta'lim yordamini ko'rsatadilar.

Kichik biznesni qo'llab-quvvatlashning maxsus fondi, xalq fondi hamda moliyaviy korporatsiya davlatning KO'Kni qo'llab-quvvatlashning moliyaviy bazasini tashkil qiladilar.

Xitoy. Xitoyda olib borilayotgan soliq va moliya siyosati, tashqi savdo, investitsion siyosat sohalarida islohotlarning chuqurlashuvi kichik korxonalarning tez rivojlanishiga yordam bergan. Ayniqsa, qishloq xo'jaligi, posyolka sanoati deb nomlangan kichik va xususiy ishlab chiqarish tez rivojlangan. Qurilish materiallari ishlab chiqarishning 70%, tayyor kiyim-kechaklarning 40 %, qishloq xo'jaligi mahsulotlarining 80 %i kichik biznesning ulushiga to'g'ri keladi. Xitoy qishloqlari yalpi ijtimoiy mahsulotining 60 % posyolka korxonalarining ulushiga to'g'ri keladi. Posyolka korxonalarining muvaffaqiyatli faoliyat yuritishi va arzon ish kuchining mavjudligi ularni xorijiy investitsiyalarni jalb qiluvchi obyektga aylantirgan.

Janubiy Koreya. 1995-yilda KO`K mahsuloti eksportining salmog`i mamlakat umumiy eksport hajmining 30%ni tashkil qilgan va 50 mlrd. AQSH dollariga etgan. Bunga katta bank kreditlari yordam bergan.

Kredit-pul siyosati shunday qurilganki, tijorat banklari o`z qarzlarning 30% ini KO`Kga berishga majburlar. Mamlakatdagi kichik biznes federatsiyasi, KO`K banki, texnologiyalarni sug`urta qilish federatsiyasi, savdo va sanoat vazirligi KO`Kning rivojlanishiga yordam beradi.

Sanoatni rivojlantirish siyosatining ajralmas qismi sifatida KO`K ning rivojlanishini qo`llab-quvvatlash siyosati sohasida yirik qonunchilik bazasi tashkil qilingan: KO`K ni rag`batlantirish haqidagi dekret (1966-y.), KO`Kning sub-kontraktli ishlarini rag`batlantirish haqidagi qonun (1978-y.), faqat KO`K ishlab chiqaradigan tovarlar ro`yxati (1982-y.), KO`K o`zaro yordam fondi haqidagi qoidalar (1984-y.), KO`K boshqaruv barqarorligi va boshqalar. Yordam, birinchi navbatda, yuqori eksport salohiyatiga ega bo`lgan korxonalarga ko`rsatiladi.

Gollandiya. Bu mamlakatda KO`K ni qo`llab-quvvatlash uchun ko`pgina tashkilotlar mavjud:

- KO`K uchun golland kengashi;
- KO`K masalalari bo`yicha tadqiqotlar va konsalting;
- KO`K uchun siyosatning qirolik federatsiyasi;
- ijtimoiy biznes tashkilotlari tarmoq xususiyatlari bo`yicha ish beruvchilar va xodimlarning hamkorligini ta`minlaydilar;
- savdo palatasi konsalting xizmatlari ko`rsatadi;
- KO`K instituti ishchi-xizmatchilarni o`qitish, maslahat berish bilan shug`ullanadi;
- o`qish vaqtida shaxsiy korxonalarini ochgan talabalarga yordam ko`rsatish uchun «Mini-korxonalar fondi» tashkil qilingan;
- ikkita oliy o`quv yurti KO`K uchun mutaxassislarni tayyorlaydi;
- kechqurunlari qatnash mumkin bo`lgan ko`pgina turli xil kurslar ishlaydi. Bularda ishni endi boshlovchilar shaxsiy ishni ochish, biznes-rejalar tuzish, maslahatlar va axborotlar olish maqsadida o`qishlari mumkin.

Fransiya. Tadbirkorlikni qo`llab-quvvatlashning asosiy maqsadi – bandlikning ko`payishi va raqobatbardoshlikning o`sishidir. Buning uchun quyidagilar qilinadi: to`g`ridan-to`g`ri yordam, axborotlarga kirish, ma`muriy to`siqlarni kamaytirish, soliqlarni kamaytirish va boshqalar. Fransiyada KO`K ni qo`llab-quvvatlash bo`yicha har xil tashkilotlar tashkil qilingan:

- KO`K konfederatsiyasi;
- savdo palatasi;
- hunarmandlik ishlari bo`yicha palata;
- qishloq xo`jaligi palatasi;

- investitsion xavf-xatarni sug`urtalashning frantsuz jamiyati;
- biznesni tashkil qilish markazi va boshqalar.

Yuqorida ko`rsatib o`tilgan mamlakatlarda qo`llaniladigan kichik biznesni qo`llab-quvvatlash mexanizmlari faqat umumiy ko`rinishda bayon qilingan. Yordamning ayrim yo`nalishlarini aniqroq o`rganish va O`zbekiston iqtisodiyoti sharoitlarida ulardan foydalanish imkoniyatlarini belgilash kichik biznesni rivojlantirish uchun shubhasiz foyda keltirgan bo`lar edi.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik uz kullami jixatdan iktisodietni uzluksizligini va barQarorligini ta'minlashda katta urin egallaydi. Kichik biznes va tadbirkorlikning iqtisodiyotga ta'sir kulami bir kator iqtisodiy, ijtimoiy, madaniy, ma'rifiy va jixatlarni uz ichiga oladi. Biz fakatgina iqtisodiy jixatdan muxim bo'lgan xususiyatlar xususida tuxtalamiz. Bular kuyidagilardir:

a) ish joylarini tashkil etishdagi mavkening yuksalishi. Utgan 10 yil mobaynida AQSh kichik biznes buyicha boshkarmasining axborotiga ko'ra yangi ish joylarining yarmidan kupi 100 kishidan kam xodim ishlaetgan korxonalar xissasiga tugri keladi. Tez usuvchi firmalar yangi firmalarning 27 foizi tashkil etib ular 60 foiz yangi ish joylarini xosil kiliishda katnashmokdalar. Shu bilan birga kichik biznes xosil qilingan ish joylarining:

- ish xakiga Qo'shimcha to'lovlar, imtiezlarning bir muncha pastligi;
- ish joylarini kariyib 25 foizi notulik ish kuni tartibida shakllanadi;
- ularda ishlovchilar tarkibining turli-tumanligi ya'ni ma'lumot dastlab ishlamaganlar, yosh jixatdan urta yoshlar va urta yoshdan utganlar salmogini kupligi bilan ajralib turadi.

b) yangi tovarlar va xizmatlarni tadbik kilish. AQSh milliy fondining xisoblariga ko'ra 98 foiz yangi maxsulot xususidagi tadkikotlar kichik biznesda yaratilgan. Bu uta muxim ko'rsatkichdir. Eng yirik kashfiyotlar: xavfsiz ustaralar, elektron soatlar, vertalyotlar, zanglamas pulat va boshka tovarlar kulami bevosita kichik biznesda yaratilgan.

v) yirik korporatsiyalar extiyojini kondirish. Yirik kompaniyalar maxsulotini sotish, uni bozor talablari asosida shakllanishiga kumak berishda kichik korxonalarning roli yukoridir. Uz navbatida yirik rivojlanuvchi firmalar uz iqtisodiy strategiyalarida mayda ta'minotchilar bilan aloqa urnatishni samarali xisoblaydilar. Chunki ular moslashuvchanlik xususiyatiga egadir.

g) maxsus tovarlar va xizmatlar bilan taminlash vazifasi. Kichik korxonalar mijozlarning uzgacha maxsus extiyojlarini kondirishga etakchi urin egalaydilar. Chunki 1-dan, maxsus talabning ommaviy tusga ega emasligi va uning yirik ishlab chikarishda tashkil etish samarali bulmasligi sabab bulsa, 2-dan esa, boy xaridorlarning "uziga xos" istaklarini mavjudligidir.

Kichik biznesni tashkil etishda muxim urini firmani barpo etish va uni samarali soxasini anik belgilash egalaydi. Shu bilan birga statistika yangi ishni boshlashdagi

kup omadsizlikdan dalolat beradi. Kupchilik uni 30% mikkorda deydi, chunki 85% yangi korxonalar 10 yilik dastlabki ishlash davridayok inkirozga uchraydilar. Shu bilan birga kayd etilgan kichik firmalarning 40% 5 yildan sung uz ishlarini davom jetirmokdalar.

Kichik biznes va tadbirkorlikning rivojlanishiga bir kator omillar ta'sir ko'rsatadi. Bular kuyidagilardir.

1) Korxonalarni yiriklashuvi tendentsiyasining pasayishi. AQShda yakin 15-20 yil ichida korxonalarning yiriklashuvi tendentsiyasi pasayadi. Bu asosan, xizmat ko'rsatish soxasidagi siljishlar bilan boglik. Albatta, bu xizmat ko'rsatish soxasida faoliyat masshtabini uncha kengaytirish imkoni pastligi bilan belgilanadi. Xozirgi paytda xizmat ko'rsatish soxasidagi kichik korxonalar yirik raqobatchilarga nisbatan ayrim yumushlarini samarali tashkil kila olmokdalar. Bu birinchi navbatda boshkarish tizimining soddaligi va ixchamligi bilan boglikdir.

2) Ayollar ish kuchining iktisodga kirib kelishi.

80-yillarning uzidagina 2 mln. Aellar uz ish joylarini ochdilar. Xozir AQSh da 4-5 korxona aellarga tegishli bo'lib, ular mamlakatdagi ja'mi kichik korxonalarning 30 foizini tashkil etadi. Bu tendentsiya davom etsa, yu 2000 yilga borib, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikda aellar va erkaklar soni tenglashadi.

3) Yirik ishlab chikarishda xodimlarni kiskarishi.

Bu ayrim jixatdan demografik omillar bilan boglik. Jumladan "demografik portlash" davrida tugilganlar xozirgi 30-40 eshga, ya'ni uz ishini mustakil boshlash vaktiga etdilar. Bundan tashkari, yirik korxonalarda ish urni uchun ko'rash, butun xodimlarning kiskarilishi bevosita kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning rivojlanishiga ta'sir ko'rsatadi.

4) Yangi korxonalar ochish sur'atining ortishi. AQShda xar yili urtacha 200 mingga yakin aholi uzining firmasini ochadi. Ularning yarmidan kupi 20 ming dollardan kam oborot bilan uz faoliyatlarini boshlaydilar. Ularning kariib 75 foizini uz firmalarida 50 soat ishlaydilar, 25 foizi esa, 70 soat va undan ortik ishlaydilar. Kariyb 2G'3 kismi yangi biznesni boshlovchilar yangi yoki boshlaetgan kompaniyalar hisoblanadilar. Ya'ni, ular amalda ishlaetgan korxonalarni sotib olmaganligidan uzlari xususiy biznesni boshlaydilar. Ularnig 80 foizidan ortigi uz ishlarini uta samarali goyani emas balki oddiy ishlarni tartibli xal kilish bilan bohlaydilar.

Demak, kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini rivojlanishiga ta'sir etuvchi omillarni umumiyashtirsak, ular kuyidagilardan iborat:

- korxonalar yiriklashuvi tendentsiyasining pasayishi;
- ayollar ish kuchining iqtisodiyotga kirib kelishi;
- yirik ishlab chikarishda xodimlarning kiskarishi;
- yangi korxonalarni ochish sur'atining ortishi va boshkalardir.

4. Tadbirkorlikning xuquq va majburiyatlari

Tadbirkorlik bozor iqtisodietiga xos iqtisodiy faoliyatdir. Boshkacha aytganda, u muayyan ijtimoiy-iqtisodiy natijaga erishish maqsadida tovarlar va xizmatlarni ishlab chikarish va ayirboshlashni tashkil etish buyicha mulkdorlarning yoki ular vakillarining ongli va maqsadli iqtisodiy faoliyatidir. “Tadbirkorlik va tadbirkorlar faoliyatini kafolatlash to’g’risida”gi O’zbekiston Respublikasi qonunida tadbirkorlikka kuyidagicha ta’rif berilgan: “Tadbirkorlik-mulkchilik sub’ektlarining foyda olish maqsadida tavakkal qilib va mulkiy javobgarlik asosida amaldagi qonunlar doirasida tashabbus bilan iqtisodiy faoliyat ko’rsatishdir”.

Tadbirkorlikning mohiyati kuyidagilar orkali yanada oydinlashadi:

Birinchidan, tadbirkorlikning sub’ekti kim bo’lishi mumkin. O’zbekiston Respublikasining Konstitutsiyasi va O’zbekiston Respublikasida tadbirkorlik to’g’risidagi Qonunga muvofik balogat eshiga etgan xar bir fukaro uz mulki asosida eki mulk egasining vakolati asosida uz ixtier etgan Qonunga zid bulmagan faoliyat turi bilan shugullanishi mumkin.

Ikkinchidan, yukoridagi ta’rifda tadbirkorlikning yana bir tomoni mazmuni ifoda etilgan bo’lib, u mazmunan boy, xilma xil kurinishiga ega. Tadbirkorlik faoliyatini tanlash, uni tashkil etish va rivojlantirish moxiyat jixatidan davlat, jamiyat axamiyatiga molik ish bulmasdan, balki erkin tanlanadigan faoliyatdir.

Tadbirkorlik faoliyatining uch turi va unga mos ravishda tadbirkorlarning 3 guruxini aloxida ko’rsatish mumkin:

1) yangi tovar yoki xizmat loyixasini tashkil etish. Tadbirkorlikning bu turi bilan intellektual mulk egalari innovatsiya tadbirkorlari shugullanadi.

2) tovar ishlab chikarishni tashkil etish bilan shugullanuvchi tadbirkorlar.

3) tovarni sotish, qayta sotish va tijorat ishlarini tashkil etish bilan shugullanuvchi tadbirkorlar.

Uchinchidan, maqsad jixatidan tadbirkorlikning ikki turini:

a) foyda olishni, iqtisodiy samaraga erishishni maqsad kilgan;

b) ijtimoiy samaraga (masalan, tabiat muxofazasi, yosh avlod tarbiyasi, soglikni saklash) erishishni maqsad kilgan turlarini ajratish mumkin.

Tadbirkorlarga xos xususiyatlar kuyidagilardan iborat:

1. Shugullanaetgan soxa buyicha ilm, bilimga egaligi.

2. Tavakkalchilikka asoslangan qarorlar qabul kilish buyicha tashabbuskorlik kobiliyati.

3. Iqtisodiy jaraenlarni chukur fikrlay olish.

4. Qonunlarga itoatkorligi.

5. Innovatsiyachilikning faolligi.

6. Maqsad sari intiluvchanlik.

7. Tashkilotchilik.

8. Tejamkor bo’lishi.

9. Uz so'zining ustidan chikish.
10. Ruxiy poklik va xalolligi.
11. Uz jamoasi uchun ko'rashuvchanlik.

Tadbirkorlikni rivojlantirish uchun quyidagi shart-sharoitlar talab etiladi:

1. Mulk munosabatlarining uygunlashuvi. Bozor iqtisodieti sharoitida mulkiy munosabatlar uch jixat bilan belgilanadi: -
 - egalik qilish, ya'ni mulk egasi sifatida mulkka tula xukumronlik qilish: sotish, ijaraga berish, xadya etish;
 - foydalanib turish, ya'ni mulk egasining nazorati asosida ma'lum shart va to'lov evaziga mulkdan vaktincha foydalanish;
 - operativ tezkor boshqarishni, yangi mulk egasining nazorati ostida resurslarni taksimlash va ishlab chikarishni tashkil etish buyicha mulkni boshqarish huquqini joriy etish.
2. Tadbirkorlarga uz kobiliyatini tula namoen etish uchun quyidagi iqtisodiy erkinliklarning berilishi.
 - maxsulot assortimenti turlarini avay ishlab chikarish usulini tanlash erkinligi;
 - xamkorliklarni mustakil tanlash;
 - mablaglarni qonunga zid bulmagan soxalarga mustakil sarflash erkinligi va x.k.;
3. Bozorning ochikligi, ya'ni tovarlar, sarmoyalar, ma'lumotlar, ish kuchi, xom ashe xarakati uchun sun'iy goyalarning yukligi.
4. Bozor infratuzilmasining mavjudligi.

Bunga quyidagilar kiradi:

 - tijorat banklari;
 - tovar, fond, mexnat, valyuta birjalari;
 - tijorat tavakkalchiligi va mulk sug'urtasi;
 - ma'lumot va reklama manbalari, ommaviy axborot vositalari, aloqa vositalari;
 - ekspert byurolari, sertifikat markazlari, bojxonalar, soliq nazorati tashkilotlari, arbitrajlar va x.k.
5. Tadbirkorlik uchun huququiy kafolatning mavjudligi, ya'ni tadbirkorlikni ximoyalovchi Qonunchilikning mavjudligi.
6. Yangi korxonalarga kadrlar tayyorlash, kredit olish, soliq tulash, tabiiy boyliklardan foydalanish buyicha davlat tomonidan berilgan imtiyozlar va x.k.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Xususiy tadbirkorlik, kichik biznesni rivojlantirishni yanada ragbatlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi farmonida ko'rsatilishicha: xususiy tadbirkorlik, kichik va urta biznesni rivojlantirish asosida mulkdorlar sinfini shakllantirish kichik va xususiy tadbirkorlik faoliyati soxasiga kredit resurslarini keng jalb qilish va xorijiy sarmoyalarni bevosita olib kirish uchun makbul sharoit yaratish maqsadida;

Kichik tadbirkorlik sub'ektlari kuidagicha belgilangan:

-mulk shaklidan kat'iy nazar ishlab chikarish, ilm-fan, ilmiy xizmat ko'rsatish, chakana savdo Qishloq xo'jaligi va boshka ishlab chikarish soxalarida 100 nafardan, kichik tadbirkorlik korxonalari bo'lib hisoblanadi;

- mulk shaklidan kat'iy nazar boshqa korxonalarining ishchi va xizmatchilarini soni 100 nafardan oshgan tadbirkorlik korxonalari yirik korxonalar hisoblanadilar.

Xozirda tadbirkorlikni rivojlantirish, kichik va xususiy tadbirkorlik sohasiga xorijiy sarmoyalarni olib kirish uchun mikrofirmalar, kichik korxonalar va korxonalar tashkil etilib, makbul sharoitlar yaratilmokda.

QISQA XULOSALAR

Korxonalarda davlat tasarrufidan chikarish va xususiylashtirish iqtisodiy isloxoatlarning etakchi bugini bo'lib, xususiylashtirish natijasida turli mulkchilik katlamlari shakllandi va ularda tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishga aloxida axamiyat berilmokda.

Tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishdagi sharoitlarni yaratish xukumat ma'suliyatidagi ish hisoblanadi. Uning shakllanishiga ta'sir etuvchi omillar katoriga davlatning iqtisodiy siyosati, aholining ijtimoiy axvoli, raqobatning shakllanish darajasi, tadbirkorlikning raqobatlantirilishi va boshkalarni kiritish mumkin.

Tadbirkorlik mulkchilik sub'ektlarining foyda olish maqsadida tавvakal Qilib va mulkiy javobgarlik asosida amaldagi Qonunlar doirasida tashabbus bilan iqtisodiy faoliyat ko'rsatishdir.

TAYANCH IBORALAR

Tadbirkorlik, tadbirkor, tadbirkorlik faoliyati, tadbirkorlikning mohiyati, bank, biznes, kredit, innovatsiya, infratuzilma, birja, tavakkalchilik.

NAZORAT UCHUN SAVOLLAR

1. Tadbirkorlik faoliyati Qanday rivojlanish tarixiga ega?
2. Xorijiy mamlakatlarda tadbirkorlik faoliyatini uziga xos xususiyatlari nimalardan iborat?
3. Xorijiy mamlakatlarda (Yaponiya, Frantsiya, AQShlarida) tadbirkorlik faoliyatini kaysi shaklini rivojlanishi katta axamiyatga ega va uning sababi nimadan iborat?
4. Tadbirkorlik faoliyati tushunchasi va mohiyati deganda nimani tushunasiz?
5. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatiga ta'sir etuvchi omillarni ta'kidlab uting.
6. Sizningcha, tadbirkorlik faoliyatiga yana qanday omillar ta'siri bo'lishi mumkin?
7. "Biznes" va "tadbirkorlik" suzlarining iqtisodiy tushunchasi va ularning farki nimalardan iboratligini tushuntirib bering.
8. Xukumat tomonidan qanday qabul qilingan Qonunlar va Prezident Farmonlari asosida tadbirkorlikni, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlanishiga qanday e'tibor berilmokda?

Adabiyotlar ro'yxati:
Asosiy adabiyotlar ro'yxati:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Tadbirkorlik sub'ektlarini huquqiy himoya qilish tizimini yanada takomillashtirish chora-tadbirlar to'g'risida"gi Farmoni Xalq so'zi, 2005, 16 iyun.
2. Karimov I.A. O'zbekiston XX1 asr bo'sag'asida.-T.: O'zbekiston 1997.
3. Karimov I.A. "Bizning bosh maqsadimiz – jamiyatni demokratlashtirish va yangilash, mamlakatni modernizatsiya va isloh etishdir". O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Oliy Majlis Qonunchilik palatasi va Senatining Qushma majlisidagi ma'ruzasi G'G' Xalq so'zi, 2005, 29 yanvar, 20-son.
4. Xodiev B.Yu., Qosimova M.S., Samadov A.N., Muxiddinova U.S. Kichik biznesni boshqarish. –T.: "O'qituvchi", 2003.
5. Abdullaev Yo., Karimov F. Kichik biznes va tadbirkorlik asoslari.-T.: Mehnat, 2000.
6. Eremenko A. Razrabotka biznes-prilozheniy v Microsoft Business solutions-Alapta iersii. 3.0G'Feleksey Ermenenko, Ruslan Shashkov. –M.: Alpina Biznes Buks, 2005.-503 s.
7. Xodiev B.Yu., va boshqalar. Kichik tadbirkorlik asoslari(o'quv-amaliy Qo'llanma)-T.:EH. TEMPUS "Konsaudit", 2004.
8. <http://www.ced.bg/eng/projects/project12/publication/book.pdf>
9. Rambler-<http://www.rambler.ru>;
10. Yandex- <http://yandex.ru>;

Qo'shimcha adabiyotlar ro'yxati

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Mikrofimlar va kichik korxonalarni rivojlantirish borasida Qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi Farmoni G'G' Xalq so'zi, 2005, 21 iyun.
2. Kempbell K. Venchurno'y biznes : novo'e podxodo' G' Per. s angl.- M.: Alpina Biznes Buks, 2004-418 s.
3. Malo'y biznes. Organizatsiya, ekonomika, upravlenie: Ucheb. posobie dlya vuzovG' Pod red. Prof. V.Ya.Gorfinkelya, prof. V.A Shvandara.-2e izd., prereb. I dop.-M.: YuNITI- DANA, 2003-283 s
4. <http://www.ced.bg/eng/projects/project12/publication/book.htm>
5. <http://www.unece.org/sme/cjnf01.htm>

2-Mavzu: Tadbirkorlikning davlat tomonidan Qo'llab-Quvvatlanishi va boshqarilishi

Reja:

1. Tadbirkorlik kafolatlari va uni qullab quvatlanishi
2. Davlat idoralarining tadbirkorlar xuquqlarini buzganliklari uchun javobgarliklari
3. Kichik biznesni qo'llab-quvvatlash shakllari. Kichik tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash dasturlari
4. Litsenziya berish soxasida davlat siyosati
5. Moliya – kredit vositasida qullab quvvatlash

1. Tadbirkorlik kafolatlari va uni qullab quvatlanishi

O'zbekistonda davlat tasarrufidan chikarish va xususiylashtirishni chukurlashtirishning davlat dasturida tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash va xususiylashtirishdan keyingi davrda korxonalar bir maromda ishlashini ta'minlash choralari kuzda tutilgan. Buning uchun davlat:

- maxsus investitsiya fondlari va banklar tuzadi;
- xususiylashtirishdan olingan mablaglarga xususiylashtirilgan korxonalarni rivojlantirish dasturlarini qo'llab-quvvatlashda foydalaniladi;
- davlatga tegishli aktsiyalarga olingan dividendlarni texnika jixatdan qayta kurollantirish va asosiy fondlarni yangilashga yunaltiriladi;
- bojxona to'lovlari va soliqlarining ayrim turlarini pasaytirish eki bekor kilish, narx belgilash va litsentsiyalash xajmlarini kamaytirish va shu kabi kurinishdagi turli imtiezlarni belgilaydi;
- tadbirkorlikning huquqiy va iqtisodiy muxofazalanishini kafolatlaydi.

Davlat tadbirkorlar uchun shart-sharoitlar yaratishda xal kiluvchi rol uynaydi. Bugungi kunda bozor iktisodieti sharoitida tadbirkorlik rivojlantirish uchun xizmat kiluvchi shart-sharoitlarni yaratilishi kerak.

Bu zarur shart-sharoitlar nimalardan iborat? Bir necha asosiy koidalar borki, ularga amal kilmok kerak:

- salmokli huquqiy va ma'muriy tartibga asoslangan bozor iktisodietiga yunalgan siyosat;
- boshlovchi tadbirkorlarni ukitish dasturlarni ishlab chikish;
- mablagdan unchalik katta bulmagan yangi korxonalar xam foydalana olishini ta'minlovchi tadbirkorlikning davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanishi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 1994 yil 21 yanvardagi "Iqtisodiy isloxotlarni yanada chukurlashtirish, xususiyl mulk muxofazasini ta'minlash va tadbirkorlikni rivojlantirish to'g'risida" gi Farmoni bilan xususiyl mulkchilik asosidagi tadbirkorlikning yuzaga kelishi iqtisodiy isloxotlarning xozirgi bosqichidagi eng asosiy vazifalaridan biri sifatida kayd etildi. Bu vazifani xal etish uchun tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash tizimi yaratildi. U qonunlar, Prezident

Farmonlari, O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Maxkamasi qarorlarini uz ichiga oluvchi tegishli me'riy-huquqiy xujjatlarga asoslanadi.

Respublika bozor iqtisodietiga utishning uz yulini tanlab oldi. U iqtisodiy isloxlarni utkazishning 5 asosiy koidasiga asoslanib, "Davlat bosh isloxatchi" ekanligini ko'rsatdi. O'zbekiston xukumat tadbirkorlikni Qo'llab-Quvvatlashning kudratli yulini qabul kildi.

Qishloq xo'jaligi, savdo, umumiy ovqatlanish va aholiga maishiy xizmat ko'rsatish korxonalari qo'shimcha qiymat uchun soliq tulashdan ozod qilinganlar.

Xalk iste'mol buyumlari, kurilish materiallari ishlab chiqaruvchi xususiy korxonalar 2 yil mobaynida daromad solig'idan ozod qilinganlar, keyingi 2 yil ichida esa, kamaytirilgan stavkalarda soliq tulaydilar.

Qishloqlarda joylashgan kichik korxonalar, erdamchii ishlab chikarishlar, xunarmandchilik mol-mulkiga, qo'shimcha qiymat, er, transport solig'i, amortizatsiya ajratmalari, Qishloq xo'jalik maxsulotlarini qayta ishlash va xalq iste'mol buyumlarini ishlab chiqarishga soliqlar stavkasi 50 % kamaytirilgan.

Rivojlangan kapitalistik mamlakatlarda 70-yillarning urtalaridan boshlab iqtisodiy tanglik davrida iqtisodiy usishning yangi modeli shakllana boshladi. Uni innovatsion yoki axborot-industrial model sifatida ta'riflash mumkin. Kupchilik firmalar uchun urganish bo'lgan ishlab chikarish va marketing infrastrukturasi sifat jixatidan yangi texnologiyalar, talab va taklif konyukturasi bilan almashdiki bu xo'jalikning yuritish sub'ektlari urtasidagi o'zaro munosabatlarda uzgarishlarga olib keldi. Iqtisodiy usish samaradorligini oshirishda yangi bosqich boshlandi. U tadbirkorlik sa'y-xarakatning xiyla xujumkor tipini shart qilib kuydiki, bu rux tovar ishlab chiqaruvchiga bozor muvvafakiyati va etakchilikni ta'minladi. Tadbirkorlik faoliyat turi sifatida uzini uzi tartibga solib turuvchi tizim xususiyatlarini egallaydi.

Bu jaraen kuyidagi xususiyatlar bilan tavsiflanadi:

1. Bozor iqtisodieti amal kilgan barcha mamalakatlarda uz xususiy ishini yulga kuyishga kulam jixatidan mislsiz intilish yuzaga keldi. AQShda keyingi 20 yil ichida korxonalarning umumiy mikdori deyarli 3 barobar, Yaponiyada- taxminan 2 marta kupaydi. Italiyada esa, xar yili 300 mingga yakin yangi korxona paydo bulardi.

2. Tadbirkor jamiyatining ijtimoiy tarkibida muxim urin egallab, "zamonasining yangi kaxramoni" ga aylandi.

3. Barcha darajalarda turli xil ma'muriy-qonunchilik cheklovlarini bekor kilish natijasida tadbirkorlikning xo'jalik erkinligi darajasi keskin oshdi.

4. Tadbirkorlik bilan shugullanish uchun sifat jixatidan boshkacha shart-sharoitlar takib topdi: venchur mablagi bozori tez usdi, moliya muassasalarini diversifikatsiyalash va aholining moliya mablaglarini jalb etish imkonlari kengaydi. Fukarolar va tashkilotlarning biznesdagi axborotlarga etishishi yaxshilandi (inkubatorlar, innovatsion parklar, ryunder markazlari va shu kabilar).

O'zbekiston xususiylashtirishdan olingan barcha mablaglar byudjetga emas, balki xususiylashtirilgan korxonalarni Qo'llab-Quvvatlashga, tadbirkorlik va bozor tarkiblarini rivojlantirishga yunalltiriladigan yagona davlatdir.

Xalkaro tashkilotlar (Jaxon banki, BMT-YuNIDO) tomonidan kayd kilinishicha korxonalar va tadbirkorlik faoliyatini xususiylashtirishdan keyingi

qo'llab-quvvatlanishning O'zbekistonda amal kilinaetgan tizimi MDX mamlakatlari orasida uxshashiga ega emas.

Xususiylashtirish va davlat tassarufidan chikarishning davlat dasturidan tashkari O'zbekistonda xalk xo'jaligining barcha tarmoklarida shu jumladan, Qishloq xo'jaligida aloxida, tadbirkorlikni rivojlantirish dasturlari qabul kilinib, amalga oshirilmokda. 1994 yili Korakalpogiston Respublikasi, barcha viloyatlar va Toshkent shaxrini kamrab oluvchi mintakaviy dasturlar ishlab chikildi va amalga oshirila boshladi.

Soliq solish soxasidagi qonunlarni takomillashtirish borasida ishlar chukur uylab olib boriladi. Mutaxassislarning baxolashicha O'zbekistondagi soliq tizimi sobiq itifoqning barcha respublikalaridagidan, Evropadagi kupgina mamlakatlar va AQShdagidan ko'ra progressivrokdir.

Bundan tashkari, xususiy korxonalar ishlab chikarishni rivojlantirish, maxsulot chikarishni kupaytirish, soliq olinmagan mablaglarni ijtimoiy extiyojlarga yunalatirish maqsadida daromaddan olinadigan soliq buyicha imtiyozlardan foydalanishlari mumkin.

Ish boshlagan dastlabki ikki yil ichida xususiy korxonalar mulkga solinadigan soliqlardan, 1995 yildan boshlab esa, barcha korxonalar 20 % lik ammortizatsiya ajratmalari tulashdan ozod kilindilar.

Xususiy mulk shaklida xususiylashtirilgan korxonalar (Maxalliy sanoat, maishiy xizmat, davlat savdosi, umumiy ovakatlanish, matlubot korporatsiyasi, "O'zmevasabzavotuzumsanoat") order olgan vaktlaridan bohlab dastlab 2 yil ichida mulk solig'i, resurs to'lovlari, 20 foizli amortizatsiya ajratmalarini tulashdan ozod qilinganlar.

Xalk iste'moli buyumlari va qishloq xo'jalik maxsulotlari ishlab chikarish buyicha yangidan tashkil etilaetgan xususiy korxonalar kupgina soliqlardan ozod etilgan, boshka chet el davlatlari bilan kieslansa, ularning soliq yuki ancha engil. Chunonchi, Germaniya, Frantsiya, AQSh va bozor iktisodieti rivojlangan boshka mamlakatlarda Turkiya va xatto usha Rossiyada xam xususiy korxonalar uchun soliq yukining tushumining 40 foizidan 60 foizgacha bo'lgan kismini tashkil etadi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A.Karimovning "Bozor islohatlarini chuqurlashtirish va iqtisodiyotni yanada erkinlashtirish sohasidagi ustivor yo'nalishlar amalga oshirilishini jadallashtirish chora-tadbirlari to'g'risida" va "Tadbirkorlik subektlarini huquqiy himoya Qilish tizimini yanada takomillshtirish to'g'risida"gi Farmonlari davlat mulkini xususiylashtirish sohasidagi qonunchilikni takomillashtirish, xususiy tarmoqni jadal rivojlantirishni kuzda tutadi.

Respublika iqtisodiyotining jadal erkinlashtirilishi xususiy tarmoqni rivojlantirishni rag'batlantirish, iqtisodiyotda uning ulushi va ahamiyatini tubdan oshirish uchun asos yaratadi.

Shular Qatorida yangi qonuniy va me'yoriy –huquqiy hujjatlarni qabul qilinishi, jumladan davlat tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirish, kichik biznes va xususiy talbirkorlikni rivojlantirish va qullab-quvvatlash sohasida, iqtisodiy islohatlarni yanada chuqurlashtirish va iqtisodiyotni erkinlashtirish bo'yicha asosiy ustivorliklarning tizimli asosda asalga oshirilishini ta'minlash imkonini beradi.

2. Davlat idoralarining tadbirkorlar xuquqlarini buzganliklari uchun javobgarliklari

Vazirlar maxkamasi tomonidan “O‘zbekiston respublikasida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlanishni qo‘llab -quvvatlashning davlat dasturi” (1995 yil 28 avgust № 334 -sonli qarori) qabul kilinishi bilan O‘zbekistonda tadbirkorlikni rivojlantirishda yangi bosqich boshlandi.

Kichik tadbirkorlik to‘g‘risidagi qonun xujjatlarining asosiy maqsadi uning samarali usishini ta‘minlaydigan infratuzilmasini shakllantirish uchun umumiy kulay iqtisodiy, xuukukiy va tashkiliy sharoitlar yaratishdir.

Kichik tadbirkorning xususiyati yirik industrial ishlab chikarish uchun inkiroz davrida uning ustivorligi hisoblanadi.

Rivojlanaetgan mamlakatlarning tajribasi shundan guvox beradiki, uzok davom etadigan iqtisodiy inkiroz muxitida asosan ishlab chikaradigan mayda korxonalar yirik korxonalarga nisbatan kamrok jabrlanadi, xattoki bozorda uz mavkeini mustaxkamlaydi.

Kichik va xususiy tadbirkorlikni qo‘llab- quvvatlash dasturlariga 1995 yil 21 dekabrda “Kichik va xususiy tadbirkorlikni ragbatlantirish to‘g‘risida” Qonuni, 1995 yil 5 yanvardagi “Xususiy tadbirkorlikda tashabbuskorlik va uni ragbatlantirish to‘g‘risidagi” Farmonlarini, 1995 yil 26 iyuldagi “Xusuisy tadbirkorlik va kichik biznesni qo‘llab -quvvatlash fondini tashkil etish to‘g‘risida”gi qarorlarini kirtish mumkin.

3. Kichik biznesni qo‘llab-quvvatlash shakillari. Kichik tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlash dasturlari

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni bilan tashkil etilgan kichik biznesni rivojlantirishga kumaklashish jamgarmasi va savdo sanoat palatasi eng muxim moliyaviy vosita hisoblanadi. Jamgarma byudjetidan ajratilgan, davlat va munitsipal mol-mulkni xususiylashtirishdan tushgan mablaglarda uz faoliyatidan kelgan daromadlardan xususiy va jismoniy shaxslarning ixtiyoriy badallari, kimmatbaxo kogozlar chikarish va joylashtirishdan tushgan daromadlardan iborat pul mablaglarini jamlash yuli bilan kichik tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlash rivojlantirishga karatilgan dasturlar, loyixalar va tadbirlarni mablag bilan ta‘minlaydi.

Biznes-fondning asosiy maqsadlari quyidagilardan iborat:

■ ustuvor yunalishlarda kichik biznesni qo‘llab -quvvatlash yuli bilan bozor munosabatlarini bosqichma-bosqich rivojlantirib borish mobaynida davlat siyosatini utkazishga kumaklashish;

■ kichik biznesning bozor infrastrukturasini vujudga keltirishga kumaklashuvchi infrastruktura elementlari (bank, axborot, sug‘urta, lizing va boshkalar)ni shakllantirish;

■ kichik biznesni, xususiy tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlash xamda rivojlantirish uchun uz mablaglarini ajratish va chet el investitsiyalarni jalb etish masalalarida xalkaro moliya va jamoat tashkilotlari xamda jamgarmalari, korporatsiyalari, agentliklari, vakolatxonolari, idoralari, xususiy , huquqiy va

jismoniy shaxslar tadbirkorlik tuzilmalari bilan o'zaro xamkorlikni ta'minlashdan iboratdir.

Biznesning asosiy vazifalari:

■ kichik tadbirkorlik tuzilmalariga respublika tovar bozorlarini tuldish, chetdan keltiriladigan tovarlar urnini bosish va chetga chikariladigan tovarlar urnini kengaytirish, yangi ish urinlarini barpo etish uchun moliyaviy yordam ko'rsatish;

■ kichik tadbirkorlik tuzilmalari innovatsiya faoliyatini qo'llab quvvatlash, raqobatga bardoshli tayyor maxsulotning yangi turlarini ishlab chikish va ishlab chikarishni ragbatlantirish;

■ O'zbekiston Respublikasida ma'lumotlar bankini vujudga keltirish va biznesni tashkil etib, rivojlantirish borasida axborot huquqiy xizmatlar ko'rsatish;

■ kichik biznesning kamyob xalk iste'moli buyumlari ishlab chikarish va xizmatlarni kengaytirishga karatilgan loyixalari xamda, dasturlari uchun moliyaviy mablaglar ajratishdan iborat .

Biznes fond bilan bevosita xamkorlikda "Madad" sug'urta agentligi ish olib boradi, u xar bir valyutada uz buyumlariga ega bo'ladi. Davlat uning xam muassasasi bo'lib, kichik va urta korxonalarining faoliyatini kreditlash bilan boglik kattagina xatarning moliyaviy ta'minotini uz zimmasiga oldi.

"Madad" sug'urta agentligi:

-kichik biznesning dasturlari va loyixalarini ekspert baxolash va tanlab olishni xamda ularni ruebga chikarish uchun moliyaviy mablaglar ajratilishi maqsadlarini kuzlab xalkaro moliyaviy tashkilotlar bilan ishlab chikish;

-tadbirkorlik tuzilmalari Biznes fondan ajratilgan mablaglardan samarali foydalanishi ustidan nazorat mexanizmini ishlab chikishni amalga oshiradi;

-buyurtmaning fond dasturiy yurugiga muvofik, darajasini;

-loyixaning dolzarbligi, noyobligi, realligi, raqobatga bardoshligi, loyixaning mintaka manfaatlariga muvofik, loyixa byudjeti va grafigi (xayotiy tsikli) mukammalligi loyixaning moliyaviy asoslanganligini belgilaydi;

-loyixalarni amalga oshirish bilan boglik tавvakalchilikni sug'urtalaydi.

Shuni ta'kidlash kerakki, sug'urtalash soxasida davlatning yakka xokimligi tugatildi va O'zbekiston Respublikasining sug'urta bozorida bugun 24 ta sug'urta kompaniyasi ish olib bormokda.

Kichik va xususiy tadbirkorlikni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash tadbirlari kuyidagi shakllarda amalga oshiriladi:

-qonuniy-huquqiy ta'minot;

-tashkiliy ta'minot;

-tadbirkorlikni rivojlantirish uchun moddiy-texnikaviy sharoit yaratish;

-moliyaviy kredit ta'minoti;

-tadbirkorlikni sug'urta bilan ta'minlash;

-tadbirkorlik shu'basini kadrlar bilan ta'minlash;

-TIF ishini iqtisodiy Qo'llab-Quvvatlash;

-axborot maslaxat ta'minoti;

-tadbirkorlikni ijtimoiy-ruxiy jixatdan ta'minoti va boshkalar.

O'zbekistonda davlatni iqtisodiy siyosatida kichik tadbirkorlik korxonalarini qo'llab-quvvatlash tadbirlari amalda realizatsiya kilinmokda:

- Respublika kichik korxonalarni qo'llab-quvvatlash fondi tashkil etilgan bo'lib, moliyaviy yordam kichik korxonalarga davlat, jamoa, tashkilotlar, yuridik va ajnabiy shaxslarni ixtiyoriy tulaydigan yigimlari xisobidan qo'llab- kuvvatlanmokda;
- 1991 yildan boshlab kichik korxonalar birinchi yili oladigan foydasidan 25 foiz to'lov belgilandi, ikkinchi yili olinadigan foydadan 50 foizi soliq sifatida tulanadigan buldi;
- dastlabki ikki yil qishloq xo'jaligi maxsulotlari ishlab chikaradigan va bu maxsulotlarni qayta ishlaydigan, keng xalk iste'moli tovarlari ishlab chiqaruvchi, kurilish, ta'mirlash, kurilish materiallari ishlab chiQaruvchi, yangiliklarni tadbik etuvchi kichik korxonalar byudjetga soliq tulashtan ozod etilgan;
- uz foydalarini kurilishga, korxonani qaytadan rekonstrutsiya kilish, asosiy fondlarni yangilab borishga, yangi texnikani, texnologiyani, ishlovchilarni malakasini oshirishga sarflaydigan kichik korxonalardan soliq solinmaydi;
- kichik korxonalarda pensionerlar kariligi va nogironligi buyicha ishlayotganlarni 50 foizini tashkil kilgan takdirda olngin foydadan davlat byudjetiga tulanadigan soliq 30 foizga kamaytirilgandir;
- kichik korxonalarda ishlovchi karilar va nogiron pensionerlar umumiy ishlovchilarni 30 foizdan to 50 foizgacha tashkil etsa, foydadan olinadigan soliq 20 foizga kamaytiriladi;
- Qonunda ko'rsatilgan kichik korxona mustakil uzi xo'jalik faoliyati olib borish huquqiga ega, uz-uzini moliyalashtiradi, uzini boshkaradi, uz Ustavida ko'rsatilagn qonunlar doirasida ish olib boradi;
- kichik korxonalar yuridik shaxs sifatida korxonalar bilan shu jumladan xorij firmalari bilan xam turli shartnomalar tuzish huquqiga ega;
- kichik korxona nomidan direktor belgilangan reja asosida firmani istikboli uchun zarur faoliyat turlarini baxolash majburiyatini oladi, moliyaviy natijalar buyicha buxgalteriya xisobotlarini tuzib beradi;
- kichik korxonalar uz mablaglarini uzi pul, moddiy tushumlar, korxona, tashkilotlarga maxsulot sotishdan kelib tushgan mablag, aktsiyalarni sotishdan, boshka kimmatli kogozlarni sotishdan kelgan mablaglar, kichik korxona mulkini shakllantirishda shartnoma buyicha turli korxonalar pul, moddiy shaklda badal utkazish fukarolar, ishlovchilar xam pul utkazishlari mumkin;
- kichik korxonani tashkil etuvchi tashkilot firmani oladigan foydasidan ta'sischiga utkaziladigan normani belgilaydi, kichik korxona byudjet va ta'sischi bilan xisob-kitob Qilib bo'lgandan sung kichik korxonani uz foydasi tashkil topib, bu foyda korxona Nizomi buyicha taksimlanadi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Mikrofirmalar va kichik korxonalarni rivojlantirish borasida qushimcha chora-tadbirlari to'g'risida"gi Farmoni 2005 yil 21 iyunda kuchga kirdi. Farmonga binoan mamlakatimizda faoliyat yuritayotgan mikrofirmalar va kichik korxonalar faoliyatini yanada takomillashtirish, ularni faoliyatini yanada qo'llab-quvvatlash masalalari alohida takidlangan.

4. Litsenziya berish soxasida davlat siyosati

Litsenziya so'zi- lotincha suz bo'lib erkinlik huquqi degan ma'noni anglatadi.

1.Chet eldan mol olib kelish yoki chikarish uchun beriladigan ruxsatnoma.

2.Ixtiro kashfietida foydalanish uchun beriladigan ruxsatnoma.

Litsenziya -davlat organlarining chet elga mol chikarishga yoki chet eldan mol keltirishga ruxsati bo'lib, bularni eksport yoki import litsenziyalari deyiladi.

Litsenziya potentsialga ega bo'lgan shaxs tomonidan xam beriladi va bunda potentsialga egalik uzgarmaydi. Litsenzion kelishuvda litsenziya berish, olish shart-sharoitlari, muddati, ragbatlantirilishi ifoda etiladi.

Litsenziya savdosi tijorat maqsadda foydalaniladigan ilmiy-texnik ayriboshlashning asosiy shaklini tashkil etadi.

Litsenziyaning 3 xil turi mavjud:

-oddiy litsenziya

-maxsus litsenziya

-tulik litsenziya

Oddiy litsenziya uning egasiga uzi foydalanishi uchun yoki boshkaga foydalanishga berish uchun imkon yaratadi.

Maxsus litsenziya oluvchiga uning egasi faoliyat kiluvchi xududda foydalanishni va boshkalarga bu imkoniyatni berishni ta'kidlaydi. Litsenziya oluvchiga man etilgan boshka xududlarda litsenziya egasining uzi foydalanishi va boshkalarga foydalanishga imkon yaratish mumin.

Tulik litsenziya egasining huquqini batamom yukotishini bildiradi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A.Karimovning "Bozor islohatlarini chuqurlashtirish va iqtisodiyotni yanada erkinlashtirish sohasidagi ustivor yo'nalishlar amalga oshirilishini jadallashtirish chora-tadbirlari to'g'risida" va "Tadbirkorlik subektlarini huquqiy himoya qilish tizimini yanada takomillshtirish to'g'risida"gi Farmonlari davlat mulkini xususiylashtirish sohasidagi qonunchilikni takomillashtirish, xususiy tarmoqni jadal rivojlantirishni kuzda tutadi.

Bu boradi tadbirkorlik faoliyatini yuritish uchun letsinziyalar berish tizimini takomillashtirish va letsinziyalarni amal qilishi yoki u qaytarib olingan hollarda sud orQali tadbirkorlarning qonuniy huquq va manfaatlarini ta'minlash masalalarini alohida takidlash lozim.

Natijada ishbilarmonlar, investorlar va Xalqaro moliya institutlarining O'zbekistonda amalga oshirilayotgan iqtisodiy islohatlarga ishonchi mustahkamlanadi.

QISQA XULOSALAR

Bozor iqtisodiyoti sharoitida tadbirkorlikni xar tomonlama qo'llab-quvvatlash tizimi yaratilib, u qonunlar, Prezident Farmonlari, O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Maxkamasi Qarorlarini uz ichiga oluvchi tegishli me'riy -huquqiy xujjatlarga asoslanadi.

O'zbekiston xususiylashtirishdan olingan barcha mablaglar byudjetga emas, balki xususiylashtirilgan korxonalar qo'llab-quvvatlashga, tadbirkorlik va bozor tarkiblarini rivojlantirishga yunaltirilgan yagona davlatdir.

Rivojlanayotgan mamlakatlarning tajribasi shundan guvohlik beradiki, uzok davom etadigan iqtisodiy inkizor muxitida asosan iste'mol tovarlari iiiiishlab chikaradigan mayda korxonalar yirik korxonalarga nisbatan kamrok jabrlanadi. Shuning uchun bizning mamlakatimizda kichik tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash dasturini ishlab chiqilib, ularni rivojlantirishga aloxida axamiyat berilmokda.

Kichik va xususiylashtirishni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash tadbirlari qonuniylashtirish -huquqiy ta'minot, moliyaviylashtirish kredit ta'minoti, sug'urta bilan ta'minlash, tashki iqtisodiy faoliyatini qo'llab-quvvatlash shakllarida amalga oshiriladi.

Bularga davlat korxonalar tomonidan biror iqtisodiy faoliyatni bajarishga ixtirolar, ishlab chikarish tajribasi, tijorat axborotlaridan ma'lum vaktida foydalanish huquqini ifodalovchi ruxsatnomaning berilishi, ya'ni litsenziya berilishi katta axamiyatga egadir.

TAYANCH IBORALAR

Kichik biznes, litsenziya, tadbirkorlik, oddiy litsenziya, tadbirkorlik sub'ekti, maxsus litsenziya, tulik litsenziya.

NAZORAT UCHUN SAVOLLARI.

1. Tadbirkorlikni xar tomonlama qo'llab-quvvatlashning zarurati nimadan iborat?
2. Qanday dasturlar asosida kichik tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash tizimi amal kilmokda?
3. Kichik va xususiylashtirishni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash tadbirlari qanday shakllarda amalga oshiriladi?
4. 2005, 16 iyundagi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Tadbirkorlik sub'ektlarini huquqiy himoya qilish tizimini yanada takomillashtirish chora-tadbirlar to'g'risida"gi Farmoni mazmunini ifodalab bering.
5. Kichik biznesning afzalliklari nimalardan iborat?
6. Korxonalarning o'ziga xos xususiylashtirishlari nimalardan iborat?
7. Kichik biznes va xususiylashtirishni qullab-quvvatlash turlarini aytib bering?
8. Xo'jalik yurituvchi subektlarga litsenziya berish tartibi qanday?

Adabiyotlar ro'yxati:

1. Karimov I.A. "Bizning bosh maqsadimiz – jamiyatni demokratlashtirish va yangilash, mamlakatni modernizatsiya va isloh etishdir". O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Oliy Majlis Qonunchilik palatasi va Senatining qushma majlisidagi ma'ruzasi G'G' Xalq so'zi, 2005, 29 yanvar, 20-son.
2. Xodiev B.Yu., Qosimova M.S., Samadov A.N., Muxiddinova U.S. Kichik biznesni boshqarish. –T.: "O'qituvchi", 2003.
3. Abdullaev Yo., Karimov F. Kichik biznes va tadbirkorlik asoslari.-T.: Mehnat, 2000.

3-mavzu. Mulk va tadbirkorlikning shakllanishining iqtisodiy yo'llari.davlat tasarufidan chiqarish jarayoni

Reja:

- 1.Mulk shakllarining turlari va tarkibi
- 2.Yakka tartibdagi xususiy va jamoa tadbirkorligi. Jamoa tadbirkorligi shakllari
- 3.Yakka xokimlikning bartaraf etilishi
- 4.Mamlakat iqtisodiyotida raqobatning kuchayishi
- 5.Bankrotlik – raqobat kurashining obektiv xodisasidir

1. Mulk shakllarining turlari va tarkibi

O'zbekiston Respublikasida "Mulkchilik to'g'risida"gi Qonunga binoan O'zbekiston Respublikasida mulk kuyidagi shakllarga bulinadi:

-fukarolarning shaxsiy va xususiy mulki;

-jamo'a mulki, shu jumladan oilaviy, maxalla, kooperativ mulk, ijaraga olingan korxona mulki, aktsiyadorlar jamiyati, davlat korxonasi jamoasining jamoat tashkilotlari va diniy tashkilotlarning mulki, turli xo'jalik birlashmalari va uyushmalari mulki, yuridik shaxs xisoblangan boshka jamoalar mulki;

-davlat mulki;

-aralash mulk;

-kushma korxonalar, ajnabiy fukarolar, tashkilotlar va davlat, shuningdek ajnabiy yuridik shaxslar mulki shaklida yuzaga chikadi.

O'zbekiston Respublikasida mulkning xamma shakllari teng huquqlidir. Shaxsiy mulk - individual uzlashtirishni bildiradi, ammo xususiy mulkdan farklirok daromad topishga xizmat kilmaydi, balki shaxsiy extiejni kondirishga karatiladi.

Xususiy va shaxsiy mulk birgalikda *fukarolar mulki* deyiladi.

Jamo'a mulki- boylikning muayyan maqsad yulida ayrim jamoalarga birlashgan kishilar tomonidan birgalikda uzlashtirilishidir.

Jamo'a mulkining afzalligi shuki, bu mulk ishlab chiQaruvchining uzini mulkdor kiladi. Bu erda mulk egalari va ishlovchilar aynan bir kishilardir, shu sababli ishlab chikarish omillari tugridan- tugri birikadi.

Davlat mulkining paydo bo'lishini rivojlanishi quyidagilar xisobidan bo'ladi:

- 1) mulkni davlat mulkiga aylantirilishi;
- 2) davlat mablagi xisobidan korxonalar kurilishi;
- 3) jamiyatda yaratilgan, ammo boshka mulklarga taallukli daromadlarning bir kismining soliq undirishi orkali davlat byudjetiga olinishi.

Aralash mulk muayyan bir ob'ektning turli mulkdorlar ishtirokida uzlashtirishini bildiradi.

Mulkchilik shakllarining yana bir ahamiyatlisi bu- kushma mulkdir. Kushma mulk tufayli jalb etiladigan chet el kapitali yangi texnologiyani olib kirmokda. Chetki kapital asosidagi kushma korxonalarning ahamiyati investitsiyani kuchaytirish, milliy iqtisodiyotni bozor munosabatlari asosida shakllantirishda ortib boradi. Katta mablaglar zaruriyati sharoitida kushma mulk orkali chet el kapitalini jalb etish zaruriyatidir.

Mamlakatda mulkdorlik huquqini, xususiy tadbirkorlar manfaatlarini kafolatlovchi Qonunlar, huquqiy me'orlar, davlat va norasmiy tashkilotlar xamda muassasalar tizimlari vujudga keltirilganligi va ularning samarali faoliyat ko'rsataetganligi natijasida, 1997 yili, nodavlat sektorining ulushi sanoatda 51 foizga, Qishloq xo'jaligida 98 foizga etdi, ishlovchisilarning 70 foizi xususiylashtirilgan iktisodiet xissasiga tugri keldi. Ishlab chikarish, savdo-tijorat, vositachilik, xunarmandchilik, moliya-bank, turizm, erkin ijodiy faoliyatda mashgul xususiy soxibkorlar va tadbirkorlar mustakil O'zbekistonda shakllanaetgan mulkdorlar sinfining ildam usaetgan ichki sinfiy kadamlaridir.

Mulkdorlar sinfi tushunchasi eng keng tushunchalardan biridir. Bozor iktisodieti va bozor munosabatlari rivojlanishi jaraenida bu sinfnig ichidan tabakalanib, farklanib, tafovutlanib borishi mukarardir. Xozirgi vazifa mulkdorlar sinfining shakllanishiga keng yul ochib berishdir. Bu vazifani bajarish-O'zbekistonni ilgor davlatlar katoriga olib chikishda xal kiluvchi omildir.

Mulkdor boshkalarining emas, balki uzining istagi, roziligi, moyilligi, xoxishiga ko'ra uz mol-mulkiga egalik kiladi. Mulkiy huquqning asosiy yuridik mazmuni unga egalik kilishdan, foydalanishdan, uni tasarruf kilish bilan boglik huquqiy vakolatlardan iborat. Uz huquqiy vakolati doirasida mulkdor boshka mulkdor shaxslarning talabi eki topshirigiga binoan emas, balki uzining xoxishiga ko'ra uz mulkiga egalik kiladi, xoxlasa uzining mazkur huquqiy vakolatini boshkarishga utkazishi mumkin. Mulkdor uz xoxishi bilan mulkidan foydalanadi, shuningdek, undan uziga zarur bo'lgan foydali daromadlarni undirish uchun ishlatadi.

Mulkdor uz mulkiga tegishli huquqiy vakolatlarini boshkalarga berishi mumkin. Masalan, mulk egasi sifatida uziga tegishli bo'lgan barcha huquqiy vakolatlarni davlat korxonalariga, muassasalariga, jamoat tashkilotlariga eki ayrim jismoniy shaxslarga utkazishi mumkin. Fukarolar mexnatidan foydalanish uchun Qonunda barcha mulk egalariga, jumladan fukarolarga xam, teng huquq berilgan. Bu Qonunda barcha mulk egalariga, jumladan fukarolarga xam, teng huquq berilgan. Bu-Qonunda kuzda tutilgan jiddiy va eng muxim yangiliklardan biridir.

Bozor munosabatlariga utish va tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirish maqsadida, fukarolar uziga tegishli mulkni kupaytirish uchun boshka fukarolarni ellanma mexnatga jalb kilishi mumkin. Fukaro uz mulkiy huquqini amalga oshirish uchun

tadbirkorlik bilan shugullanishi, mulkni ijaraga berishi mumkin. Fukarolarda utmish tuzum sundirgan mulkiy mustakillik xissini uygotish, tiklash, kengaytirish va mustaxkamlash-davlatimizning eng dolzarb vazifalaridan biridir.

Respublika bozor iqtisodiyotini birinchi bosqichida mulkni xususiylashtirish natijasida turli mulkchilikka asoslangan kup ukladli iqtisodiyot yaratildiki, shu asosda iqtisodiyotni ichki tuzilishi uzgarib, raqobatchilik muxiti zaminida xo'jalik yuritish usuli barpo etildi. Mamlakat iqtisodiyotidavlat mulki bilan bir katorda jamoa, xususiy, aktsionerlik, xamkorlikdagi va boshka turdagi korxonalar tashkil topdi. Davlat uz navbatida turli mulkchilik korxonalari uchun teng iqtisodiy sharoit yaratish orkali ishlab chikarishni jonlantirishga erishildi.

Turli mulkchilik iqtisodiyoti mulk egalarini ukuvli, ishbilarmon, tadbirkor bo'lishlarini talab kilish bilan kifoyalanib kolmay, balki iste'molchilar va bozor talabini urganib, yangi texnika va texnologiya asosida arzon, sifatli tovarlar ishlab chikarib, bozorni turli maxsulotlar bilan tuldirishni talab etadi, Prezidentimiz I. Karimov ta'kidlaganidek: "Mulkchilik shakllari turlicha bo'lgan korxonalar urtasidagi raqobatchilik ko'rashi ularni ishlab chikarib, bozorni turli maxsulotlar bilan tuldirishni talab etadi. Prezidentimiz I.Karimov ta'kidlaganidek: "Mulkchilik shakllari turiga bo'lgan korxonalar urtasidagi raqobatchilik ko'rashi ularni ishlab chikarishni boshkarishning ichki tashkiliy tizimlarini takomillashtirishga, texnika bilan Qayta kurollantirishga, fan va texnika soxasidagi yangi yutuklarni kullashga moslashishga, kam sarf-xarajat kilgan xolda yanada yukori sifatli va eng arzon narxda maxsulot ishlab chikarishga undaydi"¹³.

Jaxondagi sanoati rivojlangan mamlakatlarning iqtisodiy yuksalishini muxim omillaridan biri turli mulkchilik iqtisodiy xo'jalik tizimini barpo etilgan bulsa, uning rivojlanishiga ta'sir etuvchi omili turli mulk shaklidagi korxonalar urtasidagi raqobat ko'rashi hisoblanadi.

2. Yakka tartibdagi xususiy va jamoa tadbirkorligi. Jamoa tadbirkorligi shakllari

1991 yil 19 noyabrda Qabul Qilingan "Davlat tasarrufidan chikarish va xususiylashtirish to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasining Qonuni "Mulkchilik haqida"gi Qonunni ruebga chikarish uchun shart-sharoitni ta'minladi. 1993 yil 7 mayda "Mulkchilik to'g'risidagi Qonunga uzgartirish va Qo'shimchalar kiritish to'g'risida"gi Qonunda mustaxkamlanib kuyilgan Qonunga muvofik fakat jismoniy shaxslargina emas, balki nodavlat yuridik shaxslar xam mulk huquqining sub'ektlari deb e'tirof etiladi.

Xususiylashtirishning bir necha yullari mavjud:

- 1) davlat korxonalarini aktsionerlik jamiyatiga aylantirish;
- 2) ijaraga olingan davlat korxonasini jamoa mulkiga aylantirish;

¹³Каримов И.А. Ўзбекистон иқтисодий ислохотларни чуқурлаштириш йулида . Тошкент Узб.1995 й. - 183-184 бетлар.

- 3) davlat mulkini fukarolarga bepul berish;
- 4) davlat mulkini ma'suliyatni uz zimmasiga oladigan mulk soxibiga berish;
- 5) davlat mulkini chet el fukarolariga berish;
- 6) davlat mulkini auksionda sotish orkali amalga oshirish mumkin.

Mulknı davlat tasarrufidan chikarish- shuolar iqtisodiy tizimini sindirib, uning asoratlarini bartaraf etish va erkin bozor iktisodietiga utishining eng samarali yullaridan biri. Bu tadbir xususiylashtirish jaraeni bilan mantikan boglangan tushuncha bo'lib, davlatga oid tashkilot, korxona, muassasalarni xamda birlashmalarni davlat tasarrufidan, ya'ni davlat ixtieridan chikarib, xususiyl mulk egaloriga bo'lib berish, anikrogi, uni sotish tushuniladi. Davlat tasarrufidan chikarish-yangi boshkaruv tuzilmalarini barpo etish demakdir.

O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Maxkamasi 1994 yilning mart oyida "O'zbekiston Respublikasida davlat tasarrufidan chikarish va xususiylashtirish jaraenlarini chukurlashtirish buyicha davlat dasturi"ni tasdikladi.

Dastur buyicha:

1).Ular xususiylashtirishning Respublika dasturlarining ustivor yunalishlarini xisobga olgan xolda ishlab chikarilishi kerak.

2). Xususiylashtirishning mintakaviy va tarmok dasturlari asosiy koidalarini amalga oshirish, Qonun buyicha mintakada eki tarmokda davlat tasarrufidan chikarish va xususiylashtirish uchun mas'ul bo'lgan bulinmalar va mansabdor shaxslarning ma'suliyat tartibi asosida tezkor va sifatli bajarilishi kerak.

3) Xususiylashtirishning mintakaviy va tarmok dasturlari asosiy koidalarini amalga oshirish Qonun buyicha mintakada yoki tarmokda davlat tasarrufidan chikarish va xususiylashtirish uchun mas'ul bo'lgan bulinmalar va mansabdor shaxslarning mas'uliyat tartibi asosida operativ va sifatli bajarilishi kerak.

Istalgan tarmokni davlat tasarrufidan chikarish kontseptsiyasi, mamlakatdagi xakikiy iqtisodiy axvolni va uning xususiylatini xisobga olgan xolda ishlab chikiladi.Bunda boshka davlatlarda bo'lib utgan iqtisodiy tanglik davrlari inobatga olinadi. Tovar-pul mutanosibligiga, asosan, davlat mulkning bir kismini sotish, shuningdek, byudjet va kredit siyosatini uzgartirish bilan erishish mumkin. Davlat samarasiz ishlab chikarishlarni Qo'llab-Quvvatlashdan voz kechib, bu bilan chukur tuzilmaviy uzgarishlar uchun shart-sharoit yaratib berishi kerak. Mulkiy tabakalanishni cheklovchi va ishlab chikarish investitsiyalarini ragbatlantiruvchi soliq isloxati davlat tasarrufidan chikarish keng tus olishidan oldinrok amalga oshirilishi kerak. Huquqiy shaxslar va fukarolarning, shu jumladan, xorijiy fukarolarning Qonun bilan takiklanmagan xar Qanday xo'jalik faoliyatida tenglik e'lon kilinadi. Huquqiy shaxslar va fukarolarning xech istisnosiz, davlat mulki hisoblanadigan mulk turlaridan tashkari, xar Qanday mulk turiga, shu jumladan, ishlab chikarish vositalariga egalik kilish huquqi kafolatlangan.

Mamlakatimiz Prezidenti farmonlarining Qabul Qilinishi iqtisodiy islohatlar va tuzilmaviy o'zgarishlarni bosqichma-bosqich tamoyiliga to'la mos keladi, xususiylashtirish jarayonlarini yanada chuQurlashtirish, barQaror usish sur'atlarini kichik biznes va xususiyl tadbirkorlik subektlari daromadlari ko'payishini ta'minlash imkonini beradi.

Mamlakatimizda 2004 yilda YaIM 7.7% ga oshdi, sanoat ishlab chiqarish hajmi 9.4 %ga oshdi, iste'mol tovarlari ishlab chiqarish ilk bor 13.4% ga, Jumladan sanoat tovarlarini ishlab chiqarish 18.6%ga oshdi.¹⁴

3.Yakka xokimlikning bartaraf etilishi

Rahbarning boshqaruv uslubi deganda, boshqaruv jarayonida kelib chiqadigan muammolarini hal qilish usullari majmui tushuniladi.

Kichik biznes va tadbirkorlikda rahbarlikning quyidagi boshqaruv uslublaridan foydalaniladi:

1. Xo`jalik ishlaridagi kamchiliklarga muvosiisiz bo`lish.
2. Jamoa va uning har bir xodimi to`g`risida qayg`urish.
3. Yuqori madaniyatli boshqaruvni tashkil etish.
4. Rahbarning yangilikni his etish qobiliyati.

Kichik biznes faoliyatini boshqarishning bir necha pog`onalari mavjud. Ularga ikki pog`onali, uch pog`onali va ko`p pog`onali boshqaruvni misol qilib ko`rsatish mumkin. Kichik biznes faoliyatini boshqarishda jahon amaliyotidan olingan va eng samaralisi hisoblangan ikki pog`onali usul, ya`ni rahbar-bajaruvchi usulidan keng foydalaniladi.

Bu usulning samarasi uning oddiyligida, bajaruvchi va rahbar o`rtasidagi munosabatlarning to`g`ridan-t o`g`ri bog`langanligidadir. Bu yerda nazoratning yuqori samarasiga erishiladi. Pog`onalar soni ortib borgan sari boshqaruv samarasi kamayib boradi.

4. Mamlakat iqtisodiyotida va raqobatning kuchayishi

Tadbirkorlik shakllari "Tadbirkorlik to`g`risida"gi Qonunning 5-moddasiga binoan quyidagilardan iborat:

- yakka mehnat faoliyati;
- xususiy tadbirkorlik-ayrim fukaro tomonidan ellanma mehnatni jalb etish asosida amalga oshiriladi;
- jamoa tadbirkorligi-bir gurux fukarolar tomonidan amalga oshiriladi,
- xamkorlikdagi tadbirkorlik- yuridik shaxslar va fukarolarning uz mulklari va mulkiy huquqlarini birlashtirish asosida amalga oshiriladi.

Yakka mehnat faoliyati tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirishning eng oddiy shakli hisoblanadi. Uni tashkil kilish tarkibi O`zbekiston Respublikasi Vazirlar Maxkamasining 1995 yil 14 fevraldagi Qarori bilan tasdiklangan Xususiy tadbirkorlik to`g`risidagi Nizomda belgilangan. Bu Nizomga muvofik, yollanma mehnatdan foydalanmaydigan xususiy tadbirkor uz faoliyatini yuridik shax sifatida ro`yxatdan utmay amalga oshirish huquqiga ega.

¹⁴ Каримов И.А. "Бизнинг бош мақсадимиз – жамиятни демократлаштириш ва янгилаш, мамлакатни модернизация ва ислох этишир". Ўзбекистон Республикаси Президентининг Олий Мажлис Қонунчилик палатаси ва Сенатининг қўшма мажлисидаги маърузаси // Халқ сўзи, 2005, 29 январ, 20-сон.

Bu nizomda ko'rsatilishicha, xususiy tadbirkor faoliyati turini amalga oshirishda xo'jalik yurituvchi boshka sub'ektlar va mijozlar bilan uz munosabatini shartnoma asosida olib boradi.

Uz faoliyatini yollanma mexnatni jalb qilib amalga oshiradigan xususiy tadbirkor yuridik shaxs sifatida nomoyon bo'ladi va u korxonani belgilangan tartibda ro'yxatdan utkazish shart.

5. Bankrotlik – raqobat kurashining obektiv xodisasidir

O'zbekiston tajribasi ko'rsatganidek, mulk shakllarining amaldagi realizatsiyasi ta'minlamaguncha, raqobatbop xo'jalik yuzaga chikmaydi. Raqobatning asosiy vositasi narx bo'ladi. Bozor iktisodietiga utish davrida narxsiz raqobatga sharoit bulmaydi, shu boisdan narxlarni liberallash, ya'ni ularni erkin kuyib borish va bozorda shakllantirish raqobatning asosiy talabi hisoblanadi. O'zbekiston davlat nazorati ostidagi narxlardan, kelishilgan narxlarga, ulardan erkin bozor narxlariga utish yuz beradi.

Tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirish maqsadida, fukarolar uziga tegishli mulkni kupaytirish uchun boshka fukarolarni ellanma mexnatga jalb kilishi mumkin. Fukaro uz mulkiy huquqini amalga oshirish uchun tadbirkorlik bilan shugullanishi, mulkni ijaraga berishi mumkin. Fukarolarda utmish tuzum sundirgan mulkiy mustakillik xissini uygotish, tiklash, kengaytirish va mustaxkamlash-davlatimizning eng dolzarb vazifalaridan biridir.

QISQA XULOSALAR

Mulkning fukarolarning shaxsiy va xususiy mulki, jamoa mulki, davlat mulki, aralash mulk, kushma korxonalar mulki kabi shakllari mavjud. O'zbekiston Respublikasida mulkning xamma shakllari teng huquqlidir.

O'zbekistonning mulk to'g'risidagi Qonunda mulkiy huquqlarning barchasi kurstilgan. Mazkur Qonunning birinchi bandiga muvofik, O'zbekiston Respublikasida molk-mulkning mavjud ekanligi va unga nisbatan egalik huquqining bo'lishi tan olinadi.

Bozor munosabatlariga utish va tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirish maqsadida, fukarolar uziga tegishli mulkni kupaytirish uchun boshka fukarolarni yollanma mexnatga jalb kilishi mumkin. Fukarolarda utmish tuzum sundirgan mulkiy mustakillik xissini uygotish, tiklash, kengaytirish va mustaxkamlash - davlatimizning eng dolzarb vazifalaridan biridir.

Davlat tasarrufidan chikarish - shuolar iqtisodiy tizimini sindirib, uning asoratlarini bartaraf etish va erkin bozor iqtisodiyotiga utishning eng samarali yullaridan biri. Davlat tasarrufidan chikarish - yangi boshkaaruv tizilmalarini barpo etish demakdir.

TAYANCH IBORALAR.

Xususiylashtirish, davlat tasarrufidan chikarish, shaxsiy mulk, fukarolar mulki, xususiyl mulk, aralash mulk, jamoa mulki, davlat mulki, mulkdor, tadbirkorlik shakllari, xususiyl tadbirkorlik, kichik biznes, xo'jalik jamiyatlari, xamkorlikdagi tadbirkorlik, jamoa tadbirkorligi, xo'jalik shirkatlari, byudjet korxonalari, aralash kompaniyalar

NAZORAT UCHUN SAVOLLARI

1. Mulk shakllarining qanday turlarini bilasiz?
2. O'zbekiston Respublikasida mulkni davlat taasarrufidan chikarish jaraeni qanday amalga oshiriladi?
3. Mamlakatimiz xududida nimalar davlat taasarrufidan chikarilishi va xususiylashtirilishi mumkin?
4. Tadbirkorlik shakllarini qanday turlarini bilasiz?
5. O'zbekistonda xususiylashtirishning eng muxim xususiylati nima hisoblanadi?
6. Davlat korxonaalari qanday guruxlarga bulinadi?
7. Davlat mulk qumitasi qanday vazifalarni bajaradi?
8. "Davlat mulkini xususiylashtirishda xorijiy sarmoyalarni jalb qilishni rag'batlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Vazirlar Mahkamasi Qarorini mazmunini ifodalab bering?

Adabiyotlar ro'yxati

Asosiy adabiyotlar:

1. Karimov I.A. "Bizning bosh maqsadimiz – jamiyatni demokratlashtirish va yangilash, mamlakatni modernizatsiya va isloh etishdir". O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Oliy Majlis Qonunchilik palatasm va Senatining qushma majlisidagi ma'ruzasi G'G' Xalq so'zi, 2005, 29 yanvar, 20-son.
2. Xodiev B.Yu., Qosimova M.S., Samadov A.N., Muxiddinova U.S. Kichik biznesni boshqarish. –T.: "O'qituvchi", 2003.
3. Abdullaev Yo., Karimov F. Kichik biznes va tadbirkorlik asoslari.-T.: Mehnat, 2000.

Qo'shimcha adabiyotlar ro'yxati

1. Lapusta M.G., Starostin Yu.L., Maloe predprinimatelstvo: uchebnik.-M.: INFRA – M., 2004.
2. Malo'y biznes. Organizatsiya, ekonomika, upravlenie: Ucheb. posobie dlya vuzovG' Pod red. Prof. V.Ya.Gorfinkelya, prof. V.A Shvandara.-2e izd., prereb. I dop.-M.: YuNITI- DANA, 2003-283 s

4- Mavzu: Korxona - tadbirkorligining tashkiliy kurinishi. Xujalik yurituvchi subektlarning iqtisodiy isloxlarni erkinlashtirish sharoitdagi urni

Reja:

1. Turli yuridik shaxslarning faoliyat doirasi, asosiy maqsadi va tomoyillari
2. Ularning shakillanishi va faoliyat yuritishning xuquqiy asoslari
3. Xolding kompaniyalari kontserin, turli uyushmalar
4. Yuridik shaxsni tashkil etgan tadbirkorlik
5. Korxonani boshqarish. Boshqaruv strukturasini turlari. Boshqaruv samaradorligi

1. Turli yuridik shaxslarning faoliyat doirasi, asosiy maqsadi va tomoyillari

Tadbirkor ishbilarmonning tashkiliy tuzilmasi sifatida korxonani vujudga keltiradi. Korxona yuridik shaxs makomiga ega bulgach, mustakil xo'jalik sub'ekt bo'lib, uz nizomiga muvofik muayyan ijtimoiy iqtisodiy samarador va foyda olish maqsadida asosiy aylanma mablaglaridan foydalanib faoliyat yuritadi.

Bozor iktisodieti sharoitida faoliyatning tamoyillari xilma-xil bo'lib, ular kuyidagilardan iborat :

1. Korxona- amaldagi qonunchilikka zid bulmagan xar kadaay faoliyat bilan shugullanishga xakli. Uz ixtiyori bilan qonunga zid bulmagan xar qanday qarorni mustakil qabul kiladi, faoliyatni mustakil rejalashtiradi, sof foydasini ishlatish yunalishlarini mustakil belgilaydi.

2. Mulk egasi yoki mexnat jamoasining qarorini muvofik korxonalar turli mulk shakllari: xususiy, xissadorlik, jamoa, davlat, kushma korxona mulk asosida yuzaga keltirilishi mumkin. Ularning barchasining teng iqtisodiy huquqiy shart-sharoitlaridan foydlniladi.

3. Korxonalar uz mustakilligi va yuridik shaxslik huquqlarini saklagan xolda ixtiyoriy ravishda xo'jalik assotsiatsiyalariga, kontsernlarga va boshka uyushmalarga muayyan maqsadga muvofik birlashishi mumkin.

4. Korxonalar mulkining manbaiga ta'sischilarning pul va boshka badallari; maxsulot sotish, ish bajarish, xizmat ko'rsatish va xo'jalik faoliyatining boshka soxalaridan olingan foyda, kimmatali kogozlardan, bank kreditlaridan olingan foyda; byudjetdan berilgan dotatsiyalar, xayriya jamgarmalaridan ajratilgan mablaglar va boshkalar kiradi.

5. Korxonani boshkarish uning nizomiga va amaldagi Qonunchilikka muvofik amalga oshiriladi.

6. Korxonalarni qayta tashkil etish ,birlashtirish, yangilash, faoliyatni tuxtatib korxonalarning yopish ularning ta'sischilari tomonidan shunday vakolat berilgan, korxona nizomida kayd etilgan maxsus organ yoki sud qarori asosida amalga oshiriladi.

Bozor munosabatlarining boshlangich bugini sifatida korxonalarning uziga xos xususiyatlari bor, ulardan ayrimlariga tuxtalib utamiz:

1- xususiyat. Korxonalar mustakil bo'lib, ushbu mustakillik:

a) ishlab chikarish va maxsulot sotishning raqobat kobil xajmini aniklash xamda tovar assortimentining tarkibini bozordagi talabga va taklifga karab mustakil belgilashda;

b) shartnomalar tuzish tovar va xom-ashe etkazib beruvchilarni, xaridorlarni, vositachilarni mustakil tanlashda;

v) amaldagi Qonunchilik doirasida baxolarni mustakil belgilashda;

g) soliqlar va boshka majburiy to'lovlar tulangach, kolgan foydani mustakil taksimlash, daromadlarni va xarajatlarni mustakil rejalashtirishda;

d) ishchi- xizmatchilarni mustakil tanlash va joy-joyiga kuyishda;

e) uzoq muddatli mablaglar manbaini kiydirish va mablaglarni sarflash yunalishlarni topish kabi soxalarda uz ifodasini topadi

2-xususiyat. Mulk va ishlab chikarish vositalariga xukmronlik, egalik xususiyati. Bu uch narsada namoyon bo'ladi.

1-dan, ishlab chikarish vositalari, ishlab chikargan maxsuloti, daromadiga mulkdor bo'lib ulardan uz xoxishicha foydalanadi.

2-dan, tula xo'jalik xisobi asosida yuridik shaxs huquqlari va burchlari mikiyosida faoliyat yuritadi.

3-dan, davlat korxonalari mulk emas, mulkiy vositalar, resurslarni operativ boshkarib borish orkali xo'jalik faoliyatini amalga oshiradi. Ular xususi korxonalaridan farkli ulardan, mulkni sotish, karz urniga tulash, boshka mulk bilan kushish kabi mulkiy axamiyatga loyik ishlarni tashkilotlar ruxsatsiz amalga oshira olmaydi.

3-xususiyat. Korxonalar faoliyatining davlat tomonidan u yoki bu yunalish sari yunaltirilishi. Ularning asosiy kurollariga:

- soliqlar va ularning tabakalanishi;
- tabiy resurslardan foydalanish uchun tulanadigan xak;
- xarajatlar (masalan, ammortizatsiya) va tabiy kamayish me'rlari;
- valyuta kursi;
- bojxona to'lovlari;
- ekologik me'yorlar va atrof muxitga tashlangan chikit uchun tulanadigan xak;
- ijtimoiy xak ;
- monopoliyaga karshi ko'rash tartibi;
- davlat standartlari va texnik shartlar kabi vositalar kiradi.

2.Ularning shakllanishi va faoliyat yuritishning xuquqiy asoslari

Korxonalarni turli belgilaariga ko'ra tasniflash mumkin, ya'ni:

1. Mulk shakliga ko'ra:

- davlat korxonalari;
- jamoa korxonalari;
- aralash korxonalari;
- xususi korxonalari bo'lishi mumkin.

Korxonalarning mulk shakliga ko'ra bunday xilma-xilligi bilan rivojlanishining asosiy shartlaridan biri bo'lib, raqobatning shakllanishi uchun bosh omildir.

2. *Xo'jalik yuritish shakllariga ko'ra* korxonalar shaxsiy xamkorlikda faoliyat olib boruvchi (1 kishi yoki oila), masalan, mas'uliyatni cheklangan ochik Aksionerlik Jamiyati va boshka shakldagi korxonalarga bulinadi.
3. *Faoliyat maqsadlariga ko'ra* foyda olishni maqsad Qilib kuygan ishlab chikarish, tijorat va boshka korxonalar xamda foyda olish emas, balki ijtimoiy samarani-xomiylik, xayriyalik, begaraz erdamni maqsad Qilib kuygan korxonalarga bulinadi.
4. *Boshkarish shartiga ko'ra :*
 - kichik korxonalarni;
 - urta korxonalarni;
 - yirik korxonalarni, birlashmalarni farklash mumkin.
5. *Faoliyat mikyosiga ko'ra:*
 - xalkaro, ya'ni boshka davlatlarda filiallarga ega bo'lgan)
 - mamlakat mikyosida faoliyat yurituvchi;
 - lokal, ya'ni 1 aholi punktida faoliyat yurituvchi korxonalarni ajratish mumkin.
1. *Tarmok tarkibiga ko'ra:*
 - tarmoklararo,
 - tarmok ichida faoliyat yurituvchi korxonalarni farklash mumkin.

7. *Bozorda tutgan urniga ko'ra:*
 - ma'lum bozordagi tovarlarning 70% va undan ortigini chiQaruvchi monopol korxonalarga;
 - ma'lum bozordagi tovarlarning 25-70%ni chiQaruvchi, xal kiluvchi urniga ega korxonalarga;
 - ma'lum bozordagi tovarlarning 25% gacha kismini chiQaruvchi korxonalarga, bo'lish mumkin.

3. Xolding kompaniyalari kontserin, turli uyushmalar

O'zbekiston Respublikasining "Xo'jalik jamiyatlari va shirkatlari to'g'risida"gi Qonunga binoan nominal baxosi yozib kuyilgan aktsiyalarning muayyan mikdoriga bulingan nizomiy jamgarmaga ega bo'lgan va majburiyatlari bozorga fakat uz mulki bilan ma'suliyatli bo'lgan jamiyat xissadorlik jamiyati deb e'tirof etiladi.

Xissadorlik shakldagi tadbirkorlikning kulayliklari va uziga xos xususiyatlari kuyidagilardan iborat:

- vaktincha bekor turgan sarmoyalarning markazlashuvi;
- nisbatan samarali soxalarga kapital okimini tashkil etishning mumkinligi;
- davlat mulkini xususiylashtirish imkoniyatlarining kengayishi, chunki aksionerlashuv orkali davlat mulki sotiladi va xususiy mulkdorlar kupayadi;
- moliyaviy barqarorlik;
- tadbirkorlik tavakkalchilikni xavfining kamayishi; bu aloxida xususiyatdir; chunki xissador uz aktsiyasi mikyosida zien kursa korxona egasi butun mulkidan ajraladi;

■ bir vaktning uzida ishlab chiqaruvchilar, tovar etkazib beruvchilar, xaridorlar va maxalliy davlat organlari manfaatlarining o'zaro muvofiklashuvi, chunki ularning barchasi aktsiya sotib olgan bo'lishi mumkin.

Xissadorlik jamiyati uziga xos bo'lgan 4 ta xususiyatga ega bo'lib, ular quyidagilardan iborat:

1. U oddiy korxona emas, balki sarmoyalarning birlashuvi natijasida yuzaga kelgan xo'jalik tashkilotidir.
2. Uning kapitalida 3 turdagi paychilar, xissadorlarning ,ya'ni :
 - jismoniy shaxslar;
 - yuridik shaxslar;
 - davlat mulki badalidan yuzaga kelishi mumkin .
3. Uning ustav fondi aktsiyalarning xissasiga mos ravishda yuzaga keladi.
4. O'z mulki va daromadlariga mos ravishda ma'suliyatni zimmasiga oladi;

Aktsiyalar:

a) ochik va yopik turdagi aktsionerlik jamiyatlari aktsiyalari.

b)nomli va "takdim etuvchiga" aktsiyalari

nomli aktsiyada naslnoma ko'rsatilsa, "takdim etuvchi"da ko'rsatilmaydi.

v)oddiy va imtiyozli aktsiyalar.

Oddiy aktsiyalar - xissadorlar yigilishida ovozga egalik huquqini beradi, unga olinadigan dividend miqdori esa, xo'jalik jamiyatlarining yil davomidagi ish natijalariga bogliq bo'lib, boshka xech nima bilan kafolatlanmagan.

Imtiyozli aktsiyalar- egasiga xissadorlarning umumiy yigilishida ovozga ega bo'lish huquqini bermaydi.

Uning imtiyozi - 1 tomondan jamiyat xo'jalik faoliyatiga bogliq bulmagan xolda kafolatli daromad olish;

Ikkinchidan, - xissadorlik jamiyatlar tugatilaetganda aktsiya Qiymatini birinchi navbatda olish imkonini beradi.

Tadbirkorlik faoliyatida xozirgi kunda turli xo'jalik assotsiatsiyalarining axamiyati katta.

Xo'jalik assotsiatsiyalari birgalikda xal etish uchun tadbirkorlar tomonidan tuzilgan ixtiyoriy birlashmadir.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida assotsiatsiyalar xilma-xil bo'lib, ularga quyidagilarni kiritish mumkin:

a) Kontsern. Bu ilmiy -texnikaviy, investitsion tarkibiy, moliyaviy va tashki iktisodiet siyosatni xamda tegishli resurslarni markazlashtiruvchi assotsiatsiya hisoblanadi.

Kontsern tarkibiga(sanoat,transport,savdo, bank soxasi) turli tarmoklarga tegishli kuplab korxonalar ixtiyori asosida kiradi.

b)Kontsortsum - ma'lum ilmiy-texnikaviy, ekologik, investitsiya dasturini bajarish uchun ma'lum muddatga yuzaga keltirilgan vaktinchalik assotsiatsiya hisoblanadi.Kontsortsum - tadbirkorlik faoliyatining turli yunalishlarida xamkorlikda ish yuritish., birgalikda buyurtma olish va bajarish maqsadida yuzaga keltirilgan mustakil xo'jalik yurituvchi sub'ektning vaktinchaolik ittifoki.

v)Xolding- a'zo korxonalar uchun moliyaviy markaz rolini uynovchi assotsiatsiya hisoblanadi. Uning uziga xosligi shundaki, unda korxonalar birlashmasidan ularning kapitali, foyda va daromadi birlashtirilib, ma'lum maqsadga yunaltiriladi. Mohiyati

jixatidan u turli tarmok korxonalarining (zavod, mexmonxona) konglomeratidan uyushmasidan iborat assotsiatsiyasidir.

Xoldinglar:

- yirik korxonalarni davlat tassarrufidan chikarish va xususiylashtirish chogida ularning tarkibidan bulinmalarning huquqiy mustakil korxonalari sifati ajralib chikish yuli bilan;

- huquqiy mustakil korxonalar aktsiyalari paketlarini birlashtirish;

- yangi xissadorlik jamiyatlarini ta'ssis etish davrida tashkil kilish.

Xolding kompaniya- boshka bank, firmalarni nazorat kilish va faoliyatini boshkarish maqsadlarida, ularning aktsiyalari nazorat paketiga egalik kiluvchi kompaniya.

Ma'suliyat Cheklangan Jamiyati - aktsionerlik jamiyatlarining kurinishi bo'lib, ta'sis xujjatlaridan ta'sischilarning ustav fondidagi xissasi, ulushi kayd etilgan bo'ladi.

Ma'suliyat Cheklangan Aktsionerlik Jamiyat odatdagi aktsionerlik jamiyatlaridan farkli ularok aktsiyani chikarib sotish xisobidan emas, ta'sischilarning ajratgan mablagidan ustav fondi xamda boshlangich aylanma kapitalni yuzaga keltirish evaziga brpo etiladi

4. Yuridik shaxsni tashkil etgan tadbirkorlar

- **Korxona (firma)ning rivojlanish bosqichlari.** Faoliyatining dastlabki bosqichlarida ishbilarmon qator muammolarga duch keladi. Shulardan biri o'z xo'jalik yuritish maqomiga ega bo'lishidir. Shu bilan birga ishbilarmon bozor holati, talab va taklifni o'rganishi lozim. Bundan tashqari, oldida qanday to'siq va chegaralar uchrashi, qanday imtiyozlar olishi mumkinligini bilishi zarur. Shu tariqa investitsiya kiritishning umumiy shartlari belgilanadi.
- Bunday ma'lumotlar ochiq va ular matbuotda, statistik axborotlarda, qonunchilik hujjatlarida mavjuddir. Mutasaddi shaxslardan ham bunday ma'lumotlarni olish mumkin.
- Ishbilarmon xo'jalik yuritish yo'nalishini aniqlab olgach, o'z korxonasining ixtisoslanishini belgilaydi. Buning uchun bo'lajak iste'molchilarning imkoniyatini aniqlash, raqobatchilar haqida barcha ma'lumotlarga ega bo'lishi lozim.
- Faoliyat shakli, ya'ni individual yoki jamoa ishbilarmonligidan birini tanlash muhim ahamiyat kasb etadi. Individual shakl tanlaganda ishbilarmon ixtiyoriy ravishda tavakkalga qo'l uradi. Ish muvaffaqiyatsiz tugaganda mulkdor korxona majburiyati uchun o'zi javob beradi va o'z mulki hisobidan zararni qoplaydi.

- Jamoa shakli tanlanganda ishbilarmon mas'uliyatni korxonaning boshqa ishtirokchilari bilan bo'lishadi. Ushbu shakl qo'llanganda tavakkal kamayadi, bundan tashqari, qo'shimcha resurslarni jalb etish mumkin bo'ladi.
- Keyingi bosqichda ishlab chiqarish bazasi shakllanadi. Ishbilarmon ishlab chiqarish va omborxona, asbob-uskunalarini ijaraga olishi, xomashyo va materiallar, yarim tayyor mahsulotlar, ehtiyot qismlarini sotib olishi, ishchi kuchini jalb etishi kerak. Korxona asbob-uskunalarini ishlab chiqaruvchilar, xomashyo va materiallar ta'minotchilari, vositachi firmalar bilan munosabat o'rnatadi. Kerakli ishchilarni mehnat birjalari, e'lonlar yordamida jalb etishi mumkin.
- Moliyaviy vositalarni jalb qilish muhim bosqichlardan hisoblanadi. Faoliyatining dastlabki paytlarida ishbilarmonning ishini boshlashi uchun moddiy mablag'lari yetarlicha bo'lmaydi. Pul mablag'lari kamchiligini aksiyalarni chiqarish, ya'ni korxona kapitali va daromadiga huquqni qisman boshqalarga berish, tijorat banklaridan qarzlar olish yo'li bilan bartaraf etishi mumkin. Bunda korxona aksiya yoki qarz majburiyatlarini sotib oluvchi yuridik va jismoniy shaxslar, tijorat banklari bilan o'zaro aloqa qila boshlaydi. Bank kreditlari qisqa muddatli, o'rta muddatli va uzoq muddatli bo'lishi mumkin. Bozor munosabatlariga o'tish jarayonida banklar tomonidan qisqa muddatli kredit berish shakli keng qo'llanilmoqda.
- Banklarning korxonalarga kredit berishi turli sug'urta operatsiyalari bilan bog'liqdir. Inshoot, moddiy zahiralar va korxonaga qarashli boshqa mulklar sug'urta qilinishi mumkin. Bu hollarda korxonalar sug'urta kompaniyalar bilan munosabat o'rnatadi.
- Aksiya, obligatsiya va boshqa qimmatbah o'qog'ozlarni sotib olish yoki ularni sotishda korxonalar jamg'arma bozori, ya'ni qimmatbah o'qog'ozlar bozoriga murojaat etadi. Korxona aloqa qilayotgan tashkilotlar soni juda ko'p bo'ladi. Ular ichida turli xil fond birjalari, kredit-moliya institutlari, investitsion jamg'armalar, individual investorlar yetakchi o'rinni egallaydilar.
- **Korxonaning boshqaruv organini tashkil etish.** Yangi tashkil etilgan korxonaning asosiy muammolaridan biri faoliyatli organizmni bunyod etishdir. Uning doirasida ishchilar o'z faoliyat maqsadlari va unga erishish yo'llarini aniq anglashlari lozim. Agar yangi tashkil etilgan korxona yaxshi ishlaydigan va yaxshi boshqariladigan ishlab chiqarishga aylanmasa, u tanazzulga duch kelib, jalb etilgan katta kapital ham, mahsulotning yuqori sifati ham, hatto unga talab ham yordam bermaydi.

- Nyu-York universiteti Biznes maktabining professori Piter Drukerning fikricha, yangi korxonadagi boshqaruv quyidagilarni talab qiladi:
- -bozorda diqqatni biror narsaga qaratishi;
- -naqd pullarni rejalashtirish va tartiblashtirish bilan bog`liq jarayonlar rivojini oldindan ko`ra bilishni;
- -oliy boshqaruv bo`g`inini unga zaruriyatdan oldin tuzishni.
- Agar mahsulot muayyan maqsadlar uchun foydalanishga mo`ljallab chiqarilgan bo`lsa, u bozorda o`z o`rnini topadi. Shu bilan birga, kiritilayotgan yangiliklar yangi turdagi bozorlarni shakllantiradi.
- Masalan, ko`p yil mobaynida barcha ishlarda nusxa ko`chirish qo`llanilmas edi. «Kseroks» firmasi nusxa ko`chirish apparatini ixtiro qilib, bozorga chiqargandan keyin nafaqat AQSH, balki dunyoning boshqa mamlakatlarida ham ushbu yangilik juda keng tarqalib ketdi.
- Shuni ta`kidlash kerakki, «bozorni o`rganish» atamasi dinamik jarayon tushunchasi bilan bog`liqdir. P.Druker «Yunivem» kompaniyasi bilan bog`liq bir misolni keltiradi. Taxminan 1950-yillarda bozorni ilmiy tahlil qilish asosida 2000-yilga kelib, kompyuterlar soni 1 mingga etadi, degan faraz qilingan. Lekin 1984-yilning o`zidayoq 1 milliondan ortiq kompyuter sotilgan edi. O`sha davrda o`tkazilgan tadqiqotlarda kompyuterlar faqat jiddiy ilmiy ish olib borish uchun qo`llaniladi, degan fikr ustuvor edi. Shu voqea «Kseroks» kompaniyasi bilan ham sodir bo`ldi. Chunki o`tkazilgan tadqiqotlarda poligrafiya korxonalari nusxalash avtomatlariga muhtoj emas, degan fikr asosiy o`rin egallagan edi. Lekin hech kim bu asboblarga idora, maktab, universitet, kollejlarga ham kerak bo`ladi, deb o`ylamagan.
- Bundan shunday xulosa chiqarish mumkinki, yangi korxona tashkil etilganda uning mahsuloti yoki xizmati rejalashtirilmagan bozorlarda yangi iste`molchilarini topadi. Faqat an`anaviy qotib qolgan ishbilarmonlik dunyoqarashni o`zgartirish kerak, xolos. Agar ma`lum maqsad uchun ishlab chiqarilayotgan mahsulotga yangi iste`molchilar tomonidan qiziqish bildirilsa, kompaniya shu qiziqishga jiddiy e`tibor berib, tahlil qilib chiqishi lozim.
- Agar bozordan uzilish yangi korxonalar uchun dastlabki vaqtda «kasallik» bo`lsa, moliyaviy omil, ya`ni noto`g`ri moliyaviy siyosat olib borish bunday korxonalar taraqqiyotining keyingi bosqichlarida jiddiy xavf tug`diradi. Muammo shundan iboratki, ishbilarmonlar yangi korxonalarni tashkil etganda, birinchi navbatda, katta daromad olishga intiladi. Lekin dastlabki vaqtda, asosiy e`tiborni ishlab chiqarish, rivojlanish, faoliyat, pul oqimini tartiblashtirish uchun moliyalashtirish manbaini topish lozim.

Yangi korxona qo'shimcha kapital bilan ta'minlangandagina rivojlanishi mumkin, ya'ni ishbilarmonlik moliya boshqaruvisiz bo'lmaydi.

- Korxonaning rivojlanishi va muvaffaqiyatida oliy boshqaruv tizimi yoki maxsus boshqaruv guruhi tuzish muhim ahamiyat kasb etadi. Ushbu guruh ishni o'z korxonasining ishlab chiqarish xo'jalik faoliyatini tahlil qilishdan boshlashi lozim. Ular korxona muvaffaqiyatini ifodalovchi yo'nalishlarni aniqlab, maqsad va vazifalari ni belgilashi zarur. Korxona rahbari o'z xodimlari bilan hamkorlik qilib, talabni bo'shashtirmasdan, ularga ishonch bildirib, faoliyat yuritishi lozim. Rahbar doimo yetakchi bo'lishi kerak.
- O'z kuch va qobiliyatini samarali ishlatish sohalarini aniqlash yangi korxonaning boshqaruv omillaridan biridir. Yangi korxona rivojlanib, taraqqiy etishi bilan birga tadbirkorlarning vazifalari ham o'zgarib boradi. Ko'p ishbilarmonlar sodir bo'layotgan o'zgarishlarni doimo anglay ololmay, yangi sharoitda nima qilishini bilmay qoladilar. Mana shu sharoitda tadbirkor o'ziga: «Mening qobiliyatim va qiziqishim nimalarga moyil?», «Qaysi ishda men o'zimni ko'rsata olaman?», «Korxonaning qaysi bir ish yo'nalishida men foyda keltiraman? » kabi savollar berib, tegishli qaror qabul qilishi muhim ahamiyatga ega.
- Masalan, «Polaroid» fotokamerasining ixtirochisi Edvin Lend o'z kompaniyasiga 13 yil rahbarlik qilgan. Uning rahbarligida kompaniya nihoyatda tez rivojlanib ketgan. Sharoitni tahlil qilgach, E. Lend ma'lum vaqtdan keyin o'zi kompaniyaga rahbarlik qilolmasligi, bu ishni professional mutaxassislar boshqarishi kerakligini tushundi, o'zi esa ilmiy izlanishlar bilan shug'ullana boshladi, ya'ni ko'proq samara keltiradigan sohada faoliyat yuritishga o'tib ketdi. E. Lend o'ziga laboratoriya qurib, kompaniyada olib boriladigan fundamental tadqiqotlarni boshqardi, firmaning tezkor boshqaruvini maxsus tayyorlangan mutaxassislarga topshirdi. Bu kabi misollar ishbilarmonlik sohasida talaygina.
- **Franchayzingning mohiyati va ustuvorligi.** Oxirgi yillari imtiyozli tadbirkorlikda franchayzing keng qo'llanila boshladi. Ishbilarmonlikning ushbu shaklida franchayzer (odatda, yirik bosh kompaniya) kichik firma yoki biznesmenni belgilangan ma'lum hududda tovar, reklama xizmati, biznes texnologiyalari bilan ta'minlashni o'z zimmasiga oladi.
- Buning evaziga firma (franchayzi) kompaniyaga (franchayzerga) menejment va marketing sohasida xizmat ko'rsatish va shu kompaniyaga o'zining ma'lum kapitalini qo'yish majburiyatini oladi. Odatda, franchayzing faqat kompaniya franchayzer bilan ish olib borish majburiyatini olib, biznesda uning ko'rsatmalariga bo'ysunishga harakat qiladi.

- Franchayzi korxonasi franchayzer tomonidan tashkil qilingan tizimning bir qismi sifatida faoliyat yuritadi. Hozirgi vaqtda AQSHda yarim milliondan ortiq korxona imtiyozli ishbilarmon faoliyati bilan shug'ullanadi. Ularning ulushi mustaqil korxonalarga nisbatan oshib bormoqda.
- Franchayzingni yoymoq uchun yirik firma egalari vaqt-vaqti bilan ko'rgazma o'tkazishadi. Bundan maqsad kishilarni imtiyozli ishbilarmonlik bilan shug'ullanishga jalb etishdan iborat.
- Ishbilarmonlikning bu turi yoqilg'i quyish shoxobchalari (32%), yengil va yuk mashinalari bilan savdo-sotiq qilish (6%), restoran va ovqatlanishda tez xizmat ko'rsatish (7%) biznesida keng quloch yoygan.
- Franchayzingning asosiy ustuvorligi bitim tuzgan korxonalarning aniq ixtisoslashishidir. Yirik firmaning ko'mak berishi franchayzingni tijorat tavakkalini kamaytiradi. Bosh firma o'qitish ishlari olib boradi va franchayzi-korxona ish faoliyatini doimo nazorat qilib turadi.
- Shu bilan birga tizim ba'zi kamchiliklardan xoli emas. Uning eng asosiy kamchiligi qisman mustaqillikni yo'qotishdir. Franchayzi korxonasi bosh firma bilan yuridik bitim orqali bog'langan bo'lib, uning qonun-qoidalari talabiga bo'ysunadi, franchayzer kompaniyasining ko'rsatmalarida bayon etilgan biznesni olib borish uslublariga rioya qiladi. Bu esa, o'z navbatida, tashabbuskorlikni yo'qotishga olib keladi.

5. Korxanani boshqarish. Boshqaruv strukturasi turlari. Boshqaruv samaradorligi

Bozor iqtisodiyoti sharoitida tadbirkorni va uning firmasini baxolash uchun quyidagi ko'rsatkichlarga e'tibor berish lozim:

1. Raqobatkobillik, ya'ni xaridorning ushbu firma maxsuloti sifatini, baxosini, servis xizmatlarini xisobga olgan xolda bildiradigan fikri. Raqobatkobillikni ikkita ko'rsatkich orkali ifodalash mumkin:
 - a) Muayyan tovarni sotishga firmaning bozordagi xissasi va uning usishi.
 - b) Korxonaning rentabelligi, ya'ni korxona foyda darajasining tarmok buyicha urtacha foyda darajasidan farki.
2. Firmani ishlab chikarishning va tayer maxsulotning texnikaviy darajasi. Bu daraja firma faoliyat yuritaetgan bozorda ish olib borgan boshka firmalarning moddiy-texnika negizi va maxsulotning takomillashgani solishtirish orkali aniklanadi

Ishlab chikarishning ilmiy-texnikaviy darajasi kelajakda raqobatkobillikni oshirish uchun asos bo'lib xizmat kiladi, chunki raqobatkobillik xozirgi kunni ifodalovchi ko'rsatkich bulsa, ilmiy-texnikaviy darajasi istikbolda rivojlanish sharoitini yaratuvchi omil hisoblanadi. Shunday ekaan, ishlab chikarishning ilmiy-texnikaviy darajasini (IChITD) Qanday ko'rsatkichlar ifoda etadi? Bu ko'rsatkichlar:

 1. Yukori navli maxsulotlarning umumiy maxsulotlar ichidagi xissasi.
 2. Maxsulotlarning texnik iqtisodiy ko'rsatkichlaari. Ularning asosiylariga:

- maaxsulotning kuzlangan talabini kondira olishi, iste'mol Qiymati;
 - texnikada ishlab chikarish mumkinligi va uning unumdorligi;
 - dastlabki ta'mirga kadar kafolatlangan xizmat muddati;
 - chidamliligi betuxtov ishlay olish extimoli va boshkalar kiradi.
3. Sertifikatlashtirilgan mexnat kurollarining xissasi.
 4. Mexnat kurollarining urtacha yoshi, urtacha emirilish, eskirish darjasi.
 5. Sertifikaatlashtirilgan xom-ashyo va materiallarni xissasi.
 6. Ishlab chikarishning texnologik darajasi.
 7. Mexnatning kurollanish darajasi, ya'ni urtacha bitta ishchiga tugri keladigan asosiy fondlar aktiv kismining summasi.
 8. Mexnatning energiya bilan kurollanish darajasidan iboratdir.
3. Korxonalarning bozordagi mavkeini kuyidagi ko'rsatkichlar orkali baxolash mumkin:
- a) Korxona foydasining uning sarmoyasiga nisbatan darajasi , ya'ni foyda normasi.
 - b) Korxona aktivlarining daromadliligini, ya'ni firma yalpi daromadining urtacha 1 sumlik aktivlarga kanchadan tugri kelishi;
 - v) Korxona foydasining yalpi daromaddagi xissasi, salmogi
 - g) Korxona tomonidan foydalanaetgan aktivlarning ja'mi aktivlardagi xissasi;.
 - d) Korxona aktivlardagi uning xususiy aktivlarining xissasi.
- Bozor iktisodietiga utish davrida kuyidagi ko'rsatkichlar majmuidan foydalanish mumkin:
- korxona faoliyat yuritaetgan bozorda uning tovarlariga bo'lgan talablarning kondirilish darajasi, maxsulot etkazib berish shartnomalarining korxona tomonidan bajarilishi;
 - korxonada ishlab chikarishning tashkil etilishi, uning ishlab chikarilaetgan maxsulot sifati va samaradorligi, uning boshka bozorlarda raqobatkobilligi hisoblanadi;
 - korxona rentabelligi (yakuniy ko'rsatkich);
 - korxona jamoasining ijtimoiy aholini 1ta ishchiga tugri keladigan daromad summasi va boshka ko'rsatkichlar orkali xisoblash mumkin.

QISQA XULOSALAR.

Korxonalar mustakil xo'jalik sub'ektlari bo'lib, uz nizomiga muvofik daromad va foyda olish maqsadida aasosiy va aylanm malaglaridan foydaalanib faoliyat yuritadi.

Korxonaalarni mulk shaakliga xo'jalik yuritish shakllariga, faoliyat maqsadlariga, boshkarish tartibiga, faoliyat mikyoslariga tarmok tartibiga, bozorda tutgan urniga ko'ra tasniflash mumkin.

Ishlab chikarishning ilmiy-texnikaviy darajasi kelajakda raqobatkobillikni oshirish uchun asos buli xizmat kiladi, chunki raqobatkobillik xozirgi kuni ifodalovchi ko'rsatkich bulsa, ilmiy-texnikaviy daraja istikbolda rivojlanish sharoitini yaratuvchi omil hisoblanadi.

Bozor munosabatlarining boshlangich bugini sifatida korxonalarning uziga xos xususiyatlari mavjud bo'lib, ularga korxonalar mustakilligi, mulk va ishlab chikarish

vositalariga xukmronlik, egalik., xususiyati; korxonalar faoliyatining davlat tomonidan u yoki bu tomon yunalltirilishi kabi xususiyatlar kiradi.

TAYaNCh IBORALAR.

Davlat korxonalari, jamoa korxonalari, aralash korxonalari, Xususiy korxonalar, xolding, ma'suliyat cheklangan jamiyat, aktsiya, oddiy aktsiya, imtiyozli aktsiya, kontsern, kontsortsum.

NAZORAT UChUN SAVOLLARI.

1. Hissadorlik jamiyati nima?
2. Hissadorlik jamiyatini boshkarishi tizimini ta'riflab bering?
3. Siz xissadorlik jamiyatlarining Qanday turlarini bilasiz va ularning farki nimada?
4. Korxonalar kaysi belgilarga ko'ra tavsiflanadi?
5. Korxonalarning bozordagi urni Qanday baxolanadi?
6. Xo'jalik assotsiatsiyalari nima?
7. Xo'jalik assotsiatsiyalarni Qanday turlarini bilasiz?
8. Korporatsiya Qanday korxona turiga kiradi?
9. Xolding kompaniyalarning mohiyati nimada?
10. Xolding kompaniyalarning Qanday turlarini bilasiz?

Adabiyotlar ro'yxati

Asosiy adabiyotlar:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Bozor islohatlarini chuqurlashtirish va iqtisodiyotni yanada erkinlashtirish sohasidagi ustivor yo'nalishlar amalga oshirilishini jadallashtirish chora-tadbirlar to'g'risida"gi Farmoni G'G' Xalq so'zi, 2005, 15 iyun.
2. Karimov I.A. "Bizning bosh maqsadimiz – jamiyatni demokratlashtirish va yangilash, mamlakatni modernizatsiya va isloh etishdir". O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Oliy Majlis Qonunchilik palatasi va Senatining Qushma majlisidagi ma'ruzasi G'G' Xalq so'zi, 2005, 29 yanvar, 20-son.
3. Xodiev B.Yu., Qosimova M.S., Samadov A.N., Muxiddinova U.S. Kichik biznesni boshqarish. –T.: "O'qituvchi", 2003.
4. Abdullaev Yo., Karimov F. Kichik biznes va tadbirkorlik asoslari.-T.: Mehnat, 2000.
5. Eremenko A. Razrabotka biznes-prilozheniy v Microsoft Business solutions-Alapta iersii. 3.0G'Feleksey Ermenenko, Ruslan Shashkov. –M.: Alpina Biznes Buks, 2005.- 503 s.
3. Malo'y biznes. Organizatsiya, ekonomika, upravlenie: Ucheb. posobie dlya vuzovG' Pod red. Prof. V.Ya.Gorfinkelya, prof. V.A Shvandara.-2e izd., prereb. I dop.-M.: YuNITI- DANA, 2003-283 s

5-Mavzu: Marketing - tadbirkorlik tizimida. Tadbirkorlik faoliyatini tahlil etish

Reja:

1. Marketingning maqsadi va funksiyalari. Tadbirkorlikni rivojlantirish va marketingning ahamiyati
2. Maxsulotni rejalashtirish. Tovar xarakati va sotish narxini shakllantirish
3. Bozorni kompleks urganish va marketing izlanishlarini tashkil etish
4. Iqtisodiyotni erkinlashtirish sharoitida tadbirkorlik faoliyatini sistematik va kompleks taxlil qilish
- 5 Strategik va operativ taxlil. Iqtisodiy taxlil asosiy maqsadi va vazifalari hamda korxona faoliyatini baxolash

1. Marketingning maqsadi va funksiyalari. Tadbirkorlikni rivojlantirish va marketingning ahamiyati

Klassik iqtisodiy nazariyotchilar jamiyat boyliklari (er, kapital va mehnat) ichidan eng muximi - tadbirkorlik faoliyatiga aloxida e'tibor berganlar. Chunki tadbirkorlik va marketing bir biri bilan chambarchas bog'liq xamda uyg'unlashgan tushunchalardir.

Tadbirkorlik (biznes)- iqtisodiy faoliyat bo'lib, ma'lum bir ishni yoki xunarni foyda olish maqsadida tashkil kila bilish va uddalay olish demakdir.

Kupchilik Evropa mamlakatlari va Yaponiyada kichik va urta korxonalarning davlat byudjetiga kushaetgan xissalari 70 foizgacha, iste'mol tovarlari va xizmatlar bozorini tulgazishda esa undan xam kuprok. Buning asosiy sababi, kichik va urta korxonalarning uta tashabbuskorlik bilan, bozordagi xar Qanday uzgarishlarga tezda moslashish xususiyatlaridir.

Respublikamizda xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish buyicha birmuncha ishlar amalga oshirilmokda.

“O'zbekiston Respublikasida tadbirkorlik faoliyati to'g'risida” Qonun, Prezidentimiz I.A.Karimovning bir necha farmonlari va Vazirlar Maxkamasining Qarorlari Qabul kilindi. Shu jumladan, 26 iyul 1995 yilda, Vazirlar Maxkamasi “Xususiy tadbirkorlikni va kichik biznesni Qo'llab-Quvvatlash fondi (Biznes fond) tashkil etish xamda uning faoliyati masalalari to'g'risida” Qaror Qabul kildi.

Kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatida qaror qabul qilish va uni ishlab chiqishda kichik biznes va tadbirkorlikning samarali vositasi hamda asosi bo'lib marketing hisoblanadi hamda kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini boshqarish tizimida, uni tashkil etishda, rejalashtirish va nazorat qilishda muhim ahamiyat kasb etadi. «Ay-si-ay» konserni boshqaruvi raisi Djon harvi Djons kichik biznes va tadbirkorlikda

marketingni o`rnini tavsiflab shunday deydi, ya'ni «Marketing kichik biznes va tadbirkorlikning tayanch omilidir. Bu nafaqat yoqilg'i, balki kema komandasidir»¹⁵.

Marketing elementlarining paydo XVII asrning o`rtalariga borib taqaladi. Bu davrgacha tovarlarni natural ayirboshlashning turli shakllari paydo bo`ladi, keyinchalik marketing faoliyatining birinchi elementlari, ya'ni reklama, narx, sotish kabilarning rivojlanishi kuzatildi.

Marketing tushunchasi bozor sohasini har qanday faoliyati bilan bog`liqdir, shu bois marketing so`zini tarjimasi va kelib chiqishi keltiriladi (ing. Market bozor, ing faol, faoliyat, harakat ma'nosini anglatadi).

Marketing nafaqat falsafa, fikrlash tarzi va iqtisodiy tafakkur yo`nalishi, ammo ayrim firma, kompaniya, tarmoq va butun iqtisodiyot bo`yicha amaliyot faoliyati hamdir.

Talab bilan taklifning o`zaro ta'siri alohida shaxslar yoki guruhning xohish-ehtiyojlarini uzluksiz qondirish jarayoni hisoblanadi. Bu jarayon o`z navbatida shunday ijtimoiy-iqtisodiy kategoriyalarning o`zaro ta'siriga asoslanadi, ya'ni ularga muhtojlik, ehtiyoj (xohish), talab, xarid qilish (ayirboshlash, bitim) va aniq tovar va xizmatlarning iste'moli (ishlatilishi) kiradi.

Bu tushunchalar marketing tushunchasi, mohiyatini aniqlashga imkon beradi.

Quyida marketingning asosiy kategoriyalari berilgan (4.1.1-rasm).

Muhtojlik kishining biror-bir narsa etishmasligini his etishidir.

Ehtiyoj individ shaxsning madaniy darajasiga asosan maxsus shaklga muhtojlikdir.

Talab xarid quvvatiga ega ehtiyoj.

Talab mavjud, potensial hamda xohish talabga bo`linadi.



4.1.1-rasm. Marketingning asosiy kategoriyalari

¹⁵ Багиев Г.Л. и др. Маркетинг. Учебник. Спб.:Питер, 2008, - 83 стр.

Tovar ehtiyoj yoki muhtojlikni qondira oladigan hamda bozorga e'tiborni tortish, sotib olish, ishlatish yoki iste'mol qilish maqsadida taklif etilgan barcha narsalardir.

Marketingning mohiyati iste'molchilar talabiga mos tovarni ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish hamda unga talab, ishlab chiqarish imkoniyatlarini mo'ljallashtirish iborat. Bunda faol marketingdan samarali foydalanish muhim ahamiyat kasb etadi. Bu xususan mamlakatimiz Prezidenti I. Karimov ta'kidlaganidek "...Keyingi vaqtda jahon bozorida narxi keskin tushib ketgan xomashyo resurslarini eksport qilish amaliyotida imkon qadar tezroq qutilish, tayyor raqobatbardosh mahsulotlar eksportini faol oshirish va bu mahsulotlar yetkazib beriladigan mamlakatlar geografiyasini yanada kengaytirishimiz kerak. Bu borada yangi bozorlar, yangi transport yo'laklarini topish, bir so'z bilan aytganda, faol marketingga asoslangan tashqi iqtisodiy siyosat yuritish zarur"¹⁶.

Marketing falsafiy ma'noda fikrlash tarzini mujassamlashtiradi. Umuman, marketingga quyidagicha ta'rif berishimiz mumkin: marketing ehtiyoj va muhtojlikni ayriboshlash orqali qondirishga qaratilgan inson faoliyati turidir. Marketing vujudga kelishining asosiy sabablaridan biri ishlab chiqarish hajmining ortib borishi, yangi tarmoqlarning vujudga kelishi, tovar turlarining ko'payishi va tadbirkorlar o'rtasida mahsulotni sotish muammosining vujudga kelishidir.

Marketing asosida bozorni har tomonlama o'rganish yo'nalishlarining asosiylaridan quyidagilarni ko'rsatib o'tish zarur:

- talabni o'rganish;
- bozor tarkibini aniqlash;
- tovarni o'rganish;
- raqobat sharoitlarini tadqiq qilish;
- sotish shakli va uslublarini tahlil etish.

Marketing quyidagilarni o'rgatadi:

- bozorni o'rganish;
- uni taqsimlash;
- tovarlarni joylashtirish;
- marketing siyosatini olib borish;
- tovar siyosati;
- narx siyosati;
- taqsimot siyosati;
- siljitish (yo'naltirish) siyosati;

¹⁶ Karimov I.A. Asosiy vazifamiz – Vatanimiz taraqqiyoti va halqimiz farovonligini yanada yuksaltirishdir. –T.: O'zbekiston, 2010.- 64 bet.

· yuksalish, qo'shimcha xizmatlar (Plus) - (bunga marka, sotishdan keyingi xizmat, kafolat va texnik yordam, yetkazib berish, assortiment, shaxsiy iste'mol va boshqalarni kiritish mumkin).

Marketing korxonalarning bozorda ishlash uslubi, bozor metodologiyasi bo'lib, iste'molchilar va ularning talab istaklarini o'rganish, ularga mos tovarlar yaratish, narx belgilash, tovarlarni yetkazib berish, taqdim etish, sotish, xizmat ko'rsatishni uyushtirish usullari, vositalari, tartib-qoidalari majmui hisoblanadi. Bularning hammasi birinchi asosiy maqsadga talab bilan taklifni o'zaro muvofiqlashtirishga xizmat qiladi.

Marketing tamoyillari marketing asosi va uning mohiyatini ochib beruvchi holat, talabdir. Marketingni mohiyati tovar ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish albatta iste'molchiga, talab ishlab chiqarish imkoniyatlarini doimo bozor talabiga mo'ljallashdan iborat. Marketing mohiyatidan quyidagi asosiy tamoyillar kelib chiqadi. Marketingning asosiy tamoyillari:

- bozorni bilish;
- unga moslashish;
- bozorga ta'sir o'tkazish.

Xulosa qilib aytganda, marketingning mohiyati va maqsadlaridan quyidagicha asosiy tamoyillar kelib chiqadi:

- iste'molchilarga yo'naltirilgan tamoyil, ya'ni iste'molchi shohdir;
- istiqbolga yo'naltirilgan tamoyil, ya'ni subyekt faoliyati istiqbolga yo'naltirilgan bo'lishi zarur;
- pirovard ko'rsatkichga erishishga yo'naltirilgan tamoyil, ya'ni bozor hissasi, foyda oshishi va hokazolar.

Marketing konsepsiyasining mazmuni uning vazifalarini amalga oshirish orqali hal etiladi. Marketing vazifalari quyidagi guruhlarga bo'linadi:

- marketing tadqiqotlari ;
- mahsulot assortimenti ishlab chiqarish sohasini rivojlanti -rish;
- sotish va taqsimot vazifasi;
- tovarni siljitish;
- narxni tashkil etish vazifasi;
- marketing-menejment vazifasi.

Marketing vazifalari firmaning boshqa vazifalari, ya'ni ishlab chiqarish, kadrlar, moddiy texnika ta'minoti, moliyaviy, buxgalteriya hisobi funksiyalari bilan birga amalga oshiriladi.

Marketingning vazifalari xo`jalik yurituvchi subyektlarning boshqa vazifalaridan farqi shundan iboratki, marketing vazifalari xo`jalik yurituvchi subyektlar, uning iste'molchilari, mijozlari o`rtasida ayirboshlash jarayonini amalga oshirish va tashkil etishga qaratilgan. Shuning uchun ham marketing vazifalari doimo o`zgarib boradigan ehtiyoj hamda talabning shakllanishi, yaratilishi va rivojlanishiga ta'sir etadi.

2. Maxsulotni rejalashtirish. Tovar xarakati va sotish narxini shakllantirish

Texnik-iqtisodiy asoslash. Ishlab chiqarish faoliyati bilan bog`liq korxonani tashkil etishda korxoning texnik-iqtisodiy asoslanishini ishlab chiqish maqsadga muvofiqdir. Texnik-iqtisodiy asoslashga quyidagilarni kiritish lozim:

1. Ishlab chiqarishga mo`ljallangan tovarlarga talabni tahlil qilish.
2. Ishlab chiqarish ko`rsatkichlari:
 - a) talab qilinuvchi konstruktorlik, texnologik va boshqa hujjatlarning mavjudligi;
 - b) ishlab chiqarish dasturi;
 - v) dasturni bajarish zarur mashina, asbob-uskuna va jihozlarning mavjudligi;
 - g) ishlab chiqarish quvvatlari mavjudligi yoki ularning loyihasi;
 - d) asosiy ishlab chiqarish fondlarining mavjudligi;
 - e) ayrim turdagi mahsulot yoki xizmatlarning samaradorligi;
 - yo) amortizatsiya to`lovlarining miqdori.
3. Moliyaviy ko`rsatkichlar:
 - a) mahsulot sotish yoki xizmat ko`rsatishdan olinishi mo`ljallangan daromad;
 - b) moddiy va unga tenglashtirilgan boshqa sarf-xarajatlar;
 - v) budjetga o`tkaziladigan to`lovlar;
 - g) sof daromad;
 - d) ish haqi jamg`armasi;
 - g) tashkil etilayotgan boshqa jamg`armalar miqdori.
4. Ijtimoiy ko`rsatkichlar:
 - a) ishchilarning taxminiy soni;
 - b) kutilayotgan ish haqi miqdori;
 - v) bir ishchiga to`g`ri kelayotgan sotish miqdori;
 - g) nogironlar va pensionerlar mehnatidan foydalanish imkoniyati.

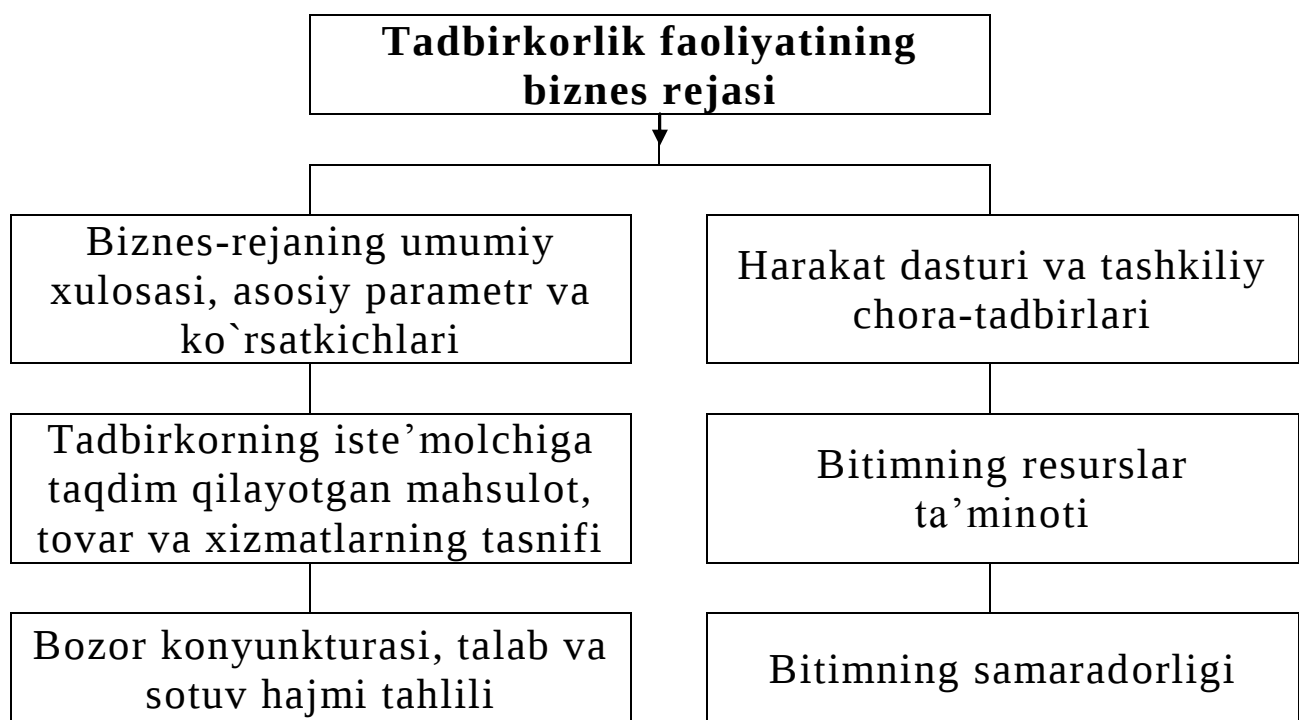
Biznes-rejaning mazmuni. Korxona faoliyatini muvaffaqiyatli olib borishda biznes-reja muhim rol o`ynaydi. Biznes-rejaning tuzilishi va mazmuni qat`iyan chegaralanmagan. Fikrimizcha, yetti bo`limdan iborat biznes-reja eng maqbuldir (5.1.1-rasm).

Ushbu biznes-rejani batafsil ko`rib chiqamiz:

**Birinchi bo`lim.** Biznes-rejada «Tadbirkorlik faoliyatining maqsadi va vazifalari» markaziy o`rinni egallaydi.

Tadbirkorlik biznesining asosiy maqsadi foyda olishdir. Rejalashtirilayotgan bitimni amalga oshirish oldidan katta mablag` sarflash va shu mablag` qancha foyda keltirishini hisoblab chiqish lozim. Bunda va umuman, biznes-reja tuzishda vaqt omilini doimo hisobga olish kerak. Boshqacha qilib aytganda, keladigan foyda vaqtga qarab qanday taqsimlanadi va inflyatsiyaga nisbatan uning samaradorligi qanday bo`lishligini hisoblab chiqish lozim.

Biznes-loyi hani amalga oshirishdan avval shuni e`tiborga olish kerakki, olinadigan foyda omonat bankka qo`yilgan shu miqdordagi mablag` keltiradigan foizdan ko`p bo`lishini ta`minlashi lozim.



5.1.1-rasm. Tadbirkorlik faoliyatining biznes-rejasi

Biznes-reja tuzuvchilarning diqqat markazida, markaziy, ustuvor masaladan tashqari, boshqa maqsad va vazifalar ham turishi kerak.

Masalan, ijtimoiy maqsadlar, tadbirkorlik maqomini ko'tarish, maxsus maqsad va vazifalar, homiylik tadbirlari va boshqalar.

Ikkinchi bo'lim. «Biznes-rejaning umumiy xulosasi, asosiy parametr va ko'rsatkichlari» umumlashtiruvchi xususiyatga ega bo'lib, biznes-reja asosiy g'oya va mazmunining qisqacha ko'rinishidir. U rejani ishlab chiqish jarayonida yaratilib, aniqlanadi va biznes-rejani tuzgandan keyin yakunlanadi.

Umumlashtiruvchi bo'limda quyidagilar taqdim etiladi: bosh maqsadning loyihasi (bitim); ishlab chiqariladigan mahsulot, tuzilayotgan reja yakunining qisqacha tavsifi va ularning o'zaro farqi; qo'yilgan maqsadlarga erishish yo'l va usullari; loyihani amalga oshirish muddatlari; uni amalga oshirish bilan bog'liq sarf-xarajatlar; kutilayotgan samara va natija; olingan foydani qo'llash sohasi.

Umumlashgan natija ko'rsatkichlari: umumiy yakunlovchi ko'rsatkichlar (ishlab chiqarish hajmlari, mahsulotning sotilishi, xizmatlarning ko'rsatilishi; sotishdan tushgan mablag'; shaxsiy va zayom sifatida olingan vositalar (samaradorlik); maxsus ko'rsatkichlar (sotilayotgan tovar va ko'rsatilayotgan xizmatlar sifati, ularning o'ziga xos xususiyati, iste'molchilarnint talabi va didini qoniqtirishi; qilingan xarajatlarning qoplanishi; tavakkalning past darajaliligi; rejalashtirilayotgan natijani olish kafolati).

Uchinchi bo'lim. «Tadbirkorning iste'molchiga taqdim qilayotgan mahsulot, tovar va xizmatlarning tavsifi» deb nomlanib, unda quyidagilar taqdim etiladi: tadbirkor ishlab chiqargan mahsulot ko'rsatkichlari yoki uning tavsifi: ta'rifi, modeli, sur'ati va boshqalar; ishbilarmon ishlab chiqargan tovar iste'molchilari va u qoniqtirmoqchi bo'lgan iste'mollar (xaridorning tovarni sotib olishga qodirligi haqida bashorat; tovar sotib oluvchi hudud, aholi guruhi, tashkilotlar haqida ma'lumot; tovarlarni ma'lum vaqt doirasida iste'mol qilishi haqida ma'lumot, tovarga nisbatan talabga ta'sir etuvchi omillar); ishlab chiqarilgan tovarning sotish narxini bashorat qilish.

To'rtinchi bo'lim. «Bozor kon'yunkturasi, talab va sotuv hajmining tahlili» bo'limida talabni o'rganish va narxlarni bashorat qilishning davomi bo'lib, bu bo'limda ishlab chiqarishning hajmi va tovarning sotilishi vaqt mobaynida belgilab beriladi.

Biznes-rejani tayyorlash jarayonida bozorning tadqiqoti, tahlili va baholanishi bir tomondan, oldindan taxmin qilishga asoslansa, ikkinchi tomondan, bo'lajak xaridor yoki savdo tashkiloti bilan bo'lgan dastlabki bitimga tayanadi.

Loyihalarning o`lchami va muddatiga qarab, turli xil sharoitlar yuzaga keladi. Kichik va qisqa muddatli loyihalar amalga oshirilganda mahsulot iste'molchilari doirasini aniqlash mumkin. Bu esa, o`z navbatida, sotuv hajmi haqida xulosa chiqarish imkonini beradi.

Bozorga tahliliy baho berish bilan birga, biznes-reja bozorni marketing va boshqa faoliyat turlari bilan jadallashtirish yo`llarini ham belgilab berishi lozim.

Ushbu bo`limni ishlab chiqishda boshqa ishbilarmonlar mavjudligi, raqobatchilar, ularning imkoniyati va qobiliyati, shuningdek narx siyosatini bilish lozim. Bundan tashqari, biznes-rejaga raqobatni hisobga olgan holda tovarning sotilish hajmi kiritiladi.

**Beshinchi bo`lim.** «Harakat dasturi va tashkiliy chora-tadbirlar» bo`lib, bu bo`limning mazmuni aksariyat hollarda tadbirkorlik turiga (ishlab chiqarish, tijorat, moliya) bog`liq. Ishbilarmonlik harakat dasturi quyidagilarni o`z ichiga oladi: a) marketing harakatlari (reklama, sotish bozorini aniqlash, iste'molchilar bilan aloqa bog`lash, ularning talabini hisobga olish); b) mahsulotni ishlab chiqarish; v) tovarlarni sotib olish, saqlash, tashish, sotish (asosan, tijorat tadbirkorligiga oid); g) tovarni sotish jarayoni va sotgandan keyin xaridorga xizmat ko`rsatish.

Tashkiliy tadbirlar dasturiy harakatlarning uzviy qismi bo`lib, biznes-reja bajarilishining boshqaruv uslubi; loyiha boshqaruvining tashkiliy tuzilmalarini; ijro etuvchi harakatlarni muvofiqlashtirish uslubini qamrab oladi. Mehnat haqining maxsus shaklini o`rnatish, rag`batlantirish, kadrlarni tanlab olish, ularni tayyorlash, hisob, nazorat ishlari tashkiliy tadbirlarga kiradi.

**Oltinchi bo`lim.** «Bitimning resursli ta'minoti». Bu bo`limda tadbirkorlik loyihasini amalga oshirish uchun zarur resurslar turi va hajmi, resurslarni olish manbai va uslubi haqida ma'lumotlar beriladi.

Resursli ta'minot quyidagilarni qamrab oladi: moddiy resurslar (materiallar, yarim tayyor mahsulotlar, xomashyo, energiya, inshootlar, asbob-uskunalar va boshqalar); mehnat resurslari; moliyaviy resurslar (joriy pul mablag`lari, kapital qo`yilmalar, kreditlar, qimmatbah o`qog`ozlar); axborot resurslari (statistik, ilmiy-texnik axborot).

**Yettinchi bo`lim.** «Bitimning samaradorligi». Bu bo`lim biznes-rejaning yakunlovchi qismi bo`lib, unda tadbirkorlik faoliyati samaradorligining umumiy tafsiloti beriladi. Samaradorlikning umumiy ko`rsatkichlari orasida foyda va rentabellik ko`rsatkichlari ustuvor mavqega ega. Bundan tashqari, ijtimoiy va ilmiy-texnikaviy samaradorlik (yangi ilmiy natijalarni qo`lga kiritish) ham hisobga olinadi. Ushbu

bo`limda ishbilarmonlik faoliyatining uzoq muddatli faoliyatini tahlil qilish maqsadga muvofiqdir.

Loyihalarni asoslash jahon amaliyotida mablag`larning qo`yilishi haqidagi qarorni tayyorlashda bir necha umumiy ko`rsatkichlar qo`llaniladi. Ular quyidagilardan iborat:

- sof joriy qiymat;
- rentabellik;
- samaradorlikning ichki koeffitsiyenti;
- kapital qo`yilmalarning qaytarilish davri;
- pulning maksimal sarf-xarajati;
- zararsizlik me`yorlari.

Sof joriy qiymat ba`zida iqtisodiy integral samara deb ham ataladi. Loyihani amalga oshirish vaqtida mahsulot sotishdan olingan umumiy daromaddan shu vaqt davrida ketgan barcha sarf-xarajatlar ayirmasiga sof joriy qiymat deyiladi.

Rentabellik foydaning kapital qo`yilmalar yoki aksioner kapitaliga nisbati shaklida aniqlanadi. Tadbirkorlik loyihasini amalga oshirishda rentabellik har bir yilga hisoblab chiqiladi. Bu yerda soliqlar hisobga olinadi.

Integral samaradorlikni nolga tenglashtiruvchi rentabellikning dastlabki sath mazmuni samaradorlikning ichki koeffitsiyenti hisoblanadi. Agar samaradorlikning ichki koeffitsiyenti dastlabki sath mazmunidan past bo`lmasa, loyiha samarali hisoblanadi.

**Kapital qo`yilmalarning qaytarilish davri.** Bu ko`rsatkich kapital qo`yilmalarning o`z-o`zini qoplash muddati sifatida amalda keng qo`llaniladi. Bu davrda funksional-ma`muriy zararlar hisobdan chiqarilgandan keyin asosiy kapital qo`yilmalar qoplanadi.

Pulning maksimal sarf-xarajati. Bu sof joriy qiymatning eng katta salbiy moliyalashtirish o`lchamlarini aks ettiradi va sarf-xarajatlarni qoplash manbalari bilan bog`lanishi lozim.

**Zararsizlik me`yorlari.** Bu ishlab chiqarilayotgan mahsulot partiyalarining minimal o`lchovi, «nol daromad» olinadi, ya`ni sotuvdan kelgan daromad ishlab chiqarishdagi xarajatga teng bo`ladi.

o`arb mamlakatlari banklaridan kredit olishda biznes-rejaning boshqacha tuzilmasi qo`llaniladi. Bu holatda biznes-reja quyidagi bo`limlarni o`z ichiga oladi:

Kirish va umumiy ma`lumot. Bu bo`limda yuridik shakl ko`rsatiladi, korxona faoliyati tarixi va muhim tadbirlarning qisqacha ta`rifi beriladi.

1. Korxona faoliyatini baholash. Bu yerda korxonaning ba'zi muhim xususiyatlari ko'rsatiladi, ya'ni uning bozorda egallagan o'rnini, mavqei, sotuv tizimi va boshqalar.

2. Mahsulotni va sotish bozorini ta'riflash.

3. Tadqiqotlar va ishlanmalar. Bu bo'limda tadqiqotlar, dastur va tashabbuslarning asosiy yo'nalishlari aks ettiriladi.

4. Korxonaning ishlab chiqarish quvvati. Korxonaning ishlab chiqarish holati, ishlab chiqarish quvvatlarining holati ta'riflanadi.

5. Xodimlar va mehnat munosabatlari.

6. Tashkil etish va boshqarish. Umumiy-tashkiliy ko'rsatkichlardan tashqari, oliy lavozimli shaxslar va rahbar xodimlarining qisqacha biografik ma'lumotlari beriladi.

7. Yuridik ma'lumotlar. Ishlab chiqarish faoliyati bilan bog'liq o'tmishdagi hamda hozirgi sud va arbitraj ishlari qisqacha ta'riflanadi.

8. Moliyaviy ma'lumotlar. Keyingi 5 yil ichidagi moliyaviy hisobotlar ko'rib chiqiladi. 5 yillik istiqbolli moliyaviy ahvol ta'riflanadi.

9. Likvidlik. Qarzlari, aylanma mablag'lar holatining tahlili, kompaniyaning soliqlari, qarzlari ko'rsatiladi.

10. Shartnomalar. Korxona ishtirok etgan barcha shartnoma va bitimlar ta'rifi beriladi.

11. Buxgalteriyaning boshqa hisob-kitoblari. Ro'yxatga olinmagan mulk (kvartira, mehmonxona, shifoxona, profilaktoriya va boshqalar)ning qisqacha bayoni beriladi.

Bundan ham qisqacha biznes-rejaning chizmasi G.Berl tomonidan taqdim etilgan. U quyidagi bo'limlardan iborat:

Kerakli pul mablag'i kiritilgan arizaning maqsadi, zayomni qoplash uslublari va uning ta'minoti.

Shaxsiy vositalar. Bu yerda ish asoschisi, uning hamkorlari, oila a'zolarining qo'shgan shaxsiy hissasi ko'rsatiladi.

Biznesning ta'rifi. Firmaning miqdoriy ko'rsatkichlari, tashkiliy-huquqiy shakli, joyi, manzili va ishlovchilar sonini ko'rsatish lozim. Ishlab chiqarilmoqchi yoki bajarilmoqchi bo'lgan tovar va xizmatlar, korxonaning qisqacha tarixi, istiqboli, marketing hududi, iste'molchi va ta'minotchilarni ko'rsatish lozim.

Boshqaruv. Har bir mulk egalari va korxonaning boshqa boshqaruvchilarining ma'lumoti, tajribasi haqidagi ma'lumotni o'z ichiga oladi.

Korxonaning moliyaviy istiqboli va ko'rsatkichlari. Agar korxona yangi tashkil etilgan bo'lsa, unda korxona egasining shaxsiy kapitalini

ko`rsatish, rejali balans tuzish, istiqbolini baholash keltirilishi lozim. Shu bilan birga kutilmagan sarf-xarajalar uchun muayyan mablag`larni ajratib qo`yish kerak. Agar korxona jamoasi harakatda bo`lsa, unda oxirgi ikki-uch yil ichidagi daromad va zararlar haqida balansli hisobot va bugungi holati haqidagi ma`lumotni taqdim etish lozim.

Ko`rsatilgan beshta bo`lim uchun 11 yordamchi shakl tuziladi.

1-shakl. Qarz olish uchun berilgan arizaning maqsadi va uning asoslanishi.

2-shakl. Shaxsiy moliyaviy deklaratsiya.

3-shakl. Korxonaning batafsil ta`rifi.

4-shakl. Bozorning tahlili.

5-shakl. Raqobatchilar.

6-shakl. Korxonaning joylashtirilishi.

7-shakl. Korxonaning xodimlari.

8-shakl. Boshqaruv.

9-shakl. Tashkil etilayotgan yoki kengaytirilayotgan korxona uchun moliyaviy ma`lumot.

10-shakl. Harakatdagi korxonani sotib olish uchun moliyaviy ma`lumot.

11-shakl. Rahbar uchun qisqacha xulosa.

Qator xorij mualliflari biznes-rejaning rasmiylashtirilishi shakliga e`tiborni qaratmoqdalar. Qog`oz, papka, yozuv, varaqlarning sifati, ya`ni tashqi ko`rinishi hujjatni o`qiyotganda ma`lum taassurot qoldirishi mumkin. Xatosiz, toza yozilgan hujjat ishonch va hurmat uyg`otadi.

G.Berl AQSH turli shtatlarining to`qqiz rayonlari tadbirkor boshqaruvchilarining tresti hisoblanmish ishbilarmonlar forumi ma`qullagan namunali biznes-rejaning ta`rifini keltiradi. Bu quyidagilardan iborat: hajmi 40 betgacha. Spiral mahkamlagich bilan mahkamlangan. Muqovada kompaniyaning nomi yozilgan. Titul varag`ida esa kompaniyaning nomi va manzili yozilgan. Reja ikki betda yozilgan kompaniyaning bugungi operatsiya va rejalari haqidagi qisqacha axborotdan boshlanadi. Bo`linmalarning nomlari ilova qilingan. Matnda yetakchi xodim va investorlar haqida batafsil ma`lumotlar berilgan. Buxgalteriya hisoboti bo`yicha maslahatchilar va maslahatchi - yuristlarning taqrizlari keltiriladi.

Biznes-rejani ishlab chiqishda undagi bo`limlar ta`rifi qisqa, tushunarli bo`lishiga alohida e`tibor berish lozim. Chunki bular biznes-rejaga qiziquvchi shaxs yoki bank xodimining undagi materiallarni o`qish-o`qimasligini belgilab beradi. Xulosa qisqa bo`lib, biznes-rejaning barcha

bo`limlarini qamrab olishi lozim. Xulosada quyidagi ma'lumotlar mavjud bo`lishi tavsiya etiladi:

- korxonaning nomi, uning yuridik manzili;
- aloqa qilish uchun shaxs, uning telefoni;
- biznes turi;
- kerakli qarz;
- qarzning maqsadi;
- mavjud aktivlar;
- mahsulot va bozor (mahsulotning qisqacha ta'rifi, uning real sotish imkoniyatlari);
- boshqaruv (asosiy mulk egasi va uning yordamchilari ta'rifi);
- moliyaviy rejalar;
- sotish va daromad hajmining o`lish imkoniyatlari ko`rsatiladi .

3. Bozorni kompleks urganish va marketing izlanishlarini tashkil etish

Xozirgi zamon bozorida muvaffaqiyatga erishish, ilmiy texnika natijasida firmaning ishlab chikarish, moliyaviy va texnologik salohiyati bilan emas, balki marketing tadbirlari utkazishdagi faollik, tashabbuskorlik va tajribasi bilan aniklanadi degan fikr- muloxazalar xukm surmokda. Buni tasdiklovchi xakikat shuki, keyingi 10- 15 yilda marketing tadbirlari zamonaviy biznesning katta mustakil soxasiga aylanib ketdi. Ma'lumotlarga ko'ra 50 foizdan kup amerikalik, 86 foiz evropalik va 60 foiz Yaponiya biznesmenlari, firma va kompaniyanlari marketing tadbirlari uz kuchlari bilan olib borildilar. Kolganlarga esa maxsus tadbir muassasalariga murojaat kilishadi. Xozir marketing tadbirlari bilan juda kup ilmiy - tekshirish byurolari, firmalari, agentliklari, universitetlari, davlat muassasalari shugullanmokda. Masalan, Garbiy Germaniyada 120 dan kuprok 3 ming kishilik ilmiy xodimlari bo'lgan tashkilotlar marketing tadbiri olib bormokda. Frantsiyada bunday muassasalar 100, Angliyada 200, AQSh da 800 dan kuprok ublib, bir yilda 1 milliard dollar atrofida mablag aylantiradi.

Marketing tadbirlariga shunday kizikishning asl ma'nosi - bozorda raqobat shaklining uzgarib borishi va aholi talabiga ilmiy- texnik yutuklarning katta ta'sir utkazishidir. "Baxolar urushi" deb atalgan 30- 60-yillardagi raqobat uslublari urnini maxsulotning tayyorlanish sifati, assortimentining tez uzgarishi, sotishdan keyingi servis va texnika xizmat ko'rsatishlar egallamokda.

Bozorni segmentlarga ajratish - uning iste'molchilarini maxsus guruxlash demakdir.

Marketing amaliyotida bozorni segmentlarga bo'lishda uch xil yondashish ishlab chikilgan.

Birinch- ommaviy bozor. Korxona unga kirishda, keng xaridorlar ommasiga karatilgan bir xil marketing dasturlariga ega bo'ladi.

Ikkinchidan- segmentlashgan bozor. Korxona unda, asosiy e'tiborini aloxida belgilariga ega bo'lgan bir xil segmentlarga karatadi. Ana shu segment uchun maxsus dastur ishlatiladi.

Uchinchi- kupchilik ko'rsatkichlari bilan tabakalashgan bozor. Bunda uz xususiyatlari bilan farklanadigan bir yoki ikki xil segmentga alixida ishlab chikiladi. Bozor segmentlari doimiy emas. Xar doim korxona uzining imkoniyatlari va maqsadlariga mos xolda bozorni kuyidagi segmentlarga bo'lish mumkin. Masalan, iste'mol tovarlari bozorida kuyidagi segmentlar mavjud:

- xaridorlar segmentlari (iste'molchilar, ularning talablari, xatti- xarakatlari va boshka belgilar);

- tovarlar segmentlari (ommaviy va arzon, Qiymat va maxsus kundalik, yangi va xokazo);

- savdo segmentlari (tovar xarakati, sotish usullari va boshkalar);

- geografik segmentlar (iqtisodiy rivojlanish daradjasi buyicha tuman, shaxar, viloyatlar) aholi soniga va joylashishiga karab bulinadi.

Amaliyotda albatta bozorni yukoridagi va boshka belgilariga karab segmentlanadi. Ammo, xamma vaktida, segmentlar orasida tafovut ajralib turishi, aksincha xaridorlarda esa uxshashlik bo'lishi shart. Korxona uzi tanlagan segmentlari xususiyatlarini va talablarini ulchay olishi va ularga chikish yullarini egallashi lozim. Segmentlar keraklicha keng xajmli va kelajagi porlok bo'lishi kerak.

Iste'molchilar sifatida, bozorda ishlab chiQaruvchilar, ulgurji va chakana savdo, davlat va boshka notijorat muassasalari katnashishlari mumkin. Iste'molchilarning asosiylari- tovarlar va xizmatlarning shaxsiy va oilaviy extiyojlarini kondirish uchun xarid kiluvchi kishilardir.

Marketingda tadjikotlar utkazish va segmentlashning asosiy maqsadi ana shu iste'molchilarning bozordagi xatti- xarakatlarini chukur urganib, ularning obrazini (modelini) yaratish va kelajakdagi extiyoj (talab) larini tasavvur kilishdan iborat.

Marketing kontseptsiyasi (tamoyili) ga asosan, xar Qanday korxona, bozorda muvaffakayatga erishish uchun eng avvalo ista'molchilar tilak- istaklarini nazarda tutish kerak. Bu esa iste'mol jarayonini, aholi extiyoji va talabini bilish va ularga mos tushadigan tovarlar va xizmatlar taklif etishini takozo kiladi.

Marketing nazariyasi va amaliyoti iste'molchilar talablarini urganishda, ularning ijtimoiy- iqtisodiy va demografik tavsiflariga ko'ra (daromad, yashash joyi va sharoiti, oila tarkibi, jinsi, yoshi, mashguloti va boshkalar) darajalab turlarga bo'lish uslubini ishlab chikkan. Shu bilan birga iste'molchilar xatti- xarakatini psixografika asosida tahlil kilinishi (kizikishlari- xobbi, yangiliklarga progressiv va konservativ karashlari, xayotiy mujizalar to'g'risidagi fikrlari va boshkalar) orkali, ularni emperik turlarga ajratish keng rivojlanmokda. Natijada iste'molchilar, ijtimoiy- iqtisodiy va demografik uxshashlariga karab "Modani kuruvchilar", "programmachilar", "nafosatshunoslar", "texnikasevarlar" va boshkalarga bulinadi.

Bozorlarni segmentlashda uslubiy va axborot tuplash xamda turlarga bo'lish asosi bo'lib PANELLI urganish hisoblanadi. Iste'molchilar panelli- oldindan tayyorlangan dastur asosida doimo kuzatib boriladigan tanlama iste'molchilar guruxi (oilalar) yoki Qishloq, maxalla, ovul, tuman va shaxar bo'lishi mumkin.

Iqtisodiyoti rivojlangan mamlakatlarda iste'molchilarning madaniy saviyasi yuksalib borgan sari, ularning uz huquqlarini bozorda ximoya qilishlari uchun ko'rash xam kuchayib bormokda. "Konsmerizm"- deb ataluvchi ana shunday ittifoqlar 60- yillarda vujudga keldi. Ular bozorda paydo bo'lib kolayotgan, tekshirilmagan dorilar, sabzavot, poliz ekinlari va xokazolarga karshi ko'rashmokdalar. Xozir iste'molchilar huquqini ximoyalash ko'rashi keng rivojlangan. Ularning talablari bilan iste'molchilarga atalgan jurnallar, reklama, maslaxatlar, tovarlarni ekspertiza qilish va sifatsiz maxsulot ishlab chiqaruvchilarni javobgar qilishgacha bo'lgan tadbirlar amalga oshirilmokda.

Ana shu xarakat katnashchilari talabi va ta'siri natijasida 1985 yilda Birlashgan Millatlar Tashkiloti Assambleyasi "Iste'molchilarni ximoya qilishga oid quyidagi rahbarlik talablarini" ishlab chikdilar:

- zararli tovarlar ishlab chiqaruvchi korxonalarga milliy va xalkaro mikiyosda karshi ko'rashishda mamlakatlarga yordam berish;

- iste'molchilarga bozorda past narxlar bilan kup mikdorda tovar taklif etish sharoitlari yaratilishini ragbatlantirish;

- tovar va xizmatlar ishlab chiqaruvchilar orasida iste'molchilarga yukori darajada estetik (nafosatli) munosabatda buluvchilarnialoxida siylash.

Bu talablar iste'molchilar salomatligini vva xavfsizligini ximoya qilishga karatilgan. Xozir istemolchilar Ittifokining xalkaro tashkiloti mavjud. Unga 70 davlat a'zo bo'lgan.

O'zbekistonda xam iste'molchilar huquqini ximoya qilish buyicha Qonun loyixasi ishlab chikildi va muxokamaga kuyildi.

4. Iqtisodiyotni erkinlashtirish sharoitida tadbirkorlik faoliyatini sistematik va kompleks taxlil qilish

Marketing tashkil etish deganda uning vazifalarini bajaruvchi tarkibiy bulinmalarining tuzilishi va ularning o'zaro ma'suliyatlarini xamda boglikliklarini ifodalovchi tizimni yaratish tushuniladi. Bunday tizim oddiy firmadan tortib bozorda ishtirok etaetgan barcha sub'ektlar, davlat yoki nodavlat, tijorat yoki notijorat, tuman, shaxar, viloyat va respublika mikesida faoliyat ko'rsataetgan muassasa va tashkilotlarda tuzilgan marketing xizmatlarini uz ichiga oladi.

Marketing xizmati vazifalari uning uziga xos tamoyillari asosida kelib chikadi. Bunga quyidagilar kiradi: korxonalarda ishlab chikarilgan maxsulotlar va bozor haqidagi axborotlarni tuplash va tahlil qilish, korxonaning maxsulot ishlab chikarish savdo va xo'jalik faoliyatini reklama qilish, moliyaviy va boshka jixatlari buyicha manfaatlarga mos Qaror Qabul qilish uchun zarur xisob- kitob ko'rsatkichlarini tayerlash; talab shakllanishini faollashtirish va sotishni tezashtirish

Marketing xizmati korxonalarda iksodiy axvol uzgarib boraetgan bozordagi iste'molchilarning talabi bilan korxona ishlab chikarishi savdo va xo'jalik faoliyati munosabatlarini muvofiklashtirish uchun tashkil kilinadi.

Marketing xizmati bu bozor iktisodietiga utish sharoitida korxona boshkaruvi uchun etishmay turgan shunday bir faoliyati turiki, u ishlab chikarish moliya, savdo, xo'jalik, texnologik kadrlar masalasi va boshka soxalarda bozor zaxiralarini kondirish va foyda olishga asoslangan yunalishlar jaraenini yaratadi.

Bozor sharoitida xaridorga bo'lgan e'tibor katta ahamiyatga ega bo'lib, marketingning ustunlaridan biri hisoblanadi. Marketing faoliyati murakkab jarayondir.

Korxona (firma, birlashma, va x.k.lar) bozorda uz urnini egallab, uni mustaxkamlashga, maxsulotining raqobatbardosh va xaridogir bo'lishini xamda olaetgan daromadining xajmi oshishini maqsad Qilib kuygan bulsa, marketing faoliyati doim tugri va sifatli olib borilishi lozim.

Korxonada marketingning asosiy maqsadi Berilgan vakt chegarasida va faoliyati mablaglar bilan ta'minlanishi doirasida rentabellikni ta'minlash va belgilangan xo'jalik xisobidagi foydani olishdan iborat.

Marketingni tashkil etishda ikki jixat muxim: maqsadlar va marketing xizmati makomi e'tiborga olinadi.

Maqsadni tanlash. Kupgina rahbarlar xozirgi paytda uz korxonalarining asosiy maqsadi sifatida eng yukori foyda olishni ko'rsatadilar. Lekin bu tanlov unchalik makbul emas. Aytalik, agar korxona uzok kelajakni kuzlab ish yuritayotgan bulsa (marketing faoliyati aynan mablagni NIOKRga, asosiy sarmoyaga, ishlab chikarish tayyorligiga va kadrlar malakasini oshirishga sarflashi kerak. Bu tadbirlarning xammasi ishlab chikarish xarajatlarini kupaytiradi va foydaning kamayishiga olib keladi. Katta foyda olish haqida xam, yakin kelajakda foydani kupaytirish haqida xam xamisha gapiravermaslik kerak. Masalan, agar korxona yangi bozorga kirib bormokchi bulsa, avval boshda xech Qanday foyda olmasligi, aksincha, kupincha xatto zarariga ishlashi mumkin. bundan tashkari, kupgina mamlakatlarda Qabul Qilingan foydaga karab soliqning ortib borishi korxonaga rejalab kuyilganidan ortikcha foyda olish makbul emasligini isbotlaydi. Yaponiyadagi mashxur "Matsusita Denki" firmasining asoschisi Konosuke Matsusitaning fikricha, fakat unchalik yukori emas, unchalik kam xam emas, balki okilona mikdorda foyda olgandagina korxona uz faoliyatini kengaytirishi mumkin.

5. Strategik va operativ taxlil. Iqtisodiy taxlil asosiy maqsadi va vazifalari hamda korxona faoliyatini baxolash

Marketing tashkil etishga kirishgan korxonaning maqsadlari Qanday bo'lishi kerak? Marketingning tan olingan peshkadalari bulmish yaponlar tajribasidan kelib chikadigan bulsak, asosiy maqsadlar (afzalligi tartibiga karab) kuyidagilardan iborat:

- sotish xajmi

- usish sar'atlari (sotuv yoki foyda xajmi);

- bozordagi xissasi;

- rejadangan foyda, bu foydaning xajmi, foydaning sotuv xajmiga nisbati, barcha sarmoyaga foyda me'yori, foydaning xissadorlik sarmoyasiga nisbati va boshkalarda aks etishi mumkin;

-sarmoyaning tarkibi, ya'ni faollarning umumiy summasiga yordam shaklidagi sarmoyaning nisbati (bu Yaponiyada taxminan 20% ga teng).

Bu ro'yxatni boshka turlicha maqsadlar bilan xam tuldurish mumkin. Masalan, maxsulot sifatini oshirish, xarajatlarni kamaytirish va shu kabilar.

Maqsadlarni ishlab chikishda ular korxona xodimlarining niyyatlarini aks ettirishi zarurligiga aloxida e'tibor berish kerak. Aks xolda ishlovchilarning ishlab chikarish jarayonidan "ichki uzilish" ruy beradi. Xar bir yapon ishchisi uzi ishlaytgan firmaning vazifalarini osongina aytib bera oladi, chunki bu vazifalarning bajarilishidan u nixoyatda manfaatdor.

Shuni anglash mumkinki. Korxonada marketingning chinakamiga joriy kilinishi uchun unda tegishli xizmatni tuzishning uzi etarli emas.

Marketing bulimi dikkat markaziga maxsulotning pirovard iste'molchilari bilan boglik barcha muammolar tushadi. Bu paytda boshka bulinmalar uz e'tiborini turli juz'iy vazifalarga karatgan bo'ladi. shuning uchun xam marketing bulimi buiun faoliyatni muvofiklashtirib turishini tan olish mutlako tabiiydir. U ishlab chikraish jarayonida etakchi bo'lishi uchun uning makomini boshka bulinmalar ichida eng yukori Qilib belgilash lozim.

Korxona (firma, birlashma va xokazolar) bozorda uz urnini egallab, uni mustaxkamlashga, maxsulotning raqobatbardosh va xaridorgir bo'lishini xamda olayotgan daromadining xajmi oshishini maqsad Qilib kuygan bulsa, marketing faoliyati doim tugri va sifatli olib borilishi lozim.

QISQA XULOSALAR

Marketing- muxtojlik va extiyojni ayirboshlash orkali kondirishga karatilgan inson faoliyatining turidir.

Marketing firmani uzok muddatli, yukori darajani foyda olishi niyatida fakat iste'molchiga karatilgan maqsadli ishlab chikarish va sotish faoliyati hisoblanadi.

Bozorni urganish, bilish va ishlab chikarishni boshkarish bugungi kunga kelib, xar bir tadbirkorning eng asosiy vazifalardan biri bo'lib kolmokda. Mamlakatimiz bozor iktisodietiga utishi munosabati bilan tadbirkorlikka keng yul ochib berilganligi, yurtimizda faoliyat ko'rsataetgan kuplab firma va korxonalar uchun, ishlab chikarishni boshkarish, maxsulotni sotish yullarini, maqsad va vazifalarini marketing asosida tashkil etishi uchun sharoitlar yaratildi.

Marketing vujudga kelishining asosiy sabablaridan biri, bu ishlab chikarishning kulami va xajmining ortib borishi, yangi tarmoklarning vujudga kelishi, tovar turlarining kupayishi va tadbirkorlar urtasida maxsulotni sotish muammosining vujudga kelishidir.

TAYANCH IBORALAR.

Marketing, bozor segmentatsiyasi, bozor, innovatsiya, talab, rejalashtirish, taklif, marketing strategiyasi, muxtojlik, marketing muxiti, extiyoj, narx, marketingni tashkil etish, marketing xizmati

NAZORAT UCHUN SAVOLLARI:

1. Marketing tushunchasini mazmuni nimadan iborat?
2. Marketing tushunchasini tadbirkorlik tushunchasi bilan bogliqligi va farki nimadan iborat?
3. Marketingni maqsadi nimadan iborat?
4. Marketingning asosiy tamoyillarini mazmunini aytib bering.
5. Korxonalarda marketing faoliyati qanday tashkil etiladi?
6. Marketing tadqiqotlari qanday tashkil etiladi?
7. Marketing kontseptsiyasini mazmunini tushuntirib bering.
8. Marketing tadqiqotlaridan dala tadqiqotlari uslubini tushuntirib bering.

Adabiyotlar ro'yxati **Asosiy adabiyotlar:**

1. Xodiev B.Yu., Qosimova M.S., Samadov A.N., Muxiddinova U.S. Kichik biznesni boshqarish. –T.: “O’qituvchi”, 2003.
2. Abdullaev Yo., Karimov F. Kichik biznes va tadbirkorlik asoslari.-T.: Mehnat, 2000.
3. Eremenko A. Razrabotka biznes-prilozheniiy v Microsoft Business solutions-Alapta iersii. 3.0G’Feleksey Ermenenko, Ruslan Shashkov. –M.: Alpina Biznes Buks, 2005.-503 s.
4. Xodiev B.Yu., va boshqalar. Kichik tadbirkorlik asoslari(o’quv-amaliy Qo’llanma)-T.:EH. TEMPUS “Konsaudit”, 2004.

6-mavzu: Tadbirkorlik faoliyati natijalari taxlili. Tadbirkorlik faoliyatini rejalashtirish

Reja:

- 1.Faoliyat samaradorligi taxlili. Maxsulotni bozorda sotish taxlili
- 2.Raqobat yutug'i taxlili. Bozor xissasi. Tanqidiy baxolash va taxlil tizimi
- 3.Rejalashtirishning asosiy elementlari
- 4.Rejalashtirishning bosqichlari. Rejalashtirishning turlari
- 5.Strategik muomalalar taxlili

1. Faoliyat samaradorligi taxlili. Maxsulotni bozorda sotish taxlili

O'zbekiston iqtisodieti ruy beraetgan tuxtovsiz uzgarishlar va raqobat darajasining usib borish sharoitida fakat mashakktali mexnat orkali biznesda muvaffakiyatga erishish mumkin, deyish kiyin. Muvaffakiyatli bo'lishi uchun biznesimiz anik maqsadga va unga erishish uchun esa, yaxshi rivojlangan strategiyaga ega bo'lish lozim. Boshkacha Qilib aytganda, bizga biznes - reja zarur.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida biznes- reja tadbirkorlikning xamma soxalarida kullaniladigan guyo bir ish asbobidar. U firmaning ish jarayonini tasvirlab, firma rahbarlarining uz maqsadlariga kay tarika erishishlarini, birincha galda ishning daromadliligini kay tarika oshirish mumkinligini ko'rsatib beradi. Yaxshi ishlab chikilgan biznes- reja firmaga usib borishga, bozorda yangi mavkelarni kulga kiritishga, uz tarakiyotining istikbollarini belgilab olishga, yangi tovarlar ishlab chikarish va yangi xizmat turlarini yaratishga xamda muljallarni amalga oshirishning maqsadga muvofik usullarini tanlab olishga yordam beradi. Biznes- reja doimiy xujjat bo'lib, muntazam ravishda yangilab beriladi, unga xam firmaning ichida, xam umuman iqtisodiyotdagi sharoitlarga karab ruy bergan uzgarishlar kiritiladi. Biznes- reja firma ichi tahlilini maxsus ilmiy tashkilotlar tomonidan amalga oshiriladigan makroiqtisodiy tahlillar bilan boglaydi. Odatda xar bir firma biznes- reja tuzadi, lekin bunday xujjatlarni tayyorlash imkoniyatlari xar xil bo'lishi mumkin: biznes- rajani ishlab chikish uchun kichik firmalar konsalting tashkilotlarining mutaxassislarini jalb etishlari mumkin.

Biznes- reja firmaning muayyan bozordagi faoliyatning anik yunalishini urganish maqsadida utkaziladigan tadkikotlar va tashkiliy ishning natijasi bo'lgan munosabati bilan u kuyidagilarga asoslanadi:

- ma'lum tovarni ishlab chikarish (xizmatlar ko'rsatish) ning anik loyixasiga- yangi turdagi buyumlar yaratish yoki yangi xil xizmatlar ko'rsatishga;
- firmaning zaif va kuchli tomonlarini aniklab, olish maqsadida xar tomonlama utkaziladigan ishlab chikarish- xo'jalik va tijorat tahliliga;

- anik masalalarni amalga oshirish uchun kullaniladigan moliyaviy, texnik- iqtisodiy va tashkiliy mexanizmlarga asoslanadi.

Biznes- reja firmaning rivojlanish strategiyasini belgilab beradigan asosiy xujjatlarning biridir. Shu bilan birga u firma tarakkiyotining umumiy kontseptsiyasiga asoslanadi, strategiyaning iqtisodiy va moliyaviy jixatlarini bir muncha batafsil bayon etadi, anik- tayin chora tadbirlarni texnik- iqtisodiy jixatdan asoslab beradi. Strategiyani amalga oshirish texnik, tashkiliy va iqtisodiy uzgarishlarning ma'lum vaqtgacha o'zaro maxkam boglangan butun bir tizimi sifatida tugilgan kenginvestitsiya dasturlariga asoslanadi, biznes- reja investitsion dasturning odatda bir necha yil ichida amalga oshirilishi kerak bo'lgan bir kismini uz ichiga oladi.

Shunday Qilib, firmaning strategik ishida kuyidagi tartib kuzga tashlanadi.

- 1- bosqich. Rivojlanish kontseptsiyasini ishlab chikish.
- 2- bosqich. Rivojlanishning investitsion dasturi.
- 3- bosqich. Urtacha muddatli davrga biznes- reja tuzish.
- 4- bosqich. Biznes- rejani amalga oshirishga doir chora- tadbirlar.

Biznes- rejaning bir kancha vazifalarni xal kilishga imkon beradi, lekin bularning asosiylari kuyidagilardir:

- firma tarakkiyoti (strategiyasi, kontseptsiyalari, loyixalari) yunalishlarining iqtisodiy jixatdan muvofikligini asoslash;
- faoliyatining kutilayotgan moliyaviy natijalarini, birinchi galda, sotuv xajmlarini sarmoyadan olinadigan daromadlar, foydani xisoblab kurish;
- tanlab olingan strategiyani amalga oshirish uchun kerakli mablaglar manbalarini, ya'ni moliyaviy resurslarni jamlash usullarini belgilash;
- mazkur rejani amalga oshira oladigan xodimlarni tanlab olish.

Rejaning xar bir bandini boshka bandlar bilan maxkam boglangan xolda olib echish mumkin xolos. Biznes rejaning asosiy markazi moliyaviy resurslarni jamlashdir.

Kompaniya sarmoyasini kupaytirib borishning muxim vostasi ayni shu biznes- rejadir. Bu rejani tuzish jarayoni boshlangan ishning xamma tafsilotlarini sinchiklab tahlil Qilib chikishga imkon beradi. Biznes- reja bulgusi sheriklar bilan muzokaralar olib borilayotganda biznes- taklif uchun asos bo'lib xizmat kiladi, u firmaning asosiy xodimlarini ishga taklif etishda katta rol uynaydi.

Biznes- reja firmaning ichki xujjati bo'libgina komay, balki undan investorlar va kreditorlarni taklif kilishda xam foydalanish mumkin. Investorlar tavakkal Qilib sarmoya berishdan avval loyixaning sinchiklab ishlab chikilganligiga ishonch xosil kilishlari va uning samarali ekanligidan xabardor bo'lishlari kerak.

Investorlar tavakkal Qilib pullarni ishga solishdan avval ularning pulini oluvchi korxona rahbarlari uz maqsadlarini xar tomonlama uylaganligiga nima kilish kerakligini ravshan tasavvur kilishlariga, Qanday yul tutishligi va nimaga erishmokligiga etarlicha ishonch xosil kilish kerak. Investorlarning kupiligi

investitsiya kilishdan avval biznes – rejani talab kiladilar va odatda, usiz tadbirkor bilan xatto gaplashib xam utirmaydilar.

Demak, biznes – reja potentsial investor tanishmokchi bo'lgan korxona haqidagi dastlabki ma'lumot bo'lib, agar reja ishonchli bulmasa va investorni jalb kilmasa, shartnoma haqida gap xam bo'lishi mumkin emas. Shuni esda tutish lozimki, bizdagi yagona imkoniyat bu birinchi uchrashuvdaek ijobiy taassurot koldirishdadir!

Boshqacha Qilib aytganda biznes–reja Quyidagilarni amalga oshiradi

- korxonamizning kelajagini aniklab beradi;
 - korxonaning eksplutatsion xarakteristikalarini, ya'ni mavjud ishlab chikarish kuvvatlarini, ishlab chikarilgan maxsulot va ko'rsatiladigan xizmat turlarini, xom ashe va materiallarni olish mumkin bo'lgan manbalarni, bozorni va sotish strategiyasini baen Qilib beradi va xokazo;
 - korxonaning boshkarish tuzilmasini ko'rsatadi;
 - korxonani Qanday sarmoyalashni batafsil ko'rsatib beradi;
 - potentsial investorlar va kreditorlarga yunaltiruvchi vosita bo'lib xizmat kiladi;
- Umuman aytganda, biznes-reja loyixaning muvaffakiyat darajasini belgilab beruvchi ko'rsatkich hisoblanadi.

2. Raqobat yutug'i taxlili. Bozor xissasi. Tanqidiy baxolash va taxlil tizimi

Biznes-rejani menedjer, tadbirkor, firma, firmalar guruxi, konsalting tashkiloti tayyorlashi mumkin. Menedjerda yangi maxsulot tayyorlashni uzlashtirib olish, yangi xil xizmat ko'rsatish fikri paydo bo'lgan bulsa yoki u uz kontseptsiyasini mustakil ravishda amalga oshirishga axd kilgan bulsa u uz biznes-rejasini yaratadi.

Yirik firma rivojlanishining strategiyasini ishlab chikish uchun kengaytirilgan biznes-reja tuziladi. Biznes-rejani tayyorlash bosqichidayok kupincha sherik chikib koladi.

BarQaror vaziyatda faoliyat ko'rsatib kelayotgan va etarlicha barQaror bozor uchun maxsulot ishlab chikarayotgan firmalar doim ishlab chikarish xarajatlarini kamaytirish yullarini izlaydilar. Lekin bunday firmalarning xammasi ishlab chikarilayotgan uz maxsulotlari yoki xizmatlarini zamonaviylashtirish chora-tadbirlarini doimo kuzda tutadilar. Doim tavakkal Qilib maxsulot chikaradigan firmalar avvalo yangi turdagi maxsulotlarni uzlashtirish, yangi turdagi buyumlarni ishlab chikarishga utish ustida muntazam ish olib boradilar va xokazo. Firma yangi uzlashtirilgan maxsulotlarni ishlab chikarishni anchagina oshirishni muljallagan bulsa-yu, lekin bularni ishlab chikarish uchun etarli kuvvatga ega bulmasa, u yo yangi kuvvatlarni yuzaga keltirish uchun sarmoyalarni jalb kilish yulidan borishi yoki ishning bir kismini bajarib

beradigan sheriklarni kidirib topish yuliga utishi mumkin. Ikkinchi yul, odatda, vazifalarni tezrok xal kilishga imkon beradi va kamrok mablaglarni talab etadi. Bu xolda bulgusi ishlab chikarishga kuyiladigan talablar endi biznes-rejani ishlab chikish bosqichidayok tayin bo'lib koladi.

Biznes-rejani yaratishda unda ishtirok etadigan kontseptsiya mualliflaridan tashkari kredit bozorining xususiyatlarini, kaerda bush sarmoyalar borligini, mazkur biznesning tavakkal talab xatarli tomonlarini biladigan moliya xodimlari xam faollik bilan katnashadilar. Biznes-rejani ishlab chikadigan mutaxassislar guruxining asosini iktisodchilar, statistlar, sistemachilar tashkil etadi.

Biznes-rejada vaziyatning firma ichida xam, undan tashkarida xam kelajakda Qanday bo'lishi ifoda etiladi. Biznes-reja mulkka aksionerlar egalik kiladigan sharoitda va ma'lum darajada, shirkatlar tuzishda Qanday yul tutishni bilib olish uchun firma rahbariyatiga zarur bo'ladi. Ayni shu biznes-reja yordamida firma rahbariyati foydaning Qanday kismini jamgarmani kupaytirib berish uchun koldirish, Qanday kismini dividendlar shaklida aksionerlar urtasida taksimlanish kerakliligi xususida Qaror Qabul kiladi. Biznes-rejadan firmalarning tashkiliy-ishlab chikarish strukturasini takomillashtirishda xam foydalaniladi.

Biznes-rejadan yangi aksionerlar, kreditorlar, mablag beruvchi xomiylar va boshkalarni kidirib topishda xammadan kup foydalaniladi. Mavjud firmalar aksiyalarini sotib olib yoki yangi tashkiliy-ishlab chikarish strukturasini yaratib, ishni kengaytirishni muljallayotgan yirik korxonalar va firmalarga biznes-reja yordam beradi.

Kupgina investorlar mazmuni bir yoki ikki betda bayon etilgan loyixaning muxim xususiyatlarini va afzalliklarini bilib olishga imkon beradigan biznes-rejani ukib chikishni yoktiradilar. Mazmuni kiska va lunda Qilib bayon etish juda kiyin. Bu ishni reja boshidayok ishlab chikarib, aloxida urgu beriladigan va kiskacha mazmun bayoniga kiritiladigan asosiy tadbirlar ravshan bo'lib kolgan maxaldagina moxirona uddalash mumkin. Kiskacha bayon etilgan mazmun dastlabki material bo'lib, bulgusi investorning shunga karab fikr yuritishini nazarda tutish kerak.

Biznes-rejaning kiskacha bayon etilgan mazmunidan keyin odatda firma to'g'risidagi ma'lumotlar keltiriladi, bularda kompaniyani boshkarish uchun kerakli va investorlarni kiziktiradigan tafsilotlar lunda Qilib bayon etiladi. Ana shunday materialning kuyidagi asosiy bulimlarini ajratish mumkin:

1. Firmaning tashkil topishi:

-firma tashkil topgan va kengaytirilgan vakt (firmaning kachon, kaerda va kim tomonidan ro'yxatga olingani, kaerda joylashgani);

-firmaning tashkiliy-huquqiy shakli;

-firma sarmoyasining strukturasi (chikarishga ruxsat etilgan aktsiyalarning soni, chikarilgan va mumolada bo'lgan aktsiyalarning soni, ularning nominal Qiymati va birja baxosi);

-firmaning xisob rakami ochilgan asosiy bank;

-firma rahbariyati – raisi , bosh direktori;

-firmaning buxgalteri;

-firmaning yuristi;

-asosiy menedjerlari, ularning malakasi, ma'lumoti, ish staji;

2. Firmaning tashkiliy strukturasi ya'ni tuzilishi, bunda asosiy tashkiliy chikarish va

va boshkaruv bulinmalari ko'rsatiladi.

3.Firma imidji, ya'ni xaridorlarning firma to'g'risidagi fikri. Bu bulimda kuyidagi savollarga javob berilgan bo'lishi zarur:

- Mazkur firma Qanday maxsuloti bilan nom chikargan;
- Bu firma uziga uxshagan boshka firmalardan nimasi bilan fark kiladi;
- Firma tovarini kimlar sotib oladi yoki uning xizmatidan kimlar foydalanadi;
- Firmaning tovar belgisi kaerlarda ma'lum;
- Doimiy mijozlari kimlar va kancha;
- Firma tovari yoki xizmatlarining ilgarilama xarakati QanaQa;

4. Firma faoliyati sharoitlarining tahlili biznes-reja birinchi bulimining muxim kismidir. Firma faoliyatining sharoitlari ikki katta kismga bulinadi: tashki va ichki sharoitlar.

Tashki sharoitlarga firma aytarli ta'sir ko'rsata olmaydi, lekin ularni nazarda tutishi kerak bo'ladi. Bu sharoitlar iste'molchilar xoxish-istaklari va didlarining, bozor talablarining uzgarib turishini, ishchi kuchi bor yukligini, moddiy resurslar manbalarini, buyum (maxsulot, xizmat)ning xayot tsikli, ishlab chikarish tsikli, soliqqa tortish tahlili, baxolar ustidan nazorat va boshkalarni uz ichiga oladi.

Ichki omillar jumlasiga kuyidagilar kiradi: ishlatilayotgan texnologiyalar, asbob-uskunalarining xarakteristikasi, tovar (maxsulot, xizmatlar) sifatini va ishlab chikarish xarajatlarini aniklash usullari,...

Biznes-rejaning tahliliy kismi uning eng ijodiy bulimlaridan biridir. Firma bir necha yildan beri ishlab kelayotgan bulsa, tahlilda realizatsiya Qilingan maxsulot xajmi va foyda mikdori sungi moliya yillari davomida kay tarika uzgarayotganini ko'rsatishi kerak. Bundan tashkari sanoat istikbollari maxsulot xajmi bilan assortimentini kengaytirish imkoniyatlari to'g'risida kiskacha aytib utish foydali bo'lishi mumkin. Firmaning uzidagi texnologiyaning afzalligi yoki xatto uning yukligi, shuningdek bozorda rakobatgabardosh berish imkonini ochadigan savdo usul-amallari ko'rsatib utadi.

Xulosa kismida kancha xajmda mablag ajratilishi muljallanayotganini kiskacha bayon Qilib, ajratiladigan mablaglar sarmoyaning usib borishiga yordam beradigan bo'lishi uchun firmalar nimalar kilmokchi ekanligini aytib utishi zarur.

Biznes-rejada muljallanayotgan loyixaning tabiatiga karab uning uziga xos xususiyatlarini aks ettiradigan bulimlar bo'lishi mumkin, lekin biznes-rejadek bu ish xujjatining mazmuni, umuman olganda, bir kolipda bo'lib, kuyidagilarni uz ichiga olishi kerak:

1. Rezyume. Biznes-rejaning birinchi va kiska bo'lgan bu bulimida keyingi bulimlarining umumiy xulosalari keltiriladi. Rezyumeni tugri tuzishning muximligi shundaki, bulgusi investorlar, - bular esa, odatda biznesmenlar, ya'ni doimo band bo'ladigan kishilardir, -taklif etilayotgan loyixaning kiska bayonidagi dastlabki suzlardan uning samaradorligiga va niyat qilingan shu loyixani amalga oshirish mumkinligiga ishonch xosil kiladigan bo'lishi kerak.

Rezyumeda kuyidagilar nixoyatda kiska Qilib bayon etiladi:

- a) loyixaning mohiyati, uning maqsadlari va samaradorligi ;
- v) loyixani anik bozor sharoitlarida amalga oshirish mumkinligi;
- s) loyixani kim va Qanday Qilib amalga oshrishi;
- d) loyixaning mablag bilan ta'minlanishining manbai;
- e) loyixani investitsiyalashdan kurulishi mumkin bo'lgan foyda; sotuv xajmi, ishlab chikarish va molni utkazishga bo'ladigan xarajatlar xajmi. Foyda me'yori, sarf xarajatlarning kancha muddatda urni tulishi va investitsiyalangan mablaglarning kachon kaytib kelishi.

2. Tovar (Maxsulot yoki xizmat turlari):

- A) Ishlab chikariladigan muljaldagi maxsulot yoki ko'rsatiladigan xizmatlar Qanday talablarni kondiradi;
- V) Bularning bozorda mavjud bo'lgan shu xildagi maxsulot yoki xizmatlardan Qanday afzalliklari bor;
- S) Ishlab chikariladigan muljaldagi maxsulot yoki ko'rsatiladigan xizmatlar Qanday mualliflik huquqlari bilan ximoyalangan.

3. Mol o'tkaziladigan bozor:

- A) Maxsulot yoki xizmatlarning asosiy iste'molchilari kimlar;
- V) Xozirning uzida va kelgusida Qanday xajmlarda mol utkazish mumkin;
- S) Asosiy rakiblar kim, ulardagi sotuv xajmlari, marketing strategiyasi, realizatsiyadan olinayotgan daromadlar;
- D) Rakiblarning maxsuloti kanaka: asosiy xarakteristikolari, sifatining darajasi;
- E) Rakiblar Qanday baxoda maxsulot sotadi yoki xizmat ko'rsatishadi, ularning baxo siyosati.

4. Marketing strategiyasi.

- A) Maxsulot yoki xizmatlarni ichki va tashqi bozorda taksimlash va utkazish yuzasidan kuzda tutilayotgan tizim;
- V) Realizatsiya baxosi va baxo kuyish strukturasi;
- S) Reklamaga doir zarur chora-tadbirlar, kuzda tutilayotgan reklama vositalari va reklamaga kilinadigan sarf-xarajatlar strukturasi;
- D) Molni utkazish, sotishga yordam beradigan chora-tadbirlar –pablik releyshtz, xaridorlarga Qo'shimcha imtiyozlar, sotuvdan keyin ko'rsatiladigan xizmatlar va boshkalar.

5.Ishlab chiqarish dasturi:

- A) Kaerda maxsulot ishlab chikariladi yoki xizmat ko'rsatiladi;
- V) Yangi ishlab chikarish kuvvatlari yaratish kerakli yoki ishlab turgan korxonadan foydalanish mumkinmi;
- S) Rejalashtirilayotgan korxonada eng ma'kul keladigan ishlab chikarish xajmi kancha;
- D) Eng ma'kul kuvvatga erishish uchun kanaka investitsiyalar zarur;
- E) Korxona xom-ashyo, butlovchi kismlar, boshka ishlab chikarish omillari bilan Qanday ta'minlanadi;
- F) Texnologiya va asbob-uskunalaridan Qanday foydalaniladi;
- G) Korxona boshka korxonalar bilan birgalikda ishlaydimi.

6. Ishlab chiqarishni tashkil qilish:

- A) Rejalashtirilayotgan korxonaning tashkiliy sxemasi Qanday bo'ladi;
- V) Korxona kadrlar bilan kanchalik ta'minlangan, ishlab turgan mutaxassislarning ro'yxati, malakasi va ish tajribasi;
- S) Xar xil toyifaga ega bo'lgan xodimlar mexnatiga kay darajada, qanday shaklda xak tulanadi, jumladan ularga qanday maxsus imtiyozlar beriladi;
- D) Korxonaning texnologik sxemasi qanday bo'ladi.

7. Korxonaning tashkiliy-rejaviy shakli:

- A) Rejalashtirilayotgan korxonaning huquqiy mavkei, mulkining shakli kanaka (shirkat, aktsionerlik jamiyati, kooperativ, ijara korxonasi, kushma korxona va xokazo)
- V) Bulgusi investor korxonada qanday huquqlarga ega bo'ladi (boshkarishda ishtirok etishi, aktsiyalar nazorat paketiga egalik kilishi, oddiy aktsioner bo'lishi), korxonaning xomiysi yoki endi anik bo'lib kolgan investori kim (davlat idorasi yoki kontsern, bank, xususi korxonalar va boshkalar)
- S) Mavjud xomiy yoki investorlar qanday huquqlarga ega bo'ladi (boshkarish, moliyaviy nazorar..)
- D) Mazkur shakldagi mulkka ega bo'lgan korxona qanday yuridik huquqlarga ega (korxonaning huquqiy mavkeini tartibga soluvchi qonun-koidalardan kiskacha kuchirtma beriladi), bulgusi investor uziga taklif etilayotgan huquqlar (birgalikda

egalik kilish, xomiylik, aktsioner huquqi)ni kulga kiritish uchun u qanday yuridik aktlarni bajo keltirish maqsadga muvofik va bu narsa milliy va maxalliy qonunlarga ko'ra qanday huquqiy javobgarlikni zimmaga yuklaydi.

8. Moliyaviy reja:

A) Korxonani barpo etish uchun umumiy investitsiya xajmi kancha bo'lishi zarur;

V) Mablag bilan ta'minlash manbalari kanaka (zayomlar chikarish, aktsiyalar sotish, bank kreditini olish, korxona ochadigan shaxslarning uz mablaglari);

S) Mablag bilan ta'minlash strukturalari valyutalarning manbalari va turlari buyicha qanday bo'lishi kerak;

D) Uzoq muddatli investitsiyalar va aylanma sarmoyalarga bo'lgan extiyojni kondirish uchun moliyaviy mablaglar qanday shartlar bilan jalb etiladi.

9. Loyixaning rentabelligi:

A) Korxonani barpo etishga kilinadigan investitsion xarajatlarning turlari va umuman maxsulot birligi xisobga olinadi, ya'ni kancha va kanaka (asosiy va aylanma sarmoyaga, infrastrukturaga beriladigan investitsiyalar va xokazo);

V) Rejalashtirilayotgan korxonani ishga tushirish va maxsulot yoki xizmatlarni utkazish ishlarini tashkil etish knchaga tushadi;

S) Maxsulot yoki xizmatlarni realizatsiya kilishdan tushadigan umumiy daromadlar kancha bo'lishi mumkin;

D) Rejalashtirilayotgan korxona qanday soliqlarni tulashi kerak;

E) Zayom mablalarini kay muddatlarda va kanaka xajmlarda qaytarish rejalashtirilmokda;

F) Ushbu korxonaning umumiy foydasi umuman kancha bo'lishi mumkin, uning me'yor.

Biznes-rejaning bulimlarida beriladigan axborot bulgusi investorni kiziktirish uchun zarur bo'ladi-yu, lekin, ayniksa suz ancha yirik investitsiyalar ustida borayotgan bulsa. investitsiyalash to'g'risida qaror qabul kilish uchun zarur bulmaydi, mutlako.

Bunday qarorga kelish uchun investitsiyadan oldin ancha asoslangan tadkikotlar utkazish zarur bo'ladi.

3. Rejalashtirishning asosiy elementlari

Xar qanday korxona uzini faoliyat yunalishidan kat'iy nazar rejalashtirish bilan shug'ullanish kerak.

Rejalashtirish deganda korxonani anik kelajakdagi maqsadini aniklash, ularni amalga oshirish usullarini tahlili va resurslar bilan ta'minoti tushuniladi.

Tadbirkor faoliyatini rejalashtirish kupgina afzalliklarga ega:

- u rahbar va mutaxxasislarni doimo kelajak uchun fikrlashga ragbatlantiradi;

- rejalarini ishlab chikarish va bajarish jarayonida korxona tomonidan kilinayotgan ishlarni anik muvofiklashtirish amalga oshiriladi;
- u tashkilot uz vazifalarini anik belgilashga majbur kiladi;
- rejalshtirish tashkilotlarni tusatdan bo'ladigan uzgarishlarga tayyor kiladi, mansabdor shaxslar vazifalarini, o'zaro munosabatlarini kurgazmali ravishda namoyon kiladi.

F. Kotlarning fikricha, istikbolni rejalashtirish bu firmalar maqsadlari, uning marketing soxasidagi potentsial imkoniyatlarni va imkonlar orasidagi strategik muvofiklarni kullashni takkoslovchi boshkaruv jarayonidir.

Yangi Qonun chiqaruvchi xujjatlardi ko'rsatib utilganki, korxona uz faoliyatini mustakil xolda rejalashtiradi va rivojlanish istikbollarini ishlab chikarish maxsulotlar, ishlar, xizmatlarga extiyoj va korxona ishlab chikarish va ijtimoiy rivojlanishni ta'minlash zaruriyati, uning xodimlari shaxsiy daromadlarni oshishi kelib chikkan xolda belgilaydi. Tadbirkorlik faoliyatini olib boruvchi korxona rejani ishlab chikishda kuyidagilarga e'tibor berishlari kerak:

Maqsadlar va vazifalarni belgilash. Bozorga utish sharoitida mustakil xo'jalik sub'ektlari bo'ladi va rivojlanishni uz -uzini mablaglar bilan ta'minlash uchun etarli bo'lgan foyda olish maqsadida maxsulotlar ishlab chikarish va sotish, bozordagi ulushni ustirish yoki saklab kolish, avvalgi davrga nisabatan maxsulotlarni sotish yoki ishlab chikarishni usishini ta'minlashni amalga oshiradi.

Resurslar. Xammadan ilgari moddiy, moliyaviy va mexnat resurslariga bo'lgan extiyojlarni aniklash va uning tuzilishini muo'ofiklashtirish talab etiladi. Faoliyat turini tanlashni va samaradorligini baxolashni foydaning asosiy jamgarmalar va aylanma mablaglarga munosabati bo'lib, amalga oshirish maqsadga muvofik.

Mutanosiblik o'rganish. Rejani ishlab chikishda ko'rsatkichlarni barobarlashtirilganligini ta'minlashni talab kiladi. Shaxsiy aylanma mablaglarni ularning yigini mikdoridagi eng oz ulushini, MTB rivojlanishini transport xizmatlari bilan ta'minlanishi va xokazolarni aniklash muxim axamiyatga ega.

Rejani bajarilishini tahlil qilish. Iqtisodiy extiyojlarni tulik ta'minlash va foyda omiliga karatilgan iqtisodiy va tashkiliy texnik choralarni aniklash yoki belgilangan maqsadlarga erishish yullari va vostialar haqida boradi.

Rejani bajarilishini nazorat qilish. Rejani bajarilishini doimiy uz vaktida tekshirish iqtisodiy jaraenni maqsadga muvofik rivojlanishni ta'minlash, uz vaktida kamchiliklarning oldini olish, ilgor tajribalarni kullash va samaradorlikni aniklashga yunaltiriladi. Masalan, savdo korxonalarida chakana tovar oboroti xajmi daromadlar, xarajatlar, foyda, tovar zaxiralari va ba'zi bir ko'rsatkichlar.

4.Rejalashtirishning bosqichlari va uning turlari

Rejalashtirish jarayoni uch bosqichni uz ichiga oladi:

1. Strategik muammolarni tahlili.

2. Faoliyatni kelgusi sharoitini bashorat kilish va vazifalrni aniklash.
3. Uz imkoniyatlarini optimal variantini tanlash.

Firmaning istikbolini tahlil kilishda asosiy tashki xavf-xatarlar, imkoniyatlar, “favkulotda” xolatlarni vujudga kelishi va ularni bartaraf etish imkoniyatlari xal etiladi.

Birinchi bosqichda korxona ish yuritadigan bozorda tahlil kilinadi. Tahlil ikki tmonlama bo’lib, bozor muxitidagi pozitiv va negativ xolatlar haqida uylash kerak bo’ladi. Shuni xisobga olish kerakki, tadbirkorlikni rivojlantirish jaraenida bir muammoga ruxsat etilishi bilan boshkasi kelib chikadi. Extiyoj va xaridor xoxishi uzgaradi, fan-texnikani yangi yutuklari joriy etiladi, ishlab chikarishning rivojlanish darajasi usadi, bozor va raqobatchilar strategiyasi uzgaradi, moliyaviy kiyinchiliklar tugiladi. Shuning uchun uz faoliyatini 1-5 yillarga bashorat kilishga xarakat kiladi.

Ikkinchi bosqichda, korxonaning ichki imkoniyatlarini aniklash zarur. Bu urinda korxonani bozor muxitini uzgarishiga karab ishlab chikarishdagi, bozordagi, iktisodietdagi, boshkarishdagi, resurslardagi korxonaning kuchli va kuchsiz tomonlari aniklanadi. Shular asosida maqsadga erishishdagi eng muxim vazifalari anikladandi. Bu bosqichda firmaning kaysi yunalishlarida “raqobatchilik stretegiyasini takomillashtirib, firmani yalpi ish faoliyatini Qanday yaxshilash mumkin?” degan savolga javob topiladi.

Uchinchi bosqichda uch muxim ko’rsatkich tahlil kilinadi:

1. Korxonani bozordagi urni;
2. Tarmokka korxonani mosligi;
3. Ishlab chikarish dasturini assortiment tuzilishi.

Bu bosqichda firmaning turli faoliyat yunalishlari bilan istikbolini kiyoslash, tanlangan strategiyani amalga oshirishda turlim faoliyat yunalishlari buyicha prioritet va resurslarni taksimlash asosiy urin egallaydi.

Redjalashtirishning kuyidagi turlari mavjud bo’lib, ular: --

- uzok muddatli rejalashtirish;
- urta muddatli rejalashtirish;
- kiska muddatli rejalashtirishdir.

Korxona faoliyatini rejalashtirishda muxim maqsad bo’lib, tovarlarni sotish xajmi, foyda va bozordagi ulush hisoblanadi.

Uzok muddatli rejalashtirish 3 yoki 5 yillik muddatni uz ichiga oladi. Dunyo amalietida uzok muddatli rejalashtirish keng kullaniladi. Xorijda, masalan, Yaponiyada yirik korporatsiyalarning 70 - 80% uzok muddatli rejalashtirishdan foydalaniladi. Uzok muddatli rejalashtirish uz ichiga urta va kiska muddatli rejalashtirishni xam oladi. Uzok muddatli rejalashtirishda “maxsulot-bozor” yangi strategiyalari ishlab chikiladi. “Maxsulot bozor” yangi strategiyasini axtarish uz ichiga yangi ishlab chikarishni rivojlanish imkoniyatlari tahlilini, vertikal

integratsiyalarni, xorijiy filiallarni tashkil etishni uz ichiga oladi. Ushbu bosqichda ishlab chikarishni kengaytirish va xarajatlarni kamaytirish variantlari uraganiladi.

Urta muddatli rejalar, odatda 2 yoki 3 yillarga tuziladi. Urta muddatli rejalashtirishda rakiblarni ko'rash strategiyalarni uzgarishi va nomenklaturani uzgarishi natijasida xar bir maxsulot guruxi uchun rejalar tuziladi.

O'rta muddatli rejalarini Qabul qilish jaraeni uch bosqichni uz ichiga oladi:

- uzining maxsus ma'lumotlari asosida uz ishini bashorat qilish;
- bashoratlarni solishtiriladi;
- korxona rahbariyati uz ishini umumiy kurinishini ishlab chikaradi va yukori tashkilotga beriladi.

Qisqa muddatli rejalashtirish 1 yilga, yarim yilga, oylarga muljallangan bo'ladi. Kiska muddatli rejalar 1 yilga ishlab chikarish xajmin, foydani rejalashtirishni uz ichiga oladi.

Byudjetlar rejalashtirish tizimining muxim vositasi bo'lib hisoblanadi. Byudjet uz kurinishicha xarajatlar va daromadlar rejasini ko'rsatib beradi. Byudjet Qiymat va natural kurinishda bo'lishi mumkin.

Byudjetning ikki turini ajratib ko'rsatish mumkin:

- kapital xarajatlari byudjeti;
- joriy operatsiyalar byudjeti.

Kapital xarajatlar byudjeti uzok muddatli rejalashtirishni baxolash va nazorat qilish uchun ishlatiladi.

Joriy operatsiyalar byudjeti xar kungi ishlab chikarish va sotish faoliyatini rejalashtirish va nazorat qilish uchun ishlatiladi.

5.Strategik muomalalar taxlili

Strategik rejalashtirishning tarkibiy tuzilishidan kurinib turibdiki, strategik rejalashtirish asosida avvalo maqsad va vazifalar bilan bir katorida strategiya mushtarak xal etiladi. Keyingi bosqichda joriy va strategik dasturlarni tuzish orkali byudjetni rejalashtirish va uni ruyobga chikarish tadbirlari amalga oshiriladi.

Rejalashtirishning asosiy elementlari kuyidagilar hisoblanadi:

- bashorat qilish;
- vazifani kuyish (umumiy vazifalarni shakllanishi, bashorat asosida kelib chikadi);
- rejani tugirlash (bajarilish muddati aniklanadi)
- byudjetni tuzish (byudjetning son kurinishidagi rejasi bo'lib, daromadlar va xarajatlar balansi pul va natural kurinishda);
- rejani aniklashtirish (yakunlovchi bosqich- kuyi buginlarga Qabul Qilingan Qarorlar tarkatiladi va rejani amalga oshirish boshlanadi).

QISQA XULOSALAR

Rejalashtirish- bu korxona maqsadlari, uning marketing soxasidagi potentsial imkoniyatlari orasidagi strategik muvofiklikni kullashni takkoslovchi boshkaruv jarayonidir.

Tadbirkorlik faoliyatini rejalashtirish kupgina afzallikalarga ega bo'lib, u mutaxxasislarni doimo kelajak uchun fikrlashga ragbatlantiradi, rjalarni ishlab chikarish va bajarish jarayonida korxona tomonidan kilinayotgan ishlarni anik muvoklashtirish orkali amalga oshiriladi. rejalashtirish tashkilotlari tusatdan bo'ladigan uzgarishlarga tayyor kiladi va u tashkilot uz vazifalarini anik belgilashga majbur kiladi.

Strategik rejalashtirish asosida avvalo maqsad va vazifalar bilan bir katorda strategiya mushtarak xal etiladi. Keyingi bosqichda joriy va strategik dasturlarni tuzish orkali byudjetini rejeleshtirish va uni ruyobga chikarish tadbirlari amalga oshiriladi.

Rejalashtirish jarayoni uch bosqichni uz ichiga oladi, ya'ni strategik muammolarni tahlili, faoliyatni kelgusi sharoitini bashorat kilish va vazifalarni aniklash, usish imkoniyatlarini optimal variantini tanlashdan iborat.

Rejalashtirishni uzok, urta va kiska muddatli tulrai mavjud.

Biznes- reja tadbirkor boshlanayotgan ish to'g'risidagi umumlashgan muloxazalar, goyalar majmui bo'lib, uning kontseptsiyasi, strategiyasi, marketing rejasi va boshk tomonlari ifodalangan xujjatdir. Biznes reja korxonaning kelajagini aniklab beradi, sinchiklab tahlil Qilib chikishga imkon beradi.

TAYANCH IBORALAR.

Rejalashtirish, firmani imidji, rejalashtirish elementlari, biznes reja, rejalashtirish turlari, biznes reja, bulimlari, rejalashtirish jarayoni bosqichlari, rezyume, byudjetni rejalashtirish, tovar, rentabellik, tovar utkaziladigan bozor, marketing strategiyasi, ishlab chikarish dasturlari

NAZORAT UCHUN SAVOLLARI.

1. Tadbirkorlik faoliyatini rejalashtirish deganda nimani tushunasiz?
2. Rejalashtirishning qanday elementlarini bilasiz?
3. Rejalashtirish jarayoni qanday bosqichlarni uz ichiga oladi?
4. Rejalashtirishning qanday yullarini bilasiz?
5. Biznes- rejani mohiyati va mazmuni nimadan iborat?
6. Biznes- reja qanday tayyorlanadi va undan qanday foydalanish mumkin?
7. Biznes- rejaning asosiy bulimlarini mazmuni nimadan iborat?
8. Strategik rejalashtirish jarayoni va uning bosqichlari qanday?

Adabiyotlar ro'yxati

Asosiy adabiyotlar:

1. Xodiev B.Yu., Qosimova M.S., Samadov A.N., Muxiddinova U.S. Kichik biznesni boshqarish. –T.: “O’qituvchi”, 2003.
2. Abdullaev Yo., Karimov F. Kichik biznes va tadbirkorlik asoslari.-T.: Mehnat, 2000.
- 3.O'zbekiston Respublikasi Prezidentining “Tadbirkorlik subektlarini huquqiy himoya qilish tizimini yanada takomillashtirish chora-tadbirlar to'g'risida”gi Farmoni G'G' Xalq so'zi, 2005, 16 iyun.
- 4.Rubin Yu.B. Teoriya i praktika predprinimatelskoe konkurentsii –M.: OOO Marlet Ds korporeyshen, 2004.

7-bob. Biznes rejani moxiyati va maqsadi. Uning tuzilishi, metodik boshqarishi, ustidan nazorat

Reja:

1. Moliya rejasi. Biznes rejani yakunlovchi bulimi
2. Kichik korxonaning foyda natijasini xisoblash
3. Biznes rejani kredit olish maqsadida rasmiylashtirish

1. Moliya rejasi. Biznes rejani yakunlovchi bulimi

Texnik-iqtisodiy asoslash. Ishlab chiqarish faoliyati bilan bog`liq korxonani tashkil etishda korxonaning texnik-iqtisodiy asoslanishini ishlab chiqish maqsadga muvofiqdir. Texnik-iqtisodiy asoslashga quyidagilarni kiritish lozim:

1. Ishlab chiqarishga mo`ljallangan tovarlarga talabni tahlil qilish.
2. Ishlab chiqarish ko`rsatkichlari:
 - a) talab qilinuvchi konstruktorlik, texnologik va boshqa hujjatlarning mavjudligi;
 - b) ishlab chiqarish dasturi;
 - v) dasturni bajarish zarur mashina, asbob-uskuna va jihozlarning mavjudligi;
 - g) ishlab chiqarish quvvatlari mavjudligi yoki ularning loyihasi;
 - d) asosiy ishlab chiqarish fondlarining mavjudligi;
 - e) ayrim turdagi mahsulot yoki xizmatlarning samarador ligi;
 - yo) amortizatsiya to`lovlarining miqdori.
3. Moliyaviy ko`rsatkichlar:
 - a) mahsulot sotish yoki xizmat ko`rsatishdan olinishi mo`ljallangan daromad;
 - b) moddiy va unga tenglashtirilgan boshqa sarf-xarajatlar;
 - v) budjetga o`tkaziladigan to`lovlar;
 - g) sof daromad;
 - d) ish haqi jamg`armasi;
 - g) tashkil etilayotgan boshqa jamg`armalar miqdori.
4. Ijtimoiy ko`rsatkichlar:
 - a) ishchilarning taxminiy soni;
 - b) kutilayotgan ish haqi miqdori;
 - v) bir ishchiga to`g`ri kelayotgan sotish miqdori;
 - g) nogironlar va pensionerlar mehnatidan foydalanish imkoniyati.

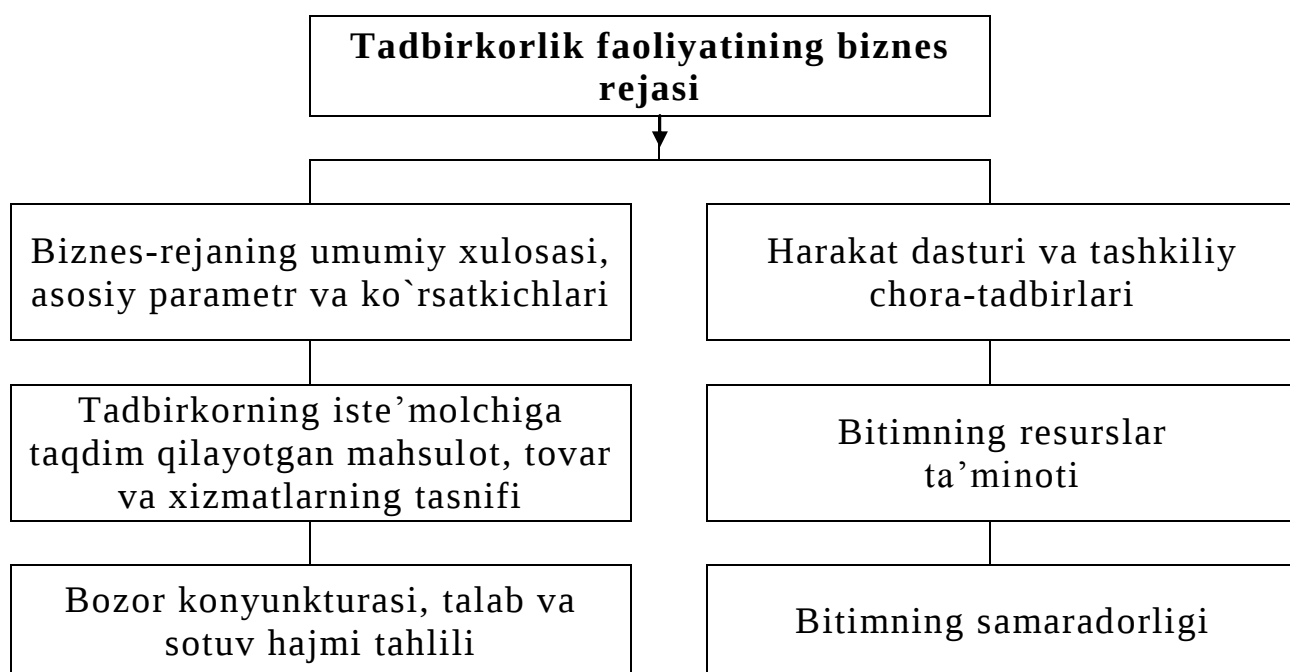
Biznes-rejani mazmuni. Korxona faoliyatini muvaffaqiyatli olib borishda biznes-reja muhim rol o`ynaydi. Biznes-rejani tuzilishi va mazmuni qat`iyan chegaralanmagan. Fikrimizcha, yetti bo`limdan iborat biznes-reja eng maqbuldir (5.1.1-rasm).

Ushbu biznes-rejani batafsil ko`rib chiqamiz:

**Birinchi bo`lim.** Biznes-rejada «Tadbirkorlik faoliyatining maqsadi va vazifalari» markaziy o`rinni egallaydi.

Tadbirkorlik biznesining asosiy maqsadi foyda olishdir. Rejalashtirilayotgan bitimni amalga oshirish oldidan katta mablag` sarflash va shu mablag` qancha foyda keltirishini hisoblab chiqish lozim. Bunda va umuman, biznes-reja tuzishda vaqt omilini doimo hisobga olish kerak. Boshqacha qilib aytganda, keladigan foyda vaqtga qarab qanday taqsimlanadi va inflyatsiyaga nisbatan uning samaradorligi qanday bo`lishligini hisoblab chiqish lozim.

Biznes-loyi hani amalga oshirishdan avval shuni e`tiborga olish kerakki, olinadigan foyda omonat bankka qo`yilgan shu miqdordagi mablag` keltiradigan foizdan ko`p bo`lishini ta`minlashi lozim.



5.1.1-rasm. Tadbirkorlik faoliyatining biznes-rejasi

Biznes-reja tuzuvchilarning diqqat markazida, markaziy, ustuvor masaladan tashqari, boshqa maqsad va vazifalar ham turishi kerak. Masalan, ijtimoiy maqsadlar, tadbirkorlik maqomini ko`tarish, maxsus maqsad va vazifalar, homiylik tadbirlari va boshqalar.

**Ikkinchi bo`lim.** «Biznes-rejaning umumiy xulosasi, asosiy parametr va ko`rsatkichlari» umumlashtiruvchi xususiyatga ega bo`lib, biznes-reja asosiy g`oya va mazmunining qisqacha ko`rinishidir. U rejani ishlab chiqish jarayonida yaratilib, aniqlanadi va biznes-rejani tuzgandan keyin yakunlanadi.

Umumlashtiruvchi bo`limda quyidagilar taqdim etiladi: bosh maqsadning loyihasi (bitim); ishlab chiqariladigan mahsulot, tuzilayotgan reja yakunining qisqacha tavsifi va ularning o`zaro farqi; qo`yilgan maqsadlarga erishish yo`l va usullari; loyihani amalga oshirish muddatlari; uni amalga oshirish bilan bog`liq sarf-xarajatlar; kutilayotgan samara va natija; olingan foydani qo`llash sohasi.

Umumlashgan natija ko`rsatkichlari: umumiy yakunlovchi ko`rsatkichlar (ishlab chiqarish hajmlari, mahsulotning sotilishi, xizmatlarning ko`rsatilishi;

sotishdan tushgan mablag'; shaxsiy va zayom sifatida olingan vositalar (samaradorlik); maxsus ko'rsatkichlar (sotilayotgan tovar va ko'rsatilayotgan xizmatlar sifati, ularning o'ziga xos xususiyati, iste'molchilarnint talabi va didini qoniqtirishi; qilingan xarajatlarning qoplanishi; tavakkalning past darajaliligi; rejalashtirilayotgan natijani olish kafolati).

Uchinchi bo'lim. «Tadbirkorning iste'molchiga taqdim qilayotgan mahsulot, tovar va xizmatlarning tavsifi» deb nomlanib, unda quyidagilar taqdim etiladi: tadbirkor ishlab chiqargan mahsulot ko'rsatkichlari yoki uning tavsifi: ta'rifi, modeli, sur'ati va boshqalar; ishbiarmon ishlab chiqargan tovar iste'molchilari va u qoniqtirmo qchi bo'lgan iste'mollar (xaridorning tovarni sotib olishga qodirligi haqida bashorat; tovar sotib oluvchi hudud, aholi guruhi, tashkilotlar haqida ma'lumot; tovarlarni ma'lum vaqt doirasida iste'mol qilishi haqida ma'lumot, tovarga nisbatan talabga ta'sir etuvchi omillar); ishlab chiqarilgan tovarning sotish narxini bashorat qilish.

To'rtinchi bo'lim. «Bozor kon'yunkturasi, talab va sotuv hajmining tahlili» bo'limida talabni o'rganish va narxlarni bashorat qilishning davomi bo'lib, bu bo'limda ishlab chiqarishning hajmi va tovarning sotilishi vaqt mobaynida belgilab beriladi.

Biznes-rejani tayyorlash jarayonida bozorning tadqiqoti, tahlili va baholanishi bir tomondan, oldindan taxmin qilishga asoslansa, ikkinchi tomondan, bo'lajak xaridor yoki savdo tashkiloti bilan bo'lgan dastlabki bitimga tayanadi.

Loyihalarning o'lchami va muddatiga qarab, turli xil sharoitlar yuzaga keladi. Kichik va qisqa muddatli loyihalar amalga oshirilganda mahsulot iste'molchilari doirasini aniqlash mumkin. Bu esa, o'z navbatida, sotuv hajmi haqida xulosa chiqarish imkonini beradi.

Bozorga tahliliy baho berish bilan birga, biznes-reja bozorni marketing va boshqa faoliyat turlari bilan jadallashtirish yo'llarini ham belgilab berishi lozim.

Ushbu bo'limni ishlab chiqishda boshqa ishbiarmonlar mavjudligi, raqobatchilar, ularning imkoniyati va qobiliyati, shuningdek narx siyosatini bilish lozim. Bundan tashqari, biznes-rejaga raqobatni hisobga olgan holda tovarning sotilish hajmi kiritiladi.

Beshinchi bo'lim. «Harakat dasturi va tashkiliy chora-tadbirlar» bo'lib, bu bo'limning mazmuni aksariyat hollarda tadbirkorlik turiga (ishlab chiqarish, tijorat, moliya) bog'liq. Ishbiarmonlik harakat dasturi quyidagilarni o'z ichiga oladi: a) marketing harakatlari (reklama, sotish bozorini aniqlash, iste'molchilar bilan aloqa bog'lash, ularning talabini hisobga olish); b) mahsulotni ishlab chiqarish; v) tovarlarni sotib olish, saqlash, tashish, sotish (asosan, tijorat tadbirkorligiga oid); g) tovarni sotish jarayoni va sotgandan keyin xaridorga xizmat ko'rsatish.

Tashkiliy tadbirlar dasturiy harakatlarning uzviy qismi bo'lib, biznes-reja bajarilishining boshqaruv uslubi; loyiha boshqaruvining tashkiliy tuzilmalarini; ijro etuvchi harakatlarni muvofiqlashtirish uslubini qamrab oladi. Mehnat haqining maxsus shaklini o'rnatish, rag'batlantirish, kadrlarni tanlab olish, ularni tayyorlash, hisob, nazorat ishlari tashkiliy tadbirlarga kiradi.

Oltinchi bo'lim. «Bitimning resursli ta'minoti». Bu bo'limda tadbirkorlik loyihasini amalga oshirish uchun zarur resurslar turi va hajmi, resurslarni olish manbai va uslubi haqida ma'lumotlar beriladi.

Resursli ta'minot quyidagilarni qamrab oladi: moddiy resurslar (materiallar, yarim tayyor mahsulotlar, xomashyo, energiya, inshootlar, asbob-uskunalar va boshqalar); mehnat resurslari; moliyaviy resurslar (joriy pul mablag'lari, kapital qo'yilmalar, kreditlar, qimmatbah o'qog'ozlar); axborot resurslari (statistik, ilmiy-texnik axborot).

Yettinchi bo'lim. «Bitimning samaradorligi». Bu bo'lim biznes-rejaning yakunlovchi qismi bo'lib, unda tadbirkorlik faoliyati samaradorligining umumiy tafsiloti beriladi. Samaradorlikning umumiy ko'rsatkichlari orasida foyda va rentabellik ko'rsatkichlari ustuvor mavqega ega. Bundan tashqari, ijtimoiy va ilmiy-texnikaviy samaradorlik (yangi ilmiy natijalarni qo'lga kiritish) ham hisobga olinadi. Ushbu bo'limda ishbilarmonlik faoliyatining uzoq muddatli faoliyatini tahlil qilish maqsadga muvofiqdir.

Loyihalarni asoslash jahon amaliyotida mablag'larning qo'yilishi haqidagi qarorni tayyorlashda bir necha umumiy ko'rsatkichlar qo'llaniladi. Ular quyidagilardan iborat:

- sof joriy qiymat;
- rentabellik;
- samaradorlikning ichki koeffitsiyenti;
- kapital qo'yilmalarning qaytarilish davri;
- pulning maksimal sarf-xarajati;
- zararsizlik me'yorlari.

Sof joriy qiymat ba'zida iqtisodiy integral samara deb ham ataladi. Loyihani amalga oshirish vaqtida mahsulot sotishdan olingan umumiy daromaddan shu vaqt davrida ketgan barcha sarf-xarajatlar ayirmasiga sof joriy qiymat deyiladi.

Rentabellik foydaning kapital qo'yilmalar yoki aksioner kapitaliga nisbati shaklida aniqlanadi. Tadbirkorlik loyihasini amalga oshirishda rentabellik har bir yilga hisoblab chiqiladi. Bu yerda soliqlar hisobga olinadi.

Integral samaradorlikni nolga tenglashtiruvchi rentabellikning dastlabki sath mazmuni samaradorlikning ichki koeffitsiyenti hisoblanadi. Agar samaradorlikning ichki koeffitsiyenti dastlabki sath mazmunidan past bo'lmasa, loyiha samarali hisoblanadi.

Kapital qo'yilmalarning qaytarilish davri. Bu ko'rsatkich kapital qo'yilmalarning o'z-o'zini qoplash muddati sifatida amalda keng qo'llaniladi. Bu davrda funksional-ma'muriy zararlar hisobdan chiqarilgandan keyin asosiy kapital qo'yilmalar qoplanadi.

Pulning maksimal sarf-xarajati. Bu sof joriy qiymatning eng katta salbiy moliyalashtirish o'lchamlarini aks ettiradi va sarf-xarajatlarni qoplash manbalari bilan bog'lanishi lozim.

Zararsizlik me'yorlari. Bu ishlab chiqarilayotgan mahsulot partiyalarining minimal o'lchovi, «nol daromad» olinadi, ya'ni sotuvdan kelgan daromad ishlab chiqarishdagi xarajatga teng bo'ladi.

o'arb mamlakatlari banklaridan kredit olishda biznes-rejani boshqacha tuzilmasi qo'llaniladi. Bu holatda biznes-reja quyidagi bo'limlarni o'z ichiga oladi:

Kirish va umumiy ma'lumot. Bu bo'limda yuridik shakl ko'rsatiladi, korxona faoliyati tarixi va muhim tadbirlarning qisqacha ta'rifi beriladi.

1. Korxona faoliyatini baholash. Bu yerda korxonaning ba'zi muhim xususiyatlari ko'rsatiladi, ya'ni uning bozorda egallagan o'rni, mavqei, sotuv tizimi va boshqalar.

2. Mahsulotni va sotish bozorini ta'riflash.

3. Tadqiqotlar va ishlanmalar. Bu bo'limda tadqiqotlar, dastur va tashabbuslarning asosiy yo'nalishlari aks ettiriladi.

4. Korxonaning ishlab chiqarish quvvati. Korxonaning ishlab chiqarish holati, ishlab chiqarish quvvatlarining holati ta'riflanadi.

5. Xodimlar va mehnat munosabatlari.

6. Tashkil etish va boshqarish. Umumiy-tashkiliy ko'rsatkichlardan tashqari, oliy lavozimli shaxslar va rahbar xodimlarining qisqacha biografik ma'lumotlari beriladi.

7. Yuridik ma'lumotlar. Ishlab chiqarish faoliyati bilan bog'liq o'tmishdagi hamda hozirgi sud va arbitraj ishlari qisqacha ta'riflanadi.

8. Moliyaviy ma'lumotlar. Keyingi 5 yil ichidagi moliyaviy hisobotlar ko'rib chiqiladi. 5 yillik istiqbolli moliyaviy ahvol ta'riflanadi.

9. Likvidlik. Qarzlari, aylanma mablag'lar holatining tahlili, kompaniyaning soliqlari, qarzlari ko'rsatiladi.

10. Shartnomalar. Korxona ishtirok etgan barcha shartnoma va bitimlar ta'rifi beriladi.

11. Buxgalteriyani boshqa hisob-kitoblari. Ro'yxatga olinmagan mulk (kvartira, mehmonxona, shifoxona, profilaktoriya va boshqalar)ning qisqacha bayoni beriladi.

Bundan ham qisqacha biznes-rejani chizmasi G.Berl tomonidan taqdim etilgan. U quyidagi bo'limlardan iborat:

Kerakli pul mablag'i kiritilgan arizaning maqsadi, zayomni qoplash uslublari va uning ta'minoti.

Shaxsiy vositalar. Bu yerda ish asoschisi, uning hamkorlari, oila a'zolarining qo'shgan shaxsiy hissasi ko'rsatiladi.

Biznesning ta'rifi. Firmaning miqdoriy ko'rsatkichlari, tashkiliy-huquqiy shakli, joyi, manzili va ishlovchilar sonini ko'rsatish lozim. Ishlab chiqarilmoqchi yoki bajarilmoqchi bo'lgan tovar va xizmatlar, korxonaning qisqacha tarixi, istiqboli, marketing hududi, iste'molchi va ta'minotchilarni ko'rsatish lozim.

Boshqaruv. Har bir mulk egalari va korxonaning boshqa boshqaruvchilarining ma'lumoti, tajribasi haqidagi ma'lumotni o'z ichiga oladi.

Korxonaning moliyaviy istiqboli va ko'rsatkichlari. Agar korxona yangi tashkil etilgan bo'lsa, unda korxona egasining shaxsiy kapitalini ko'rsatish, rejali balans tuzish, istiqbolini baholash keltirilishi lozim. Shu bilan birga kutilmagan sarfxarajatlar uchun muayyan mablag'larni ajratib qo'yish kerak. Agar korxona jamoasi harakatda bo'lsa, unda oxirgi ikki-uch yil ichidagi daromad va zararlar haqida balansli hisobot va bugungi holati haqidagi ma'lumotni taqdim etish lozim.

Ko'rsatilgan beshta bo'lim uchun 11 yordamchi shakl tuziladi.

1-shakl. Qarz olish uchun berilgan arizaning maqsadi va uning asoslanishi.

2-shakl. Shaxsiy moliyaviy deklaratsiya.

3-shakl. Korxonaning batafsil ta'rifi.

4-shakl. Bozorning tahlili.

5-shakl. Raqobatchilar.

6-shakl. Korxonaning joylashtirilishi.

7-shakl. Korxonaning xodimlari.

8-shakl. Boshqaruv.

9-shakl. Tashkil etilayotgan yoki kengaytirilayotgan korxona uchun moliyaviy ma'lumot.

10-shakl. Harakatdagi korxonani sotib olish uchun moliyaviy ma'lumot.

11-shakl. Rahbar uchun qisqacha xulosa.

Qator xorij mualliflari biznes-rejaning rasmiylashtirilishi shakliga e'tiborni qaratmoqdalar. Qog'oz, papka, yozuv, varaqlarning sifati, ya'ni tashqi ko'rinishi hujjatni o'qiyotganda ma'lum taassurot qoldirishi mumkin. Xatosiz, toza yozilgan hujjat ishonch va hurmat uyg'otadi.

G.Berl AQSH turli shtatlarining to'qqiz rayonlari tadbirkor boshqaruvchilarining tresti hisoblanmish ishbilarmonlar forumi ma'qullagan namunali biznes-rejaning ta'rifini keltiradi. Bu quyidagilardan iborat: hajmi 40 betgacha. Spiral mahkamlagich bilan mahkamlangan. Muqovada kompaniyaning nomi yozilgan. Titul varag'ida esa kompaniyaning nomi va manzili yozilgan. Reja ikki betda yozilgan kompaniyaning bugungi operatsiya va rejalari haqidagi qisqacha axborotdan boshlanadi. Bo'linmalarning nomlari ilova qilingan. Matnda yetakchi xodim va investorlar haqida batafsil ma'lumotlar berilgan. Buxgalteriya hisoboti bo'yicha maslahatchilar va maslahatchi -yuristlarning taqrizlari keltiriladi.

Biznes-rejani ishlab chiqishda undagi bo'limlar ta'rifi qisqa, tushunarli bo'lishiga alohida e'tibor berish lozim. Chunki bular biznes-rejaga qiziquvchi shaxs yoki bank xodimining undagi materiallarni o'qish-o'qimasligini belgilab beradi. Xulosa qisqa bo'lib, biznes-rejaning barcha bo'limlarini qamrab olishi lozim. Xulosada quyidagi ma'lumotlar mavjud bo'lishi tavsiya etiladi:

- korxonaning nomi, uning yuridik manzili;
- aloqa qilish uchun shaxs, uning telefoni;
- biznes turi;
- kerakli qarz;
- qarzning maqsadi;
- mavjud aktivlar;
- mahsulot va bozor (mahsulotning qisqacha ta'rifi, uning real sotish imkoniyatlari);
- boshqaruv (asosiy mulk egasi va uning yordamchilari ta'rifi);
- moliyaviy rejalari;
- sotish va daromad hajmining o'sish imkoniyatlari ko'rsatiladi .

2. Kichik korxonaning foyda natijasini xisoblash

Korxona (firma)ning rivojlanish bosqichlari. Faoliyatining dastlabki bosqichlarida ishbilarmon qator muammolarga duch keladi. Shulardan biri o'z xo'jalik yuritish maqomiga ega bo'lishidir. Shu bilan birga ishbilarmon bozor holati, talab va taklifni o'rganishi lozim. Bundan tashqari, oldida qanday to'siq va chegaralar uchrashi, qanday imtiyozlar olishi mumkinligini bilishi zarur. Shu tariqa investitsiya kiritishning umumiy shartlari belgilanadi.

Bunday ma'lumotlar ochiq va ular matbuotda, statistik axborotlarda, qonunchilik hujjatlarida mavjuddir. Mutasaddi shaxslardan ham bunday ma'lumotlarni olish mumkin.

Ishbilarmon xo'jalik yuritish yo'nalishini aniqlab olgach, o'z korxonasining ixtisoslanishini belgilaydi. Buning uchun bo'lajak iste'molchilarning imkoniyatini aniqlash, raqobatchilar haqida barcha ma'lumotlarga ega bo'lishi lozim.

Faoliyat shakli, ya'ni individual yoki jamoa ishbilarmonligidan birini tanlash muhim ahamiyat kasb etadi. Individual shakl tanlaganda ishbilarmon ixtiyoriy ravishda tavakkalga qo'l uradi. Ish muvaffaqiyatsiz tugaganda mulkdor korxona majburiyati uchun o'zi javob beradi va o'z mulki hisobidan zararni qoplaydi.

Jamoa shakli tanlanganda ishbilarmon mas'uliyatni korxonaning boshqa ishtirokchilari bilan bo'lishadi. Ushbu shakl qo'llanganda tavakkal kamayadi, bundan tashqari, qo'shimcha resurslarni jalb etish mumkin bo'ladi.

Keyingi bosqichda ishlab chiqarish bazasi shakllanadi. Ishbilarmon ishlab chiqarish va omborxona, asbob-uskunalarini ijaraga olishi, xomashyo va materiallar, yarim tayyor mahsulotlar, ehtiyot qismlarini sotib olishi, ishchi kuchini jalb etishi kerak. Korxona asbob-uskunalarini ishlab chiqaruvchilar, xomashyo va materiallar ta'minotchilari, vositachi firmalar bilan munosabat o'rnatadi. Kerakli ishchilarni mehnat birjalari, e'lonlar yordamida jalb etishi mumkin.

Moliyaviy vositalarni jalb qilish muhim bosqichlardan hisoblanadi. Faoliyatining dastlabki paytlarida ishbilarmonning ishini boshlashi uchun moddiy mablag'lari yetarlicha bo'lmaydi. Pul mablag'lari kamchiligini aksiyalarni chiqarish, ya'ni korxona kapitali va daromadiga huquqni qisman boshqalarga berish, tijorat banklaridan qarzlar olish yo'li bilan bartaraf etishi mumkin. Bunda korxona aksiya yoki qarz majburiyatlarini sotib oluvchi yuridik va jismoniy shaxslar, tijorat banklari bilan o'zaro aloqa qila boshlaydi. Bank kreditlari qisqa muddatli, o'rta muddatli va uzoq muddatli bo'lishi mumkin. Bozor munosabatlarga o'tish jarayonida banklar tomonidan qisqa muddatli kredit berish shakli keng qo'llanilmoqda.

Banklarning korxonalarga kredit berishi turli sug'urta operatsiyalari bilan bog'liqdir. Inshoot, moddiy zahiralalar va korxonaga qarashli boshqa mulklar sug'urta qilinishi mumkin. Bu hollarda korxonalar sug'urta kompaniyalar bilan munosabat o'rnatadi.

Aksiya, obligatsiya va boshqa qimmatbah o'qog'ozlarni sotib olish yoki ularni sotishda korxonalar jamg'arma bozori, ya'ni qimmatbah o'qog'ozlar bozoriga murojaat etadi. Korxona aloqa qilayotgan tashkilotlar soni juda ko'p bo'ladi. Ular ichida turli xil fond birjalari, kredit-moliya institutlari, investitsion jamg'armalar, individual investorlar yetakchi o'rinni egallaydilar.

Korxonaning boshqaruv organini tashkil etish. Yangi tashkil etilgan korxonaning asosiy muammolaridan biri faoliyatli organizmni bunyod etishdir. Uning doirasida ishchilar o'z faoliyat maqsadlari va unga erishish yo'llarini aniq anglashlari lozim. Agar yangi tashkil etilgan korxona yaxshi ishlaydigan va yaxshi boshqariladigan ishlab chiqarishga aylanmasa, u tanazzulga duch kelib, jalb etilgan katta kapital ham, mahsulotning yuqori sifati ham, hatto unga talab ham yordam bermaydi.

Nyu-York universiteti Biznes maktabining professori Piter Drukerning fikricha, yangi korxonadagi boshqaruv quyidagilarni talab qiladi:

- bozorda diqqatni biror narsaga qaratishi;

- naqd pullarni rejalashtirish va tartiblashtirish bilan bog'liq jarayonlar rivojini oldindan ko'ra bilishni;

- oliy boshqaruv bo'g'inini unga zaruriyatdan oldin tuzishni.

Agar mahsulot muayyan maqsadlar uchun foydalanishga mo'ljallab chiqarilgan bo'lsa, u bozorda o'z o'rnini topadi. Shu bilan birga, kiritilayotgan yangiliklar yangi turdagi bozorlarni shakllantiradi.

Masalan, ko'p yil mobaynida barcha ishlarda nusxa ko'chirish qo'llanilmas edi. «Kseroks» firmasi nusxa ko'chirish apparatini ixtiro qilib, bozorga chiqargandan keyin nafaqat AQSH, balki dunyoning boshqa mamlakatlarida ham ushbu yangilik juda keng tarqalib ketdi.

Shuni ta'kidlash kerakki, «bozorni o'rganish» atamasi dinamik jarayon tushunchasi bilan bog'liqdir. P.Druker «Yunivem» kompaniyasi bilan bog'liq bir misolni keltiradi. Taxminan 1950-yillarda bozorni ilmiy tahlil qilish asosida 2000-yilga kelib, kompyuterlar soni 1 mingga etadi, degan faraz qilingan. Lekin 1984-yilning o'zidayoq 1 milliondan ortiq kompyuter sotilgan edi. O'sha davrda o'tkazilgan tadqiqotlarda kompyuterlar faqat jiddiy ilmiy ish olib borish uchun qo'llaniladi, degan fikr ustuvor edi. Shu voqea «Kseroks» kompaniyasi bilan ham sodir bo'ldi. Chunki o'tkazilgan tadqiqotlarda poligrafiya korxonalari nusxalash avtomatlariga muhtoj emas, degan fikr asosiy o'rin egallagan edi. Lekin hech kim bu asboblarga idora, maktab, universitet, kollejlarga ham kerak bo'ladi, deb o'ylamagan.

Bundan shunday xulosa chiqarish mumkinki, yangi korxona tashkil etilganda uning mahsuloti yoki xizmati rejalashtirilmagan bozorlarda yangi iste'molchilarini topadi. Faqat an'anaviy qotib qolgan ishbilarmonlik dunyoqarashni o'zgartirish kerak, xolos. Agar ma'lum maqsad uchun ishlab chiqarilayotgan mahsulotga yangi iste'molchilar tomonidan qiziqish bildirilsa, kompaniya shu qiziqishga jiddiy e'tibor berib, tahlil qilib chiqishi lozim.

Agar bozordan uzilish yangi korxonalar uchun dastlabki vaqtda «kasallik» bo'lsa, moliyaviy omil, ya'ni noto'g'ri moliyaviy siyosat olib borish bunday korxonalar taraqqiyotining keyingi bosqichlarida jiddiy xavf tug'diradi. Muammo shundan iboratki, ishbilarmonlar yangi korxonalarni tashkil etganda, birinchi navbatda, katta daromad olishga intiladi. Lekin dastlabki vaqtda, asosiy e'tiborni ishlab chiqarish, rivojlanish, faoliyat, pul oqimini tartiblashtirish uchun moliyalashtirish manbaini topish lozim. Yangi korxona qo'shimcha kapital bilan ta'minlangandagina rivojlanishi mumkin, ya'ni ishbilarmonlik moliya boshqaruvisiz bo'lmaydi.

Korxonaning rivojlanishi va muvaffaqiyatida oliy boshqaruv tizimi yoki maxsus boshqaruv guruhi tuzish muhim ahamiyat kasb etadi. Ushbu guruh ishni o'z korxonasining ishlab chiqarish xo'jalik faoliyatini tahlil qilishdan boshlashi lozim. Ular korxona muvaffaqiyatini ifodalovchi yo'nalishlarni aniqlab, maqsad va vazifalari ni belgilashi zarur. Korxona rahbari o'z xodimlari bilan hamkorlik qilib, talabni bo'shashtirmasdan, ularga ishonch bildirib, faoliyat yuritishi lozim. Rahbar doimo yetakchi bo'lishi kerak.

O'z kuch va qobiliyatini samarali ishlatish sohalarini aniqlash yangi korxonaning boshqaruv omillaridan biridir. Yangi korxona rivojlanib, taraqqiy etishi bilan birga tadbirkorlarning vazifalari ham o'zgarib boradi. Ko'p ishbilarmonlar sodir bo'layotgan o'zgarishlarni doimo anglay ololmay, yangi sharoitda nima qilishini bilmay qoladilar. Mana shu sharoitda tadbirkor o'ziga: «Mening qobiliyatim va qiziqishim nimalarga moyil?», «Qaysi ishda men o'zimni ko'rsata olaman?», «Korxonaning qaysi bir ish yo'nalishida men foyda keltiraman?» kabi savollar berib, tegishli qaror qabul qilishi muhim ahamiyatga ega.

Masalan, «Polaroid» fotokamerasining ixtirochisi Edvin Lend o'z kompaniyasiga 13 yil rahbarlik qilgan. Uning rahbarligida kompaniya nihoyatda tez rivojlanib ketgan. Sharoitni tahlil qilgach, E. Lend ma'lum vaqtdan keyin o'zi kompaniyaga rahbarlik qilolmasligi, bu ishni professional mutaxassislar boshqarishi kerakligini tushundi, o'zi esa ilmiy izlanishlar bilan shug'ullana boshladi, ya'ni ko'proq samara keltiradigan sohada faoliyat yuritishga o'tib ketdi. E. Lend o'ziga laboratoriya qurib, kompaniyada olib boriladigan fundamental tadqiqotlarni boshqardi, firmaning tezkor boshqaruvini maxsus tayyorlangan mutaxassislarga topshirdi. Bu kabi misollar ishbilarmonlik sohasida talaygina.

Franchayzingning mohiyati va ustuvorligi. Oxirgi yillari imtiyozli tadbirkorlikda franchayzing keng qo'llanila boshladi. Ishbilarmonlikning ushbu shaklida franchayzer (odatda, yirik bosh kompaniya) kichik firma yoki biznesmenni belgilangan ma'lum hududda tovar, reklama xizmati, biznes texnologiyalari bilan ta'minlashni o'z zimmasiga oladi.

Buning evaziga firma (franchayzi) kompaniyaga (franchayzerga) menejment va marketing sohasida xizmat ko'rsatish va shu kompaniyaga o'zining ma'lum kapitalini qo'yish majburiyatini oladi. Odatda, franchayzing faqat kompaniya franchayzer bilan ish olib borish majburiyatini olib, biznesda uning ko'rsatmalariga bo'ysunishga harakat qiladi.

Franchayzi korxonasi franchayzer tomonidan tashkil qilingan tizimning bir qismi sifatida faoliyat yuritadi. Hozirgi vaqtda AQSHda yarim milliondan ortiq korxona imtiyozli ishbilarmon faoliyati bilan shug'ullanadi. Ularning ulushi mustaqil korxonalarga nisbatan oshib bormoqda.

Franchayzingni yoymoq uchun yirik firma egalari vaqt-vaqti bilan ko'rgazma o'tkazishadi. Bundan maqsad kishilarni imtiyozli ishbilarmonlik bilan shug'ullanishga jalb etishdan iborat.

Ishbilarmonlikning bu turi yoqilg'i quyish shoxobchalari (32%), yengil va yuk mashinalari bilan savdo-sotiq qilish (6%), restoran va ovqatlanishda tez xizmat ko'rsatish (7%) biznesida keng quloqch yoygan.

Franchayzingning asosiy ustuvorligi bitim tuzgan korxonalarning aniq ixtisoslashishidir. Yirik firmaning ko`mak berishi franchayzingni tijorat tavakkalini kamaytiradi. Bosh firma o`qitish ishlari olib boradi va franchayzi-korxona ish faoliyatini doimo nazorat qilib turadi.

Shu bilan birga tizim ba`zi kamchiliklardan xoli emas. Uning eng asosiy kamchiligi qisman mustaqillikni yo`qotishdir. Franchayzi korxonasi bosh firma bilan yuridik bitim orqali bog`langan bo`lib, uning qonun-qoidolari talabiga bo`ysunadi, franchayzer kompaniyasining ko`rsatmalarida bayon etilgan biznesni olib borish uslublariga rioya qiladi. Bu esa, o`z navbatida, tashabbuskorlikni yo`qotishga olib keladi.

3. Biznes rejani kredit olish maqsadida rasmiylashtirish

Bozor iqtisodiyoti sharoitida korxona va tashkilotlar faoliyat yuritishlarini mablag` bilan ta`minlash iqtisodiy muammolardan biri bo`lib, katta tavakkalchilikni talab etadi. Sarflangan mablag`larni qaytarish, qoplash muddati qanchalik uzoq bo`lsa, bu xavf darajasi ham shunchalik oshib boradi. Chunki, bu muddat ichida bozor kon`yunkturasi ham, narx-navolar ham, ish haqi to`lovlari ham sezilarli oshib boradi. Shuning uchun, iqtisodiyot barqaror bo`lmagan sharoitlarda (ayniqsa, bu holat nafaqat ayrim tovar bozori, balki butun mamlakatga xos bo`lsa) xarajatlari tezroq qoplanadigan samarali loyihalarga mablag` sarflash maqsadga muvofiqdir.

Bunday yondashuv fan-texnika taraqqiyotining sur`ati eng yuqori bo`lgan va yangi texnologiya yoki mahsulotlarning kirib kelishi oldingi investitsiyalarni tezda qadrsizlantirib yuborishi mumkin bo`lgan tarmoqlar uchun juda muhimdir. Bundan tashqari, pulni oluvchi yetarli obro`ga ega bo`lmasa va mablag` egasi uzoq muddatga unga pulni ishonishni xohlamasa ham mablag`ning o`zini qoplash muddatiga qarab ish ko`riladi.

Misol tariqasida, «Jahongir» kichik korxonasining mablag` bilan ta`minlanish va uni o`zlashtirish tartibini ko`rib chiqamiz. Korxona ixtiyorida o`zlashtirish uchun 120 ming so`mlik xomashyo resurslari va tayyor mahsulotlar mavjud. Mazkur resurslardan foydalanish natijasida korxona 35 ming so`m daromad olishni ko`zda tutmoqda. Shu asnoda korxona rivojlanish fondidan ajratilgan pullar va bankdan olingan kreditlarni 4 yildan kechiktirmasdan qaytarishi rejalashtirilgan. Xo`sh, ushbu loyiha talabni qondira oladimi?

Buning uchun quyidagi hisob-kitoblarni amalga oshiramiz.

Korxona xarajatlarini qoplash muddati quyidagi formula orqali hisoblanadi:

$$\text{Xarajatlarni qoplash muddati} = q \frac{\text{Boshlang`ich investitsiyalar}}{\text{Har yilgi pul daromadlari}} = q \frac{120000}{35000} = q \cdot 3,4 \text{ yil} \quad (1)$$

Mazkur hisob-kitobdan ko`rinadiki, hisoblab chiqilgan xarajatlarning qoplanish muddati belgilangan muddatdan ancha kam (8 oyga). Demak, investitsiya ajratishning ushbu varianti qulaydir.

Ammo amalda pul daromadlari har yili har xil bo`ladi. Odatda, ular ish boshida kamroq bo`lib, keyinchalik o`sib borishi mumkin (agar loyiha biror-bir aniq maqsadni ko`zlagan bo`lsa va ishlab chiqaradigan mahsulot xaridorgir bo`lsa). Bunday holatda xarajatlarni qoplash muddati ancha boshqacha bo`ladi.

Faraz qilaylik, investitsiya miqdori misolimizdagi kabi bo`lib, yillar bo`yicha ko`zda tutiladigan tushumlar quyidagicha bo`lsin:

birinchi yilda 25 ming so`m;

ikkinchi yilda 35 ming so`m;

uchinchi yilda 48 ming so`m;

to`rtinchi yilda 54 ming so`m.

Bulardan ko`rinadiki, 3 yilda daromadlar hajmi 108 ming so`mni tashkil etadi. Demak, investitsiyaning to`liq qoplanishi uchun to`rtinchi yili davomida atigi 12 ming so`m talab etiladi. Bu summani to`rtinchi yilda ko`zda tutilgan daromadlar summasi (54 ming so`m) ga teng bo`lib, shu yil uchun xarajatlarning qoplanish muddati 0,22 yilga ega bo`lamiz. Shunday qilib, xarajatlarni qoplash muddati 3,22 yilni (3,0 Q 0,22) tashkil etadi.

Investitsiyalarni tahlil qilishning bunday usuli oddiyligi va aniqligi bilan ajralib turadi. Uning qulayligi yana shundaki, agar investitsiya yo`l qo`yiladigan muddatda qoplanishi nuqtai nazaridan baholanganda, u investitsiya ning qaltisligi haqida ham aniq tasavvurga ega bo`lishga yordam beradi. Shu boisdan, bunday hisob-kitob investitsiyani baholashning eng mukammal usullariga foydali qo`shimcha bo`la oladi. Chunki ular, ko`pincha, kutilishi mumkin bo`lgan iqtisodiy inqiroz xavfini unchalik yaqqol ifodalay olmaydi.

Bu usulning ham o`ziga yarasha kamchilik va nuqsonlari bor, albatta. Birinchidan, u pulning vaqt davomida qiymat o`zgarishini hisobga olmaydi. Ikkinchidan, yuqorida keltirilgan formulada investitsiya to`liq qoplangandan keyin tushadigan daromadlar ham ko`rsatilmagan. Zero, yangi fondlar undan keyin ham ishlatiladi. Shu sababli, ushbu kamchiliklarni hech bo`lmaganda qisman bartaraf etish uchun, xarajatlarni qoplash muddatini so`mning bugungi va kechagi qiymati o`rtasidagi farqni hisobga olgan holda qo`llash maqsadga muvofiqdir.

Pullar yoki sarflangan mablag`larning bugungi va kechagi qiymatlari o`rtasidagi farqni hisobga olish uchun investitsiyalarning qoplanishi hisob-kitob qilinayotganda kelgusidagi daromadlar diskontlash koefitsiyentlariga ko`paytiriladi. Diskont koefitsiyentlari quyidagi formula orqali hisoblanadi:

Kd q 1 G' 1 Q KT (2)

bu yerda, Kd diskont koefitsiyenti yoki pul qiymatining o`zgarish sur'ati (odatda, bank kreditlari bo`yicha o`rtacha foiz darajasida qo`llaniladi);

K - foiz stavkasi, %;

T - investitsiya ajratilgandan boshlab o`tgan vaqt, yil;

Masalan, bank stavkasi 10 %ga teng bo`lsa, uchinchi yil uchun diskontlash koefitsienti:

K q 1G' 1 Q 0,13 q 0,769 ni tashkil etadi.

Bundan foydalanib, yuqorida ko`rib chiqqan misolimiz uchun investitsiyaning qoplanish muddatini aniqlaymiz. Buning uchun (1) formuladan foydalanib, investitsiyaning qoplanish davrida pul qiymatining farqini aniqlab olamiz.

Shunday qilib, bank stavkasi 10 % bo`lgan holda, jami uch yilda diskontlangan daromadlar hajmi 88816 so`m (22728Q29166Q36922) ni tashkil etadi. Demak, firma bo`yicha investitsiyaning to`liq summasini qoplash uchun firmaga 31184 (120000-88816) so`m etishmayapti. Endi, to`rtinchi yilda investitsiya umumiy hajmining etishmayotgan qismini yanada aniqroq qilib hisoblab chiqishimiz mumkin. Demak, to`rtinchi yilda diskontlangan daromadlar:

	Diskontlanish koeffitsienti:	Diskontlanish daromadlari:	
1-yilda	1G' 1Q0,11 q 0,9091;	25000 x 0,9091q22728	so`mni
2-yilda	1G' 1Q0,12 q 0,8333;	35000 x 0,8333q29166	so`mni
3-yilda	1G' 1Q0,13 q 0,7692;	48000 x 0,7692q36922	so`mni
	1 G' (1Q0,14) q 0,7142;	54000x0,7142 q 38567	so`mni tashkil etadi.

Endi firma uchun investitsiyaning yetishmayotgan summasini (31184 so`m) hisoblab chiqilgan to`rtinchi yildagi investitsiya summasi (38567 so`m) ga bo`lib 0,81 ga ega bo`lamiz. Shunday qilib, firma investitsiyalarining qoplanish muddati 4 yilni emas, balki 3,81 yilni tashkil etar ekan. Vaholanki, firma investitsiya xarajatlarining ma'lum vaqt o'tishi bilan qiymati (tannarxi) ning o`zgarib borishini hisobga olmay amalga oshirgan oldingi hisob-kitoblarimizdagi muddat 3,22 ni tashkil etgan edi. Ammo belgilangan davrlardagi muddatlar ichida barcha omillarni hisobga olib, yanada aniqroq hisoblab chiqqan investitsiyalarning qoplanish ko`rsatkichi ishlab chiqilayotgan loyiha uchun ajratilgan mablag`larning 4 yil muddatga zo`rg`a etishini ko`rsatdi.

Agar bank kreditlarining foizlari ham inflyatsiya darajasini hisobga olib borsa, unda ushbu loyihani qabul qilish maqsadga muvofiq emasdir. Shuning uchun investitsiyalashtirilayotgan loyihalarni ishlab chiqish davomida ko`zda tutilayotgan (iqtisodiy) omillardan tashqari, ko`zda tutilmagan (tabiiy, ijtimoiy, siyosiy) omillarni e'tiborga olgan holda bir necha variantlarini ishlab chiqishni taqozo etadi.

Bunday holatlarda mavjud barcha investitsiyalash variantlarini investitsiyalarning foydalilik darajalarini aniqlash orqali o`rganib chiqish tavsiya etiladi. Foydalilik ko`rsatkichi sifatida foydalilik koeffitsiyenti deb ataluvchi kattalikdan foydalanish mumkin. U quyidagi formula yordamida hisoblanadi:

$$\text{Foydalilik koeffitsenti} \quad q \quad \frac{\text{Ko`zda tutilgan daromadlar summasi}}{\text{Ko`zda tutilmagan xarajatlar summasi}} \quad (3)$$

Ko`zda tutilgan daromadlar summasi bu investitsiyalashtirilayotgan mazkur loyihani amalga oshirish evaziga kelgusida olinadigan foyda hajmidir. Lekin u

kelgusida kutilayotgan absolyut miqdorlarda emas, balki yuqorida ta'kidlangani dek, diskontlash koeffitsiyentlari bilan to'g'rilangan holda yuzaga keladi. Boshqacha qilib aytganda, formulaning suratida so'mning bugungi qiymatida ifodalangan daromadlar summasi aks etadi.

Ko'rib chiqilayotgan investitsiya loyihalarini amalga oshirish uchun sarflanadigan barcha xarajatlar hajmi ham xuddi shunday hisoblanadi. Bu hisob-kitoblar bir necha yildagi investitsiya loyihalarini amalga oshirishga qaratilgan. Agar investitsiyalashtirish qisqa muddatlarga (3 oy, 6 oy yoki 1 yilga) mo'ljallangan bo'lsa, bunday holda xarajatlar va daromadlarni diskontlashning hojati yo'q.

Foydalilik koeffitsiyentiga asoslanib, agar koeffitsiyent 1,00 dan yuqori yoki unga teng bo'lgan taqdirdagina investitsiyalashtirilayotgan loyihalarni amalga oshirish maqsadga muvofiq. Ammo bu hisob-kitob ham yetarli emas. Chunki, mablag' bilan ta'minlash taqchilligi yuqori sharoitlarda foydalilik koeffitsiyentlari yuqoriroq bo'lgan loyihalarni qo'llash afzaldir. Buni quyidagi misolda ko'rib chiqaylik. Deylik, ikkita investitsion loyiha taqdim etilgan bo'lsin.

Birinchi loyiha bo'yicha xarajatlar hajmi 200 ming so'mni tashkil etib va bu jami 1 mln. so'm miqdorda diskontlangan daromad keltirishi ko'zda tutilgan. Bunda sof daromad 800 ming so'mni tashkil etadi.

Ikkinchi loyiha bo'yicha esa jami xarajatlar hajmi 50 ming so'mni talab etgan holda, diskontlangan daromadlar hajmi esa 450 ming so'mni tashkil etadi. Bunda sof daromad 400 ming so'mga tengdir, ya'ni birinchi loyihadan 2 marta kamdir.

Sizdagi mavjud mablag' esa 200 ming so'mni tashkil etib, birinchi loyihani investitsiyalashtirish imkoniyatiga egasiz. Xo'sh, bu maqsadga muvofiqmi?

Albatta, yo'q. Chunki, birinchi loyiha uchun foydalilik koeffitsiyenti 5 ga (1 mln. so'm : 200 ming so'm), ikkinchi loyiha uchun esa 9 ga (450 ming so'm : 50 ming so'm) teng ekanligini hisoblab chiqish unchalik qiyin emas. Demak, agar 200 ming so'm mablag'ingizni foydalilik koeffitsiyenti 9 ga yaqin bo'lgan bir nechta kichik loyihalarga sarf qilsangiz, natijada siz 1,6 mln. so'mga yaqin sof daromadga ega bo'lasiz. Bu esa birinchi loyiha daromadiga nisbatan 2 martaga ko'pdir.

Biroq hayotda foydalilik koeffitsiyentlari bir xil bo'lgan bir nechta loyihalar bir vaqtning o'zida kamdan-kam xollardagina uchraydi. Bu koeffitsiyentlar ko'pincha bir-biridan keskin farq qiladi. Shuning uchun qaysi loyihani tanlash masalasi hal qilinayotganda, avvalo, ularning foydalilik koeffitsiyentlari kattaliklari bo'yicha, ya'ni ushbu koeffitsiyentlar miqdorining kamayib borish tartibini ko'rsatuvchi sxema tuzib, kuzatib borish maqsadga muvofiqdir. Buni xarajat va daromadlar miqdoriga ko'ra quyidagi jadval tarzida ham ifodalash mumkin (5.3.1-jadval).

5.3.1- jadval

«Jahongir» kichik korxonasining investitsiyalashtirilgan loyihalar bo'yicha foydalilik koeffitsiyentlarining hisob-kitobi

Loyiha	Ko'zda tutilgan xarajatlar summasi, ming so'm	Ko'zda tutilgan daromadlar summasi, ming so'm	Foydalilik koeffitsiyenti	Ranglar
A	600	840	1,4	1

B	900	1305	1,45	2
V	300	390	1,3	3
G	700	770	1,1	4
D	1200	1260	1,05	5

Ushbu jadvalga ko'ra, agar kichik korxona 2,5 mln. so'mlik loyihalarni investitsiyalashtirish imkoniyatiga ega bo'lsa, bu mablag'larni A, B, V va G loyihalar uchun sarflash maqsadga muvofiq bo'lib, juda katta daromad keltirish imkoniyati bo'lsada, D loyihadan voz kechish zarurdir.

Agar foydalilik koeffitsiyentiga e'tibor bermasdan, faqat ko'zda tutilgan daromadlarning maksimal miqdorlariga ko'ra ish yuritilganda D, B va V variantlar tanlangan bo'lardi. Bunda jami xarajatlar 2,4 mln. so'mni tashkil etgan holda, korxona daromadi 2,955 mln. so'mni tashkil etardi. Agar foydalilik koeffitsiyentini hisobga olib tuzilgan investitsiya loyihasini amalga oshirganda, olinadigan daromad hajmi 3,305 mln. so'mni tashkil etishi mumkin edi.

Yuqorida ta'kidlanganlardan tashqari, amalda bo'lishi mumkin bo'lgan kompleks loyihalarni e'tiborga olish ham lozim. Bu ham investitsiya mablag'larini ajratishning variantlaridan biri bo'lib, bunda ma'lum bir loyiha bir vaqtda boshqa bir loyiha bilan parallel amalga oshirilishi mumkin. Masalan, yangi tsex qurilishi butun zavodga xizmat qiladigan energetika yoki tozalash inshootlari rekonstruksiysasi uchun ma'lum darajada mablag' qo'yishni talab etadi.

Bunday holda ikkala investitsiya mablag'ini sarflash loyihasining ham foydalilik koeffitsiyentini hisoblab chiqish lozim. Bunda ushbu koeffitsiyentlarning individual darajalariga e'tiborni qaratish shart emas. Misol uchun, firmada 600 ming so'm mablag' sarflab, 840 ming so'm daromad keltiriladigan loyiha bor. Bunda foydalilik koeffitsiyenti 1,4 (840G'600) ni tashkil etadi. Lekin, shu bilan birga, firma umumzavod xo'jaligini takomillashtirishga yana 100 ming so'm sarflashi zarur.

Bu esa daromadlilikni faqat 60 ming so'm miqdoridagina o'sishiga olib keladi yoki boshqacha qilib aytganda, bu loyiha bo'yicha foydalilik koeffitsiyenti 1 dan kichik bo'lib, 0,6 (60G'100) ni tashkil etadi. Biroq agar o'zaro bog'liq bo'lgan ushbu loyihalar bo'yicha investitsiyalar miqdori va kutilayotgan daromadlarni qo'shsak, bunda birinchi holatda 700 ming so'm (600Q100), ikkinchi halatda esa 900 ming so'm (840Q60) kelib chiqishini ko'ramiz. Shunday qilib, umumiy (integral) foydalilik koeffitsiyenti 1,29 (900G'700) ni tashkil etadi, ya'ni 1 dan ancha yuqori. Bu esa bizga ikkala loyihani bir vaqtda amalga oshirish uchun qancha mablag' sarflash mumkinligini ko'rsatadi.

Qisqa xulosalar

Yangi biznes korxonalarini tashkil qilish bir necha bosqichdan iborat. Ular ta'sis etilgan joyidagi mahalliy hokimiyat organlari tomonidan davlat ro'yxatidan o'tadi. Davlat ro'yxatidan o'tkazilgan korxonaga: hokimiyatning korxonani davlat ro'yxatidan o'tkazilganligi to'g'risidagi qarorlaridan ko'chirma, hokimiyat ro'yxatidan o'tkazilgan va tasdiqlangan korxona Nizomi hamda korxonaning ro'yxatdan o'tkazilganligi to'g'risidagi davlat orderi topshiriladi.

Korxona faoliyatini olib borishda biznes-reja muhim rol o'ynaydi. Biznes rejaning tuzilishi va mazmuni qat'iy chegaralanmagan. Fikrimizcha, yetti bo'limdan iborat biznes reja eng maqbul biznes rejadir.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatini tahlil qilishda foydalilik koeffitsienti usulidan foydalanish oddiyligi va qulayligi bilan ajralib turadigan usul bo'lib, u yetarlicha asosli qarorlar qabul qilishga yordam beradi.

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. Yangi korxona tashkil qilish qanday bosqichlardan iborat?
2. Tashkil etilishi mo'ljallangan shaxsiy korxonalarining qanday turlarini bilasiz?
3. Tashkil etilayotgan korxonaning texnik-iqtisodiy asoslanishi (TIA) nimalardan iborat?
4. Biznes-reja nima? Uning mazmunini ochib bering.
5. Biznes-rejaning tuzilishi qanday, u qanday bo'limlardan iborat?
6. Tashkil etilishi mo'ljallangan korxonaning ishlash va boshqaruv tizimi nimalardan iborat?
7. Korxonaning boshqaruv tamoyillari nimalardan iborat?
8. Franchayzingning ustuvorlik va kamchiliklari nimada?
9. Foydalilik koeffitsienti qanday aniqlanadi?
10. Kichik korxonalar faoliyatini iqtisodiy tahlil qilishni izohlab bering.

Adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A.Karimovning 2010-yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011-yilga mo'ljallangan eng muhim ustuvor yo'nalishlarga bag'ishlangan O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining majlisidagi "Barcha reja va dasturlarimiz Vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqimiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi" mavzusidagi ma'ruzasini o'rganish bo'yicha O'quv-uslubiy majmua. –T.: Iqtisodiyot, - 2011. – 377 b.
2. Popov V.M. Biznes- planirovanie: uchebnoe - prakt. posobie. - M.: KNORUS, 2009. -816s.
3. Predprinimatelstvo: uchebnik G' pod. red. M.G.Lapusto'. – 4-e izdatelstvo, dop. – M.: INFRA-M, 2008. - 667 b.
4. Aniskin Yu.P. Organizatsiya i upravlenie malo'm biznesom: Uchebnoe posobie. –M.:Finanso' i statistika, 2008. –160.

8-mavzu: Tadbirkorlikni boshqarishni tashkil etish. Tadbirkorlikni bank, soliq xizmati va audit bilan o'zaro aloqalari

Reja:

1. Iqtisodiy isloxlarni erkinlashtirishda biznesni boshqarishdagi roli. Boshqarish strategiyasi
2. Kichik korxonada mehnat munosabatlarini asosi. Hamkorlik dasturini tuzish. Biznesda mehnatning shartnoma shaklidan foydalanishi
3. Mol etkazib berish shartnomasi. Oldi- sotdi shartnomasi. Reklamaga oid shartnoma
4. Mamlakatimiz iqtisodiyotni yanada erkinlashtirish va iqtisodiy isloxlarni chuqurlashtirish sharoitida narx faoliyati ustidan moliyaviy nazorat shakllari; bank, soliq xizmati, soliq politsiyasi, audit
5. Bank bilan uzaro aloqa. Kredit, xisob operatsiyalarini amalga oshirish shartnomasi
6. Kredit shartnomasi. Davlat soliq siyosati. Soliq turlari. Soliq imtiyozlari

1. Iqtisodiy isloxlarni erkinlashtirishda biznesni boshqarishdagi roli. Boshqarish strategiyasi

Boshqarishda tadbirkorlik faoliyati deyilganda—ishni tashkil etishga ta'sir ko'rsatadigan shart-sharoitlar va omillar borligi tushuniladi. Tadbirkorlik faoliyatining maqsadlari va vazifalari bevosita bozor tamoyillaridan kelib chikadi.

Ma'lumki, bozor iqtisodiyoti sharoitlarida sotuvchilar uz tovarlarini imkon boricha kuprok foyda beradigan Qilib sotishga, xaridorlar esa bu tovarlarni imkon boricha arzonroq xarid qilishga intiladi.

Bozor iqtisodiyotida davlat tomonidan ko'rsatiladigan choralar ijtimoiy ximoya, atrofdagi muxit muxofazasi, inson kadrini, demokratiyani ximoya qilish va boshkalarga karatilgan bo'lishi mumkin. Tadbirkorlikning muxim tomoni uning faoliyatini boshkarib borishdir. Tadbirkorlikni boshkarish moxiyat e'tibori bilan olganda maqsadga erishish yulida kilinadigan xatti-xarakatlarni jonlantirish uchun bir shaxs eki shaxslar guruxi tomonidan boshka shaxsga ta'sir utkazishdan iborat.

Tadbirkorlikni boshkarish uch jixatni uz ichiga oladi:

1. "Kimni" "kim" boshkaradi?

Bu narsa boshkaruv vazifalari, boshkaruv organlari vazifalarining ijrosini ta'riflaydi. Ikkinchidan, shaxslarni va Qarorlarga aloqador vositachi kishilarni kim boshkarib borishi shu yul bilan aniklanadi.

2. Boshkaruv “kay tarika” amalga oshiriladi va boshkariladigan kishilarga u kay tarika ta’sir utkazadi?
3. Boshkaruv “nima” bilan amalga oshiriladi? Tadbirkorlikni boshkarishning muxim vazifasi tadbirkorlik siyosatini belgilashdir. Tadbirkorlik faoliyatining siyosati barcha normativ talablar va shu talablarni amalga oshirish usullarini uz ichiga oladi.

Tadbirkorlik faoliyatining samarali bo’lishida tadbirkorlik muxiti omillarini tadbik etish muxim urinni egallaydi. Tadbirkorlik muxiti deyilganda firmaning faoliyat ko’rsatib borishiga ta’sir utkazadigan va boshkaruvga oid qarorlar qabul kilishning talab etadigan shart-sharoitlar va omillar bor yukligi tushuniladi. Tadbirkorlik muxitining ichki va tashki omillari tafovut kilinadi. Ichki muxit deyilganida firmaning olinadigan foydani kupaytirishga karatilgan boshkaruv mexanizmini uz ichiga oluvchi xo’jalik faoliyati tushuniladi.

Tadbirkorlikning tashki muxiti deyilganda raqobatchi firmaning faoliyatini kat’iy nazar atrofidagi muxitda yuzaga keladigan, lekin, uning ish olib borishga ta’sir utkazadigan barcha shart -sharoitlar va omillar tushuniladi.

Tadbirkor katta foyda olish uchun kuyidagi yunalishlarda uz maqsadini aniklab olishi kerak: fan-texnika soxasida - yangi maxsulotni ishlab chikish va joriy etishni; ishlab chikarish soxasida texnologiya jarayonini takomillashtirish va yangi texnologiyadan foydalanish, ishlab chikarilgan maxsulot sifatini yaxshilashni; mexnatni utkazish, sotishda- xar 1 mexnatga nisbatan bozor ulushini saklab kolish va kengaytirib borishi lozim.

Boshkarishning asosiy vazifasi omillar ta’sirining tabiati va darajasini aniklab, tadbirkorlik faoliyatining samarali amalga oshib borishi va rivojiga ta’minlashga karatilgan qarorlar qabul kilishdir. Shu maqsadda tadbirkorlik muxiti omillari kuyidagi jaraenlarda:

- marketing tadbikotlari va marketing dasturlarini ishlab chikishda;

- biznes-reja ko’rsatkichlarini ishlab chikarishda;
- operativ boshkarishda;
- xo’jalik faoliyati natijalarini nazorat qilib borish jarayonida muntazam tahlil qilib boriladi.

Respublikamizda iqtisodiy isloxatlarni amalga oshirishga asosiy maqsad-bozor munosabatlarni tashkil etish, bozorni turli tuman zarur tovar va xizmatlar bilan tuldirib, iste’molchilarning saralab tovar xarid kilishiga keng imkoniyatlar yaratib, pirovard natijada xalkning farovon turmush sharoitini ta’minlashdan iborat.

Xalkimizning farovon turmushini yaratishda, keng iste’mol tovarlar bilan bozorni tukin sochin kilishda, aholiga turli-tuman xizmatlar ko’rsatishni tashkil etishda tadbirkorlikning xam uz urni bor. Chunki tadbirkor kancha rivojlansa, moddiy ishlab chikarish va xizmat ko’rsatish xam shunchalik rivojlanadi.

O’zbekiston respublikasining “Tadbirkorlik to’g’risida”gi Qonunida belgilanganidek, xar qanday shakldagi tadbirkorlik mulk egasining shaxsan ishtirok

etishiga yoki boshka fukarolarning mexnatining kullash yuli bilan foyda olishga asoslanishi mumkin

2.Kichik korxonada mexnat munosabatlarini asosi. Xamkorlik dasturini tuzish. Biznesda mexnatning shartnoma shaklidan foydalanishi

Tadbirkorlikni rivojlanishida Respublikamizning “Tadbirkorlik to’g’risida”gi Qonuni bilan birga Prezidentimizning “Xususiy tadbirkorlikda tashabbus ko’rsatish va uni ragbatlantirish to’g’risida ”gi Farmoni, shuningdek 1998 yil 9 apreldagi “Xususiy tadbirkorlik kichik biznesni rivojlantirishni yanada ragbatlantirish chora tadbirlari to’g’risida”gi farmoni muxim axamiyatga ega.

Xususiy tadbirkorlik bu fukorolar tomonidan uzlarining tavakalchiliklari va mulkiy javobgarliklari ostida, shaxsiy daromad (foйда) olish maqsadida, amaldagi Qonunchilik doirasida amalga oshiriladigan tashabbuskor xo’jalik faoliyatidir. Xususiy tadbirkorlik ikki turdagi kurinishda bo’ladi. Uning biri yonlanma mexnatni jalb kilish asosida huquqiy shaxs va uni belgilangan tartibda ro’yxatdan utkazib faoliyat ko’rsatadigan tadbirkorlik, ikkinchisi esa yuridik shaxs bulmay faoliyat ko’rsatadigan, yollanma mexnatni jalb etmaydigan - yaka tartibdagi tadbirkorlikdir.

Xususiy korxonaga yangi xodimlar tomonlarining huquqi va burchlari kelishilgan shartnoma asosida qabul kilinadilar.

Mexnat shartnomasida xodimning iktisosligi, malakasi, lavozimi; kontrakt tuzilgan muddat; mexnat sharoiti va unga mexnat faoliyatining u yoki bu turini bir biridan farklovchi xak tulash; ijtimoiy va tibbiy sug’urta, ijtimoiy ta’minot, xodimning ijtimoiy ximoyalanganligi, shartnomani buzganligi uchun javobgarligi kabi majburiyatlar, sharoitlar va shartlar belgilanadi.

Tadbirkorlikning mazmuni va tabiatiga ko’ra ayrim kishilar yoki guruxlarning uz uzini ish bilan ta’minlash va tashabbuskorligiga asoslangan faol mexnat faoliyati sifatida baxolanishimiz mumkin.

Bu urinda tadbirkorlik mexnatining bozor munosabatlariga xos tavvakalchilik sharoitida mexnat, ishlab chikarish v ijtimoiy iqtisodiy vazifalarning tashkiliy echimini kidirish va ruyobga chikarish bilan boglik ijodiy, akliy ish sifatidagi uziga xos tabiati xususida gapirish mumkin. Shunday qilib, tadbirkorlikni o’zaro boglik bo’lgan ikki xil kurinishda karash kerak: birinchidan, bozorning xarakatlantiruvchi kuchi sifatida, ikkinchidan, mexnatning aloxida soxasi sifatida. Ana shuning uchun xam tadbirkor inson bilan bozor iqtisodiyoti va mexnat faoliyatining uziga xos, xo’jalik tavvakalchiligi bilan boglik turining subekti sifatida namoyon buluvchi shaxsdir.

Mexnatni, ishlab chikarishni, boshkaruvni ilmiy tashkil etish sarmoyadorlarga katta katta foyda keltirganligi sir emas, Yaponiyada 1 ishchi yiliga 100tadan ortik

avtomobil ishlab chikarsa, Rossiyada 18-20 tadan oshmaydi, Yaponiyalik kupgina urta va yirik firmalar yuzlab, minglab kichik korxonalar bilan xamkorlik kiladilar.

Andijonda tashkil etib, ishga tushirilgan avtomobil zavodida xam xuddi shunday imkoniyatlar yaratilib, egiluvchan va kulay, xo'jalik tartibi bunyod bula oladi.

“Kichik va xususiy tadbirkorlikni rivojlanishini ragbatlantirish to'g'risida” gi O'zbekiston Respublikasi Qonunida ko'rsatilishicha, tadbirkorlik soxasiga xodimlar soni sanoat va kurilishda 50 kishigacha, qishloq xo'jaligi ishlab chikarishda 25 kishigacha , fan va ilmiy xizmat ko'rsatishda 10 kishigacha, chakana savdoda 5 kishigacha bo'lgan, uz mexnati va yollangan mexnatni kullagan xolda, tavvakal qilib va mulkiy javobgarlikni zimmasiga olib, tovarlar ishlab chikarish va xizmatlar ko'rsatishga foyda olishga karatilgan tashabbuskor mexnat faoliyati kiradi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 1998 yil 9 apreldagi “Xususiy tadbirkorlik, kichik va urta biznesni rivojlanishini yanada ragbatlantirish chora-tadbirlari to'g'risida”gi Farmonida ko'rsatilishicha;

-xususiy tadbirkorlik, kichik va urta biznesni jadal rivojlanishi asosida mulkdorlar sinfini shakllantirish, tegishli institutlar tizimini tashkil etish, kichik va xususiy tadbirkorlik faoliyati soxasiga kredit resurslarini keng jalb kilish va xorijiy sarmoyalarni bevosita olib kirish uchun makbul sharoit yaratish maqsadida kuyidagilar kichik va urta biznes subektlari hisoblanadi:

- mulk shaklidan kat'iy nazar, ishlab chikarish soxasida yiliga urta xisobda 10 nafargacha, savdo, xizmat ko'rsatish xamda boshka ishlab chikarishdan tashkari soxalarda 5 nafargacha ish bilan band xodimga ega bo'lgan mikrofirmalar;

-mulk shaklidan kat'iy nazar, ishlab chikarish soxasida yiliga urta xisobda 40 nafargacha, kurilish, qishloq xo'jalik va boshka ishlab chikarish soxalarida 20 nafargacha, ilm fan, ilmiy xizmat ko'rsatish, chakana savdo xamda boshka ishlab chikarishdan tashkari soxalarda 10 nafargacha ish bilan band xodimga ega bo'lgan kichik korxonalar;

-mulk shaklidan kat'iy nazar, kichik korxonalar uchun yiliga belgilangandan ortik, lekin ishlab chikarish soxasida 100 nafardan, kurilishda 50 nafardan, qishloq xo'jalik va boshka ishlab chikarish soxalarida, ulgurji savdoda 30 nafardan, chakana savdo, xizmat ko'rsatish xamda boshka ishlab chikarishdan tashkari soxalarda 20 nafardan oshmaydigan ish bilan band xodimga ega bo'lgan urta korxonalar bo'lib hisoblanadilar.

Korxonalarni turli shakllarida mexnatni tashkil etish va uni boshkarishga aloxida e'tibor berilsa, tadbirkor foydasi olib boradi va korxona maxsuloti bozorda raqobatga bardoshli bo'lib, ishlovchilar esa yuksak mexnat unumdorligi asosida ishlashdan manfaatdor bo'ladi. Korxonalarni barcha turida yaratiladigan foyda asosan mexnat orkali vujudga kelib, xam ishlovchini xam mulk egasini boyitadi. Bozor

munosabatlarini rivojlanib borishi tufayli tadbirkorlik korxonalari oladigan foydaning muxim manbai ishlovchilarni yukori mexnat unumdorligi darajasida yaratgan maxsuloti korxonani istikbolini belgilab beradi.

Tadbirkorlik faoliyatini tugri tashkil etish va boshkarish tadbirkorlikning rivojlanishi uchun zarur shartlardan biridir. Tugri tashkil etilgan boshkaruv jarayoni mavjud imkoniyatlardan samarali foydalanish orkali daromadlarning kupaytirishni, xarajatlarining okilona sarflanishini xamda foydaning oshishini ta'minlanishi shubxasiz.

Tashkil etish usullariga ko'ra menejmentning:

- ishlab chikarish (tovar maxsulotlarini ishlab chikarish va xizmat ko'rsatish);
- ilmiy-texnikaviy (ishlab chikarishni takomillashtirish yuzasidan ilmiy-texnikaviy izlanishlarni olib borish va ularning natijalarini joriy etish);
- moliyaviy sarmoyalar kimmatbaxo kogozlar, valyuta bozorida ishtirok etish);
- tijorat (tovarlar bozorida ayirboshlash bilan shugullanuvchi);
- kadr bilan ishlash (kadrlarni baxolash, joy joyiga kuyish, ragbatlantirish, mexnat bozorida ishtirok etish) kabi turlari bor.

Firmaning boshlangich vazifasi menejment strategiyasini, kelajak uchun bosh yunalishlarini, maqsadni va unga erishi yullarini tanlashdir. Xakikiy raqobat, kuchli kasaba uyushmalari, iste'molchilarning jamoatchilik tashkilotlari davlatning monopoliyaga karshi siyosatidan xukmronligi sharoitida bunday strategiyani amalga oshirish oson bulmaydi. Yukori foyda darajasiga tovar sotish xajmini oshirish, aylanma vositalar aylantirishning tezlashtirish, xamkorlik sharoitlariga rioya etish, yangi bozorlar va yangi texnologiyalarni egallash orkali erishildi. Jamoa bo'lib tadbirkorlik faoliyatini olib boruvchilar uchun nafakat foydaning kupayishi va foyda darajasining yuksalishi, balki yalpi daromadning oshishi xam katta axamiyatga egadir. Chunki mexnatga xak tulash va boshka fondlar unga boglik bo'ladi.

Ishlab chikarish va savdo menedjmenti maqsadiga minimal xarajat sarflab shartnoma asosida kelishilgan muddatga tovarlar ishlab chikarish yoki tovarlar mohiyatini etkazib berish, xamda xizmat ko'rsatishdan kuprok foyda orttirish kiradi. Menedjer uchun kiyinchilik tugdiruvchi masalalarning eng asosiylari kuyidagilar kiradi:

- kompyuter yordamida ishlab chikarish jarayonlarini kuzatib borish uchun kul keladigan ko'rsatkichlarning eng zarurligini tanlash;
- firma boshkaruvining eng samarali tartibini yuzaga keltirish;
- maxsulot sifatini boshkarish;
- kadrlarni boshkarish;
- ishlab chikarish vositalarini yangilab turish va xom-ashyo bilan ishlab chikarishni betuxtov ta'minlashni tashkil etish, xamda zaxiralarni boshkarish.

Tijorat menejmenti - firmaning tijorat faoliyatini boshkarish tizimi bo'lib, xaridorlar talabini tahlil etish va urganishni, ishlab chikarish, sotish va etkazib berish, xamda servis xizmatini ko'rsatish rejalarini talabga karab moslashtirishni uz ichiga oladi. Marketolog - menejerlarning maqsadi xaridorlarga avval ishlab chikarilgan tovarlarni Qanday bulsada sotish emas balki ularning talabiga karab tovarni ishlab chikarish va taklif etishga erishish bulsagina, ular raqobatkobil bula oladi.

Tovarning qanday xayotiy bosqichda ekanligini xisobga olish zarur, chunki yangi tovarning bozorga kirib kelishida uning rentabeli yoki rentabelsiz tovarga aylanishi davrini aniklash mumkin. Tovarning andozasini yaratishdan tortib uni ishlab chikarish, sotish va sotuvdan keyin xizmat ko'rsatishgacha bo'lgan murakkab boshkaruv ishlari marketologlar ishi bo'lib, kuyidagilarni uz ichiga oladi:

- bozorni urganish, xaridorlar talabini, daromadlarini, baxolar darajasini kelajak uchun aniklash;
- loyixalovchilarga baxolar limitini va texnik vazifalarini bo'lib tovar andozasini yaratish buyicha buyurtma berish;
- reklama, turini kurgazmalar tashkil etish buyurtmachilarga ma'lumotlar junatish orkali bozor uchun yangi maxsulotni shakllantirish;
- shartnomalar tizimi, ishlab chikarishni boshlash va moxiyatni yanada takomillashtirish choralarini kurish;
- tovar sotilishini tashkil etish;
- iste'molchilarga qo'shimcha xizmat ko'rsatish, ta'mirlash, extiyot kismlar etkazib berish xamda ularni foydasi buyicha maslaxat berish va boshkalar.

Moliyaviy menejment firmaning moliyaviy masalalariga rahbarlik kilishdan iborat. Ushbu masalalarga daromadlarni shakllanish, soliqlarni vaktida tulash, ssudalar xamda gaz, suv, elektr energiyasi, kommunal va aloqa xizmatlari uchun xak tulash, sarflanadigan sarmoyalar rezerv mablaglarini yuzaga keltirish, dividendlar tulanishini boshkarish kabilar kiradi.

5. Bank bilan o'zaro aloqa, kredit shartnomasi

Bozor iqtisodiyotiga utilishi tufayli jamiyatda yangi moliyaviy siyosat ishlab chikildi va xukumat tomonidan real xayotda amalga oshirilmokda. Jamiyatdagi xar bir iqtisodiy faoliyatni boshlanishi davlatning yakindan turib bergan moliyaviy yordami tufayli rivojlanib, takomillashib borishi mumkin. Jumladan "Kichik va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishni ragbatlantirish to'g'risida"gi, Qonuni, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Xususiy tadbirkorlik, kichik biznesni rivojlantirishni yanada ragbatlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Farmoni, O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Maxkamasining "Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishni ragbatlantirish mexanizmini takomillashtirish

to'g'risida"gi Qarorida kichik va xususiy tadbirkorlikni Qo'llab Quvvatlashda banklarni rolini oshirib borishga aloxida e'tibor berilgan.¹⁷

Kichik va xususiy tadbirkorlik korxonalarini asosiy faoliyati banklar bilan chambarchas bog'lik bo'lib, ular olib borayotgan faoliyat xom ashyoni sotib olish, ishlab chikarilgan tovarlar, ko'rsatiladigan xizmatlarga xak tulash, ish xaki bilan ishlovchilarni ta'minlash, turli toifadagi korxonalar, firmalar, yuridik shaxslar bilan bo'ladigan iqtisodiy munosabatlar ya'ni olingan foydadan, daromaddan soliq tulash, transport, kommunal xizmatlar uchun to'lovlarning barcha turlari, uz navbatida olinadigan kreditlar xam boshka xisob-kitoblari xam banklar orkali amalga oshadi.

Shuni aloxida ta'kidlash kerakki, mamlakatimiz mustakillikka erishguncha bank va banklar bilan bo'ladigan turli iqtisodiy munosabatlar unchalik oshkora etilmas edi. Jaxon xo'jaligini muxim xo'jalik yuritish kismi bo'lgan kichik va xususiy tadbirkorlik korxonalarini barcha faoliyati banklar bilan boglanganligi bugungi kunda xammaga ma'lum bo'lib koldi. Shuning uchun xam rivojlangan mamlakatlarda, masalan, AQShda bank tizimini faoliyati nixoyatda rivojlangan bo'lib, tadbirkorlarni aktiv iqtisodiy faoliyat ko'rsatishida banklar barcha mulk shaklidagi korxonalarga kompleks ravishda xizmat ko'rsatadi. Umuman bank operatsiyalari passiv va aktiv operatsiyalardan iborat bo'lib, passiv operatsiyalar pul mablag'larini ma'lum biror yunalishga safarbar etishga karatilgan. Banklar passiv operatsiyalar orkali jamgarmalarni va vaktinchalik bush turgan mablag'larni ishlab chikarishga safarbar etib foyda oladi. Aktiv operatsiyalar turli xarakterdagi kreditlarni berish operatsiyalari bilan bog'lik bo'lib, quyidagi elementlari buyicha turkumlanadi: 1. Muddatlar buyicha kreditlar 1 yillik, 5 yillik 7-10 yilga muljallangan bo'lishi; 2. Kreditlarni xajmi buyicha kichik, urta, yirik miqdorda xar bir mijozga individual va moliyaviy imkoniyatlarini xisobga olgan xolda amalga oshiriladi; 3. Ayrim turlari buyicha maxsus kafolatni tanlab tanlab kilmaydigan, garov evaziga berilmaydigan kreditlar; 4. Kreditorlarni turlari buyicha ya'ni davlat, tijorat, xususiy va boshka turlari buyicha berish; 5. Zayomni turlari buyicha yuridik shaxslar va xakozolarga berish; 6. Vaktinchalik foydalanish uchun investitsiya, iste'mol uchun, karzlarni tulash asosan eksport va import operatsiyalarini bajarish uchun beriladigan kreditlar.

Xozirgi bozor iqtisodiyoti sharoitida mulk egaligining kichik va xususiy tadbirkorlik shakli korxonalari uz faoliyatida turli banklar bilan muomalada bo'ladilar. Bu jarayon avvalo oldingilaridan fark kilgan xolda ancha murakkab hisoblanadi, chunki oldingi jarayonlar asosan korxonalar orkali bank uz faoliyatini olib borganligi bilan xarakterlanadi. Tadbirkorlik faoliyati shakllanishi tufayli banklar xususiy mulk egalari va kichik korxonalar faoliyati bilan bog'lik operatsiyalarni

¹⁷ 1119. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishda marketing tamoyillariidan foydalaniш. БМИ ва МДлар буйича тайёрланган 15 минг мавзулардан олинган. Т.: ТДИУ, 2005.

bajarishga uz imkoniyatlarini safarbar etib boradilar. Turli mulkchilik sharoitida respublikada kichik va xususiy tadbirkorlikni Qo'llab-kuvatlash to'g'risida 1995 yil 14 fevraldagi Vazirlar maxkamasining № 55 Qarorida O'zbekiston xududidagi barcha tadbirkor banklarni kichik va xususiy tadbirkorlarga xisob schyotlarini 3 kun ichida ularni arizalari va xokimiyatda ro'yxatga olinganliklari to'g'risidagi guvoxonmalari asosida boshka keraksiz xujjatlar talab kilmay ochishlari to'g'risida ko'rsatma berilgan. Bu Qarorlar tufayli respublikada minglab kichik va xususiy tadbirkorlik korxonalarini barpo etilishiga imkoniyat yaratilib, bu soxadagi korxonalar soni kundan kunga kupayib bormokda. Shu bilan birga kichik va xususiy tadbirkorlar xorijlik mulk egalari, tadbirkorlar bilan xamkorlikda faoliyat olib boradigan bulsa, davlat valyuta operatsiyalari olib borishga ruxsat berdi. Respublika banklari bilan tadbirkorlar urtasida bo'ladigan shartnomalar, tovarlar savdosi, xizmatlar buyicha bo'ladigan to'lovlarni erkin konvertatsiyalashtirilgan valyutada amalga oshirish mumkin. Tadbirkorlarni banklar bilan bo'ladigan operatsiyalarida turli erkinliklar berib kuyilganligi shunda namoyon bulmokdagi, xususiy tadbirkor uz jamgarmasini O'zbekistonni turli banklarida uz xisob schyotida saklashi, kredit va kassa operatsiyalarini bajarish huquqiga ega hisoblanadi. Banklar bilan tadbirkorlar urtasidagi munosabatlarda amal kilayotgan Qonunlarga va shartnomalarga asosan pul utkazish yuli bilan xisobkitoblar olib borish mumkin.

Banklar tadbirkor schyotida pul mablaglari, kimmatli kogozlar va boshka muxim axamiyatga ega bo'lgan xujjatlarni saklashi bilan kafolatlanib boradi. Banklar tadbirkorlar va mijozlar bilan bo'ladigan operatsiyalarda pul egasi tomonidan topshirik kogozi bankka kelib tushishi bilan 12-13 soat davomida keyingi operatsiyalar bajarilishi zarur. Mulk egalari xisobiga pul utkazish shaxar ichida 4 ish kunida, viloyat ichida 5 ish kunida, respublika ichida 10 ish kunida bajarilishi lozim. Agar bir Qonun shartlari buzilsa mijozga yillik foiz mikdorida bank jarima tulaydi. Bank mijozlarning arizasiga binoan ularga tegishli operatsiyalarni bajaradi. Banklar tadbirkorlarni Respublika Markaziy banki tomonidan kiritilgan uzgarishlarni, koidalarni ayniksa xisoblar buyicha nakd pulsiz tarzdagi operatsiyalar buyicha uzgarishlar to'g'risida tadbirkorlikni xabardor kiladilar. Bank uz vaktida mijozni kechikib utkazgan operatsiyalari uchun, pulni notugri perevod kilganligi uchun bank aybdor sifatida xar bir kun uchun mijozga utkazilayotgan summani 3 foizi mikdorida jarima tulaydi. Bankni aybi bilan xisob xujjatlari yukolsa, mijozga xujjatda ko'rsatilgan summani xar bir kuni uchun 3 foiz mikdorda bank jarima tulaydi.

Tadbirkor tomonidan bankka notugri ma'lumot berilgan bulsa (masalan, pul utkazish buyicha mijozni adresi notugri ko'rsatilgan bulsa) mijozlar 5000sum jarima tulaydi, agar shu xol yana takrolansa xizmat faoliyat yurgizishi tuxtatiladi.

Tadbirkorlar bilan bank urtasidagi kredit berish buyicha bo'ladigan operatsiyalar ikki tomon urtasida imzolangan shartnoma avsosida amalga oshiriladi.

Operatsiyalarni muvaffaqiyatli bajarish uchun xar bir tadbirkor “Banklar va bank faoliyati to’g’risidagi” Respublika Qonunlarini chukur urganib, unga rioya qilishi lozim. Bozor iqtisodiyotida tadbirkorlik korxonalarini xayoti va iqtisodiy faoliyati valyuta oeratsiyalari bilan boglikligi ma’lum. Tadbirkorlik korxonalari tashki iqtisodiy faoliyatini amalga oshirishda xam milliy valyuta xamda xorij valyutasida operatsiyalarni bajarishga tugri kelmokda. Ayniksa tashki savdo vosita valyuta operatsiyalari bilan boglik hisoblanadi. Valyuta operatsiyalari valyuta kursi buyicha ikki tomon valyutasi nisbati solishtirilib amalga oshiriladi. AQSh dollari valyuta kotirovkasida baza sifatida xalkaro maydonda Qabul Qilingan. Boshka mamlakatlar valyutasi kurs buyicha AQSh dollariga solishtirilib boriladi. Dollar kursi abadiy bulmay, bu xam uzgarib turadi. Valyuta kursini uzgarib turishi xar kuni xam bo’lishi mumkin. Shuning uchun banklar kursni bank faoliyat boshlash vaktidagi yoki yopilishi vaktidagi kurslar buyicha xisob-kitob ishlarini olib boradi. Valyuta kursini uzgarib borishi haqida xar xaftada matbuotda jadval berib boriladi. Bu axborot tadbirkorlarni iqtisodiy faoliyatida muxim hisoblanadi. Valyuta operatsiyalarida asosiy urinni kredit, kimmatli kogozi, valyutani foyda olish maksdida sotib olish va sotish kabilar egallaydi. Xo’jalik yuritish jarayonida xozirgi kichik va xususiy mulk egalari valyuta xisob-kitob schetiga ega bo’lish huquqini olib, erkin tazda valyutani sotib olishlari xam mumkin. Tadbirkorlar xorij firmalari va tadbirkorlari bilan savdo kilishlari natijasida valyutani erkin sotib olish huquqiga xam egadirlar. Umuman bozor iqtisodiyoti jaxondagi yirik rivojlangan mamlakatlarni muomaladagi valyutalarni mamlakat ichki bozorida xarakat etishi uchun huquqiy imkoniyatlar yaratib beradi. Tadbirkorlar valyuta bilan boglik bo’lgan faoliyatlaridan samarali foydalanib, xorij valyutasiga yangi texnika va zamonaviy texnologiya xarid Qilib, ishlab chikarish va xizmat ko’rsatish korxonalarida xizmatni sifatini oshirishga ishlab chikarish soxasida sifatli maxsulot Qilib chikarib uning realizatsiyasidan katta foyda olish imkoniyatlariga ega bo’ladilar.

6. Kredit shartnomasi. Davlat soliq siyosati. Soliq turlari. Soliq imtiyozlari

Barcha mulk shakllaridan kat’iy nazar korxonalar O’zbekiston Respublikasining “Korxonalar, birlashmalar va tashkilotlardan olinadigan soliqlar to’g’risidagi”gi Qonunga va Vazirlar Maxkamasining “Xalk iste’moli mollari ishlab chikarishni ragbatlantirish maqsadida soliq tizimini takomillashtirish to’g’risida”gi Qaroriga muvofik davlat va maxaliy byudjetlarga tulanadigan soliqlar tarzidagi daromadlar manbalari belgilab berilgan. Bu soliqlarni joriy etishdan kuzlangan maqsad davlat ijtimoiy kafolatlarining tadbirkorlik faoliyatini tartibga solishdan, tabiiy boyliklardan tejab-tergab foydalanishni va atrof muxitni muxofaza etishni ragbatlantirish iboratdir. Belgilash usuliga ko’ra soliqlar bevosita va bilvosita

solisqlarga bulinadi. Bevositalari jumlasiga kuyidagilar kiradi: daromad solig'i, foydadan olinadigan soliq, resurs to'lovlari, mol-mulkka solinadigan solisqlar. Bilvosita solisqlar xo'jalik ishlari, moliyaviy muomalalardan kelib chikadigan (Qo'shimcha Qiymatga solinadigan soliq, aktsiz solisqlari, bojxona to'lovlari, kimmatli kogoslar bilan Qilingan ishlardan olinadigan soliq).

Soliq solish ob'ekti, korxonaning xisobot davridagi yalpi daromadi bo'lib hisoblanadi. Soliq solish bazasi bo'lib, soliq to'lovchi deb xisoblangan korxonalarga soliq solish maqsadlarida moddiy va unga tenglashtirilgan uzga xarajatlar, shuningdek majburiy to'lovlar hisoblanadi. Tadbirkor korxonalardan xisoblab chikilgan soliq solish bazasiga muvofik soliq stavkalari kuyidagi tarzda belgilanadi:

1. Mulkchilikning barcha shakldagi korxonalarining daromadlariga 18 foiz foyda solig'i to'lovchilar 36 foiz stavka buyicha soliq solinadi;

2. Videosalonlar, kim oshdii savdolari, kazinolar, pul yutugi chikadigan uyin avtomatlari, davlatga karashli bulmagan idoralar utkazadigan lotereya uyinlaridan va ommaviy kontsert tomosha tadbirlari utkazishdan olinadigan daromadlarga 60 foiz stavka buyicha soliq solinadi;

3. Chet el kapitalining ulushi ustav fondining 30 foizidan kamini tashkil etgan kushma korxonalarining daromadlariga ustav fondida chet el kapitalining ulushi 30 foizdan kup bo'lgan korxonalarining, shuningdek chet el korxonalarining, ular filiallarining, vakolatxonalarining va shu'ba korxonalarining daromadlariga esa 10 foiz stavka buyicha solinadi; Ustav fondida chet el kapitali bo'lgan kushma korxonalar xorijiy katnashchilarining daromadlari chet elga utkazilaetganda, basharti, O'zbekiston Respublikasining xalkaro shartnomalarida uzga tartib belgilanmagan bulsa, ularga 15 foiz xajmda soliq solinishi belgilangan. Daromadlar chet elga utkazilaetganda soliq to'lovining summasi utkazilayotgan daromad valyutasida tulanadi.

4. Korxonaning aktsiyalar buyicha olingan dividendlardan tushadigan daromadiga xamda uzga korxonalarining ustav fondiga kiritilgan kapitaldan olgan boshka daromadlariga 15 foiz stavka soliq solish tartiblari belgilangan.

5. Savdo korxonalarining daromadlilik darajasiga ko'ra yalpi daromaddan tabakalashtirilgan stavkalar buyicha soliq Vazirlar Maxkamasining "Savdo korxonalari va tashkilotlariga soliq solishdagi ayrim uzgarishlar to'g'risidagi"gi Qarorida ko'rsatilgan tadbirlari belgilangan va amalda kullanilmokda.

6. Qishloq xo'jaligi bilan mashgul dexkon-fermer xo'jaliklarining foydasidan olinadigan soliq to'lovlarining stavkalari ularning rentabellik darajasiga uzviy boglik ravishda belgilanadi. Xo'jalikning rentabellik darajasi 25 foizgacha bulsa 3 foizga, 25 foiz va undan ortik bulsa 20 foiz soliq stavkalari olinadi.

Respublika xududida ishlab chikarilaetgan ayrim aktsizli maxsulotlarga aktsiz solig'i kuyidagi tartibda kullaniladi:

Aktsiz tovarni aktsiz solig'i summasini va sotish narxini aniklashga doir kuyidagi misolni keltiramiz (rakamlar shartli):

(maxsulot birligiga).

1. Korxonaning ulgurji narxi 40-00
2. Sotish narxiga aktsiz solig'i stavkasi (%) 50
3. Sotish narxi (aktsizni xisobga olganda),
summlarda:

$$\frac{1 \text{ kator} \times 100}{100 - 2 \text{ kator}} \times 4000 = 80 - 00$$

4. Aktsiz solig'i summasi, summlarda
(3 kator-1kator), yoki:

$$\frac{3 \text{ kator} \times 2 \text{ kator}}{100} \times 40-00$$

Izox: Korxonaning ulgurji narxi to'lovchi tomonidan mustakil ravishda O'zbekiston Respublikasi Moliya vazirligi tomonidan 27 yanvar 1995 yildan tasdiklangan № 9 "Moliyaviy natijalarini shakllanish tartibi va maxsulot (ish, xizmat) tannarxiga kiritiladigan maxsulotlar (ishlar, xizmatlar) ni ishlab chikarish va realizatsiya qilish buyicha xarajatlar tarkibi to'g'risidagi Nizom" ga muvofik, bo'lgan barcha xarajatlarni uzida aks etirgan xolda aniklanadi.

Korxona sotish narxiga aktsiz summalari xam kiradi va kuyidagi formula buyicha aniklanadi:

$$\text{Sotish (chikarish) narxi} \times \frac{\text{ulgurji narx} \times 100}{100 - \text{aktsiz stavkasi}}$$

Byujetga utkaziladigan aktsizlar summasi kuyidagi formula buyicha aniklanadi:

$$\text{Aktsiz summasi} \times \frac{\text{Sotish narxi} \times \text{aktsiz stavkasi}}{100}$$

Aktsiz solig'i to'lovlari buyicha kuyidagi imtiyozlar belgilangan.

Aktsiz soliqlari bekor Qilingan tovarlar guruxiga:

- mebel komplektlariga;
- xrustal mollariga;
- farfordan tayyorlangan servizlar va komplektlar;
- xolodilniklar, televizorlar, termoslar;
- 1,5 litrli PTF butilkalardagi alkogolsiz ichimliklar;
- spirt nastoykalari va ekstraktlari kiradi.

Shuningdek, uzi ishlab chikargan maxsulotlarni chet ellarga etkazib berilgandan, Kizil Yarim oy jamiyatining korxonalari va tashkilotlari ishlab chikaradigan mollardan (bu mablaglar butunlay Jamiyat ustav vazifalarini bajarishga ishlatilish sharti) bilan aktsiz solig'i olinmaydi.

Neft va gaz kondensatlariga, gilam va gilam mollariga, paxta yogiga Qo'shimcha dividendlar ajratish xisobidan differentsiallashtirilgan (tabakalashtirilgan) aktsiz stavkalari belgilangan tartibda Vazirlar Maxkamasi tomonidan ko'rsatilgan xolda tadbik etiladi.

Kuyidagi xollardan aktsiz solig'i solinmaydi:

- uzi ishlab chikardan aktsizlik tovarlarni eksportga etkazib berish; MDX katnashchilari bo'lgan davlatlarga etkazib berilayotgan (olib ketilayotgan) aktsizlik tovarlar bunga kirmaydi;

-tayyor vino ishlab chikarish uchun respublika ichkarisidagi iste'molchilarga vino materiallari etkazib berish;

-MDX katnashchilari bo'lgan davlatlar bilan birga, eksportga va sanoat Qayta ishloviga usimlik paxta yogi etkazib berish.

Izoh:

1. *Respublika ichkarisidan savdo va boshqa tashkilotlar tomonidan (yukorida ko'rsatilgan xollardan tashkari) realizatsiya kilinadigan vino materiallari aktsiz solig'i kullanilgan xolda realizatsiya kilinadi.*

2. *Usimlik (paxta) yogiga va iste'mol idishida kadoklangan tozalangan (dezodolirovanoy salanoy) payta yogiga aktsiz solig'i kadoklash buyicha xarajatlarni xisobga olmasdan ulgurji narxdan kelib chikkan xolda hisoblanadi.*

Soliq summasini aniklashda va uni tulashda aktsizlarning summasini soliq to'lovchi sotilgan tovarlar ro'yxati va xajmi xamda ana shu tovarlar yuzasidan belgilangan aktsiz stavkalariga karab mustakil xolda belgilanadi.

7. Audit va auditorlik taftishi

Tadbirkorlarni iqtisodiy faoliyat yuritishlarida, moliyaviy va buxgalteriya xisob-kitoblarini tugri amalga oshirishlarida auditorlik firmalari muxim rol uynaydi. Auditorlik firmalari bozor infratuzilmasining eng muxim unsurlaridan biridir, ular mulkdorlar va davlatning mulkiy manfaatlarini ximoya kilish maqsadida mustakil moliyaviy nazoratni amalga oshiradi.

O'zbekistonda audit- O'zbekiston Respublikasining "Auditorlik faoliyati to'g'risida" gi Qonuni asosida amalga oshiriladi.

Audit - xo'jalik yurituvchi sub'ektlarni mustakil ekspertiza va moliyaviy xisobotini tahlil etuvchi tashkilotdir, buni shunga vakil Qilingan shaxslar - auditorlar (auditorlik firmalari) bajaradi.

Auditning asosiy maqsadi - moliyaviy va xo'jalik operatsiyalarining tugriligini va ularning O'zbekiston Respublikasi Qonunchiligiga va boshka me'yoriy xujjatlariga nechoglik mosligini aniklashdan, bularning tula-tukisligi, anik-ravshanligi, buxgalter xisobi yoki boshka moliyaviy xisob yuritishga kushilayotgan talablarga nechoglik monandligini aniklashdan iboratdir. Audit tarkibiga yana konsalting, ya'ni mijoz bilan shartnoma tuzib, xizmatlar ko'rsatish xam kiradi.

Auditorlik faoliyati xo'jalik yurituvchi sub'ektlarining faoliyati ustidan maxsus vakolat olgan davlat idoralarining nazorati urnini bosmaydi.

Auditning asosiy "xarakatlanuvchi shaxsi" auditor va auditorlik firmasidir.

Auditorni mijoz bilan shartnoma tuzgan auditorlik firmasi xo'jalik yurituvchi sub'ekt mulkdorlari bilan kelishilgan xolda tayinlanadi.

Xo'jalik yurituvchi sub'ekt mulkdorlari Qarori bilan yoki auditorni tayinlagan yuridik shaxsning Qaroriga ko'ra auditor chikarib olinishi mumkin, auditor bu xakda barvakt yozma tarzda, uning xizmatidan voz kechish sabablarini ko'rsatib xabardor kilinadi.

Tekshiruv vaktida yoki buyurtmaga ko'ra, boshka ishlar kilinayotganida xizmatdan voz kechilsa, xo'jalik yurituvchi mulkdor auditor xizmatiga xak tulashi shart.

Surishtiruv organi, prokuror, tergovchi va sud topshirigi bilan auditorlik tekshiruvi utkazilsa, xarajatlar tekshirilayotgan xo'jalik sub'ekti zimmasiga tushadi, uning kulida etarli mablag bulmasa, tekshiruvni tayinlagan organ zimmasiga tushadi.

Mabodo xo'jalik yurituvchi sub'ekt kulida zarur mablag bulmasa-yu tekshiruv xarajatlarini tulashdan buyin tovlasa, prokuror audotor eki auditorlik firmasining mulkiy manfaatlarini ximoya Qilib tegishli sudga murojaat kilishi shart.

Xo'jalik yuritish sub'ektining rahbarlari va boshka mansabdor shaxslari auditorning talabi bilan kuyidagilarni bajarishi shart:

- moliyaviy- xo'jalik faoliyatiga daxldor xujjatlarni berish;
- ogzaki eki ezma tarzda zarur izoxlar berish;
- tekshirilaetgan ob'ektning moliyaviy-xo'jalik faoliyatini sifati ekspertiza kilish uchun boshka zarur shart-sharoitlarni yaratish.

"Auditorlik faoliyati haqidagi" Qonun va boshka Qonun xujjatlarining koidalarini auditorlik tekshiruvi vaktida buzgunlik uchun auditor va auditorlik firmasi javobgar bo'ladi:

-O'zbekiston Respublikasi Qonunchiligiga binoan mulkiy va ma'muriy javobgarlik;

-litsenziya huquqini tuxtatib kuyish eki auditorlik faoliyati bilan shugullanish huquqini beradigan litsenziyadan maxrum etishgacha (litsenziya bergan organ Qaroriga muvofik) bo'lgan intizomiy jazolar berish.

Auditorlik faoliyatini tartibga solib turish uchun Qonunchilikda auditorlar palatasini ochish nazarda tutilgan.

O'zbekistondagi aksariyat auditorlik firmalarini auditorlar uzlari tashabbuskor bo'lib tuzgan, ammo mustakil audit utkazish uchun ularning soni etarli emas. Bu muammoni xal etish uchun Davlat mulki kumitasi tashabbusi bilan 1996 yilning may oyida kimmatli kogozi bozori katnashchilariga maslaxat-auditorlik va axborot xizmati ko'rsatish uchun maxsus agentlik "Konsauditinform" tashkil etildi.

Tez orada barcha korxonalar ish yuritiladigan bozor iqtisodieti shart-sharoitlari favkulodda kattik va binobarin, xam mamlakat ichidagi, xam chet el raqobatchi korxonalari mavjud bo'lgan bir paytda samarali, foydali va faoliyat yullari va vositalarini tugri belgilash kobiliyatining axamiyati oshadi. Bu auditorlarga Qo'shimcha vazifa yuklaydi. Ular korxonalarning moliyaviy axvoli va uning keyingi rivoji istikbollarini tugri baxolashlari zarur.

Shuni ta'kidlash kerakki, an'anaviy taftish eski faktlar., muayyan darajada tezgina tarix mulkiga aylanuvchi joriy voqealarni kayd kilish, xamda baxolash bilan kifoyalanadi.

Audit bulsa, na fakat eski va ayni shu asnodagi xolatni baxolashi, balki korxonaning xo'jalik faoliyatiga va uning natijalariga ta'sir ko'rsatishga kodir bulgusi xodisalarni xam oldindan ko'ra bilishi lozim. Aloxida faktlar buyicha, ularni kiyoslash va urganish asosida xo'jalik faoliyatining rivojidagi tamoyillarni ilgab olish, u yoki bu maxsulot ishlar va xizmatlarga talab xajmini, bulgusi daromadlar va xarajatlarni, foyda va rentabellikni ta'minlash zarur.

Tabiiyki, bu auditorning malakasiga oshirilgan talablar kuyadi. Auditor bashorat kila olish fazilatiga ega bo'lishi, bunda u goyat boy iqtisodiy-matematik devon va zamonaviy xisoblash texnikasidan foydalanib amalga oshiriladigan xo'jalik faoliyatining iqtisodiy tahlili usuliga tayanish kerak.

Aytish mumkinki, endilikda kushma korxonalardagi audit, bank auditi, uz ishlab chikarishiga ega bo'lgan xissadorlik jamiyatlarida ishlovchi audit, investitsiya fondlarining auditi va sug'urta kompaniyalarining auditi shakllanib chikdi.

Boshka bozor tuzilmalari- birjalari, savdo-xarid firmalari, shuningdek tijorat faoliyati bilan shugullanuvchi jamoa tashkilotlarida shugullanadigan auditlarning ixtisoslashib chikishi kun tartibida turibdi.

Albatta, auditorlik tashkilotida biron bir tarmokda tijorat faoliyatining xususiyatlari bilan yaxshi tanish bo'lgan, moliyaviy axvolni tahlil Qilib,

tekshirilayotgan korxona va muassasaning xisob-kitob xujjatlari buyicha malakali xulosa berishga kobiliyatli mutaxassislar bulmasligi mumkin. Shu tufayli tashkilotlar odatda, uz kuch-gayratlarini uzlari ishida chinakamiga yordam bera olishlariga kodir bo'lgan mijoz-korxonalarga jamlaydilar.

Ma'lumki, xar Qanday faoliyat muayyan darajada va muayyan tartib-koidalarga rioya Qilib amalga oshirilishi kerak. Audit standartlari auditorlik faoliyati mobaynida uzining maqsadga muvofikligi va puxtaligini tasdiklagan,xamda jaxonning turli mamlakatlaridagi goyat kup sonli auditorlarning amaliy ish tajribasida pishiktirilgan professional me'yorlar va koidalarni uz ichiga oladi. Bunda audit buyicha yagona standartlarni darxol va tula xajmda joriy etish vazifasi kun tartibiga mutlako kuyilmaydi. Zero, xar bir mamlakatda konkret iqtisodiy va siyosiy shart-sharoitlar, turli an'analari va milliy uziga xoslik mavjudki,auditorlik xizmat etish chogida ular albatta xisobga olinishi kerak. Auditning xalkaro standartlari xususidagi gap suzlariga kelganda esa, standartlarning bunday keng kamrovli va umum tomonidan Qabul Qilingan standartlar tizimi tabiatan mavjud emas.

Barcha xalkaro standartlarni turt guruxga bo'lish mumkin:

■ birinchi gurux - xar Qanday mamlakatda darxol, butunicha va tula Qabul kilinishi mumkin bo'lgan;

■ ikkinchi gurux - ma'kullanib, arziyas uzgarishlar bilan Qabul kilinishi mumkin bo'lgan;

■ uchinchi gurux - fakat aniklik kiritishgina emas, balki uzining joriy etilishi uchun tegishli shart-sharoitlarini (masalan, bozor munosabatlarining yanada rivojlantirilishi va takomillashtirilishi) vujudga keltirishga extiyoj sezuvchi;

■ turtinchi gurux- mazkur mamlakatdda uning tarixiy an'analari va milliy ruxiyatiga ko'ra Qabul kilinishi muki bulmagan standartlarni uz ichiga oladi. Auditorlik ishida, u amalga oshiriladigan mamlakatdan kat'iy nazar, kuyidagi majburiy tarkibiy kismlar mavjud bo'ladi: u yoki bu xo'jalik omillarini tekshirish, kuzatish, urganish va tugriligiga yoki maqsadga muvofikligini tasdiklash. Auditning bu xamma xarakatlari konkret vazifalarini xal kilish uchun eng darajada yarokli bo'lgan farklanishi boshka gap. Auditning zarur sharti xisob-kitobning kullanilaetgan shakl va usullari mutanosibligini tekshirish, xisobdagi molk-mulk va mablaglarini baxolash, u yoki bu mamlakatda xozirgi vaktida amal kilaetgan Qonunlar va me'arlarga xisobotni kiyoslashdan iborat.

QISQA XULOSALAR

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalarini asosiy faoliyatini banklar bilan chambarchas boglik bo'lib, ular olib boraetgan faoliyat xom-ashyoni sotib olish, ishlab chikarilgan tovarlar, ko'rsatiladigan xizmatlarga xak tulash, ish xaki bilan ishlovchilarni ta'minlash, turli toifadagi korxonalar, firmalar, yuridik shaxslar bilan bo'ladigan iqtisodiy munosabatlar, ya'ni olingan foydadan, daromaddan soliq tulash,

transport, kommunal xizmatlar uchun to'lovlarning barcha turlari banklar orkali, uz navbatida olinadigan kreditlar xam boshka xisob-kitoblar xam banklar orkali amalga oshadi.

Banklar kredit vazifalarini bajaruvchi muassasa bo'lib, karz beruvchi va karz oluvchilar urtasidagi aloqalarni bajaradi.

Banklar pul karz berishi, pullar va kimmatbaxo kogoslar chikarish, xazina saklash kabi muxim vazifalarni bajaradi.

Soliqlar davlat byudjetining manbai bo'lib, xo'jalik faoliyatini ragbatlantirish va ijtimoiy ximoya vazifalarini bajaradi. Soliqlar bevosita va bilvosita turlariga bulinadi. Bevosita soliqlar mulk va daromadlarga solinsa, bilvosita soliqlar (masalan, aktsiya solig'i) tovar Qiymatiga kuyilib, uning narxini oshiradi. Soliqlarning bosh vazifasi iqtisodiyotni, iqtisodiy jarayonlarni tartibga solib turishdir.

Auditning asosiy maqsadi- moliyaviy va xo'jalik operatsiyalarining tugriligini va uning O'zbekiston Respublikasi Qonunchiligiga va boshka me'yoriy xujjatlariga nechoglik mosligini aniklashdan iboratdir. Audit tarkibiga yana konsalting, ya'ni mijoz bilan shartnoma tuzib, xizmatlar ko'rsatish xam kiradi.

TAYANCH IBORALAR

Moliyaviy nazorat shakllari, Soliq imtiyozlari, Akkreditiv, Balans, Sug'urta kompaniyasi, Faktoring, Injiniring, Bank, Soliq xizmati, Audit, Kredit, Franshiza, Auditorlik taftishi.

NAZORAT UCHUN SAVOLLARI

1. Korxonani faoliyati ustidan Qanday moliyaviy nazorat shakllarini bilasiz?
2. Bank bilan Qanday aloqalar urnatiladi?
3. Kredit shartnomasini mazmunini tushuntirib bering.
4. Davlat Qanday soliq siyosatini olib boradi?
5. Soliqni Qanday turlarini bilasiz?
6. Kichik biznesni rivojlantirishda Qanday soliq imtiyozlari mavjud?
7. Audit va auditorlik taftishi nima?
8. Auditning xalkaro standartlarini Qanday guruxlarga bo'lish mumkin?

Adabiyotlar ro'yxati

Asosiy adabiyotlar:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Tadbirkorlik subektlari tomonidan taqdim etiladigan hisobot tizimini takomillashtirish va uni qonuniy talab etganligi uchun javobgarlikni kuchaytirish to'g'risida"gi Farmoni G'G' Xalq so'zi, 2005, 17 iyun.
2. Karimov I.A. "Bizning bosh maqsadimiz – jamiyatni demokratlashtirish va yangilash, mamlakatni modernizatsiya va isloh etishdir". O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Oliy Majlis Qonunchilik palatasi va Senatining Qushma majlisidagi ma'ruzasi G'G' Xalq so'zi, 2005, 29 yanvar, 20-son.
3. Osnovo' biznesa. Uchebnik. –M.: Market Ds, 2003.
4. Xodiev B.Yu., Qosimova M.S., Samadov A.N., Muxiddinova U.S. Kichik biznesni boshqarish. –T.: "O'qituvchi", 2003.
5. Abdullaev Yo., Karimov F. Kichik biznes va tadbirkorlik asoslari.-T.: Mehnat, 2000.
6. Eremenko A. Razrabotka biznes-prilozheniy v Microsoft Business solutions-Alaptatsii. 3.0G'Feleksey Ermenenko, Ruslan Shashkov. –M.: Alpina Biznes Buks, 2005.- 503 s.
7. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Tadbirkorlik subektlarini huquqiy himoya qilish tizimini yanada takomillashtirish chora-tadbirlar to'g'risida"gi Farmoni G'G' Xalq so'zi, 2005, 16 iyun.
8. Rubin Yu.B. Teoriya i praktika predprinimatelskoe konkurentsii –M.: OOO Marlet Ds korporeyshen, 2004.
9. Malo'y biznes. Organizatsiya, ekonomika, upravlenie: Ucheb. posobie dlya vuzovG' Pod red. Prof. V.Ya.Gorfinkelya, prof. V.A Shvandara.-2e izd., prereb. I dop.-M.: YuNITI- DANA, 2003-283 s
10. www.ziyo.edu.uz
11. www.edu.uz.

9-Mavzu. Korxonalarning moliyaviy soxasi moliya bozori tushinchasi. Funksiya hamda ishtirok etuvchi shaxslar

Reja.

- 1.Tadbirkorlikda korxonalarning moliyaviy soxasi
- 2.Moliya bozori tushunchasi, funksiya hamda ishtirok etuvchi shaxslar
- 3.Aksiyalarni chiqarish va joylashtirish
- 4.sotish va sotib olish,divident siyosati

1. Tadbirkorlikda korxonalarning moliyaviy soxasi

Bozor iktisodieti sharoitida tovar-pul munosabatlari amal qilishi moliyaviy zaruriyatni ifodalaydi. Muomala doirasida tovar xarid kilinadi, sotiladi va bu jarayon yana takrorlanadi.

Savdo firma va korxonalarning xo'jalik faoliyati tovar etkazib beruvchilar, bank, byudjet, xaridorlar, savdo xodimlari va boshkalar bilan bo'ladigan turli-tuman pul munosabatlaridan tarkib topadi.

Pul mablaglarining rejali ravishda vujudga keltirilishi, tuplanishi va sarflanishini ifodalovchi iqtisodiy munosabatlar moliyani anglatadi.

Moliya markazlashgan va markazlashtirilmagan fondlarni tashkil etish va foydalanish bilan bog'liq pul munosabatlarini uz ichiga oladi. Markazlashtirilgan fondlarga davlat byudjeti, banklari, omonat kassalari, sug'urta organlari resurslari kiradi. Markazlashtirilmagan fondlarga davlat mulkidan boshka mulk shaklidagi banklar, omonat kassalari, sug'urta firmalari, korxonalarning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish fondlari, mexnatga xak tulash fondlari, amortizatsiya, sug'urta, tavakkalchilik fondlari kiradi.

Odatda moliya ikki vazifani: taksimot va nazorat vazifalarini bajaradi.

Korxonalar uz mablaglari etishmagan xolda zarur mablagni bankdan karz olishi mumkin.

Moliya bozori - bu pul bozoridir. Bu bozorni xamma agentlari - pul agentlaridir. Moliya bozorlarida boshka bozorlardagidek sotuvchi va xaridorlar mavjud. Moliya bozorida ayirboshlanadigan tovarlar moliyaviy talablar buyicha ifodalangan.

Moliyaviy majburiyat - bu kelgusida pulni tulashni buyniga olish, bugungi moliyaviy bozorda olinayotgan pulni kelgusida tulash. Moliyaviy vositachi rolini bank uynaydi.

Moliyaviy bozor ishtirokchilari ikki guruxga bulinadi:

1. Xarakatdagi sektor.
2. Moliyaviy vositachilar.

Korxona doimo uz foydasidan:

- * davlatga soliq;
- * bank krediti foizini;
- * aktsionerlarga dividend tulashi zarur.

Moliyaviy soxada yutuk keltiruvchi omillarga:

- vakt omili;
- tavakkalchilik omili;
- inflyatsiya omillari kiradi.

Vakt omili muvaffakiyat imkoniyatlarini oshiradi va yomon natijalar extimolining pasaytiradi.

Moliyaviy muxitni katta noanikligi tovarlar va xizmatlarga bo'lgan narx darajasini doimiy usishiga - inflyatsiyaga olib keladi. Inflyatsiya foiz stavkasiga, moliyaviy bozorlarga, investorlar daromadlariga. Korporatsiyalari loyixalariga, firmani kapital kuyilmalariga, ya'ni barcha moliyaviy muxitga ta'sir ko'rsatadi.

Vakt omili bilan birgalikda olib boriladi. Tavakkalchiliksiz tadbirkorlik faoliyati bo'lishi mumkin emas. Tavakkalchilikni bir necha guruxlarga bo'lish mumkin:

- birinchidan, pulni xarid koboliyati tushib ketishi bilan boglik bo'lgan tavakkalchilik, boshkacha aytganda bu inflyatsiyali tavakkalchilikdir;
- ikkinchidan, moliyaviy tavakkalchilik, firmani moliyaviy xolati va xulk- atvoriga boglik bo'ladi;
- uchinchidan, operatsion tavakkalchilik, sizni tovarlar va xizmatlar bozorida nostadilligini aniklaydigan mavkedir.

Bu urinda uchta turdagi investorlarni ajratish mumkin:

- tavakkalchilikni yoktirmaydigan;
- unga neytral karaydigan;
- tavakkalchilikni yaxshi deb xisoblaydigan.

Tavakkalchilik omili kuyidagicha hisoblanadi:

$K \cdot Q \cdot I_c \cdot Q \cdot I_b$, bu erda

K - investorlar talab kiladigan daromad normasi;

I_c - tavakkalchilikdan ozod bo'lgan daromad normasi;

I_b - tavakkalchilikga mukofot.

Bozor munosabatlari rivojlanib, uning elementlari tobora kuprok tadbik etilayotgan, iqtisodiyot islox etilib, aktsiyadorlik jamiyatlarining soni usib borayotgan, bank ishi xar tomonlama rivojlanib, takomillashib kelayotgan, xalkaro aloqalar kengayib, mamlakat jaxon iqtisodiyot tizimiga kirib borayotgan sharoitlarda moliyaviy aktivlar tobora kuprok rusum bo'lib boradi.

Moliyaviy bozorning eng muxim tomonlaridan biri shuki, bu bozor yukori samara beradigan iqtisodiyotni faollik bilan shakllantirib boradi. Moliyaviy bozor sarmoyalarning safarbar etilishini ragbatlantirib, bush turgan pul mablaglarini

iqtisodiyotdagi turli soxalar urtasida Qayta taksimlanishni ta'minlab beradi. Moliyaviy bozor rentabel korxonalarga mablag berib turish orkali samarali iqtisodiyot shakllanib borishiga yul ochadi.

Xozirgi zamon moliya bozorini kup sonli moliya muassasalari yoki vositachilar tashkil kiladi. Bu - sotuvchilar va xaridorlar ya'ni, sotiladigan va xarid kilinadigan tovar, pul va boshka moliya aktivlari mavjud bo'lgan bozor. Ular vaktinchalik foydalanish uchun (majburiyatli karzlar shaklida) yoki butunlay (aktsiyaga) berilishi mumkin.

Shu bilan birga, moliya bozorlari pul mablaglari jamgarmalarining egalaridan karz oluvchilarga boradigan kuplab turli-tuman yullar bilan ta'minlanib turadi. Iqtisodiy adabiyotda ular ikkita asosiy guruxga ajratiladi.

Birinchi guruxga pul mablaglari bevosita jamgarmalarining egalaridan karz oluvchilarga boradigan mablag bilan bevosita moliyalash yullari kiradi. Ular uz navbatida ikki turga bulinadi: kapital moliyalash - unga muvofik tadbirkor mablagni mulkning bir kismiga almashtirish xisobiga oladi (oddiy aktsiya) va karz olish yuli bilan moliyalash - unga muvofik firma mablagni oldindan kelishilgan foiz buyicha keyin tulash va firmaga egalik kilish huquqini olmaslik haqidagi sharti bilan oladi (obligatsiya). Bu barcha kimmatli kogozlar, kimmatli kogozlar bozorining rivojlanishi va faoliyat ko'rsatishini belgilaydi.

Bevosita mablag bilan ta'minlashga omonatchilarning mablaglarini moliya muassasalariga: tijorat banklari, sug'urta va trast kompaniyalari, pensiya fondlari va xokazolarga kuyishga doir barcha operatsiyalar kiradi.

2. Moliya bozori tushunchasi, funktsiya hamda ishtirok etuvchi shaxslar

Kredit deganda uz egalari kulida vaktincha bush turgan pul mablaglarini boshkalar tomonidan ma'lum muddatga xak tulash sharti bilan karzga olish va Qaytarib berish yuzasidan kelib chikkan munosabatlari tushuniladi.

Kredit munosabati ikki sub'ekt urtasida yuzaga keladi: biri pul egasi, ya'ni karz beruvchi; ikkinchisi pulga muxtoj, ya'ni karz oluvchi. Kredit tovar va pul kurinishidagi mablaglarni:

- Qaytarib berishlik;
- muddatlilik va
- foiz tulash shartlari asosida berish natijasida yuzaga keladi.

Kredit va moliya tushunchalari urtasida bir tomondan umumiylik bulsa, ikkinchi tomondan farkli jixatlari mavjud.

Agar moliya barcha xo'jalik sub'ektlarining uziga tegishli pul mablaglari xususidagi aloqalarini anglatsa, kredit, bundan farklirok, uzga mulki bo'lgan pulni

karzga olib ishlatish borasidagi munosabatlarni bildiradi va bozor munosabatlarining bir unsuri hisoblanadi.

Moliya bilan kreditning umumiyliги shuki, ularning xar xil bo'lishidan kelib chikadi.

Moliyada uz mulki bo'lgan pul resurslarini xoxlagan vaktда, xech bir xarajatsiz ishlatishi mumkin. Kredit esa uzgalar

Respublika xalk xo'jaligi tarmoklari korxonalarini kreditlashning eng muxim manbalaridan biri - xususiylashtirishdan tushadigan mablaglardir.

O'zbekiston - xususiylashtirishdan tushgan barcha mablagni davlat byudjetiga emas, balki xususiylashtirilgan korxonalarni Qo'llab-Quvvatlashga xamda bozor infratuzilmasini rivojlanishiga yunaltirilgan dunyodagi kamdan-kam davlatlardan biri hisoblanadi.

Shunday qilib, xususiylashtirilgan korxonalar faoliyatini mablag bilan ta'minlashning birinchi xususiyyati shundaki, mablaglar davlat tasarrufidan chikarish xisobiga xosil bo'ladi va Davlat mulki kumitasining maxsus xisob varagida jamgariladi.

Ikkinchi xususiyyati shundan iboratki, Respublika Moliya Vazirligi bilan kelishilgan xolda kreditdan foydalanishning imtiyozli suriluvchi foiz stavkalari belgilanadi. Foiz stavkasi mikdorining uzgarishi xar chorakda yuz beradi, lekin u xar doim respublika urtacha bank foiz stavkasidan past bo'ladi. Shunday Qilib, mulkchilik shaklini nodavlat mulkchilik shakliga uzgartirgan korxona yangi shakllarda faoliyat ko'rsatishining birinchi kunidanek uz biznes dasturini amalga oshirish uchun davlat korxonalariga nisbatan foydalirok shartlarda mablag olish imkoniga ega bo'ladi.

3. Aksiyalarni chiqarish va joylashtirish

Aktsiya - xissadorlik jamiyati mablagiga kushilgan ulushni ifodalovchi, uning egasiga sof foydaning bir kismini olish va ushbu jamiyatni boshkarishda katnashish huquqlarini beruvchi kimmatli kogozdir.

Aktsiya kimmatli kogozlar bozorida oldi-sotdi kilinadi. Aktsiya Qiymati aktsiyada kayd etilgan pul mikdoridir. U sotiladigan narx aktsiya kursi deb ataladi.

Aktsiya uzining maxsus va uziga xos sifatlariga ega bo'lib, u boshka turdagi kimmatli kogozlar orasida aloxida urin tutadi. Ana shunday xususiyyatlaridan biri amal kilish muddati belgilanmagan kimmatli kogoz ekanligidir. U aktsiyani chikargan xissadorlik jamiyati faoliyati tugatilgunga kadar amal kilaveradi. Sotib olingan aktsiya uz xissadorlarga jamiyat ixtiyoridagi umumiy mulkdan uziga tegishli ulushga huquqi borligi to'g'risida guvoxlik beradi.

Xar Qanday aktsiyani, u fukaro yoki yuridik shaxs tomonidan sotib olinganmi yoki bepul ega bulinganmi, mulkdor Qonunchilikka mos ravishda cheklanmagan xolda sotishi mumkin.

Aktsiya egasi, agar xissadorlik jamiyatining faoliyati tugatilsa, shu jamiyatning mulkini taksimlashda ishtirok etish huquqiga egadir.

Boshka kimmatli kogozlar (xazina majburiyatlari, obligatsiyalar, veksellar, depozit sertifikatleri) amalda kredit kuroli bo'lib, kredit munosabatlarini uzida aks ettirsa, aktsiya mulkchilik munosabatlarini boshkaruvchi vosita hisoblanadi. Aktsiya egasi kompaniya xissadorlarining umumiy yigilishida u yoki bu Qaror uchun ovoz berar ekan, mazkur jamiyatni boshkarishda ishtirok etish huquqiga ega hisoblanadi.

Mamlakatimiz xududida chikarilayotgan aktsiyalar quyidagi turlarga bulinadi:

- **Nomi yozilgan va "ko'rsatuvchiga"**. Nomi yozilgan aktsiyada egasining ismi sharifi albatta yozilgan bo'lishi shart, agar aktsiyaning egasi yuridik shaxs bulsa, u xolda aktsiyaga korxonaning nomi yoziladi. Nomi yozilgan aktsiyalar odatda nisbatan balandrok Qiymatli Qilib chikariladi. Bu ularning fond bozoridagi muomalasi xususiyati bilan belgilanadi.

- **Oddiy va imtiyozli aktsiyalar**. Oddiy aktsiyalar xissadorlarning umumiy yigilishida ovoz huquqini beradi, bunday aktsiyalar buyicha olinadigan dividendlarning xajmi xissadorlik jamiyatining bir yil davomida ishlagan ishiga boglik, boshka biron-bir narsa bilan kafolatlanmagan. Oddiy aktsiyalarning egalari boshka kimmatli kogozlarning egalariga nisbatan kuprok mas'uliyatini zimmaga olganlikdari tufayli bunday aktsiyalar buyicha olinadigan dividendlar yukorirok Qilib belgilanadi.

Imtiyozli aktsiyalar ularning egasiga umumiy yigilishda (ba'zi xollardan tashkari) ovoz huquqini bermaydi. Bunday aktsiyalarning imtiyozligi shundayki, bir tomondan, jamiyatning xo'jalik faoliyati (daromadi) Qanday btslishidan kat'iy nazar, kafolatlangan dividendlarni olishi mumkin bulsa, ikkinchi tomondan, xissadorlik jamiyatining faoliyati tugatilganda aktsiyalar Qiymati btsyicha to'lovlar birinchi navbatda ana shunday aktsiyalarga tulanadi. Imtiyozli aktsiyalarning umumiy nominal Qiymati jamiyat nizom fondining 9 foizidan oshmasligi kerak.

Aktsiyada ko'rsatilgan pul summasi aktsiyaning nominal narxi hisoblanadi. Bu Qiymat aktsiyaning dastlabki baxosi bo'lib, bundan keyin uning bozorda xarakat kilishi uchun jiddiy axamiyatga ega emas, u fakat aktsiya egasi sarmoya ulushining xajmini ifodalaydi. Kupchilik mamlakatlarda, ayniksa, xissadorlik mulki etakchi urin tutgan mamlakatlarda (masalan, AQSh) aktsiyalar nominal narxi ko'rsatilmagan xolda chikariladi. Ularda fakat nizom fondi ma'lum xissalarga bulinganligi ko'rsatilgan.

Ayrim iktisodchilar xaridor aktsiyaga kancha pul tulashni lozim deb bilsa, aktsiyaning narxi xuddi ana shunchadir, deb xisoblashadi. Birok kupchilik mamlakatlarda aktsiyaning nominal narxi ko'rsatiladi.

Aktsiyalarda nominal narxining ko'rsatilishi fond bozori endigina rivojlanayotgan bizning respublikamizda xam uz axamiyatini saklaydi. Birinchidan, nominal aktsiya egasiga ruxiy ta'sir ko'rsatadi, unga bu shunchaki mavxum majburiyat emas, balki balki ma'lum bir xajmdagi mulkchilik unvoni deb xisoblash asosini beradi. Bundan tashkari, chikarilgan aktsiyalarning nominal narxidan xissadolik jamiyatining nizom fondi vujudga keladi, aktsiyalar nominalsiz chikishi ularni xisobga olishni kiyinlashtiradi. Nixoyat, aktsiyalar ikkilamchi bozorda sotiladigan ijobiy laj (nominal narx va kurs narxi urtasidagi fark) sarmoyadorlarga kompaniya ishlarining axvoli haqida ba'zi bir xulosalar chikarish imkonini beradi.

Turli mamlakatlarda aktsiyalarning minimal nominal narxi xar xil Qilib belgilangan. Masalan, Olmoniyada narxi - 50 marka, Frantsiyada - 90 frank, Yaponiyada - 90 ien va xokazo. O'zbekiston Respublikasining Qonunchiligiga ko'ra, aktsiyalarning minimal nominal narxi - 90 sumdir.

Aktsiyaning bozorda sotiladigan baxosi uning kursi sanaladi. Bu aktsiya Qiymatining asosiy shaklidir. Aktsiya kursi aktsiyaning xakikiy narxini aniklaydi. Kurs aktsiyalar buyicha olinadigan dividendga bohlik. Aktsiya kursining nominal narxdan yukorida bo'lishi **kajem** deb nomlanadi va aksincha, kursning aktsiya nominal narxidan pastda bo'lishi esa **dizajno** deyiladi. O'zbekiston Respublikasi xududida kimmatli kohozlarni, jumladan, aktsiyalarni muomalaga chikarish (depozit sertifikatlari va veksellardan tashkari) va ularni ro'yxatdan utkazish koidasi Moliya Vazirligi tomonidan tasdiklanadi. Qimmatli qog'ozlar bozorining faoliyati xamda ushbu qimmatli qog'ozlarga egalik qiluvchi sarmoyadorlarning huquqlari va burchlari "Qimmatli qog'ozlar bozori va fond birjasi to'g'risida", "Aktsiyadorlik jamiyatlar va aktsiyadorlarning huquqlarini ximoya kilish to'g'risida" gi qonunlarda belgilanib qo'yilgan.

Lizing - mashina, asbob-uskuna, transport vositalari, ishlab chikarish inshoatlarini uzok muddat foydalaniladigan tovarlar eksportini kreditlashning shakllaridan biri.

Lizing - bu investitsion tadbirkorlik faoliyati bo'lib, u mulkka egalik kilish va mulkni shartnoma asosida jismoniy va yuridik shaxsga ma'lum vakt va ma'lum to'lovga foydalanish uchun topshirish hisoblanadi.

Lizing - bu xarakatda bo'lgan va xarakatda bulmagan mulkni joylashtirish buyicha operatsiyalar bo'lib, u maxsus ravishda lizing firmasi tomonidan sotib olinadi va uning shaxsiy mulki bo'lib koladi, lekin uni tadbirkorlarga ijaraga beriladi. Odatda lizing mashina va asbob-uskunalarini kup muddatli ijaraga olinishi hisoblanadi. Xozirgi vaktida ishlab chikarish omillarini olish mumkin, ya'ni neftni Qayta ishlovchi komplekslardan tortib atom elektrostantsiyalarigacha, "Boing" samolyotlarini va avtomobillarini to ishxona asbob-uskunalarigacha, xattoki yirik koramollarni xam.

Xarakatda bo'lgan mulk - firmaning bir yil yoki belgilangan (normal) muddat vakti mobaynida tulaligicha pulga almashtirish yoki iste'mol Qilib tugatilishi kuzda tutilgan mulk deb aytiladi. Yoki boshkacha Qilib aytganda, ishlab chikarish jarayonida bir marta yoki kiska vakt ichida ishlatilib tugatiladigan ishlab chikarish vositalariga aytiladi. Misol uchun, elektroenergiya ishlab chikarishda ishlatiladigan kumir, kerosin, benzin kiradi. Chunki ular fakat bir marotaba ishlatiladi, enib bo'lgandan keyin tugaydi. Xarakatda bo'lgan mulkka yana misollar keltiradigan bulsak, ular kuyidagilardan iborat: pul, kimmabaxo kogoslar (bir yil muddatgacha belgilangan), kiska muddatli karzlar (bir yilgacha).

Xarakatda bulmagan mulk xarakatda bo'lgan mulkni koidasining aksi bo'ladi. Unga misol, er va bino kurilgan joylar tagidagi erlar, binolar, tsexlar, asbob-uskunalar, ishlab chikarish asbob-uskunalari va vositalar (transport va va xokazolar).

Lizingni asosiy xususiyatlari shundan iboratki, lizing ob'ektini oluvchi (misol uchun asbob-uskuna) uning Qiymatini tezda tulashi shart bulmaydi, balki uni tulashga kerakli mikdorda puli bulmasligi mumkin.

Lizing ob'ektidan foydalanganlik uchun tulash uzok vakt davom etadi, ya'ni lizing ob'ektini sotib oluvchi shartnoma asosida lizingni kissasidan tayinsiz olib, uni shartnomaning tugash muddati davomida tulab borishi mumkin. Lizing ob'ekti foyda olishga imkoniyat beradi, bu foyda orkali esa ob'ekt foyda olishga imkoniyat beradi, bu foyda orkali esa ob'ekt Qiymati tulash amalga oshiriladi, bu esa uz navbatida lizing firmasiga foyda hisoblanadi.

Lizing oddiygina ijaraga berish shakli emas, balki u moliyalashtirishdir.

Lizing so'zi (inglizcha "to lease" so'zidan olingan bo'lib, ijaraga berish, foydalanish uchun topshirish degan ma'nolarni anglatadi) 1877 yil "Bell" telefon kompaniyasi uzining apparatlarini sotmay, balki ijaraga berishga Qaror kilgandan keyin kunga kirdi, ya'ni foydalanish joriy etila boshlandi. Lekin lizing hoyasidan to birinchi lizing jamiyatini tuzishga ancha vakt ketdi. Birinchi mustakil lizing kompaniyasi "Yunayted" steys lizing korporeyshn" 1952 yili San-Frantsiskoda tashkil etilgan. Xozirgi vakda lizing barcha mamlakatlarda kapital kuyilmalarini moliyalashtirish hisoblanadi. Xar yilgi lizing orkali jamlanuvchi investitsiya xajmi xozirgi kelib 90 mlrd. dollardan oshdi; AQShdagi ishlab chikarishdagi kapital kuyilmalarning 25-30 % lizing orkali amalga oshiriladi; Buyuk Britaniyada -20% dan ortik; Olmoniyada - 15 %; Frantsiyada -16-17 % va xokazo. 80- yillar oxiri 90 yillar boshlarida bu ko'rsatkichlar buyicha Avstraliya birinchilikni ushlab turyapti, chunki lizing buyicha ishlab chikarishdagi (kapital kuyilmalarning) investitsiyalarni moliyalashtirish 30-33% ni tashkil etadi.

Lizingni asosan ikki turi mavjud: **moliyaviy** va **oddiy**.

Moliyaviy lizing - muayyan muddatda ijaraga beruvchining kapital xarakatlarini tulik koplashga etarli to'lovlardan iborat bo'lib, mulk egasiga bir mikdor foyda xam beradi.

Oddiy lizing - ijara davrida ijaraga olingan mulk kisman amortizatsiyalanadi. Lizing kompaniyasi asbob-uskunalar sotib olib, ularni ijarachi firmaga odatda bir yildan 9-15 yilgacha ijaraga beradi. Lizingda ijarachining shartnoma muddati tugagandan sung asbob-uskunalarni koldik Qiymat buyicha sotib olish (bu xolda egalik huquqi yangi soxibga utadi); yangi kelishuv asosida shartnoma muddatini chuzish; moddiy boyliklarni lizing kompaniyalariga Qaytarish va boshkalar kuzda tutilishi mumkin.

Lizing operatsiyalarini xisobga olish. Lizing shartnomalari tugallanmagan bitimlar bo'lib hisoblanadi va ikkala xamkorning balanslarida ko'rsatilmaydi. Bu degani, lizing oluvchining tulaydigan badallari uni xisobga majburiyat sifatida kirmaydi, va lizing beruvchi ularni talab sifatida xisoblamaydi. Buxgalteriya xisobi me'yorlariga binoan lizing oluvchi lizing badallarini buxgalteriya kitobiga joriy xarajatlar kabi kiritadi va bunda u foiz to'lovlari va amortizatsiya ajratmalarini cheklamaydi. Lizing shartnomasi ob'ekti buxgalteriya kitobiga lizing beruvchi kapital kuyilmasi singari utkaziladi va shuning uchun uning asosiy kapitali hisoblanadi.

Shunday Qilib, lizing beruvchi (ijaraga beruvchi) investitsion soliq imtiyozlaridan foydalanishi mumkin va oddiy amortizatsion xisob kitoblarini amalga oshirishi mumkin.

Lizing operatsiyalarining asosiy turlari:

Notulik to'lovli lizing - asbob-uskunaning butun jismoniy ishlash tsiklidan kichik bo'lgan muddatlarga imzolanadigan kelishuv. Lizing shartnomasining asosiy muddati mobaynida asbob-uskuna tulaligacha amortizatsiyalanmaydi va bu muddat tugashi bilan, koidaga asosan, ikki marotaba arendaga beriladi. Notulik to'lovli lizingga misol bo'lib, operativ lizing xizmat kiladi.

Operativ lizing - lizing beruvchining, asbob-uskunaning sotuv Qiymatini moliyalashtirish bilan birga lizing oluvchiga xizmat ko'rsatish, remont kilish va texnik konsultatsiya berish majburiyatlarini olgan notulik to'lovli lizing hisoblanadi.

Oxirgi yillarda *maxsuslashgan xizmat ko'rsatish lizingi* keng yoyildi. Bunda lizing beruvchi asbob-uskunaning remonti va xizmat ko'rsatilishiga tulaligicha javobgarlikni uz buyniga oladi. Lizing beruvchi bunda ma'lum mulk yoki mashina va asbob-uskunaning bir turiga ixtisoslashadi.

Tulik to'lovli lizing - mashina yoki asbob-uskunaning ishlash tsikliga teng muddatdagi davriga imzolanadigan lizing shartnomasidir. Bunda, lizing shartnomasining asosiy davrida lizing beruvchi asbob-uskunaning tulik sotish Qiymatini tulaligicha oladi. Bunday kelishuvlarga misol bo'lib, moliyaviy lizingni keltirsak bo'ladi. Moliyaviy lizing operatsiyalari orasida ajratilgan va kaytuvchi

lizingni aloxida ajratish kerak. Ajratilgan lizing moliyaviy lizingni murakkablashgan turi hisoblanadi. Ajratilgan lizing operatsiyalarida lizing firmasi ijaraga berilayotgan mulkning egasi mulkdor bo'lib va mulkdorning xamma huquq va majburiyatlarini uzida saklab kolgan xolda operatsiyaning fakat bir kismini moliyalashtiradi. Moliyaviy vositalarning katta kismi koida buyicha kattaroqi bank zayomlari yoki boshka zayom beruvchilar tomonidan ta'minlanadi. Kaytuvchi lizing operatsiyalarida esa fakatgina ikki tomon katnashadi - ma'lum mulkka ega shaxs va lizing firmasi. Mulkdor mulkini lizing firmasiga sotadi, sung uni moliyaviy lizing shartlariga asosan ijaraga oladi.

4. Sotish va sotib olish, dividend siyosati

Xar qanday korxonaning, xissadorlik jamiyatining moliyaviy axvoli barcha uchun befark emas. Chunki, ularning moliyaviy axvoli davlat, xissadorliklar va ta'sischilarning manfaatlariga bevosita ta'sir etadi. Shuning uchun korxonalarning moliyaviy axvolini baxolash katta axamiyatga ega.

Korxonalarda mulkiy va moliyaviy munosabatlarni rasmiy xujjatlashtirish uchun buxgalteriya xisobi olib boriladi. Davr oxirida u moliyaviy xisobot tuzish bilan yakunlanadi. Xujjatning moliyaviy xisobotlari esa xar 1 xo'jalik yili oxirida xissadorliklarning yoki ularning vakillarining umumiy yigilishida muxokama etiladi xamda tasdiklanadi.

Xujjatning ta'sis xujjatlari va ta'sis shartnomasida kuzda tutilgan takdirda unga kredit ajratuvchi bank muassasasiga, jamiyat ixtiyoriy a'zo bo'lgan assotsiatsiyalarga, birjalarga va boshka tashkilotlarga buxgalterlik xisobining nusxasi topshiriladi.

Uz mablagi yoki mulkini xujjat faoliyatiga safarbar etgan investor yoki kreditor mulkdan jamiyatning nechogli samarali foydalanganini baxolay olishi, foydaning va dividendning tugri xisoblanganiga ishonch xosil kilishi kerak. Moliyaviy xisobotning asosiy shakli buxgalterlik balansidir.

Yangicha xisobot balansida aktivlar va passivlarning tavsifi bozor iqtisodiyoti munosabatlariga muvofik keladigan darajada uz ifodasini topgan. Xujjatning aktivlari balansda jamiyat tomonidan xisobot davrida tasarrufida bo'lgan va uning nazoratiga olingan vositalar xamda bergan karzlarning Qiymati sifatida ifodalangan.

Passiv uzilishi vositalar Qiymati va tushadigan daromadlarning kamayishiga olib keladigan karz xamda kreditorlik karzi buyicha jamiyat zimmasidagi majburiyatlardir. Aktivlar Qiymatining passivlar Qiymatidan oshishi jamiyatning uziga karashli vositalarini tovarlar etadi va uning Qiymati xisobot balansining passivida, uziga karashli vositalar manbai bulimida ifodalanadi. Shu erda jamiyat foydasi xam uz foydasini topadi. Xujjatning yangicha balans aktivlarning 3 ta bulimi va passivlarning 3 ta bulimidan iborat. Balans aktivlarining 1-bulimida asosiy

vositalar nomaterial aktivlar, sarmoya sarflari va pudratchilarga berilgan avanslar, uzok muddatli moliyaviy kuyilmalar Qiymati ifodalanadi. Shu erda foydaning ishlatilishi, ziyonlar, xissador kuygan vositalar amalga oshirilgan xisob kitoblar xam ifodalanadi.

Balansning aktivismi 2-bulimida jamiyat ixtiyoridagi moddiylashgan aylanma vositalar: ishlab chikarish zaxiralari Qiymati, tugallanmagan ishlab chikarish, tayyor maxsulotlar va boshkalar to'g'risidagi ma'lumotlar beriladi. Ishlab chikarishdagi arzon vositalar, maxsus jixozlar va moslamalar, maxsus kiyimlar va poyafzal dastlabki Qiymatida ifodalanadi. Jamgarilgan emirilishi, eskirish Qiymatiga esa aloxida modda shaklida balans passivida ifodalanadi.

Balans aktivlarining 3- bulimida gaznadagi va bank schetidagi mavjud pul mablaglari, kiska muddatli Qiymatli kogoslar sotib olishga Qilingan sarflar va boshka sarmoya sarflari, tovarlar va xizmatlar buyicha debitorlik karzlari to'g'risida ma'lumotlar jamlangan.

Balans passivining 1-bulimida xujjatning uziga karashli aktivlari manbai tugri ma'lumotlar uz ifodasini topgan. Bu erda ustav fondi, maxsus fondlar, ta'minlash fondi, kelgusi davr daromadlari va balans foydasi, xisob-kitoblar va moliyaviy kapital kuyilmalari buyicha kreditorlik karzlarining xajmi kayd etiladi. Ushbu bulimda asosiy fondlar va nomaterial aktivlarining eskirishiga Qilingan ajratmalar, kam Qiymatli vositalar, kutilayotgan xarajatlar va to'lovlarni koplashiga ajratilgan rezerv mablaglari, xam sotilmagan tovarlar savdo ustamasining jamlangan Qiymati foydalaniladi.

Balans passivlarining 2- bulimida banklardan va boshka mablaglardan olingan kredit to'g'risidagi ma'lumotlar ifodalanadi. Shu bulimda barcha turdagi uzaytirilgan ssudalar buyicha jamiyatning bankdan karzi to'g'risidagi ma'lumotni xam ifoda etiladi. Balansda bank kreditlari 3 modda buyicha turlarga ajratiladi:

- kiska muddatli kreditlar (1yilga);
- urta muddatli kreditlar (1yildan 3yilgacha);
- uzok muddatli kreditlar (3 yildan ortik muddatga olingan kreditlar)

Balans passivlarining 3 - bulimida tulash muddati yuzaga kelgan kunidan boshlab, 1 yil mobaynida tugaydigan kiska muddatli kreditorlik karzlari ifodalanadi. Ushbu bulimda tulash muddati 1 yildan oshmaydigan veksellarga evaziga olingan karzlar xam ko'rsatiladi. Uzok muddatli veksellar bilan rasmiylashtirilgan karzlar esa balans passivining 2- bulimida "uzok muddatli karzlar" tarkibida ifodalanadi.

Balans foyda xo'jalik faoliyatining moliyaviy natijasi sifatida xar Qanday jamoa uchun katta ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyatga ega. Balans foyda mazmunan brutto ko'rsatkich bo'lib, xujjat undan foydaga kuyilgan soliqni tulagan kolgan sof foydaga egalik kiladi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida xujjatning barqarorligi sarmoyadorlarning diqqatini tortishi, boshka korxonalar bilan raqobatlashga olishi uning rentabellik darajasiga bog'lik. Xo'jalikning rentabelligi uning foydaliligi bo'lib, foyda summasining vositalar qiymati va sarmoyaga nisbatan foiz xisobidagi darajasini bildiradi. Tahlil amaliyotida 3 turdan iborat rentabellik ko'rsatkichlari:

- maxsulot rentabelligi;
- ishlab chikarish fondlari rentabelligi;
- korxonalarga kuyilgan kuyilmalar rentabelligi -hisoblanadi.

Ishlab chikarish fondlarining rentabelligi sotilgan maxsulot rentabelligi, fondlarning xajmi va tarkibi, aylanma vositalar aylanishi tezligi uzgarishi, foyda uzgarishi va boshka kuplab omillar ta'sir etadi.

Rentabellik ko'rsatkichlari sof foyda buyicha hisoblanadi.

QISQA XULOSALAR

Bozor iqtisodiyoti sharoitida tovar -pul munosabatlari amal kilishi moliyaviy zaruratni ifodalaydi. Moliya bozori- bu pul bozoridir.

Moliya bozori sarmoyalarning safarbar etilishini ragbatlantirib, bush turgan pul mablaglarini iqtisodiyotdagi turli soxalar urtasida Qayta taksimlanishini ta'minlab beradi.

Xususiylashtirishdan tushgan barcha mablagni davlat byudjetiga emas, balki xususiylashtirilgan korxonalarni Qo'llab- Quvvatlashga, xamda bozor infratuzilmasini rivojlantirishga yunaltirilgan dunyodagi kamdan-kam davlatlardan biri hisoblanadi.

Kreditlar kiska muddatli, urta muddatli, uzok muddatli kredit turlariga bulinadi. Lizingni asosiy xususiyati shundan iboratki, lizing ob'ekini oluvchi uning Qiymatini tezda tulashi shart bulmaydi, balki uni tulashga kerakli mikdorda puli bulmasligi mumkin. Lizingni moliyaviy va oddiy turlari mavjud. Korxonaning moliyaviy axvolini baxolash katta axamiyatga ega bo'lib, moliyaviy xisobotning asosiy shakli buxgalterlik balansidir. Balans foyda xo'jalik faoliyatining moliyaviy natijasi sifatida xar Qanday jamoa uchun katta ijtimoiy- iqtisodiy.

TAYANCH IBORALAR

Moliya, kredit operatsiyalarni sug'urta Qilish, aktsiya, aktsiya turlari, dividend siyosati, lizing, lizing operatsiyalari, moliyaviy xujjatlar, balans, moliyaviy bozor, inflyatsiya, tavakkalchilik omili, kredit, kredit turlari, balans tahlili, rentabellik tahlili.

NAZORAT UCHUN SAVOLLARI

1. Korxonaning moliyaviy soxasi deganda nimani tushushnasiz?
2. Korxonaning moliya bozori va uni funktsiyalari haqida tushuncha bering.
3. Kreditni Qanday turlarini bilasiz?
4. Kredit operatsiyalarini sug'urta kilish Qanday amalga oshiriladi?
5. Lizing nima?
6. Lizing kontraktini asosiy bulimlari nimadan iborat?
7. Aktsiyalarni chikarish va joylashtirish Qanday amalga oshiriladi?
8. Aktsiyalarni Qanday turlarini bilasiz?
9. Korxonaning moliyaviy axvolini baxolashning axamiyati nimada?
10. Korxonaning asosiy moliyaviy xujjatlariga nimalar kiradi?
11. Balans va rentabellik tahlilini Qanday amalga oshiriladi?

Adabiyotlar ro'yxati

Asosiy adabiyotlar:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Tadbirkorlik subektlari tomonidan taqdim etiladigan hisobot tizimini takomillashtirish va uni noQonuniy talab etganligi uchun javobgarlikni kuchaytirish to'g'risida"gi Farmoni G'G' Xalq so'zi, 2005, 17 iyun.
2. Karimov I.A. "Bizning bosh maqsadimiz – jamiyatni demokratlashtirish va yangilash, mamlakatni modernizatsiya va isloh etishdir". O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Oliy Majlis Qonunchilik palatasi va Senatining Qushma majlisidagi ma'ruzasi G'G' Xalq so'zi, 2005, 29 yanvar, 20-son.
3. Osnovo' biznesa. Uchebnik. –M.: Market Ds, 2003.
4. Xodiev B.Yu., Qosimova M.S., Samadov A.N., Muxiddinova U.S. Kichik biznesni boshqarish. –T.: "O'qituvchi", 2003.
5. Abdullaev Yo., Karimov F. Kichik biznes va tadbirkorlik asoslari.-T.: Mehnat, 2000.

10-bob. KICHIK BIZNES MOLIYAVIY FAOLIYATI VA KREDIT BILAN TA'MINLASH SHAKILLARI

Reja:

1. Kredit turlari va kredit operatsiyalarini so'g'urta qilish
2. Kichik karxonalar moliyaviy xolatini taxlil qilish, rejalashtirish va boshqarish
3. Kichik karxonalarning asosiy moliyaviy xujjatlari

1. Kredit turlari va kredit operatsiyalarini so'g'urta qilish

Kichik biznesni kredit bilan ta'minlash deganda, bu ularga pul yoki tovar shaklidagi vositalarni ma'lum muddatga haq to'lash sharti bilan qarzga olish va qaytarib berish yuzasidan kelib chiqadigan munosabatlar tushuniladi.

Kredit munosabati da ikki subyektning biri pul egasi, ya'ni qarz beruvchi; ikkinchisi pulga muhtoj, ya'ni qarz oluvchi o'rtasida yuzaga keladi. Kredit, tovar va pul ko'rinishidagi mablag'larni qaytarib berish, muddatlilik va foiz to'lash shartlari asosida berish natijasida yuzaga keladi.

Kredit berish muddatiga ko'ra, uch turga bo'linadi:

1. Qisqa muddatli kreditlar (muddati bir yilgacha bo'lgan kreditlar).
2. O'rta muddatli kreditlar (muddati bir yildan uch yilgacha bo'lgan kreditlar).
3. Uzoq muddatli kreditlar (muddati uch yildan ortiq kreditlar).

Xalqaro kreditlar berilish muddatiga ko'ra birmuncha farq qiladi. Bunda bir yildan besh yilgacha muddatga berilgan kreditlar o'rta muddatli, besh yil va undan ortiq muddatga berilgan kreditlar uzoq muddatli kreditlar deb hisoblanadi.

Kredit va moliya tushunchalari o'rtasida bir tomondan, umumiylik bo'lsa, ikkinchi tomondan, farqli jihatlar mavjud.

Agar moliya barcha xo'jalik subyektlarining o'ziga tegishli pul mablag'lari xususidagi aloqalarni anglatasa, kredit, bundan farqliroq, o'zga mulki bo'lgan pulni qarzga olib ishlatish borasidagi munosabatlarni bildiradi va bozor munosabatlarining bir elementi hisoblanadi.

Moliya bilan kreditning umumiyligi shuki, ularning har ikkalasi ham pul mablag'lari yuzasidan bo'lgan munosabatlarni jamlash va ishlatish usulining turlicha bo'lishidan kelib chiqadi.

Moliyada o'z mulki bo'lgan pul resurslarini xohlagan vaqtda, hech qanday xarajatsiz ishlatishi mumkin. Kredit esa o'zgalar pul mablag'ini haq to'lagan holda vaqtincha ishlatib turish va muddati kelganda qaytarib berishni anglatadi. Kredit tovar-pul munosabatlariga xos va pul harakatini bildiruvchi kategoriyadir.

Kredit subyektlari har xil bo'lishi mumkin. Bularga korxona, firma, tashkilot, davlat va turli toifadagi aholi kiradi.

Kredit obyekt har qanday pul emas, balki faqat vaqtincha bo'sh turgan, berilishi mumkin bo'lgan pullar va tovarlardir.

Bo'sh pul uch xil bo'ladi:

- tadbirkorlar yoki katta puldorlar qo'lidagi pul, ya'ni kapital;

- aholi qoʻlidagi pul ertami-kechmi ehtiyojni qondirish uchun toʻplangan pul, egasi qoʻlida kapital emas, balki isteʼmolni qondirish vositasi;

- davlat ixtiyoridagi pul. Bu pul ham kapital (davlat korxonasi uchun), ham umumiy isteʼmol pulidir.

Qayd qilingan boʻsh pullar ssuda fondini (qarz fondini) tashkil etadi. Boʻsh pullar quyidagi manbalardan kelib chiqadi:

- amortizatsiya pulining muddati tugagunga qadar toʻplanib borishi. Amortizatsiya puli har yili ajratiladi va u bir necha yildan keyin ishlatilishi sababli maʼlum davr boʻsh turadi;

- ishlab chiqarishni oʻstirish uchun foydadan investitsiya puli muqim ajratib boriladi, lekin bu pulni maʼlum miqdorda yigʻilgandan soʻng investitsiya qilish mumkin;

- xomashyo, yoqilgʻi va materiallar uchun oldin sarflangan pul tovar sotilishi bilan egasiga qaytarib beriladi, lekin ularni yangidan sotib olish shu vaqtning oʻzida yuz bermaydi. Ammo bu mablagʻlar dastlab joriy schyotga kelib tushadi. Bu resurslar depozit qilib rasmiylashtirilgandan keyingina kredit resurslari sifatida hisobga olinadi;

- foydadan ajratilgan ijtimoiy fondlar pulining kelib tushish vaqti bilan ishlatish vaqti ham toʻgʻri kelmaydi, natijada pul boʻsh qoladi;

- ish haqi pulining kelib tushishi va sarflanishi bir vaqtda yuz bermaydi. Maʼlumki, tovar sotilgach, pul tushib turaveradi, ish haqi har kuni emas, har 15 kundan soʻng beriladi. Natijada, ish haqi fondining puli ham boʻsh turishi mumkin;

- fuqarolarning isteʼmolchi sifatida qarilikni taʼminlash, qimmatbaho tovar olish, sayohat qilish yoki katta marosim oʻtkazish uchun jamlangan puli boʻladi, u yetarli miqdorga borguncha, yoki ishlatish fursati kelguncha boʻsh turadi;

- davlat budjetiga pul daromadlarining kelib tushishi va ularning sarflanishi ham bir vaqtda yuz bermaydi;

- turli-tuman xayr-ehson va sugʻurta pullarining hosil boʻlishi va ishlatilishi ham turli vaqtda yuz berganidan, uning bir qismi sarflanmay, boʻsh turib qoladi.

Xullas, jamiyatdagi pul resurslari harakatining notekis boʻlishi, bir qism pulning boʻsh qolib, qarz fondiga aylanishi uchun imkon beradi.

Kredit toʻrt xil vazifani bajaradi:

Birinchidan, pulga tenglashtirilgan toʻlov vositalari (masalan, veksel, chek, sertifikat va hokazolar)ni yuzaga chiqarib, ularni xoʻjalik aylanmasiga jalb qiladi.

Ikkinchidan, boʻsh pul mablagʻlarini harakatdagi, ishdagi kapitalga aylantirib, pulni pul topadi, degan qoidani amalga oshiradi.

Uchinchidan, qarz berish orqali pul mablagʻlarini turli tarmoqlar oʻrtasida qayta taqsimlash bilan ishlab chiqarish resurslarining koʻchib turishini taʼminlaydi.

Toʻrtinchidan, qarz berish, qarzni undirish vositalari orqali iqtisodiy oʻsish ragʻbatlantiriladi.

Kredit va undan foydalanishda turli natijalarga erishiladi. Bu natijalar ijobiy yoki salbiy boʻlishi mumkin. Ijobiy natijalar deganda, kreditdan samarali foydalanish natijasida qoʻlga kiritilgan yutuqlar tushuniladi. Masalan, Andijonning Asaka shahrida asosan, bank krediti hisobidan qurilayotgan yangi avtomobil zavodi

respublikaning yengil avtomobillarga ehtiyojini ma'lum darajada qondirsa va jahon bozorida munosib o'rin egallasa, bu kreditning ijobiy yo'li hisoblanadi.

Kreditning salbiy roli, asosan, quyidagi ikki holatda namoyon bo'ladi:

- kredit turli yo'llar bilan asossiz ravishda ko'p berilsa va oqibatda pul massasi ko'payib, milliy pul qadrsizlansa;

- agar olingan xalqaro kreditlardan samarali foydalanilmasa va mamlakat boshqa daromad manbalari, masalan, oltinini sotish hisobidan kreditni qaytarsa.

Kredit aloqalari pul egasi bilan qarz oluvchi o'rtasida bevosita va bilvosita bo'lishi mumkin. Birinchi holda ular to'g'ridan-to'g'ri muomalaga kirishadi. Ikkinchi holda ular aloqachi vositachilar orqali yuz beradi. Shunga qarab, kreditning quyidagi asosiy shakllari kelib chiqadi:

1. Tijorat krediti.
2. Bank krediti.
3. Iste'molchi krediti.
4. Davlat krediti.
5. Xalqaro kredit.

Tijorat krediti sotuvchilarning xaridorlarga tovar shaklida beriladigan kreditidir. Bunda tovarlar ma'lum muddatda pulini to'lash sharti bilan nasiyaga beriladi. Tijorat kreditini nasiyaga oluvchi uning egasiga veksel (qarzning majburiyatnomasi)ni beradi.

Nasiyaga olish orqali berilgan qarz yig'indisi tovarning o'z narxi va miqdoriga bog'liq bo'ladi. Masalan, 1000 metr duxoba nasiyaga har bir metri 2 dollardan beriladi. Bunda duxoba egasining xaridorga bergan qarzi 2000 dollarni (1000×2) tashkil etadi.

Tijorat kreditida foiz nasiyaga sotilgan duxoba narxiga ustama shaklini oladi, shu sababli, duxoba nasiyaga o'z narxidan yuqori narxda beriladi. Masalan, duxoba naqd pulga har metri 2 dollardan sotilsa, nasiyaga 2,5 dollar ustama foiz bo'ladi. Bizning misolimizda 1000 metr duxobaga ustama 500 dollarni tashkil etadi ($1000 \times 2,5 = 2500$; $2500 - 2000 = 500$).

Tijorat krediti berishning, asosan, beshta usuli mavjud:

- veksel usuli;
- ochiq schyot orqali berish, chegirma berish usuli;
- mavsumiy kredit;
- konsignatsiya.

Veksel usulida tovar yetkazib berilganda sotuvchi xaridorga trattani taqdim etadi. Xaridor o'z navbatida, uni akseptlaydi, ya'ni trattada ko'rsatilgan summani o'z vaqtida to'lashga rozilik beradi.

Ochiq schyot orqali tijorat kreditini berishning mazmuni shundaki, xaridor tovarga buyurtma berishi bilanoq u yuklab jo'natiladi, to'lov esa o'rnatilgan muddatlarga vaqt-vaqti bilan amalga oshirib boriladi. Bunda xaridor har gal tovar olishda kreditni rasmiylashtirib o'tirmaydi, ya'ni kreditga murojaat etmaydi.

Chegirma berish usulida xaridor to'lov hujjatlari yozilgandan so'ng, shartnomada kelishilgan ma'lum davr ichida to'lovni amalga oshirsa, to'lov yig'indisidan chegirma beriladi. Agar ushbu davr ichida to'lay olmasa, unda to'lovni belgilangan muddatda to'liq amalga oshiradi.

Mavsumiy kredit, odatda, o'yinchoqlar, suvenirlar va boshqa keng iste'mol mollarini sotishda keng qo'llaniladi. Masalan, chakana savdo tashkilotlari yil davomida archa o'yinchoqlarini sotib oladilar va shu yo'l bilan o'yinchoqlar uchun katta zahira to'playdilar, o'yinchoqlar haqini esa yangi yil bayrami o'tgandan so'ng yanvar-fevral oylarida to'laydilar. Ishlab chiqaruvchilar uchun bunday usulning qulayligi shundaki, ular o'yinchoqlarni omborlarda saqlash xarajatlaridan xolos bo'ladilar.

Konsignatsiya shunday usulki, bunda sotib oluvchilar tovarlarni majburiyatsiz sotib oladilar, ya'ni tovar sotilgandan so'ng puli to'lanadi. Agar tovar sotilmay qolsa, u egasiga qaytarib beriladi.

Bank krediti. Bank va boshqa kredit tashkilotlari pulni uning sohiblariga foiz to'lash sharti bilan o'z qo'lida jamlaydilar va o'z nomidan qarzga berib, foiz oladilar. Bunda uch subyekt:

- pul egasi;
- kredit tashkiloti;
- qarz oluvchining kredit aloqasi paydo bo'ladi.

Banklar orasida tijorat banklari markaziy bo'g'in hisoblanadi. O'zbekiston Respublikasining «Banklar va bank faoliyati» to'g'risidagi qonuniga ko'ra, tijorat banklari aksiyali, pay asosida tashkil topgan va xususiy bo'ladiki, ular «kredit hisob-kitob va o'zga xil bank xizmati»ni ko'rsatadilar.

Banklar qarzni ishonchli, pulni samarali ishlatishga qodir xo'jalik subyektlariga qarz beradilar. Ular, o'z navbatida, bu pulni investitsiya uchun sarflab, iqtisodiyotni o'stirishga erishadilar. Bank ishonchli mijozlarni tanlagan holda, qarzni ularning mol-mulki yoxud boshqa boyligi garovga qo'yilgan sharoitda beradi. Masalan, bank fermerga 15000 dollar qarz bersa, uning garovga qo'yilgan mulki qiymati shu summadan kam bo'lmasligi kerak.

Iste'molchi krediti. Tijorat banklari tadbirkorlik uchun firmalarga, iste'molchilarga tovar sotib olish uchun qarz beradi. Buning natijasida iste'molchi krediti paydo bo'ladi. Masalan, AQSHda banklar iste'molchilarga kredit kartochkalari beradi, ularga narxi 2500 dollarga qadar tovarlar xarid etiladi, xarid puli banklar va do'konlar bergan schyotga qarab to'lanadi. Bunday kredit g'oyat imtiyozli bo'ladi, uning foizi boshqacha qarz foizidan kam bo'ladi, hatto foizsiz ham bo'lishi mumkin.

Iste'molchi krediti aholining iste'mol ehtiyojlarini qondirishga mo'ljallangan. U tovar va pul shaklida bo'lishi mumkin. Xususan, yakka tartibda uy-joy qurish maqsadlariga beriladigan uzoq muddatli kreditlar pul shaklidagi iste'molchi kreditlaridir.

Davlat krediti. Banklar davlatga ham qarz beradi. Shu bilan birga undan qarz ham oladi. Bunda davlat krediti paydo bo'ladi. Qarz va uning foizi budget hisobidan qaytariladi. Davlat krediti sharoitida qarz beruvchilar kamdan-kam hollarda banklar bo'ladi. Ko'pincha bu vazifani aholi, firma, korxona va tashkilotlar bajaradi.

Davlat qarzni turli shaklda, avvalo, davlat zayomlari shaklida oladi. Zayom davlatning qarzдорlik guvohnomasi bo'lib, u qarzni vaqti kelganda qaytarib olish va foiz to'lashni kafolatlaydi. Zayomlarni markaziy va mahalliy hokimiyatlar chiqaradi.

Zayomlar qarz haqi to'lash jihatdan foiz to'lanadigan, yutuq chiqadigan, ham yutuq, ham foiz beriladigan va ba'zan, foizsiz ham bo'ladi.

Kredit munosabatlarida davlat faqat qarzidor vazifasini o'tamay, qarz beruvchi rolini ham bajaradi. Davlat o'z mablag'lari hisobiga bankda qarz fondini tashkil etadi, xazinadan qarz ham beradi. Xazina qarzi davlat budjetidan korxona, firma va tashkilotlarga ularning moliyaviy sanatsiyasi uchun sarflanadi. Mazkur qarz ham ma'lum muddatga, qaytarib berish va foiz to'lash sharti bilan beriladi. Ammo foiz g'oyat imtiyozli bo'ladi va daromad olishni ko'zlamaydi. Davlat o'z qarzidan voz kechishi ham mumkin.

Xalqaro kredit ssuda kapitalining xalqaro miqyosdagi harakati bo'lib, bu harakat tovar va valyuta ko'rinishidagi mablag'larni qaytarib berish, muddatlilik va haq to'lash asosida berish bilan bog'liqdir.

Xalqaro kredit munosabatlarida qatnashuvchi subyektlar bo'lib, tijorat banklari, markaziy banklar, davlat organlari, hukumat, yirik korporatsiyalar hamda xalqaro va mintaqaviy moliya-kredit tashkilotlari hisoblanadi.

Xalqaro kreditning asosiy shakllari sifatida firmaviy kredit, akseptli kredit, akseptli-rambursli kreditlarni ko'rsatish mumkin.

Firmaviy kredit bir mamlakat firmasi tomonidan ikkinchi mamlakatdagi firmaga berilgan kreditdir. Uning eng keng tarqalgan turi bu eksportchining importchiga tovarlarni to'lov muddatini kechiktirish asosida sotishga asoslangan kreditdir.

Akseptli kredit yirik banklar tomonidan trattalarni akseptlash shaklida beriladigan kreditlar. Agar eksport qiluvchi import qiluvchining to'lovga qobilligiga shubha qilsa yoki to'lov yig'indisini tezda olishni xohlasa, ushbu kreditdan foydalaniladi.

Akseptli-rambursli kreditning ma'nosi shundaki, eksport qiluvchining vekseli uchinchi mamlakat banki tomonidan akseptlanadi va importchi vekselda ko'rsatilgan yig'indini akseptlangan bankiga o'tkazadi.

Ma'lumki, xususiy banklar ham xalqaro tashkilotlar (Xalqaro valyuta fondi, Yevropa tiklanish va taraqqiyot banki, Osiyo rivojlanish banki va boshqalar) kabi xalqaro kreditlar beradilar. Ammo ularning kreditlarning berish shartlari o'zaro jiddiy farq qiladi.

Bu farqlar quyidagilardan iborat:

- xalqaro tashkilotlar, odatda, uzoq muddatli kreditlar beradi. Xususiy banklar esa, asosan qisqa muddatli kreditlar berish bilan shug'ullanadi;

- xalqaro tashkilotlar beradigan kreditlarning foiz stavkasi kichik. Odatda, yiliga 7-9%ni tashkil etadi. Xususiy banklarniki esa nisbatan yuqori, ko'pchilik hollarda 18-20%dan iborat bo'ladi;

- xalqaro tashkilotlar iqtisodiyotni barqarorlashtirish dasturlari asosida kredit beradi. Bunda aniq dasturlar ularning ekspertlari tomonidan ko'rib chiqiladi. Bundan tashqari xalqaro tashkilotlar kredit oluvchi mamlakatlardan ma'lum ko'rsatkichlarga budjet defitsitini yalpi ichki mahsulotga nisbatan ma'lum nisbati, inflyatsiyaning oylik darajasi va hokazolarga rioya etilishini talab qiladi; xususiy banklar esa, bu tahlildagi dasturlarga, ko'rsatkichlarga rioya qilishni talab etmaydi;

-xususiy banklar beradigan xalqaro kreditlar hajmida ta'minlangan kreditlarning salmog'i katta bo'ladi. Xalqaro tashkilotlarning kreditida esa aksincha, ularning salmog'i, odatda, kichik bo'ladi.

Kredit jamiyatdagi vaqtinchalik bo'sh pul mablag'larini pullarga ehtiyojmand subyektlar o'rtasida taqsimlaydi. Bu taqsimlash jarayoni qayta taqsimlash deyiladi, chunki bu mablag'lar moliya kategoriyasi yordamida birlamchi taqsimlash jarayonidan o'tgan mablag'lardir. Bizga ma'lumki, moliya kategoriyasi yordamida milliy daromad dastlabki taqsimlanganda to'rt yirik qismga bo'linib ketadi:

- moddiy ishlab chiqarish sohasida band xodimlarning ish haqi;
- moddiy ishlab chiqarish sohasidagi korxonalarning foydasi;
- banklar bergan kredit uchun foiz stavkasi;
- yer egalarining er rentasi.

Bu pul mablag'lari banklarning kredit resurslari uchun manba hisoblanadi. Masalan, ish haqini olaylik, korxonalarda ish haqi, odatda, oyiga 2 marta to'lanadi. Ish haqiga mo'ljallangan mablag'lar ishlatilgunga qadar kredit berish maqsadlariga ishlatilishi mumkin. Yoki korxonalar foydasi hisobidan tashkil etiladigan fondlarni olaylik. Ular ham kredit resursi sifatida ishlatiladi.

Kreditning asosiy sharti qarz uchun haq to'lash. Bu haq qarz qilingan summaga nisbatan foiz hisobida olinganidan uni **qarz foizi** yoki **kreditning foiz stavkasi** deb yuritiladi. Qarz foizi pul bozorida amal qiladi. Bozorga chiqarilgan pulning narxi foiz bo'ladi. Boshqa tovarlardan farqliroq, qarz pulining narxi uning ma'lum to'lov ehtiyojini qondirish xossasidagi foydalanganlik uchun beriladigan haq bo'ladi. Qarz puli kapital sifatida yoki odatdagi to'lov yoki xarid vositasida qo'llaniladi.

Mana shuning uchun ham qarzдор shaxs pul egasiga foiz stavkasini to'laydi. Foiz stavkasi oldindan belgilanadi.

Kreditning foiz stavkasi quyidagi formula yordamida aniqlanadi:

$$\text{KFS} = \frac{\text{KF}}{\text{KM}} \cdot 100;$$

Bu yerda, KFS kreditning foiz stavkasi, %;

KF - qarz foizi, so'm;

KM - qarz miqdori, so'm.

Kreditlarning foiz stavkasi mamlakatning ssuda kapitallari bozorida aniqlanadi. Xalqaro kreditlarning foiz stavkasi esa jahon ssuda kapitallari bozorida aniqlanib, bu bozorlarning asosiy qismi London, Tokio, Nyu-York, Frankfurt, Parij va Bryussel shaharlarida joylashgan.

Kreditlarning foiz stavkasi turli omillar ta'sirida o'zgarib turadi. Bu omillarning asosiylari quyidagilardir:

Pul bozoridagi talab va taklifning nisbati, ya'ni bozorda qanday miqdorda qarz puliga talab bor va unga nisbatan qanday miqdorda qarzga beriladigan pul chiqarilgan. Talab oshsa, foiz ortadi, taklif tushsa, u kamayadi.

Qarzga olinadigan pulni ishlatishdan kutiladigan naf darajasi, aniqrog'i shu pulning iste'mol qiymati. Qarz puli tadbirkor uchun ko'p foyda keltirsa yoki iste'molchi ehtiyojini to'laroq qondirsa, foiz yuqori bo'ladi, aks holda u pasayib ketadi. Bunda pulni hozir ishlatishdan tegadigan naf taqqoslanadi.

Qarzni to'lash muddati va sharti. Agar qarz uzoq muddatga berilib, uni sekin-asta, kichik-kichik qismlarga bo'lib, bimalol qaytarish mumkin bo'lsa, qarzdor yuqori foizga rozi bo'ladi. Agar qarz qisqa vaqtga berilsa va uni bir yo'la to'lash shart bo'lsa, qarzdor past foizni ma'qul ko'radi. Gap shundaki, qarz qanchalik uzoq muddatga berilsa, shunchalik uni ishlatib, daromad ko'rish mumkin va shu hisobdan foiz to'lash oson bo'ladi.

Qarzning qanday pul bilan berilishi. Agar qarz erkin konvertirlangan valyutada berilsa, foiz yuqori belgilanadi, agar u oddiy valyutada berilsa, foiz nisbatan past o'rnatiladi. Konvertirlangan pul nufuzli bo'lgani uchun uni ishlatish oson, undan tezda daromad ko'rish mumkin.

Inflyatsiya darajasi. Inflyatsiya yuz bersa, qarzga berilgan pul egasiga qaytib kelgunicha o'z qadrini qisman yo'qotadi. Bunda pul egasi yutqazadi. Shu sababli foiz inflyatsiyani hisobga olib o'rnatiladi. Foiz inflyatsiya shiddatiga nisbatan to'g'ri mutanosiblikda o'zgaradi.

Pulni qarz berishdan ko'ra boshqa yo'sinda ishlatishdan tushadigan daromad. Bunda pul egasining afzal ko'rish prinsipi amal qiladi. Agar aksiya dividendi yuqori bo'lsa, foiz pasayadi va aksincha. Agar aksiyaga 15% dividend berilsa, foiz undan yuqori bo'lishi shart. Aks holda pul egasi uni qarzga bermay, aksiya sotib olishni afzal ko'radi.

Qarz berishning xatar darajasi . Agar qarzning qaytib kelishi kafolatlansa, foiz past, agar bu xatarli bo'lib, qarz qaytishi shubhali bo'lsa, foiz yuqori bo'ladi. Odatda, moliyaviy baquvvat va nufuzli firmalar uchun foiz tayinlanadi. Yuqori va past foiz o'rtasidagi farq pul egalari uchun ma'lum darajada qarz xatarini kamaytiradi, chunki bir yerda foizning kamligi, boshqa yerda uning ortiq bo'lishi bilan qoplanadi.

2. Kichik korxonalar moliyaviy xolatini taxlil qilish, rejalashtirish va boshqarish

Kichik biznes korxonalarining moliyaviy faoliyati ularning davlat, boshqa korxonalar, tashkilotlar va shaxslar bilan o'zaro munosabatini tartibga solish bilan bog'liq pul hisob-kitoblarini ifodalaydi.

Kichik biznes korxonalarining ish faoliyati uning moliyaviy holati bilan chambarchas bog'langanidir. Moliyaviy holat korxonaning har tomonlama faoliyatining natijalarini aks ettiradi va rejada belgilangan ishlarning bajarilishiga ta'sir ko'rsatadi. Har bir kichik korxonaning moliyaviy xo'jalik faoliyati to'g'ri olib borilishi muhim ahamiyat kasb etadi.

Korxonalar faoliyatining moliyaviy natijalarini ifodalovchi ko'rsatkichlardan asosiysi foydadir. Korxonalar foydasining turlari quyidagilardan iborat:

a) mahsulotlar sotishdan tushgan yalpi foyda (YAF). Bu sotishdan tushgan sof tushum (ST) va sotilgan mahsulotning tannarxi (MT) o'rtasidagi farqdan iborat, ya'ni

$$\text{YAF} = \text{ST} - \text{MT};$$

b) asosiy ishlab chiqarish faoliyatidan tushgan foyda (ICHF). Bu ma'lum davr ichida mahsulotlar sotishdan tushgan yalpi foyda (YAF) va xarajatlar (Aharaj.)

o`rtasidagi farq va plyus boshqa asosiy faoliyat sohalari daromadlari (Bdar.) yoki kamomadlari (Bkam.) ayirmasidan iborat, ya'ni:

$$\text{ICHF q YAF} - A_{\text{haraj.}} Q B_{\text{dar.}} B_{\text{kam.}};$$

v) umumiy xo`jalik faoliyatidagi foyda (UXF). Bu algebrik ifodalar yig`indisi tarzida ifodalanadi: asosiy faoliyatidagi foyda (AFF) plyus dividendlar (DD) va foizlar bo`yicha daromadlar (FD) plyus (yoki minus) chet el valyutalari bo`yicha operatsiyalaridan olingan daromadlar (yoki kamomadlar) (CHEV) plyus (yoki minus) qimmatbaho qog`ozlarni qayta baholashdagi daromadlar (yoki kamomadlar) (KKKB) minus foizlar bo`yicha xarajatlardan (FX) iborat, ya'ni:

$$\text{UXF q AFF Q DD Q FD} \pm \text{CHEV} \pm \text{KKKB FX};$$

g) soliq to`lovlarigacha bo`lgan foyda (SF). Bu ko`rsatkich ham algebrik ifodalar yig`indisi tarzida ifodalanib, umumiy xo`jalik faoliyatidagi foyda (UXF) va tasodifiy (ko`zda tutilmagan) foyda yoki kamomadlar (TFK) saldosiidan iborat, ya'ni:

$$\text{SF q UXF} \pm \text{TFK};$$

d) yillik sof foyda (YSF). Bu barcha soliqlarni to`lab bo`lgandan so`ng korxona hisobiga qoladigan daromad, ya'ni soliq to`lovlarigacha bo`lgan foydadan (SF), daromad yoki foyda solig`ini (FS) hamda boshqa soliqlar yoki to`lovlarni (BS) olib tashlangandan keyin qolgan qismidir, ya'ni:

$$\text{YSF q SF} - \text{FS} - \text{BS};$$

Korxonalarning xo`jalik faoliyatini yuritishi davomida kelib chiqadigan xarajatlar o`z xususiyatlariga ko`ra quyidagicha tasniflanadi:

Mahsulotlarning ishlab chiqarish tannarxi:

- a) to`g`ri va egri moddiy xarajatlar;
- b) to`g`ri va egri mehnat xarajatlari;
- v) boshqa to`g`ri va egri xarajatlar.

Ma'lum davrdagi xarajatlar:

- a) sotish bilan bog`liq xarajatlar;
- b) boshqarish bilan bog`liq xarajatlar (ma'muriy xarajatlar);
- v) boshqa jarayonlar bilan bog`liq xarajatlar.

Moliyaviy faoliyat bilan bog`liq xarajatlar:

- a) foizlar bo`yicha xarajatlar;
- b) xorijiy valyutalar bilan bog`liq operatsiyalarda kurslarning salbiy farqi;
- v) qimmatbaho qog`ozlarni qayta baholash;
- g) moliyaviy faoliyat bilan bog`liq boshqa xarajatlar.

Tasodifiy xarajatlar (tabiiy ofatlar natijasida kelib chiqadigan xarajatlar).

Korxonalarning xo'jalik faoliyatining yuritishi davomida kelib tushadigan daromadlari o'z xususiyatlariga ko'ra quyidagicha guruhlanadi va u hisobotlarda quyidagi asosiy bo'limlar bo'yicha aks etadi:

- sotishdan tushgan sof tushumlar;
- asosiy faoliyat sohalaridagi boshqa daromadlar (operatsion daromadlar);
- moliyaviy faoliyat sohalaridagi daromadlar;
- tasodifiy daromadlar.

Sotishdan tushgan sof tushumlar mahsulotlar (ishlar, xizmatlar)ni sotishdan tushgan tushumlardan qo'shimcha qiymat solig'i, aksiz solig'i, eksport solig'i (sotib oluvchi tomonidan beriladigan ayrim skidkalar) va boshqa to'lov hamda ajratmalarni olib tashlagandan keyin qolgan qismi sifatida hisoblanadi.

Korxonalarning eksport faoliyati bilan bog'liq operatsiyalardan tushgan foyda va daromadlarni hisoblash, mahsulotlar (ishlar, xizmatlar)ni sotishdan tushgan tushumlar hajmini aniqlash kabi belgilangan tartibda amalga oshiriladi.

Asosiy faoliyat sohalaridagi boshqa daromadlar (operatsion daromadlar) hisobot bo'limining «Boshqa daromadlar va tushumlar» moddasida ko'rsatiladi.

Ushbu daromadlarga:

- xo'jalik shartnomalari shartlarini buzganlik uchun turli xildagi sanksiyalar, jarimalar, penyalari, shuningdek keltirilgan zarar va kamomadlarni qoplash;
- hisobot yilida, o'tgan yildagi daromadlar va foydalarni hisoblash natijasida topilgan summa;

- mahsulotlar (ishlar, xizmatlar)ni sotish yoki ishlab chiqarish jarayonlari bilan bog'liq bo'lmagan boshqa daromadlar, ya'ni renta daromadlari, xizmat ko'rsatish tarmoqlaridan tushgan daromadlar, korxona tizimidagi oshxonalar va kafelar hisobidan kelib tushadigan tushumlar;

- asosiy fondlar va korxonaning boshqa mol-mulkklarining faoliyatidan kelib tushadigan moliyaviy daromadlar kiradi.

Moliyaviy faoliyat sohalaridagi daromadlar quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- royalti (litsenziya bitimida ko'rsatilgan narsadan foydalanish huquqi uchun sotuvchiga vaqt-vaqti bilan pul o'tkazib turish) va transfert (egasining nomi yozilgan qimmatbaho qog'ozlarni bir kishi nomidan boshqa kishiga o'tkazish) kapitallarini to'plash;

- korxona tizimida faoliyat ko'rsatayotgan tarmoqlarning qimmatbaho qog'ozlarga qo'shgan ulushlaridan kelib tushadigan dividendlar hisobidagi daromadlar;

- valyuta schyotlari bo'yicha kurslar farqining ijobiy saldolari;

- shu'ba korxonalarning qimmatbaho qog'ozlarga sarflangan mablag'larini qayta baholash hisobidan kelib tushadigan foydalar va boshqalar.

Tasodifiy foyda yoki daromadlar xo'jalik faoliyatini yuritish davomida ko'zda tutilmagan tasodiflar, hodisalar, e'tiborga olinmagan jarayonlar va voqealar tufayli vujudga keladigan daromadlardir. Bularga, asosiy faoliyat yuritish davomida ifodalangan hisobotlarda aks etgan boshqa daromadlar bo'limi moddasidagi daromadlar kiritilmaydi.

Xo'jalik faoliyatini yuritish davomida korxonalar o'z mablag'lari darajasini aniqlashi va nazorat qilishi muhim o'rin tutadi. Chunki mulkiy javobgarlik, tuzilgan

kontraktlar va shartnomalar asosida kelib chiqadigan o`zaro kelishmovchiliklar yoki muammolar mana shu mulkka bo`lgan egalik huquqlari bo`yicha kafolatlanadi.

Mulkiy javobgarlik, mulk shaklidan qat'iy nazar faqat korxonaning o`z mablag`lariga quyilishi mumkin. O`z mablag`larning miqdori buxgalteriya balansi ma'lumotlariga asosan aniqlanadi.

Iqtisodiy samaradorlikning mohiyati. Bozor iqtisodiyotiga o`tish xo`jalik yuritishning oqilona yo`llarini izlab topishni talab qiladi. Bu esa materiallar va xomashyoni tejab-tergab sarflash, dastgoh va uskunalardan yaxshiroq foydalanish, xodimlar ish unumdorligini oshirish, mahsulot birligiga to`g`ri keladigan xarajatlarni pasaytirish, pirovardida, korxona rentabelligi va foydaliligini oshirishni ko`zda tutadi.

Ko`rsatib o`tilgan omillarning barchasi ishlab chiqarishning iqtisodiy samaradorligiga erishish tushunchasiga birlashadi. Korxona xo`jalik faoliyatining yakuniy natijasi (foyda)ni unga erishishga sarflangan resurslar bilan taqqoslash ishlab chiqarishning samaradorligini aks ettiradi. Samaradorlikning oshishi xarajatlar birligiga to`g`ri keladigan iqtisodiy natijalarning ko`payishi bilan ifodalanadi. Samaradorlik xo`jalik yuritish mexanizmining takomillashganlik darajasidan, biznesni to`g`ri yo`nalishda olib borilayotganligidan darak beradi.

Samaradorlikning ta`rifi asosida ishlab chiqarish xarajatlarining tarkibi va hajmi yotadi. **Xarajatlar** korxonaning ishlab chiqarish va tijorat faoliyatini amalga oshirishda zarur omillar (sarmoyalar, mehnat resurslari, tabiiy resurslar, tadbirkorlik faoliyati) uchun sarflangan mablag`larning pulda aks ettirilishidir. Ular mahsulot tannarxi ko`rsatkichida namoyon bo`lib, barcha moddiy xarajatlar, mahsulotni ishlab chiqarish va sotish xarajatlari, mehnatga haq to`lash xarajatlarining puldagi ifodasidir.

Ishlab chiqarishning barcha xarajatlarini ikki guruhga: domiy va o`zgaruvchan xarajatlarga bo`lish mumkin.

Ishlab chiqarish xarajatlarining bunday bo`linishi korxonalar faoliyati samaradorligining har xil ko`rsatkichlarini aniqlash uchun zarurdir. Ishlab chiqarish samaradorligini aniqlash uslubi umumiy xarajatlar va ularning ayrim turlarini xo`jalik faoliyatining natijalari bilan taqqoslashdan iboratdir. Buning uchun turli xil ko`rsatkichlardan foydalaniladi.

Bunda barcha ko`rsatkichlarni quyidagi uchta guruhga birlashtirish maqsadga muvofiqdir: xo`jalik faoliyatini umumlashtiruvchi ko`rsatkichlar; resurslarning ayrim turlaridan foydalanish samaradorligi ko`rsatkichlari; moliyaviy faoliyatni baholovchi ko`rsatkichlar.

Kichik korxonalarning xo`jalik faoliyatini umumlashtiruvchi ko`rsatkichlar. Mahsulotni ishlab chiqarish va sotish korxona faoliyatining oxirgi natijasi hisoblanadi. Kichik korxonalar uchun sotilgan (xaridorlarga ortib jo`natilgan va ular tomonidan haq to`langan) mahsulot hajmi pul tushumini ta`minlash, ishlab chiqarish xarajatlari va boshqa zaruriy sarflarning o`rnini qoplashga imkon beradi. Bundan tashqari, pul tushumining tarkibida foyda ham mavjud bo`ladi. Undan korxona tomonidan ishlab chiqarishni kengaytirish, moddiy rag`batlantirish fondlarini yaratish, davlat budjeti oldidagi majburiyatlarni bajarish uchun

foydalaniladi. Iste'molchi mahsulot sotilishi natijasida ishlab chiqarish vositalari yoki iste'mol mollari ko'rinishidagi zaruriy mahsulotni oladi.

Korxonalar mahsulotlarini sotishda ayrim kamchiliklarga ham yo'l qo'yadi. Xususan, ayrim hollarda sotish rejasini oshirib bajarish bilan birga mahsulotlarning ayrim turlarini xaridorlarga belgilangan muddatlarda yetkazib berish rejasi bajarilmaganlik hollari uchraydi. Bu korxonaning o'ziga (u penyalar va jarimalar to'laydi) va xaridorga zarar keltiradi. Shuning uchun sotish rejasining bajarilishi mahsulot yetkazib berish bo'yicha shartnoma majburiyatlarining bajarilishini hisobga olish bilan tahlil qilinadi. Bunda bitta xaridorga yetkazib berish rejasi oshirib bajarilishi boshqa xaridorlarga yetkazib berish rejasining bajarilmaganligiga sabab bo'lganligi hisobga olinadi. Shuning uchun shartnoma majburiyatlari rejasi bajarilishi 100 %dan oshib ketmasligi kerak.

Sotish hajmi tayyor mahsulotni ishlab chiqarish va uni o'z vaqtida sotishga to'g'ridan-to'g'ri bog'liqdir. Tovar mahsuloti mahsulotni sotish ko'rsatkichlarida sotilmagan mahsulotlarning o'zgaruvchan qoldiqlarining o'zgarishi bilan aks ettiriladi. Mahsulotlar sotilishining bir maromdaligini ta'minlash uchun korxonalar tayyor mahsulotlarning zarur hajmiga ega bo'lishi kerak. Ammo amaliyotda sotilmagan mahsulotlarning haqiqiy qoldiqlari me'yoriy qoldiqlardan ancha oshib ketish hollari ham uchraydi. Bu hisobot davrida mahsulotning sotilish hajmi ancha kamayishiga olib keladi. Mahsulot sifatining yetarlicha yuqori bo'lmasligi, mahsulotlarni bir maromda ishlab chiqarilmasligi, korxona mahsulotlarni ortib jo'natish uchun transport bilan yetarlicha ta'minlanmaganligi va boshqalar bunday vaziyatning sabablari hisoblanadi.

Mahsulotni sotish aniq iste'molchi tomonidan buyumlarning ayrim turlari ko'rinishida amalga oshiriladi. Yetkazib beruvchilar va xaridorlar mahsulot yetkazib berish to'g'risida shartnoma tuzadilar. Unda buyumlarning ro'yxati, miqdori, yetkazib berish muddatlari va boshqa shartlar ko'zda tutiladi. Ularning bajarilishi tahlili 8.4.1-jadvalda keltirilgan.

8.4.1-jadval

Mahsulotlarni sotish rejasi va shartnoma majburiyatlarining bajarilishi tahlili (ming so'm)

Ko'rsatkichlar	Reja bo'yicha	Haqiqatda	Farqi (Q; -)	Rejaning bajari- lishi, % da	Sotish hajmiga ta'siri
Mahsulotlarning amaldagi narxlarda sotilish hajmi	14520	14321	Q71	100,5	
Tovar mahsuloti	14265	14493	Q228	101,6	228
Sotilmagan mahsulotlar qoldiqlarining o'zgarishi	Q 15	Q 172	Q 157		-157

Xaridorlarga mahsulotlar yetkazib berish bo'yicha shart-nomalarining bajarilishi	14250	14010	-240	98,3	
--	-------	-------	------	------	--

Jadvaldan ko'rinishicha, sotilgan mahsulotlarning hajmi rejaga nisbatan 71 ming so'mga yoki 0,5%ga oshgan. Bunga tovar mahsulotlarini ishlab chiqarish rejasini 228 ming so'mga yoki 1,6 %ga oshirib bajarilganligi sabab bo'lgan. Ammo tovar mahsulotlarining rejadan ortiq ishlab chiqarilishi to'liq sotilmagan.

Sotilgan mahsulotlarning o'tuvchi qoldiqlari rejalashtirilganiga ko'ra 157 ming so'mga o'sgan, bu sotish hajmini shu summaga pasaytirgan.

Sotilmagan mahsulotlar qoldiqlarining o'sishi mahsulotlarni sotish hajmi ko'payishining foydalanilmagan rezervlaridan iborat bo'ladi. Mahsulotlarni sotish rejasining 0,5 % oshirib bajarilishiga qaramay, korxona mahsulotlarni yetkazib berish bo'yicha shartnoma majburiyatlarini 240 ming so'mga yoki 1,7 %ga kamroq bajargan, bu korxona ishining salbiy ko'rsatkichlaridan biridir.

Bozor sharoitlarida mahsulot sifati yaxshilanishi tobora katta ahamiyat kasb etadi. Mahsulotning sifati deganda uning foydalanish uchun yaroqlilik darajasini belgilovchi xususiyatlar majmui tushuniladi. Mahsulotning belgilangan turlari attestatsiyadan o'tkaziladi va ularning sifati ikki nav oliy va birinchi navga bo'linadi. Sifatning oliy naviga, sifat parametrlariga asoslangan, oliy fan-texnika yutuqlari darajasiga mos keluvchi mahsulotlar kiradi.

Bunday mahsulotlarning sifat parametrlari amaldagi standartlarga mos kelishi kerak. Mahsulot sifatini xarakterlovchi ko'rsatkichlardan biri oliy navli mahsulotlar hajmining umumiy ishlab chiqarilgan mahsulotlar hajmiga nisbatan salmog'idir (8.4.2-jadval).

8.4.2-jadval

Oliy navli mahsulotlar ishlab chiqarish bo'yicha ko'rsatkichlar dinamikasi

Ko'rsatkichlar	O'tgan yil	Hisobot yili		O'zgarish	
		reja bo'yicha	haqiqatda	o'tgan yilga nisbatan	rejaga nisbatan
Tovar mahsuloti	14006	14265	14495	Q489	Q230
Shu jumladan oliy navli mahsulotlar	2831	3459	3663	Q832	Q204
Oliy navli mahsulotlarning umumiy mahsulotlar hajmiga nisbatan salmog'i,	20,2	24,4	25,2	Q5	Q0,8

Jadvaldan ko'rinishicha, korxonada hisobot yilida o'tgan yil va rejaga nisbatan ishlab chiqarilgan mahsulotlar sifati yaxshilanishi kuzatilgan, ya'ni sifatning oliy

navini tovar mahsulotining umumiy hajmiga nisbatan salmog'i o'tgan yilga nisbatan 5 %, rejaga nisbatan 0,8 %ga oshgan.

Mahsulotning sifatiga uni ishlab chiqarish uchun foydalanilgan xomashyo va materiallarning sifati, belgilangan texnologik jarayonga aniq rioya etilishi, ishchilarning malakasi, mahsulot sifatini yaxshilaganlik uchun moddiy rag'batlantirish, tayyor mahsulotlarni saqlash, tashish va boshqalar ta'sir qiladi.

Mahsulotning tannarxi kichik korxonalar ishining tejamlliligini ta'riflovchi eng muhim ko'rsatkichlardan biridir. Mahsulot tannarxining pasayishi korxona rivojlanishining eng muhim omili hisoblanadi. Mahsulotlar, ishlar va xizmatlarning tannarxi deganda bevosita mahsulotlarni tayyorlash va ishlarni bajarish, ishlab chiqarish sharoitlarini yaxshilash va uni takomillashtirish jarayonida foydalaniladigan resurslarning barcha turlari: asosiy fondlar, tabiiy xomashyo va sanoat xomashyosi, materiallar, yonilg'i va energiya, mehnatning pul shaklida aks ettirilgan xarajatlari tushuniladi. Mahsulot tannarxiga kiritilgan xarajatlarning tarkibi, ularni moddalar bo'yicha tasniflash davlat standarti tomonidan, kalkulyatsiyalash usullari esa korxona tomonidan belgilanadi. Mahsulotning tannarxi korxonaning ishlab chiqarish va muomala xarajatlaridan iborat bo'ladi, xarajatlar va daromadlarni tenglashtirish, ya'ni o'z xarajatlarini o'zi qoplashi bozor mexanizmining asosiy xususiyatlaridan biridir.

Tayyor mahsulotlar, bajarilgan ishlar va ko'rsatilgan xizmatlarning sotilishi korxona faoliyati moliyaviy natijalarini aniqlashga imkon beradi.

Hisobot davrida xaridorlarga ortib jo'natilmagan mahsulotning qiymati va firma ichidagi aylanma sotish hajmiga kiritilmaydi.

Mahsulotning sotilishidan tushgan tushum korxona tomonidan ishlab chiqarilgan mahsulotlar, bajarilgan ishlar, ko'rsatilgan xizmatlar uchun olinadigan pul mablag'larining hajmi. Bu korxona xarajatlarini qoplash va daromadlar ni shakllantirish mablag'larining asosiy manbaidir. Asosiy mahsulotni sotishdan tushgan tushumdan tashqari, korxona boshqa sotishlardan hamda sotishdan tashqari operatsiyalardan tushumlar olishi mumkin.

Tadbirkorlik faoliyati jarayonida moddiy ishlab chiqarish sohasida yaratilgan sof daromadni aks ettiruvchi foyda korxona faoliyatining eng muhim umumlashtirilgan ko'rsatkichi hisoblanadi. Tadbirkor hamma vaqt foyda olishni maqsad qilib qo'yadi, ammo hamma vaqt ham foyda ololmaydi. Agar tushum tannarxga teng bo'lsa, unda faqat mahsulot ishlab chiqarish va sotish xarajatlarining o'rnini qoplashga erishiladi. Tushumdan oshib ketuvchi xarajatlarda korxona salbiy moliyaviy natija ko'radi, bu uni murakkab moliyaviy ahvolga solib qo'yadi, bankrotlik ham istisno emas.

Mahsulotlarni sotishdan olingan foyda (zarar) qo'shimcha qiymat solig'i va aksizsiz mahsulot sotishdan tushgan tushum va mahsulotlar ning tannarxiga kiritilgan ishlab chiqarish va sotish xarajatlari o'rtasidagi farq sifatida aniqlanadi. Keltirilgan ta'rifdan foyda korxonaning o'z mahsulotlari (ishlari, xizmatlari)ni talab va taklif asosida vujudga kelgan narxlar bo'yicha sotishdan hosil bo'lgan yalpi daromad hajmiga bog'liqligi ma'lum bo'ladi.

Korxonaning yalpi daromadi mahsulotlar (ishlar, xizmatlar)ni sotishdan tushgan tushumdan moddiy xarajatlarni chiqarib tashlagandan keyin ish haqi va foydani o'z ichiga oluvchi korxona sof mahsulotlaridan iboratdir. Bozor

munosabatlari sharoitida korxona eng katta foyda olishga erisha olmasa, tovarlarni sotish va xizmatlar ko'rsatish bozorida o'z mavqeini mustahkam ushlab turish, raqobat sharoitida o'z ishlab chiqarishini dinamik rivojlanishini ta'minlashga imkon beruvchi foyda hajmini olishga harakat qilishi kerak.

Quyidagi 8.4.3-jadvalda korxona foyda olishning tahlili berilgan.

8.4.3-jadval

Asosiy faoliyatdan olinadigan foyda (zarar) va uning o'zgarishiga ta'sir qiluvchi omillar tahlili (ming so'm)

Ko'rsatkichlar	Haqiqatda		Farqi (Q;-)	Foyda hajmiga ta'siri
	O'tgan yil uchun	Hisobot yil uchun		
Mahsulotni sotishdan olingan yalpi foyda	26399	26704	Q305	Q305
Davriy xarajatlar	10341	11553	Q 1212	-1212
Boshqa daromadlar	5452	6089	Q637	Q637
Boshqa zararlar	24310	25774	Q 1464	-1464
Asosiy faoliyatdan foyda (zarar)	-2400	-4534	2134	x

Jadval ma'lumotlariga ko'ra, korxonada asosiy faoliyat bo'yicha o'tgan yili 2400 ming so'm, hisobot yilida esa 4534 ming so'm zararga yo'l qo'yilgan, ya'ni zararlarning o'sishi yiliga 2134 ming so'mni tashkil etgan. Bu zararlarga boshqa xarajatlarning 1464 ming so'mga va davriy xarajatlarning 1212 ming so'mga ko'payishi natijasida yo'l qo'yilgan. Shu bilan birga sotishdan yalpi foydani 305 ming so'mga, boshqa daromadlarning 637 ming so'mga o'sishi hisobiga korxona asosiy faoliyatidan 942 (305Q637) ming so'm foyda olgan. Ammo foydaning bu mikdori zararni qoplash uchun yetarli emas.

Korxona ish faoliyatining samaradorlik darajasini baholash uchun olingan natija (yalpi daromad, foyda) xarajatlar yoki foydalanilgan resurslar bilan taqqoslanadi. Foyda va xarajatlarni tenglashtirish rentabellik yoki aniqrog'i rentabellik me'yori bildiradi.

Amaliyotda rentabellik me'yori o'lchashning ikki variantidan foydalaniladi. Bu foydaning korxonaning joriy sarf-xarajatlari (tannarx)ga yoki avanslashgan qo'yilmalar (asosiy ishlab chiqarish fondlari va aylanma mablag'lar)ga nisbatidir. Ikkala o'lchov varianti ham bir-biri bilan avanslashgan qo'yilmalar aylanmasi tezligi ko'rsatkichi bilan bog'langan:

$$R_1 \text{ q } R \text{ G' Fa}, R_2 \text{ q } R \text{ G' Fz},$$

bu yerda, R - foyda;

R_1, R_2 - foyda me'yori (1- va 2-variantlar);

Fa, Fz - avanslashgan fondlar va tannarx qiymati.

Aylanishlar soni $P \text{ q } Fz \text{ G'Fa}$ bo'lganligi uchun $R_2 \text{ q } R_1 \times P$.

Korxona rentabelligi me'yorini quyidagicha hisoblash mumkin:

$$R = \frac{P \cdot U \cdot S}{F_o \cdot Q \cdot F_{ob}} \cdot 100$$

bu yerda, R - foyda;

P - mahsulot hajmi;

U - mahsulot birligi narxi;

S - mahsulotning tannarxi;

F_o - asosiy ishlab chiqarish fondlarining o'rtacha yillik qiymati;

F_{ob} - aylanma mablag'larning hajmi.

Korxonalar ish amaliyotida rentabellikning bir qator ko'rsatkichlari qo'llaniladi. Mahsulotning rentabelligini sotilgan barcha mahsulotlar bo'yicha va uning alohida turlari bo'yicha aniqlash mumkin. Birinchi holda u mahsulotni sotishdan olingan foydaning uni ishlab chiqarish va sotish xarajatlariga nisbati sifatida aniqlanadi. Sotilgan mahsulotlarning rentabelligi tovar mahsulotini sotishdan olingan foydaning mahsulotni sotishdan tushgan tushumga nisbati sifatida; sof foydaning sotilgan mahsulotdan tushgan tushumga nisbati bo'yicha hisoblanadi.

Ishlab chiqarish fondlarining rentabelligi asosiy faoliyatdan olingan foydaning asosiy ishlab chiqarish fondlari va moddiy aylanma mablag'larning o'rtacha yillik qiymatiga nisbati sifatida hisoblanadi. Bu ko'rsatkichni sof foyda bo'yicha ham hisoblash mumkin.

Korxona qo'yilmalarining rentabelligi uning ixtiyoridagi mulkning qiymati bo'yicha aniqlanadi. Hisoblashda asosiy faoliyatdan olingan foyda va sof foyda ko'rsatkichlaridan foydalaniladi. Mulkning qiymati buxgalteriya balansi bo'yicha aniqlanadi. Bu ko'rsatkich korxona mulkning bir so'm qo'yilmalariga sotish darajasini ifodalaydi.

Korxona shaxsiy mablag'larining rentabelligi sof foydaning balans bo'yicha belgilangan, uning shaxsiy mablag'lariga nisbati bilan aniqlanadi.

Uzoq muddatli moliyaviy qo'yilmalarning rentabelligi qimmatbaho qog'ozlar va boshqa korxonalarda ulushli ishtirok etishdan daromadlar miqdorining uzoq muddatli moliyaviy qo'yilmalarning umumiy hajmiga nisbati sifatida hisoblanadi. Quyidagi 8.4.4-jadvalda rentabellikning tahlili haqidagi ma'lumotlar ko'rsatilgan.

Jadval ma'lumotlariga ko'ra, hisobot yilida sotilgan mahsulotlarning rentabelligi o'tgan yilga nisbatan 0,4 %ga pasaygan. Bu sotishdan sof foyda miqdorining 3645 ming so'mga ko'paygani natijasida sodir bo'lgan.

8.4.4-jadval

Sotilgan mahsulotlar rentabelligi tahlili

Ko'rsatkichlar	O'tgan yilda	Hisobot yilida	Farqi (O: -)
Sotishdan olingan sof foyda, ming so'm	122441	126086	Q3645
Sotilgan mahsulotning tannarxi, ming so'm	96042	99382	Q3340
Sotilgan mahsulotdan yalpi foyda, ming so'm	26399	26704	Q305
Sotilgan mahsulotning rentabelligi, %da	21,6	21,1	-0,4

Resurslarning ayrim turlaridan foydalanish samaradorligi ko'rsatkichlari. Mehnat unumdorligi ishlab chiqarish samaradorligining eng muhim o'lchovlaridan biridir. Mehnat unumdorligi bilan xodimlarning ishlab chiqarish faoliyati samaradorligi aniqlanadi. Mehnat unumdorligining o'sishi jonli va buyumlashgan mehnatning tejalishini bildiradi.

Mehnati unumdorligi bir xodim tomonidan ish vaqti birligi ichida ishlab chiqarilgan mahsulotning miqdori yoki mahsulot birligini ishlab chiqarishga ish vaqtining miqdori bilan o'lchangan jonli mehnat sarfining samaradorligidir.

Birinchi ko'rsatkich bir xodimning vaqt birligi ichida ishlab chiqargan mahsulotini aniqlaydi:

$$\text{Ishlab chiqarish } q = \frac{\text{Ishlab chiqarilgan mahsulot miqdori } (Q)}{\text{Ishlangan vaqt } (T)}$$

Ikkinchi ko'rsatkich mehnat sarfini, ya'ni mahsulot birligiga sarflangan vaqtni aniqlaydi:

$$\text{Mehnati sarfi } q = \frac{\text{Ishlangan vaqt } (T)}{\text{Ishlab chiqarilgan mahsulot miqdori } (Q)}$$

Mehnati unumdorligi oshishi mahsulot ishlab chiqarishni ko'paytirish, mahsulot tannarxini pasaytirish, ish kuchiga ehtiyojni nisbatan qisqartirish, xodimlar ish haqining o'sishini ta'minlashga imkon beradi. Bular kichik korxonaning muvaffaqiyatli ishlashi uchun zarurdir.

Mehnati unumdorligining quyidagi ko'rsatkichlari mavjud: bir ishchi ishlovchining o'rtacha yillik ishlab chiqarishi (mahsulot hajmini ishlovchilarning o'rtacha ro'yxatdagi soniga bo'lish yo'li bilan aniqlanadi); bitta ishchiga to'g'ri keladigan o'rtacha yillik ishlab chiqarish (mahsulot hajmini ishchilarning o'rtacha ro'yxatdagi soniga bo'lish yo'li bilan aniqlanadi); bitta ishchiga to'g'ri keladigan o'rtacha kunlik ishlab chiqarish (bir kunlik mahsulot hajmini barcha ishchilar soniga bo'lish yo'li bilan aniqlanadi); bitta ishchiga bir soatga to'g'ri keladigan o'rtacha ishlab chiqarish (bir soatda ishlab chiqarilgan mahsulot hajmini barcha ishchilar soniga bo'lish yo'li bilan aniqlanadi).

Fondning qaytarilishi va fondning sarflanishi. Bu ko'rsatkichlar bilan korxona asosiy ishlab chiqarish fondlaridan foydalanish samaradorligi aniqlanadi. **Fondning qaytarilishi** asosiy fondlarning bir so'miga to'g'ri keluvchi ishlab chiqarilgan mahsulot miqdori (summasi)ni ko'rsatadi.

$$\text{Fondning qaytarilishi } q = \frac{\text{Ishlab chiqarilgan mahsulot miqdori } (Q)}{\text{Asosiy fondlarning o'rtacha yillik qiymati } (F)}$$

Fondning sarflanishi fond qaytarilishining teskari miqdori bo`lib, mahsulot birligiga asosiy fondlarning qanday summasi to`g`ri kelishini ko`rsatadi:

$$\text{Fondning sarflanishi} = q \frac{\text{Asosiy fondlarning o`rtacha yillik qiymati (F)}}{\text{Ishlab chiqarilgan mahsulot miqdori (Q)}}$$

Fondning qaytarilishining oshishi mahsulot ishlab chiqarish hajmini ko`paytirish, ishlab chiqarilgan mahsulotning tannarxini pasaytirish va asosiy fondlarga ehtiyojni nisbatan qisqartirishga imkon beradi.

Fondning qaytarilishi va fondning sarflanishi miqdoriga har xil omillar ta`sir etadi. Fondning umumiy qaytarilishi asosiy ishlab chiqarish fondlari o`rtacha yillik qiymatidagi mashina va uskunalar o`rtacha yillik qiymatining bir so`miga to`g`ri keladigan mahsulot chiqarishiga bog`liqdir.

Mashinalar, uskunalar qiymatining bir so`miga to`g`ri keladigan mahsulot ishlab chiqarish mehnatdan foydalanishning samaradorligini ifodalaydi. Ushbu ko`rsatkichlar tahlili 8.4.5-jadvalda berilgan.

8.4.5-jadval

Fondning qaytarilishi va sarflanishi ko`rsatkichlari tahlili

Ko`rsatkichlar	O`tgan yil uchun	Hisobot yili uchun	Farqi (Q; -)
Taqqoslangan va ulgurji narxlardagi tovar mahsuloti (ming so`m)	14006	14493	Q487
Asosiy ishlab chiqarish fondlarining o`rtacha yillik qiymati (ming so`m)	9337	8526	Q297
Asosiy ishlab chiqarish fondlarining fond qaytarilishi	1,5	1,7	Q0,2
Asosiy ishlab chiqarish fondlarining fond sarflanishi	0,7	0,6	Q0,1

Jadval ma`lumotlariga ko`ra, hisobot yilida asosiy fondlardan foydalanish samaradorligi, ya`ni fondning qaytarilishi o`tgan yilga nisbatan 0,2 so`mga ko`paygan, bu korxona ishiga ijobiy ta`sir etgan.

Mahsulotga material sarflanishi. Bu aylanma fondlar (mablag`lar)dan foydalanishning umumlashtiruvchi ko`rsatkichi bo`lib, u korxonaning iste`mol qilingan aylanma fondlari qiymatining ishlab chiqarilgan mahsulot qiymatiga nisbati bilan aniqlanadi.

Mahsulot birligiga sarflangan xomashyo va materiallarning miqdori haqida darak beruvchi tabiiy o`lchovdagi aniq ko`rsatkichlarni ham xuddi shu ko`rsatkichga o`xshab hisoblash mumkin. Bu ko`rsatkichlar xo`jalikning isrofgarchilik yoki

tejamkorlik bilan olib borilganligini ko'rsatadi. Bu pirovardida tannarxning pasayishi va foydaning ko'payishiga ta'sir qiladi.

Ko'rib o'tilgan ko'rsatkichlar korxona faoliyatini baholash uchun muhim ahamiyatga ega bo'lsa-da, biroq cheklangan xarakterga egadir. Ular ishlab chiqarish va xarajatlarning iqtisodiy samaradorligi haqida to'liq tasavvur bermaydi, balki faqat resurslarning ayrim turlaridan foydalanishni ifodalaydi. Xarajatlarning umumiy samaradorligi haqidagi yaxlit ta'rifni umumiy va solishtirma iqtisodiy samaradorlik beradi. Umumiy iqtisodiy samaradorlik quyidagi formula bo'yicha hisoblanadi:

E q Foydaning o'sishi (P) G' Kapital qo'yilmalar (K)

Har bir alohida holda xarajatlarning umumiy iqtisodiy samaradorligi ko'rsatkichlari boshqa davrlar yoki boshqa korxonalar uchun me'yoriy yoki xuddi shunday ko'rsatkichlar bilan solishtiriladi.

Yechimlar variantlarini solishtirishda xarajatlarning solishtirma iqtisodiy samaradorligi hisoblanadi. Eng kam xarajatlar eng muvofiq variantning ko'rsatkichi bo'lib xizmat qiladi:

$$Z_p \text{ q } S \text{ Q } E_p \text{ K}$$

bu yerda, Z_p - ushbu variant bo'yicha berilgan xarajatlar;

S - joriy xarajatlar (tannarx);

K - kapital qo'yilmalar hajmi;

E_p - kapital qo'yilmalar solishtirma iqtisodiy samaradorligining me'yoriy ko'effitsiyenti. Iqtisodiyot bo'yicha u 0,16 deb belgilangan.

Ushbu ko'effitsiyentdan kelib chiqqan holda xarajatlarning o'rmini qoplash muddatini aniqlash mumkin:

$$T_{ok} \text{ q } 1 : 0,16 \text{ q } 6,25 \text{ yil}$$

3. Kichik korxonalarning asosiy moliyaviy xujjatlari

Korxonaning faoliyati yoki uning moliyaviy holatini baholash korxonaning xo'jalik va tijorat faoliyati jarayonida vujudga keluvchi moliyaviy va kredit munosabatlari natijasini aks ettiruvchi tushunchadir.

To'lov qobiliyati ko'effitsiyenti korxonaning to'lov imkoniyatlarini ko'rsatadi va quyidagi formula bilan aniqlanadi:

$$K_{pl} \text{ q } A_2 \text{ G' } (P_2 (D_{zk} \text{ Q } K_{zk} \text{ Q } A_p)) ,$$

bu yerda, K_{pl} - korxonaning to'lov qobiliyati ko'effitsiyenti;

A_2 - aylanma aktivlar (ishlab chiqarish zahiralari, pul mablag'lari va boshqalar);

P_2 - majburiyatlar;

D_{zk} - uzoq muddatli qarzlar va kreditlar;

K_{zk} - qisqa muddatli qarzlar va kreditlar;

A_p - xaridor va buyurtmachilardan olingan badallar.

Bu ko'rsatkich birdan katta bo'lishi kerak.

Shaxsiy va qarz mablag'lar nisbatlarining koeffitsiyenti qisqa muddatli qarz mablag'larining shaxsiy manbalar bilan ta'minlanish darajasini belgilaydi va quyidagi formula bilan aniqlanadi:

$$K_{es} \text{ q } P_1 G' (P_2 (D_{zk} Q K_{zk} Q A_p)),$$

bu yerda, P_1 shaxsiy mablag'larning manbalari (ustav sarmoyalari, qo'shimcha sarmoyalar, taqsimlangan foyda).

Bu ko'rsatkich birdan kichik bo'lmasligi kerak.

Moliyaviy bog'liqlik koeffitsiyenti korxona moliyaviy bog'liqligining kamayishi (ko'payishi), kelgusi davrlarda moliyaviy qiyinchiliklar xavfining ko'payishidan (pasayishi)dan darak beradi va korxona tomonidan kreditorlar oldidagi o'z majburiyatlarini to'lash kafolatini aniqlaydi. Moliyaviy bog'liqlik koeffitsiyenti quyidagi formula bilan hisoblanadi:

$$K_{fsh} \text{ q } P_1 G' I_b$$

bu yerda, I_b - aktiv yoki passivning natijalari.

Bu ko'rsatkich 0,5 dan katta yoki unga teng bo'lishi kerak.

Shaxsiy aylanma mablag'lar bilan ta'minlanganlik koeffitsiyenti korxonada uning moliyaviy barqarorligi uchun zarur mablag'larning mavjudligini ifodalaydi va quyidagi formula bilan ifodalanadi:

$$K_{os} \text{ q } (P_1 Q D_{zk} A_1) G' A_2 ,$$

bu yerda A_1 - uzoq muddatli aktivlar.

Bu ko'rsatkich 0,1 dan katta yoki unga teng bo'lishi kerak.

Aktivlar rentabelligi koeffitsiyenti moliyaviy-xo'jalik faoliyatida foydalanilayotgan aktivlarning foydaliligi (zararliligi) darajasini ko'rsatadi va quyidagi formula bilan aniqlanadi:

$$K_{ra} \text{ q } P_r D_p G' I_b ,$$

bu yerda, $P_r D_p$ - soliqlar to'langunga qadar foyda.

Bu ko'rsatkich noldan katta bo'lishi kerak.

Ishlab chiqarish quvvatlaridan foydalanish koeffitsiyenti korxonaning ish bilan ta'minlanganlik darajasini ifodalaydi va quyidagi formula bilan aniqlanadi:

$$K_{im} \text{ q } Q_{haq} G' (Q_{loyiha} Q_{ijara} Q_{konser}) ,$$

bu yerda K_{loyiha} - mahsulot ishlab chiqarishning eng katta hajmi;

Q_{haq} - ishlab chiqarilgan mahsulotning haqiqiy hajmi;

Q_{ijara} - ijaraga berilgan quvvatlardagi mahsulotlar hajmi;

Q_{konser} - konservatsiya qilingan quvvatlardagi mahsulotlarning hajmi.

Bu ko'rsatkich 0,6 dan katta yoki unga teng bo'lishi kerak.

Uskunalar (asosiy fondlar)ning ishdan chiqishi koeffitsiyenti. Bu ko'rsatkich quyidagi formula bilan aniqlanadi:

$$K_{izp} \text{ q } I G' O ,$$

bu yerda, K_{izp} - uskunalarning ishdan chiqish ko'effitsiyenti;

I - asosiy fondlarning ishdan chiqishi;

O - asosiy fondlarning dastlabki qiymati.

Agar yuqoridagi barcha ko'effitsiyentlarning tarmoq miqdori teng yoki katta bo'lsa, bunday korxona iqtisodiy qudratli va to'lov qobiliyatiga ega hisoblanadi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida korxonalar faoliyati ishlab chiqarishning iqtisodiy samaradorligini oshirish yo'llarini doimo qidirishni talab qiladi. Agar shunday qilinmas ekan, korxonaning qat'iy raqobat muhitida omon qolishi mushkul. Bu ayniqsa, kichik va o'rta korxonalarga tegishlidir. Avval aytib o'tilganidek, ularning vujudga kelishi va rivojlanishining barcha bosqichlarida qiyinchiliklar va hal qilinmagan muammolar juda ko'p uchraydi.

Tadbirkor muvaffaqiyatli faoliyat yuritishi uchun oddiy bozor omillari (mahsulotni doimo yangilash, sifatini oshirish, marketing tadqiqotlari, muvaffaqiyatli raqobat va boshqalar)dan tashqari o'z faoliyatining samaradorligiga erishishning turli-tuman yo'llaridan foydalanishi zarur. Bular quyidagilardir:

- ilg'or texnologiya va zamonaviy uskunalardan foydalanish;
- xomashyo va materiallarning yangi turlarini qo'llash;
- asosiy fondlardan samarali foydalanish;
- aylanma mablag'lar aylanishini jadallashtirish;
- mehnatni tashkil qilishning samarali shakl va usullarini qo'llash;
- menejment fani va amaliyotining ilg'or yutuqlaridan foydalanish;
- mamlakatimiz va xorij firmalarining ilg'or tajribalarini tatbiq etish va boshqalar.

QISQA XULOSALAR

Kichik biznes va tadbirkorlik korxonalarining ish faoliyati ularning moliyaviy faoliyati bilan chambarchas bog'liq. Moliyaviy holat korxonaning har tomonlama faoliyati natijalarini aks ettiradi. Korxonalar faoliyatining moliyaviy natijalarini ifodalovchi ko'rsatkichlardan asosiysi foyda hisoblanadi.

Kichik biznes va tadbirkorlikni kredit bilan ta'minlash deganda, bu ularga pul yoki tovar shaklidagi vositalarni ma'lum muddatga haq to'lash sharti bilan qarzga olish va qaytarib berish yuzasidan kelib chiqadigan munosabatlar tushuniladi. Kreditning quyidagi asosiy shakllari mavjud: tijorat krediti; bank krediti; iste'mol krediti; davlat krediti va xalqaro kredit. Kreditlarning foiz stavkalari mamlakatning ssuda kapitallari bozorida aniqlanadi. Xalqaro kreditlarning foiz stavkalari esa jahon ssuda kapitallari bozorida aniqlanadi. Unga xalqaro moliya bozoridagi holatlar bevosita ta'sir ko'rsatadi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalarida samaradorlikni oshirishning asosiy yo'nalishlari quyidagilar hisoblanadi: ilg'or texnologiya va uskunalardar foydalanish; xomashyo va materiallarning yangi turlarini qo'llash; asosiy fondlardan unumli foydalanish; mehnatni tashkil etishning samarali usullarini qo'llash; xorij firmalarining ilg'or tajribalaridan foydalanish va h.k.

Nazorat uchun savollar

1. Korxonalarning moliyaviy faoliyati natijalarini ifodalovchi ko'rsatkichlarini hisoblash yo'llarini tushuntirib bering.
2. Korxona foydasining nechta turi mavjud?
3. Korxona foydasi qanday aniqlanadi?
4. Korxonalarning moliyaviy xarajatlari qanday tasniflanadi?
5. Korxonaning o'z mablag'lari deganda nima tushuniladi?
6. Kredit qanday vazifalarni bajaradi va uning roli?
7. Kredit qanday turlarga bo'linadi?
8. Kreditning qanday shakllari mavjud?
9. Tijorat krediti deganda nimani tushunasiz?
10. Xalqaro kreditlar deganda nimani tushunasiz?
11. Kreditlarning foiz stavkasi qanday aniqlanadi?
12. Kreditlarning foiz stavkasi qanday omillar ta'sirida o'zgaradi?
13. Kichik korxonalar faoliyati iqtisodiy samaradorligining mohiyati nimadan iborat?
14. Samaradorlikni aniqlashning qanday ko'rsatkichlarini bilasiz?
15. Nima uchun foyda eng muhim umumlantiruvchi ko'rsatkich hisoblanadi?
16. Foydaning qanday turlari bor va ular qanday aniqlanadi?
17. Korxona rentabelligi qanday usullarda hisoblanadi?

Adabiyotlar

1. Karimov I.A. Mamlakatimizda demokratik islohotlarni yanada chuqurlashtirish va fuqarolik jamiyatini rivojlantirish konsepsiyasi: O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi Qonunchilik palatasi va Senatining qo'shma majlisidagi ma'ruzasi. -T.: O'zbekiston, 2010. – 56 b.
2. Malo'y biznes. Organizatsiya, ekonomika, upravlenie: Uchebnoe posobie dlya vuzov. G'Pod red. Prof. V.Ya. Gorofinklya, prof. V.Ya. Gorfinkelya, V.A. Shvandara. – 2e izd., perereb. i dop. -M.: YuNITI – DANA, 2008. – 320 s.
3. Predprinimatelstvo: Uchebnik. G'Pod. red. M.G. Lapusto'. – 4-e izdanie. – M.: INFRA-M, 2008. - 667 s.
4. Aniskin Yu.P. Organizatsiya i upravlenie malo'm biznesom: Uchebnoe posobie. – M.: Finanso' i statistika, 2008. – 160 s.

11-Mavzu. Mamlakatimizda tadbirkorlikni investitsiyalashning ustivor yo'nalishlari

Reja:

1. Iqtisodiyotni erkinlashtirish sharoitida va modernizatsiya qilish jarayonida tadbirkorlik faoliyatini moliyalashtirish
2. Investitsiya faoliyatini buyudjet tomonidan qullab quvvatlash shaklining rivojlanishi
3. Kichik korxonalarni investitsiyalash va lizing istiqbolli shaklidir
4. Qarz olish, uni rasmiylashtirish tartibi va qaytarilishi

1. Iqtisodiyotni erkinlashtirish sharoitida va modernizatsiya qilish jarayonida tadbirkorlik faoliyatini moliyalashtirish

Hozirgi bosqichda har Qanday davlatning tez sur'atlarda rivojlanishini xorijiy investitsiyalarni jalb etmay turib ta'minlab bulmaydi.

Chet el investitsiyalari foyda olish maqsadida tadbirkorlik faoliyatiga va boshka turdagi faoliyat ob'ektlariga kushaetgan mulkiy boyliklarning va ularga nisbatan huquqlarning, shuningdek intellektual mulkga nisbatan huquqlarning barcha turlari chet el investitsiyalari hisoblanadi.

Tadbirkorlik sarmoyasini chikarish uning chet ellarda uzok muddatga ishlab chikarish , savdo, moliya ob'ektlariga sarflanishi demakdir.

Jaxon tajribasidan kelib chikadigan bulsak, investitsiya muassasalari yuridik shaxslar bo'lib, kuyidagi vazifalarni amalga oshiradi: vositachilik faoliyati: kimmatli kogozlarni chikarishni yulga kuyish: ularni uchinchi shaxs foydasiga joylashtirish yuzasidan kafolatlar berish; investorlarning pul mablaglarini jalb kilish maqsadida aktsiyalar chikarish xamda pullarni turli inviketlarning turli kimmatli kogozlariga kuyish; kimmatli kogozloarni chikarish va muomalasi buyicha maslaxat tarikasidagi xizmatlar ko'rsatish.

Moliya brokerlari, investitsiya kompaniyalar, investitsiya buyicha maslaxatchilar, investitsiya fondlari shular jumlasidandir. Moliya brokeri yuridik shaxs bo'lib, mijoz xisobidan va uning topshirigi bilan komissiya shartnomasi eki topshirigi asosida kimmatli kogozlar oldi-sotdisi paytida vositachilik vazifasini bajaradi. Bizda odatda ularni brokerlik firmalari deb yuritishadi. Ular kupincha investitsiya buyicha maslaxatchi vazifasini xam birga kushib olib boradi.

Investitsiya kompaniyasi yuridik shaxs bo'lib, kimmatbaxo kogozlar bozorida mijoz xisobiga emas, balki uzining xisobiga ishlaydi, ya'ni moliya brokeridan farkli ularok, u diller hisoblanadi.

Investitsiya kompaniyasi kimmatli kogoslar chikarishni tashkil etadi, uchinchi shaxslar foydasi uchun ularni joylashtirish yuzasidan kafolatlar beradi, kimmatli kogoslarga mablag kuyadi, uz nomidan va uz xisobidan kimmatli kogoslarning oldi-sotdisi bilan shugullanadi, jumladan kimmatli kogoslarni kotirovkalash yuli bilan amalga oshiradi. Respublikada yigirma ikkita investitsiya kompaniyasi ro'yxatga olingan.

Respublikada fond bozorining uziga xos xususiyati shundan iboratki, u endigina shakllanib kelayapti.

Daslabki bosqichda investitsiya kompaniyasining asosiy vazifasi keyinchalik fond operatsiyalarini utkazish uchun mijozlar va sheriklar tarmogini vujudga keltirishdan iborat. Xozir xam kelajakda xam asosiy investitsiya okimi davlat mulkini xususiylashtirishga boglik bo'ladi. Kompaniya xususiylashtirish xizmatlari bozorida faol xarakat kilishi, uslubiy erdamdan tortib aktsiyalarni birlamchi joylashtirishning emissiya prospektini tayerlashgacha bo'lgan butun bir xizmatlar turkumini takdim etishi zarur. Shuningdek, investitsiya kompaniyasi xususiylashtiraetgan korxonalarining aktsiyalarini uz mablagiga sotib oladi.

Investitsiya buyicha maslaxatchi xam yuridik (konsalting firma), xam kimmatli kogoslar chikarilishi va muomalada bo'lishi yuzasidan maslaxat tarikasidagi xizmatni takdim etadigan jismoniy shaxs bo'lishi mumkin.

Investitsiya buyicha maslaxatchilar kuyidagi ish turlarini bajaradi: kimmatli kogoslar bozorini tahlil kilish (anik bitimlarni ekspertizalash, konyunkturani urganish va bashoratlar); huquqiy maslaxatlar berish; kimmatli kogoslar bilan bo'ladigan operatsiyalar buyicha uslubiy, me'eri xujjatlarni ishlab chikish, kimmatli kogoslar emissiyasini tayerlash va tashkiliy-uslubiy ta'minlash; kimmatli kogoslarni ta'minlash; kogoslar majmuasini ta'minlash, umumiy majmua strategiyasini ishlab chikarish, majmua joriy boshkarish yuzasidan maslaxatlar berish; axborot xizmati ko'rsatish.

Investitsiya fondi yuridik shaxs bo'lib, u kupchilik kapital egalarining jamoa investitsiyalarini boshkaradi. Investitsiya fondi kredit tizimi rivojlangan moliya muassasalarining juda muxim kurinishlaridan biridir.

Jaxon tajribasining ko'rsatishicha, investitsiya fondlariga extiej shunday paytlarda bo'ladiki, bunda kupdan-kup mayda mablaglarni bir erga tuplash imkoniyati va zaruriyati tugiladi.

Investitsiya fondi ochik va epik turda bo'lishi mumkin. Epik turdagi fondlar uz aktsiyalarini uning egalaridan sotib olishi majbur emas, ochik turdagi fondlar esa birinchi talabdaek sotib oladi.

Investitsiya fondining asosiy vazifasi kupchilik investorlarning mablaglarini safarbar kilish va ularni fond nomidan xususiylashtirilaetgan korxonalar aktsiyalariga, boshka kimmatli kogoslar va omonatlarga joylashtirishdan iborat.

O'zbekistonda chet el investitsiyalarini jalb etish yuli bilan bozor iqtisodietiga utishning Qonuniy-huquqiy asoslari yaratilgan.

Shuningdek bir kator farmonlar va Vazirlar Maxkamasining Qarorlariga ko'ra, respublikada chet el investorlarining faoliyati uchun kulay huquqiy sharoitlar yaratildi, respublikada ishlab topilgan foydani chet el valyutasiga almashtirish va xorijga utkazishni asoslashtirish buyicha valyutani tartibga solish to'g'risida, tashki iqtisodiy faoliyatning erkinlashtirish, ajnabiy fukarolarning uy-joy fondi, ob'ektlarini ular joylashgan er uchastkalari bilan birga mulk Qilib olish imkoniyatlarini yaxshilash, Toshkent, Samarkand, Buxoro va boshka shaxarlarda mexmonxona va saexlik biznesi soxalarida erkin iqtisodiy xududlar barpo etish amalda joriy etildi.

O'zbekiston Respublikasi iqtisodiy isloxotlarni utkaza borib, xalkaro mexnat taksimoti kulayliklaridan kuprok foydalanishga intilmokda, ajnabiy tadbirkorlar uchun kulay investiya muxitini yaratmokda.

Mamlakat uchun chet el investitsiyalarini jalb etishning ustivor soxalariga kuyidagilar kiradi:

- agrosanoat majmuasini rivojlantirish, bu esa pirovardida aholini me'ridagi turmush faoliyatini ta'minlash imkoniyatlarini yaratadi;

- sanoatning ustivor soxalarini, ekilgi-energetika majmuini jadal rivojlantirish, xalk xo'jaligining ilm-fan talab tarmoklarida ishlab turgan kuvvatlarni yangilash va yangilarini barpo etish, respublikaning importga karamliligini kamaytirish;

- eksport saloxiyatini kuchaytirish va maxsulotlarning raqobatbardoshligini kutarish, eksportda mashinasozlik texnika maxsulotlari, tayer maxsulotlar xissasini va xajmini kupaytirish;

- kichik va urta tadbirkorlikni rivojlantirish, kadimgi xunarmand va an'anaviy x'unarmandchilikni tiklash;

Sug'urta tizimi- iqtisodietning aloxida muxim tarmogidir. O'zbekistonning sug'urta bozorida 60 ga yakin davlat va xususiy sug'urta kompaniyalari bor.

O'zbekistonda uchta kompaniya mashxur buldi. Bular O'zbekiston Respublikasining davlat sug'urtasi Bosh boshkarmasi; "Uzbekinvest" milliy sug'urta kompaniyasi xamda "Madad" agentligi" aktsiyadorlik jamiyatidir.

2. Investitsiya faoliyatini buyudjet tomonidan qullab quvvatlash shaklining rivojlanishi

Kreditlash deganda banklar tomonidan beriladigan kreditlar xisobiga amalga oshiriladigan tadbirlar tushuniladi.

Rivojlangan xorijiy davlatlarda, xususan Germaniya, Buyuk Britaniya, Belgiya kabi davlatlarda kreditlash tushunchasi kamdan-kam xollarda kullaniladi. Bank mablaglari xisobidan amalga oshiriladigan tadbirlar xam molyailashtirish deb ataladi.

Bizning respublikamizda moliyalashtirish deganda Qaytarib olinmaslik sharti bilan mablaglar berish tushuniladi. Masalan, davlat byudjetidan beriladigan subsidiyalarni moliyalashtirish deb atash mumkin.

Bizda kreditlashtirish va moliyalashtirish tushunchalarining urtasida kat'iy chegara mavjud.

O'zbekistonda kichik va xususiy biznesni kreditlashning uziga xos tomonlari bor. Bunday gurux korxonalarini kreditlashning jaxonda Qabul Qilingan an'anaviy moliyalash manbalaridan tashkari O'zbekiston Respublikasida maxsus kreditlash manbalari mavjud.

Xukumat Qaroriga muvofik xususiy tadbirkorlikni va kichik yuiznesni Qo'llab-Quvvatlash maxsus Respublika fondi Biznes fond tashkil Qilingan.

U jalb kiladigan mablaglar Uztadbirkorbank orkali jamgariladi va kuyidagi asosiy vazifalarni bajarish uchun Qaytarish sharti bilan kreditlar kurinishida ajratiladi:

- loyixani imtiyozli kreditlash yuli bilan xususiy tadbirkorlikka va kichik biznesga moliyaviy yordam ko'rsatish;

- Respublika xududlarida xususiy tadbirkorlikka va kichik biznesni keng infratuzilmasini rivojlantirishga kumaklashish;

- xususiy tadbirkorlar va kichik biznes sarmoya korxonalarini amalga oshirish uchun turli kredit muassasalaridan xar sarmoyani jalb kilish uchun talab kilinadigan kafolatlar, majburiyatlar, kafilliklar berish;

- loyixalarning xalkaro andozalariga mos keladigan texnik- iqtisodiy asoslarini ishlab chikishga "Grant" tuzish va berish xamda ularni amalga oshirish bilan boglik sug'urta polisini koplash;

- xorijiy jixozlar lizingini tashkil etish asosida xususiy tadbirkorlikka va kichik biznesga texnologik kumak ko'rsatish.

Biznes fondning normal faoliyat ko'rsatishini ta'minlash uchun unga byudjetdan xar yili xususiylashtirishdan tushadigan xamma summaning 50 foiz mikdoridagi mabalg ajratilgan.

Fondning xosil Qilingan moliya saloxiyati sarmoyalar bozorida kichik biznesga beriladigan mablag etishmovchiligini xal kilishga kup jixatdan erdam beradi.

3. Kichik korxonalarni investitsiyalash va lizing istiqbolli shaklidir

Biznesga moliyaviy yordam ko'rsatuvchi infratarkibiy tuzilmalarga banklar, birjalar, sug'urta kompaniyalari, investitsiya fondlari kiradi.

Xozirgi zamon bankining muvaffakiyatli ishlashi takdim etilayotgan moliya xizmatining jamoat talab extiyojiga kanchalik muvofik kelishiga yoki boshka banklar

ko'rsatayotgan bir xil va aynan usha xizmat uchun narxlar birdek bo'lgan sharoitda bir bankning boshkasiga nisbatan nakadar raqobatbardoshligi, ya'ni narxga nisbatan ularning kanchalik sifatli va raqobatga bardoshli bo'lishiga boglik. Kupchilik banklar iqtisodiyotda etarli darajada cheklangan vazifa- depozitlariga, omonatlarni Qabul qilish va kreditlar berishni bajaradi, xolos deb uylaydi. Xar Qanday zamonaviy bank uzining raqobatga bardoshligini saklab kolish xamda ayni paytdaxokimiyatning moliya xizmatlariga bo'lgan turli- tuman va tobora usib boruvchi extiyojlarga mos xolda ish kurishi uchun yangi vazifalarni uzlashtirishi lozim.

Kimmatli kogozlar bozori infratuzilmasining asosiy unsurlaridan biri fond birjasidir. U standart moliyaviy vositalari (aktsiyalar, obligatsiyalar, veksellar, sertifikatlar va xokazolar) bilan savdo qilish uchun uyushgan bozor bo'lib, uni kimmatli kogozlar bozorini malakali katnashchilari o'zaro ulgurji operatsiyalar utkazish uchun tashkil etgan.

Fond birjasining vazifasi bilan boglik tuzilishi uning faoliyati asosini tashkil etadigan koidalar bilan belgilanadi:

- a) doimiy xarakatdagi bozorni vujudga keltirish;
- b) narxni aniklash;
- v) moliya vositalari, ularning narxlari va muomala shartlari haqida axborot tarkatish;
- g) moliya vositachilarining maxoratlarini qo'llab- quvvatlash;
- d) savdo koidalarini ishlab chikish.

Birjaning uzi xech narsa sotmaydi va sotib olmaydi, balki bunday ulgurji savdo utkazish uchun koidalar ishlab chikadi xamda shart- sharoit yaratib beradi.

Kontraktli jamgarma turidagi moliya muasssalari uzlari va mijozlar urtasida tuzilgan uzok muddatli shartnomalarga muvofik mablaglarni turli badallar asosida jalb kiladi. Bunday muassasalarga turli- tuman sug'urta kompaniyalari va xar xil pensiya fondlari kiradi. Mazkur komrpaniyalar jalb Qilingan mablaglarni garovlik kreditlarga, korporatsiyalarning aktsiyalari va obligatsiyalariga, shuningdek xazina majburiyatlariga joylaydi. Mulkni sug'urtalash kompaniyasi bir kadar likvidli aktivlar tarkibiga ega bo'lishi mumkin.

Sug'urtalashda odatda ikki tomon ishtirok etadi, biri sug'urta tashkiloti bo'lib, sug'urtalash shartlarini ishlab chikadi uni sug'urtalovchi deb ataladi. Ikkinchisi yuridik yoki jismoniy shaxslar, ularni sug'urta kiluvchi deb yuritiladi, boshkachasiga mijozlar deyish mumkin. Bunday shaxslarni uzlarining yoki uchinchi tomonning manfaatlarini sug'urtalaydilar, ana shu maqsadlar uchun sug'urta mukofotlari (to'lovlar, badallar) tulaydi. Sug'urtalashning eng kup tarkalgan tizimlaridan biri mulkning xakikiy qiymati buyicha sug'urtalash bo'lib, u shartnoma tuzilayotgan kundagi mulkning xakikiy qiymati sifatida aniklanadi.

Investitsiya fondlari kredit tizimlari rivojlangan moliya muassasalarining juda muxim kurinishlaridir.

Investitsiya fondining asosiy faoliyati uz aktsiyalarini chikarish xamda shu tarika jalb qilingan mablaglarni boshka kimmatli kogozlarga shunday kuyishdan iboratki, natijada daromad foiz va kogozlarning kurs qiymati olishi barobarida keladigan bulsin, odatda amaliyotda investitsiya fondlari kupdan- kup kichik investorlarning mablaglarini Qabul kiladi va ularni birlashtirib bu aktsiyalarning yirik majmuasiga sarf etadi. Shu tarika investitsiya fondlari uz aktsiyadorlarining investitsiya soxasidagi tavakkalchiligi xavf- xatarini nixoyatda kamaytiradi.

4. Qarz olish, uni rasmiylashtirish tartibi va qaytarish

Respublika milliy iqtisodiyoti tarmoqlari korxonalarni kreditlashning eng muxim manbalaridan biri- xususiylashtirishdan tushadigan mablaglardir. O'zbekiston xususiylashtirishdan tushgan barcha mablagni davlat byudjetiga emas, balki xususiylashtirilgan korxonalarni qo'llab- quvvatlashga xamda bozor infratuzilmasini rivojlantirishiga yunaltirgan dunyodagi kamdan- kam davlatlardan biri hisoblanadi.

Shunday qilib, xususiylashtirilgan korxonalar faoliyatini mablag bilan ta'minlashning birinchi xususiyati shundaki, mablaglarni davlat tasarrufidan chikarish xisobiga xosil bo'ladi va Davlat Mulki kumitasi maxsus xisob varagida jamgariladi.

Ikkinchi xususiyati shundan iboratki, Respublika Moliya Vazirligi bilan kelishilgan xolda kreditdan foydalanishning imtiyozli suriluvchi foiz stavkalari belgilanadi. Foiz stavkasi mikdorining uzgarishi xar chorakda yuz beradi, lekin u xar doim respublika urtacha bank foiz stavkasidan past bo'ladi. Shunday qilib, mulkchilik shaklini nodavlat mulkchilik shakliga uzgartirgan korxona yangi shaklida faoliyat ko'rsatishning birinchi kunidayok uz biznes dasturlarini amalga oshirish uchun davlat korxonalaridagiga nisbatan foydalirok shartlarda mablag olish imkoniga ega bo'ladi. Shunisi muximki, bu xolda loyixalarni kreditlash haqidagi qaror farmoyish berish, yukoridan ko'rsatish yuli bilan emas, balki kat'iy iqtisodiy xisoblar asosida qabul kilinadi.

Bunday xollarda qarorni rasmiylashtirish uchun Davlat mulki kumitasiga kuyidagilarni topshirish talab kilinadi:

1. Xat- karz olinadigan korxona kiradigan xo'jalik tashkiloti (xoldinglar, kontsernlar, uyushmalar va xokazo) ning tavsiyanomasi.
2. Korxonaning kredit olish to'g'risidagi arizasi (mablag bilan ta'minlash buyicha iltimosnoma- xat)
3. Loyixa (dasturning)ning biznes rejasi yoki texnik iqtisodiy asosi; unda kuyidagilar aks ettirish talab kilinadi:

- ishlab chikarishga tavsiya kilinayotgan tovar (xizmat) lar, ishlab chikarish xajmi, raqobatbardoshlik;
- bozorni baxolash (mavjud axvol, sotish, raqobat);
- tavakkalchilarni baxolash va sug'urta;
- moliyaviy reja va moliyalash strategiyasi; (uz mablagi va karz olingan mablaglar xisobidan);
- loyixani amalga oshirishning tarmok yoki kalendar rejasi;
- mavjud va zarur mikdordagi kuvvat xamda resurslar (ishlab chikarish maydonlari, texnologiyalar, uskunalar, xom ashyo va materiallar, kommunikatsiya va xokazolar);
- karz mablaglaridan foydalanishning moliyaviy natijalari va kreditni uzish tartibi;
- loyixaning ekologik xavfsizligi.

4. Korxonani ro'yxatdan utkazilganligi haqida qaror, ustav va Davlat mulki kumitasining mulki egalik haqidagi orderi nusxalari

5. Xizmat ko'rsatadigan bankning karz suralayotgan paytida karz surayotgan korxonaning kreditorlik karzi bor- yukligi haqidagi ma'lumotnomasi

6. Karzning Qaytarilishini ta'minlash kafolati (sug'urta kompaniyasi yoxud vakil Qilingan bankning garov yoki kafolat haqidagi shartnomasi).

7. Korxonaning oxirgi xisobot davri (kredit surab murojaat kilishdan oldingi chorak) uchun balans nusxasi. Unga rahbar va buxgalter imzo chekkan, muxr bosilgan bo'lishi, shuningdek karz oluvchi joylashgan manzildagi soliq organining muxri bosilgan bo'lishi, zarur xollarda esa karz oluvchining moliyaviy axvoli haqida auditorlik tashkilotining xulosasi bo'lishi lozim.

QISQA XULOSALAR.

Mamlakat uchun chet el investitsiyalarini jalb etishning ustivor soxalari. Respublika xalk xo'jaligi tarmoklari korxonalarni kreditlashning eng muxim manbalaridan biri xususiylashtirishdan tushadigan mablaglardir.

O'zbekiston xususiylashtirishdan tushgan barcha mablagni davlat byudjetiga emas, balki xususiylashtirilgan korxonalarni qo'llab quvvatlashga xamda bozor infratuzilmasini rivojlantirishga.

Xozirgi zamon bankining muvaffakiyatli ishlashi takdim etilayotgan moliya xizmatining jamoat talab extiyojiga kanchalik muvofik kelishiga yoki boshka banklar ko'rsatilayotgan bir xil va ayni usha xizmat uchun narxlar birdek bo'lgan sharoitda bir bankning boshkasiga nisbatan nakadar raqobatbardoshligiga, ya'ni narxga nisbatan ularning kanchalik sifatli va raqobatga bardoli bo'lishiga boglik.

Kupchilik banklar iqtisodiyotda etarli darajada cheklangan vazifa-depozitlariga, omonatlarni qabul kilish va kreditlar berishni bajaradi, xolos deb uylaydi.

TAYANCH IBORALAR.

Investitsiya, investitsion fond, kreditning uziga xos xususiyatlari, kreditlash, moliya bozori, sug'urta kompaniyasi, lizing, kichik korxonalarni investitsiyalash, banklar, birja.

NAZORAT UCHUN SAVOLLARI.

1. Tadbirkorlik faoliyatini moliyalashtirish deganda nimani tushunasiz?
2. Tadbirkorlikni kreditlash tizimi qanday rivojlantirilmokda?
3. Kichik korxonalarni investitsiyalashda qanday shakllardan foydalaniladi?
4. Biznesga moliyaviy yordam ko'rsatuvchi infratarkibiy tuzilmaga nimalar kiradi?
5. Investitsion fondlarning roli nimadan iborat?
6. Mamlakatimizda tadbirkorlikni investitsiyalashning yana qanday ustivor yunalishlarini bilasiz?
- 7.

Adabiyotlar ro'yxati

Asosiy adabiyotlar:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Tadbirkorlik subektlari tomonidan taqdim etiladigan hisobot tizimini takomillashtirish va uni noqonuniy talab etganligi uchun javobgarlikni kuchaytirish to'g'risida"gi Farmoni G'G' Xalq so'zi, 2005, 17 iyun.
2. Karimov I.A. "Bizning bosh maqsadimiz – jamiyatni demokratlashtirish va yangilash, mamlakatni modernizatsiya va isloh etishdir". O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Oliy Majlis Qonunchilik palatasi va Senatining Qushma majlisidagi ma'ruzasi G'G' Xalq so'zi, 2005, 29 yanvar, 20-son.
3. Osnovo' biznesa. Uchebnik. –M.: Market Ds, 2003.
4. Xodiev B.Yu., Qosimova M.S., Samadov A.N., Muxiddinova U.S. Kichik biznesni boshqarish. –T.: "O'qituvchi", 2003.
5. Abdullaev Yo., Karimov F. Kichik biznes va tadbirkorlik asoslari.-T.: Mehnat, 2000.
6. Eremenko A. Razrabotka biznes-prilozheniiy v Microsoft Business solutions-Alapta iersii. 3.0G'Feleksey Ermenenko, Ruslan Shashkov. –M.: Alpina Biznes Buks, 2005.-503 s.
7. Xodiev B.Yu., va boshqalar. Kichik tadbirkorlik asoslari(o'quv-amaliy qo'llanma)-T.:EH. TEMPUS "Konsaudit", 2004.
8. Rambler-http :G'G'wwwG'rambler, ruG';

9. [www. gov. uz](http://www.gov.uz).

10. Yandex- [http :G'G'yandexG'ruG'](http://yandex.ru);

Qo'shimcha adabiyotlar ro'yxati

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining “Tadbirkorlik subektlarini huquqiy himoya qilish tizimini yanada takomillashtirish chora-tadbirlar to'g'risida”gi Farmoni G'G' Xalq so'zi, 2005, 16 iyun.

2. Rubin Yu.B. Teoriya i praktika predprinimatelskoe konkurentsii –M.: OOO Marlet Ds korporeyshen, 2004.

3. Malo'y biznes. Organizatsiya, ekonomika, upravlenie: Ucheb. posobie dlya vuzovG' Pod red. Prof. V.Ya.Gorfinkelya, prof. V.A Shvandara.-2e izd., prereb. I dop.-M.: YuNITI- DANA, 2003-283 s

4. [www.ziyo. edu. uz](http://www.ziyo.edu.uz)

5. www.edu.uz.

6. [http:G'G'www.ced.bgG'engG'projectsG'project12G'publicationG'book.htm](http://www.ced.bgG'engG'projectsG'project12G'publicationG'book.htm)

12-bob. TADBIRKORLIKDA BIZNES PSIXOLOGIYASI

Reja:

1. Tadbirkor rahbar faoliyatining ruhiy-psixologik xususiyatlari
2. Tadbirkor raxbarning nutq madaniyati va uning ruxiy psixologik jixatlari
3. Tadbirkor rahbar faoliyatida mojaroli holatlar va ularni hal etish usullari
4. Tadbirkor raxbarning qarorlarini qabul qilishdagi o'quvi

1. Tadbirkor rahbar faoliyatining ruhiy-psixologik xususiyatlari

Bozor iqtisodiyoti sharoiti tadbirkor rahbarlardan tadbirkorlik va ishbilarmonlik, boshqaruv uslublarini takomillashtirishni talab etadi. Boshqarish uslublari, asosan, ongli ravishda muayyan maqsadlarga erishish uchun xizmat qiladi. Ular mohiyati va maqsadiga ko'ra tarbiyaviy, moddiy rag'batlantiruvchi, ma'muriy-tashkiliy turlarga bo'linadi.

Tarbiyaviy uslub, insonning ma'naviy takomillashishi, ruhiyatiga va boshqa ijtimoiy xarakteriga mos ravishda tashkillashtiriladi.

Moddiy rag'batlantiruvchi uslub esa mehnat samaradorligini oshirish, mahsulot sifatini yaxshilash uchun ishchilarni moddiy qiziqtirish maqsadida tashkil etiladi.

Ma'muriy-tashkiliy uslub asosan jamiyat talablarini qondirishga qaratilgan bo'lib, ishlab chiqarish jarayoni va mehnat taqsimotini rejali olib borish uchun qo'llaniladi. Bu uslub ikki turda bo'lishi mumkin: uzoq muddatga moslashtiriladigan va bir martalik bo'lishi mumkin. Shart-sharoitiga ko'ra, kerakli uslub qo'llaniladi va bu takomillashtirib boriladi. Boshqarish uslublarini takomillashtirishdan asosiy maqsad daromadni to'g'ri taqsimlash, har bir ishchi, xizmatchining o'z mehnatiga yarasha daromad olishini ta'minlashdir. Demak, boshqarish uslublarini hayotga shunday tatbiq etish kerakki, har bir inson mehnat qilsagina, turmushi yaxshi bo'lishiga ishonch hosil qilsin.

Xo'sh, boshqarish san'ati nima? Boshqarish san'ati tadbirkor rahbarlardan talab qilinadigan eng asosiy xislatlardan bo'lib, uning qo'l ostidagi ishchi-xizmatchilar bilan yaxshi munosabat o'rnatishi, korxonada ishlab chiqarishning eng samarali natijalarini beradigan muhit yaratishni taqozo etadi.

Yaponiyaning boshqarish uslubi ana shu tamoyil asosiga qurilgan. Yaponlarning boshlang'ich ijtimoiy sharoiti shundayki, ular ishchini ijtimoiy himoya qilish bilan birga ma'naviy tarbiyalab boradilar, inson psixologiyasidan to'g'ri foydalanadilar, ishchini ishga tayyorlash jarayonida xalqqa ma'lum bo'lgan uslublarni qo'llaydilar, ya'ni bajariladigan ishning nozik tomonlari va qat'iylikni o'rgatadilar. Ishchining ish joyini tez-tez o'zgartirishi qat'iy qoralanadi, shu sababli ishchilar bir ish joyida uzoq yillar davomida ishlab, o'z kompaniyasiga sodiq bo'lishadi. Natijada, ishchilarning tajribasi va malakasi juda yuqori bo'ladi, bu esa, o'z navbatida, mehnat unumdorligining o'sishi, yuqori sifatli mahsulot ishlab chiqarishiga olib keladi.

Mahsulot ishlab chiqarish bilan uning sifatini nazorat qilish jarayoni hech qachon ajratilmaydi yoki bir-biriga qarama-qarshi qo'yilmaydi. Ularning fikricha, nazoratni kuchaytirish yoki nazoratchining huquqini kuchaytirish bilan yuqori sifatli mahsulot olib bo'lmaydi. Vaholanki mahsulot sifatini tayyor bo'lgandan keyin emas, aksincha, uni tayyorlash jarayonida, bajarilgan har bir ish operatsiyasidan so'ng nazorat qilish kerak. Nazoratchining asosiy vazifasi sifatsiz mahsulot ishlab chiqarayotgan ishchini topib uni jazolash emas, balki uning sababini aniqlash va bartaraf qilishdan iborat bo'lishi kerak. Mana shu uslubni yaponlar to'g'ri yo'lga qo'yganligi sababli har bir ishchi o'z-o'zini nazorat qilishga o'rgangan va doimo o'z ustida izlanishlar olib boradi. Kompaniyalarda sifat guruhlari tashkil qilingan.

Bizda ham har bir tadbirkor rahbar ish joylarida mana shunday uslubni tashkil qila olishi kerak. Shundagina sifatsiz mahsulot sonini kamaytirib, yuqori sifatli mahsulot olishga erishish mumkin.

Bozor iqtisodiyoti sharoiti boshqaruvida uzoq va yaqin muddatlarga mo'ljallangan rejalar tuzish, qarorlar qabul qilish, ijrochilar o'rtasida ishlarni taqsimlash, qarorlar ijrosini nazorat qilish, ijrochilarni rag'batlantirib borish kabi ishlar ham tadbirkor rahbar zimmasidadir. Boshqaruv qarorlari ichki va tashqi omillarga ega bo'lib, ular oddiy va murakkab sharoitlarda bir qarorni tayyorlash va qabul qilishda jamoa faollarining qatnashuvi hamda tadbirkor rahbar tashkilotchiligi, boshqaruvni demokratik uslubda olib borishi kerakligini ko'rsatadi.

Tadbirkor rahbarning tashkilotchiligi mehnat jamoasini uyushtirish, jipslashtirish, ishlab chiqarish va tarbiyaviy jarayonlarga ta'sir ko'rsatish, guruh faoliyatini oliy maqsadlarga qarata olish qobiliyati kabi masalalarni qamrab oladi.

Tadbirkor rahbarning tashkilotchilik qobiliyatining ikkinchi yo`nalishi ishlab chiqarish tizimini yaxshilash tadbirlariga qaratilmo`g`i, yangi jamoada axloqiy-ruhiy muhitni qaror toptirish, yangi texnologiyani joriy etish, kuchlarni tezkor ishlarni bajarishga qaratish, boshqaruvdagi kishilarni imkon qadar kamaytirish, yangi xodimlar malakasini oshirib borish, kishilardagi «boqimandalik» ruhiyatiga barham berish, ishda har xil mojarolar kelib chiqishiga yo`l qo`maslik, mehnat intizomiga qat`iy rioya qilishdir.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida tadbirkor rahbar faoliyatining mazmuni uning boshqarish san`atini nechog`lik egallagani, ya`ni kishilarni jamoaga uyushtirish, ishlarni uzoq va yaqin muddatlarga rejalashtirish, nazorat qilish, axborotlar ayirboshlash, boshqarishni oqilona tashkil etish kabi mezonlar bilan ham izohlanadi. Bunda tadbirkor rahbar ongliligi, tadbirkorliligi, ishlab chiqarishni ishning ko`zini bilib tashkil etishi, belgilangan natijalarga erishishi, kishilarning moddiy va ma`naviy ehtiyojlarini qondirib borishi, uning guruh, jamoa, jamiyat oldida mas`uliyat, burch tuyg`usini chuqur his qilishi muhim ahamiyatga ega.

Tadbirkorning tashkilotchilik qobiliyati hamma narsada muvaffaqiyatga erishuvining muhim shartidir. Qanday tadbirkor rahbar muvaffaqiyatiga tez erishadi? Ruhshunos olimlar uning bir necha omillarga bog`liqligini ta`kidlaganlar.

Bular quyidagilardir:

Tadbirkor rahbarda tashkilotchilik qobiliyatining namoyon bo`lishi:

- jamoada sof axloqiy muhit paydo qila olishi, hammaning hamkorlikda harakat qilishini ta`minlay olishi;
- kishilarni ishontira olishi va jamoada o`zaro yaxshi munosabatlarni qaror toptirish uchun shart-sharoit yaratishi.

Rahbarning kishilar bilan til topib ishlash mahorati:

- tadbirkor o`z qo`l ostidagilarning nimaga qodirligini hisobga olib ishlarni taqsimlashi;
- kishilarni uyushtirishning eng muhim omillaridan foydalanishi;
- har bir kishining ruhiy-psixologik kayfiyatlariga mos ravishda muloqot qilishi.

Tadbirkor rahbarning mehnatga munosabatida ishbilarmonligi:

- ishlab chiqarish va boshqa jabhalarda har xil muammolarni hal etishda eng qulay yo`llarni izlab topish;
- vijdonlilik va adolatlilik;
- boshlagan ishlarni oxiriga yetkazish.

Rahbar faoliyatida ijro etish qobiliyatining namoyon bo`lishi:

- kasbiy malaka va ko`nikmaga ega bo`lishi;
- texnik vazifalarni hal etishga uquvliligi;
- yangiliklar va g`oyalarni ishlab chiqarishga joriy etib borishi.

Tadbirkor rahbarning qarorlarni qabul qilishdagi uquvi:

- mustaqil ravishda qarorlar qabul qila olishi;
- qabul qilgan qarorining oqibati va natijalarini ko`ra bilishi;
- ishlab chiqarishda sodir bo`luvchi turli holatlarni hisobga olib borishi, tanglikdan qutulish yo`llarini izlashi;
- noto`g`ri qaror qabul qilganda o`z xatolarini bo`yniga olishi;
- xodimlarni boshqaruv masalalariga ko`proq jalb etishi.

Tadbirkor rahbarning kishilarga munosabati:

- o`z va`dasi, so`zining ustidan chiqishi;
- kishilarni bir-biridan ajratmasligi hammaga bir xil munosabatda bo`lishi;
- o`z qo`l ostidagilar va boshqalarga tavozeda bo`lishi va o`zini tuta bilishi, odobliligi va xushmuomalaligi;
- kishilarga munosabatda har bir kishining ruhiy-psixologik xususiyatlarini hisobga olib muomalada bo`lishi.

Tadbirkor rahbarning o`z-o`ziga talabchanligi:

- o`z xatti-harakatlarini tanqidiy baholay olishi;
- o`z imkoniyatlarini hisobga olib ishlashi;
- boshqalarning unga bergan yaxshi va yomon baholarini tahlil etib, ulardan tegishli xulosa chiqarishi.

Rahbar o`zida quyidagi ruhiy-psixologik, fiziologik, axloqiy, ma`naviy va ishbilarmonlik sifatlarini mujassamlashtirgan bo`lishi kerak.

Tadbirkor rahbarning ruhiy-psixologik xususiyatlari:

Nutq va tafakkur sifatleri kuchli xotira, doimiy diqqatning barqarorligi, sog`lom aql, fikrning kengligi, chuqurligi, tezligi, muammo mohiyatini tez anglab olish, ijodiylik, fikrni og`zaki va yozma shaklda qisqa, tushunarli, aniq tarzda ifodalash.

Xarakter sifatleri maqsadga intiluvchanlik, dadillik, mardlik, ishonch, o`zini tuta bilish, o`zi va boshqalarga nisbatan talabchanlik, tavakkal qilish qobiliyati, qiyin vaziyatlarda ham o`zini yo`qotmaslik, xazil-mutoyiba tuyg`usi.

His-tuyg`u sifatleri his-tuyg`ularning turg`unligi, aniqligi, ifodaliligi, kuchli xayajonli holatlarda to`g`ri harakatlar qilish qobiliyati, muloqotga kirishganda boshqalar kayfiyatini, his-tuyg`ularini hisobga olish, o`z his-hayajonlarini va kayfiyatlarini boshqara olish.

Xulq-atvor sifatlari yanada yaxshilashga intilish va uni himoya etish, kishilar bilan munosabatda samimiylilik, halollik.

Tadbirkor rahbarning ruhiy-fiziologik sifatlari:

1. Arzimas narsalardan janjal chiqarmaslik, achchiqlanmaslik, ba'zan ko'rib ko'rmaganga olish.

2. Ruhiy jarayonlarda bosiqlik.

3. Ruhiy, xayajonli xavf-xatar hollarida o'zini yo'qotib qo'ymaslik.

4. O'zini anglashda faollik, kayfiyatda o'ta sezgirlik.

5. Jismoniy sog'lom va har tomonlama barkamollik.

Tadbirkor rahbarning axloqiy, ma'naviy sifatlari:

1. Mehnatsevarlik, kishilarga nisbatan mehribonlik, insonparvarlik, samimiylilik, halollik, vijdonlilik, sabr-matонат, xolislik.

2. Tartiblilik va intizomlilik, o'ziga va boshqalarga talabchanlik, o'zgalar fikrini tushunish va hisobga olish.

Tadbirkor rahbarning ishbilarmonlik sifatlari: soha va kasb sirlarini yaxshi bilish, o'z ishi sohasida yuqori malakaga ega bo'lish, yangi texnologiya talablariga mos bilim va tajriba, ishlab chiqarish texnikasi va texnologiyasini chuqur bilish, boshqarish usullarini yaxshi o'zlashtirgan bo'lishi, o'z bilimi, malaka va ko'nikmalarini oshirib borish, axborot ayirboshlashni bilish va hokazo.

Tadbirkor rahbarning tashqi ko'rinishi ham alohida ahamiyatga ega. Uning kiyim-boshi hamisha toza, ozoda, tartibli bo'lishi, o'zi esa xulq-atvorda boshqalarga namuna ko'rsatishi, saranjom-sarishtalikka rioya etishi kerak.

Mana shu xususiyatlarni o'zida namoyon etgan tadbirkor rahbar bozor iqtisodiyoti talablariga to'liq javob beradi. Zero, bozor munosabatlari ishni jiddiy asoslarda, texnologik jarayonlar bilan qo'shib olib borish, tezkorlik, malaka va uquvni, kasb mahorati yaxshi egallashni taqozo etadi. Ishlab chiqarish, savdo-tijorat, xizmat idoralari, iqtisodiyot ning barcha tarmoqlarida faoliyat yurituvchi tadbirkorlarning xorijliklar bilan hamkorlik qilish, shartnomalar va bitimlar tuzish, muzokaralar olib borish uquvini namoyon etishi ham bozor munosabatlari talabidir.

Tadbirkor rahbar o'z qo'l ostidagilarda faollik, onglilik, ijodkorlik, intizomlilik, o'z-o'zini tarbiyalab borish sifatlarini qaror toptirsa, mehnatda ham, xizmatda ham, el-ulus orasida ham obro' topadi. Shuningdek, tadbirkor rahbarning ko'pchilik bilan muomala qila olish qobiliyati ham uning tashkilotchiligidan nishonadir.

Bundan tashqari, tadbirkor rahbar mehnat jamoalarining uyushishi, jipslashishi va rivojlanishining ruhiy-psixologik jarayonlari bosqichlarini ham hisobga olishi kerak.

Uyushish-jipslashish bosqichi. Mehnat jamoasiga uyushish-jipslashish hamkorlikda faoliyat yuritish zaruratidan kelib chiqadi. Bunda jamoa a'zolarining malakasi, qobiliyati, qiziqishlari e'tiborga olinadi. Shaxsiy ehtiyojlarni qondirishdagi faoliyat kishilarni jipslashtiradi. Tadbirkor rahbar mehnat jarayonida kishilarning bilimi, kasbi, malakasi, yoshini hisobga olib, ularni jamoaga to'playdi. Bunda tadbirkor rahbarning tashkilotchilik qobiliyati namoyon bo'ladi.

Jamoaning tarkib topish bosqichi. Bu bosqichda tadbirkor rahbar jamoa har bir a'zosining mehnatga munosabatini aniqlashga harakat qiladi. Kimki faoliyatining ijtimoiy ahamiyatini chuqur anglasa, bor kuchi, ijodkorligini ishga safarbar etadi. Jamoada faollar va dangasalar, ishga halaqit beruvchilar bo'lishi mumkin. Tadbirkor rahbar bunday holda xodimlar o'rnini almashtirish, mehnatga munosabatini o'zgartirish, o'z ishiga qiziqtirish, tashabbus ko'rsatishga undash orqali jamoa faoliyatini ta'minlaydi. U bu ishlarni qo'l ostidagilar faoliyatini kuzatish, nazorat qilish, baholash, mehnat natijalarini chamalab ko'rish bilan qo'shib olib boradi.

Har bir a'zoning jamoaga moslashish bosqichi. Bu bosqichda «qoloqlar», «ishga halaqit beruvchilar» qolmaydi. Ularning shaxsiy qiziqish va ehtiyojlari jamoa faoliyati bilan uyg'unlashib, moslashib ketadi. Sof axloqiy-ruhiy muhit yaratilgan mehnat jamoasida faollik, ijodkorlik, kasbga qiziquvchanlik barqaror tus oladi. Shaxsda yaxshi niyat paydo bo'ladi, maqsad va ehtiyojlarini qondirishga intilish, mehnatsevarlik kuchayadi. Hamkorlikdagi mehnatdan zavq olish shaxslararo munosabatlarni yaxshilaydi.

Insoniy qadriyatlarga erishish bosqichi. Bu bosqichda jamoa his-tuyg'ulari bir maqsad yo'lida umumlashadi. Jamoaviy faollik vujudga keladi, an'anaviylik qaror topadi. Inson o'z qiziqish va intilishlarini jamoa hayoti bilan bog'laydi. Atrofdagilarga ishonch ortadi, do'stlik va muhabbat rishtalari mustahkamlanadi. Bu jarayonlarda tadbirkor rahbar zimmasiga katta mas'uliyat yuklanadi. Bunda tadbirkorning o'ziga xos ish yuritishi, boshqaruv malakasi, tashkilotchiligi, tarbiyaviy ishlarni olib borish mahorati yaqqol namoyon bo'ladi.

Yaxshi tadbirkor rahbar uchun ma'lum shaxsiy sifatlar zarur. U qat'iyatligi va chaqqon, ziyrak bo'lishi kerak. Tadbirkor o'ziga kerakli fikrlarni yig'a bilishi kerak. 99 foiz ilg'or g'oyalar mutaxassislar bilan

muloqotda yuzaga kelsa, 1 foiz g'oyalar odamlarni eshita bilishida paydo bo'ladi. Buning uchun suhbatlashishni bilish, o'rganish, shaxsiy g'arazlarni unutish, g'oyalarni tartibga solish, eng asosiysi, doimo o'qish-o'rganish kerak. Aks holda, u o'z ishini baholay olmaydi.

Tadbirkor rahbar bozor sharoitida o'z huquqidan to'la foydalanishi va zarur hollarda quyidagilarni amalga oshirishi, ya'ni yomon xodimlardan voz kechishi, o'z xodimlaridan zaruriy natijalarni talab etishi, fikrlash qobiliyatiga ega bo'lganlarni g'oyalarga yo'naltirishi kerak va hokazo.

Shular bilan bir qatorda u qat'iy buyruqlar berishi, buyruqning bajarilish natijalaridan voqif bo'lib turishi zarurdir. Shuning uchun u xodimlarning ichki xususiyatlarini bilishi kerak. Ba'zan xodimlar qasddan mehnat intizomini buzadilar. Bunga sabab moddiy ta'minotining o'z vaqtida bo'lmasligi, bir necha vazifani bir vaqtda berilishi, uning aniq bajarilish vaqti ko'rsatilmaganligi, mukofotlash shaklining nomukammalligidir. Tadbirkor rahbar kishilarning bunday kamchiliklariga sabr-toqat bilan yondashishi kerak.

Tadbirkor rahbar kamsuqum, qat'iy, halol, shijoatli bo'lib, ishchi-xizmatchilarning fikri, taklifi, mulohazalari bilan hisoblashib, demokratik usulda ish ko'radi. Shu bilan bir qatorda, korxonada intizomni, tartibni talabchanlik bilan nazoratga oladi. Sifat bilan ko'rsatkichni e'tibordan chetda qoldirmaydi. Mehnatni aniq hisob-kitob, reja bilan yuritishga erishadi. O'zining qobiliyatiga obyektiv baho bera oladi. Kadrlarni tanlashda, ish jarayonida tanish-bilishchilikka emas, asl mutaxassislariga suyanadi.

2. Tadbirkor raxbarning nutq madaniyati va uning ruxiy pishologik jixatlari

Tadbirkor madaniyati deganda tadbirkor odobi va iqtidori o'rtasidagi dialektik bog'lanish tushuniladi. Bu bog'lanish quyidagi fazilatlar majmuasida o'z aksini topadi:

Odob aqlning suyanchig'i, barcha fazilatlarning mezoni. Bejiz xalqimizda: "Aql bilan odob - egizak", deyishmaydi. Odob yaxshilik bilan yomonlikning farqini bilish, foyda bilan zarar orasidagi tafovutni anglashdir. Odob vositasida kishi o'z jonini yomon xislatlardan davolaydi, yoqimsiz ayblardan poklaydi, chiroyli fazilatlar bilan bezaydi.

Odob tadbirkorni eng chiroyli xulq bilan qurollantiradi. Natijada aql egalari bunday tadbirkordan har ishda rozi bo'lishadi. Odobli tadbirkor esa kundan kunga obro' topadi, nufuzi oshadi, ishlari ravnaq topadi. Ba'zi hakimlar odobni eng mas'um va ko'rkam fe'lga ega bo'lish desalar, ba'zilar nafsni barcha qabih odatlardan tozalash deb ta'rif berishadi. Demak, tadbirkordagi odobning mavjudligi, bu noyob ne'matning mavjudligidir.

Umuman odob ikki xil bo'ladi:

- hikmat odobi;
- xizmat odobi.

Hikmat odobi poklik va to'g'ri yo'lga yetaklaydi. **Xizmat odobi** esa badavlatlik va obro'ga yetkazadi. Har ikkisi ham ulug' fazilat bo'lib, biri aziz qilsa, ikkinchisi qudratli qiladi.

Odob rahbarni aql va axloq egasi bo'lishga, vijdonli, or-nomusli, sof ko'ngilli, subutli bo'lishga da'vat etadi.

Imon arabcha so'z bo'lib, lug'aviy ma'nosi ishonchdir. Imonli kishini, xususan rahbarni yoki tadbirkorni qisqacha shunday tavsiflash mumkin:

- **e'tiqodli**, ya'ni o'z fikr va qarashlariga mahkam, sobitqadamlik bilan ishonish va o'zgalarni ham o'zidek hisoblab, ularning lafziga samimiyat bilan ishonishdir. E'tiqod jur'atni, mardlikni, fidoiylilikni taqozo etadi;

- **maslakli**, ya'ni o'ziga xos aqidalari bilan boshqalardan ajralib turuvchi ijtimoiy, siyosiy, ilmiy, g'oyaviy va diniy yo'l sohibi;

- **taqvodor**, ya'ni birovning haqiga xiyonat qilmaydigan;

- **sharm-hayoli**, ya'ni har qanday nojo'ya xatti-harakatlardan o'zini tiya oladigan;

- **oriyatli**, ya'ni o'ziga nomunosib yoki ep ko'rilmagan ishdan, narsadan hijolat tortadigan;

- **andishali**, ya'ni oqibatini o'ylab ish qiladigan, yuz-xotirni biladigan, farosatli;

- **vijdonli**, ya'ni nohaq, adolatsiz ishlardan g'azabga keladigan, bularga qarshilik bildiradigan, o'z faoliyatining yaxshi tomonlaridan qanoatlanib, xursand bo'ladigan, yomon tomonlaridan norozi bo'lib, ruhan eziladigan, ya'ni vijdon azobiga tushadigan.

Oddiy tarzda aytganda:

Imon uch narsaning butunligidan hosil bo'ladi: e'tiqod, iqrar va amal. E'tiqod ishonch. Iqrar so'zda buni tan olish. Amal yaxshi ishlar bilan uni isbotlash.

Insof adolat va vijdon amri bilan ish tutish tuyg`usi va qobiliyati, ishda, kishilarga munosabatda halollik, to`g`rilik. Barobarlik, sofdillik va haqiqatgo`ylikdir. O`zgani o`z o`rniga va shuningdek o`zini o`zgani o`rniga xayolan qo`yib ko`rish ham insofga kiradi. Yuqorida ta`kidlaganimizdek, to`q ochni, boy kambag`alni, baxtli baxtsizni, tolei baland tolei zabunni, omadli omadsizni, sog`lom va bemorni o`z o`rniga qo`yib ko`rolsa va aksincha ham xuddi shunday bo`lsa, olam guliston insoflilar safi ko`payaveradi.

Insof har qanday kishining, xususan, rahbar yoki tadbirkorning jamiyat oldida, tevarak-atrofidagi kishilar nazarida o`z xatti-harakati bilan ma`naviy mas`uliyatni his etishining ifodasidir.

Adolat barcha fazilatlar ichidagi eng oliy fazilatdir. Adolatparvar tadbirkor yoki rahbarning axloqiy hislatlari bimalol qonun o`rnini bosa oladi. Ulug` alloma Nasriddin Tusiy ijtimoiy adolatning uch asosiy talabi mavjudligi va jamiyat taraqqiyotini belgilovchi muhim omil ekanini alohida uqtirgan edi:

Adolatning birinchi talabi, aholi turli tabaqalarining o`zaro uyg`un bo`lishini ta`minlashdir.

Adolatning ikkinchi talabi, el-ulusning haq-huquqini teng ta`minlagan holda kishilarni xizmatga tayinlashda shaxsning salohiyati va imkoniyatlaridan kelib chiqish.

Adolatning uchinchi talabi, barchaning teng farovonligini himoya qilish bilan birga bu farovonlikni yuzaga keltirishdagi xizmati va huquqiga qarab, har bir inson o`z ulushini olishga imkon yaratishdan iborat.

Bu kabi davr va hayot tajribasida tasdiqlangan fikrlar sakkiz asr chamasi o`tib, Prezident Islom Karimovning rahbarlik faoliyatida o`ziga xos tarzda ifoda topmoqda. Bunga ishonch hosil qilish uchun yurtboshimizning ma`ruzalaridan biridagi ushbu fikrga diqqat qilaylik: "Davlat jamiyatning keskin tabaqalanishiga oshib-toshib ketgan boylaru, kambag`al qashshoqlarga bo`linib ketishga yo`l qo`ymasligi kerak".

Bundan shu xulosa kelib chiqadiki, har turli qing`ir yo`llar bilan haddan tashqari boylik orttirib o`zini qo`yarga joy topolmay, "to`qlikka sho`xlik" qiladigan kimsalarning jilovini tortib qo`yish bilan birga, halol mehnat kishilariga imkoniyat yaratib berish, ularni qo`llab-quvvatlash, zarur bo`lsa, rag`batlantirib borish davlat siyosatining muhim yo`nalishlariga aylangan.

Adolatning ikkinchi talabi sifatida Prezident jamiyat taraqqiyoti va uning siyosiy muhitini belgilashda rahbar kadrlarni tanlash va ularni joy-joyiga qo`yishga katta ahamiyat beradi va bu masalaga hal qiluvchi

ma'naviy-siyosiy omil, tub islohotlarning tayanchi va bosh yo'naltiruvchi kuchi, deb qaraydi: "Xalqning dardiga befarq qaraydigan, o'z manfaatidan boshqa narsani o'ylamaydigan, xudbin va ta'magir rahbarlar mamlakatimiz ravnaqiga, xalqimiz farovonligiga to'siq bo'lmoqda. Endi ular bilan murosa qilib bo'lmaydi. Bizga shunday rahbarlar kerakki, toki ular elim deb, yurtim deb kuyib-yonib, o'z halovatlaridan kechib mehnat qilsinlar!

Barcha bo'g'inglarda insofli, diyonatli, bilimdon, tajribali rahbarlar boshchilik qilmas ekan, mustaqil mamlakatimizning obro'si, uning manfaati uchun mardlik, jonkuyarlik bilan ishlamas ekan ishlarimiz ko'ngildagidek bo'lmaydi".

Adolatli jamiyatda xalqning ertangi kunga ishonchi va bunyodkorlik ishiga rag'batli kuchli bo'ladi. Shuning uchun ham Prezidentimiz: "Biz shunchaki demokratik davlat emas, balki adolatparvar demokratik davlat qurishga intilyapmiz. Adolatga intilish xalqimiz ma'naviy-ruhiy dunyosiga xos eng muhim xususiyat. Adolatparvarlik g'oyasi butun iqtisodiy va ijtimoiy munosabatlar tizimiga singib ketishi, ijtimoiy ko'maklashuv mexanizmida o'z aksini topishi kerak", - masalasini dolzarb vazifa qilib qo'ydi.

Iqtidorli¹⁸ deganda biror soha bo'yicha layoqatini ongli ravishda sezgan, o'zidagi qobiliyatni to'la namoyon etish uchun qat'iyat ko'rsata oladigan kishilar tushuniladi. Iqtidorli odamlar kuch-quvvatini ayamaydi va kutiladigan natijasiga maqsadiga yetadi, ya'ni o'zini bor bo'yicha ko'rsatadi.

Ular ishda mardlik, chidamlilik, o'z-o'zini boshqara olish, tashabbuskorlik kabi hislat va fazilatlarga ega bo'lishadi, o'z xatti-harakatlariga hamisha tanqidiy ko'z bilan qaraydilar, doimo olg'a qarab intiladilar, erishgan samaralari bilan hech qachon cheklanib qolishmaydi. Iqtidorli insonlar o'z faoliyatlari bilan hatto ba'zi bir kamharakat katta iste'dod egalariga nisbatan ham jamiyatga ko'proq foyda yetkazishadi.

Xodimlarni qabul qilish madaniyati. Tadbirkor o'z navbatida rahbardir. U xodimlarni qabul qilish madaniyatiga ega bo'lishi lozim. Chunki xodimlarni qabul qilish, ularning tashvishlariga quloq solish, og'irlarini yengil qilish har bir rahbarning burchi va vazifasi hisoblanadi. Shuning uchun ham qabul madaniyatiga rioya qilish uchun rahbar quyidagilarga e'tibor bermog'i lozim:

¹⁸ Iqtidorli tushunchadan farqli o'laroq, iste'dod tushunchasi ham bor. Iste'dod har tomonlama rivojlangan, nihoyatda kuchli va takrorlanmas qobiliyatdir. Qobiliyat, iqtidorni tinimsiz mehnat tufayli tarbiyalash mumkin. Ammo iste'dod iborasi ajdodida buyuk siymolar o'tgan avlod farzandlari orasida biror iste'dod egasi bo'y ko'rsatib qolganda tilga olinadi.

-suhbatdoshingizni qancha vaqtingiz borligi to'g'risida ogohlantiring;

-faqat suhbatdoshingiz gaplarini inobatga olib, vaziyatni ko'z oldingizga keltiring;

-to'xtatib bo'lmaydigan, uzil-kesil munozaradan o'zingizni tiying;

-o'z fikringizni ishonchli va batafsil bayon eting;

-o'z g'oyangizni izchillik bilan bayon eting;

-ovo'zingizni baland qilmasdan gapiring, so'zlaringiz dona-dona va ravon bo'lsin;

-qarshi tanbeh hollarda o'zingizga nisbatan tanqidiy yondashing;

-shunchaki fikrlash yoki haqiqatan ham shunaqami bular o'rtasidagi farqni biling;

-savollarni shunday tuzingki, ularni tushunish bir xilda bo'lsin;

-muammo muhokamasini aniq yechim bilan tugating;

-ishni qalashtirmang, zudlik bilan ko'rsatma bering;

-suhbatdoshingizni yumushi o'zi uchun o'ta muhim ekanligini unutmang.

Qabulingizda bo'lgan shaxsning muammosini hal etishga imkoniyat bo'lmagan taqdirda ham siz uni samimiy iltifot bilan kuzating va xayrixohlik bilan ishining o'nglanib ketishiga umid baxshida eting.

Umuman, xizmat yuzasidan qabul chog'ingizda quyidagi qoidaga rioya qilsangiz, nur ustiga a'lo nur bo'lar edi:

Uchrashuv chog'ida xushfe'llik.

Quloq solish chog'ida e'tibor, rag'bat.

Bahslashuv chog'ida ko'p narsani bilishga qiziquvchanlik.

Tanqid chog'ida o'zini tuta bilish.

Tashkilotda rahbarlardan qaysi biri, qanday masala yuzasidan kishilarni qabul qilishi aniq belgilab qo'yilishi zarur. Bo'ysunuvchilarni iltimosiga ko'ra, qabul qilganda rahbar ularga iltimos va takliflarini qisqa bayon qilishni o'rgatishi lozim. Agar rahbar o'zi taklif etib qabul qilsa, bo'ysunuvchi bu haqda oldindan xabardor qilinishi kerak. Suhbat chog'ida ishonch muhitini vujudga keltirishi lozim, suhbatdoshni majbur qilish, sha'nini kamsitish mumkin emas.

Kengash va majlislarni olib borish madaniyati. Tadbirkor rahbar kengash va majlislarni olib borish madaniyatiga ham ega bo'lishi kerak. Kengash jamoa fikri. Aql zakovatini muayyan masalani muhokama etish va oqilona qaror qabul qilish maqsadida uyushtirilgan majlisdir.

Sohibq iron Amir Temur kengash to'g'risida shunday deydi: "Kengash ikki turli bo'lur. Biri til uchida aytilgani, ikkinchisi dildan

chiqqani. Til uchida aytilganini (shunchaki) eshitardim. Dildan aytilgan maslahatni esa qalbim qulog`iga quyardim va dilimga joylardim. Agar (g`anim ustiga) lashkar tortmoqchi bo`lsam, urush-yarashdan o`rtaga so`z tashlab, amirlarim ko`ngillarining bu ikkovidan qay biriga moyilligini bilishga intilardim. Agar yarashdan so`z ochsalar, buning foydasini urush ziyoniga solishtirib ko`rardim. Agar urushga moyil bo`lsalar, uning naf va foydasini yarash ziyoniga taqqoslab ko`rardim, qaysi biri foydaliro q bo`lsa, shuni ixtiyor qilardim"¹.

O`z vazifasi va olib borilish shakliga qarab kengash turlicha bo`ladi.

Kengash tip (xil)lari:

Vazifalari bo`yicha:

- qaror qabul qilish;
- fikr almashish;
- axborotni tinglash;
- dispetcherlik muhokama;

Olib borish shakli bo`yicha:

- diktator (hukmdor)lik;
- avtokrat, yakka hukmdor shaklida;
- bahsli shaklda;
- seregativ shaklda.

Kengashgacha:

- majlis rejasini tuzib unga tayyorgarlik ko`ring;
- majlisda ko`riladigan masalalar yuzasidan tayyorlangan materiallarni majlis qatnashuvchilariga oldindan jo`nating;
- majlisga fikrlari o`ta muhim kishilarni taklif qiling;
- majlisni zarurat tug`ilgan hollardagina chaqiring.

Kengash vaqtida:

- kengashni belgilangan vaqtda boshlang;
- kengashni o`tkazishning yagona tartibini belgilang;
- ortiqcha huruj, shaxsiy qarshi chiqish hollariga yo`l qo`ymang;
- kengash maqsadini har bir qatnashuvchi e`tiboriga yetkazing.

Kengash unsurlari:

- kun tartibini muhokama qilish;
- kengashni o`tkazish tartibini muhokama qilish;
- muammolarni aniqlash;
- muammolar tahlilini qilish;
- muqobil variantlarni izlash;
- muqobil variantlarni baholash;
- qaror qabul qilish.

Kengashdan so`ng:

- kengash qarorini tayyorlash;
- ko`rsatuvlarni tayyorlash;
- axborotlarni jo`natish.

Shuni unutmangki, kengash o`tkazuvchi raislar va tinglovchilar turli toifadagi kishilar bo`lishi mumkin, ya'ni:

Rais:

- bug`uvchi
- vahimachi
- chalg`ituvchi
- lol qoldiruvchi

Tinglovchi:

- indamaslar
- tajovuzkorlar
- g`iybatchilar
- bilag`onlar
- haddan tashqari ishchanlar
- so`nggi oyoqlar

3. Tadbirkor rahbar faoliyatida mojaroli holatlar va ularni hal etish usullari

Tadbirkor rahbar faoliyatida har xil ziddiyat (konflikt)lar va mojarolar uchrab turadi. Mehnat shart-sharoitlari, mehnat natijalari, moddiy va ma'naviy ehtiyojlarning qondirilmasligi, mehnatdan qoniqmaslik tufayli tadbirkor rahbar va xodimlar o`rtasida ziddiyatlar va mojarolar kelib chiqadi. Bu yerda tadbirkor rahbar bilan xodimlar o`rtasidagi va shaxslararo ziddiyatlarni fikrlash kerak. Bu hollardagi ziddiyatlarning bir necha sabablari mavjud.

Moddiy-texnik sabablar mehnat vositalari bilan mehnat jarayonlari, shart-sharoitlari o`rtasidagi ziddiyatlar. Asbob-uskunalar, jihozlar eskiligi uchun mehnat sharoiti yomon, mehnat unumdorligi past va hokazo. Bular xodimlarga g`amxo`rlik qilishga to`siq, moddiy va ma'naviy ehtiyojlar qondirilmasligiga sabab bo`ladi.

**Xo`jalik-tashkiliy sabablar** mehnat natijalarini to`g`ri baholamaslik, mehnatni to`g`ri taqsimlamaslik. Bular xodimlarda norozilik tug`diradi.

Ijtimoiy-kasbiy sabablar xodimlarning bilimi, malakasi va kasb mahoratini nazar-pisand etmaslik, xodimdan o`z o`rnida foydalanmaslik, mehnat qonunchiligiga amal qilmaslik.

Ijtimoiy-demografik sabablar xodimlarning yoshi, jinsi, millati, ma'lumoti kabi omillarni, oilaviy sharoitlarini inobatga olmaslik.

Ijtimoiy-psixologik sabablar xodimlar faoliyatida yaqqol ko'zga tashlanadigan yaxshi va yomon xislatlar, qobiliyati, qiziqishlari, xotirasi, tafakkuri, his-tuyg'usi kabi ruhiy holatlar bilan hisoblashmaslik.

Tadbirkor rahbar faoliyatida qo'l ostidagilar bilan muloqot-muomalada ham ziddiyatli holatlar ro'y berishi mumkin. Bunga rahbarning yoki xodimning kalondimog'ligi, muomala madaniyatining pastligi, qiziqqon-jizzakiligi, qo'rsiligi, qo'polligi, tundligi va boshqalar sabab bo'ladi. Xodimning dangasaligi, yalqovligi, maqtanchoq ligi, loqaydligi, beparvoligi ham ba'zan ziddiyatlar tug'diradi.

Tadbirkor rahbar va xodimlar o'rtasidagi ruhiy psixologik ziddiyatlar kelib chiqishiga sabab:

- 1) mehnat jarayonining noto'g'ri uyushtirilishi;
- 2) shaxslararo munosabatlarning xilma-xilligi va murakkabligi;
- 3) jamoa a'zosining o'ziga xosligidir.

Tadbirkor rahbar bunday ziddiyatli holatlarni to'g'ri idrok etishi, tahlil qilishi, baholashi muhim ahamiyatga ega. Agar rahbar har bir ziddiyatli hodisaga xolisona, do'stona, samimiy munosabatda bo'lsa, masala to'g'ri yechimini topadi, bordi-yu, jizzakilik qilib, yyengiltaklik bilan baholasa, nosog'lom axloqiy-ruhiy muhit paydo bo'lishiga yo'l qo'yadi. Tadbirkor rahbar har qanday ziddiyatli holatda o'zini tutishi, bosiq bo'lishi, uzoqni ko'zlashi, murosa-madora qilishi, holatga moslashishi, suhbatdoshini hamkorlikka, yaxshilikka da'vat qilishi yaxshi natija beradi.

Bizningcha, tadbirkor rahbarning har qanday ziddiyat va mojaroni bartaraf etish yo'llari quyidagilardan iborat:

1. Mojaroning kelib chiqish sabablarini aniqlash va uning o'tkirlashishiga yo'l qo'ymaslik uchun chora-tadbirlar ko'rish.

2. Mojaroli vaziyatni yumshatish ziddiyatga borgan kishilar bilan oshkora suhbat va ular sonini kamaytirish choralari izlash.

Vaziyatni to'la idrok etish, o'zlashtirish «ahvol»ning xo'jayini bo'lib olish va qat'iy chora ko'rish.

Mojaro va uning vaziyatlarini chuqur tahlil qilishi:

- mojarolashayotgan tomon va guvohlar bilan alohida suhbatlashishi;
- ularning maqsadi, qiziqishlari, xulq-atvori, kasbi, tajribasi, turmush sharoiti va boshqa ruhiy-ma'naviy jihatlarini o'rganish;
- mojaroli vaziyatning sabablari, jamoaning unga munosabatini aniqlash;

- mojaro haqidagi axborotlarni haqiqiy ahvol bilan solishtirish;
- mojaroni hal etishning har xil usullarini ishlab chiqish va tahlil qilish;
- mojaroni hal etishning eng qulay usuli, shakli, vositasi va sharoitlarini tanlash;
- tanlangan usullarni jamoa tarbiyasi, mehnat vazifalari, maqsadlari bilan qiyoslab, taroziga solib ko`rish;
- tanlangan va tekshirilgan usulni qo`llab, mojaroni bartaraf etish;
- mojaro bartaraf etilganidan hammani xabardor qilish;
- mojaro keltirib chiqargan tomonning nohaqliligi isbotlangach ularni to`g`ri yo`lga boshlash va hokazo.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida har qaysi bo`g`indagi tadbirkor shuni tushunib yetmog`i kerakki, har qanday sharoitda ham insonga g`amho`rlik qilish, inson ruhiy holatini barqaror etishga qaratilgan jarayonlarni tashkil etish, jamoaning har bir a`zosi mehnatdan moddiy va ma`naviy qoniqish hosil qilishiga erishish uning zimmasidagi muqaddas vazifadir.

4. Tadbirkor raxbarning qarorlarini qabul qilishdagi o`quvi

Tadbirkor faoliyati faqat tadbirkorlikning huquqiy va tashkiliy asoslariga bog`liq bo`lmasdan, u insonlar, qo`l ostida xizmat qiluvchi mutaxassis va ishchilar, ayniqsa, chet ellik hamkasblari biznesmenlar doirasida umumaxloqiy me`yorlarga rioya qilishi bilan ham baholanadi. Ishdagi muvaffaqiyatning yarmidan ko`prog`i uning odobi, madaniyati, dunyoqarashi, ishbilarmonlik qoidalarini qay darajada bilishiga bevosita bog`liqdir.

Umuman, tadbirkorlik ham madaniyatdir. Aytishlaricha, madaniyatli odam tadbirkor bo`lishi shart emas, ammo tadbirkor inson madaniyatli bo`lishi lozim. Arastu (Arestotel) o`z zamonida birinchi bo`lib axloq to`g`risida gapirib: "Axloq nimani qilishimiz va nimadan o`zimizni tiyishimiz kerakligini aniqlashimizga yordam beradi", - degan edi. Prezidentimiz I. Karimov axloq tushunchasiga quyidagicha ta`rif berdi: "Axloq ma`naviyatning o`zagi. Inson axloqi shunchalik salom-alik, xushmuomaladangina iborat emas. Axloq bu, avvalo, insof va adolat tuyg`usi, iymon, halollik degani".

Darhaq iqtat, axloq biz uchun avvalo, insoniy munosabatlar shuningdek insonlarning fe`l-atvorlari, ularning qanchalik maqbul nuqtai nazardan ko`rib chiqish va baholashga imkon beruvchi bilim sohasidir. Taraqqiy etgan davlatlarda, ayniqsa, Yaponiya va AQSHda firmalarning

"Etika kodeksi" va biznesmenlarning alohida kasb ustalari guruhlarining "Ishbilarmonlik kodeksi" keng qo'llaniladi. "Biznesmenlarning axloq kodeksi" birinchi marta AQSHda 1913-yili ishlab chiqilgan bo'lib, unda tadbirkorlik faoliyatini yuritishning asosiy qoidalar qabul qilingan. Bu qoidalar yagona asosga jamlangan bo'lib, ular biznes sohasidagi usul va siyosatni baholash, haqiqat va adolatlilik tushunchalari bilan uyg'unlashishi belgilangan.

Vaqt o'tishi bilan kodeks bir necha bor takomillashdi. Natijada, bu borada turli firmalar va kompaniyalar tomonidan to'plangan, ularning tajribasiga asoslangan, umumlashgan g'arb ishbiarmonlik dunyosida keng ma'lum bo'lgan quyidagi "Biznesmenning axloq kodeksi" shakllandi:

1.Umumiy qoidalar

- xususiy mulk muqaddas, daxlsiz va mulkchilikning qolgan barcha shakllari bilan bir qatorda tengdir;

- tadbirkor ishchanlik va yaratuvchanlik missiyasining jonkuyaridir. Uning kasbi astoydil faoliyatni, ishlab pul topishni talab qiladi. Bu uning obro'-e'tibori manbaidir;

- tadbirkor o'z mehnatining ahamiyatini anglay oladi. U o'z hamkorlaridan ishga mas'uliyat bilan yondashishni talab qiladi va uni qo'llab-quvvatlaydi;

- xususiy xo'jalik faoliyati ishlab chiqarish kuchlarining rivojlanishiga olib keladi va tadbirkorga o'ziga xos majburiyatlar yuklaydi.

2. Tadbirkor va davlat

- tadbirkor davlat va uning qonunlarini to'g'ridan-t o'g'ri hurmat qilishi va ularga amal qilishi lozim. O'z navbatida, u bunday yondashuvni davlatdan ham talab qilishi kerak.

3.Tadbirkor va mijoz

- tadbirkor mijoz manfaatlari, jamiyat, davlat va atrof-muhit uchun zarar keltirmaslikka, unga amal qilishga majburdir;

- mijoz manfaatlari davlatning qonun va manfaatlariga zid bo'lgan hollarda tadbirkor bu to'g'rida mijozlarni ogoh qilishga majburdir;

- mijoz ofertlar va ishlab chiqaruvchilarni tanlash huquqiga egadir. Raqobat yuksak sifat kafolatidir;

- tadbirkor mijozni bilmaslik yoki ataylab uni adashtirish, shuningdek bajara olishga ishonchi bo'lmagan buyurtmalarni qabul qilish hollariga yo'l qo'yishi mumkin emas;

- va'daga vafo va aniqlik tadbirkorning qimmatli kapitalidir. Qo'l berib tasdiqlangan so'z, imzo chekilgan shartnoma kuchiga egadir. Zero,

unga binoan majburiy tartibda og`zaki kelishuvni aks ettiruvchi yozma shartnoma rasmiylashtiriladi;

- shartnoma munosabatlarini bajarmaslik va yomon sifat tadbirkorning jamiyat va hamkasblari oldidagi g`oyat og`ir aybidir, chunki bu tadbirkorning sharafi, nufuzi va yaxshiga nomiga zarar keltiradi;

- tadbirkor va mijoz o`rtasidagi munosabatlar majburlash asosida emas, balki ixtiyoriy va o`zaro ishonch asosida vujudga keladi.

4. Tadbirkor va yollangan ishchilar

- tadbirkor yollangan ishchilarning iqtisodiy manfaatlari va insoniy qadr-qiyamatlariga nisbatan barcha mas`uliyatni o`z zimmasiga oladi. U o`z ishchilaridan qonunlarga amal qilishini talab etadi va o`zi ham shunga rioya qiladi;

- muayyan huquq va majburiyatlar mavjud qonun doirasida mehnat shartnomalarini tuzish chog`ida aks ettiriladi.

5. Tadbirkor va tadbirkorlar ittifoqining boshqa a`zolari

- tadbirkorlar ittifoqi a`zolari uchun qonunga muvofiq raqobat majburiydir va axloqning muayyan tamoyillariga amal qilishni talab qiladi;

- teng huquqli bo`lmagan sharoitdagi har qanday bozor faoliyati (raqobat) qabul qilingan me`yorlarga zid hisoblanadi. O`z xususiy mahsuloti yoki xizmatlarini raqobatchilar zaifligi hisobiga reklama qilish axloqsizlikka kiradi;

- raqobatchilik kurashida tadbirkor siyosiy mansubligi yoki jamiyatdagi egallagan mavqei va afzalliklaridan foydalanishga haqqi yo`q. Tadbirkorlar raqobatchilarning mualliflik huquqi yoki patent huquqini tan olishi shart;

- kredit va nafaqalarga taalluqli takliflar tanlov asosida taqsimlanadi, natijalar zudlik bilan barcha manfaatdor tomonlarga etkaziladi. Ittifoq a`zolari o`rtasida munozarali masalalar vujudga kelgan taqdirda, ular o`zaro kelishuvga muvofiq bu masalani ittifoq nazorat kengashiga kiritishi mumkin. Qabul qilingan qaror ikkala tomon uchun ham bajarilishi majburiy hisoblanadi.

6. Javobgarlik va ta`qiqlar

- tadbirkorlar ittifoqiga a`zolik, har bir tadbirkordan mazkur axloq kodeksiga rioya etilishini talab qiladi;

- axloq kodeksiga amal qilmaslik va uning har qanday tamoyillarini buzish, ittifoqdagi muayyan a`zoning a`ziligini to`xtatish uchun asos bo`ladi;

- qaror ustidan shikoyat qilishga faqat tadbirkorlar ittifoqi s'ezdi oldidan imkoniyat mavjud bo'lib, uni bekor qilish yoki kuchda qoldirish masalasi ko'rilishi mumkin.

Qisqa xulosalar

Tadbirkor faoliyati faqat tadbirkorlikning huquqiy va tashkiliy asoslariga bog'liq bo'lmay, u insonlar, qo'l ostida xizmat qiluvchi mutaxassislar va ishchilar, ayniqsa, chet ellik hamkasblari biznesmenlar doirasida umumaxloqiy me'yorlarga rioya qilishi bilan ham baholanadi. Ishdagi muvaffaqiyatning yarmidan ko'prog'i uning odobi, madaniyati, dunyoqarashi, ishbilarmonlik qoidalarini qay darajada bilishiga bevosita bog'liqdir.

Bozor iqtisodiyoti sharoiti tadbirkor rahbarlardan boshqaruv uslublarini takomillashtirishni talab etadi. Boshqaruv uslublari, asosan, ongli ravishda muayyan maqsadlarga erishish uchun xizmat qiladi. Ular mohiyati va maqsadiga ko'ra tarbiyaviy, moddiy-rag'batlantiruvchi va ma'muriy-tashkiliy turlarga bo'linadi.

Boshqaruvda uzoq va yaqin muddatlarga mo'ljallangan rejalar tuzish, qarorlar qabul qilish, ijrochilar o'rtasida ishlarni taqsimlash, qarorlar ijrosini nazorat qilish, ijrochilarni rag'batlantirish rahbar zimmasidadir.

Nazorat uchun savollar

1. Biznesda boshqaruv psixologiyasining mazmuni va mohiyati nimada?
2. Boshqarish san'ati deganda nimani tushunasiz?
3. Tadbirkor rahbar faoliyatining boshqarish san'atidagi xarakterli xususiyatlar nimalardan iborat?
4. Tadbirkor rahbarning psixologik xususiyatlari nimada?
5. Qanday tadbirkor rahbar muvaffaqiyatga tez erishadi?
6. Tadbirkor rahbar qanday talablarga javob berishi kerak?
7. Rahbarda qanday sifatlar mujassamlashgan bo'lishi darkor?
8. Rahbarlik uslubidagi salbiy qusurlar qaysilar?
9. Tadbirkor madaniyati deganda nimani tushunasiz?
10. Tadbirkor rahbar nizoli vaziyatlarda qanday yo'l tutishi lozim?

Adabiyotlar

1. Karimov I.A. Barcha reja va dasturlarimiz Vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqimiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi: 2010-yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011-yilga mo'ljallangan eng muhim ustuvor yo'nalishlarga bag'ishlangan O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining majlisidagi ma'ruzasi. –T.: O'zbekiston, 2011.–48 b.
2. Boltabayev M.R., Qosimova M.S., Ergashxodjayeva Sh.J., G'oyipnazarov B.K., Samadov A.N., Xodjaev R.S. Kichik biznes va tadbirkorlik. – T.: ADIB NASHRIYOTI, 2011. – 283 b.
3. Xodiyev B.Yu., Qosimova M.S., Samadov A.N. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik. -T.: TDIU, 2010. – 260 b.
4. Malo'y biznes. Organizatsiya, ekonomika, upravlenie: Uchebnoe posobie dlya vuzov. G'Pod red. Prof. V.Ya. Gorofinklya, prof. V.Ya. Gorfinkelya, V.A. Shvandara. – 2e izd., perereb. i dop. -M.: YuNITI – DANA, 2008. – 320 s.

“Tadbirkorlik asoslari” fanidan test savollari

1. Biznes – bu:

- A. tadbirkorlikning eng asosiy unsuridir;
- B. ruxsat etilgan, jamiyat a’zolariga naf keltiruvchi faoliyat bilan shug’ullanib, pul, daromad topishni bildiradi;
- S. shaxsiy boylik, foyda orttirishga qaratilgan ish;
- D. puldan pul keltirib chiqarishdir;

2. Tadbirkorlik – bu:

- A. qonun xujjatlariga muvofiq daromad olishga qaratilgan tashabbuskor faoliyat;
- B. bozor iqtisodiyotida xo’jalik yuritishning asosiy sub’ekti hisoblanadi;
- S. tadbir bilan, puxta o’ylab ish tutadigan kishi;
- D. yuridik va jismoniy shaxslar tomonidan mahsulot ishlab chiqarish (xizmat ko’rsatish) yo’li bilan tavakkal qilib, o’z mulkiy javobgarligi ostida amalga oshiriladigan tashabbuskorlik faoliyati;

3. Biznesmen – bu:

- A. biznes bilan shug’ullanuvchi shaxs
- B. biznes bilan shug’ullanuvchi tashkilot
- S. erni ijaraga berib, renta orqali pul topuvchi shaxs
- D. pulni bankka qo’yib, foiz orqali pul topuvchi shaxs

4. Tadbirkor – bu:

- A. yuridik shaxs sifatida doimiy asosda tadbirkorlik bilan shug’ullanuvchi shaxs
- B. yuridik shaxs bo’lmasdan doimiy asosda tadbirkorlik bilan shug’ullanuvchi jismoniy shaxs
- S. tadbirkorlik bilan puxta o’ylab ish qiladigan kishi
- D. javoblarning hammasi to’g’ri

5. Biznes qilishdan maqsad:

- A. foyda olish va uni muttasil oshirib borishdir
- B. xarajatdan ko’ra ko’proq daromad olishdir
- S. biznesni rivojlantirish va sotsial ehtiyojlarni qondirish
- D. A va B javoblar to’g’ri

6. Quyida qayd qilinganlarning qaysi biri biznes qilishning g’ayri qonuniy usullari hisoblanadi?

- A. qallovlik va tovlamachilik
- B. poraxo’rlik va o’g’rilik
- S. narkotik moddalar bilan shug’ullanib pul topish
- D. hamma javoblar to’g’ri

7. Quyida qayd qilinganlarning qaysi biri tadbirkorlik tamoyillari bo’lib hisoblanadi?

- A. mulk sohibi bo’lish
- B. iqtisodiy erkinlik va mas’uliyat
- S. iqtisodiy tavakkalchilik
- D. hamma javoblar to’g’ri

8. Tadbirkorlik siri deganda tadbirkorning:

- A. o'z sha'nini avaylash tushuniladi
- B. xalq orasida obro'-e'tiborli bo'lishga bo'lgan xarakati tushuniladi
- S. yangi texnologiyani qo'llashni mahfiy tutishi tushuniladi
- D. firma nomini e'zozlash, unga dog' tushurmaslik tushuniladi

9. Tadbirkorlik nufuzi deganda tadbirkorlikning:

- A. yangi tovar yaratishdagi sirning saqlanishi tushuniladi
- B. tadbirkorlik doirasida obro'-e'tiborli bo'lish tushuniladi
- S. narxlarni belgilash tushuniladi
- D. shartnoma tuzish siri tushuniladi

10. "Kichik va xususiy" tadbirkorlikni rivojlantirishni rag'batlantirish to'g'risidagi O'zbekiston Respublikasining qonuni qachon qabul qilingan?

- A. 1991 yil 15 fevral
- B. 1995 yil 21 dekabr
- S. 1998 yil 29 avgust
- D. 1998 yil 9 aprel

11. "Kichik va xususiy" tadbirkorlikni rivojlantirishni rag'batlantirish to'g'risidagi O'zbekiston Respublikasining qonuniga kiritilgan o'zgarish vaqti qaysi javobda to'g'ri berilgan?

- A. 1991 yil 15 fevral
- B. 1995 yil 21 dekabr
- S. 1998 yil 29 avgust
- D. 1998 yil 9 aprel

12. "Tadbirkorlik to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasi Qonuni qachon qabul qilingan?

- A. 1991 yil 15 fevral
- B. 1995 yil 21 dekabr
- S. 1998 yil 29 avgust
- D. 1998 yil 9 aprel

13. Quyida qayd qilingan pul topish yo'llarining qaysi biri tadbirkorlikka kirmaydi?

- A. yollanib ishlash orqali pul topish
- B. erni ijaraga berib, renta orqali pul topish
- S. pulni bankka qo'yib, foiz orqali pul topish
- D. hamma javoblar to'g'ri

14. Quyida qayd qilingan javoblarning qaysi biri kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning afzalliklari hisoblanadi?

- A. moslashuvchanlik va tezkor qarorlar qabul qilish imkoniyati
- B. mahalliy shart-sharoitlarga tez ko'nikma hosil qilish
- S. tezlik bilan moddiy yutuqqa erishish imkoniyati
- D. hamma javoblar to'g'ri

15. Quyida qayd qilingan javoblarning qaysi biri kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning kamchiliklariga taalluqli?

- A. tadbirkorning yakka javobgar ekanligi
- B. bir necha kasbni qo'shib olib borish imkoniyati
- S. mehnat resurslarining kamroq jalb qilinishi

D. moslashuvchanlik imkoniyati

16. O'zbekiston Respublikasi qonunlariga ko'ra sanoat va qurilishda kichik korxonalar turkumiga odatda hisobot davrida ulardagi xodimlarning o'rtacha soni quyidagi chegaradan oshmagan korxonalar kiradi:

A. 100 nafargacha

B. 75 nafargacha

S. 50 nafargacha

D. 25 nafargacha

17. O'zbekiston Respublikasi qonunlariga ko'ra noishlab chiqarish sohasida kichik korxonalar turkumiga odatda hisobot davrida ulardagi hodimlarning o'rtacha soni quyidagi chegaradan oshmagan korxonalar kiradi:

A. 50 nafargacha

B. 25 nafargacha

S. 15 nafargacha

D. 10 nafargacha

18. O'zbekiston Respublikasi Qonunlariga ko'ra chakana savdoda kichik korxonalar turkumiga odatda hisobot davrida ulardagi xodimlarning o'rtacha soni quyidagi chegaradan oshmagan korxonalar kiradi:

A. 15 nafargacha

B. 5 nafargacha

S. 10 nafargacha

D. 7 nafargacha

19. Quyidagi qaysi hollarda tadbirkor mulkiy javobgarlikka tortiladi?

A. tadbirkor bankrot deb topilsa

B. tadbirkor qonunda man qilingan faoliyat bilan shug'ullansa

S. o'z mahsulotini begona ishlab chiqaruvchilar tovarining tashqi qiyofasi va bezaklari bilan ishlab chiqarganda

D. maxsus litsenziya talab qiladigan tadbirkorlik faoliyati bunday ruxsatnomasiz amalga oshirilsa

20. Quyidagi qaysi hollarda tadbirkor faoliyati sud orqali to'xtatiladi?

A. amaldagi qonunchilik buzilganda

B. bir necha marotaba ogohlantirishga va boshqa turdagi jazo turlari qo'llanilishiga qaramay qo'pol ravishda buzilsa

S. xususiy mulk egasi yoki boshqa sub'ektlarning huquqi paymol qilinganda

D. soliq va kredit majburiyatlari bajarilmaganda

21. Jismoniy shaxs – bu:

A. mamlakatning huquqli bo'lish qobiliyatiga ega bo'lgan fuqarosidir

B. o'z mulkiga ega bo'lib, majburiyatlari uchun shu mulki bilan javob beradigan, belgilangan tartibda davlat ro'yhatidan o'tgan va mulkini mustaqil boshqarib borayotgan tashkilot

S. mustaqil muassasa

D. mustaqil korxona

22. Yuridik shaxs – bu:

A. o'z mulki, balansi, muhri, nomi, ta'sischi, ustaviga ega bo'lgan korxona

B. fuqarolik huquqi sub'ekti bo'lgan fuqaro

S. mamlakatning huquqli bo'lish qobiliyatiga ega bo'lgan fuqarosidir

D. mustaqil korxona va muassasa

23. Quyida qayd qilingan hujjatlarning qaysi biri tadbirkor maqomini olish uchun asos hisoblanadi?

A. tuman (shahar) hokimining ro'yhatdan o'tkazish haqidagi qarori nushasi (davlat va rus tillarda)

B. korxona Nizomi (davlat va rus tillarda)

S. soliq organlari, iqtisodiyot vazirligi organlari, ijtimoiy sug'urta fondi bo'linmalari, mehnat birjasi va xisobida qo'yilganlik haqidagi belgili anketa

D. korxonaning davlat ro'yxatidan o'tkazilganligi haqidagi qaror

24. Quyida qayd qilingan organlarning qaysi biri tadbirkorlik faoliyatiga litsenziya berishi mumkin?

A. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi

B. Adliya vazirligi, Ichki ishlar vazirligi

S. Moliya Vazirligi va Markaziy bank

D. hamma javoblar to'g'ri

25. Quyida qayd qilingan tadbirkorlik faoliyatining qaysi biriga O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi litsenziya beradi?

A. qimmatbaho metallari va noyob er osti metallari bilan bog'liq faoliyatga

B. sovuq qurollar ishlab chiqarish va sotish bilan bog'liq faoliyatga

S. qimmatli qog'ozlarni ishlab chiqarish bilan bog'liq faoliyatga

D. farmakologik preparatlar ishlab chiqarish yoki sotish bilan bog'liq faoliyatga

26. Korxona – bu:

A. yuridik shaxs huquqiga ega bo'lgan mustaqil xo'jalik yurituvchi sub'ekt, mehnat jamoasi

B. monopolistik birlashmalarning bir shakli

S. kooperatsiyaning birlamchi bo'g'ini

D. yirik ko'p tarmoqli kooperatsiya

27. Mulk shakllariga qarab korxona quyidagi turlarga bo'linadi:

A. xususiy korxona, jamoa korxonalar, davlat korxonalari, aralash korxonalar

B. davlat buyurtmasi saqlangan korxona

S. ham buyurtma, ham bozorga ishlovchi korxona

D. faqat bozorga ishlovchi korxona

28. Ish ko'lamiga qarab korxonalar quyidagi turlarga bo'linadi:

A. xususiy korxona

B. xissadorlik korxonalari

S. jamoa korxonalari

D. yirik korxonalar, o'rta korxonalar, kichik korxonalar

29. Faoliyat sohasi va ixtisoslashuviga qarab korxonalar quyidagi turlarga bo'linadi:

A. kichik korxonalar

B. qishloq xo'jaligi korxonalari, sanoat korxonalari, qurilish korxonalari, xizmat ko'rsatish korxonalari

S. yirik korxonalar

D. faqat bozorga ishlovchi korxonalar

30. Erkinlik darajasiga qarab korxonalar quyidagi turlarga bo'linadi:

- A. ijara korxonalari
- B. xususiy korxonalar
- S. davlat buyurtmasi saqlangan korxonalar, ham buyurtma ham bozoga ishlovchi korxonalar, faqat bozorga ishlovchi korxonalari
- D. buyurtma va bozorga ishlovchi korxona

31. Kontsern – bu:

- A. monopolistik birlashmaning bir shakli
- B. yuridik shaxs huquqiga ega bo'lgan mustaqil xo'jalik yurituvchi sub'ekt, mehnat jamoasi
- S. ko'p taraflama qo'shma korxona
- D. korxonalarning faoliyat sohalari va ishlab chiqaradigan mahsulotlari turlarining kengayishi, yangilanib turishi asosida tarkib topadigan yirik ko'p tarmoqli korporatsiya

32. Konsortsium – bu:

- A. monopolistik birlashmaning bir shakli
- B. yuridik shaxs huquqiga ega bo'lgan mustaqil xo'jalik yurituvchi sub'ekt, mehnat jamoasi
- S. aniq iqtisodiy loyihalarni amalga oshirishni maqsad qilgan korxonalarning muvaqqat birlashmasi
- D. yirik ko'p tarmoqli korxona

33. Sindikat – bu:

- A. monopolistik birlashmaning bir shakli bo'lib, bir tarmoq korxonalarning birlashmasi
- B. yuridik shaxs huquqiga ega bo'lgan mustaqil xo'jalik yurituvchi sub'ekt, mehnat jamoasi
- S. ko'p taraflama qo'shma korxona
- D. yirik ko'p tarmoqli korxona

34. Kooperativ – bu:

- A. monopolistik birlashmaning bir shakli
- B. yuridik shaxs huquqiga ega bo'lgan mustaqil xo'jalik yurituvchi sub'ekt, kooperatsiyaning birlamchi bo'g'ini
- S. ko'p taraflama qo'shma korxona
- D. yirik ko'p tarmoqli korxona

35. Shirkat firma deganda:

- A. ayrim shaxslarga qarashli bo'lgan korxona tushuniladi
- B. ayrim oilalarga qarashli bo'lgan korxona tushuniladi
- S. bir necha sohalarning mulkini birlashtirishga asoslangan korxona tushuniladi
- D. davlat mulki va uning nazorati ostida ishlovchi korxona tushuniladi

36. Quyida qayd qilinganlarning qaysi biri tadbirkorlik shakllariga taalluqli?

- A. yakka tartibdagi mehnat faoliyati
- B. xususiy tadbirkorlik faoliyati
- S. jamoa tarkibidagi mehnat faoliyati
- D. yakka tartibdagi tadbirkorlik, xususiy tadbirkorlik, jamoa tadbirkorligi, aralash tadbirkorlik

37. Yakka tadbirkorlik bu shunday faoliyatki uning egasi butun daromad va tavakkalchilikni:

- A. to'la o'z zimmasiga oluvchi bir kishidir
- B. to'la o'z zimmasiga oluvchi bir oiladir
- S. to'la o'z zimmasiga oluvchi bir necha oiladir
- D. hamma javoblar to'g'ri

38. Xususiy tadbirkorlikning yakka tartibda faoliyat ko'rsatayotgan tadbirkorlikdan farqi shundaki, bu erda faoliyat ko'rsatuvchilar o'z faoliyatini:

- A. yollanma ishchi kuchi yordamida olib boradi
- B. yollanma ishchi kuchisiz olib boradi
- S. yollanma ishchi kuchini qisman jalb qilish yordamida olib boradi
- D. bir necha oila kuchi yordamida olib boradi

39. Kichik firmalar:

- A. kooperatsiyalashgan va ixtisoslashgan qismlar va detallar ishlab chiqarish asosida faoliyat ko'rsatadi
- B. asosan iste'mol buyumlari ishlab chiqarish va aholiga xizmat ko'rsatish bilan shug'ullanadi
- S. umumiy texnologik va texnik infratuzilma sohasida faoliyat ko'rsatadi
- D. asosan savdo – sotiq bilan shug'ullanadi

40. Yopiq turdagi aktsiyadorlik jamiyati – bu:

- A. aktsiyalari nomlangan va ular faqat aksioner jamiyati ta'sischi'lari o'rtasida taqsimlangan jamiyatdir
- B. aktsiyadorlari o'zlariga tegishli aktsiyalari boshqa aktsiyadorlarning roziligisiz erkin tasarruf qila oladigan jamiyatdir
- S. O'zbekiston Respublikasida joylashgan, aktsiyalarining yoki nizom jamg'armalarining 100 % ini xorijiy investitsiyalar tashkil etgan korxonalar
- D. muxandislik maslahat xizmatlarini tijoratchilik qoidalariga asoslangan holda amalga oshiradigan korxonalardir

41. Yirik firmalar:

- A. kooperatsiyalashgan va ixtisoslashgan qismlar va detallar ishlab chiqarish asosida faoliyat ko'rsatadi
- B. asosan iste'mol buyumlari ishlab chiqarish va aholiga xizmat ko'rsatish bilan shug'ullanadi
- S. umumiy texnologik va texnik infratuzilma sohasida faoliyat ko'rsatadi
- D. xalqaro mehnat taqsimoti bilan shug'ullanadi

42. Shirkat firmalarda:

- A. o'zgalarni yollab o'z faoliyatlarini olib boradilar
- B. firma egasi yakka sohib, uning ustidan hech kim xo'jayinlik qila olmaydi
- S. xavf-xatar faqat bir kishi – sohib zimmasiga tushadi
- D. “kemaga tushganning joni bir” qoidasi amal qiladi

43. Mas'uliyati cheklangan sharkatning mas'uliyati cheklanmagan shirkatdan qanday farqi bor?

- A. jamiyat qatnashchilari o'zlari qo'shgan ulushlari doirasida javobgar bo'ladilar
- B. shirkat o'z faoliyati uchun nizom fondi miqdorida javobgar hisoblanadi

S. shirkat o'z faoliyati uchun nizom kapitalidan ko'p bo'lgan pul miqdorida javobgar bo'ladi

D. bir sherik boshqasining javobgarligini ham o'z zimmasiga oladi

44. Aktsiyadorlik jamiyati – bu:

A. jismoniy shaxslar kapitallarining birlashuvi bo'lib aktsiyalar chiqarish yo'li bilan tashkil etiladi

B. mulk egalari tomonidan bir nechta mustaqil aktsiyadorlik jamiyatlari faoliyatini nazorat qilishi maqsadida tashkil etilgan xissadorlik jamiyatidir

S. davlat mulki va uning nazorati ostida ishlovchi korxona

D. yuridik shaxslar kapitallarining birlashuvi bo'lib u aktsiyalar chiqarish yo'li bilan tashkil etiladi

45. Ochiq turdagi aktsiyadorlik jamiyati – bu:

A. aktsiyalari nomlangan va ular faqat aktsioner jamiyati ta'sischi o'rtasida taqsimlangan jamiyatdir

B. aktsiyadorlari o'zlariga tegishli aktsiyalari boshqa aktsiyadorlarning rozilgisiz erkin tasarruf qila oladigan jamiyatdir

S. O'zbekiston Respublikasida joylashgan, aktsiyalarining yoki nizom jamg'armalarining 100 % ini xorijiy investitsiyalar tashkil etgan korxonalar

D. muxandislik maslahat xizmatlarini tijoratchilik qoidalariga asoslangan holda amalga oshiradigan korxonalardir

46. Xolding kompaniyasi – bu:

A. ko'p taraflama qo'shma korxona

B. Mulk egalari tomonidan bir nechta mustaqil aktsiyadorlik jamiyatlari faoliyatini nazorat qilishi maqsadida tashkil etilgan xissadorlik jamiyatidir

S. kooperatsiyaning birlamchi bo'g'ini

D. monopolistik birlashmaning ir shakli

47. Quyda qayd qilingan qaysi bir yo'l Xolding kompaniyasini tashkil etish uchun asos qilib olinadi:

A. yangi aktsiyadorlik jamiyatlarini ta'sis etish yo'li

B. yuridik jihatdan mustaqil korxonalarning aktsiya paketlarini birlashtirish yo'li

S. yirik korxonalarni qayta tashkil etishda ularning tarkibiy bo'linmalarini mustaqil yuridik shaxs sifatida bunyod etish yo'li

D. yopiq aktsiyadorlik jamiyatlarini birlashtirish yo'li

48. Xolding kompaniyasining qayday turlarini bilasiz?

A. monopoliyaga qarshi organning ruxsati bilan tashkil etilgan xolding

B. mahalliy hokamiyat ruxsati bilan tashkil etilgan xolding

S. moliyaviy xolding

D. moliyaviy xolding va aralash xolding

49. Xolding kompaniyalarining asosiy vazifasi:

A. sof boshqaruvchilikdan iborat

B. aktsiyalar paketini beruvchi kompaniyalarning faoliyatiga umumiy xo'jalik rahbarligini bajarishdan iborat

S. biron-bir ishlab chiqarish sohasini yo'lga qo'yishdan iborat

D. xizmat ko'rsatishdan iborat

50. Xoldinglar qaysi organning ruxsati bilan tashkil etiladi?

- A. aktsiyadorlarning ruxsati bilan
- B. monopoliyaga qarshi organning ruxsati bilan
- S. vazirlar Mahkamasining ruxsati bilan
- D. soliq qo'mitasining ruxsati bilan

51. Xorijiy korxona deganda O'zbekiston Respublikasi hududida joylashgan, aktsiyalari yoki nizom jamg'armasining:

- A. 52 foizini xorijiy investitsiyalar tashkil etgan korxonalarga aytiladi
- B. 48 foizini xorijiy investitsiyalar tashkil etgan korxonalarga aytiladi
- S. 100 foizini xorijiy investitsiyalar tashkil etgan korxonalarga aytiladi
- D. 50 foizini xorijiy investitsiyalar tashkil etgan korxonalarga aytiladi

52. Qo'shma korxonalar deganda:

- A. xususiy va davlat mulki asosida tashkil topgan korxona tushuniladi
- B. xususiy va jamoa mulki asosida tashkil topgan korxona tushuniladi
- S. davlat va jamoa mulki asosida tashkil topgan korxona tushuniladi
- D. milliy va xorijiy kapital asosida tashkil topgan korxona tushuniladi

53. Injiniring korxona deganda:

- A. yangi texnika, texnologiya, tovar namunalarini yaratuvchi korxonalar tushuniladi
- B. Muxandislik maslahat xizmatlarini tijoratchilik qoidalariga asoslangan holda amalga oshiruvchi korxonalari tushuniladi
- S. ishlab chiqarishga ish yuzasidan maslahat xizmati ko'rsatish va texnikaviy loyihalarini ekspertiza qilish bilan shug'ullanuvchi korxonadari tushuniladi
- D. monopolistik birlashma shaklidagi korxonalari tushuniladi

54. Venchur korxona deganda:

- A. muxandislik maslahat xizmatlarini tijoratchilik qoidalariga asoslangan holda amalga oshiruvchi korxonalari tushuniladi
- B. ishlab chiqarishga ish yuzasidan maslahat xizmati ko'rsatish va texnikaviy loyihalarini ekspertiza qilish bilan shug'ullanuvchi korxonalari tushuniladi
- S. yangi texnika, texnologiya, tovar namunalarini yaratuvchi korxonalar tushuniladi
- D. xo'jalik faoliyatini tekshirish, taftish va tahlil etish bilan shug'ullanuvchi korxonalar tushuniladi

55. Konsalting firma deganda:

- A. ishlab chiqarishga ish yuzasidan maslahat xizmati ko'rsatish va texnikaviy loyihalarini ekspertiza qilish bilan shug'ullanuvchi korxonalari tushuniladi
- B. muxandislik maslahat xizmatlarini tijoratchilik qoidalariga asoslangan holda amalga oshiruvchi korxonalari tushuniladi
- S. yangi texnika, texnologiya, tovar namunalarini yaratuvchi korxonalar tushuniladi
- D. xo'jalik faoliyatini tekshirish, taftish va tahlil etish bilan shug'ullanuvchi korxonalar tushuniladi

56. Auditor firma deganda:

- A. ishlab chiqarishga ish yuzasidan maslahat xizmati ko'rsatish va texnikaviy loyihalarini ekspertiza qilish bilan shug'ullanuvchi korxonalari tushuniladi
- B. muxandislik maslahat xizmatlarini tijoratchilik qoidalariga asoslangan holda amalga oshiruvchi korxonalari tushuniladi
- S. yangi texnika, texnologiya, tovar namunalarini yaratuvchi korxonalar tushuniladi

D. xo'jalik faoliyatini tekshirish, taftish va tahlil etish bilan shug'ullanuvchi korxonalar tushuniladi

57. Kartel deganda:

A. ishlab chiqarishga ish yuzasidan maslahat xizmati ko'rsatish va texnikaviy loyihalarni ekspertiza qilish bilan shug'ullanuvchi korxonalari tushuniladi

B. muxandislik maslahat xizmatlarini tijoratchilik qoidalariga asoslangan holda amalga oshiruvchi korxonalari tushuniladi

S. yangi texnika, texnologiya, tovar namunalarini yaratuvchi korxonalar tushuniladi

D. monopolistik birlashma shaklidagi korxona tushuniladi

58. Biznes reja tuzishdan maqsad nima?

A. bozor ehtiyojlari mavjud resurslar imkoniyatidan kelib chiqib korxona va firmalar faoliyatini joriy hamda kelgusi davrga rejalashtirish

B. yuqori foyda olish

S. barcha turdagi manbalardan samarali foydalanish

D. loyiha samaradorligini oshirish

59. Biznes reja tuzish muddatlari qaysi bandeda to'g'ri ko'rsatilgan?

A. 1 yilga

B. 1 yildan 10 yilgacha

S. 3 yildan 5 yilgacha

D. Muddatsiz

60. Biznes reja nechta bo'limdan iborat bo'ladi?

A. 5

B. 9

S. 5 dan 18 gacha

D. 18

61. Marketing rejasi nima?

A. marketing strategiyasi yoritilgan xujjat

B. maqsadlar, marketing strategiyasi, marketing kompleksi dasturi, sotish dasturi hamda iqtisodiy xisob kitoblar yoritilgan xujjat

S. maqsadlar, marketing strategiyasi va sotish dasturi yoritilgan xujjat

D. marketing taktikasi yoritilgan xujjat

62. Marketing kompleksi nima?

A. bu bozorga tovar etkazib berish uchun zarur bo'lgan marketing elementlarining optimal kombinatsiyasidir

B. marketingni tovar va narx elementlari yig'indisi

S. bozordagi taqsimot va kommunikatsiya kanallari yig'indisidir

D. marketingni tovar va siljitish elementlari yig'indisidir

63. Marketingda boshqarish jarayonlari nimalardan iborat?

A. bozorni tahlil qilishdan

B. bozor tahlili, maqsadli bozorlarni tanlash, marketing kompleksini ishlab chiqarish hamda marketing chora-tadbirlarini hayotga tadbiq etishdan

S. marketing chora-tadbirlarini hayotga qo'llashdan

D. raqobatchini tahlil qilishdan

64. Narx siyosati nimalarni e'tiborga olishi kerak?

A. talabni e'tiborga olishi kerak

- B. tovar sifatini e'tiborga olishi kerak
- S. taklifni e'tiborga olishi kerak
- D. talabni, taklifni, tovar sifatini, iste'molchining xarid quvvatini e'tiborga olishi kerak

65. “Zararsizlik nuqtasi” nima?

- A. u doimiy xarajatlarni qoplashdan iborat
- B. bu nuqta xarajatlarni qoplash uchun zarur bo'lgan minimal oborot hajmini yoki minimal tushum hajmini ko'rsatadi
- S. bu nuqta o'zgaruvchan xarajatlarni qoplashdan iborat
- D. doimiy va o'zgaruvchan xarajatlarni qoplashdan iborat

66. Kon'yunktura nima?

- A. u bozorda vujudga kelayotgan talabdan iborat
- B. u bozorda vujudga kelayotgan taklifdan iborat
- S. u bozorda ma'lum bir vaqtda yuzaga kelgan talab va taklif o'rtasidagi munosabatdan iborat
- D. u bozorda vujudga keladigan narx darajasidan iborat

67. Soliqlarning asosiy vazifalari nima?

- A. yo'naltiruvchi, taqsimlovchi
- B. yo'naltiruvchi, taqsimlovchi, nazorat va xisob-kitob, cheklash, rag'batlantirish, iste'mol va jamg'arma o'rtasidagi mutanosiblikni ushlab turuvchi
- S. iste'mol va jamg'arma o'rtasidagi mutanosiblikni ushlab turuvchi
- D. nazorat va xisob-kitob

68. Qimmatbaho qog'oz turlari:

- A. aktsiya va banknotlar
- B. veksellar va sertifikat
- S. xazina majburiyatlari
- D. aktsiya, banknotlar, veksellar, sertifikat, xazina majburiyatlari, depozit sertifikatlar

69. Kredit berish tamoyillari qaysi bandda to'g'ri tavsiflangan?

- A. xalqaro ahamiyatdagi loyihalarni amalga oshirish maqsadida
- B. uzoq muddatga
- S. qaytarib berish foizi bilan, maqsadli, muddatli
- D. imtiyozli

70. Quyida qayd qilingan kapital turlarining qaysi biri tadbirkor kapitali bo'la oladi?

- A. xususiy kapital
- B. qarz-kredit kapitali
- S. qo'shma hamda hamkorlikdagi kapital
- D. nizom kapitali

71. Tadbirkorning xususiy kapitali qanday shakllanadi?

- A. korxona foydasi evaziga
- B. bankdan olinadigan kreditlar evaziga
- S. amortizatsiya ajratmalari evaziga
- D. chiqariladigan obligatsiyalar evaziga

72. Tadbirkorning qarz kredit kapitali qanday shakllanada?

- A. amortizatsiya ajratmalari evaziga
- B. chiqariladigan obligatsiyalar evaziga
- S. korxona foydasi evaziga
- D. bankdan olinadigan kreditlar evaziga

73. Mahalliy soliqlarga qaysi bir soliq turi kiradi?

- A. qo'shilgan qiymat solig'i
- B. aholining daromad solig'i
- S. aktsizlar
- D. mol-mulk solig'i

74. Qo'shilgan qiymat solig'i stavkasini kim belgilaydi?

- A. Oliy Majlis
- B. Vazirlar Mahkamasi
- S. Moliya Vazirligi
- D. Davlat soliq qo'mitasi

75. Aktsiz solig'i stavkasini kim belgilaydi?

- A. Oliy Majlis
- B. Vazirlar Mahkamasi
- S. Moliya Vazirligi
- D. Davlat soliq qo'mitasi

76. Joylarga chiqib tadbirkorlik sub'ektlarining moliya-xo'jalik faoliyatini tekshirish (taftish qilish) qaysi nazorat qiluvchi idora tomonidan amalga oshiriladi?

- A. moliya vazirligining hududiy bo'limlari
- B. bosh Prokuratura huzuridagi SVOJQK departamenti
- S. davlat statistika qo'mitasining hududiy bo'limlari
- D. davlat soliq inspeksiyasi

77. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 21.09.2005 yildagi PQ-186 – sonli Qaroriga asosan auditorlik, veterinariya, tibbiyot, farmatsevtika, sug'urta, birja, turizm, lombard, ulgurji savdo, qimmatbaho tosh va metallaridan zargarlik buyumlari tayyorlash faoliyatiga qancha muddatga litsenziya beriladi?

- A. bir yil muddatga
- B. uch yil muddatga
- S. cheklanmagan muddatga
- D. besh yil muddatga

78. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 05.10.2005 yildagi PF-3665 – sonli farmoniga ko'ra, yangi tashkil qilingan mikrofirmalar, kichik korxonalar va fermer xo'jaliklarining moliya-xo'jalik faoliyatida ular davlat ro'yhatiga olingan paytdan boshlab necha yil mobaynida reja asosida tekshirish o'tkazilmasligi belgilangan?

- A. 2 yil
- B. 4 yil
- S. 5 yil
- D. 3 yil

79. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 05.11.2005 yildagi 242 – sonli Qarori bilan tasdiqlangan “Ulgurji savdo faoliyatini litsenziyalash to'g'risida”gi Nizomiga asosan ulgurji savdoga litsenziya berilganligi uchun qancha miqdorda davlat boji undiriladi?

- A. eng kam oylik ish haqining 3 barobari miqdorida
- B. eng kam oylik ish haqining 2 barobari miqdorida
- S. eng kam oylik ish haqi miqdorida
- D. davlat boji undirilmaydi

80. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 05.01.2006 yildagi “Yirik sanoat korxonalari bilan kasanachilikni rivojlantirish asosidagi ishlab chiqarish va xizmatlar o'rtasida kooperatsiyani kengaytirishni rag'batlantirish chora-tadbirlari to'g'risida”gi Farmoniga ko'ra kasanachilar faoliyatini nazorat qiluvchi organlar tomonidan qaysi holatda tekshirilishi mumkin?

- A. NQOFMKning reja-jadvaliga asosan
- B. favqulotda vaziyatlar yuzaga kelishining oldini olish maqsadida rejadan tashqari tekshirish o'tkazilganda
- S. buyurtmachi korxona faoliyati qonunda belgilangan tartibda tekshirilganda
- D. kasanachilar faoliyati tekshirilmaydi

81. Qishloq xo'jaligi mahsulotlari etishtirish va qayta ishlash bilan shug'ullanuvchi kichik korxonalarda ishlovchi xodimlar soni qancha bo'lishi mumkin?

- A. 25 kishi
- B. 30 kishi
- S. 100 kishi
- D. 50 kishi

82. Kichik biznes sub'ektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish necha kunda amalga oshirilishi kerak?

- A. ariza berilgan sanadan boshlab 7 ish kunidan 30 ish kunigacha
- B. ariza berilgan sanadan boshlab 12 ish kunida
- S. ariza berilgan sanadan boshlab 10 ish kunidan 30 ish kunigacha
- D. ariza berilgan sanadan boshlab 5 ish kunida

83. Ishlab chiqarish tarmoqlarida band bo'lgan xodimlar soni 20 kishidan, xizmat ko'rsatish sohasida 10 kishidan oshmagan kichik biznes sub'ekti qanday ataladi?

- A. kichik korxona
- B. mikrofirma
- S. kooperativ korxona
- D. xususiy korxona

84. Chorvachilik mahsuloti etishtirishga ixtisoslashtirilgan fermer xo'jaligi qanday shartlarga asosan tashkil etilishi mumkin?

- A. kamida 25 shartli bosh chorva moli bo'lgan taqdirda
- B. kamida 40 shartli bosh chorva moli bo'lgan taqdirda
- S. kamida 30 shartli bosh chorva moli bo'lgan taqdirda
- D. kamida 10 shartli bosh chorva moli bo'lgan taqdirda

85. Yakka tartibdagi tadbirkorlikni kanday turlarini bilasiz?

- A. oddiy shirkat, shaxsiy tadbirkorlik
- B. birgalikdagi tadbirkorlik, oddiy shirkat
- S. shaxsiy tadbirkorlik, birgalikdagi tadbirkorlik
- D. oilaviy tadbirkorlik, oddiy shirkat

86. Tadbirkorlik kandy tamoyillarga asoslanadi?

- A. uz uzini boshkarish, tadbirkorlik siri
- B. mulkka egalik kilish, foyda olishga intilish, erkinlik, ma'suliyat, tavakkalchilik, konunga buysunish, rakobatda katnashish, uz uzini boshkarish
- S. nufuzga ega bulish, xalollik bilan ish yuritish, tadbirkorlik siri
- D. mulkka egalik kilish, foydaga intilish

87. Mulkchilikning kandy turlarini bilasiz?

- A. xususiy, aralash
- B. xususiy mulkchilik, jamoa mulki
- S. shaxsiy va xususiy mulk, jamoa mulki, davlat mulki, aralash mulk, kushma korxonalar mulki
- D. kushma korxonalar mulki, jamoa mulki

88. Tadbirkorlikni kandy shakllarini bilasiz?

- A. yakka tadbirkorlik, xususiy, jamoa, aralash tadbirkorlik
- B. aralash tadbirkorlik, jamoa tadbirkorlik
- S. xususiy tadbirkorlik, yakka tartibdagi tadbirkorlik
- D. jamoa tadbirkorligi, oilaviy tadbirkorlik

89. Muddati bo'yicha rejalashtirishning kandy turlarini bilasiz?

- A. strategik rejalashtirish, uzok muddatli rejalashtirish, taktik rejalashtirish,
- B. uzok muddatli, urta muddatli, kiska muddatli rejalashtirish
- S. strategik rejalashtirish, taktik rejalashtirish, urta muddatli rejalashtirish
- D. operativ rejalashtirish, strategik rejalashtirish

90. Biznes - reja nima?

- A. biznes - reja firmaning rivojlanishi strategiyasini belgilab beradigan asosiy xujjat
- B. bu tadbirkorlarning biznes uchun kapital yiguvchi va u uchun boshkaruv yunalishlarini belgilash uchun tuzilgan xujjat
- S. tadbirkorlikning operativ faoliyatini yurgizish rejasi
- D. korxonaning kiska davrga muljallangan rejasi

91. Mulk shakliga karab korxonalar kandy turlarga bulinadi?

- A. xususiy, aktsiyadorlik, jamoa, davlat, ijara, kushma korxonalar
- B. xususiy, aktsiyadorlik, jamoa, davlat, kushma korxonalar
- S. xususiy korxonalar, jamoa korxonalari, davlat korxonalari, kushma korxonalar
- D. urta korxonalar, kushma korxonalar

92. Ish kulami va boshkarish tartibiga kura korxonalar qayday turlarga bo'linadi?

- A. kichik korxonalar, urta korxonalar, sanoat korxonalari
- B. sanoat, kishlok xujalik, savdo korxonalari
- S. kichik, urta, yirik korxonalar
- D. kurulish, ukitish korxonalari

93. Bozor nima?

- A. sotuvchilar ishtirok etadigan joy

- B. mavjud va potentsial xaridorlar yigindisi
- S. tovarlarni joylashtiradigan joy
- D. oldi - sotdi jarayoni amalga oshiriladigan joy

94. Bozor segmentatsiyasi deganda nimani tushunasiz?

- A. bir xil iste'mol kuvvatiga ega bulgan tovarlar guruxi
- B. bozorni xar xil xaridorlar guruxlariga bulish, ajratish, tabakalashtirish
- S. axolini yoshiga karab gurux bulishi
- D. daromadligiga karab kismmlarga ajratish

95. Qanday turdagi xo'jalik yurituvchi sub'ektlarning moliya-xo'jalik faoliyatini rejali tartibda 4 yilda ko'pi bilan 1 marta tekshirishga ruxsat beriladi?

- A. yangidan tashkil etilgan kichik korxonalar, mikrofirmalar
- B. uy mehnati asosida ishni tashkil etgan sanoat korxonalari
- S. kichik korxonalar, mikrofirmalar
- D. qishloq xo'jalik korxonalari

96. Kichik (biznes) tadbirkorlik sub'ektlari qaysi javobda to'g'ri keltirilgan?

- A. yakka tartibdagi tadbirkorlar, mikrofirmalar, kichik korxonalar
- B. mikrofirmalar, fermer xo'jaliklari
- S. mikrofirmalar, uy mehnati sharoitida ishlovchi fuqorolar, yakka tadbirkorlar kichik korxonalar
- D. mikrofirmalar, yakka tartibdagi tadbirkorlar

97. Non mahsulotlari ishlab chiqaruvchi korxona 10 ta fuqoro bilan uy mehnatini tashkil etadi. Ushbu korxona Prezidenti Farmonida belgilangan imtiyozlardan foydalana oladimi?

- A. ha foydalana oladi, agarda fuqarolar bilan mehnat shartnomasi tuzilgan bo'lsa
- B. yo'q foydalana olmaydi
- S. Foydalana olishi mumkin
- D. Foydalana olishi mumkin emas

98. Raqobat – bu:

- A. bozr iqtisodiyoti sharoitida o'z mavqeini mustahkamlash uchun kurash
- B. Majburiy safarbarlik
- S. "sotsialistik musobaqa"
- D. tovar ishlab chiqaruvchiga tanho hukmronlikni ta'minlab beruvchi dastak

99. Inflyatsiya deganda nimani tushunasiz?

- A. narx - navo umumiy darajasining oshishi, real tovarlar takliflariga nisbatan pul massasi ortib, pulning kadr - kimmati va xarid kobiliyatining pasayib ketishi
- B. narx - navo umumiy darajasining pasayishi
- S. axoli turmush darajasini kutarilishi
- D. pulning kadrsizlanishi

100. Birjaning qanday to'rlari mavjud?

- A. tovar birjasi, kimmatbaxo kogoslar birjasi, fond birjasi, valyuta birjasi
- B. tovar birjasi, fond birjasi
- S. kimmatbaxo kogoslar birjasi, valyuta birjasi
- D. fond birjasi, valyuta birjasi

GLOSSARIY

A

Avizo – o'zaro hisob-kitob holatidagi o'zgarishlar, pul o'tkazilishi, mol jo'natilganligi haqida axborot hujjati; hisob-kitob ishlari bajarilgani haqida bir tomonning ikkinchisiga jo'natgan axboroti.

Agent – turli kelishuvlarni tayyorlash, ayrim ishlarni bajarishda boshqa shaxs (yuridik yoki jismoniy) hisobidan va uning nomidan faoliyat ko'rsatuvchi shaxs. Savdoda savdo agenti bilan ishlab chiqarish korxonasi, firmasi yoki xususiy shaxs kelishadi va kelishuv asosida ishonch qog'oziga tayanib, faoliyat yuritadi.

Akkreditiv – naqd pulsiz hisob-kitob bo'ladigan bank schyotining turi; kredit muassasasidan olish mumkin bo'lgan, aniq oluvchi ko'rsatilgan qimmatbah o qog'oz.

Aktsept – tashkilotlar o'rtasidagi naqd pulsiz hisoblashishning bir shakli; takliflarni qabul qilish, kelgan hujjatlar va molga pul to'lashga rozilik berish ifodasi.

Aktsiz – ommaviy iste'molga xos oziq-ovqat mollari hamda nooziq-ovqat at mollariga qo'yiladigan egri soliq. Ushbu soliq davlatga shunday mahsulot ishlab chiqaruvchi va sotuvchilar tomonidan to'lanadi hamda narxning oshirilishi bilan aholi gardaniga yuklatiladi.

Aktsiya – aktsiyadorlar jamiyati a'zosining mablag' qo'shganligi haqida guvohlik beruvchi qimmatbah o qog'oz. Aktsiya sotib olgan shaxs aktsiyador hisoblanib, ma'lum huquq va majburiyatga ega bo'ladi.

Aktsiyadorlik jamiyati – korxonaning tashkiliy-huquqiy shakli bo'lib, jamiyat ixtiyorida mulki, boyligiga asoslanib, faoliyat yuritadi. Aktsiyadorlik jamiyati sarmoyasi jamiyat a'zolarining qo'shgan pul mablag'i yoki moddiy ne'matidan tashkil topadi.

Aktsiyaning nazorat paketi – biror shaxsga aktsiyadorlar jamiyati faoliyati ustidan nazorat qilishni ta'minlaydigan aktsiyalar hissasi. Odatda bunday holat aktsiyalar miqdorining yarmidan ko'pi yoki katta qismi bir qo'lda to'planganda amalga oshadi.

Arbitraj – xo'jalik tomonlari o'rtasidagi kelishmovchiliklarni hal qiluvchi hakamlar sudi.

Aylanma fondlar – bu fondlar odatda ishlab chiqarish jarayonlarida bir marta ishlatilib, ularning har birida yangilanadi va o'z qiymatini ishlab chiqarilgan mahsulotga to'la o'tkazadi.

Asosiy fondlar – bu fondlar ishlab chiqarish jarayonida qayta-qayta ishlatiladi. U uzoq muddat davomida foydalanishga mo'ljallangan bo'lib, emirilishi darajasiga qarab, ishlab chiqarilgan mahsulot qiymatiga o'z qiymatini asta-sekinlik bilan o'tkazib boradi.

Assortiment – sotish xonasidagi turli-tuman mollarning to'planishi; ba'zida bir molning turlar, navlarining to'plami.

Assotsiatsiya – to'planma, uyushma; biror maqsadga erishish uchun (xo'jalik, siyosiy, ilmiy, madaniy yoki boshqa maqsadlar) birlashish. Assotsiatsiya yuridik shaxs hisoblanadi.

Auditor firmasi – mustaqil tashkilot bo'lib, shartnoma asosida korxonalar yillik buxgalteriya hisobotini tekshiradi va tasdiqlaydi. Tekshiruv davomida auditor firmasi buxgalteriya hisob-kitobining holati va talabga mos kelishi, moliya-xo'jalik faoliyati masalalarining haqiqiy holatga mos kelishini nazorat qiladi.

Auktsion – kim oshdi savdosi. Bu alohida xususiyatga ega bo'lgan va alohida joylarda tashkil etiladigan ochiq savdoga asoslangan maxsus bozor. Auktsion o'zaro musobaqaga tayangan holda amalga oshadi.

Aholining xarid qobiliyati – aholining bozordagi vujudga kelgan narx asosida mollar va xizmatni xarid qilish imkoniyati. Aholining xarid qobiliyati bozor sig'imini belgilashda etakchi o'rin egallaydi.

Aholining minimal iste'mol byudjeti – har bir oila a'zosining ish kuchini qayta tiklashi uchun zarur mablag' miqdori. Bunda zarur iste'mol mollari, xizmatning miqdori va sifati e'tiborga olinadi va oilaning har bir a'zosiga pul birligida hisoblanadi.

B

Baza – asos, tayanch, quyi qism, ombor va boshqalar. Tijorat ishlarida band bazalar; mol qabul qiluvchi, qayta ishlovchi, navlarga, turlarga ajratuvchi va saqlovchi bazalardan iborat.

Bank – pul mablag'larini mujassamlashtiradigan, qarz beruvchi, pul, qimmatbaho qog'ozlarni, hisoblarni olib boruvchi muassasa.

Bankrot – to'lovga qodir bo'lmagan qarzdor.

Barter – savdo-soti q faoliyatining bir turi bo'lib, mahsulot ayriboshlash pul to'lovisiz sodir bo'ladi. Almashuv mahsulotlar narxi, xalqaro va ichki bozor narxlari, sifati, etkazib berish shartlari hisobga olinib, ular o'rtasidagi nisbat o'rnatiladi.

Bashorat – ma'lum axborotlar, raqamlar, hisoblar, sharoitga tayanib bashorat qilish.

Bijuteriya – zargarlik mollari savdosi.

Birja – qimmatbaho qog'ozlar, valyuta, tovar, ish kuchi va xomashyo sotiladigan va xarid qilinadigan muassasa.

Boj to'lovi – chegaradan chiqayotgan yoki kelayotgan mollarga qo'yilishi mumkin bo'lgan to'lov. Uning miqdori davlat siyosatiga bog'liq. Boj miqdori maxsus boj tariflarida ifodalanadi.

Bozor segmenti – bozorning ma'lum qismini tashkil etadi va bozordagi iste'mol maqsadi bir bo'lgan xaridorlarning xatti-harakatini tavsiflaydi. Xaridorning daromadi, turar joyi, oilaviy, milliy urf-odatlar, jinsi, yoshi va boshqa xususiyatlariga qarab bozor segmentlashtiriladi.

Bozor sig'imi – ma'lum bozorda ma'lum muddatda to'lovga qodir mol taklifi va chakana narx darajasi hisobga olingan holda sotilishi mumkin bo'lgan mol miqdori. Bozor sig'imini aniqlashda biror tovarga mo'ljallangan aholining xarid quvvati, korxonalarining aynan shu molni sotib olish ehtiyoji hisobga olinadi.

Banklarning umumiy kapitali – banklarning o'z faoliyatlarini (bank operatsiyalarini) amalga oshirish uchun mo'ljallangan moliyaviy resurslari bo'lib, u banklar tomonidan turli manbalar orqali jalb etilgan pul kapitalidan iborat. Banklarning umumiy kapitali xususiy kapital bilan bir qatorda undan bir necha barobar ko'proq bo'lgan jalb etilgan kapitalni ham o'z ichiga oladi.

Banklarning nizom jamg'armalari – banklarning doimiy tasarrufida bo'lgan moddiy va pul mablag'lari yig'indisi bo'lib, ularning miqdori banklar tashkil topgan chog'da nizomda qat'iy belgilab qo'yiladi.

Bank kapitalining etarlilik darajasi – bu jami kapitalning riskka tortilgan aktivlarga nisbati bo'lib, u xalqaro Bazel kelishuviga ko'ra kamida 8% ni tashkil etishi kerak.

Bank depozitlari – jismoniy va yuridik shaxslarning bank muassasalariga ma'lum muddatga va muddatsiz omonat shaklida qo'yilgan bo'sh pul mablag'lari.

Bank-moliya tizimining barqarorligi – banklarning va boshqa moliya muassasalarining o'z majburiyatlari yuzasidan talablarga to'la javob bera olishi. Bu likvidlik, kapitalning etarliligi, aktivlar sifati, rentabellik ko'rsatkichlari orqali aniqlanadi.

Bank aktivlari – banklarning asosiy faoliyatini amalga oshirishda foydalanuvchi turli moddiy va moliyaviy resurslar majmui. Ular asosan bank kreditlari, asosiy vositalari, sotib olgan qimmatli qog'ozlari, investitsiyalari, valyuta boyliklari ko'rinishida bo'ladi.

Bank tizimining likvidligi – bankning o'z majburiyatlarini vaqtida va so'zsiz bajara olish imkoniyati.

Banklar likvidligi – banklar aktivlarining qisqa muddat ichida pulga aylanish qobiliyati. Likvidlik bank majburiyatlarini bajarish va aktivlar o'sishini moliyalash bilan birgalikda depozitlar va qarz mablag'lari darajasining pasayishini samarali boshqarishni ham bildiradi.

Banklarning kredit portfeli – tijorat banklari tomonidan berilgan kreditlarning umumiy jamlanmasi bo'lib, ular quyidagicha tasniflanadi: a) yaxshi; b) standart; v) substandart; g) shubhali; d) umidsiz. Tijorat banklarining ma'lum sanaga ssuda hisobvara qalarida qolgan pul mablag'lari majmuasi (qoldig'i).

Bandlik – mehnatga layoqatli aholining ijtimoiy foydali mehnat bilan mashg'ul bo'lishi; fuqarolarning shaxsiy va ijtimoiy ehtiyojlarini qondirish bilan bog'liq va qonunga zid kelmaydigan, mehnat daromadi beradigan faoliyati.

Bank likvidligi – banklar majburiyatlarini o'z vaqtida qaytara olish qobiliyati yoki passivlardagi majburiyatlarni qaytarish uchun aktivlarni pulga aylanish qobiliyatidir.

Bond – bojxona boji to'lanmagan tovar.

Bord – molning sotuvchi hisobidan kemaga etkazib berilish sharti.

Bonus – xizmat uchun mukofotlash, rag'batlantirish. Tovlar bozorida bonusning miqdori sotilgan yoki xarid qilingan tovarning qiymatiga, undan olinadigan foizga, tovarning bozorda tez sotilishiga, sotilish yo'liga, iqtidorli komissionerlar o'rtasidagi raqobat darajasiga bog'liq.

Broker – sotuvchi va oluvchi o'rtasidaga vositachi; mijozlarning topshirig'i bilan va ular hisobiga ishlaydigan hamda vositachilik ishi uchun o'z komission haqini oluvchi shaxs.

Buyurtma – xaridorning (buyurtmachining) sotuvchiga jo'natadigan hujjati bo'lib, unda molni xarid qilishga qat'iy qaror qilinganligi ifodalanadi.

V

Valvatsiya – chet el tangasi qiymatini davlat pul birligida baholash.

Valyuta – biror mamlakatda qabul qilingan pul tizimi va pul birligi.

Valyuta kursi – bir mamlakat pul birligining boshqa mamlakat pul birligida ifodalanishi. Valyuta kursining o'rnatilishi kotirovka deyiladi.

Veksel – qonun tomonidan qat'iy belgilangan, qarzni ifodalovchi yozma majburiyat bo'lib, veksel oluvchi uni egasiga topshiradi.

Venchur korxonalari – davlat, yirik firmalar bilan shartnoma asosida ilmiy izlanishlar olib boruvchi, muhandislik ishlarini yaratuvchi, yangiliklarni tatbiq etuvchi korxona.

G

Garantiya – kafillik, ishontirish, gardaniga olish, biror-bir narsani ta'minlaydigan sharoit. Shartnoma tuzuvchi tomonlar, masalan, shartnomaning bajarilishiga, agar bajarilmasa, zararlarni qoplashga kafillik beradi.

Giperinflyatsiya – pul qadrsizlanishining juda yuqori sur'atini ifodalaydi. Bunda pulning qadrsizlanishi yiligi 1000 foizdan ortadi.

D

Daromadlar – korxona, tashkilot, firmalar faoliyatining muhim ko'rsatkichi bo'lib, faoliyatning barcha tomonlaridan kelishi mumkin. Savdo firmasi, do'konning daromadi molning xarid narxi bilan sotilish narxi o'rtasidagi tafovutdan kelib chiqadi.

Debitor – biror korxonadan, firmadan, muassasadan boshqa yuridik shaxs yoki fuqaroning qarzdor bo'lib qolishi.

Devalvatsiya – mamlakat pul birligi asosidagi oltinning kamayishi yoki kursining boshqa mamlakatlar valyutasi kursiga nisbatan qonuniy ravishda pasayishi.

Deklaratsiya – ma'lum axborotni o'z ichiga oluvchi hujjat. Deklaratsiya bojxona uchun tayyorlangan bo'lsa, unda boj to'lanadigan molning nomi, miqdori, narxi va boshqalar ifodalanadi.

Dekort – molning haqini muddatdan avval to'langan yoki molning miqdori, sifati kelishuv shartlariga mos kelmagani uchun molning narxidan chegirma.

Demarketing – marketingning bir turi bo'lib, ishlab chiqarish quvvati, xomashyoning etishmasligi tufayli bozorga kam chiqariladigan molga talabni pasaytirishga qaratilgan.

Demping – eksport tovarlarini bozorning o'rtacha narxidan, hatto tannarxidan ham pastroq narxda sotish. Bu usul bozorni egallash, raqobatchilarni sindirish maqsadida qo'llaniladi.

Defitsit – biror narsaning etishmasligi, kamchiligi. Jumladan, tovarlar etishmasligi, byudjet mablag'ining etishmasligi.

Djobber – yirik miqdordagi tovarlarni tez sotib yuborish maqsadida xarid qiladigan firma.

Dividend – aktsiya egasining oladigan daromadi bo'lib, aktsiyador jamiyati foydasining bir qismini tashkil etadi.

Diler – birjadagi yoki savdodagi vositachi bo'lgan shaxs.

Diskaunter – rivojlangan mamlakatlardagi uzoq muddat ishlatishga mo'ljallangan tovarlarni arzon bahoda va qo'shimcha xizmatlarsiz sotiladigan do'kon.

Distribyuter – o'z nomidan va o'z mablag'i hisobiga tovarlarni xarid qilib, sotuvchi vositachi. Mollarni ulgurji sotib oladi va chakana savdo firmalari, do'konlarga sotadi.

I

Ijara – qarzga berish. Bir shaxs yoki korxona, tashkilotning boshqa shaxs, korxonadan ma'lum muddatga va ma'lum to'lov to'laydigan sharti bilan oladigan mulki.

Imidj – firmaning mavqei, ishlab chiqarayotgan molning, xizmatning sifati, rahbarlarning obro'si haqidagi buyurtmachi va xaridorning fikri.

Import – chet eldan tovarlarni sotib olish yoki boshqa usullar bilan keltirish. Keltirilgan mol iste'mol, qayta ishlash, hatto tashqariga sotish maqsadida bo'lishi mumkin.

Iqtisodiy nochor korxonalar – muayyan miqdorda kapital yo'qotish, ishlab chiqarish maydonlarini qisqarishi, ishsizlar sonining ortishi, raqobatbardosh

bo'lmagan mahsulot ishlab chiqaradigan va buning uchun katta miqdorda materiallar, xomashyo, yonilg'i, mehnat resurslari sarflaydigan qoloq, samarasiz korxona.

Investitsiya – kelgusida foyda olish, samaraga erishish maqsadida biror-bir korxonaga uzoq muddatga kapital qo'yish.

Investor – investitsiya bilan shug'ullanuvchi yuridik shaxs yoki fuqaro.

Injiniring korxona – muhandislik maslahat xizmatlarini tijoratchilik qoidalariga asoslangan holda amalga oshiradigan korxona.

Inqirozga qarshi mo'ljallangan choralar dasturi – O'zbekiston Respublikasi hukumati tomonidan 2009-2012 yillarga mo'ljallanib inqirozga qarshi ishlab chiqilgan choralar dasturi bo'lib, mazkur dasturda talab va taklifni rag'batlantirishga yo'naltirilgan bir qator moliyaviy imtiyozlar va barqaror iqtisodiy o'sish sur'atlarini ta'minlovchi chora-tadbirlar majmui o'z aksini topgan.

Investitsion kreditlar – ishlab chiqarishni kengaytirish, texnik va texnologik jihatdan yangilash, modernizatsiyalash va rekonstruktsiya qilish, yangi bino va inshootlarni qurish uchun zarur vositalarni sotib olish maqsadida olingan kreditlar.

Ishlab chiqarishni mahalliyashtirish – sanoat ishlab chiqarishining turli bosqichlarida import shaklida xarid qilish orqali qo'llaniluvchi detallar, butlovchi qismlar, yarim tayyor mahsulotlar va tayyor mahsulotlarni mahalliy xomashyo va materiallar asosida ishlab chiqarishga o'tkazish jarayoni.

Import o'rnini bosish samarasi – mahalliyashtirish jarayonini amalga oshirish orqali ishlab chiqarilgan mahsulotlar va ko'rsatilgan xizmatlar natijasida tejalgan import mahsulotlari qiymati.

Investitsiya dasturi - respublika iqtisodiyotini barqaror va tadrijiy rivojlantirishga erishishga, tabiiy, mineral-xomashyo, moliyaviy, moddiy va mehnat resurslaridan oqilona foydalanish yo'li bilan respublika ayrim tarmoq va mintaqalarini tarkibiy o'zgartirishning asosiy ustuvorliklari va strategik vazifalarini amalga oshirishga yo'naltirilgan o'zaro bog'langan chora-tadbirlar kompleksi.

Investitsiya muhiti – investitsiyalar jozibadorligi hamda xavf-xatar darajasini belgilab beruvchi ijtimoiy-iqtisodiy, moliyaviy va siyosiy omillar majmui.

Investorlar – xususiy va qarzga olingan mulkiy va intellektual qiymatlarni sarflash haqida qaror qabul qiluvchi investitsiya faoliyati sub'ektlari. Investorlar ob'ektlar va investitsiya natijalariga egalik qilish, foydalanish va tasarruf qilish huquqiga ega bo'ladi. Investorlar kreditorlar va xaridorlar rolini bajarishlari, shuningdek investitsiya faoliyatining boshqa ishtirokchilari funktsiyalarini bajarishlari mumkin. Odatda investorlar kapital qo'yilmalar sarflanadigan sohalarni aniqlaydilar, shartnoma shartlarini ishlab chiqadilar va investitsiya aktining boshqa tomonlari bilan kontraktor, hukumat organlari, pirovard mahsulot ishlab chiqaruvchilar va shu mahsulotning iste'molchilari bilan hisob-kitoblarni amalga oshiradilar.

Infratuzilma – har qanday yaxlit iqtisodiy tizim va tuzilmalarning mavjud bo'lishi shart hisoblangan tarkibiy qismi. So'zma-so'z ifodalaganda, infratuzilma bu iqtisodiy tizimning asosi, poydevori, ichki tuzilmasi demakdir. «Infratuzilma» atamasi lotincha «infra» - quyi, osti; «structura» - tuzilma, joylashuv so'zlaridan paydo bo'lgan. Iqtisodiyotda ishlab chiqarish va ijtimoiy infratuzilma muhim o'rin tutadi.

Ishlab chiqarish infratuzilmasi – ishlab chiqarishning rivojlanishi uchun tashqi shart-sharoitlarni ta'minlovchi tarmoqlar majmui bo'lib, o'z ichiga temir va avtomobil yo'llari, elektr, gaz va suv ta'minoti, aloqa kommunikatsiyalari, ombor xo'jaligi va boshqalarni oladi.

Intermodal markaz – yuk tashishlar bo'yicha xalqaro kommunikatsiya va logistika markazi.

Internet xizmatlari – internet tarmog'i abonentlariga amaliy bayonnomalar tomonidan taqdim etiluvchi funktsional imkoniyatlar majmui: elektron pochta, fayllarni qabul qilish va uzatish, veb-hujjatlarni o'qish, muayyan masofadan turib bir vaqtning o'zidagi muloqot (chat), terminal orqali erkin foydalanish, tarmoqda hujjatlarni saqlash va ishlash va h.k.

Ijtimoiy infratuzilma – aholining turmush faoliyatini, uning farovonligi ta'minlashga xizmat qiluvchi turli muassasa va ob'ektlar majmui. Masalan, ta'lim muassasalari, dam olish va davolanish maskanlari, uy-joy, kommunal va maishiy xizmat ko'rsatish shoxobchalari, tabiiy gaz, ichimlik suvi, elektr energiyasi ta'minoti, yo'lovchi transporti va boshqalar.

Ijtimoiy soha obektlari – aholining munosib turmush sharoiti va farovonligini ta'minlashga xizmat qiluvchi soha va tarmoqlar majmui. Bular qatoriga uy-joy fondlari, sog'liqni saqlash, maorif, sport, madaniyat muassasalari va boshqalarni kiritish mumkin.

Ijtimoiy dasturlar – aholining bevosita turmush sharoiti va farovonligini ta'minlashga xizmat qiluvchi soha va tarmoqlarni rivojlantirishga oid chora-tadbirlarni o'z ichiga olgan rejaviy hujjatlar.

Iqtisodiy islohotlar – iqtisodiyotning tarkibiy tuzilishini sifat jihatidan takomillashtirish, uning barqaror va mutanosib rivojlanishini ta'minlash imkonini beruvchi, maqsadga muvofiq holda va izchil ravishda amalga oshiriluvchi tub o'zgarishlar, chora-tadbirlar majmui.

Iqtisodiy rivojlanish sur'atlari – mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy ko'rsatkich va natijalarining miqdor jihatidan ko'payishi va sifat jihatidan takomillashuvi darajasi.

Iqtisodiy rivojlanish samaradorligi – iqtisodiyotni rivojlantirish natijalarining bu borada qilingan sarf-xarajatlarga nisbati.

Industriallashtirish – mamlakat iqtisodiyotini sanoatlashgan asosga o'tkazish, iqtisodiyotda sanoat ishlab chiqarishi ulushini ahamiyatli darajada ko'paytirish, butun

iqtisodiyot yoki uning alohida tarmoqlarida yirik mashinalashgan ishlab chiqarishni barpo etish jarayoni.

Inflyatsiya – pul muomalasi qonunlarining buzilishi natijasida milliy valyutaning qadrsizlanishi, narxlarning o'sishi.

Iqtisodiyotning tarkibiy tuzilishi – iqtisodiyotning turli qism va bo'laklari o'rtasidagi proporsiyalar va o'zaro nisbatlar.

Iste'mol bozoridagi mutanosiblik – iste'mol bozoriga taklif etilayotgan tovar va xizmatlar hajmi bilan aholining to'lovga qodir talabining o'zaro mosligi.

Inkasso – molning jo'natilganligi haqidagi hujjatlarni topshirgan tomon hisobiga to'lovning bankka kelib tushishi va bankning mol jo'natuvchi mijoz hisob raqamiga mablag'ni yozib berishi.

Iste'mol savatchasi – ma'lum mollar, xizmatlar yig'indisini tashkil etib, bu yig'indi aholi iste'molining tarkibi va darajasini to'liqroq ifodalaydi.

K

Kapital – bu egasiga daromad keltiruvchi mablag' va resurs.

Kvota – o'rnatilgan mutlaq yoki nisbiy ko'rsatkich. Savdoda, eksport yoki import qilish miqdorining chegarasi.

Kliring – xalqaro naqd pulsiz hisoblashish shakli bo'lib, bunda davlatlar bir-biriga qarzini o'zaro qarama-qarshi to'lov majburiyatlari vositasida to'laydi.

Komission – uchinchi shaxs vositasida sotib olinadigan va sotiladigan narsalar; komission savdo korxonalari yoki komissionerlar vositachilik ishi uchun ma'lum haq, mukofot oladilar.

Kommivoyajer – firma ishlab chiqarayotgan barcha mahsulotni sotuvga taqdim etuvchi shaxs.

Konsortsium – bu aniq iqtisodiy loyihalarni amalga oshirishni maqsad qilgan korxonalarning muvaqqat birlashmasi.

Kooperatsiya aloqalari – turli soha ishlab chiqarish tarmoqlarida ma'lum mahsulotni tayyorlash bo'yicha uzoq muddatli aloqalarni o'rnatish.

Kreditor qarzдорlik – korxona, tashkilot yoki muassasaning tegishli yuridik yoki jismoniy shaxslarga to'lanishi lozim bo'lgan pul mablag'lari bo'lib, ular me'yordagi (muddati o'tmagan) hamda muddati o'tgan qarzдорliklarga bo'linishi mumkin.

Konfiskatsiya – majburiy holda mulkning jami yoki bir qismini musodara qilish va davlat ixtiyoriga o'tkazish.

Kontsern – bu ishlab chiqarish diversifikatsiyasi, ya'ni korxonalarning faoliyat sohalari va ishlab chiqaradigan mahsulotlari turining kengayishi, yangilanib turishi asosida tarkib topadigan yirik ko'p tarmoqli korporatsiya.

Kontsessiya – milliy iqtisodiyotni rivojlantirish yoki tiklash, tabiiy boyliklarni o'zlashtirish maqsadida davlat yoki munitsipalitetga qarashli er uchastkalari, qazilma

boyliklari, mol-mulk, korxonalar va boshqa xo'jalik ob'ektlarini muayyan muddatga va shartlar bilan foydalanish uchun chet ellik investorga davlat nomidan beriladigan ruxsatnoma, ular bilan tuziladigan shartnoma yoki kelishuv.

Korxonaning bankrotligi – korxona moliyaviy-x o'jalik faoliyatining nochorlikka yuz tutishi natijasida o'z qarz majburiyatlari bajara olmasligi. Korxona xo'jalik sudining qaroriga ko'ra rasmiy holda bankrot deb e'lon qilinadi.

Kon'yuktura – xo'jalikning ma'lum davridagi holatini xarakterlovchi ko'rsatkichlar to'plami.

Kooperativ – bu yuridik shaxs huquqiga ega, xo'jalik yurituvchi sub'ekt. U jamoa mulki huquqidagi mulkka egalik qiladi, undan foydalanadi va tasarruf etadi.

Kooperatsiya – ishlab chiqarish yoki ayirboshlash doirasidagi jamoaga birlashish.

Korporatsiya – bir xil mahsulot ishlab chiqaruvchi yirik aksionerlik jamiyatlari birlashmasi.

Korxona aktivlari – korxonada ishlab chiqarish fondlari shaklida band bo'lgan kapital.

L

Lizing – imorat, inshoot, mashina, jihozlar, Asbob-uskuna, transportalarini o'rta va uzoq muddatga ijaraga berish.

Litsenziya – biror-bir faoliyat turi bilan shug'ullanish uchun davlat organlari tomonidan ruxsat burish.

M

Marja – savdo, birja, bank ishlarida foydalaniladigan hamda mollar narxlari, qimmatbah o'qog'ozlar kurslari, boshqa ko'rsatkichlar o'rtasidagi farq.

Mahsulot tannarxi – mahsulot ishlab chiqarish va sotish uchun ketgan barcha xarajatlarning qiymati.

Melioratsiya – erning unumdorligini tubdan yaxshilashga qaratilgan tashkiliy-x o'jalik, muhandislik va agrotexnik tadbirlar turkumi

Moliyaviy sog'lomlashtirish – korxonaning bankrotligini bartaraf etish yoki raqobatbardoshligini oshirish maqsadida chora-tadbirlar tizimini qo'llash orqali uning moliyaviy holatini sog'lomlashtirish.

Maktab ta'limini rivojlantirish Davlat umummilliy dasturi – Kadrlar tayyorlash milliy dasturini muvaffaqiyatli amalga oshirishning muhim sharti sifatida maktab ta'limining orqada qolishiga barham berish hamda maktablarning moddiy-texnika bazasini mustahkamlash va uzluksiz ta'limning yagona tizimini shakllantirish bilan bog'liq mavjud jiddiy muammolarni bartaraf etish maqsadida O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2004 yil 21 maydagi «2004-2009 yillarda maktab ta'limini rivojlantirish davlat umummilliy dasturi to'g'risida»gi Farmoniga muvofiq

kuchga kirgan. Mazkur Farmonga O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2005 yil 20 sentyabrdagi 3661-sonli Farmoniga muvofiq o'zgartirishlar kiritilgan .

Makroiqtisodiy ko'rsatkichlar – mamlakat yaxlit iqtisodiyoti darajasidagi ijtimoiy-iqtisodiy jarayon va hodisalarni o'lchash va baholash imkoniyatini beruvchi ko'rsatkichlar. Masalan, yalpi ichki mahsulot, milliy daromad, iqtisodiy o'sish, ishsizlik, inflyatsiya darajasi va boshqalar.

Moliyaviy «ko'piklar» – real qiymatga ega bo'lmagan pul va obligatsiyalar hajmining ko'payishi.

Moliyaviy institutlar – belgilangan qonun-qoidalar doirasida faoliyat yurituvchi mamlakatdagi moliya-kredit tashkilotlari.

Mamlakat iqtisodiyotining raqobatbardoshligi – mamlakatning o'rta va uzoq muddatga iqtisodiy o'sishning yuqori sur'atlarini ta'minlab turish qobiliyati

Mahalliyashtirish – import qilinadigan tayyor mahsulot, butlovchi buyumlar va materiallarni mamlakatda ishlab chiqarishni yo'lga qo'yish orqali unga ichki talabni qondirish va eksportini yo'lga qo'yish.

Marketing – bozor talablariga bo'ysungan holda iste'molchilar ehtiyojini imkoni boricha qondirishga qaratilgan xo'jalik faoliyatini tashkil etish va boshqarish tizimi.

N

Notijorat yuridik shaxs – ixtiyoriylik asosida tashkil etilgan, daromad (foйда) olishni o'z faoliyatining asosiy maqsadi qilib olmagan hamda olingan daromadlar (foйда)ni o'z a'zolari o'rtasida taqsimlamaydigan o'zini-o'zi boshqarish tashkiloti.

Nou-xou – mahsulot ishlab chiqarishni o'zlashtirishni engillashtirish va tezlashtirishga imkon beruvchi texnik bilim, texnik tajriba, ishlab chiqarishning yashirin imkoniyatlari.

O

Offerta – sotuvchining mol xarid imkoni bor xaridorga ma'lum shartlar asosida mol to'plamini sotish haqida yuborgan taklifi.

P

Pablik rileyshnz – mol, xizmat, firma, korxona haqida yaxshi fikrni vujudga keltirish jarayoni.

Proteksionizm – milliy ishlab chiqarishni rivojlantirish maqsadida chet el raqobatidan saqlash, himoya qilish.

R

Raqobatbardoshlik – biror turdagi molning iste'mol qiymati mos keladigan boshqa tovarga solishtirish, taqqoslash ko'rsatkichi.

Revalvatsiya – boshqa davlatlar valyutasiga nisbatan milliy valyuta rasmiy kursining oshishi.

Rentabellik – korxona faoliyatining foydalik darajasi. Uning uch xil ko'rsatkichi mavjud: korxona aktivlari rentabelligi, xususiy kapital rentabelligi va sotilgan mahsulot rentabelligi. Bu ko'rsatkichlarni balansdagi (sof) foyda ko'rsatkichini korxona aktivlarining o'rtacha yillik qiymati, muomalaga chiqarilgan aksiyalar miqdori, xususiy kapital miqdori va sotilgan mahsulot tannarxiga nisbati bilan belgilanadi.

Reklama – tovarlar, xizmatlar haqida turli vositalar bilan ochiq xabardor qilish.

Rentabellik – xarajatlarni oqlaydigan, xo'jalik nuqtai nazaridan maqsadga muvofiq, foydali, draomadli. Rentabellik ko'rsatkichi foydaning moddiy, mehnat va moliyaviy resurslarga nisbati bilan o'lchanadi.

Refaktsiya – tovarning narxi yoki og'irligidan uning buzilgan yoki kamaygani uchun chegirma qilish.

S

Stagnatsiya – iqtisodiyotda turg'unlikni anglatadi.

Stagflyatsiya – iqtisodiyotning shunday holatiki, bunda turg'unlik va pulning qadrsizlanishi birgalikda hukm suradi.

Sug'urta – kutilmagan sharoitlar yoki tavakkalchilikdan ko'rilgan zararni qisman yoki to'liq qoplash, muhofaza qilish choralari.

T

Tadbirkor – yuridik shaxs tashkil etgan holda yoki tashkil etmasdan doimiy asosda tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanuvchi shaxs.

Tadbirkorlik – mulkchilik sub'ektlarining foyda olish maqsadida tavakkal qilib va mulkiy javobgarligi asosida amaldagi qonunchilik doirasida tashabbus bilan iqtisodiy faoliyat ko'rsatish.

Tant'ema – savdo, sanoat, bank, aksionerlar tashkilotlari foydasidan bu tashkilotlarning boshqaruv xodimlariga to'lanadigan qo'shimcha mukofot.

Tarif – biror ish, xizmat uchun rasmiy hamda belgilangan to'lov.

Tashqi savdo balansi – ma'lum davr (oy, chorak, yil) davomida mamlakatga keltiriladigan va undan chiqariladigan tovarlar qiymati o'rtasidagi nisbat.

Tender – birjada savdo o'tkazishda tushadigan taklif. Taklif berish tartibi savdoni o'tkazadigan tashkilotchilar tomonidan belgilanadi.

To'lov valyutasi – tomonlarning kelishuvi bilan tovarlarning tashqi savdo aloqalarida haqini to'lash yoki xalqaro kreditni qaytarishda ishlatiladigan valyuta.

To'lovga qodirlik – yuridik yoki jismoniy shaxsning moliyaviy majburiyatlarini o'z vaqtida bajara olish imkoniyati.

To'lov topshirig'i – korxona, firma, tashkilotning unga xizmat qiladigan o'z schetidan mablag' o'tkazish zarurligi haqidagi topshirig'i.

F

Faktoring – moliya-tijorat xizmatining turi bo'lib, bunda bank yoki boshqa moliya tashkilotlari xarid qiluvchi korxona qarzlarini, majburiyatlarni o'ziga oladi.

Fermer xo'jaligi – o'ziga uzoq muddatli ijaraga berilgan er uchastkalaridan foydalangan holda qishloq xo'jaligi mahsulotlarini ishlab chiqarishni amalga oshiruvchi fermer xo'jaligi a'zolarining birgalikdagi faoliyatiga asoslangan, yuridik shaxs huquqiga ega mustaqil xo'jalik yurituvchi sub'ekt.

Firma – ishlab chiqarish, xizmat ko'rsatish, tijorat yoki tadbirkorlik faoliyatiga qaratilgan, yuridik shaxs hisoblangan korxona.

Fondlarning aylanishi – moddiy ashyoviy omillar qiymatining ishlab chiqarish va muomala sohalari orqali harakat jarayoni.

X

Xolding kompaniya – mulk egalari tomonidan bir qancha mustaqil aksiyadorlik jamiyatlari faoliyatini nazorat qilish maqsadida tashkil etilgan hissadorlik jamiyati.

Xususiy kapital – tadbirkorning eng muhim va hal etuvchi ahamiyatga ega sarmoyasi.

Xalqaro Bazel qo'mitasi – rivojlangan mamlakatlar markaziy banklari rahbarlari tomonidan 1974 yilda tashkil etilgan tashkilot. Uning doirasida xalqaro bank faoliyatini tartibga solish muammolari muhokama qilinadi. 1975 yilda qo'mita tomonidan Bazel kelishuvi ishlab chiqilgan. Keyinchalik Bazel qo'mitasi bank faoliyati me'yorlari bo'yicha xalqaro tavsiyalar ishlab chiqa boshladi.

Xalqaro moliya tashkilotlari – davlatlar o'rtasidagi valyuta va moliya-kredit munosabatlarini tartibga solish, mamlakatlarning iqtisodiy rivojlanishiga ko'maklashish, kredit ko'rinishida yordam berish maqsadida davlatlararo kelishuvlar asosida tashkil etilgan tashkilotlar. Bunday tashkilotlar qatoriga Xalqaro hisoblashuvlar banki, Xalqaro valyuta fondi, Xalqaro tiklanish va taraqqiyot banki, Xalqaro rivojlanish assotsiatsiyasi, Xalqaro moliyaviy korporatsiya, Osiyo taraqqiyot banki, Evropa investitsiya banki, mintaqaviy xalqaro rivojlanish banklari va boshqalarni kiritish mumkin.

Xalqaro iqtisodiy tashkilotlar – ikki turdagi ishtirokchilari bevosita davlatlardan iborat hukumatlararo (davlatlararo) hamda tarkibiga ishlab chiqaruvchilar birlashmalari, kompaniya va firmalar, ilmiy jamiyatlar va boshqalar kiruvchi nohukumat tashkilotlari.

Xalqaro valyuta jamg'armasi – xalqaro savdo va valyuta hamkorligini rivojlantirishga ta'sir ko'rsatish maqsadida 1944 yilda tashkil etilgan xalqaro valyuta-moliya tashkiloti. Xalqaro valyuta jamg'aramasi a'zo davlatlar o'rtasida valyuta-kredit munosabatlarini tartibga solib turish va ularga to'lov balansining kamomadi bilan bog'liq valyutaviy qiyinchiliklar paytida chet el valyutasida qisqa va uzoq

muddatli kreditlar berish yo'li bilan moliyaviy yordam ko'rsatish uchun mo'ljallangan hukumatlararo tashkilot. XVJ o'z amaliy faoliyatini 1947 yil 1 martdan boshlagan.

Xususiy firma – ayrim shaxs yoki oilaga tegishli yakka xususiy mulkka asoslanib faoliyat yurituvchi korxona.

SH

Shirkat firma – bir necha tadbirkorlikning o'zaro mulkiy birlashuvi va tadbirkorlikdan olinadigan foydani baham ko'rishga asoslangan sherikchilik korxonasi.

E

Erkin iqtisodiy zonalar – qo'shma sohibkorlik hududlari, xorij kapitalinig erkin amal qilishi uchun ajratilgan maxsus hudud.

Erkin savdo zonasi – ma'lum bir hududlarni iqtisodiy o'z ichiga olgan, boj to'lovlaridan ozod qilingan savdo hududi.

Q

Qarz-kredit kapitali – bank, byudjet, moliya muassasalari yoki boshqa korxonalarlan olinadigan kreditlar, chiqariladigan obligatsiyalar evaziga shakllanadi.

Qo'shma kapital – tezda jalb etilgan resurslar bo'lib, u asosan aktsiyalarni sotish, pay va kirish badallarini to'plash, korxonalarni birlashtirish natijasida aktivlarning ko'payishi evaziga shakllanadi.

MUNDARIJA:

Kirish.....	3
1.Tadbirkorlik moyiyati. Respublikada, iqtisodiyotni erkinlashtirish va modernizatsiya qilish sharoitida tadbirkorlikni rivojlantirish hamda ijtimoiy, siyosiy, iqtisodiy huquqiy va boshqa soxalardagi isloxotlarning ustivor yunalishlari.....	8
2.Tadbirkorlikning davlat tomonidan qullab quvvatlanishi va boshqarilishi. Tadbirkorlikda biznes psixologiyasi	31
3.Mulk va Tadbirkorlikni shakllantirishning iqtisodiy yullari. Davlat tasarruf idan chiqarish jarayoni.....	39
4.Korxona tadbirkorligining tashkiliy kurinishi. Xujalik yurituvchi sub'ektlarning iqtisodiy isloxatlarni erkinlashtirish sharoitidagi urni.....	46
5.Marketing tadbirkorlik tizimida. Tadbirkorlik faoliyatini taxlil etish.....	57
6.Tadbirkorlik faoliyati natijalari taxlili. Tadbirkorlik faoliyatini rejalashtirish....	74
7.Biznes rejaning moyiyati va maqsadi. Uning tuzilishi, metodik boshqarishi, ustidan nazorat.....	87
8.Tadbirkorlikni boshqarishni tashkil etish. Tadbirkorlikni bank, solik xizmati va audit bilan uzaro aloqalari	102
9.Korxonalarning moliyaviy soxasi moliya bozori tushinchasi. Funksiya xamda ishtirok etivchi shaxslar.....	119
10. Kichik biznesning moliyaviy faoliyati va kredit bilan ta'minlash shakillari....	131
11.Mamlakatimizda tadbirkorlikni investitsiyalashning ustivor yunalishlari.....	152
12.Tadbirkorlikda biznes psixologiyasi.....	161
13. "Tadbirkorlik asoslari" fanidan test savollari.....	180
14.GLOSSARIY.....	194
Foydalaniladigan adabiyotlar ruyxati.....	

