

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

TOSHKENT TO'QIMACHILIK VA YENGIL SANOAT INSTITUTI
“KORPORATIV BOSHQARUV” KAFEDRASI

AZIMOVA FERUZA PAYZIYEVNA

5231900–Korporativ boshqaruv ta'lif yo'nalishi va
5232900-« Ishlab chiqarishni tashkil etish va boshqarish (tarmoqlar va
sohalar bo'yicha)» ta'lif yo'nalishi talabalari uchun

**«KICHIK BIZNES VA XUSUSIY
TADBIRKORLIK»**
fanidan

LEKSIYALAR KURSI

TOSHKENT-2019

A N N O T A T S I Y A

Ushbu leksiyalar kursi 5231900–Korporativ boshqaruv va 5232900-« Ishlab chiqarishni tashkil etish va boshqarish (tarmoqlar va sohalar bo'yicha)» yo'nalishi talabalarini uchun mo'ljallangan.

Iqtisodiyotni modernizatsiyalashtirish va ishlab chiqarishni diversifikatsiyalashtirish sharoitida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni keng rivojlantirish va uning asosida aholini, ayniqsa yoshlarning ish bilan bandligini ta'minlash, ularning mehnat qilish huquqlarini amalga oshirishlari va iqtisodiy mustaqillikka erishishlari uchun qulay shart-sharoitlarni yaratish, ishlab chiqarish kuchlarini joylashtirish va yangi ish o'rinalarini yaratish, ishgaga joylashishga ko'maklashishni tashkil etish, kasbga tayyorlash va yo'naltirish tizimini joriy etish hamda kadrlar malakasini oshirish va qayta tayyorlash amalga oshirilayotgan ijtimoiy-iqtisodiy islohotlarning dolzarb masalalaridan biri hisoblanadi. Ushbu masala O'zbekiston hukumatining ijtimoiy-iqtisodiy sohada amalga oshirayotgan islohotlarida eng ustuvor, davlat siyosati darajasiga ko'tarilgan masalalardan biridir. Tadbirkorlik va kichik biznesni rivojlantirish asosida bir qator ijtimoiy-iqtisodiy vazifalar hal etilishi nazarda tutiladi.

“Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik” fanidan ushbu leksiyalar kursi 5231900–“Korporativ boshqaruv” va 5232900-« Ishlab chiqarishni tashkil etish va boshqarish (tarmoqlar va sohalar bo'yicha)» yo'nalishi 1-kurs talabalarining tadbirkorlik va biznes sohasida bilimli bo'lishiga, amaliy ko'nikmalarga erishishiga, o'z shaxsiy biznesini ochishda yoki yollanma xodim sifatida ish beruvchi bilan bo'ladijan suhbatda o'z imkoniyatlarini ko'rsatib bera olishiga, yangi ish joyiga muvaffaqiyat bilan moslashishini ta'minlashga yo'naltirilgan.

Tuzuvchi: TTYESI “Korporativ boshqaruv” kafedrasini
katta o'qituvchisi Azimova.F.P

Taqrizchilar: TDIU, “Menejment” kafedrasini dotsenti, i.f.n. D.T.Ysupova
TTYESI “Korporativ boshqaruv” kafedrasini dotsenti, i.f.n.
X.M.Mavlyanberdiyeva

TTYESI o'quv uslubiy kengashida muhokama qilingan va tasdiqlangan.
Bayonnomma “_____” _____ dan 2019 yil
Leksiyalar kursi TTYESI bosmaxonasida ____ nusxada ko'paytirilgan.

“KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIK” FANIDAN
MAVZULAR BO‘YICHA MA’RUZALAR MATNI

1-Mavzu. KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIK FANINING
PREDMETI VA MAZMUNI

Reja:

- 1.1.Tadbirkorlikning shakllanishi va rivojlanish tarixi.
- 1.2.Tadbirkorlik tushunchasi, mohiyati va uni rivojlantirish uchun shart-sharoitlar.

1.1.Tadbirkorlikning shakllanishi va rivojlanish tarixi.

Barcha yangi mustaqil davlatlarda islohotlardan oldingi davrda mulkchilikning davlat shakli ustunlik qilgan. Xo‘jalikning davlat sektorida mehnatkashlar umumiyligi sonining 4/5 kismi, kooperativlarda 14-15% (bulardan yarimidan ko‘pi xo‘jaliklarda), xususiy sektorda 3%ga yaqini band bo‘lgan. Saksoninchi yillarning ikkinchi yarimida xo‘jalikning kooperativ sektorini yaratish ijarani rivojlantirishga harakat qilingan. Bu harakat bozor infratuzilmasini rivojlanmaganligi davlat mulkchiligining hukmronligi, xo‘jalik yuritishning yangicha shakllarini davlat sektoriga qaramligi, xo‘jalik qonunlarining noaniqligi va bir qator sabablar tufayli natijasiz bo‘lgan. Korxonalarini davlat tasarrufidan chiqarish va xususiy lashtirish iqtisodiy islohotlarning yetakchi bo‘g‘inidir. Xususiy lashtirish natijasida demokratik jamiyatning ijtimoiy zaminini tashkil qiluvchi xususiy mulkchilik qatlami shakllanib bordi.

Iqtisodiyot faniда tadbirkorlik faoliyatiga doir dastlabki tadqiqotlar XVIII asrda R. Kontilon, A. Tyurgo, F. Kene, A. Smit va J.B. Sei asarlarida amalga oshirila boshlandi. Biroq hozirga qadar jamoatchilik fikrida “tadbirkorlik” tushunchasining ko‘p ma’noliligi saqlanib qolmoqda. Ilmiy adabiyotda ushbu tushuncha haqida ko‘pincha bu favqulodda xodisaning iqtisodiy, tashkiliy va ruhiy tavsiflari (turli-tuman qarashlar) to’plashidan iborat har xil tasavvurlar mavjud.

Xorijiy adabiyotlarda biznes ta’rifini ko’p turlari mavjuddir. Inson jamiyatining butun rivojlanish tarixi u yoki bu jihatdan doimo biznes bilan bog’lik bo‘lgan.

Dastlabki bosqichlarda tadbirkorlikning eng muhim alomati biron bir shaxs-tadbirkor faoliyatining foydali yoki zararligini belgilovchi noaniqlik omili hisoblangan. Tadbirkorlikning ijtimoiy-iqtisodiy vazifasi turli bozorlarda talab bilan taklif orasida muvozanat o’rnatishga doir takomillik faoliyatidan iborat, deb tan olingan.

Keyinchalik “Sarmoya egasi” va “Tadbirkor” tushunchalari bir-biridan farqlana boshlandi. Tadbirkor sarmoyaning muomalada yuritishni, ko’payib borishini ta’minlaydi va bu borada u vechur sarmoyador, ya’ni jalb qilingan moliyaviy mablag’larni ustalik bilan tasarruf etuvchi shaxs sifatida ishni yuritib yuborishga o’z g’oyalari, bilimi va ko’nikmalarini tatbiq qilib, ko’p foyda olish maqsadida o’sha mablag’larni tavakkali ishlarga sarflaydi.

O‘zbekistonda va MDH da biznes haqidagi maqolalar, adabiyotlar 60-yillarning o’rtalarida paydo bo’ldi. Xususiy mulkchilik esa o’sha davrda bizning mafkuramiz uchun butunlay yod narsa edi. Lekin bizda biznesni fan tariqasida o’rganish faqatgina 90-yillarning boshlarida bozor munosabatlariga asta-sekin o’tish bilan boshlanadi.

“Biznes” - so‘zi inglizcha so’z bo‘lib, u tadbirkorlik faoliyati yoki boshqacha so’z bilan aytganda kishilarni foyda olishga qaratilgan tadbirkorlik faoliyatidir.

Xorijiy adabiyotlarda biznes ta’rifini ko’p turlari mavjuddir. Inson jamiyatining butun rivojlanish tarixi u yoki bu jihatdan doimo biznes bilan bog’liq bo‘lgan.

Biznesmen (tadbirkorlik) so‘zi birinchi marotaba Angliya iqtisodiyotida 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 g’oyasini amalga oshirish maqsadida iqtisodiy tavakkalchilikka boradigan kishidir, - deb ta’kidlaydi. Tadbirkorni o’zi, o’z ishini rejalashtiradi, ishlab chiqarishni tashkil etadi, mahsulotni sotadi va olgan daromadiga o’zi xo’jayinlik qiladi.

Biznes- bu avvalo ishlab chiqarishni tashkil etish, iqtisodiy faoliyat va munosabatlar, hayotni o’zi so’ngra esa pul ishlash demakdir. Biznes- bu xorijiy so’zdir. U butun dunyo bo'yicha tarqalgandir, undan barcha mamlakatlarda foydalananadilar. O'zbek tilida esa biznes so'zi tadbirkorlik, biznesmen esa tadbirkor demakdir. O'zbekcha so'z xorijiy so'zga to'g'ri keladi, lekin unga qo'shimcha ma'no ham beradi. Bu so'zlarni ortida “ish” ya'ni ish bilan shug'ullanish yoki korxona tashkil qilish etadi. Shunday qilib, biznes - bu korxona tashkil qilish demakdir (sanoat korxonasi, savdo do'koni, xizmat ko'rsatish korxonasi, auditorlik kontorasi, advokat idorasi, bank va x.k.). Demak, biz bu yo'q narsadan pul qilish emas, balki murakkab ishlab chiqarishni yoki xizmat ko'rsatishni tashkil etish demakdir. Tadbirkorlik - bu doimo o'z ishining fidoiysi, bilimdonidir. Tadbirkorlik uchun o'qish kerak, nafaqat dastlabki paytlarda, balki tadbirkor bir umr o'qishi, izlanishda bo'lishi kerak.

Tadbirkor nimalarni bilishi va qilishi kerak? U eng avvalo, tadbirkorlik faoliyatini qanday amalga oshirishni, qanday sharoitda amaliy xarakat qilishni, tadbirkor oldida uchraydigan to'siqlarni hal qilish yo'llarini va qanday yutuqlarga erishishni bilishi kerak. Tadbirkor - ishlab chiqarishni tashkil etishni, hamda mahsulotni sotishni bilishi kerak. U bozor munosabatlari sharoitida yuzaga keladigan aniq sharoitlarni baholashni va to'g'ri yo'l tanlashni bilishi kerak. Hech kim, hech qachon tadbirkorga nima qilishni o'rgatmay va og'ir paytlarda yordamga kelmaydi. Har bir tadbirkor faqat o'z kuchiga, bilimiga va zakovatiga ishonishi va suyanishi lozim.

Tadbirkorlik faoliyatini aksiyadorlik mulki shaklida ham, jamoa mulki shaklida ham, xususiy (yakka) mulk shaklida ham amalga oshirish mumkin. Biroq aksiyadorlik mulki shakli va jamoa mulki shakli doirasida uni tashabbus ko'rsatish, qarorlar qabul qilish va o'z faoliyati uchun javobgarlik masalalarida xodimlar va menejerlarga xususiy mulk egasi imkoniyatlari qanchalik darajada berilishiga bog'lik ravishda amalga oshirish mumkin. Savdo, maishiy xizmat, mahalliy sanoat, ijtimoiy sohalar korxonalarini davlatnikidan xususiyga aylantirish jarayoni ancha qiyin o'tdi.

Bu yerda avval xususiy lashtirish yiriklashtirilgan ishlab chiqarish bo'limlari bo'yicha bajarildi, ularning zaminida ochiq turdag'i hissadorlik jamiyatlari tuzildi.

Ammo hayot bu jamiyatlarni kichiklashtirishni taqazo qiladi, shu maqsadda unga kiruvchi ayrim tarkibiy birgaliklarga katta mustaqillik berildi. Natijada O'zbek savdo, O'zmaishiyittifoq, O'zbekbirlashuv kabi tarmoqlar bo'yicha 13 mingga yakin xususiy korxonalar tashkil etildi. 1995 yildan to hozirgi davrgacha kichik va xususiy korxonalar tashkil qilishga eng katta ahamiyat berildi. Ijtimoiy yo'naltirilgan bozor iqtisodiyotiga o'tish davriga O'zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A.Karimov ta'kidlab o'tganidek, "...Qishloq joylarida ixcham ishlab chiqarish korxonalari tashkil etish, kichik va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishni rag'batlantirish hisobiga aholining ish bilan bandligini ta'minlash siyosatini faol amalga oshirmoqchimiz".

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A.Karimovning "Bozor islohatlarini chuqurlashtirish va iqtisodiyotni yanada erkinlashtirish sohasidagi ustuvor 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 xususiy lashtirish sohasidagi qonunchilikni takomillashtirish, xususiy tarmoqni jadal rivojlantirishni ko'zda tutadi.

Farmonlar mamlakatimiz Prezidenti Oliy majlis Qonunchilik palatasi va Senati Qo'shma majlisidagi "Bizning bosh maqsadimiz – jamiyatni demokratlashtirish va yangilash, mamlakatni modernizatsiya va isloh etishdir" ma'rzasida 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 ustuvor vazifalari etib quydagilar ko'rsatilgan:

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

-ikkinchi ustuvor masala – xususiy tarmoqning jadal rivojlanishini, uning mamlakat iqtisodiyotidagi ulushi ko'payishini ta'minlash;

-uchinchi ustuvor masala – kichik biznes va fermerlikni rivojlantirish borasidagi ishlarni chuqurlashtirish va ko'lamenti kengaytirishdan iborat;

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

-prinsipial muhim masala – soliq siyosatini yanada takomillashtirish.¹

Demak tadbirkorlikni rivojlantirishni eng asosiy bo'g'ini bo'lib kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish hisoblanadi.

1.2.Tadbirkorlik tushunchasi, mohiyati va uni rivojlantirish uchun shart-sharoitlar.

Tadbirkorlik bozor iqtisodiyotiga xos iqtisodiy faoliyatdir. Boshqacha aytganda, u muayyan ijtimoiy-iqtisodiy natijaga erishish maqsadida tovarlar va xizmatlarni ishlab chiqarish va ayrboshlashni tashkil etish bo'yicha mulkdorlarning yoki ular vakillarining ongli va maqsadli iqtisodiy faoliyatidir. "Tadbirkorlik va tadbirkorlar faoliyatini kafolatlash to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasi qonunida tadbirkorlikka quyidagicha 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 quyidagilar orqali yanada oydinlashadi:

Birinchidan, tadbirkorlikning sub'ekti kim bo'lishi mumkin. O'zbekiston Respublikasining Konstitutsiyasi va O'zbekiston Respublikasida tadbirkorlik to'g'risidagi Qonunga muvofik balog'at yoshiga yetgan har bir fuqaro o'z mulki asosida yoki mulk egasining vakolati asosida o'z ixtiyor etgan Qonunga zid bo'limgan faoliyat turi bilan shug'ullanishi mumkin.

¹ Каримов И.А. "Бизнинг бош мақсадимиз – жамиятни демократлаштириш ва янгилаш, мамлакатни модернизация ва ислоҳ этишдир". Ўзбекистон Республикаси Президентининг Олий Мажлис Қонунчилик палатаси ва Сенатининг қушма мажлисидаги маъruzasi // Халқ сўзи, 2005, 29 январ, 20-сон.

Ikkinchidan, yuqoridagi ta’rifda tadbirkorlikning yana bir tomoni mazmuni ifoda etilgan bo‘lib, u mazmunan boy, xilma xil ko’rinishiga ega. Tadbirkorlik faoliyatini tanlash, uni tashkil etish va rivojlantirish mohiyat jihatidan davlat, jamiyat ahamiyatiga molik ish bo’lmasdan, balki erkin tanlanadigan faoliyatdir.

Tadbirkorlik faoliyatining uch turi va unga mos ravishda tadbirkorlarning 3 guruhini alohida ko‘rsatish mumkin:

- 1) yangi tovar yoki xizmat loyihasini tashkil etish. Tadbirkorlikning bu turi bilan intellektual mulk egalari innovatsiya tadbirkorlari shug’ullanadi.
- 2) tovar ishlab chiqarishni tashkil etish bilan shug’ullanuvchi tadbirkorlar.
- 3) tovarni sotish, qayta sotish va tijorat ishlarini tashkil etish bilan shug’ullanuvchi tadbirkorlar.

Uchinchidan, maqsad jihatidan tadbirkorlikning ikki turini:

- a) foyda olishni, iqtisodiy samaraga erishishni maqsad **qilgan**;
- b) ijtimoiy samaraga (masalan, tabiat muhofazasi, yosh avlod tarbiyasi, sog’liqni saqlash) erishishni maqsad qilgan turlarini ajratish mumkin.

Tadbirkorlarga xos xususiyatlar quyidagilardan iborat:

1. Shug’ullanayotgan soha bo’yicha ilm, bilimga egaligi.
2. Tavakkalchilikka asoslangan qarorlar qabul qilish bo’yicha tashabbuskorlik qobiliyati.
3. Iqtisodiy jarayonlarni chuqr fikrlay olish.
4. Qonunlarga itoatkorligi.
5. Innovatsiyachilikning faolligi.
6. Maqsad sari intiluvchanlik.
7. Tashkilotchilik.
8. Tejamkor bo‘lishi.
9. O’z so‘zining ustidan chiqish.
10. Ruxiy poklik va halolligi.
11. O’z jamoasi uchun kurashuvchanlik.

Tadbirkorlikni rivojlantirish uchun quyidagi shart-sharoitlar talab etiladi:

1. Mulk munosabatlarining uyg'unlashuvi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida mulkiy munosabatlar uch jixat bilan belgilanadi: -
 - egalik qilish, ya'ni mulk egasi sifatida mulkka to'la xukumronlik qilish: sotish, ijara berish, hadya etish;
 - foydalanib turish, ya'ni mulk egasining nazorati asosida ma'lum shart va to'lov evaziga mulkdan vaqtincha foydalanish;
 - operativ tezkor boshqarishni, yangi mulk egasining nazorati ostida resruslarni taqsimlash va ishlab chiqarishni tashkil etish bo'yicha mulkni boshqarish huquqini joriy etish.
 2. Tadbirkorlarga o'z qobiliyatini to'la namoyon etish uchun quyidagi iqtisodiy erkinliklarning berilishi.
 - mahsulot assortimenti turlarini va ishlab chiqarish usulini tanlash erkinligi;
 - xamkorliklarni mustaqil tanlash;
 - mablag'larni qonunga zid bo'lмаган sohalarga mustaqil sarflash erkinligi va x.k.;
 3. Bozorning ochiqligi, ya'ni tovarlar, sarmoyalalar, ma'lumotlar, ish kuchi, xom ashyo harakati uchun sun'iy g'oyalarning yo'qligi.
 4. Bozor infratuzilmasining mavjudligi.
- Bunga quyidagilar kiradi:
- tijorat banklari;
 - tovar, fond, mehnat, 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 to'lash, tabiiy boyliklardan foydalanish bo'yicha davlat tomonidan berilgan imtiyozlar va x.k.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Xususiy tadbirkorlik, kichik biznesni rivojlantirishni yanada rag'batlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi farmonida ko'rsatilishicha: xususiy tadbirkorlik, kichik va o'rta biznesni rivojlantirish asosida mulkdorlar sinfini shakllantirish kichik va xususiy tadbirkorlik faoliyati sohasiga kredit resurslarini keng jalg qilish va xorijiy sarmoyalarni bevosita olib kirish uchun maqbul sharoit yaratish maqsadida;

Kichik tadbirkorlik sub'ektlari quyidagicha belgilangan:

- mulk shaklidan qat'iy nazar ishlab chiqarish, ilm-fan, ilmiy xizmat ko'rsatish, chakana savdo qishloq xo'jaligi va boshka ishlab chiqarish sohalarida 100 nafardan, kichik tadbirkorlik korxonalari bo'lib hisoblanadi;
- mulk shaklidan qat'iy nazar boshqa korxonalarning ishchi va xizmatchilarini soni 100 nafardan oshgan tadbirkorlik korxonalari yirik korxonalar hisoblanadilar.

Hozirda tadbirkorlikni rivojlantirish, kichik va xususiy tadbirkorlik sohasiga xorijiy sarmoyalarni olib kirish uchun mikrofirmalar, kichik korxonalar va korxonalar tashkil etilib, maqbul sharoitlar yaratilmoqda

1-ma'ruza mashg'uloti

1.1. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik tushunchalari.

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

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

Bu tushunchalarni hozirgi ma'nosida birinchi bo'lib XVII asr oxiri va XVIII asr boshlarida ingliz iqtisodchisi Richard Kantilon qo'llagan edi. Uning fikricha, tadbirkor tavakkalchilik sharoitida faoliyat ko'rsatuvchi 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 fransuz 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 istedodi» ta’minlanganligini ta’kidlagan edi. J.B. Seyning asosiy tezisida mahsulot ishlab chiqarishda tadbirkorlar asosiy faoliyat ko‘rsatadi 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 asoschilarini tadbirkorlik shakliga kam e’tibor bergenlar. Tadbirkorlik faoliyati ularning ilmiy-tadqiqot ishlarining tahlil ob’ekti 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» (1776y.) kitobida A.Smit tadbirkor ta’rifiga alohida e’tibor bergen edi. A.Smit 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.Smit 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 sub’ekt raqobatchi taklif qilgan narxlarga rozi bo‘ladi.

Bunday raqobatda o‘xshash tovarlarga me’yordan ortiq narx qo‘ygan ishlab chiqaruvchi xaridorni yo‘qotishi hech gap emas.

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‘rtinchini omil – tashkillashtirish omilini qo‘shdi. Shu vaqtdan boshlab tadbirkorlik tushunchasi va shu sohada olib boriladigan ishlar ko‘lamni 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.

Mashhur amerikalik iqtisodchi Y. Shumpeter (1883-1950) o‘zining «Iqtisodiy rivojlanish nazariyasi»^{2[1]} kitobida, tadbirkorni novator (yangilik bunyod qiluvchi odam) deb ta’riflagan. Olim tadbir-korlik faoliyatini kapitalistik iqtisodiyotning rivojlanishida, iqtisodiy o‘sishni ta’minlashda katta rol o‘ynaydigan yangiliklarni joriy etishdan iborat, deb biladi: «Funksiyasi yangi kombinatsiyalarni joriy etishdan iborat bo‘lgan xo‘jalik sub’ektlarini biz tadbirkor deb ataymiz». Ushbu muammoga iqtisodiyot sohasida Nobel mukofotiga s

azovor bo‘lgan (1974) ingliz iqtisodchisi Fridrix Fon Xayn (1899-1984) boshqacha yondashgan. Uning fikricha, tadbirkorlik faoliyat bo‘lmasdan, balki yangi iqtisodiy imkoniyatlarni izlab topish, hatti-harakatlarni ta’minlashdir.^{3[2]} Olim tadbirkorlikni faoliyat emas, deb talqin etadi.

^{2[1]} Й. Шумпетер. Теория экономического развития. М., 1982.

^{3[2]} Ф.Хайн. Конкуренция как процедура открытия. «Мировая экономика и международные отношения» журнали, 1989. 12-сони.

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;
- xom ashyoning yangi turlari va manbalarini topish.

Tadbirkorlikni vujudga kelishining uchinchi bosqichi tadbirkorlikning alohida shaxsiy sifatlari: iqtisodiy va ijtimoiy 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.

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

«Tadbirkorlik» tushunchasi tadbirkorning ensiklopedik lug‘atida quyidagicha ta’riflanadi:

Tadbirkorlik – (ingl. enterprise) 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 (frn. entrepreneur) qonun tomonidan taqiqlanmagan barcha xo‘jalik faoliyati, shu jumladan, vositachilik, sotish, sotib olish, maslahat berish, qimmatbaho qog‘ozlar bilan ish olib borish bilan shug‘ullanishi mumkin.

2-ma’ruza mashg‘uloti

1.2. Kichik biznes vaxsususiy tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishning maqsadi va vazifalari

O‘zbekistonda keng ko‘lamli bozor o‘zgarishlarini amalga oshirish jarayonida mulkdor shaxslar doirasi kengayib bormoqda.

Mulkdor – moddiy va intellektual mulk ob'ektlariga ega bo'lgan, ularni tasarruf etish va ulardan o'z xohishiga qaratib, shu jumladan daromad olish maqsadida foydalanish huquqiga ega jismoniy shaxsdir.

Mulkdorlar sinfi uch guruhdan iborat:

- daromad keltirmaydigan va shaxsiy maqsadlarda foydalanishga mo'ljallangan mol-mulkka ega mulkdorlar;
- shaxsiy iste'molga mo'ljallangan mol-mulk bilan bir qatorda, qo'shimcha tadbirkorlik daromadi yoki kiritilgan sarmoyadan daromad olish uchun foydalaniladigan aktivlar (sarmoya)ga ega o'rta mulkdorlar;
- yirik xususiy korxonalar, firmalarga ega va ularning faoliyatidan katta daromad oladigan yirik mulkdorlar.

Ushbu guruhlarning shakllanishiga qanday omillar ta'sir etadi? Birinchi navbatda, psixologik xususiyatlар ta'sir ko'rsatadi. Odamni zo'rlab mulkdorga aylantirib bo'lmaydi. U bunga ruhan tayyor bo'lishi kerak. Bu esa juda qiyin narsa. Chunki odamlarga xaddan tashqari uzoq vaqt mobaynida xususiy mulkni va uning sohiblarini boshqalarga qaraganda tashabbuskorroq va tadbirkorroq bo'lganligi tufayli moddiy jihatdan yaxshiroq yashaganlarni yomon ko'rish va ularga ishonmaslik xissi singdirib kelindi. Endi esa zamon o'zgardi, xususiy mulkka bo'lgan munosabat ham o'zgarmoqda, lekin eski tasavvurlar hali ham mavjud. Ko'pchilik davlatning g'amxo'rlik qilishiga umid bog'lab o'tirmasdan, o'z farovonligi uchun mas'uliyatni o'z zimmasiga olishga hali tayyor emas. Ijtimoiy passivlik mulkdorlar sinfini shakllantirish yo'lidagi jiddiy to'siqdir.

Mulkdorlar sinfini shakllantirishning asosiy yo'llaridan biri – bu tadbirkorlikni, uning kichik biznes shakli rivojini ta'minlash katta ahamiyatga ega. Aksiyalashtirish keng aholi ommasini mulkka egalik qilishga jalb etishning eng samarali vositasidir. Biroq, bu jarayon murakkab, ko'p qirrali bo'lib, u bozor iqtisodiyoti sub'ektlarining manfaatlariga daxldordir. Hozir respublika iqtisodiyotida ochiq turdag'i aksiyadorlik jamiyatlari juda keng yoyilgan.

Bu jamiyatlarning ustav sarmoyasini tashkil qilishda ishtirok etuvchi ulushlar, odatda, quyidagicha taqsimlanadi:

- davlat ulushi;
- mehnat jamoasi ulushi;
- xorijiy sherik ulushi;
- fond birjalari va qimmatli qog'ozlar bozorlarida, shu jumladan, chet elda ham erkin sotish uchun ajratilgan ulushi.

Davlat va mehnat jamoalariga qarashli aksiyalar paketlari hajmini Davlat mulk qo'mitasi belgilaydi. Fuqarolar yoki yuridik shaxslar tomonidan sotib olingan yoki bepul olingan har qanday aksiyalar ularning mulkdorlari tomonidan qonun doirasida hech bir cheklovsiz sotilishi mumkin. Aksiyalarning qo'shimcha (ikkilamchi) emissiyasi va ularni joylashtirish aksiyadorlik jamiyati tomonidan amaldagi qonunlarga muvofiq olib boriladi.

Korxonani xususiylashtirishning yana bir shakli uni tanlov asosida yoki auksionda jismoniy yoki yuridik shaxslarga xususiy mulk qilib sotishdan iborat. Bunda haridor sotib olingan ob'ektlarga nisbatan ma'lum talablarni bajaradi. Tanlov shartlari O'zbekiston Respublikasi mulkni davlat tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirish sohasidagi tartiblariga muvofiq belgilanadi va u quyidagi majburiy bandlarga ega bo'ladi:

- auksionda xususiylashtirilgan davlat korxonalarining mulkdorlariga aylangan jismoniy va yuridik shaxslarga ushbu korxonalar tasarrufida bo'lgan, sotib olingan mol-mulk tarkibiga kirmagan, turar joy bo'lmanган davlatga qarashli binolarni, inshootlarni, qurilishlarni ijara olish haqida uzoq muddatli (10 yilgacha) shartnomalar tuzish huquqi beriladi. Ijara shartlarini ilgari tuzilgan shartnomalarga nisbatan o'zgartirishga (agar shartnomaning o'zida boshqacha tartib belgilangan bo'lmasa) faqat taraflarning kelishuviga muvofiq yo'l qo'yiladi. Xususiylashtirilgan savdo va xizmat ko'rsatish sohasi ob'ektlarining mulkdorlari shu korxonalar egallab turgan yer uchastkalarini mulk

qilib sotib olish huquqiga egadirlar;

- korxonalar va tashkilotlarning, shu jumladan, tugatilayotgan va tugatilgan korxonalar va tashkilotlarning mol-mulki Respublika ko‘chmas mulk birjasi va uning filiallarida auksion savdoda Davlat mulk qo‘mitasi tomonidan tasdiqlangan nizomga muvofiq sotiladi;

- davlatga qarashli ishlab turgan korxona tashkilotlarning mol-mulki (aktivlari) faqat Davlat mulk qo‘mitasi ruxsati bilan va belgilangan tartibda sotiladi.

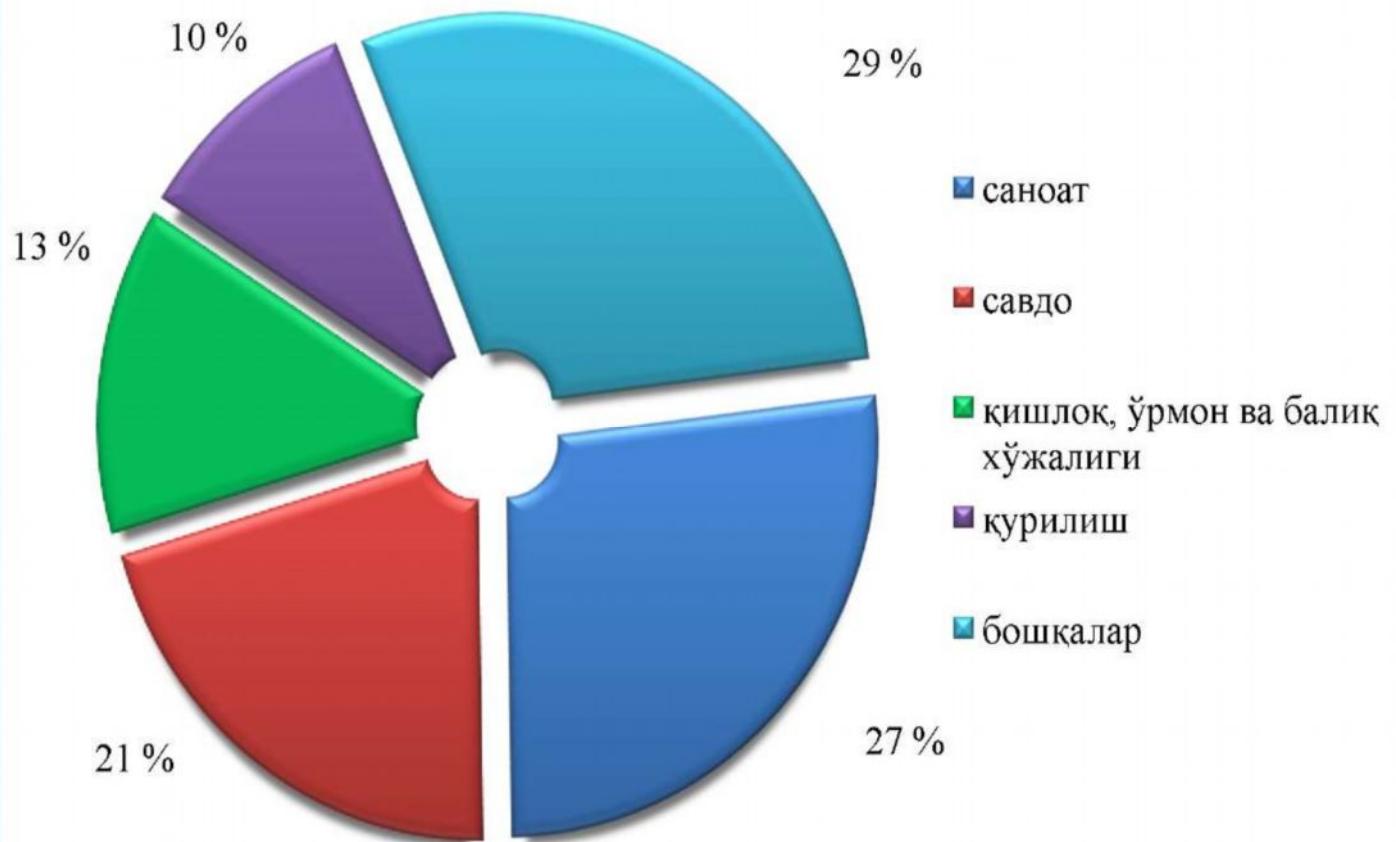
Respublikada mulkni xususiylashtirish va davlat tasarrufidan chiqarish asta-sekin, biridan ikkinchisiga o‘tiladigan uch bosqichda amalga oshiriladi.

Mulkni davlat tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirish borasida ijara korxonalari, kichik, xususiy korxonalar, aksiyadorlik jamiyatlari, qo‘shma korxonalar, fermer xo‘jaliklari, kooperativlar va dehqon xo‘jaliklari kabi tashkiliy-huquqiy shakllari tashkil topdi.

Umuman olganda, O‘zbekistonda mulkdorlar sinfini shakllantirish va tadbirkorlikni rivojlantirish uchun qulay vaziyat vujudga keldi. Hozirgi vaqtida jamiyatimiz tarkibida real mulkka ega bo‘lgan, uni qadrlayotgan va ularni o‘z moddiy farovonliklari uchun asos qilib olayotgan kishilarning katta guruhi shakllandi. Ushbu ijtimoiy qatlamni yanada mustahkamlash davlatning iqtisodiy qudrati oshishiga, uning ijtimoiy-siyosiy barqarorligini ta’minlanishiga, demokratik qadriyatlar qaror topishiga olib keladi.

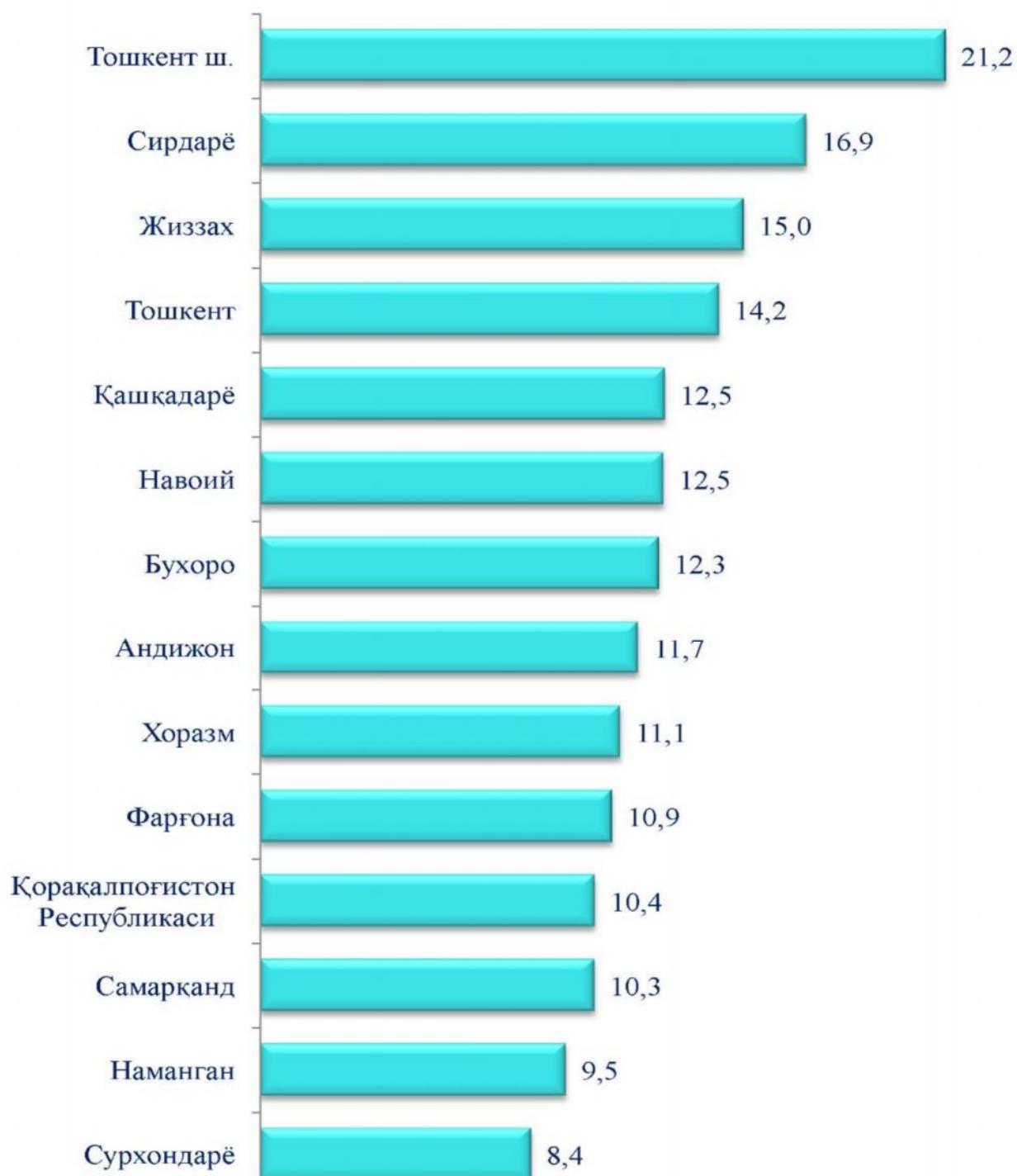
Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishni xar tomonlama kullab-kuvvatlash va ragbatlantirish, ularning faoliyati uchun qulay muxit yaratish borasida amalga oshirilayotgan tadbirlar 2017 yilning yanvar-dekabrida 38,2 mingdan ortik kichik biznes sub’ektlari tashkil etildi (bu utgan yilning shu davriga nisbatan 122 % ga ko‘pdir). Eng ko‘p kichik biznes sub’ektlari sanoat tarmogida (jami tashkil etilgan sub’ektlarning 27 %), savdo soxasida (21 %), **qishloq**, **o’rmon** va balikchilik xo‘jaligida (13 %) va qurilishda (10 %) tashkil etilgan.

2017 yil yanvar-dekabr oylarida yangi tashkil etilgan kichik korxona va mikrofirmalarning iqtisodiy faoliyat turlari bo'yicha ulushi



2018 yil 1 yanvar xolatiga respublikamizda faoliyat kursatayotgan kichik biznes sub'ektlari soni (dexkon va fermer xo'jaliklaridan tashkari) 229666 tani tashkil etdi.

1000 nafar axoliga tug‘ri keladigan kichik korxona va mikrofirmalar soni (**birlik**)



■ 01.01.2018 йил

2018 yil 1 yanvar xolatiga urtacha xar 1000 nafar axoligi tug‘ri keladigan kichik biznes sub’ektlari soni 12,2 birlikni tashkil etadi yoki o‘tgan yilga nisbatan 107,0 % ga teng.

Xududlar bo'yicha eng yukori ko'rsatkich Toshkent shaxri (21,2 birlik), Sirdaryo (16,9 birlik), Jizzax (15,0 birlik) va Toshkent (14,2 birlik) viloyatlariga tugri keladi. 2017 yilning yanvar-dekabrida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub’ektlari omonidan sanoat maxsuloti ishlab chikarish xajmi 57 095,6 mlrd. **so'mni** (jami sanoat ishlab chikarishining 39,6 %) yoki 2016 yilning yanvar-dekabriga nisbatan usish sur'ati 102,1 %ni tashkil kildi; 19 407,1 mlrd. **so'mlik** investitsiyalar (umumiyligi investitsiyalar xajmining 32,0 %i) uzlashtirildi va 2016 yilning yanvar-dekabriga nisbatan usish sur'ati 95,5 %ni tashkil kildi; 22 173,8 mlrd. **so'mlik** qurilish ishlari (qurilish ishlari umumiyligi xajmining 65,1 %) bajarildi va 2016 yilning yanvar-dekabriga nisbatan usish sur'ati 103,2 % ni tashkil kildi;

- 68 161,9 mlrd. **so'mlik** xizmatlar kursatilib (respublika jami xizmatlar xajmining 58,4 %), 2016 yilning yanvar-dekabriga nisbatan usish sur'ati 99,9 % ni tashkil kildi;

- chakana tovar aylanmasi umumiyligi xajmining 88,4 % yoki 93 508,0 mlrd. **so'mi** (usish sur'ati 1,1 % ni tashkil kildi) shakllantirildi;

- avtomobil transporti yuk aylanmasining 5,3 %ga (respublika jami avtomobil transporti yuk aylanmasining 77,9 %i) ko'payishi ta'minlandi;

- yulovchi aylanmasining esa 3,1 % ga (umumiyligi yulovchi aylanmasining 94,8 %) ko'payishi ta'minlandi;

- 10 587,7 ming nafar kishining yoki jami iqtisodiyotda band bulganlarning 78,3 % bandligi ta'minlandi (usish sur'ati 1,8 %);

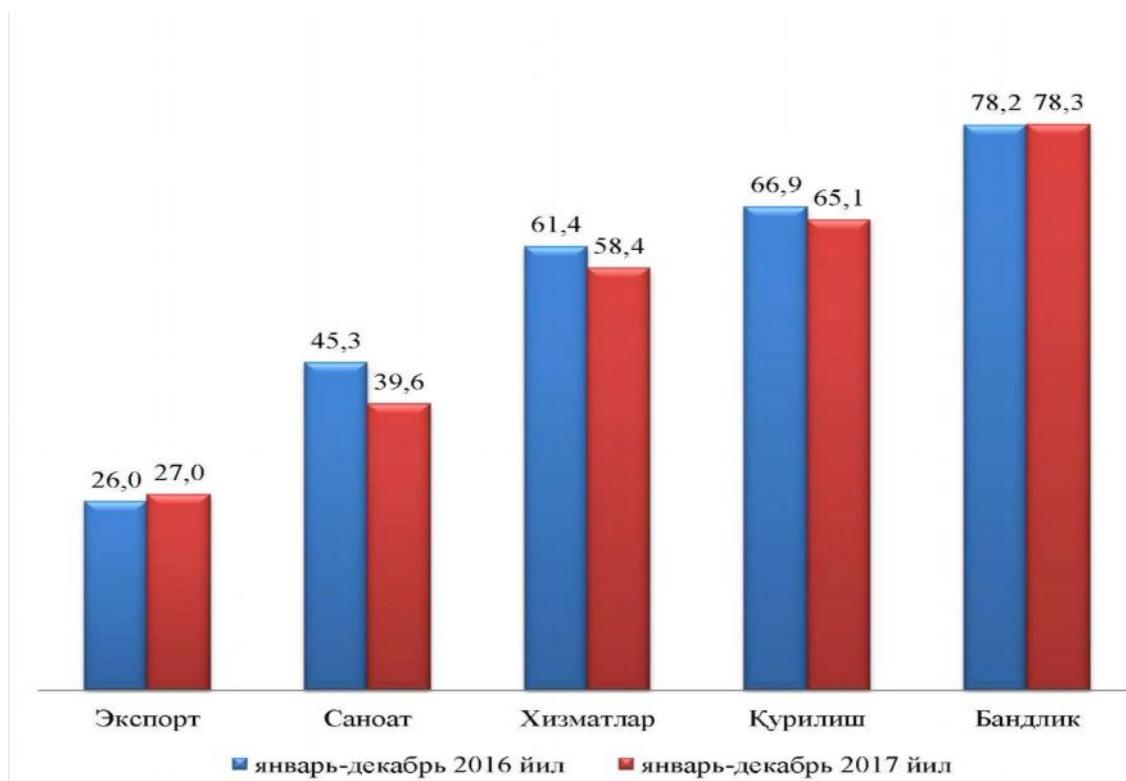
- 3 763,5 mln. AKSH dollarasi (umumiyligi eksport xajmining 27,0 %) mikdorida maxsulotlar (tovar va xizmatlar) eksport kilindi, bu esa 2016 yilga nisbatan 624,4 mln. AKSH dollariga yoki 19,9 % ga ko'p;

Tovar va xizmatlar eksport kiluvchi kichik korxonalar va mikrofirmalar sonining ko'payishi, eksport xajmining oshishiga imkoniyat yaratdi. 2016 yil bilan solishtirganla ularning soni 1310 taga ko'payib, asosan sanoat (733), savdo (329), **qishloq xo'jaligi** (162) korxonalaridir.

Xozirgi vaktda mamlakatimiz milliy iqtisodiyotini modernizatsiya kilishda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik muxim rol uynashini kuyidagi ma'lumotlar dalolat beradi.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatining iqtisodiyot tarmoqlaridagi ulushi eksportda - 27,0 % ni (2016 yilning yanvar-dekabrida 26,0 %), sanoatda - 39,6 % ni (45,3 %), xizmatlarda - 58,4 % ni (61,4 %), qurilishda - 65,1 % ni (66,9 %) va bandlikda - 78,3 % ni (78,2 %) tashkil etdi.

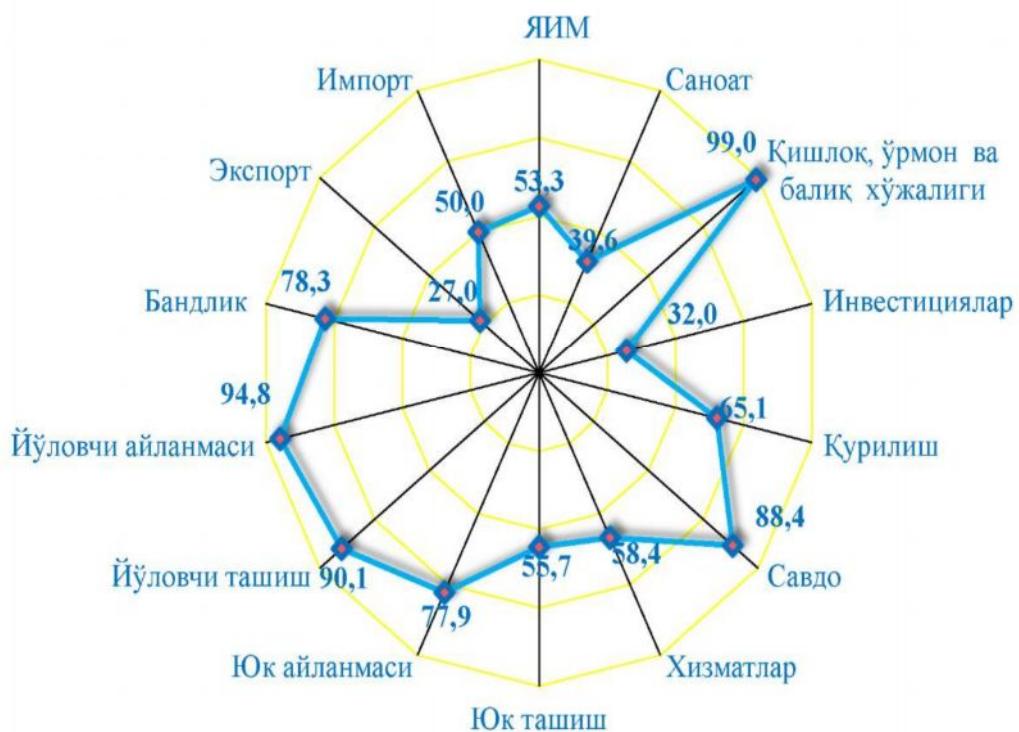
Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning ulushi (umumiyl xajmiga nisbatan % da)



Mamlakatimizda utkazilayotgan isloxaatlар natijasida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning ulushi ortib bormokda, xususiy sektor davlatimiz iqtisodiyotida узурнини yanada mustaxkamlamokda.

Iqtisodiy faoliyat turlari bo'yicha kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning eng yukori ulushi **qishloq** xo'jaligida - 99,0 %, yulovchi aylanmasida - 94,8 %, savdoda - 88,4 %, bandlikda - 78,3 %, yuk aylanmasida - 77,9%.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning asosiy iqtisodiy faoliyat turlaridagi ulushi (%)da



Xududlar bo'yicha sanoat tarmog'ida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning eng ko'p ulushi Toshkent shahri (71,3 %), Namangan (68,4 %) va Jizzax (61,3 %) viloyatlari tashkil etdi. 2017 yil yanvar-deyokabrida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning xududlar bo'yicha ulushi (**% da**)

	Sanoat	Xizmatlar	Qurilish	Bandlik
Uzbekiston Respublikasi Korakalpogiston	39,6	58,4	65,1	78,3
Respublika viloyatlar:				
Andijon	34,4	73,7	94,3	84,5
Buxoro	43,4	74,9	67,8	78,5
Jizzax	61,3	74,2	91,3	82,0
Kashkadaryo	23,1	71,9	76,8	80,0
Navoiy	18,8	67,3	75,4	60,3
Namangan	68,4	73,7	93,9	83,4
Samarqand	55,5	76,5	92,3	84,5
Surxondaryo	45,8	76,3	79,4	81,1
Sirdaryo	44,9	66,4	91,4	79,5
Toshkent	29,6	76,2	79,2	77,0
Fargona	41,4	75,9	89,0	80,5
Xorazm	40,6	71,4	87,2	82,9
Toshkent sh.	71,3	51,1	66,8	56,8

Xizmatlar soxasining yukori ulushini Samarqand (76,5 %), Surxondaryo (76,3 %), Toshkent (76,2 %), Fargona (75,9 %), Buxoro (74,9 %), Jizzax (74,2 %) va Andijon (73,7 %) viloyatlari tashkil etadi.

Qurilishda Andijon (94,3 %), Namangan (93,9 %) va Samarqand (92,3 %) viloyatlari tashkil kiladi.

Bandlikda esa, Andijon va Samarqand viloyatlari (84,5 %), Namangan (83,4 %), Xorazm (82,9 %) viloyatlari tashkil etadi.

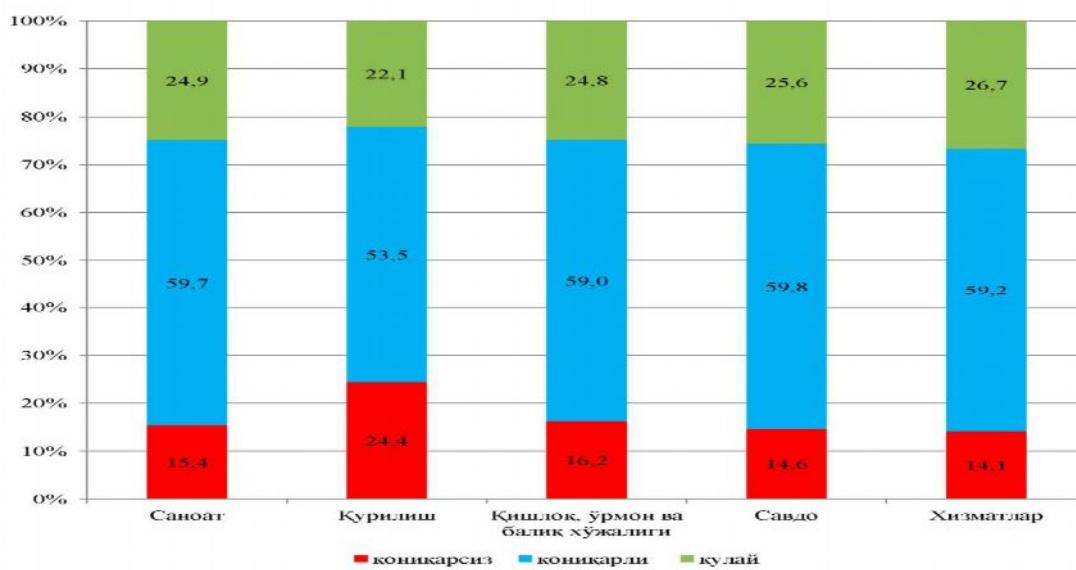
2017 yilning yanvar-dekabrida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning YAIMdagi ulushi 53,3 % ni tashkil kildi (2016 yilning yanvar-dekabrida 56,2 %). Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning xududlar bo'yicha YAXM dagi ulushi



Xududlar bo'yicha kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning YAXM dagi ulushi eng ko'p Jizzax (74,2 %), Surxondaryo (72,1 %), Andijon (72,0 %), Namangan (70,6 %) viloyatlarida tashkil etdi. Navoiy viloyatida ushbu ko'rsatkich past bulib kolmokda va 40,3 % ni tashkil etadi. Iqtisodiy faoliyat turlari bo'yicha 2017 yil IV- chorak yakunlariga kura, yangi tashkil etilgan mikrofirma va kichik korxonalarda tanlanma kuzatuvlari utkazildi. Unda 900 dan ortik respondentlar ishtirok etdi.

Kuzatuv ma'lumotlari taxlili, sanoat tarmogidagi respondentlarning 24,9 % iqtisodiy vaziyatni - **qulay** va 59,7 % esa konikarli deb xisoblashini, mos ravishda qurilishda - 22,1 % va 53,5 %, savdo soxasida - 25,6 % va 59,8 %, xizmatlar soxasida - 26,7 % va 59,2 %, **qishloq, o'rmon** va balik xo'jaligida - 24,8 % va 59,0 % ni tashkil **qilganini** kursatdi.

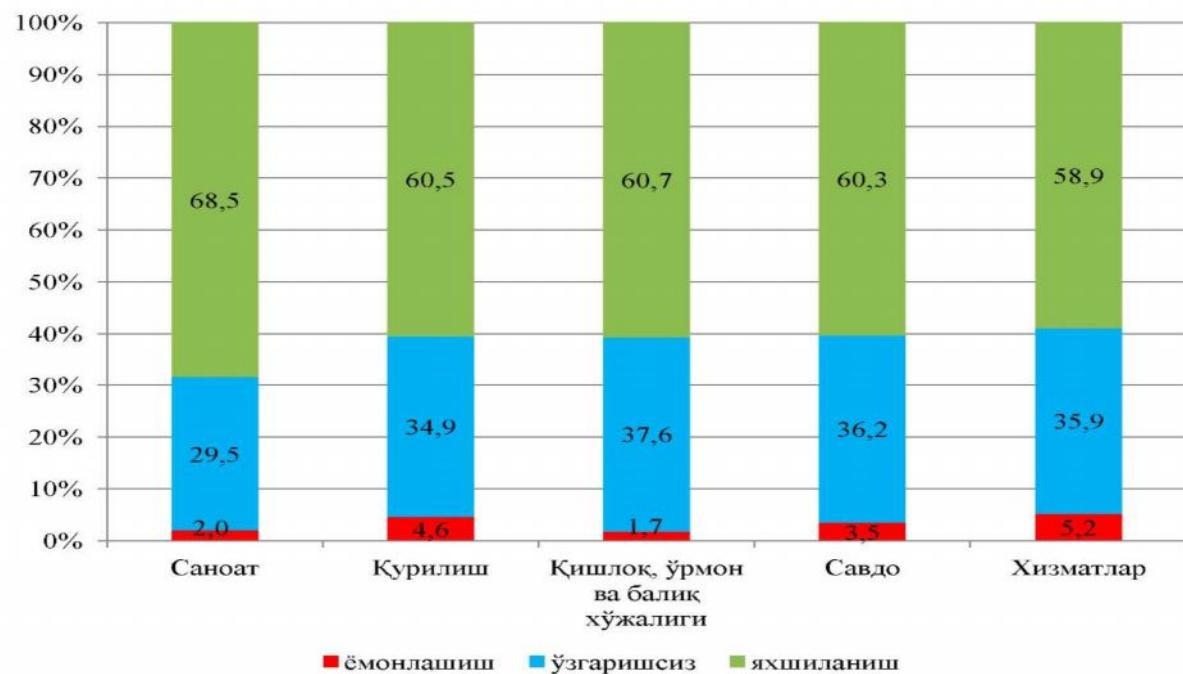
Joriy iqtisodiy vaziyatga piessimistik ruxda yondashganlar sanoatda - 15,4 %, qurilishda - 24,4 %, **qishloq, o'rmon** va balik xo'jaligida - 16,2 %, savdoda - 14,6 %, xizmatlarda - 14,1 % ni tashkil kildi.



Iqtisodiy vaziyatni baxolash 2017 yil IV-chorak uchun

Iqtisodiy vaziyat yaxshilanishi yakin uch oyda 68,5 % sanoat korxonalari, 60,3 % - savdo, 58,9 % - xizmatlar, 60,7 % - **qishloq, o'rmon** va balik xo'jaligi va 60,5 % - qurilish tarmogida kutilmokda.

Iqtisodiy vaziyatdagi o'zgarishlar istiqbolini yaqin uch oyda baholanishi



Kuzatuv natijalaridan kelib chikib, yangi tashkil etilgan kichik korxonalar va mikrofirmalarning yakin istikbolda umumiyligi iqtisodiy vaziyatning yaxshilanishini ijobjiy bax, olayotganligini xulosa kilish mumkin.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishni xar tomonlama kullab-kuvvatlash va ragbatlantirish, ularning faoliyati uchun **qulay** muxit yaratish borasida amalga oshirilayotgan tadbirlar 2017 yilning yanvar-dekabrida 38,2 mingdan ortik kichik biznes sub'ektlari tashkil etildi (bu utgan yilning shu davriga nisbatan 122 % ga ko'kdir). Eng ko'p kichik biznes sub'ektlari sanoat tarmogida (jami tashkil etilgan sub'ektlarning 27 %), savdo soxasida (21 %), **qishloq, o'rmon** va balikchilik

xo'jaligida (13 %) va qurilishda (10 %) tashkil etilgan. 2017 yil yanvar-dekabr oylarida yangi tashkil etilgan kichik korxona va mikrofirmalarning iqtisodiy faoliyat turlari bo'yicha ulushi

3-ma'ruza mashg'uloti

1.3. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni iqtisodiyotda tutgan o'rni

Inqirozga qarshi choralar dasturida iqtisodiy o'sishni ta'minlash, yangi ish o'rinalarini tashkil qilish, bandlik muammosini hal etish, aholining daromadlari va farovonligini oshirishda tobora muhim o'rinni tutayotgan kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni jadal rivojlantirish, rag'batlantirish va qo'llab-quvvatlashga alohida e'tibor qaratildi.

Makroiqtisodiy ko'rsatkichlar

(2017 yil yanvar-dekabr)

I. YAIM	198 871,6	249 136,4	105,3	5,3
—shu jumladan:				
Tarmoqlarning yalpi				
qo'shilgan qiymati	178 053,1	223 829,8	105,3	4,8
Maxsulotlarga sof soliklar	20 818,5	25 306,6	105,3	0,5
II. Tarmoqlarning ya				
qo'shilgan qiymati	178 053,1	223 829,8	105,3	5,3
Qishloq, o'rmon va balik xo'jaligi	32 276,8	43 149,8	102,0	0,4
Sanoat (qurilishni				
kushgan xolda)	58 546,0	74 876,1	104,8	1,5
sanoat	45 398,0	59 650,9	104,6	1,1
qurilish	13 148,0	15 225,2	105,6	0,4
Xizmatlar	87 230,3	105 803,9	106,9	3,4
savdo, yashash va				

ovkatlanish	19 833,2	25 773,9	103,9	0,4
bo'yicha xizmatlar				
tashish va saklash, axborot va aloka	21 113,0	24 553,2	108,9	1,1
boshka xizmat				
tarmoqlari	46 284,1	55 476,8	107,3	1,9
Uzbekiston Respublikasining	statistik	axborotnomma		

Dastlabki ma'lumotlarga kura, 2017 yilda Uzbekiston Respublikasi yalpi ichki maxsuloti (keyingi urinlarda YAIM) xajmi joriy narxlarda 249 136,4 mlrd. **so'mni** tashkil etdi va 2016 yilga nisbatan 5,3 % ga o'sdi. YAIM deflyatori narxlarga nisbatan 118,9 % ni tashkil etdi.

	2016y	2017y	nisbatan
Yuqorida keltirilgan ma'lumotlardan kurinib turibdiki, iqtisodiy usish sur'ati milliy iqtisodiyotning asosiy tarmoqlarida kuzatilgan ijobjiy usish sur'atlari bilan boglikdir. Milliy iqtisodiyotning barcha tarmoqlarida yaratilgan yalpi qo'shilgan qiymat (YAKK) xajmi YAIM umumiyligi xajmining 89,8 % ni tashkil etdi va 5,3 % ga o'sdi (YAIM mutlok o'sishiga ta'siri 4,8 % punktni tashkil etdi). Maxsulotlar uchun soj soliklarning YAIM tarkibidagi ulushi 10,2 % ni tashkil etdi va YAKK kabi 5,3 % darajada o'sdi (YAIM mutlok o'sishiga ta'siri 0,5 % punktni tashkil etdi). YAIM usish sur'atiga xizmatlar soxasi eng katta ta'sir kursatdi va bu soxa utgan yilga nisbatan 6,9 % ga oshdi. Jumladan, savdo, yashash va ovkatlanish cha xizmatlar 3,9 % ga (YAIM tarkibidagi ulushi - 11,5 %), tashish va saklash, axborot va aloka - 8,9 % ga (11,0 %) va boshka xizmatlar - 7,3 % ga (24,8 %) o'sdi.			

Sanoat tarmogining qo'shilgan qiymati 4,6 % ga o'sdi va YAIM tarkibidagi ulushi 26,7 % ni tashkil etdi. Sanoat ishlab chikarishining YAIM mutlok **o'sishi** sur'atiga ijobjiy ta'siri 1,1 % punkt darajasida baxolandi. Sanoat tarmogidagi usish

asosan tog-kon sanoati va ochik konlarni ishlash (114,6 %) va ishlab chikaradigan sanoat (102,8 %) qo'shilgan qiymatlarining **o'sishi** xisobiga ta'minlandi.

Ko'p kvartirali turar joy binolari, namunaviy loyixalar bo'yicha yakka tartibdagi uy-joylar, muxandislik-transport kommunikatsiyalari, ijtimoiy infratuzilma ob'ektlari va boshka turdag'i qurilishlar bo'yicha amalga oshirilayotgan keng kulamli ishlar natijasida qurilish tarmogining usish sur'atlari 5,6 % ni tashkil kildi. YAIM tarkibida qurilishning ulushi 6,8 % ga teng buldi. YAIM ning mutlok **o'sishida** qurilish tarmogining ijobiy xissasi 0,4 % punkt darajada baxolandi.

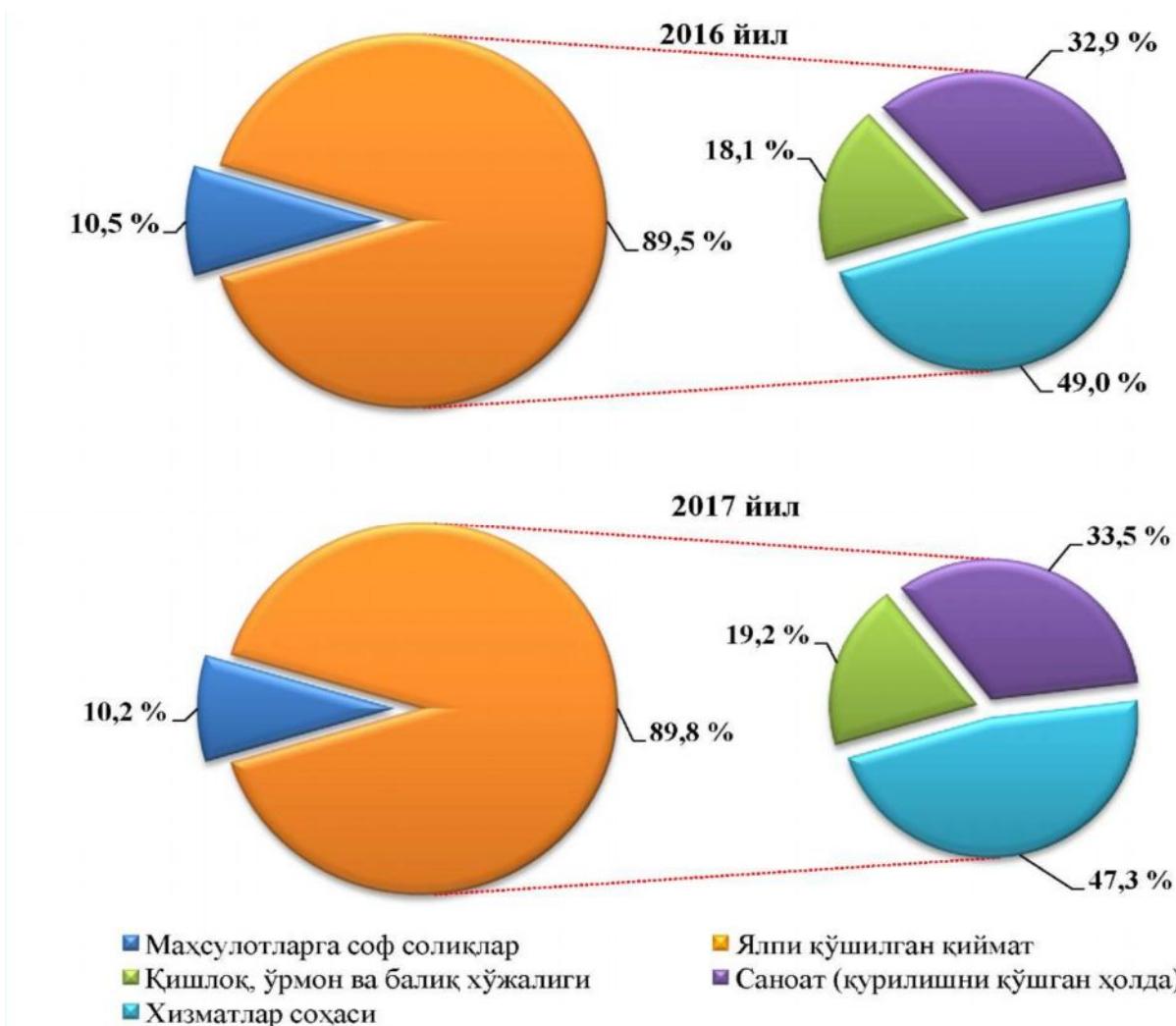
**Sanoat tarmog‘ining yalpi qo’shilgan qiymati tarkibi
(jamiga nisbatan % da)**

	2016 y.	2017 y.	Fizik ;ajm indeksi,
Sanoat	100,0	100,0	104,6
shu jumladan:			
tog-kon sanoati va ochik konlarni ishlash	15,2	19,6	114,6
ishlab chikaradigan sanoat	74,8	71,4	102,8
sanoatning boshka tarmoqlari	10,0	9,0	102,6

2017 йил учун ЯИМ (ЯҚҚ) ўсишида тармоқларнинг ҳиссаси



**Ялпи ички маҳсулотнинг тармоқлар бўйича таркиби
(жамига нисбатан % ҳисобида)**



Yukorida keltirilgan diagrammada birlamchi sektorning (**qishloq, o'rmon** va balik xo'jaligi) YAIM tarkibidagi ulushi 2016 yildagi 18,1 % dan 2017 yilda 19,2 % ga, ikkilamchi sektarning (sanoat va qurilish) ulushi 32,9 % dan 33,5 % ga oshganligini kurish mumkin. Uchlamchi sektor (xizmatlar soxasi) ning YAIM tarkibidagi ulushi esa, 49,0 % dan 47,3 % ga kamaydi.

2017 yilda mulkchilik shakllari bo'yicha YAIM umumiy xajmining 81,0 % iqtisodiyotning nodavlat sektoriga, 19,0 % - davlat sektoriga tugri keldi.

2017 yil yakunlari bo'yicha **Qoraqalpog'iston Respublikasi** YAXM xajmi 8 285,2 mlrd.**so'mni** tashkil etdi va 2016 yilga nisbatan 5,7 % ga o'sdi. YAXM ning

o'sishi qishloq, o'rmon va balik xo'jaligi - 103,8 % (YAXM tarkibidagi ulushi - 15,2 %), sanoat - 107,1 % (32,7 %), qurilish - 103,6 % (7,5 %), xizmatlar soxasi - 105,9 % (44,6 %) kabi xudud iqtisodiyotining asosiy tarmoqlaridagi ijobjiy usish sur'atlari bilan boglik. Axoli jon boshiga xisoblangan YAXM 4 527,7 ming **so'mni** tashkil etdi va 4,2 % ga o'sdi.

Andijon viloyati bo'yicha YAXM joriy narxlarda 14 479,0 mlrd.**so'mni** tashkil etdi va 2016 yil bilan takkoslaganda 6,7 % ga o'sdi. Iqtisodiy usish **qishloq, o'rmon** va balik xo'jaligida - 101,1 % (YAXM tarkibidagi ulushi - 33,4 %), sanoatda - 123,5 % (20,8 %), qurilishda - 101,9 % (5,6 %), xizmatlar soxasida - 105,1 % (40,2 %) kuzatilgan ijobjiy usish sur'atlari natijasida ta'minlandi. Axoli jon boshiga xisoblangan YAXM 4 847,2 ming **so'mni** tashkil etdi va 2016 yilga nisbatan 4,9 % ga o'sdi.

Buxoro viloyatida YAXM xajmi 12 283,9 mlrd.**so'mni** yoki 2016 yilga nisbatan 101,7 % ni tashkil etdi. YAXM xajmining **o'sishi qishloq, o'rmon** va balik xo'jaligida - 101,6 % (YAXM tarkibidagi ulushi - 31,0 %), qurilishda - 101,4 % (9,7 %), xizmatlar soxasidagi - 103,8 % (39,6 %) ijobjiy usish sur'atlari bilan boglik. Sanoatda ishlab chikarish xajmining 1,5 % ga kamayishi kuzatildi. Ushbu tarmoqning YAXMdagi ulushi 19,7 % ni tashkil etdi. Axoli jon boshiga YAXM xajmi 0,2 % ga o'sdi va 6 616,0 ming **so'mni** tashkil etdi.

Jizzax viloyatida YAXM 2016 yilga nisbatan 2,4 % ga o'sdi va 5 762,2 mlrd.**so'mni** tashkil etdi. Xudud iqtisodiyotining asosiy tarmoqlarida xam ijobjiy usish sur'atlari kayd etildi. Xususan, usish sur'atlari **qishloq, o'rmon** va balik xo'jaligida - 101,1 % (YAXM tarkibidagi ulushi - 35,2 %), sanoatda - 100,4 % (14,3 %), qurilishda - 100,1 % (8,1 %), xizmatlar soxasida - 104,6 % (42,4 %) ni tashkil etdi. Axoli jon boshiga YAXM xajmi 4 388,9 ming **so'mni** tashkil etdi va 2016 yilga nisbatan 0,5 foizga o'sdi.

Kashkadaryo viloyati yalpi xududiy maxsuloti 2016 yilga nisbatan 3,1 % ga o'sdi va 17 366,1 mlrd.**so'mni** tashkil etdi. YAXM ning **o'sishi** xudud iqtisodiyotining

asosiy tarmoqlaridagi ijobjiy usish sur'atlari bilan boglik. Jumladan: **qishloq, o'rmon** va balik xo'jaligida - 100,8 % (YAXM tarkibidagi ulushi - 22,6 %), sanoatda 104,1 % (35,2 %), qurilishda - 100,4 % (7,6 %), xizmatlar soxasida - 104,0 % ni (34,6 %) tashkil kildi. Axoli jon boshiga YAXM 1,1 % ga o'sdi va 5 568,8 ming **so'mni** tashkil etdi.

Navoiy viloyatida YAXM **o'sishi** 1,3 % ni tashkil etdi va 12 317,4 mlrd.**so'mga** etdi. YAXM tarmoq tarkibini 2016 yil bilan takkoslaganda usish sur'ati **qishloq, o'rmon** va balik xo'jaligida - 104,1 % XM tarkibidagi ulushi - 18,5 %), sanoatda 98,6 % (53,9 %), qurilishda - 103,1 % (4,8 %), xizmatlar soxasida - 106,3 % ni (22,8 %) tashkil etdi. Axoli jon boshiga xisoblangan YAXM 0,3 % ga kamaydi va 12 961,6 ming **so'mni** tashkil etdi.

Namangan viloyatida YAXM 10 552,5 mlrd.**so'mni** tashkil etdi, bu esa 2016 yil ma'lumotlariga nisbatan 4,2 % ga ko'pdir. YAXM dagi usish sur'ati **qishloq, o'rmon** va balik xo'jaligi - 101,1 % (YAXM tarkibidagi ulushi - 30,9 %), sanoat - 105,0 % (14,9 %), qurilish - 107,6 % (6,8 %), xizmatlar soxasidagi - 105,4 % (47,4 %) ijobjiy usish sur'atlari bilan boglik. Axoli jon boshiga YAXM 2,3 % ga o'sdi va 3 943,8 ming **so'mni** tashkil etdi.

Samarqand viloyatida YAXM xajmi joriy narxlarda 18 319,5 mlrd.**so'mni** tashkil etdi va 2016 yil bilan takkoslaganda 2,5 % ga o'sdi. Ushbu xududda **qishloq, o'rmon** va balik xo'jaligida - 101,4 % (YAXM tarkibidagi ulushi - 32,2 %), sanoatda - 102,2 % (18,6 %), xizmatlar soxasida - 104,5 % (43,3 %) ijobjiy usish sur'atlari kayd etildi. Qurilish tarmogida esa, bajarilgan ishlar xajmining kamayishi kayd etildi, ya'ni 2016 yilga nisbatan 95,6 % ni tashkil etdi (ushbu tarmoqning YAXM tarkibidagi ulushi - 5,9 %). Axoli jon boshiga YAXM 0,6 % ga o'sdi va 4 970,4 ming **so'mni** tashkil etdi.

Surxondaryo viloyatida YAXM 3,7 foizga o'sdi va 10 633,3 mlrd.**so'mni** tashkil etdi. YAXM ning **o'sishiga** ta'sir kiluvchi omillar bulib, **qishloq, o'rmon** va balik xo'jaligida - 106,6 % (YAXM tarkibidagi ulushi - 40,3 %), qurilishda - 104,1 % (7,7 %), xizmatlar soxasidagi - 104,7 % (43,8 %) ijobjiy usish sur'atlari xizmat kildi.

Sanoat ishlab chikarishining fizik xajm indeksi 2016 yilga nisbatan 90,0 % ni tashkil etdi (YAXM tarkibidagi ulushi - 8,2 %). Axoli jon boshiga YAXM 4274,3 ming so'mni tashkil etdi, bu esa 2016 yil ma'lumotlariga nisbatan 1,6 % ga ko'pdir.

Sirdaryo viloyati yalpi xududiy maxsuloti xisobot davrida 2,3 % ga kamaydi va 5 066,4 mldr.so'mni tashkil etdi. YAXM ning tarmoq tarkibida usish sur'atlari: qishloq, o'rmon va balik xo'jaligida - 102,3 % (YAXM tarkibidagi ulushi - 36,9 %), xizmatlar soxasida - 105,5 % (33,5 %) ni tashkil etdi. SHuningdek, 2016 yil bilan takkosalaganda sanoatda - 84,6 % (24,7 %) va qurilishda - 95,1 % (4,9 %) xajmlarning kamayishi kuzatildi. Axoli jon boshiga xisoblangan YAXM 3,8 % ga kamaydi va 6 259,5 ming so'mni tashkil etdi.

Toshkent viloyatida YAXM 23 525,3 mldr.so'mni tashkil etdi va 2016 yil bilan takkosalaganda 3,1 % ga o'sdi. YAXM ning o'sishi xudud iqtisodiyotining asosiy tarmoqlaridagi ijobjiy usish sur'atlari bilan boglik. Jumladan: qishloq, o'rmon va balik xo'jaligida - 100,8 % (YAXM tarkibidagi ulushi - 23,1 %), sanoatda - 103,0 % (38,7 %), qurilishda - 100,5 % (3,7 %), xizmatlar soxasida - 103,8 % (34,5 %) usish sur'atlari kuzatildi. Axoli jon boshiga YAXM 1,8 % ga o'sdi va 8 268,1 ming so'mni tashkil etdi.

Farg'onha viloyatida YAXM 4,0 % ga o'sdi va 16 773,1 mldr.so'mni tashkil etdi. YAXM ning o'sishi xudud iqtisodiyotining asosiy tarmoqlaridagi ijobjiy usish sur'atlari bilan boglik. Usish sur'ati qishloq, o'rmon va balik xo'jaligida - 103,3 % (YAXM tarkibidagi ulushi - 23,4 %), sanoatda - 102,0 % (24,6 %), qurilishda - 105,9 % (6,2 %), xizmatlar soxasida - 105,1 % (45,8 %) ni tashkil etdi. Axoli jon boshiga YAXM 4669,0 ming so'mni tashkil etdi va 2016 yilga nisbatan 2,4 % ga o'sdi.

Xorazm viloyatida YAXM 8 232,9 mldr.so'mni tashkil etdi, bu esa 2016 yilga nisbatan 4,5 % ko'pdir. YAXM ning o'sishi qishloq, o'rmon va balik xo'jaligi - 100,1 % (YAXM tarkibidagi ulushi - 30,4 %), sanoat - 113,2 % (17,3 %), qurilish - 100,0 % (7,2 %) va xizmatlar soxasidagi - 105,2 % (45,1 %) usish sur'atlari bilan

boglik. Axoli jon boshiga xisoblangan YAXM 2,8 % ga o'sdi va 4 597,6 ming so'mni tashkil etdi.

Toshkent shaxrida YAXM 38 642,9 mlrd.so'mni tashkil etdi, bu esa 2016 yilga nisbatan 8,0 % yukori. YAXM o'sishining asosiy omillari bulib, sanoat - 106,9 % (YAXM tarkibidagi ulushi - 32,2 %), qurilish - 110,9 % (7,4 %) va xizmatlar oxasidagi - 108,4 % (60,4 %) ijobiy usish sur'atilari xisoblanadi. Axoli jon boshiga xsioblangan YAXM 6,4 % ga o'sdi va 15 805,5 ming so'mni tashkil etdi.

2017 yil uchun yalpi ichki (xududiy) maxsulot

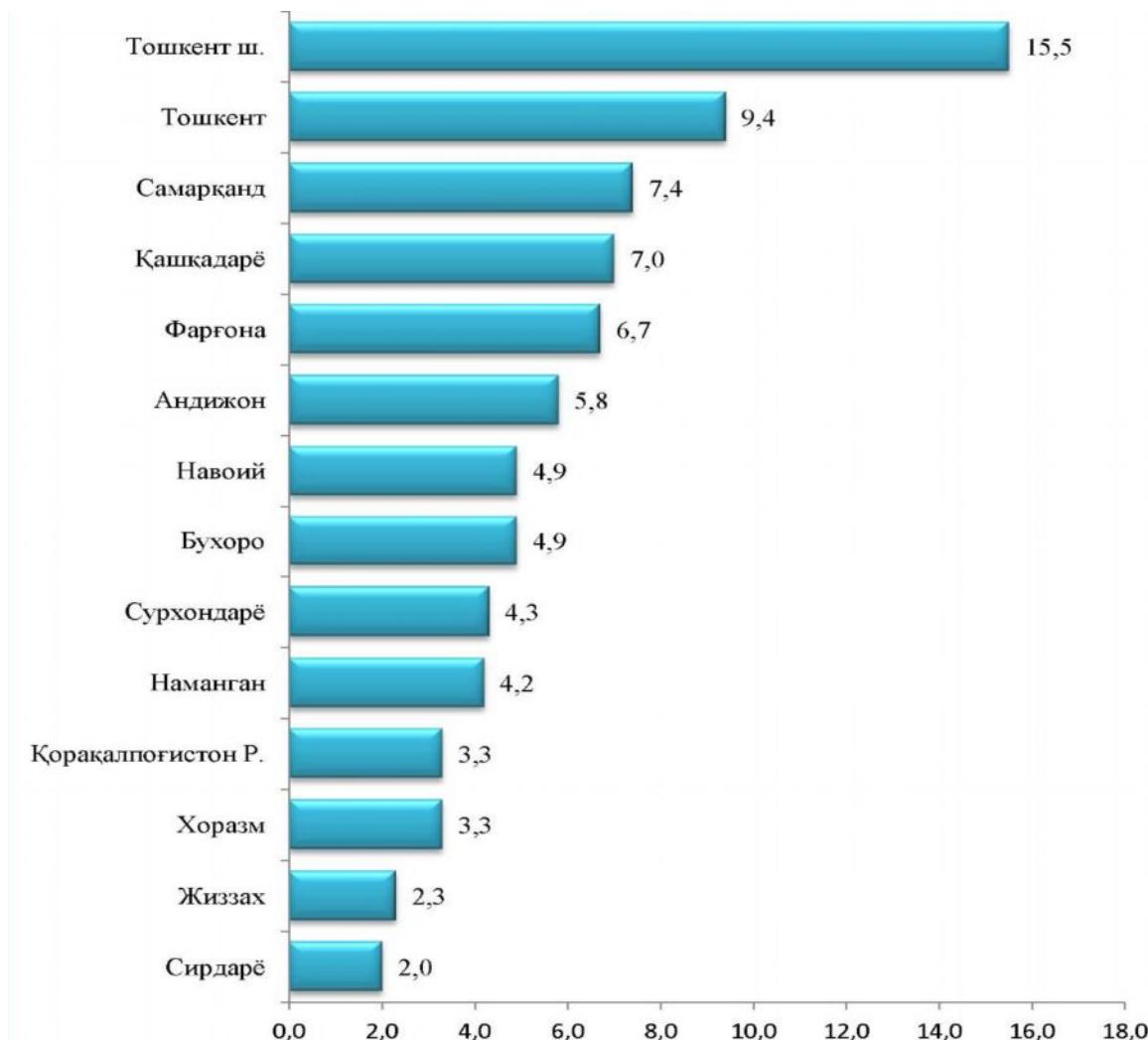
	YAIM (YAIM)		YAIM aholi jon boshiga	
	mlrd.so'm	Usish sur'ati,%	Usish sur'ati, ming.so'm	Usish sur'ati,%
Uzbekiston				
Respublikasi ^	249 136,4	105,3	7 692,4	103,6
Qoraqalpog'iston				
Respublikasi	8 285,2	105,7	4 527,7	104,2
viloyatlar:				
Andijon	14 479,0	106,7	4 847,2	104,9
Buxoro	12 283,9	101,7	6 616,0	100,2
Jizzax	5 762,2	102,4	4 388,9	100,5
-ashkadaryo	17 366,1	103,1	5 568,8	101,1
Navoiy	12 317,4	101,3	12 961,6	99,7
Namangan	10 552,5	104,2	3 943,8	102,3
Samarqand	18 319,5	102,5	4 970,4	100,6

Surxondaryo	10 633,3	103,7	4 274,3	101,6
Sirdaryo	5 066,4	97,7	6 259,5	96,2
Toshkent	23 525,3	103,1	8 268,1	101,8
Fargona	16 773,1	104,0	4 669,0	102,4
Xorazm	8 232,9	104,5	4 597,6	102,8
Toshkent sh.	38 642,9	108,0	15 805,5	106,4

2017 yil uchun yalpi ichki (xududiy) maxsulot 2017 yil yakunlari bo'yicha Toshkent shaxri (108,0 %), Andijon viloyati (106,7 %) va -orakalpogiston Respublikasida (105,7 %) yukori usish sur'atlari kayd etildi. Navoiy (101,3 %), Buxoro (101,7 %), Jizzax (102,4 %) va Samarqand (102,5 %) viloyatlarida Respublika darajasiga (105,3 %) nisbatan past usish sur'atlari kuzatildi. Sirdaryo viloyatida YAX,M xajmining (2016 yilga nisbatan 97,7 % teng) kamayishi kayd etildi.

Respublika bo'yicha YAIM ning shakllanishida Toshkent shaxri 15,5 % ulush bilan eng katta xissa kushdi. Toshkent viloyati 9,4 % va Samarqand viloyati 7,4 % ko'rsatkich bilan keyingi urinlarni egallab turibdi. Respublika YAIM ni shakllantirishda eng kam ulush Sirdaryo (2,0 %), Jizzax (2,3 %), Xorazm (3,3 %) viloyatlari va -orakalpogiston Respublikasiga (3,3 %) tugri kelmokda.

2017 yilda YAIM ni shakllantirishda xududlarning ishtiroki (YAIM ga nisbatan % uisobida)



2017 yil yakunlariga kura, **qishloq**, **o'rmon** va balik xo'jaligining YAXM tarkibidagi ulushi bo'yicha eng yukori ko'rsatkich Surxondaryo viloyatida (40,3 %), sanoatning eng yukori ulushi Navoiy viloyatida (53,9 %), xizmatlar soxasining eng yukori ulushi esa Toshkent shaxrida (60,4 %) kuzatilmokda.

-ishlok, **o'rmon** va balik xo'jaligi xamda xizmatlar soxasining YAXM tarkibidagi ulushi bo'yicha eng kam ko'rsatkich Navoiy viloyatida (mos ravishda 18,5 % va 22,8 %), sanoatning eng kam ulushi Surxondaryo viloyatida (8,2 %) kayd etildi.

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. Jumladan, bu borada 2016 yilda kichik sanoat korxonalari uchun yagona soliq to‘lovi 8 foizdan 7 foizga pasaytirildi, yakka tartibdagi tadbirkorlar uchun esa qayd etilgan soliq miqdori o‘rtacha 1,3 barobar kamaytirildi.

Chizmadagi ma’lumotlardan ko‘rinadiki, 1996-2016 yillar mobaynida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik uchun belgilangan soliq stavkalari 38 foizdan 7 foizgacha, ya’ni 5,4 marta qisqargan.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub’ektlarini moliyaviy jihatdan qo‘llab-quvvatlash tadbirlari kuchaytirildi. Xususan, 2016 yil davomida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub’ektlariga 1 trln. 850 mlrd. so‘mdan ortiq kreditlar ajratildi

Buning natijasida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub’ektlarining mamlakatimizda yangi ish o‘rinlarini tashkil qilish, aholining daromadlari va farovonligini oshirishning muhim omili sifatidagi natijalari salmoqli bo‘lib bormoqda (1.3.3-jadval).

3-jadval.

2016 yilda O‘zbekistonda yaratilgan ish o‘rinlari

Ko‘rsatkich	Soni, nafar
2016 yilda yaratiladigan jami yangi ish o‘rinlari	940532
O‘tgan yilga nisbatan, foizda	142,3
Shundan quyidagi asosiy yo‘nalishlarda yaratilgan ish o‘rinlari:	
Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasida	391809
o‘tgan yilga nisbatan, foizda	104,7
Uy mehnatining barcha shakllarini tashkil etish, jami	196745
Shu jumladan, korxonalar bilan kooperatsiyada (mehnat shartnomasi asosida)	77466
Yangi ob’ektlarni ishga tushirish, mavjud ishlab chiqarishlarni qayta qurish kengaytirish	70587
Ish joylarini ko‘paytirishning qo‘sishimcha chora-tadbirlari (Inqirozga qarshi d va boshqa qo‘sishimcha choralar)	281391

Jadvaldan ko‘rinadiki, mamlakatimizda 2016 yilda yaratilgan jami 940,5 mingdan ortiq yangi ish o‘rinlarining 391,8 mingtasi (41,7 foizi) kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasiga to‘g‘ri kelmoqda. Bu o‘tgan yildagiga nisbatan 4,7 foizga ko‘proq demakdir. Jami yangi ish o‘rinlarining deyarli 21 foizi turli shakllardagi uy mehnatini yo‘lga qo‘yish, 7,5 foizi yangi ob’ektlarni ishga tushirish, mavjud ishlab chiqarishlarni qayta qurish va kengaytirish, deyarli 30 foizi ish joylarini ko‘paytirishning qo‘sishimcha chora-tadbirlari amalga oshirish hisobiga tashkil etilgan. Buning natijasida, kichik tadbirkorlikda band bo‘lganlarning jami iqtisodiyotdagi band bo‘lganlarga nisbatan ulushi 2008 yilda 73,1 foizni tashkil etgan bo‘lsa, 2009 yilga kelib 74,2 foizga etdi.

Bundan ko‘rinadiki, jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi sharoitida mamlakatimizda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni jadal rivojlantirish iqtisodiy o‘sishni ta’minlash, yangi ish o‘rinlarini tashkil qilish, aholining daromadlari va farovonligini oshirishning muhim omili sifatida amal qilmoqda.

4-ma’ruza mashg‘uloti

1.4. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishning xorijiy mamlakatlar tajribasi.

Bizning mamlakatimizda xorijiy mamlakatlar tajribalariga suyangan holda, 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 o’rtasida bo‘ladigan iqtisodiy huquqiy munosabatlarni jahon andozalari darajasida tashkil etish borasida ushbu qonun muhim 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 ko'rsatib o'tilgan.

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

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

Xorijiy mamlakatlarda kichik korxonalarning ikkita tamoman o'zgacha turlarga bo'lish mumkin:

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

Odatda kichik korxonalarning qariyib 80-90 foizi uta kichik bo'lib, ular o'sish uchun cheklangan imkoniyatlarga ega. Bunday korxonalar hayotni ta'minlovchi korxonalar deb yuritiladi. Ushbu turdag'i 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 o'z uylaridan foydalanadilar. Hayotni ta'minlovchi korxonalar kichik biznes korxonasi bo'lib, uning egasi etarli turmush darajasini ta'minlash maqsadida tashkil etadi.

Ikkinci turdag'i korxonalar tez o'suvchi korxonalar deb nomlanadi. Ularning bunday nomlanishiga sabab, ularning maqsadi tezrok kichik biznes chegarasidan chikib rivojlanishdir. Tez o'suvchi korxonalar kichik biznes korxonasi bo'lib, ular tezkor o'sish tendensiyasiga va qo'yilgan sarmoyaning yuqori qaytimligiga hisoblanadi. Odatda, bunday turkum korxonalarga bir necha kishi rahbarlik kiladi. Tez o'suvchi korxonalar yirik investitsiya manbalariga tez yaqinlasha oladilar va buning natijasini keng bozorda yangi tovarlar va xizmatlarini kiritish imkoniga ega bo'ladilar.

Bunday turdag'i korxonalarini har yili AQSHda chop etiladigan "Ink" jurnalida e'lon qilishadi. 1990 yili 500ta shunday kompaniyaning yillik oboroti 9,6 mlrd. dollarga teng bo'ldi va 56,8 ming ish joyi hosil qildi. 1990 yilda bu ro'yxatda "Konjentriks" firmasi peshqadamlik egallab, uning asosiy faoliyati "Sharlotta" shahrida (shim. Korolina shtati) elektrostansiyalarni qurish va ta'minlash bo'lgan. Ma'lum yillarda ushbu ro'yxatda "Charlz Shvab" va "Mikrosoft" korporatsiyalari karvonboshilik qilganlar. Hozirgi paytda ushbu korporatsiyalar yuksak rivojlangan korporatsiyalar safiga kiradi.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik o'z kullami jixatdan iqtisodiyotni uzluksizligini va barqarorligini ta'minlashda katta o'rinni egallaydi. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning iqtisodiyotga ta'sir ko'lami bir qator iqtisodiy, ijtimoiy, madaniy, ma'rifiy va jixatlarni o'z ichiga oladi. Biz faqatgina iqtisodiy jixatdan muxim bo'lgan xususiyatlar xususida to'xtalamiz. Bular quyidagilardir:

a) ish joylarini tashkil etishdagi mavqening yuksalishi. O'tgan 10 yil mobaynida AQSH kichik biznes bo'yicha boshqarmasining axborotiga ko'ra yangi ish joylarining yarmidan ko'pi 100 kishidan kam xodim ishlatayotgan korxonalar xisssasiga to'g'ri keladi. Tez o'suvchi firmalar yangi firmalarning 27 foizi tashkil etib ular 60 foiz yangi ish joylarini xosil kiliishda katnashmoqdalar. Shu bilan birga kichik biznes xosil qilingan ish joylarining:

- ish haqqiga qo'shimcha to'lovlar, imtiyozlarning bir muncha pastligi;
- ish joylarini qariyb 25 foizi noto'liq ish kuni tartibida shakllanadi;
- ularda ishlamaganlar, yosh jixatdan o'rta yoshlar va o'rta yoshdan o'tganlar salmog'ini ko'pligi bilan ajralib turadi.

b) yangi tovarlar va xizmatlarni tadbik qilish. AQSH milliy fondining xisoblariga ko'ra 98 foiz yangi mahsulot xususidagi tadqiqotlar kichik biznesda yaratilgan. Bu o'ta muhim ko'rsatkichdir. Eng yirik kashfiyotlar: xavfsiz ustalar, elektron soatlar,

vertalyotlar, zanglamas po'lat va boshqa tovarlar ko'lami bevosita kichik biznesda yaratilgan.

v) yirik korporatsiyalar ehtiyojini qondirish. Yirik kompaniyalar mahsulotini sotish, uni bozor talablari asosida shakllanishiga ko'mak berishda kichik korxonalarning roli yuqoridir. O'z navbatida yirik rivojlanuvchi firmalar o'z iqtisodiy strategiyalarida mayda ta'minotchilar bilan aloqa o'rnatishni samarali xisoblaydilar. Chunki ular moslashuvchanlik xususiyatiga egadir.

g) maxsus tovarlar va xizmatlar bilan ta'minlash vazifasi. Kichik korxonalar mijozlarning o'zgacha maxsus extiyojlarini qondirishga yetakchi o'rin egalaydilar. Chunki 1-dan, maxsus talabning ommaviy tusga ega emasligi va uning yirik ishlab chiqarishda tashkil etish samarali bo'lmasligi sabab bo'lsa, 2-dan esa, boy xaridorlarning "o'ziga xos" istaklarini mavjudligidir.

Kichik biznesni tashkil etishda muhim o'rinni firmani barpo etish va uni samarali sohasini aniq belgilash egalaydi. Shu bilan birga statistika yangi ishni boshlashdagi ko'p omadsizlikdan dalolat beradi. Ko'pchilik uni 30% miqdorda deydi, chunki 85% yangi korxonalar 10 yilik dastlabki ishlash davridayoq inqirozga uchraydilar. Shu bilan birga kayt etilgan kichik firmalarning 40% 5 yildan so'ng o'z ishlarini davom ettirmoqdalar.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning rivojlanishiga bir qator omillar ta'sir ko'rsatadi. Bular quyidagilardir.

1) Korxonalarni yiriklashuvi tendensiyasining pasayishi. AQSHda yaqin 15-20 yil ichida korxonalarning yiriklashuvi tendensiyasi pasayadi. Bu asosan, xizmat ko'rsatish sohasidagi siljishlar bilan bog'lik. Albatta, bu xizmat ko'rsatish sohasida faoliyat masshtabini uncha kengaytirish imkonini pastligi bilan belgilanadi. Hozirgi paytda xizmat ko'rsatish sohasidagi kichik korxonalar yirik raqobatchilarga nisbatan ayrim yumushlarini samarali tashkil qila olmoqdalar. Bu birinchi navbatda boshqarish tizimining soddaligi va ixchamligi bilan bog'liqdir.

2) Ayollar ish kuchining iqtisodga kirib kelishi.

80-yillarning o'zidagina 2 mln. Ayollar o'z ish joylarini ochdilar. Xozir AQSH da 4-5 korxona ayollarga tegishli bo'lib, ular mamlakatdagi ja'mi kichik korxonalarning 30 foizini tashkil etadi. Bu tendensiya davom etsa, 2000 yilga borib, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikda ayollar va erkaklar soni tenglashadi.

3) Yirik ishlab chiqarishda xodimlarni qisqarishi.

Bu ayrim jixatdan demografik omillar bilan bog'liq. Jumladan "demografik portlash" davrida tug'ilganlar hozirgi 30-40 yoshga, ya'ni o'z ishini mustaqil boshlash vaqtiga yetdilar. Bundan tashqari, yirik korxonalarda ish o'rni uchun kurash, butun hodimlarning qisqarilishi bevosita kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning rivojlanishiga ta'sir ko'rsatadi.

4) Yangi korxonalar ochish sur'atining ortishi. AQSHda har yili o'rtacha 200 mingga yaqin aholi o'zining firmasini ochadi. Ularning yarmidan ko'pi 20 ming dollardan kam oborot bilan o'z faoliyatilarini boshlaydilar. Ularning qariib 75 foizini o'z firmalarida 50 soat ishlaydilar, 25 foizi esa, 70 soat va undan ortiq ishlaydilar. Qariib 2/3 kismi yangi biznesni boshlovchilar yangi yoki boshlayotgan kompaniyalar hisoblanadilar. Ya'ni, ular amalda ishlayotgan korxonalarni sotib olmaganligidan o'zlari xususiy biznesni boshlaydilar. Ularnig 80 foizidan ortig'i o'z ishlarini o'ta samarali g'oyani emas balki oddiy ishlarni tartibli hal qilish bilan bog'laydilar.

Demak, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatini rivojlanishiga ta'sir etuvchi omillarni umumiylashtirsak, ular quyidagilardan iborat:

- korxonalar yiriklashuvi tendensiyasining pasayishi;
- ayollar ish kuchining iqtisodiyotga kirib kelishi;
- yirik ishlab chiqarishda xodimlarning qiskarishi;
- yangi korxonalarni ochish sur'atining ortishi va boshqalardir.

NAZORAT SAVOLLARI

1. Tadbirkorlik faoliyati qanday rivojlanish tarixiga ega?
2. Xorijiy mamlakatlarda tadbirkorlik faoliyatini o'ziga xos xususiyatlari nimalardan iborat?
3. Xorijiy mamlakatlarda (Yaponiya, Fransiya, AQSHlarida) tadbirkorlik faoliyatini qaysi shaklini rivojlanishi katta ahamiyatga 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" so'zlarining iqtisodiy tushunchasi va ularning farqi nimalardan iboratligini tushuntirib bering.
8. Hukumat tomonidan qanday qabul qilingan qonunlar va Prezident Farmonlari asosida tadbirkorlikni, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlanishiga qanday e'tibor berilmokda?

2-MAVZU. TADBIRKORLIK FAOLIYATINING IJTIMOIY, IQTISODIY VA XUQUQIY ASOSLARI

1-ma’ruza mashg‘uloti

- 2.1. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatining iqtisodiy, ijtimoiy va huquqiy asoslari
- 2.2. O‘zbekistonda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirish yo‘nalishlari

2.1. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatining iqtisodiy, ijtimoiy va huquqiy asoslari

Tadbirkorlikning shakllanishi iqtisodiy va ijtimoiy sharoit bilan chambarchas bog‘liq. Tadbirkorlik shakllanishining iqtisodiy sharoitiga ijtimoiy sharoit yaqin turadi. Ijtimoiy sharoit, avvalo, haridorlarning didi va modaga javob bera oladigan tovarlarni sotib olishga intilishi bilan belgilanadi. Turli bosqichlarda ushbu talab o‘zgarib turishi mumkin. Bunga ijtimoiy-madaniy muhitga bog‘liq bo‘lgan ahloqiy va diniy me’yorlar jiddiy ta’sir ko‘rsatadi. Ushbu me’yorlar haridorlarning turmush tarziga va u orqali tovarlarga bo‘lgan talabiga bevosita ta’sir etadi. Ijtimoiy sharoit shaxsning ishga bo‘lgan munosabatiga o‘z ta’sirini o‘tkazadi, bu esa, o‘z navbatida, biznes taklif etayotgan maoshning miqdoriga, mehnat sharoitiga bo‘lgan munosabatga ta’sir etadi. AQSHning tadbirkorlik sohasida ko‘p yillar mobaynida ‘llab kelayotgan qonunlar tizimi bunga misol bo‘la oladi. Ulardan bir nechasiga e’tibor beraylik (1.2.1-jadval)^{4[3]}:

^{4[3]} Предпринимательство: Учебник для вузов / Под ред. проф. В.Я.Горфинкеля, проф. Г.Б.Поляка, проф. В.А.Швандара. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2001. 18-бет.

AQSHda tadbirkorlik sohasida uzoq yillar mobaynida amal qilayotgan qonunlar tizimi

Qonunlar	Qonunlarning asosiy mohiyati
1	2
Trestlarga qarshi Sherman qonuni (1890 y.)	a) monopoliya yoki monopoliyalashtirishni taqiqlash; b) shtatlararo yoki tashqi savdoni cheklashga qaratilgan turli xildagi shartnomalar, kelishuv va birlashmalarni ta'qilash.
Oziq-ovqat mahsulotlari va meditsina preparatlarining sifatliligi haqidagi qonun (1906 y.)	Shtatlararo savdo-sotiqqa qalbakilashtirilgan yoki marka yopishtirilmagan mahsulotlarni ishlab chiqarish, tashish, sotishni taqiqlash. Bu qonun 1938 yilda oziq-ovqat, dori-darmon va kosmetika vositalari haqidagi Federal qonuniga almashtirildi. 1958 va 1962 yillarda unga jiddiy o'zgartirishlar kiritildi.
Federal savdo komissiyani ta'sis etish haqidagi qonun (1954 y.)	«Savdoda raqobatning vijdonsizlik uslubi noqonuniyligi» ni tekshiruvchi idorani-komissiyani ta'sis etishni nazarda tutadi.
Kleyton qonuni (1914 y.)	Amaliy faoliyatning ayrim turlarini taqiq etuvchi Sherman qonuniga qo'shimcha kiritildi (narxlarni kamsitish turlarini aniqlash, shartnomaga hamkor harakatini cheklovchi moddani kiritish, sotishning cheklash tajribasini qo'llash, boshqa korporatsiyalar aksiyalariga ega bo'lish, qo'shma direktorat tashkil etish).
Uiler Li qonuni (1938 y.)	Raqobatga zarar keltirish yoki keltirmaslikdan qat'iy nazar noplari, firib harakat va usullarni taqiqlash; oziq-ovqat, dori-darmon reklamasi ustidan Federal savdo komissiyasining nazoratini ta'sis etish.
Tovarning aslligi uning o'rami va markasida aks etishi haqidagi qonun (1966y.)	Keng iste'mol tovarlar o'rami va markalashiga qoida joriy etilishi o'ram ichida nima borligini, ishlab chiqargan shaxs nomini va o'ram ichidagi narsaning aniq miqdorini ko'rsatishni talab qiladi.
Iste'mol tovarlarining xavfsiz bo'lishligi haqidagi qonun (1972 y.)	Iste'mol tovarlarining xavfsiz bo'lishi bilan bog'liq muammolar bo'yicha komissiya ta'sis etilishi va unga iste'mol tovarlariga nisbatan xavfsizlik standartlarini qo'llash va ushbu standartlarga rioya qilmasligi uchun sanksiya qo'llash vakolati berildi.
Qarzlarni vijdonan undirib olish haqidagi qonun (1978 y.)	Qarzlarni undirib olishda odamlarni qo'rqtish, ta'qib qilish, ayovsizlarcha munosabatda bo'lish, tuhmat qilish noqonuniy deb e'lon qilindi.

2.2. O‘zbekistonda kichik biznes va xusisy tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirish yo‘nalishlari

Bugungi kunga kelib, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub’ektlari mamlakatimiz iqtisodiyotining barcha jabhalarida, mashinasozlik mahsulotlari ishlab chiqarishda, xalq iste’moli mollarini, qishloq xo‘jaligi va oziq-ovqat mahsulotlarini ishlab chiqarishda hamda boshqa sohalarda faoliyat ko‘rsatmoqda.

Kichik korxonalar ishlab chiqargan mahsulot davlat korxonalarida ishlab chiqarilgan mahsulotlardan sifati jihatidan qolishmasligi va, hatto, ayrim hollarda ulardan yuqori turishi bilan ajralib turadi. Respublikamizdagi kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub’ektlari faoliyatining 60-70 foizi bevosita ishlab chiqarish bilan uzviy bog‘langan, ular fermerlar, dehqonlar, sanoatchilar va qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini qayta ishlovchilar va hokazolardir.

Kichik korxonalar yirik kompaniyalarga nisbatan ular bozor sharoitiga tez moslashadilar hamda ishlab chiqargan mahsulotlarini bozorda muvaffaqiyatli o‘tishini ta’minlashda bir qancha ustunliklarga ega. Chunki, kichik korxonalar o‘z faoliyatlarini tor ishlab chiqarish dasturlariga, ilg‘or texnologiyaga, kam turkumli ilm-fan talab qiladigan mahsulotlar chiqarishga tezda moslaydilar hamda bozor asoslarini tez o‘zlashtirib boradilar.

Mulkchilik shakllariga ko‘ra kichik korxonalarning quyidagi turlarini ajratib ko‘rsatish mumkin:

1. Davlat mulkiga asoslangan kichik korxonalar.
2. Jamoa mulkiga asoslangan kichik korxonalar.
3. Fuqarolarning mulkiga asoslangan yakka tartibda ishlaydigan kichik korxonalar.
4. Ijara korxonalari.
5. Kichik qo‘shma korxonalar.

2009 yilda respublikada tadbirkorlik, uning kichik biznes shakli bilan band bo‘lgan korxonalar soni 400 mingdan oshdi. Ularning yalpi ichki mahsulotdagi ulushi 50,1 foizni tashkil etadi. Tadbirkorlikni rivojlantirish hisobidan 392 mingta yangi ish o‘rinlari yaratildi.

Kichik biznes korxonalari faoliyatining tahlili ular qishloq xo‘jaligi sohasida, ayniqsa jadal rivoj topayotganligini ko‘rsatadi. 2009 yilda ular soni 100 mingdan oshib ketdi. Qishloq xo‘jaligidagi ishlab chiqaruvchilarning asosiy hissasini fermer xo‘jaliklari tashkil qiladi, ularning soni 2000 yilga nisbatan 4 barobar oshdi. Bugungi kunda mamlakatimiz fermerlik xo‘jaliklarida 1 milliondan ziyod kishi band bo‘lib, 2009 yilgi paxta xom-ashyosining 66 foizi, g‘allaning 55 foizdan ortig‘i fermer xo‘jaliklari tomonidan etishtirildi.

Respublikamizda kichik biznes korxonalari sonining izchillik bilan ortishi, iqtisodiyotning barcha sektorlarida, jumladan, transport, aloqa, sog‘liqni saqlash va boshqa noishlab chiqarish tarmoqlarida ham kuzatilmoqda.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik tashqi iqtisodiy faoliyat sohasida ham asta-sekin rivojlanmoqda. Uning umumiyligi eksport hajmidagi ulushi 2009 yilda 14,7 foizni tashkil etdi. Kichik biznes korxonalarining asosiy eksporti – qishloq xo‘jaligi, to‘qimachilik, ishlov beruvchi, elektrotexnika ishlab chiqarish mahsulotlari hamda halq amaliy san’ati buyumlaridir.

2-MAVZU. TADBIRKORLIK FAOLIYATINING IJTIMOIY. IQTISODIY VA XUQUQIY ASOSLARI

2-ma’ruza mashg‘uloti

- 2.1. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik muhiti va unga ta’sir etuvchi omillar
- 2.2. “Barkamol avlod yili” davlat dasturida yoshlarni kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatiga yo‘naltirishga qaratilgan chora-tadbirlar

2.1. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik muhiti va unga ta’sir etuvchi omillar

Har qanday tadbirkorlik ma’lum bir hududda: mamlakat, viloyat, shahar yoki qishloq miqyosida olib boriladi. Tadbirkorlik faoliyatini samarali olib borish uchun ma’lum bir ishchi muhiti bo‘lishi kerak.

Bunday muhit ayrim hududlar miqyosida mujassamlanib, o‘zida ishbilarmonlik funksiyalarini amalga oshirishni mujassamlantirgan. Umumiyl holda tadbirkorlik muhiti asosan quyidagi to‘rtta omil: huquqiy, siyosiy, ijtimoiy va iqtisodiy omillarning o‘zaro bog‘likligi natijasida amalga oshiriladi. Ular ijobjiy yoki rag‘batlantirish ko‘rinishida ham shakllanishi mumkin. Ushbu holda mamlakat yoki mintaqadagi mavjud shart-sharoitlar tadbirkorlik faoliyatini olib borish uchun mos bo‘ladi. Chunki, bunday muhit tadbirkorga amalga oshirayotgan ishlarining natijalari qanday bo‘lishini oldindan ko‘ra bilishiga keng imkoniyat tug‘diradi. Tadbirkorning o‘z ishi natijalarini oldindan ko‘ra bilishi tavakkallik tushunchasiga teskari holda ifoda etiladi. Agar tadbirkor ma’lum bir muhitda tavakkalchilik asosida faoliyat ko‘rsatayotgan bo‘lsa, u holda u o‘zgaruvchanlik, barqarorsizlik, tavakkalchilik bilan tavsiflanadi. Bunday muhit yuqorida keltirilgan ijobjiy muhitga to‘g‘ri kelmaydi. Amalda ko‘p hollarda tadbirkorlik muhitining ma’lum bir omili tadbirkorning ish natijalariga asosiy

ta'sir ko'rsatadi, deb bo'lmaydi. Chunki, tadbirkorni ko'proq tadbirkorlik muhitini belgilovchi omillarning o'zaro bog'liqligi qiziqtiradi.

Yuqorida ta'kidlab o'tilgan omillardan huquqiy omillar asosiy omil bo'lib hisoblanadi, chunki tadbirkorlik faoliyatini olib borish uchun tadbirkorlik muhitida amalga oshirilishi mumkin bo'lgan o'yinlar qoidasini ko'rsatib beradi. O'yinlar qoidasi tushunchasi ruxsat etilgan va amalga oshirilayotgan ish (harakat)larni o'z ichiga oladi. Ruxsat etilgan ish (harakat)larga nisbatan o'yin qoidalari turli shaklda namoyon bo'ladi. O'yin qoidalari nima qilish mumkin-u, nima qilish mumkin emas tamoyili asosida ishlab chiqilishi mumkin. Bu qoidalarda tadbirkorlik faoliyatini olib borish yo'lidagi barcha chegara yoki cheklovlar yaqqol ko'rsatilib berilishi kerak. Umuman olganda, huquqiy omil – tadbirkorlik faoliyatini yuritish yo'lidagi barcha qonunlar (soliq, yer, mehnat munosabatlari) va yo'riqnomalar majmui bo'lib, tadbirkorlik faoliyatini tartibga soladi hamda tadbirkorning iqtisodiy jarayondagi boshqa sub'ektlar bilan munosabatini mujassamlashtiradi.

Huquqiy omilning tavsifiga «huquqiy madaniyat» tushunchasi ham kiradi. Buning ostida millatning qonunlarga to'liq rioya qilishi, ya'ni insonlarning ongida qonunlar talabini bajarish kerak degan tushunchaning bo'lishi tushuniladi. Agar, kerak bo'lgan barcha qonunlar qabul qilinsa-yu, lekin ular amalda ishlamasa yoki tadbiq qilinmasa, bunday jamiyatni qonunlarga bo'ysunuvchan deb bo'lmaydi va buni tadbirkor o'z faoliyatini yuritishda e'tiborga olishi shartdir.

Siyosiy omil tadbirkorlik jarayonida bo'layotgan barcha hodisalarga davlatning munosabatini va ularga davlatning ta'sirini belgilab beradi. Davlatning tadbirkor faoliyatiga qay darajada ta'sir ko'rsatishi yoki aralashishi kerakligi ham siyosiy omil tushunchasiga kiradi. Bunday aralashish oldindan belgilanmagan yoki belgilangan bo'lishi mumkin. Umuman olganda, tadbirkorlik faolligi darajasiga davlatning munosabati rag'batlantirish yoki qo'shilishmaslik ko'rinishida namoyon bo'ladi.

Ijtimoiy omil boshqalarga nisbatan o‘zining tarkibi jihatidan anchagina murakkab hisoblanadi. Shuning uchun ham uning tarkibi ko‘pgina elementlardan tarkib topadi. Agar tadbirkor ularni e’tiborga olmasa, kelgusida salbiy natijalarga olib kelishi mumkin. Quyidagilar bu omilning asosiy elementlari hisoblanadi:

- jamiyatda mafkuraning holati;
- milliy urf-odatlar;
- millatning madaniy va maishiy odatlari;
- atrofdagi kishilarning tadbirkor va tadbirkorlik faoliyatiga bo‘lgan munosabati;
- davlatning tadbirkor va tadbirkorlik faoliyatiga bo‘lgan munosabati.

Iqtisodiy omil bozordagi raqobatni va narx-navo holatini o‘zida aks ettiradi. Narx-navo tizimi, o‘z navbatida, narxlarning darajasi, ishlab chiqarish jarayoniga tadbirkor tomonidan jalb qilinayotgan ishlab chiqarish omillari, ishchi kuchi, kredit stavkasi miqdori hamda soliq va majburiy to‘lovlarni o‘z ichiga oladi. Bunda bozordagi raqobat shart-sharoitlari sifat va miqdoriy jihatdan tahlil qilib chiqiladi.

Tadbirkorlik faoliyatining kelajagi tadbirkorlik muhiti bilan belgilanadi, u esa jamiyatdagi ijtimoiy-iqtisodiy vaziyatni aks ettiradi. Ijtimoiy-iqtisodiy vaziyatga iqtisodiy mustaqillik, tadbirkorlar sinfi, iqtisodiy aloqalarda bozorning ustuvorligi, tadbirkorlik kapitalini mujassamlantirish sharoitining mayjudligi va kerak bo‘lgan resurslarni ishlatish kiradi.

2.2. “Barkamol avlod yili” davlat dasturida yoshlarni kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatiga yo‘naltirishga qaratilgan chora-tadbirlar

Yoshlarni tadbirkorlik faoliyatiga keng jalb etish borasida mamlakatimizdagi iqtisodiy-ijtimoiy o‘zgarishlarda chuqr bilimli, yuksak saviyali, yangicha fikrlaydigan yoshlarning ishtirok etishini ta’minlash barchamizning birinchi navbatdagi vazifamiz hisoblanadi. Chunki:

- 1) bugungi kunda O‘zbekiston aholisining yarmidan ko‘prog‘ini 30 yoshgacha bo‘lganlar tashkil etadi;
- 2) bugungi yoshlar – ertangi kunimizning, kelajagimizning buniyodkorlaridir;
- 3) bozor iqtisodiyotining asosini tashkil etuvchi tadbirkorlik faoliyati o‘z mohiyatiga ko‘ra tavakkalchilik, harakatchanlik, ishbilarmonlik kabi sifatlarni taqozo etadiki, bularning aksariyati ko‘pincha yoshlarda mujassamlashgan bo‘ladi;
- 4) inson mehnatining sermahsulligi darajasi, uning yaratuvchanlik qobiliyati yoshlik davrida nisbatan yuqori bo‘ladi.

Jamiyatimizda ko‘p ukladli iqtisodiyotning shakllanishi va xususiy tadbirkorlik sektorining vujudga kelishi yoshlarning erkin kasb tanlash, istagan faoliyat turi bilan shug‘ullanishi uchun keng imkoniyat yaratib beradi. Ayniqsa, ularning iqtisodiyotdagi sog‘lom raqobatning manbai sifatidagi kichik korxonalarini tashkil etishdagi roli bu borada ulkan salohiyat hisoblanadi.

Biroq, shuni ta’kidlash joizki, ko‘pchilik yoshlarimizning iqtisodiy faollik, tadbirkorlikni amalga oshirish borasidagi huquqiy va iqtisodiy bilimlari yetarli bo‘lmayapti. Ba’zida bu faoliyatga intilish bo‘lgani bilan, ma’lum maslahatlar, yo‘l-yo‘riq va moliyaviy qo‘llab-quvvatlash borasida taqchilliklar sezilmoqda. Shunga ko‘ra, fikrimizcha, mamlakatimizdagi yoshlarning iqtisodiy faolligini yanada kuchaytirish maqsadida quyidagi chora-tadbirlarni amalga oshirish juda muhim hisoblanadi:

1. Maktablar, o‘rta-maxsus bilim yurtlari hamda oliy o‘quv yurtlarida iqtisodiy va huquqiy ta’lim berishni yanada kuchaytirish.
2. Oliy va o‘rta maxsus o‘quv yurtlarida yoshlarning ijodiy markazlari, konstruktorlik va texnologik byurolari, ilmiy g‘oyalarning amaliy tatbiqini yo‘lga qo‘yuvchi bo‘linmalarni tashkil etish.
3. Respublikadagi yoshlar bilan shug‘ullanuvchi muassasalar, jamoat tashkilotlari, huquq-tartibot organlarining o‘z maqsad yo‘nalishidan kelib chiqqan holda faoliyatlarini jonlantirish.

4. Mamlakatimizdagi korxonalarning o‘quv yurtlaridagi bo‘lg‘usi mutaxassislar bilan o‘zaro aloqasini yo‘lga qo‘yish.

5. Korxonalarda yoshlarning o‘z ijodiy va ichki imkoniyatlarini to‘liq namoyish eta olishlari, moddiy, madaniy va maishiy ehtiyojlarini qondira olishlari uchun shart-sharoitlar yaratish.

6. Respublika shahar va tumanlaridagi mehnat bilan bandlik xizmatlari faoliyatida yoshlarga alohida e’tibor ajratish, o‘ziga xos ijtimoiy guruh sifatidagi xususiyatlarini nazarda tutgan holda turli yo‘nalishdagi xizmatlarni tashkil etish.

Yuqorida ko‘rsatib o‘tilgan tadbirlarning amalga oshirilishi yoshlarning mamlakatimiz iqtisodiyotini yuksaltirishdagi hissalarini yanada oshirishda, ularning milliy mafkura hamda umumxalq manfaatlarining faol kurashchisiga aylanishida muhim omil vazifasini bajaradi.

2009 yil fan olimpiadalarining respublika bosqichida jami 437 nafar o‘quvchitalabalar ishtirok etib, ulardan 56 nafari g‘olib bo‘ldilar

Yosh oilalarga g‘amho‘rlikni kuchaytirish va ularga huquqiy va ijtimoiy muhofaza qilishni ta’minlash hamda sog‘lom va mustahkam oilani barpo etish uchun shart-sharoitlar yaratish borasida quyidagi tadbirlar amalga oshirilmoqda:

- yosh oilalarga uy joy harid qilish uchun kreditlar berish;
- 2010-2011 yillar davomida Toshkent shahar, Nukus shahri va viloyat markazlarida 32 ta xonadonlarni yosh oilalarga keyinchalik xarid qilish sharti bilan ijara berish;
- 42 ta baxt uylarini qurish va qayta ta’mirlash;
- respublikamizdagi barcha tuman va shaharlarda 10 ta kam ta’minlangan oilalarning to‘yini o‘tkazib berish;
- barcha tumanlardagi 50 ta kam ta’minlangan yosh oilalarga bittadan bepul qora mol ajratish;
- yosh va kam ta’minlangan oilalarga har oyda moddiy yordamlarni amalga oshirishda ko‘maklashishlari nazarda tutilmoxda.

Nazorat va muhokama uchun savollar

1. Tadbirkorlikning kelib chiqish tarixi va mohiyati to‘g‘risida gapirib bering.
2. O‘zbekistonda tadbirkorlik faoliyatining rivojlanishi to‘g‘risida nimalar deya olasiz?
3. Kichik biznesni rivojlantirishning qanday afzallikkleri mavjud?
4. Tadbirkorlik faoliyatining huquqiy asosini ta’minlovchi qanday qonunlarni bilasiz? Izohlang.
5. Tadbirkorlik muhitiga qanday omillar ta’sir etadi?
6. Tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishning maqsad va vazifalari nimalardan iborat?
7. Mulkchilik shakllariga ko‘ra korxonalarining necha turi mavjud?
8. O‘zbekistonda tadbirkorlik faoliyatini qo‘llab-quvvatlash va rivojlantirish yo‘nalishlarini ko‘rsatib bering.
9. Davlatning kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish borasida qanday siyosati amalga oshiriladi?
10. “Barkamol avlod yili” Davlat dasturida yoshlarni kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatiga yo‘naltirishga qaratilgan chora-tadbirlar to‘g‘risida gapirib bering.

3-Mavzu: KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIKNING DAVLAT TOMONIDAN QO'LLAB QUVVATLANISHI VA BOSHQARILISHI.

1-ma'ruza mashg'uloti

3.1.Tadbirkorlikni har tomonlama qo'llab-quvvatlash zarurati.

3.1. Kichik tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash dasturlari.

3.1.Tadbirkorlikni har tomonlama qo'llab-quvvatlash zarurati.

O'zbekistonda davlat tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirishni chuqurlashtirishning davlat dasturida tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash va xususiylashtirishdan keyingi davrda korxonalar bir maromda ishlashini ta'minlash choralar ko'zda tutilgan. Buning uchun davlat:

- maxsus investitsiya fondlari va banklar tuzadi;
- xususiylashtirishdan olingan mablaglarga xususiylashtirilgan korxonalarni rivojlantirish dasturlarini qo'llab-quvvatlashda foydalaniladi;
- davlatga tegishli aksiyalarga olingan dividentlarni texnika jixatdan qayta qurollantirish va asosiy fondlarni yangilashga yo'naltiriladi;
- bojxona to'lovlari va soliqlarining ayrim turlarini pasaytirish yoki bekor qilish, narx belgilash va litsensiyalash xajmlarini kamaytirish va shu kabi ko'rinishdagi turli imtiyozlarni belgilaydi;
- tadbirkorlikning huquqiy va iqtisodiy muxofazalanishini kafolatlaydi.

Davlat tadbirkorlar uchun shart-sharoitlar yaratishda xal qiluvchi rol o'ynaydi. Bugungi kunda bozor iqtisodiyoti sharoitida tadbirkorlik rivojlantirish uchun xizmat qiluvchi shart-sharoitlarni yaratilishi kerak.

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

-salmoqli huquqiy va ma'muriy tartibga asoslangan bozor iqtisodiyotiga yo'nalgan siyosat;

-boshlovchi tadbirkorlarni o'qitish dasturlarni ishlab chiqish;

-mablag'dan 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 islohotlarni yanada chuqurlashtirish, xususiy mulk muxofazasini ta'minlash va tadbirkorlikni rivojlantirish to'g'risida"gi farmoni bilan xususiy mulkchilik asosidagi tadbirkorlikning yuzaga kelishi iqtisodiy islohotlarning hozirgi 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 o'z ichiga oluvchi tegishli me'yoriy-huquqiy xujjatlarga asoslanadi.

Respublika bozor iqtisodiyotiga o'tishning o'z yo'lini tanlab oldi. U iqtisodiy isloxatlarni o'tkazishning 5 asosiy qoidasiga asoslanib, "Davlat bosh islo Hatchchi" ekanligini ko'rsatdi. O'zbekiston xukumati tadbirkorlikni Qo'llab-Quvvatlashning kudratli yo'lini qabul kildi.

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

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

Qishloqlarda joylashgan kichik korxonalar, yordamchii ishlab chiqarishlar, hunarmandchilik mol-mulkiga, qo'shimcha qiymat, yer, transport solig'i, amortizatsiya ajratmalar, Qishloq xo'jalik mahsulotlarini qayta ishslash va xalq iste'mol buyumlarini ishlab chiqarishga soliqlar stavkasi 50 % kamaytirilgan.

Rivojlangan kapitalistik mamlakatlarda 70-yillarning o'rtalaridan boshlab iqtisodiy tanglik davrida iqtisodiy usishning yangi modeli shakllana boshladi. Uni innovatsion yoki axborot-industrial model sifatida ta'riflash mumkin. Ko'pchilik firmalar uchun o'rganish bo'lgan ishlab chiqarish va marketing infrastrukturasi sifat jihatidan yangi texnologiyalar, talab va taklif konyukturasi bilan almashdiki bu xo'jalikning yuritish

sub'ektlari o'rtasidagi o'zaro munosabatlarda o'zgarishlarga olib keldi. Iqtisodiy o'sish samaradorligini oshirishda yangi bosqich boshlandi. U tadbirkorlik sa'yiharakatning xiyla xujumkor tipini shart qilib qo'ydiki, bu rux tovar ishlab chiqaruvchiga bozor muvaffaqiyati va yetakchilikni ta'minladi. Tadbirkorlik faoliyat turi sifatida o'zini o'zi tartibga solib turuvchi tizim xususiyatlarini egallaydi.

Bu jarayon quyidagi xususiyatlar bilan tavsiflanadi:

1. Bozor iqtisodiyoti amal qilgan barcha mammalakatlarda o'z xususiy ishini yo'lga qo'yishga ko'lam jihatidan mislsiz intilish yuzaga keldi. AQSHda keyingi 20 yil ichida korxonalarning umumiyligi miqdori deyarli 3 barobar, Yaponiyada- taxminan 2 marta ko'paydi. Italiyada esa, har yili 300 mingga yaqin yangi korxona paydo bo'lardi.

2. Tadbirkor jamiyatining ijtimoiy tarkibida muhim o'rinni egallab, "zamonasining yangi qahramoni" ga aylandi.

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

4. Tadbirkorlik bilan shug'ullanish uchun sifat jixatidan boshqacha shart-sharoitlar tarkib topdi: venchur mablag'i bozori tez o'sdi, moliya muassasalarini diversifikatsiyalash va aholining moliya mablag'larini jalb etish imkonlari kengaydi. Fuqarolar va tashkilotlarning biznesdagisi axborotlarga yetishishi yaxshilandi (inkubatorlar, innovatsion parklar, ryunder markazlari va shu kabilar).

O'zbekiston xususiylashtirishdan olingan barcha mablag'lar byudjetga emas, balki xususiylashtirilgan korxonalarni qo'llab-quvvatlashga, tadbirkorlik va bozor tarkiblarini rivojlantirishga yo'nalltiriladigan yagona davlatdir.

Xalkaro tashkilotlar (Jahon banki, BMT-YUNIDO) tomonidan qayd qilinishicha korxonalar va tadbirkorlik faoliyatini xususiylashtirishdan keyingi qo'llab-quvvatlanishning O'zbekistonda amal kilinayotgan tizimi MDH mamlakatlari orasida o'xshashiga ega emas.

Xususiy lashtirish va davlat tasarrufidan chiqarishning davlat dasturidan tashqari O‘zbekistonda xalq xo‘jaligining barcha tarmoqlarida shu jumladan, Qishloq xo‘jaligida alohida, tadbirkorlikni rivojlantirish dasturlari qabul qilinib, amalga oshirilmoqda. 1994 yili Qoraqalpog’iston Respublikasi, barcha viloyatlar va Toshkent shahrini qamrab oluvchi mintaqaviy dasturlar ishlab chiqildi va amalga oshirila boshladi.

Soliq solish sohasidagi qonunlarni takomillashtirish borasida ishlar chuqur o’ylab olib boriladi. Mutaxassislarning baholashicha O‘zbekistondagi soliq tizimi sobiq ittifoqning barcha respublikalaridagidan, Evropadagi ko’pgina mamlakatlar va AQSHdagidan ko‘ra progressivrokdir.

Bundan tashqari, xususiy korxonalar ishlab chiqarishni rivojlantirish, mahsulot chiqarishni ko’paytirish, soliq olinmagan mablag’larni ijtimoiy ehtiyojlarga yo’naltirish maqsadida daromaddan olinadigan soliq bo'yicha imtiyozlardan foydalanishlari mumkin.

Ish boshlagan dastlabki ikki yil ichida xususiy korxonalar mulkga solinadigan soliplardan, 1995 yildan boshlab esa, barcha korxonalar 20 % lik ammortizatsiya ajratmali to’lashdan ozod qilindilar.

Xususiy mulk shaklida xususiy lashtirilgan korxonalar (Maxalliy sanoat, maishiy xizmat, davlat savdosi, umumiylar ovaqtlanish, matbuot korporatsiyasi, “O‘zmevasabzavotuzumsanoat”) order olgan vaqtlaridan boshlab dastlab 2 yil ichida mulk solig‘i, resurs to’lovlar, 20 foizli amortizatsiya ajratmalarini to’lashdan ozod qilinganlar.

Xalq iste’moli buyumlari va qishloq xo‘jalik mahsulotlari ishlab chiqarish bo'yicha yangidan tashkil etilayotgan xususiy korxonalar ko’pgina soliplardan ozod etilgan, boshqa chet el davlatlari bilan qiyoslansa, ularning soliq yuki ancha yengil. Chunonchi, Germaniya, Fransiya, AQSH va bozor iqtisodiyoti rivojlangan boshqa mamlakatlarda Turkiya va hatto o’sha Rossiyada ham xususiy korxonalar uchun soliq yukining tushumining 40 foizidan 60 foizgacha bo‘lgan qismini 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 sub’ektlarini huquqiy himoya qilish tizimini yanada takomillshtirish to‘g‘risida”gi farmonlari davlat mulkini xususiy lashtirish sohasidagi qonunchilikni takomillashtirish, xususiy tarmoqni jadal rivojlantirishni ko‘zda 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 xususiy lashtirish, 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’minalash imkonini beradi.

3.2.Kichik tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlanish dasturlari.

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 xujjalaringin asosiy maqsadi uning samarali o’sishini ta’minlaydigan infratuzilmasini shakllantirish uchun umumuyl qulay iqtisodiy, huquqiy va tashkiliy sharoitlar yaratishdir.

Kichik tadbirkorning xususiyati yirik industrial ishlab chiqarish uchun inqiroz davrida uning ustivorligi hisoblanadi.

Rivojlanayotgan mamlakatlarning tajribasi shundan guvoh beradiki, uzoq davom etadigan iqtisodiy inqiroz muhitida asosan ishlab chiqaradigan mayda korxonalar

yirik korxonalarga nisbatan kamroq jabrlanadi, xattoki bozorda o'z mavqeini mustahkamlaydi.

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 rag‘batlantirish to‘g‘risidagi” Farmonlarini, 1995 yil 26 iyuldagagi “Xususiy tadbirkorlik va kichik biznesni qo'llab-quvvatlash fondini tashkil etish to‘g‘risida”gi qarorlarini kirtish mumkin.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni bilan tashkil etilgan kichik biznesni rivojlantirishga ko‘maklashish jamg’armasi va savdo sanoat palatasi eng muhim moliyaviy vosita hisoblanadi. Jamg’arma byudjetidan ajratilgan, davlat va munitsipal mol-mulkni xususiylashtirishdan tushgan mablag’larda o‘z faoliyatidan kelgan daromadlardan xususiy va jismoniy shaxslarning ixtiyoriy badallari, qimmatbaho qog’ozlar chiqarish va joylashtirishdan tushgan daromadlardan iborat pul mablag’larini jamlash yo’li bilan kichik tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash rivojlantirishga qaratilgan dasturlar, loyihibar va tadbirlarni mablag’ bilan ta’minlaydi.

Biznes-fondning asosiy maqsadlari quyidagilardan iborat:

- ustuvor yo’nalishlarda kichik biznesni qo'llab-quvvatlash yo’li bilan bozor munosabatlarini bosqichma-bosqich rivojlantirib borish mobaynida davlat siyosatini o’tkazishga ko‘maklashish;
- kichik biznesning bozor infrastrukturasini vujudga keltirishga ko‘maklashuvchi infrastruktura elementlari (bank, axborot, sug‘urta, lizing va boshkalar)ni shakllantirish;
- kichik biznesni, xususiy tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash xamda rivojlantirish uchun o‘z mablaglarini ajratish va chet el investitsiyalarni jalb etish masalalarida xalqaro moliya va jamoat tashkilotlari xamda jamg’armalari, korporatsiyalari, agentliklari, vakolatxonalari, idoralari, xususiy, huquqiy va

jismoniy shaxslar tadbirkorlik tuzilmalari bilan o‘zaro hamkorlikni ta’minlashdan iboratdir.

Biznesning asosiy vazifalari:

- kichik tadbirkorlik tuzilmalariga respublika tovar bozorlarini to’ldirish, chetdan keltiriladigan tovarlar o’rnini bosish va chetga chiqariladigan tovarlar o’rnini kengaytirish, yangi ish o’rinlarini barpo etish uchun moliyaviy yordam ko‘rsatish;
- kichik tadbirkorlik tuzilmalari innovatsiya faoliyatini qo‘llab quvvatlash, raqobatga bardoshli tayyor mahsulotning yangi turlarini ishlab chiqish va ishlab chiqarishni rag’batlantirish;
- O‘zbekiston Respublikasida ma’lumotlar bankini vujudga keltirish va biznesni tashkil etib, rivojlantirish borasida axborot huquqiy xizmatlar ko‘rsatish;
- kichik biznesning kamyob xalq iste’moli buyumlari ishlab chiqarish va xizmatlarni kengaytirishga qaratilgan loyihalari hamda, dasturlari uchun moliyaviy mablag’lar ajratishdan iborat .

Biznes fond bilan bevosita hamkorlikda “Madad” sug‘urta agentligi ish olib boradi, u har bir valyutada o’z buyumlariga ega bo‘ladi. Davlat uning ham muassasasi bo‘lib, kichik va o’rta korxonalarning faoliyatini kreditlash bilan boglik kattagina xatarning moliyaviy ta’minotini o’z zimmasiga oldi.

“Madad” sug‘urta agentligi:

- kichik biznesning dasturlari va loyihalarini ekspert baholash va tanlab olishni hamda ularni ro’yobga chiqarish uchun moliyaviy mablag’lar ajratilishi maqsadlarini ko’zlab xalqaro moliyaviy tashkilotlar bilan ishlab chiqish;
- tadbirkorlik tuzilmalari Biznes fonddan ajratilgan mablag’lardan samarali foydalanishi ustidan nazorat mexanizmini ishlab chikishni amalga oshiradi;
- buyurtmaning fond dasturiy yo’rig’iga muvvofik, darajasini;
- loyihaning dolzarbligi, noyobligi, realligi, raqobatga bardoshligi, loyihaning mintaqa manfaatlariga muvofiq, loyiha byudjeti va grafigi (hayotiy sikli) mukammalligi loyihaning moliyaviy asoslanganligini belgilaydi;

-loyihalarni amalga oshirish bilan bog'liq tavakkalchilikni sug'urtalaydi.

Shuni ta'kidlash kerakki, sug'urtalash sohasida davlatning yakka hokimligi tugatildi va O'zbekiston Respublikasining sug'urta bozorida bugun 24 ta sug'urta kompaniyasi ish olib bormoqda.

Kichik va xususiy tadbirkorlikni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash tadbirlari quyidagi 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 maslahat ta'minoti;

-tadbirkorlikni ijtimoiy-ruxiy jihatdan ta'minoti va boshqalar.

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

- Respublika kichik korxonalarni qo'llab-quvvatlash fondi tashkil etilgan bo'lib, moliyaviy yordam kichik korxonalarga davlat, jamoa, tashkilotlar, yuridik va ajnabi shaxslarni ixtiyoriy tulaydigan yigimlari xisobidan qo'llab-quvvatlanmokda;
- 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 mahsulotlari ishlab chikaradigan va bu mahsulotlarni qayta ishlaydigan, keng xalq iste'moli tovarlari ishlab chiqaruvchi, qurilish, ta'mirlash, qurilish materiallari ishlab chiqaruvchi, yangiliklarni tadbik etuvchi kichik korxonalar byudjetga soliq tulashdan ozod etilgan;

- o’z foydalarini qurilishga, korxonani qaytadan rekonstrutsiya qilish, asosiy fondlarni yangilab borishga, yangi texnikani, texnologiyani, ishlovchilarni malakasini oshirishga sarflaydigan kichik korxonalardan soliq solinmaydi;
- kichik korxonalarda pensionerlar kariligi va nogironligi bo'yicha ishlayotganlarni 50 foizini tashkil **qilgan** takdirda olngin foydadan davlat byudjetiga tulanadigan soliq 30 foizga kamaytirilgandir;
- kichik korxonalarda ishlovchi karilar va nogiron pensionerlar umumiyligi ishlovchilarni 30 foizdan to 50 foizgacha tashkil etsa, foydadan olinadigan soliq 20 foizga kamaytiriladi;
- qonunda ko'rsatilgan kichik korxona mustakil o'zi xo'jalik faoliyati olib borish huquqiga ega, o'z-o'zini moliyalashtiradi, o'zini boshkaradi, o'z 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 istiqboli uchun zarur faoliyat turlarini baxolash majburiyatini oladi, moliyaviy natijalar bo'yicha buxgalteriya xisobotlarini tuzib beradi;
- kichik korxonalar o'z mablaglarini o'zi pul, moddiy tushumlar, korxona, tashkilotlarga mahsulot sotishdan kelib tushgan mablag', aksiyalarni sotishdan, boshqa qimmatli kog'ozlarni sotishdan kelgan mablag'lar, kichik korxona mulkini shakllantirishda shartnomaga bo'yicha turli korxonalar pul, moddiy shaklda badal o'tkazish fuqarolar, ishlovchilar ham pul o'tkazishlari mumkin;
- kichik korxonani tashkil etuvchi tashkilot firmani oladigan foydasidan ta'sischiga o'tkaziladigan normani belgilaydi, kichik korxona byudjet va ta'sischi bilan hisob-kitob qilib bo'lgandan so'ng kichik korxonani o'z foydasi tashkil topib, bu foyda korxona nizomi bo'yicha taqsimlanadi.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Mikrofirmalar va kichik korxonalarini rivojlantirish borasida qo’shimcha 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.

3-Mavzu: KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIKNING DAVLAT TOMONIDAN QO'LLAB QUVVATLANISHI VA BOSHQARILISHI.

2-ma'ruza mashg'uloti

- 3.1. Litsenziya berish soxasida davlat siyosati.
- 3.2. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalariga litsenziya berish tartibi

3.1. Litsenziya berish soxasida davlat siyosati.

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

1. Chet eldan mol olib kelish yoki chiqarish uchun beriladigan ruxsatnoma.
2. Ixtiro kashfiyotida foydalanish uchun beriladigan ruxsatnoma.

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

Litsenziya potensialga ega bo'lgan shaxs tomonidan ham beriladi va bunda potensialga egalik o'zgarmaydi. Litsenzion kelishuvda litsenziya berish, olish shart-sharoitlari, muddati, rag'batlantirilishi ifoda etiladi.

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

Litsenziyaning 3 xil turi mavjud:

- oddiy litsenziya
- maxsus litsenziya
- to'lik litsenziya

Oddiy litsenziya uning egasiga o'zi foydalanishi uchun yoki boshqaga foydalanishga berish uchun imkon yaratadi.

Maxsus litsenziya oluvchiga uning egasi faoliyat qiluvchi xududda foydalanishni va boshqalarga bu imkoniyatni berishni ta'kidlaydi. Litsenziya oluvchiga man etilgan boshqa hududlarda litsenziya egasining o'zi foydalanishi va boshqalarga foydalanishga imkon yaratish mumkin.

To'liq litsenziya egasining huquqini batamom yo'qotishini 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 xususiy lashtirish sohasidagi qonunchilikni takomillashtirish, xususiy tarmoqni jadal rivojlantirishni ko'zda tutadi.

Bu borada 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.

3.2. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalariga litsenziya berish tartibi

Tadbirkorlik faoliyatining ayrim turlari bilan shug'ullanish uchun davlat tomonidan vakil qilingan organlardan litsenziya olgandan keyingina ijozat beriladi.

Litsenziya beruvchi organlar 3.3.1-jadvalda keltirilgan.

Litsenziya korxonani boshqarishdan manfaatdor bo'lgan shaxsning ta'sis hujjatlari nusxasi ilova qilingan arizasiga qarab beriladi. Kerakli hujjatlar va ariza berilgandan so'ng, 30 kun ichida litsenziya berish haqida qaror qabul qilinadi.

Agar litsenziya berish uchun kerakli qaror qabul qilishda ekspertiza talab qilinsa, bu ekspertizani vazifasi nazorat qilishdan iborat bo‘lgan davlat organlari amalga oshiradi. Ekspertiza xulosasi olingandan so‘ng, 15 kun mobaynida ariza va kerakli hujjatlar topshirilgach, 60 kundan kechiktirmay, qaror qabul qilinadi. Bunda ekspertiza o‘tkazish uchun ketgan xarajatlarni ariza beruvchi to‘laydi.

3.2.1-jadval.

Litsenziya beruvchi organlari

Litsenziya beruvchi organlar	Faoliyat turi
Vazirlar Mahkamasi	-raketa-kosmik majmui; -aloqa tizimlari; -qimmatbaho metallar; -qimmatbaho toshlar qazib olish; -qimmatbaho toshlar va mettallardan zargarlik buyumlari yasash; -havo taransporti va boshqa faoliyat turlari.
Adliya vazirligi	-yuridik shaxslarning yuridik faoliyat bilan shug‘ullanishga, masalan, advokatlik maslahati, notarial idora va boshqalar.
Moliya vazirligi	-qimmatli qog‘ozlarni chiqarish; -lotereya o‘yinlarini o‘tkazish va boshqalar.
Markaziy bank	-valyuta qiymatlari bilan operatsiyalar o‘tkazish; -tijorat banklari ochish va boshqalar.
Ichki ishlar vazirligi	-ovchilik va sport o‘qotar qurollari va ularga o‘q-dorilar ishlab chiqarish, tuzatish va sotish; -sovuv qurollar ishlab chiqarish va sotish; -tarkibida narkotik moddalar bo‘lgan yokinlarni yokish, qayta ishlash va sotish; -narkotik moddalar tayyorlash, sotish va boshqalar.

Sog‘lijni saqlash vazirligi	-farmakologik preparatlar ishlab chiqarish va sotish; -tibbiy xizmat ko‘rsatish; -parfyumeriya va kosmetika buyumlari, maishiy kimyo tovarlarini tayyorlash va boshqalar.
Xalq ta’limi, Oliy va o‘rtta maxsus ta’lim vazirliklari	-sog‘lomlashtirish va bolalar, o‘smirlar hamda yoshlardan lagerlarini tashkil qilish; -xususiy o‘quv muassasalarini ochish va boshqalar.
O‘zbekiston pochta va telekommunikatsiyalar agentligi	Aloqa xizmati ko‘rsatish.

Litsenziya ikki nusxada bo‘lib, hujjatt berishga javobgar shaxs tomonidan qo‘l qo‘yilib, berayotgan organning muhri bosilib, bir nusxada ariza beruvchiga topshiriladi.

Litsenziyada quyidagilar ko‘rsatilgan bo‘ladi:

- litsenziya berayotgan muassasa nomi;
- yuridik shaxsning nomi va manzili yoki tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirayotgan shaxsning ismi-sharifi, turar joyi;
- litsenziya berilayotgan faoliyat turi;
- faoliyatni amalga oshirish qoidalari va shart-sharoitlari;
- litsenziyaning ro‘yxat raqami, berilgan vaqt va muddati.

Agar tadbirkor ruxsat etilgan faoliyatni amalga oshirishda litsenziyada belgilangan qonun-qoidalarni yoki amaldagi qonunlarni buzsa, shuningdek, aholi hayotiga xavf-xatar keltiruvchi faoliyat bilan shug‘ullansa, u holda litsenziya bergen muassasa tadbirkorni litsenziyadan foydalanish huquqidan mahrum qilishga haqlidir.

Agar tadbirkorlik faoliyati tugatilsa yoki tadbirkor litsenziyadan foydalanish huquqidan mahrum qilinsa, u holda litsenziya bergen muassasa tomonidan olib qo‘yiladi.

NAZORAT SAVOLLARI.

1. Tadbirkorlikni xar tomonlama qo‘llab-quvvatlashning zarurati nimadan iborat?
2. Qanday dasturlar asosida kichik tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlash tizimi amal kilmoqda?
3. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni 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. Korxonalarining o‘ziga xos xususiyatlari nimalardan iborat?
7. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni qullab –quvvatlash turlarini aytib bering?
8. Xo‘jalik yurituvchi sub’ektlarga litsenziya berish tartibi qanday?

4-MAVZU. TADBIRKORLIK FAOLIYATINING TURLARI

1-ma’ruza mashg’uloti

- 4.1. Ishlab chiqarish tadbirkorligi
- 4.2. Tijorat tadbirkorligi
- 4.3. Moliyaviy tadbirkorlik
- 4.4. Maslahat tadbirkorligi

4.1. Ishlab chiqarish tadbirkorligi

Tadbirkorlik faoliyati turlari xilma-xildir. Faoliyat maqsadi, turi va yo‘nalishlariga qarab tadbirkorlik faoliyatining ishlab chiqarish, tijorat, moliyaviy va konsalting turlarini ajratish mumkin.

Ishlab chiqarish tadbirkorligining mohiyati. Tadbirkorlik faoliyati turlari nisbatan mustaqil bo‘lib, bir-birini to‘ldirib keladi. Tadbirkorlik faoliyatining barcha turlarini belgilab beruvchi ishlab chiqarish tadbirkorligining ustuvorligini tan olish kerak.

Innovatsion, ilmiy-texnik faoliyat, tovarlarni bevosita ishlab chiqarish, xizmat ko‘rsatish va shu sohadagi axborot bilan ishlash faoliyati ishlab chiqarish tadbirkorligiga kiradi. Ishlab chiqarish bilan shug‘ullanmoqchi bo‘lgan har bir ishbilarmon tadbirkorlik faoliyatining qaysi turi bilan shug‘ullanishini, qanaqa mahsulot ishlab chiqarishini, qanday xizmat ko‘rsatishini oldindan belgilab olishi lozim. Shu ish amalga oshgandan keyin tadbirkor marketing bilan shug‘ullanadi. Tovarga bo‘lgan talabni bilish maqsadida u tovarning potensial iste’molchilari, xaridorlari, ulgurji va chakana savdo bilan shug‘ullanuvchi tashkilotlar bilan aloqa qiladi. Muzokaralar ishbilarmon va bo‘lajak xaridorlar o‘rtasida shartnoma tuzilishi bilan yakunlanadi. Tuzilgan shartnoma tadbirkorlikdagi tavakkalchilikning oldini olishga imkon beradi. Shu ishlar amalga oshmasa, tadbirkor faqat og‘zaki va’dalar asosida ishlab chiqarish faoliyatini boshlaydi. Shakllangan barqaror bozor sharoitida rivojlangan

mamlakatlarda og‘zaki kelishuvlar ishonchli kafolat bo‘lib, kerak bo‘lgan hollarda shartnoma, bitim shaklida rasmiylashtiriladi. Biroq, bizning mamlakatimizda bozor iqtisodiyoti endi shakllanayotgan davrda og‘zaki bitimlarning kafolati past va tavakkalchilik kuchlidir.

Tadbirkorlik faoliyatining keyingi bosqichi ishlab chiqarish omillarini sotib olish yoki ijaraga olishdir.

Ishlab chiqarish omillari. Ma’lumki, ishlab chiqarish omillari ishlab chiqarish fondlari, ishchi kuchi, axborotdan iborat. Ishlab chiqarish fondlari o‘z navbatida asosiy va aylanma ishlab chiqarish fondlariga bo‘linadi.

Asosiy ishlab chiqarish fondlari (mehnat qurorollari) inshootlar, o‘zatuvchi moslamalar, quvvatli mashina va jihozlar, ishchi mashina va jihozlar, o‘lchov uskunalari, laboratoriya jihozlari, hisoblash texnikasi, transport vositalari, ishlab chiqarish inventarlari va boshqa asbob-uskunalardan iborat. Asosiy ishlab chiqarish fondlariga sex zavod va laboratoriya binolari kiradi.

Moliyaviy mablag‘ga bo‘lgan talab va uning hisobi. Tadbirkorlik bitimini to‘zish moliyaviy xarajatlar bilan bog‘liq. Ishlab chiqarish va tadbirkorlik faoliyatiga kerak bo‘ladigan pulning miqdorini (P_p) quyidagi formula asosida hisoblash mumkin:

$$P_p = P_i + P_m + P_v + P_a + P_h ;$$

Bu yerda:

P_i – yollanma ishchilarga maosh to‘lash uchun kerak bo‘ladigan pul mablag‘lari;

P_m – sotib olinadigan material, xom ashyo, yarim tayyor mahsulot, butlash qismlari, yonilg‘i, energiya uchun to‘lovlar;

P_v – mehnat vositalari (asosiy ishlab chiqarish fondlari) – bino, inshoot, o‘zatish moslamalari, mashina, hisoblash texnikasi, asbob-uskunalar, transport vositalarini sotib olishga ketgan mablag‘lar;

P_a – axborot uchun sarflangan mablag‘lar;

Ph – boshqa tashkilotlar xizmatiga (qurilish ishlari, transport xizmatlari va boshqalarga) ketgan to‘lovlar.

Ishlab chiqarish faoliyati bilan shug‘ullanish uchun tadbirkor boshlang‘ich kapitalga ega bo‘lishi kerak. Har qanday kishining bunga imkonи bo‘lmасligi mumkin. Ushbu holatda ishbilarmon tijorat banki yoki mablag‘i bor shaxsga kredit olish uchun murojaat qiladi. Buning boshqa yo‘li ham bor – tadbirkor ishlab chiqarish omillari (bino, uskuna, xom ashyo, material, axborot va boshqalar)ni kreditga ham olishi mumkin. Baribir tadbirkor kredit bergen shaxsga olingan pul mablag‘ini yoki kreditga olingan ishlab chiqarish omillarining qiymatini qo‘srimcha foizlar bilan qaytarishi kerak.

Mablag‘larni imtiyozli asosida davlat tuzilmalari ajratishi mumkin. Buning uchun O‘zbekistonda kichik biznesni rivojlan-tirishga yordam berish maqsadida mahsus jamg‘armalar to’zilib, kredit berishga imtiyozlar yaratilgandir.

Ishlab chiqarish va tadbirkorlik faoliyatida bilvosita ishtirokchi bo‘lib, unda moliya soliq organlari ishtirok etadi. Ular tadbirkorlik faoliyati hisobidan mahalliy byudjetga majburiy to‘lovlar, ajratmalar va jarimalar o‘tkazish bilan shug‘ul-lanadilar.

Ishlab chiqarish faoliyati natijasi. Mahsulotni sotish, biror bir ishni bajarish, haridorga, iste’molchiga xizmat ko‘rsatish va ma’lum hajmda foyda olish tadbirkor ishlab chiqarish faoliyatining natijasidir.

Tadbirkor foydasi yalpi va sof foydaga bo‘linadi. Ishlab chiqarish va sotishga ketgan xarajatlardan keyin qolgan tushum yalpi foyda deyiladi. Yalpi foydadan soliqlar to‘lanadi. Yalpi foyda hisobidan soliqlar, jarima va boshqa to‘lovlar to‘langandan keyin qolgan pul sof foyda hisoblanadi.

Tadbirkorning umumiy moliyaviy bahosini rentabellik ko‘rsatkichi belgilaydi. U sof foydani jami xarajatlarga bo‘lgan nisbati shaklida aniqlanadi.

4.2. Tijorat tadbirkorligi

Tijorat tadbirkorligi faoliyati tovar birjalari yoki savdo tashkilotlari bilan bog‘liq.

Tovar birjası – tovar namunalari haridor tomonidan oldindan ko‘zdan kechirilmagan va tovarlarni minimal partiyasi belgilangan ulgurji tovar bozorining turi. Tovar birjasida o‘zaro kelishilgan va rioya qilingan qoidalar asosida savdo operatsiyalarini amalga oshirish uchun tijorat vositalari va ularning xizmatchilari o‘z xohishlari bilan birlashadi. Ushbu birjaning maqsadi erkin raqobatning boshqarish mexanizmini tashkil qilish va shu orqali talab va taklifni hisobga olgan holda haqiqiy bozor narxlarini aniqlashdir. Tovar birjası standartlar bo‘yicha sotiladigan tovarlar (don, ko‘mir, metall, neft, yog‘och)ning doimo faoliyat ko‘rsatuvchi ulgurji savdo bozoridir. SHunga o‘xshash birjalar barcha iqtisodiy rivojlangan mamlakatlarda faoliyat ko‘rsatib kelmoqda. Misol sifatida London (rangli metall), Liverpul (paxta), Singapur (kauchuk) va boshqa tovar birjalarini ko‘rsatish mumkin.

Tovar birjalarida tovar egalari bilan oddiy savdo qilishdan tashqari fyucher bitimlari ham tuziladi. Bu bitim bo‘yicha kontraktda ko‘rsatilgan tovar uchun to‘loymi ma’lum vaqtdan keyin amalga oshirish mumkin.

Tovar birjalari quyidagi asosiy funksiyalarni bajaradi:

- savdo bitimlarni tuzishga vositachilik xizmati ko‘rsatadi;
- tovar savdosini tartibga soladi, savdo jarayonlarini boshqaradi va savdo mojarolarini hal qiladi;
- narxlar to‘g‘risida, shuningdek ishlab chiqarish va narxlarga ta’sir qiluvchi turli omillar haqida axborotlar yig‘adi va e’lon qiladi.

Respublika tovar-xom ashyo birjası 1994 yili ochiq hissadorlik jamiyati shaklida tashkil etildi. U sanoat, qishloq xo‘jaligi, oziq-ovqat tovarlari va xom ashyo mahsulotlarini erkin ulgurji savdosini uyushtiradi. Birja savdolarida brokerlar orqali harid qilingan mahsulotlar respublikadan tashqariga litsenziyasiz

va bojxona to‘lovisiz chiqariladi. Tovar-xom ashyo birjasining bo‘linmalarini barcha viloyatlarda va Qoraqalpog‘iston Respublikasida tashkil etilgan.

Tovar-xom ashyo birjasi chet el davlatlari (Angliya, Polsha, Turkiya) hamda MDH mamlakatlari (Rossiya, Tojikiston, Turkma-niston)ning tovar xom ashyo birjalari bilan, Kiev, Belarus universal birjalari bilan birjalararo aloqalarni yo‘lga qo‘ygan.

«O‘zulgurjibirjasavdo» respublika tovar resurslari bozorini shakllantirishda zarur infratarkibni yaratish maqsadida 1994 yili O‘zbekiston shartnomalar va savdo bo‘yicha davlat aksiyadorlik uyushmasi negizida tashkil etilgan. Ilgari xalq xo‘jaligi ta’minotiga respublika moddiy-texnika ta’minoti idorasi rahbarlik qilgan. O‘zbekistonda o‘tkazilayotgan chuqur iqtisodiy islohotlar moddiy-texnika ta’minoti tizimini ham tubdan o‘zgartirdi. «O‘zulgurjibirjasavdo» xo‘jalik mexanizmini rejaviy moddiy-texnika ta’minoti tizimidan erkin xo‘jalik aloqalariga o‘tishini, davlat ehtiyojlari uchun mahsulot etkazib berishni, ishlab chiqaruvchilar bilan shartnomalar tuzish yo‘li orqali amalga oshirishni ta’minlaydi. Moddiy-texnika ta’minoti va sotish bozor usullari bo‘yicha oldisotdi, ulgurji savdo, yarmarka, birja va kim oshdi savdolari yo‘li bilan amalga oshiriladi.

4.3. Moliyaviy tadbirkorlik

Tijorat banklari va fond birjalari moliyaviy tadbirkorlik uchun faoliyat ko‘rsatuvchi maqom bo‘lib xizmat qiladi.

Tijorat banki – aksiyador turdagি moliyaviy-kredit muassasasi bo‘lib, asosan pul omonatlarini (depozitlarni) qabul qiluvchi va mijoz ko‘rsatmasi bilan boshqa hisob-kitob operatsiyalarni amalga oshiruvchi tijorat tashkilotlariga pulli xizmat ko‘rsatadi. Tijorat banklarining daromad manbai depozit (jalb etilgan) va ssuda mablag‘lari o‘rtasidagi farqlardan shakllanadi.

Tijorat banklari operatsiyalari passiv (mablag‘larni jalg‘ish), aktiv (mablag‘larni joylashtirish), komission-vositachi (komission to‘lovlari bo‘lgan mijozlarning topshiriqlarini bajarish) kabi uch guruhga bo‘linadi.

Tijorat banklari mablag‘larni katta muddatga olib, kichik muddatga qarzga beradi. Bu banklar kreditorlarga oldindan belgilangan foizlarni to‘lash bilan bog‘liq tijorat tavakkaliga mubtalo bo‘ladi. Shu sababli bank berilgan qarzlari turli sabablarga ko‘ra o‘z vaqtida qaytmasligini hisobga olib, ma’lum pul zaxirasiga ega bo‘lishi kerak.

Hozirgi kunda O‘zbekiston Respublikasida bir qancha tijorat aksionerlik banklari faoliyat ko‘rsatmoqda. Tijorat banklari milliy iqtisodiyotning turli soha va tarmoqlari, korxona va tashkilotlari, xo‘jalik va tadbirkorlik sub’ektlarini kreditlash, moliyalash va ularga hisob-kitob xizmati ko‘rsatishni amalga oshiradi. Banklar faoliyati to‘la mustaqildir. O‘z resurslari yetmay qolganda ular boshqa banklardan yoki Markaziy bankdan kredit olishlari mumkin.

Fond birjasi. Moliyaviy tadbirkorlikning elementlaridan yana biri fond birjasidir. Kapitalning ko‘payishi, aktivlarning haqiqiy narxini aniqlashga qaratilgan qimmatbaho qog‘ozlar bozoriga fond birjasi deyiladi. Fond birjasining faoliyat tamoyili talab va taklifni tezkor tartiblashtirishdan iboratdir. Fond birjalarida qimmatbaho qog‘ozlarning kopirovkasi o‘tkazi-ladi. Bunga muvofiq birjaning kopirovka bo‘limi mutaxassislari birja orqali o‘tayotgan barcha qimmatbaho qog‘ozlarning harid kursi va sotuv kurslarini muntazam ravishda baholab boradilar. Joriy kurslar esa doimo chiroqli tabloda yozilib, maxsus byo’lletenda chop etiladi. Joriy kurslarga binoan shu vaqt shu birjada ma’lum aksiyalarni sotish yoki sotib olish narxlari aniqlanadi. Bu narxlар maxsus formula yordamida chiqarilsa, ular birja faolligining indeksini aniqlash uchun asos bo‘ladi. Birja faolligi iqtisodiyotda sodir bo‘layotgan ahvolni o‘ziga xos ravishda aks ettiradi.

Shu bilan birga, davlat monopolistik kapitalizm sharoitida qimmatbaho qog‘ozlar savdosida birja roli ancha pasaydi. Buning asosiy sababi kuchli kredit-moliya institutlarining yuzaga kelishidadir. Ular qimmatbaho qog‘ozlar savdosini birjalarsiz olib boradilar. Qimmatbaho qog‘ozlar savdosida birjalar roli tushib ketganiga sabab, davlat obligatsiyalarining qimmatbaho qog‘ozlar umumiylajmidagi salmog‘i oshganligidadir.

4.4. Maslahat tadbirkorligi

Maslahat xizmatlarining mohiyati va bosqichlari. Ma’lum bir sohada o‘z mutaxassisligi bo‘yicha yo‘l-yo‘riq ko‘rsatuvchi kishiga maslahatchi deyiladi. Chet ellarda boshqaruv bo‘yicha pulli maslahat konsalting deb yuritiladi. Iqtisodiyot va boshqaruv bo‘yicha Evropa Federatsiyasi Maslahatchilar Assotsiatsiyasining ta’rificha menejment-konsalting boshqaruv bo‘yicha muammo va imkoniyatlarni aniqlash, ularga baho berish, tegishli chora-tadbirlar ishlab chiqish va ularni amalga oshirishda xolisona maslahat berish hamda yordam ko‘rsatishdir.

Sanoati rivojlangan mamlakatlarda mablag‘larni maslahatli xizmat shaklida intellektual kapitalga kiritish yangi uskuna yoki ilg‘or texnologiyalarni sotib olishga ketgan mablag‘lar bilan tengdir. Mablag‘lar ishlatishning ushbu ko‘rinishi bizning mamlakatimizda endi amalga oshirilmoqda. Bu yo‘nalishda intellektual imkoniyatlardan iqtisodiyot va boshqaruv sohalarida to‘laligicha foydalanish yaxshi samara beradi. Ko‘p korxonalar o‘zlarining intellektual imkoniyatlaridan to‘la va samarali foydalana olmasliklari sababli bozor iqtisodiyoti sharoitida qiyin ahvolga tushib qolgan. O‘z vaqtida maslahatchilar yordamidan foydalangan rahbarlar moliyaviy-xo‘jalik faoliyatida iqtisodiy samaraga erishganlar.

Germaniyaning mashxur «Porsche» avtomobil firmasi 1991 yilga kelib tanazzulga uch rash arafasida edi. Korxona rahbarlari ahvolni to‘zatish uchun Yaponiyaning «Sigmoidyusu» (bu «Yangi texnologiya» ma’nosini bildiradi) konsalting firmasiga murojaat qilishdi. Firma «Toyota»ning malakali mutaxassislarini yig‘ib, ishga

kirishdi. Chet ellik maslahatchilar sharoitni obdon o‘rganib chiqib, «Porshe» zavodida konveyer ish usulini joriy etdi. Ishlab chiqarishning barcha bo‘g‘inlarida xarajatlar keskin ravishda kamaytirildi. Konveyer tizimi o‘zgartirilmasada mahalliy tajriba va an‘analar hisobga olinmadi. Faqat yapon maslahatchilari taklif qilgan tizim ishlay boshladi.

Yaponiya texnologiyasi joriy etishdan uch yildan keyin «Porshe»da birinchi real natijalar yuzaga keldi: kompaniya kam xarajat qilib, ko‘proq avtomobil ishlab chiqara boshladi. 19% ga kamaytirilgan ishchilar tezroq va sifatliroq ishni bajara boshladi. Yapon maslahatchilarining tavsiyalari tufayli yig‘uv konveyer o‘zunligi qisqardi, ko‘p miqdordagi yordamchi omborxonalarga hojat qolmadi, natijada zavod hududi 30% ga qisqardi. Ishlab chiqarishdagi kamchiliklar ikki barobar kamaydi. Avtomobil yig‘ish tezligi 40% ga oshdi. Bu ishning barchasini o‘sha eski jihozlarda, shu zavodda ishlab kelgan ishchi va muhandislar amalga oshirdi. Ular ixtiro sohasida ham faollashib, har oyda ishlab chiqarishni yaxshilashga qaratilgan ikki yarim mingdan ortiq yangi takliflar bermoqda.

Maslahat uslublari. Maslahat uslublari turli xil bo‘lishi mumkin. Maslahatning uch turi – ekspertli, jarayon va o‘rgatuvchi maslahatlar keng qo‘llaniladi.

Ekspertli maslahat – konsaltingning eng passiv shaklidir. Maslahatning bu turida maslahatchi diagnostika, qaror qabul qilish va ularni joriy etishni mustaqil ravishda amalga oshiradi. Mijoz esa bunday hollarda maslahatchiga kerakli axborot etkazib berishi zarur bo‘ladi.

Jarayon maslahatida – loyihani ishlab chiqish bosqichlarida konsalting firma maslahatchilari mijoz bilan faol ish olib borib, yuzaga kelgan muammolarni hamkorlikda tahlil qiladi va kerakli takliflar beradi.

O‘rgatuvchi maslahatida – mutaxassislarning asosiy maqsadi g‘oyalarning yuzaga kelishi, echimlar qabul qilish uchun asos tayyorlashdir. Shu maqsadda mijozlar uchun ma’ruzalar o‘qiladi, seminarlar o‘tkaziladi, o‘quv qo‘llanmalari ishlab chiqiladi. Umuman olganda mijozlar kerakli nazariy va amaliy axborotlar bilan ta’minlanadi.

Amalda esa yuqoridagi har bir maslahat turlari sof holda qo'llanilmaydi, ular kombinatsiyalashgan shaklda uchraydi.

Sanoati rivojlangan mamlakatlarda konsalting xizmati ko‘p yillar mobaynida bozor iqtisodiyoti infratuzilmasining muhim elementlaridan hisoblanadi. Konsalting xizmati statistika tomonidan maxsus tarmoq deb tan olingan. AQSH da ushbu tarmoqda 700 ming kishi band bo‘lib, uning bir yillik xizmat hajmi 50 mlrd dollarni tashkil qiladi.

4-MAVZU. TADBIRKORLIK FAOLIYATINING SHAKLLARI

2-ma’ruza mashg‘uloti

- 4.1. Tadbirkorlik faoliyatining shakllari. Yakka tartibdagi tadbirkorlik
- 4.2. Xususiy tadbirkorlik
- 4.3. Jamoa tadbirkorligi

4.1. Tadbirkorlik faoliyatining shakllari. Yakka tartibdagi tadbirkorlik

O‘zbekiston Respublikasida «Tadbirkorlik to‘g‘risida»gi qonuning 5-moddasiga binoan tadbirkorlikning quyidagi shakllari mavjud:

- yakka tartibdagi tadbirkorlik;
- xususiy tadbirkorlik;
- jamoa tadbirkorligi;
- aralash tadbirkorlik.

Yakka tartibdagi tadbirkorlik – tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirishning eng oddiy shakli bo‘lib, uni tashkil qilish tartibi O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 1995 yil 14 fevraldagি qarori bilan tasdiqlangan «O‘zbekiston Respublikasida xususiy tadbirkorlik to‘g‘risidagi Nizom» bilan belgilanadi. Ushbu nizomga muvofiq yakka tadbirkor o‘z faoliyatini yuridik shaxs tashkil qilmay amalga oshirishi mumkin. Yakka tartibdagi tadbirkorlar odatda mayda ishlab chiqarish bilan shug‘ullanadilar.

Yakka tartibdagi tadbirkorlik o‘z navbatida ikki turga bo‘linadi:

- shaxsiy tadbirkorlik;
- birgalikdagi tadbirkorlik.

Shaxsiy tadbirkorlik tushunchasi «Tadbirkorlik va tadbirkorlar faoliyatining kafolatlari to‘g‘risida»gi qonunning 15-moddasida quyidagicha bayon etiladi: «Shaxsiy tadbirkorlik yakka tartibdagi tadbirkorlarning o‘zi tomonidan mulk huquqida, shuningdek, mulkka egalik qilish va (yoki) undan foydalanishga yo‘l

qo‘yadigan o‘zga mulkiy huquq tufayli o‘ziga tegishli bo‘lgan mol-mulk negizida mustaqil ravishda amalga oshiriladi».

Ushbu qonunning 16-moddasiga binoan birgalikdagi tadbirkorlikka quyidagilar kiradi:

- er-xotinning umumiyligi mol-mulki negizida amalga oshiriladigan oilaviy tadbirkorlik;
- dehqon xo‘jaligining umumiyligi birgalikdagi mulki negizida amalga oshiriladigan dehqon xo‘jaligi;
- o‘zlariga umumiyligi ulushi mulk huquqida tegishli bo‘lgan umumiyligi mulk negizida yakka tartibdagi tadbirkorlikni amalga oshiradigan shirkat xo‘jaligi.

Yuridik shaxs tashkil qilmay, o‘z faoliyatini amalga oshiradigan tadbirkor sifatida ro‘yxatdan o‘tkazilgan jismoniy shaxsga davlat ro‘yxatidan o‘tkazilganligi haqidagi guvochnoma beriladi va u jismoniy shaxslarni ro‘yxatdan o‘tkazish reestridda qayd qilinadi. Ushbu guvohnoma bankda hisob-kitob varog‘i ochish, soliq organlaridan ro‘yxatdan o‘tish, muhr va boshqa rekvizitlarni tayyorlash uchun asos bo‘lib hisoblanadi.

4.2. Xususiy tadbirkorlik

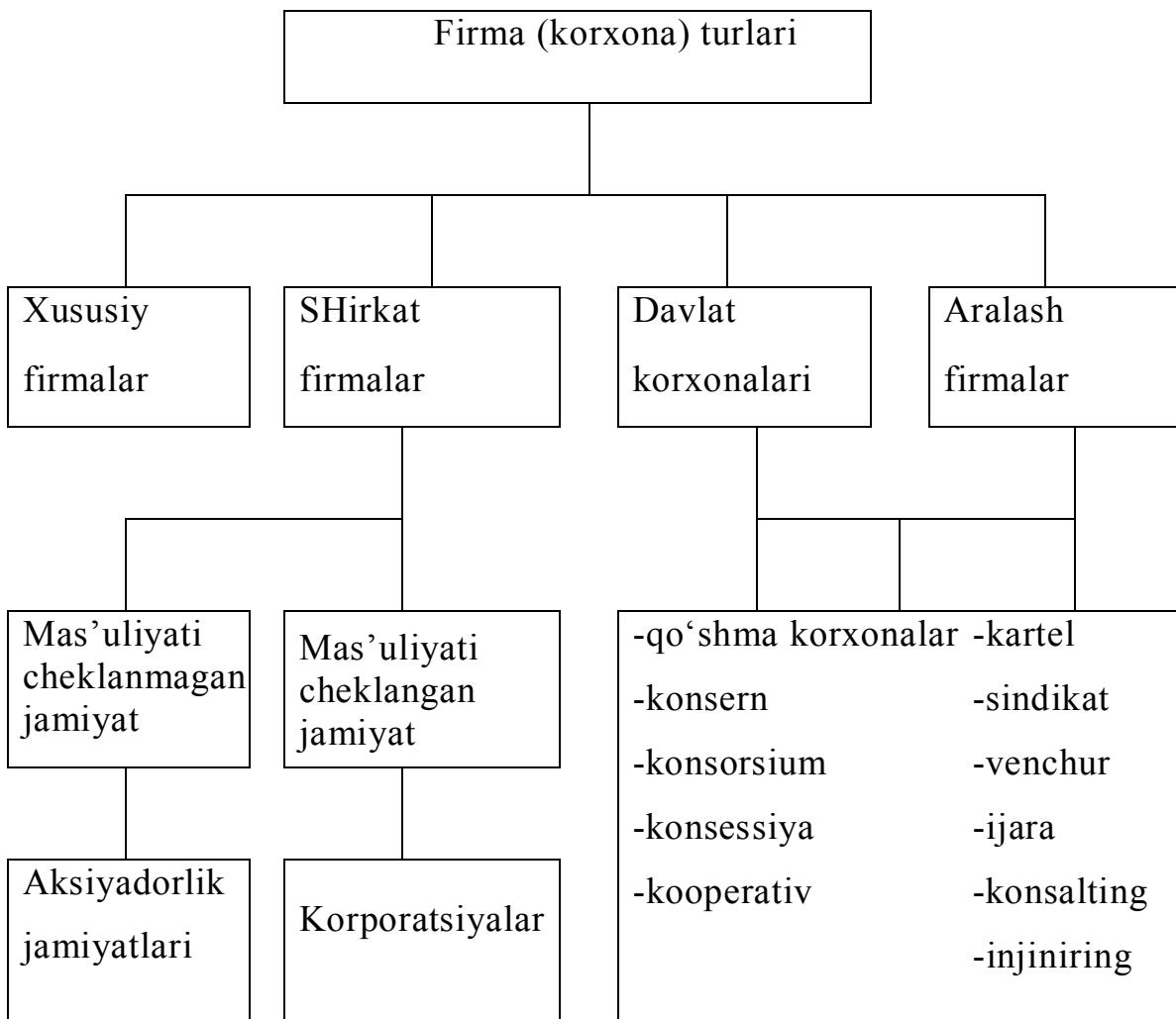
Xususiy tadbirkorlik – bu fuqarolar (alohida fuqaro) tomonidan o‘zlarining tavakkalchiliklari va mulkiy javobgarliklari ostida, shaxsiy daromad (foyda) olish maqsadida amaldagi qonunchilik asosida amalga oshiriladigan tashabbuskor xo‘jalik faoliyatidir.

Xususiy tadbirkorlikning yakka tartibda faoliyat ko‘rsatayotgan tadbirkorlikdan farqi shundaki, bu yerda faoliyat ko‘rsatuvchilar o‘z faoliyatini yollanma ishchi kuchi yordamida olib boradilar. Ular yuridik shaxs sifatida ish ko‘radilar va o‘z korxonalarini davlat ro‘yxatidan o‘tkazishga majburdirlar.

4.3. Jamoa tadbirkorligi

Jamoa tadbirkorligi – bu bir guruh fuqarolarning o‘zlariga ma’qul bo‘lgan mulkchilik shakllarida jamoalarga birlashib, jamoa korxonalarini tashkil qilishlari va shu asosda tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirishlaridir.

Jamoa tadbirkorligi faoliyati firmalar faoliyatida o‘z ifodasini topadi. Firma – muayyan turdagи mahsulot ishlab chiqarishga va xizmat ko‘rsatishga ixtisoslashgan, bozordagi talab va taklifga qarab ish tutadigan, iqtisodiy jihatdan erkin va mustaqil korxonadir. Firmalarning turlari juda ko‘p, ularni chizmada quyidagicha tasvirlash mumkin (1-rasm).



1-rasm.Firma (korxona) larning turlari

Xususiy firma deganda ayrim shaxs yoki oilaga tegishli bo'lgan, yakka xususiy mulkka asoslanib faoliyat ko'rsatadigan korxona tushuniladi.

Shirkat firma bir necha sohibning mulkini birlashtirish va tadbirkorlikdan olinadigan foydani baham ko'rishga asoslangan sherikchilik korxonasıdir.

Shirkat firmalarining ikki turi mavjud:

- mas'uliyati cheklanmagan jamiyatlar;
- mas'uliyati cheklangan jamiyatlar.

Mas'uliyati cheklanmagan jamiyatlar ikki yoki undan ko'proq kishilarning mulki asosida yuzaga keladi. Sheriklarning dastlabki mulki firmaning ustav kapitali deyiladi. Bu kapitalga har bir sherik o'z hissasini qo'shadi. Ular ustav fondiga qancha pul qo'ysa, shu hissaga binoan foyda olishadi. Bordiyu firma sinsa, sheriklar zararni hamjihatlikda ko'taradi, ya'ni bir sherik boshqasining javobgarligini ham zimmasiga oladi.

Mas'uliyati cheklangan shirkat firmalarning ustav fondi faqat ta'sischilar mablag' (aksiya)lari hisobiga barpo etiladi. Jamiyat qatnashchilari o'zlarining qo'shgan ulushlari doirasida javobgar bo'ladi. Shirkat o'z faoliyati uchun ustav fondi miqdorida javobgar hisoblanadi.

Mas'uliyati cheklangan shirkat firmalar nomiga «limited» so'zi qo'shiladi, bu inglizcha so'z bo'lib, «cheklangan» ma'nosini bildiradi.

Mas'uliyati cheklangan firmaning bir qator turlari mavjud. Ularning eng keng tarqalgan shakli aksiyadorlik jamiyatları va korporatsiyalardir.

Aksiyadorlik jamiyati – bu jismoniy shaxslar kapitallarining birlashuvi bo'lib, u aksiyalar chiqarish yo'li bilan tashkil etiladi.

Jamiyat jamlangan kapitaliga qarab maxsus qimmatli qog'oz – aksiya chiqaradi. Aksiyani sotib olganlar hissadorlarga aylanishadi va foydadan o'z hissasi – divedendni olib turadilar. Aksiyadorlik jamiyati o'z majburiyatları bo'yicha o'ziga tegishli butun mol-mulk bilan javobgar hisoblanadi. Aksiyadorlar jamiyati

majburiyatlari bo‘yicha javobgar emas va uning faoliyati bilan bog‘liq zararlar uchun faqat o‘zlariga tegishli aksiyalar qiymati doirasida javobgar hisoblanadi.

Aksiyadorlik jamiyatining ustav fondi aksiyadorlar sotib olgan aksiyalarning nominal qiymatlaridan tashkil topadi. Jamiyat chiqaradigan barcha aksiyalarning nominal qiymati bir xil bo‘lishi lozim. Aksiya bo‘linmas hisoblanadi.

Aksiyadorlik jamiyatini:

- aksiyadorning umumiy majlisi;
- ko’zatuv kengashi;
- ijro organi boshqaradi.

Aksiyadorlarning umumiy majlisi oliy boshqaruvi organi hisoblanadi. Agar qonun hujjatlarida boshqacha tartib belgilanmagan bo‘lsa, u aksiyadorlik jamiyati faoliyati bilan bog‘liq barcha masalalarni hal qilish huquqiga ega. Aksiyadorlik jamiyatining ko’zatuv kengashi jamiyat faoliyatida umumiy rahbarlikni amalga oshiradi. Aksiyadorlik jamiyatining joriy (kundalik) faoliyatiga yagona ijro organi (direktor) yoki kollegial (maslahat) ijro organi (boshqaruvi, direksiya) rahbarlik qilishi mumkin.

Ochiq turdagи aksiyadorlik jamiyati – bu aksiyadorlari o‘zlariga tegishli aksiyalarni boshqa aksiyadorlarning roziligesiz erkin tasarruf qila oladigan jamiyat. U chiqaradigan aksiyalariga ochiq obuna o‘tkazish va ularni erkin sotish huquqiga ega. Ta’sischilarining eng kam soni ham cheklanmagan. Ochiq turdagи AJ uchun ustav fondining eng kichik miqdori AJ ro‘yxatidan o‘tkazilgan sanada qonun hujjatlarida belgilangan eng kam ish haqi **so’mmasining** ikki yo’z barobari miqdoriga teng bo‘lishi kerak.

Yopiq turdagи aksiyadorlik jamiyati – bu aksiyalari nomlangan (egasi yozilgan) va ular faqat AJ ta’sischilar o‘rtasida taqsimlangan jamiyatdir. Uning aksiyalari qimmatli qog‘ozlar bozorida muomalada bo‘lishi jamiyat nizomiga binoan man etilgan yoki cheklangan bo‘ladi. Yopiq turdagи AJ uchun ustav

fondining eng kam miqdori – AJ ro‘yxatdan o‘tkazilgan sanada qonun hujjatlarida belgilangan eng kam ish haqi **so’mmasining** kamida yo’z barobari miqdoriga teng bo‘lishi kerak.

Korporatsiya atamasi lotincha «corporatio» so‘zidan olingan bo‘lib, birlashma, hamjamiyat ma’nosini beradi. Korporatsiya yirik aksioner jamiyatlar birlashmasi hisoblanib, bir xil mahsulot ishlab chiqaruvchilarni birlashtiradi. Natijada ishlab chiqarish monopollashadi.

Korporatsiya investitsiya kapitalining markazlashuvini, ilm-fan taraqqiyotini, mahsulotning raqobatbardosh bo‘lishini va o‘zoq hayot siklini ta’minlaydi. Korporatsiyalar tadbirkorlik bilan shug‘ullanuvchi aksioner jamiyatlarining xohish-ixtiyori bilan paydo bo‘ladi.

O‘z tarkibidagi aksiyadorlik jamiyatlarni nazorat paketlarini egallash bilan korporatsiyalar xolding kompaniyalariga aylanadi.

Xolding iborasi inglizcha «holding» so‘zidan olingan bo‘lib, ega ma’nosini beradi. Xolding kompaniya – bu mulk egalari tomonidan bir qancha mustaqil aksiyadorlik jamiyatlari faoliyatini nazorat qilish maqsadida tashkil etilgan hissadorlik jamiyatidir. Xolding kompaniyasi tarkibiga kiruvchi aksiyadorlik jamiyatlari «aksiyalarining nazorat paketi» kompaniyaning ixtiyorida bo‘ladi. Bundan maqsad aksiyadorlik jamiyatlari faoliyatlari ustidan nazorat o‘rnatish va dividendlar ko‘rinishida foyda olishdir.

Xolding kompaniyalarning mohiyati shundaki, ular biror bir ishlab chiqarish vazifalarini bajarishmaydi. Ularning vazifasi – sof boshqaruvchilikdan, ya’ni ishonchli mulk egasi sifatida ularga o‘z aksiyalari yoki aksiyalar nazorat paketini beruvchi kompaniyalarning faoliyatiga umumiyo‘xo‘jalik rahbarligini bajarishdan iboratdir. O‘zbekiston Respublikasida xolding kompaniyalarning huquqiy maqomi Vazirlar Mahkamasining 1995 yil 12 oktyabrdagi 398-sonli qarori bilan tasdiqlangan nizom (xoldinglar to‘g‘risidagi

Nizom) asosida belgilanadi. Bu nizomga muvofiq aktivlari tarkibiga boshqa korxonalarning aksiyalar nazorat paketi kiradigan ochiq turdag'i aksiyadorlik jamiyati xolding hisoblanadi.

Xolding kompaniyalari ikki turda bo'lishi mumkin:

- moliyaviy xolding;
- aralash xolding.

Moliyaviy xolding faqat maxsus nazorat va boshqaruv maqsadlarida tuziladi. Sarmoyasining 50 foizidan ko'pini boshqa emidentlarning qimmatli qog'ozlari va boshqa moliyaviy aktivlar tashkil qiladigan xolding moliyaviy xolding hisoblanadi. Moliyaviy xoldinglar avktivlari tarkibiga faqat qimmatli qog'ozlar va boshqa moliyaviy aktivlar, shuningdek, xoldingni boshqarish apparatining faoliyatini ta'minlash uchun bevosita zarur bo'lgan mol-mulk kirishi mumkin.

Aralash xolding – nazorat va boshqaruv vazifalari bilan bir qatorda sanoat, savdo, transport, kredit-moliya va boshqa sohalarda tadbirkorlik faoliyati bilan ham shug'ullanish maqsadlarida to'ziladi.

Davlat korxonalari – bu davlat mulki bo'lgan va uning nazorati ostida ishlovchi korxonalar bo'lib, ular ishlab chiqarishdagi davlat sektorini tashkil etadi, eng muhim va mas'uliyatli vazifalar (mudofaa, aloqa, energetika, transport va boshqalar)ni bajaradi.

Qo'shma (aralash) korxonalar xususiy, davlat va jamoa mulkining aralash mablag'lariga tayanadi. Aralash firmalar milliy va xorijiy kapitalga tayangan hissadorlik qoidasiga binoan tashkil topadi, foydasi shunga qarab taqsimlanadi.

Konsern – 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. Konsern tarkibiga sanoat, transport, savdo, bank kabi tarmoqlarga tegishli, ayrim hollarda, dunyoning ko'pgina mamlakatlarida joylashgan unlab va yo'zlab korxonalar ixtiyoriy asoslarda kiradi. Konsern tarkibiga kirgan korxona va

tashkshyutlar orasida o‘zaro korporatsiyalangan turg‘un aloqalar mavjud bo‘lib, ular konsern rivoji yo‘lida umumiyligi moliyaviy resurslardan va yagona ilmiy-texnik imkoniyatlardan mushtarak foydalanadilar.

Konsorsium – bu aniq iqtisodiy loyihalarni amalga oshirishni maqsad qilgan korxonalarning muvaqqat birlashmasidir.

Konsorsium a’zolarining huquq va majburiyatlari konsorsium to‘g‘risidagi bitimda belgilab qo‘yiladi. Qo‘yilgan vazifani bajarish uchun konsorsium ishtirokchilari badallari hisobidan yagona moliyaviy va moddiy fondlar barpo etadilar, byudjet mablag‘lari va davlat bankidan kreditlar oladilar. Vazifa bajarilgach, konsorsium tarqaladi. Konsorsiumlarga boshqaruv bo‘yicha qo‘mitalar, direktorlar kengashi kabilar boshchilik qiladi. Konsorsiumlar aviatsiya, kosmos, kompyuterlar, aloqa kabi yuksak texnologik va katta miqdordagi sarmoyali sohalarda keng tarqalgan.

Konsessiya – bu lotincha so‘zdan olingen bo‘lib, ruxsat, yon berish ma’nosini anglatadi. Milliy iqtisodiyotni rivojlantirish yoki tiklash, tabiiy boyliklarni o‘zlashtirish maqsadida davlat yoki munitsipalitetga qarashli yer uchastkalari, qazilma boyliklar, 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. Konsessiyachilik faoliyatida vujudga keladigan huquqiy munosabatlar O‘zbekiston Respublikasining «Konsessiyalar to‘g‘risida»gi qonuni bilan tartibga solinib turiladi.

Kooperativ – bu kooperatsiyaning birlamchi bo‘g‘ini. Kooperatsiya esa:

- mehnatni tashkil etish shakllaridan biri, ko‘pchilik xodimlar bir mehnat jarayonida yoki o‘zaro bog‘liq turli mehnat jarayonlarida hamkorlikda ishtirok etadilar;
- guruh mulkchiligiga asoslangan xo‘jalik yuritish sharti;

- ma'lum bir mahsulotni o'zaro hamkorlikda tayyorlash bilan band bo'lgan korxonalar o'rtasidagi o'zoq muddatli va barqaror aloqalar shakli.

Kartel – bu monopolistik birlashma shakli. Bir tarmoqdagi mustaqil korxonalar narxlar, bozor, ishlab chiqarishning umumiyligi hajmida har bir ishtirokchining hissasi, ish kuchi yollash, patentlar va boshqa masalalarda o'zaro bitim tuziladi. Bu tuzilmaning maqsadi monopol foyda olishdir.

Sindikat – bu monopolistik birlashmaning bir turi. Ular bir tarmoq korxonalarini huquqiy va ishlab chiqarish mustaqilligini saqlab qolgan holda:

- buyurtmalarni taqsimlash;
- xom ashyo sotib olish;
- ishlab chiqarilgan mahsulotni sotish uchun o'zlarining tijorat faoliyatlarini birlashtirib, yagona idora tuzadilar.

Venchur korxonalar – bu kichik biznesning bir turi bo'lib, ular:

- ilmiy muhandislik ishlarni bajarish;
- yangi texnika, texnologiya, tovar namunalarini yaratish;
- ishlab chiqarishni boshqarish;
- tijorat ishini tashkil etish usullarini ishlab chiqish va amaliyotga joriy etish;
- yirik firmalar va davlat ijara kontrakti buyurtmalarini bajarish kabi ishlarni amalga oshiradilar.

Ijara korxona – bu mol-mulkni yollash bo'yicha mulk egasi bilan tadbirkor o'rtasidagi iqtisodiy munosabat.

Ijara shartnomasiga asosan bir tomon (ijaraga beruvchi) ikkinchi tomonga (ijarachi) ma'lum to'lov evaziga va ma'lum shartga ko'ra mol-mulkini vaqtincha foydalanish uchun beradi.

Konsalting – bu ishlab chiqarishga ish yuzasidan xizmat ko'rsatish sohasida ixtisoslashgan firmalarning o'z mijozlariga maslahat xizmati ko'rsatish va texnik loyihalarni ekspertiza qilish bilan bog'liq iqtisodiy faoliyatdir.

Injinering korxona – muxandislik-maslahat xizmatlarni tijoratchilik qoidalariga asoslangan holda amalga oshiradi.

Bunday korxona (firma):

- ishlab chiqarishni ta'minlash;
- mahsulot sotishni uyushtirish;
- ishlab chiqarish ob'ektlarini qurib, ishga tushirish yuzasidan maslahat berish bilan shug'ullanadi.

Nazorat va muhokama uchun savollar

1. Tadbirkorlikning qanday turlarini bilasiz?
2. Ishlab chiqarish tadbirkorligining mohiyati nimadan iborat?
3. Tijorat tadbirkorligining mohiyatini tushuntirib bering.
4. Moliyaviy tadbirkorlikning faoliyat mohiyati nimadan iborat?
5. Konsalting nima? Uning istiqboli haqida gapirib bering.
6. Tadbirkorlikning qanday shakllarini bilasiz?
7. Yakka tadbirkorlik nima? U qanday turlarga bo'linadi?
8. Xususiy tadbirkorlik yakka tadbirkorlikdan nima bilan farq qiladi.
9. Aksiyadorlik jamiyatlari qanday turlarga bo'linadi?
10. Xolding kompaniyalari faoliyati to'g'risida gapirib bering?
11. Qanday korxonalar injenering korxona hisoblanadi, ularning asosiy faoliyati nimalardan iborat?

5-MAVZU. KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIK

FAOLIYATINI TASHKIL ETISH VA BOSHQARISH

1-ma’ruza mashg‘uloti

5.1.Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatini boshqarish

Reja:

1. Menejer faoliyat yuritg‘tgan muassasaning asosiy tashkilotchisi sifatida.
2. Maqsad-boshqaruv kategoriyasi sifatida.
3. Boshqarish tamoyillari.
4. Boshqarish funksiyalari.

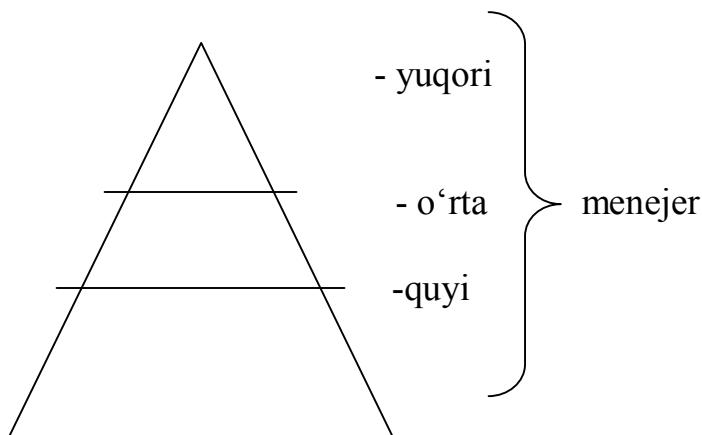
1. Menejer faoliyat yuritg‘tgan muassasaning asosiy tashkilotchisi sifatida

Menejer – maxsus tayg‘rgarlik ko‘rgan boshqarishni sir -asrorlarini, qonun qoidalarini chuqur biluvchi mutaxassisidir. Kompaniya, firma, korxona va boshqa tashkilotlarning ijro hokimiyatiga kiruvchi shaxslar **menejerlar** deyiladi.

Menejerlar boshqaruv pog‘onasida ishtirok etish darajasiga qarab 3 ga ajratiladi:

- YUqori pog‘onadagi menejerlar;
- O‘rta pog‘onadagi menejerlar;
- Quyi pog‘onadagi menejerlar.

Meskon boshqarish darajasini uchburchak ko‘rinishida ifodalaydi.



Hozirda zamonaviy menejer boshqaruvchi, diplomat, murabbiy, tarbiyachi, innovator inson sifatida maydonga chiqadi. Har bir rahbar, menejer boshqaruv uslubiga, ish uslubiga va rahbarning ish uslubiga ega bo‘lishi kerak.

Uslub – ishslash, boshqarishdagi o‘ziga xos yo‘l, usul ma’nosini anglatadi. Ishlab chiqarish faoliyatida 3ta uslub ajratiladi:

1. Boshqaruv uslubi
2. Ish uslubi
3. Rahbarning ish uslubi

Boshqaruv uslubi boshqaruv jarag‘nidagi muammolarni hal etish uchun qo‘llaniladigan usullar majmui.

Ish uslubi bu boshqaruv funksiyalarini samarali bajarish maqsadida rahbarning bo‘ysunuvchilarga nisbatan aniq ta’sir ko‘rsatish usuli.

Rahbarning ish uslubi bu boshqaruv jarag‘nida u g‘ki bu masalani hal etishda rahbarning o‘ziga xos g‘ndoshuv usulidir.

Rahbarga qo‘yiladigan asosiy talablar:

1. Ma’naviy etuklik
2. Intizom va mehnatga munosabat
3. Bilim darajasi
4. Tashkilotchilik qobiliyati
5. Boshqarish samaradorligini ta’minlay olishi

Rahbarda bo‘lishi lozim bo‘lgan qo‘shimcha fazilatlar:

- dovyuraklilik;
- sabrlilik;
- yaxshi niyatlilik;
- sog‘lom shubhalilik;
- kamtarlik;
- samimiyl xushmuomalalik;
- rahmdillilik;- qanoatlik va boshqalar.

2. Maqsad-boshqaruv kategoriyasi sifatida

Boshqaruv maqsadi – korxonani boshqarishda samaradorlikka erishish uchun belgilangan maqsad. Maqsadga qo‘yiladigan talablar:

1. Maqsadning bir ma’noga ega bo‘lishi;
2. Maqsadni amalga oshirish mumkin bo‘lishi kerak;
3. Maqsad miqdoran o‘lchovga ega bo‘lishi kerak;
4. Maqsad bajaruvchilarga tushunarli bo‘lishi kerak;
5. Maqsad detallashtirilgan bo‘lishi kerak;
6. Maqsad ko‘p qirrali bo‘lishi kerak.

Joriy maqsadlar deganda bir yil ichida, yil choragi, bir oy va undan kamroq muddat ichida amalga oshiriladigan maqsadlar tushuniladi. Masalan, korxona bo‘limlari oldida bir yil mobaynida amalga oshirilishi mo‘ljallangan quyidagi funksional maqsadlar bo‘lishi mumkin:

1. Ishlab chiqarish bo‘limlari – korxonada x nomli yangi mahsulotni ishlab chiqarishni yo‘lga qo‘yish.
2. Texnologiya bo‘limi – x mahsulotni ishlab chiqarish bo‘yicha yangi texnologiyani joriy qilishni yakunlash.
3. Tadqiqot bo‘limi – x kilovatdan quvvatga ega bo‘lgan mahsulotni ishlab chiqarish.

Maqsad miqdoran o‘lchovga ega bo‘lishi kerak. Miqdoran o‘lchovga ega bo‘lмаган мақсад бу саробдир. Maqsad uni bajarish prinsiplari natijasi bajaruvchilariga tushunarli bo‘lishi va ularga g‘zma ravishda sodda tilda etkazilishi kerak. Maqsad bo‘limlar va mas’ullar bo‘yicha detallashtirilgan bo‘lishi kerak. Maqsad har bir faoliyat turi, har mas’ul shaxs bo‘yicha mayda chuydagacha batafsil taqsimlab chiqilgan bo‘lishi lozim. SHundagina bu maqsadning ijrosi darajasini aniq nazorat qilish mumkin bo‘ladi.

Bu umumiy bosh maqsadning xususiy va yakka maqsadlarga bo‘linishini, ya’ni maqsadlar shajarasini tuzishni talab qiladi. **Maqsad turlari:**

1. Umumjamiyat miqg’sida munosabatlarni aks ettirishiga qarab: sig’siy munosabatlar; iqtisodiy munosabatlar; sotsial munosabatlar; ma’rifiy-ma’naviy munosabatlar; xalqaro munosabatlar sohasidagi munosabatlar.
2. Boshqaruv pog‘onalariga qarab: hududiy boshqarish munosabatlari; mamlakat munosabatlari; viloyat munosabatlari; tuman munosabatlari; qishloq munosabatlari; ishlab chiqarish munosabatlari; xalq xo‘jaligi munosabatlari; tarmoq munosabatlari; yakka shaxs munosabatlari.
3. Amalga oshirish muddatiga qarab: joriy munosabatlar; istiqbolli munosabatlar.
4. Boshqaruvning amalga oshirilishiga qarab: uzlusiz munosabatlar; fursatli munosabatlar; bir martalik munosabatlar.
5. Kuzatiladigan natijalarga qarab: pirovard munosabatlar; oraliq munosabatlar;
6. Murakkablik darajasiga qarab: an’anaviy munosabatlar; muammoli munosabatlar; innovatsion munosabatlar.

3. Boshqarish tamoyillari

Tamoyil – bu faoliyat yuritish, halqning asosiy qoidasi, etakchi g‘oyadir. Ilmiy adabig‘tlarda, odatda, boshqaruv tamoyillari deganda iqtisodig‘tga rahbarlik qilishda asoslaniladigan asosiy qoida, yo‘l-yo‘riq, xulq me’g‘rlari tushuniladi. Boshqaruv tamoyillari iqtisodig‘t qonunlari ta’siri natijasida boshqaruv usullariga bog‘liq hodisalar mohiyatini aks etiradi. Boshqaruv mexanizmi sxemasini quyidagicha ifodalash mumkin:

qonunlar-----tomoyillar-----usullar-----uslublar.

Boshqaruv tamoyillari o‘zaro bog‘liq va birgalikda qo‘llanilishi mumkin.

1.Boshqaruvda yakkaboshchilik va kollegiyalik tamoyili. YAkkaboshchilik tamoyili bevosita ishlab chiqarishda ishlab chiqarish xodimlarining yagona rahbar buyruqlariga qat’iy bo‘ysunishini talab qiladi. YUqori darajadagi rahbar quyi darajadagi rahbar vakolatiga kiruvchi masalalarni hal etmasligi lozim. Bu tamoyilni amalga oshirishning asosiy sharti har bir ijrochining huquq, burch, majburiyatlarini qat’iy belgilab quyishdir. YAgona boshchilik kollegiallik, qabul qilinadigan qarorlar oshkoraliqi bilan qo‘sib olib borilishi kerak. Kollegiallik intizom, rahbar, yagona shaxs irodasiga so‘zsiz bo‘ysunish bilan amalga oshishi kerak.

2. Ilmiylilik tamoyili. Boshqaruv tamoyillari orasida valyutarizmni inkor qiluvchi har bir rahbar iqtisodiy qonunlar, jamiyat rivojlanishining ob’ektiv yo‘nalishlari, bu sohada milliy va chet el tajribasini qo‘llashini taqozo qiluvchi o‘rin egallaydi. Boshqaruv sohasidagi hal qiluvchi qarorlar har tomonlama ilmiy jihatdan asoslanmog‘i lozim.

3. Rejalilik tamoyili. Bozor iqtisodig‘ti sharoitida ishlab chiqarishni rejali boshqarish – biznes va strategik rejalarini tuzish - iqtisodiy sig‘satlarni amalga oshirishning muhim shartidir. Bu tamoyil ishlab chiqarish rivojlanishining uzoq muddatga mo‘ljallangan yo‘nalishlari, sur’atlari va nisbatlarini belgilashni ifodalaydi.

4. Boshqaruv shakl va usullarni takomillashtirib borish tamoyili. Bozor iqtisodig‘ti sharoitida boshqaruvning uch shakli: xususiy, jamoa, davlat boshqaruvi mavjud. Boshqaruvning xususiy shaklida mulkdor yakka o‘zi qaror qabul qiladi va butun ish natijasi uchun javobgar bo‘ladi.Ushbu shaklning ijobiy tomoni mulk egasi ishlar borishini o‘zi to‘liq nazorat qilish imkoniyatiga egaligi, kamchiligi esa uncha katta bo‘lmasligi va bir kishi boshqaruvning turli vazifalarini bajarishga majburligidir.

Boshqaruvning jamoa shaklida ikki va undan ko‘p jismoniy va huquqiy shaxslar boshqaruv qarorlarini birgalikda qabul qiladilar va korxona g‘ki hissadorlik jamiyatni faoliyati uchun javobgar bo‘ladilar. SHerikchilik nisbatan malakali boshqaruv

qarorlarini qabul qilish, boshqaruvning xususiy shakli kamchiliklarni bartaraf etishga imkon beradi.

Davlat boshqaruvi shakli davlat g‘ki mahalliy mulk bo‘lgan korxonalarda amalga oshiriladi. Davlat bu kabi korxonalar uchun to‘liq javob beradi.

5. Kadrlar tanlash va joylashtirish tamoyili. Bozor iqtisodig‘ti sharoitida kadrlarni tanlash va joy-joyiga qo‘yish tamoyili muhim ahamiyat kasb etadi. Bozor munosabatlari boshqaruv sohasi kadrlariga qat’iy talablar qo‘yadi, ularning ishbilarmonlik sifatlari ishlab chiqarish oldida turgan masalalarni belgilaydi.

6. Agentlar mustaqillik va erkinligi tamoyili. Bozorda agentlar faoliyati iqtisodiy javobgarlik bilan birgalikda amalga oshishi kerak.

7. SHaxsiy tashabbu tamoyili. Bozorda ishbilarmon, omilkor, shaxsiy foyda uchun harakat qiluvchi tadbirkor kishilar faoliyat yuritishi kerak.

8. Javobgarlik va tavakkalchilik tamoyili. Tadbirkor o‘z faoliyati uchun javobgar bo‘lishi, bunda ma’lum tavakkalchilik ham hisobga olinishi, ya’ni tadbirkorning o‘z huquq va ajburiyatlari bo‘lishi kerak.

4. Boshqarish funksiyalari

Funksiya – lotincha so‘z bo‘lib, inson g‘ki narsaning “ish faoliyati doirasi, vazifasi”, - degan ma’noni anglatadi.

Boshqaruv funksiyasi deganda u g‘ki bu obektni boshqarishga oid aniq vazifalarini hal etishga qaratilgan bir turdagи ishlar majmuidir.

Boshqarish funksiyasining G‘arb menejmenti bo‘yicha turkumlanishi:

1. Rejallashtirish
2. Tashkil qilish
3. Tartibga solish, muvofiqlashtirish
4. Nazorat
5. Rag‘batlantirish.

Boshqaruv organlari va ijrochilar ma'suliyati boshqarish funksiyasini belgilaydi. Bu vazifalar funksional bo'lim to'g'risidagi Nizom va mansabdar boshqaruvchilar uchun ko'rsatmalarda o'z ifodasini topadi.

Boshqaruv organlari asosiy va aniq funksiyalarga bo'linadi.

Ular quyidagilar:

- | | |
|-----------------------|----------------------|
| a) marketing; | b) rejorashtirish; |
| v) tashkil etish; | g) muvofiqlantirish; |
| d) rag'batlantirish ; | e) hisob va nazorat. |

A. Marketing - bu inson ehtiijoti va talablarini ta'minlash va foyda olish maqsadida bozor bilan amalga oshadigan, tovarlar sotilishini ta'minlash, ayriboshlashni tezlashtirishga qaratilgan faoliyat.

B. Rejorashtirish - bu ijodiy loyihalashtirish istiqbolini iqtisodiy tizimini belgilash. Rejorashtirish barcha xo'jalik sub'ektlari strategiyasida o'z aksini topadi.

V. Tashkil etish - bu texnik, iqtisodiy, ijtimoiy va boshqarish tizimini tartibga keltirish. Menejmentni tashkil etish, avvalo, eng maqbul tashkiliy tuzumlar qurish, moddiy, mehnat, moliyaviy resurslardan samarali foydalanish, boshqarish tizimlari orasidagi munosabatlarni uyushtirish.

G. Muvoqiqlashtirish - texnik, iqtisodiy, ijtimoiy masalalarni birga hal etishda barcha boshqaruv funksiyalarining kelishishi. Bunda o'zaro aloqa o'rnatiladi.

D. Rag'batlantirish - bu inson omilini keng demokratiya asosida faollashtirish, uning manfaatlari yo'lida g'amxo'rlik qilishni boshqarish.

E. Hisob va nazorat - bu boshqariluvchi tizim holatining nazorat va hisobga olish, ishni bir me'g'rda ta'minlashni boshqarish. Boshqarishning funksiyalari quyidagicha:

- 1) asosiy ishlab chiqarishni boshqarish;
- 2) g'rdamchi ishlab chiqarishni boshqarish;
- 3) mahsulot sifatini boshqarish;
- 4) mehnat va ish haqini boshqarish.

5-MAVZU. KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIK

FAOLIYATINI TASHKIL ETISH VA BOSHQARISH

2-ma’ruza mashg‘uloti

5.2.Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalari boshqaruvining tashkiliy tuzilmalari

1. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatini boshqarishning maqsadi va vazifalari
2. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalari boshqaruvining tashkiliy tuzilmalari
3. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalari boshqaruvining tashkiliy tuzilmasining turlari

1. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatini boshqarish

Korxonani boshqarishning maqsadga muvofiq tarkibini vujudga keltirish tadbirkor hal etishi kerak bo‘lgan muhim vazifalardan biridir.

Korxonaning boshqaruv tarkibi deganda, boshqaruv maqsadlarini amalga oshiruvchi va funksiyalirni bajaruvchi, bir-biri bilan bog‘langan turli boshqaruv organlari va bo‘g‘inlarining majmui tushuniladi.

Boshqaruv tarkibi ishlab chiqarish tarkibi deb ham yuritiladi. Bunda boshqarishni tashkil etishning dastlabki va belgilovchi omili ishlab chiqarish jarayoni hisoblanadi. U o‘zaro bog‘langan asosiy, yordamchi hamda xizmat ko‘rsatuvchi jarayonlardan iborat bo‘lib, bu jarayonlar bo‘limlar va xodimlar o‘rtasida mehnat taqsimotini talab qiladi. Shu maqsadda ishlab chiqarish bo‘limlari va ularga xos bo‘lgan boshqaruv apparati tuziladi. Bo‘linmalar yig‘indisi, ularning tarkibi va o‘zaro aloqa shakllari korxonalarining ishlab chiqarish tarkibini tashkil etadi.

Boshqaruv bo‘g‘ini – bu boshqaruvning ayrim yoki qator funksiyalarini bajaruvchi mustaqil bo‘limlardir. Bu bo‘limlar o‘rtasidagi bog‘lanish va aloqlar gorizontal xarakterga ega bo‘ladi.

Boshqaruv bosqichi – bu ierarxiyaning muayyan darajasida amal qiladigan bo‘g‘indir. Masalan:

Vazirlilik → birlashma → korxona → sex → uchastka

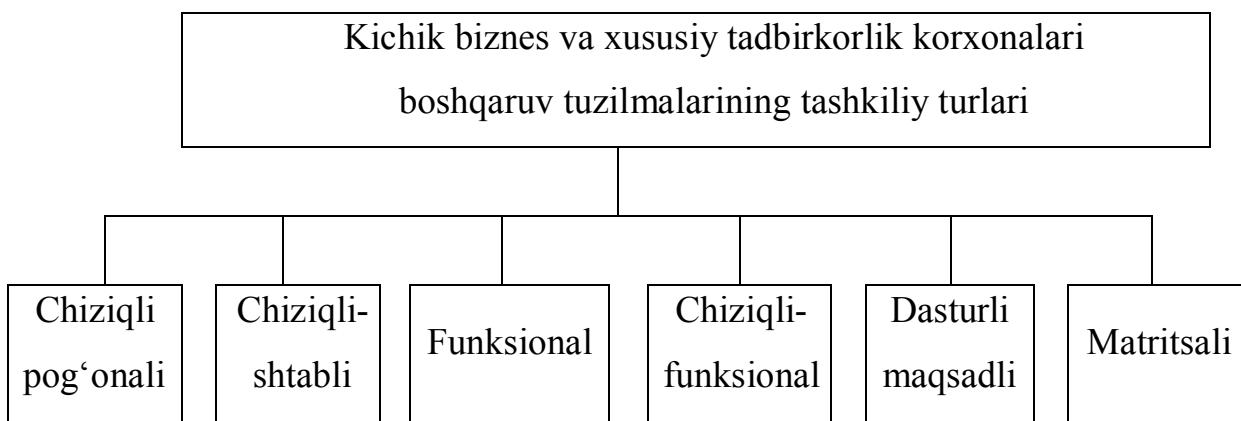
Boshqaruv bosqichlari bir boshqaruv bo‘g‘inining ikkinchisiga, odatda, quyi bo‘g‘inning yuqori bo‘g‘iniga izchillik bilan bo‘ysuni-shini ko‘rsatadi. Bu vertikal bo‘yicha bo‘linishdir.

Barcha bo‘g‘in hamda bosqichlarning tarkibi, ularning o‘zaro bo‘ysunish tartibi, har bir boshqaruv organi va bo‘g‘inining huquq hamda burchlari, ular o‘rtasidagi munosabatlar boshqaruv tizimini tashkil qiladi.

Boshqaruv tizimini turli jabhalarga bo‘lish mumkin: butun tarmoqni boshqarish; har bir tarmoq tasarrufidagi korxona-larni boshqarish; korxonalar ichidagi bo‘limlarni boshqarish va h.k.

2. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalari boshqaruvining tashkiliy tuzilmalarini

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalari boshqaruvi tashkiliy tuzilmalarining quyidagi turlari mavjud (1-rasm).



1-rasm.Chiziqli (pog‘onali) tuzilma.

Chiziqli (pog‘onali) tarkib boshqaruv tarkibining eng sodda turi hisoblanadi.

Bunda boshqaruvning hamma funksiyalari korxona rahbari qo‘lida to‘planib, barcha quyi rahbarlar va ishlab chiqarish yacheyskalari unga bo‘ysunadi. Har bir rahbar o‘ziga ishonib topshirilgan bo‘linma faoliyatini yakkaboshchilik asosida boshqaradi va zarur qarorlarni mustaqil ravishda qabul qiladi.

Chiziqli tarkibning o‘ziga xos ijobiy va salbiy tomonlari bor.

Chiziqli tarkibning ijobiy tomonlari:

- o‘zaro zid, chalkash topshiriqlar berilish hollarini kamaytiradi;
- yakkaboshchilik va shaxsiy javobgarlik mustahkamlanadi;
- bu tarkib oddiy, puxta va tejamlidir;
- bosqichlar soni kam bo‘ladi;
- boshqariluvchi ob’ekt ishiga kam kishi aralashadi;
- vazifalar tez hal etiladi;
- butun tizim samarali ishlaydi;
- xodimlar faqat o‘z rahbariga hisobot beradilar.

Chiziqli tarkibning salbiy tomonlari:

- bunday tarkib oddiy masalalarni yechishga mo‘ljallanganligi sababli uning borasida kompleks masalalarini yechish ancha qiyin kechadi;
- bunday sharoitda rahbarlar ko‘proq tezkor ishlar bilan band bo‘lib, strategik muammolarni e’tibordan chetda qoldiradilar;
- bunday boshqaruv sharoitida buyruqbozlik va rasmiyatchilikning paydo bo‘lish xavfi kuchli bo‘ladi, bunga sabab, tarkibning har bir bo‘g‘inida rahbar o‘z lavozimi bo‘yicha farmoyish berish huquqiga ega bo‘lishidir.

Ishlab chiqarish tobora murakkablashib, ish ko‘lamining kengayib borishi boshqaruv funksiyalarini tabaqlashtirishni talab qiladi, chiziqli tarkibning o‘rniga chiziqli-shtabli tarkibning vujudga kelishini taqozo etadi.

Chiziqli-shtabli tuzilma. Chiziqli-shtabli tuzilma har bir chiziqli rahbar qoshida ixtisoslashgan xizmatchilar, maslahatchilar kengashi, ya’ni shtablar tuzish yo‘li bilan tashkil etiladi.

Shtablarning vazifasi har xil muammolarni o‘rganish orqali rahbarlarga qaror qabul qilishda yordam berishdan iborat. Bunday shtablarga ehtiyojning paydo bo‘lishiga sabab korxonalarda funksiyalarning murakkabligidir.

Chiziqli rahbarlar korxonaning bosh maqsadiga erishish yo‘lidagi birlamchi vazifalarning bajarilishiga mas’ul bo‘lsalar, shtabdagilar esa birlamchi vazifalarga tobe bo‘lgan ikkilamchi vazifalarning bajarilishiga javobgardirlar. Ular maslaxat berish funksiyasini bajaradilar. Chiziqli rahbarlarning asosiy vazifasi taklif etilgan ijobjiy va salbiy maslahatlar ichidan maqsadga muvofiqlarini aniqlash va uni qabul qilishdan iboratdir.

Bu tarkibning afzalligi shundan iboratki, chiziqli rahbarlar o‘z diqqatlarini ilmiytadqiqot ishlariga emas, balki, asosan, korxonaning joriy faoliyatiga qaratadilar. Kamchiligi – boshqaruv tizimida ortiqcha bo‘g‘inlarning paydo bo‘lishiga, natijada boshqaruv tezkorligining susayishiga, boshqaruv xarajatlarining o‘sishiga olib kelishidir.

Funksional tuzilma. Funksional tuzilma tarkibi rahbarlar va tarkib bo‘g‘inlarining boshqaruv faoliyatini ixtisoslashtirishga qaratilgandir. Bunda har bir boshqaruv bo‘g‘iniga muayyan funksiyalar biriktirib qo‘yiladi.

Boshqaruv apparatini funksional ixtisoslashtirish samaradorligini ancha oshiradi. Boshqaruvning hamma funksiyalarini bajarishi lozim bo‘lgan universal rahbarlar o‘rniga o‘z sohasini puxta biladigan, o‘z shtatiga ega bo‘lgan, o‘ziga topshirilgan ish uchastkasi uchun javob beradigan mutaxassislar apparati paydo bo‘ladi.

Funksional bo‘linmalar bevosita barcha quyi tarkib bo‘linmalarining faoliyatini boshqaradi.

Funksional tarkib ham o‘zining ijobjiy va salbiy tomonlariga ega.

Funksional tarkibning ijobiy tomonlari:

- bu tarkibda boshqaruv faoliyati chuqur ixtisoslashadi. Bu esa boshqaruv samaradorligining kasb mahorati darajasining o'sishini ta'minlaydi. Masalan, marketing bo'yicha mutaxassis shu sohani boshqa yuqori organlar rahbarlaridan yaxshi biladi va bu ishni yuqori saviyada bajaradi;
- funksional sohada muvofiqlashtirish ishini yaxshilashga erishiladi. Xodimlar bunga tez ko'nikma hosil qiladilar;
- moddiy xarajatlarni kamaytiradi, boshqarishdagi takrorlanishlarga chek qo'yadi va hokazo.

Funksional tarkibning salbiy tomonlari:

funksional organlar o'ziga topshirilgan vazifalarni sifatli bajarishdan manfaatdor bo'lib, «begona» vazifalar uchun ham, butun korxonaning umumiyligi faoliyati uchun ham javob bermaydi. Bunda har bir rahbar o'z vazifikasi bo'yicha farmoyish berish uchun barcha huquqlarga ega. Binobarin, bu narsa yakkaboshchilik tamoyillarining bo'zilishiga, ijrochilarining mas'uliyati kamayib, intizomning bo'shashiga olib keladi. Chunki har bir ijrochi bir boshliqqa emas, ayni vaqtida, bir necha boshliqqa bo'ysunadi, ko'pincha ulardan bir-biriga zid ko'rsatmalar oladi.

Chiziqli-funksional tarkibda asosiy boshqaruv – chiziqli boshqaruv bo'lib hisoblanadi. Hamma boshqaruv bosqichlarida va uchastkalarni mustaqil boshqarishda chiziqli rahbarlar tayinlanadi. Ularga ishlab-chiqarish xo'jalik faoliyatini yakkaboshchilik tamoyil-lariga ko'ra boshqarish huquqi berilgan bo'lib, ular olingan natijalarga to'liq javob beradilar.

Boshqaruvning chiziqli-funksional tarkib sharoitida ishlaydi-gan rahbarlarga malakali yordam ko'rsatish uchun funksional va idoraviy tashkilotlar tashkil etiladi. Bu tashkilotlarning vazifikasi boshqaruv qarorlarini tayyorlash hamda rahbarlarga malakali yordam berishdan iborat bo'ladi.

Dasturli-maqsadli tuzilma. hozirgi zamон korxonalari faoliyatidagi ko'pgina muammolarni hal etish gorizontal bo'yicha kelishib olish va muvofiqlashtirishni

talab etadi. masalan, korxona yangi xil mahsulot ishlab chiqarishga ko‘chadigan bo‘lsa:

- materiallarini sarflashning yangi me’yorini ishlab chiqish;
- mehnat me’yorlarini qayta ko‘rib chiqish;
- turli kasbdagi ishchilarni tayyorlash va qayta tayyorlash;
- yangi materiallarga ehtiyojni aniqlash;
- etkazib beruvchilar bilan aloqa o‘rnatish;
- yangi texnologiyalarni joriy etish va hokazolar talab qilinadi.

Yuqoridagi vazifalarini turli xizmat bo‘linmalari bajaradi, ular bajaradigan ishlarning mazmuni va muddatlarini kelishib olishi, ishlab chiqarishning ko‘pgina elementlarini tutashtirishi lozim. Goho funksional xizmatlar o‘rtasidagi aloqalarda bo‘zilish vujudga keladi, xizmatlar esa bahs va munozaralar bilan amalga oshiriladi. Chiziqli-tarkib rahbari esa ko‘p sonli bo‘linmalar ishini muvofiqlashtirishga juda qiynaladi.

Bu muomalalarini yangi tashkiliy boshqaruv tarkiblarini tuzish yo‘li bilan, aniqrog’i, chiziqli-funksional boshqaruv tarkiblariga tuzatishlar kiritish yo‘li bilan hal etiladi. Bunday tarkib dasturli-maqsadli tarkib deb ataladi. Boshqaruvning dasturli-maqsadli tarkibi quyidagi ikki ko‘rinishda bo‘ladi: loyiha bo‘yicha va mahsulotga ko‘ra boshqaruv.

Loyiha bo‘yicha boshqaruv qisqa muddatda yangi texnika va texnologiyani joriy qilish zaruriyatida tug‘ilgan hollarda qo‘llaniladi. Bunda vaqtinchalik mahsus xizmat bo‘limi to‘zilib, unga resurslar beriladi. Bu bo‘lim loyiha to’zadi va uning joriy etilishini nazorat qiladi.

Mahsulotga ko‘ra boshqaruv tarkibining afzalligi axborotlarning kelish yo‘llari va oqimining qisqarishida, yakkaboshchilik tamoyiliga to‘la riosa qilinishida, boshqaruvning yuqori bosqichlarini mayda joriy vazifalardan halos qilishda namoyon bo‘ladi. Bunday tarkib bozorda talabning o‘zgarishiga tezkor munosabat bildirishga qodirdir. Matritsali tuzilma. matritsali tarkib bo‘yicha boshqaruv ancha murakkab

bo‘lib, u mahsuloti nisbatan qisqa «umr» ko‘radigan va tez-tez o‘zgarib turadigan korxonalar tomonidan qo‘llaniladi. bu tarkib korxonada gorizontal aloqalarini yo‘lga qo‘yishga va ularni zamonaviy kompyuterlar yordamida murakkab buyurtmalarini bajaruvchi turli xil korxonalar faoliyati bilan bog‘lashga, texnika sohasida yuqori malakali xizmat ko‘rsatishga va ekspertizani ta’minlashga qaratilgan. ushbu tarkibni «tur» ko‘rinishida tasavvur etish mumkin. u ikki turdagи tarkibning kombinatsiyasini ifodalaydi.

Boshqaruvning matritsali tarkibining mohiyati shundaki, unda har bir xodim, ayni bir vaqtning o‘zida, loyiha bo‘yicha boshqarishda, shuningdek, o‘zining funksional organida xizmatda bo‘ladi hamda ikki yoqlama bo‘ysunadi.

Boshqaruv idoralarini o‘rtasidagi aloqalarning turiga qarab tizimlarni quyidagi uchta turga ajratiladi: *muntazam (lavozimli), vazifaviy va aralash (kombinatsiyalash)*.

Eng sodda tizimlar *muntazam tizimlardir*. Ularda bitta darajadagi idoralarning har bir guruhi idora qilish ko‘lamlariga asosan yuqori darajada o‘zining rahbarlik idorasiga ega bo‘ladi.

Ikkinci darajadagi idoralar guruhi, uchinchi darajadagi rahbarlik bo‘g‘iniga ega va hokazo. Ushbu tizimda boshqaruvning barcha masalalari bitta kanal orqali hal etiladi. U juda ham puxtalik va aniqlikni vujudga keltiradi.

Vazifaviy tizimlar negizi ixtisoslashtirish g‘oyasiga tayanadi. Bunda har bir bo‘g‘inga muayyan masalalar birkitib qo‘yiladi. Masalan, bir idora hisob-kitob, ikkinchisi texnologiya, uchinchisi marketing bilan shug‘illanadi. Huquqiy doiralarning cheklanganligi tufayli ixtisoslashtirilgan idora tamoyildan qabul qilinayotgan qarorlar sifatini yaxshilash imkoniyatiga ega. Lekin bitta bo‘ysunuvchi idorada bir qancha vazifaviy rahbarlarning mavjudligi o‘ziga xos murakkablikni keltirib chiqaradi.

Muntazam va vazifaviy qiyinchiliklarga xos qiyinchiliklardan xolos bo‘lishda *aralash (kombinatsiyalash)* tizimlar – muntazam (shtabli) va cheklangan vazifali aralash tizimlarning ahamiyati kattadir.

Dasturli – maqsadli tizim aralash tizimlarning alohida turi hisoblanadi. Boshqaruvning aniq tizimini shakllantirish ijodiy jarayondir. Biroq tizimning ilmiy jihatdan ishlab chiqilgan namunaviy shakllari qo'llanilsa bu ishlarni yanada osonlashtirish imkonini beradi.

SHu mazmunda boshqaruv idoraning barcha tizimli bo'linmalari asosiy beshta guruhni birlashtiradi.

Birinchisi – boshqaruv ob'ektlarini idora qiladigan tizimli bo'linmalardir. Bunda asosiy masala birinchidan idora qilinish ko'lmini oshirib yubormaslik bo'lsa, ikkinchi tomondan uncha ko'p bo'lmagan ob'ektlarni rahbarlik qilish uchun juda kichkina bo'linmalar tashkil etolmaslikdan iboratdir.

Ikkinchisi – asosiy vazifaviy tizimli (rejali, hisob va nazorat bo'yicha) bo'linmalar.

Uchinchisi – marketing vazifalari (ta'minot, sotish, fan-texnika taraqqiyoti, moliya).

To'rtinchisi – yordamchi va xizmat ko'rsatuvchi bo'linmalar (idora, devonxona, arxiv va boshqalar).

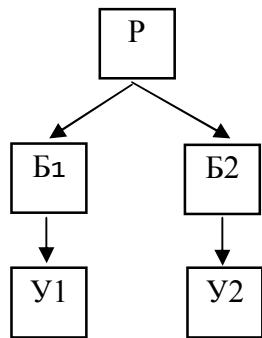
Beshinchisi – idora rahbarligi, uning o'rinnbosarlari, assotsiatsiya, kengash va boshqalar.

Tizimni takomillashtirish–boshqaruvni yuqori bosqichga ko'tarishning muhim imkonidir.

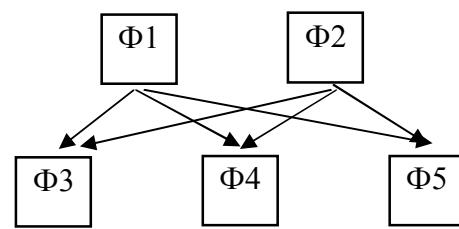
Tashkiliy tuzilmalar juda turli-tuman, lekin ular umumiy izchil bog'liqlikka ega va qonuniyatlarga bo'ysunadi.

Boshqarishning tashkiliy tuzilmasining asosiy turi chiziqli va funksional turlaridir. Ular birikishi asosida turli xil chiziqli-funksional tuzilmalar tarkib topadi.

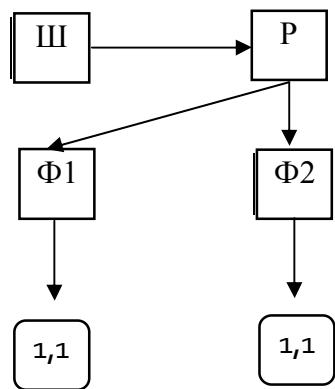
Chiziqli



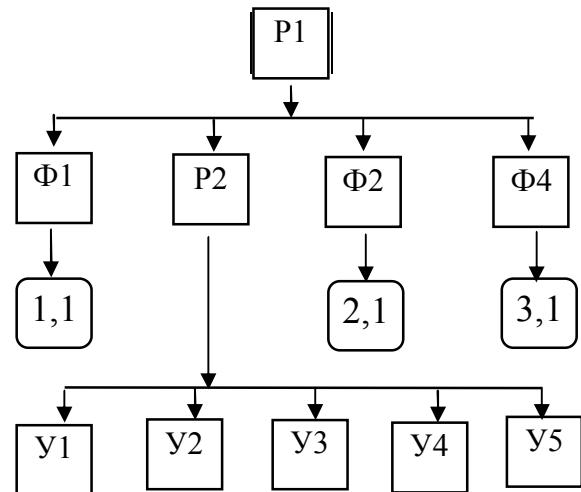
Funksional



Chiziqli shtabli



Chiziqli funksional



SHartli belgilar: R - rahbar, B - boshliq, U - usta, F - funksional rahbar, SH - shtab, 1,1; 1,2;1,3 - funksional bo‘limlar.

Chiziqli tuzilma uning quyi boshqaruvi bo‘g‘inlari yuqori bosqichdagi rahbarga bevosita bo‘ysunishi bilan tavsiflanadi. CHiziqli tuzilmada har bir xodim bitta rahbarga bo‘ysunadi va yuqori tizim bilan faqat u orqali bog‘langan bo‘ladi. CHiziqli tuzilmaning ijobiy tomonlari uning oddiy, ishonchli, kamxarjligidir. Har bir rahbar butun mehnat jamoasi faoliyati natijalari bo‘yicha javobgar. Bu strategik va joriy qarorlarni qabul qilish huquqi markazlashishiga olib keladi.

Funksional tuzilma - boshqaruv vazifalarining funksional bo‘g‘inlar va rahbarlar o‘rtasida taqsimlanishiga asoslanadi. U boshqaruv murakkablashuvi va ixtisoslashuv rivojlanishi bilan bog‘liq holda vujudga kelgan.

Chiziqli-shtabli tuzilmada chiziqli tuzilma asos qilib olinadi, lekin boshqaruvning quyi bo‘g‘inga ega har bir bo‘g‘inida ayrim muhim muammolar bo‘yicha shtablar tuziladi. Shtablar malakali qarorlar tayyorlaydilar, lekin chiziqli tuzilma rahbari tasdiqlab, quyi darajaga yuboradi. U shtab tavsiyalarini koordinatsiya qiladi, muvofiqlashtiradi va natijada boshqaruv sifati yaxshilanadi. Lekin, vazifalar miqdori ko‘p bo‘lsa, chiziqli tuzilma rahbari vazifalari ham ortadi. SHu sababli, amaliyotda boshqa qo‘shma tuzilmalar vujudga keldi. Ular orasida eng keng tarqalgani chiziqli-funksional tuzilmadir.

CHiziqli-funksional tuzilmada funksional zvenolar quyi turgan bo‘linmalarga o‘zları buyruq bera oladilar, lekin ular kompetensiyasiga taaluqli bo‘lgan aniq belgilangan savollar bo‘yicha. Masalan, rejalashtirish - iqtisodiy bo‘limi sex boshlig‘iga rejalashtirishni rivojlantirish savollari bo‘yicha buyruq berishi mumkin, Zavodnnig bosh buxgalteri esa sexda hisob va hisobotni yaxshilash bo‘yicha va h.k. CHiziqli funksional tuzilmasining ustunligi uning boshqaruv tamoyillarini buyruq berishning yagonaligi tamoyili bilan uzviyligidadir. Lekin bu ustunlik tuzilmada aloqalarning murakkab tiplari mavjud: loyiha bo‘yicha boshqarish; matritsali tuzilma va boshqalar.

Loyiha bo‘yicha boshqarish ishlab chiqarish texnologiyasining o‘zgarishi bilan bog‘liq qayta qurishlar va yangi texnologiyalar kiritilishi zarur bo‘lgan korxona va tashkilotlarda qo‘llaniladi. Bunday qayta qurishni amalga oshirish uchun faqatgina shu loyihaga javob beruvchi boshqaruv organi tuziladi. Boshqaruvning loyiha bo‘yicha organi vaqtinchalik tashkilot hisoblanadi. Unga yuklatilgan vazifalar amalga oshirilgandan so‘ng u tugatiladi.

Matritsali struktura chiziqli va loyiha bo‘yicha boshqaruv tuzilmalarining birlashtirilishi natijasida ko‘riladi. CHiziqli boshqaruv tamoyili saqlanib qolinadi,

loyiha bo‘yicha boshqarishga mos ravishda esa mavzularni, ilmiy izlanishlar bo‘yicha dasturlar, loyihalashtirish texnologik tayyorgarlik eksperimental ishlab chiqarish mahsulotini tayyorlash, sotish va h.k.lar tashkil qilinadi.

5-MAVZU. KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIK FAOLIYATINI TASHKIL ETISH VA BOSHQARISH

5.3-ma’ruza mashg‘uloti

1. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalarini tashkil etish va davlat ro‘yxatidan o‘tkazish tartibi
2. Kichik biznes sub’ektlarini bank, soliq va moliya muassasalaridan ro‘yxatdan o‘tkazish tartibi

1.Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalarini tashkil etish va davlat ro‘yxatidan o‘tkazish tartibi

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalarini tashkil etish bir necha bosqichdan iborat. Ushbu bosqichlarning ketma-ketligi 1-rasmda aks ettirilgan.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalarini tashkil etish tartibi

Ta’sischilar tarkibini aniqlash va ta’sis hujjalarni ishlab chiqish	Korxonani tashkil etish va uning faoliyati haqida ta’sischilar tomonidan shartnomalarini tuzish	Korxona nizomini tasdiqlash va bayonnomani rasmiylash-tirish	Bankda Vaqtinchada hisob raqamini ochish	Korxonani ro‘yxatdan o‘tkazish
Davlat reestriga kiritish uchun korxona haqidagi	Korxona ishtirokchilari omonatlarini	Bankda doimiy Hisob	Korxonani tuman soliq inspeksiyasida	Dumaloq muhr va shtamp tayyorlashga ruxsatnoma

ma'lumotlarni
tayyorlash

bankka to'la
kiritish

raqamini
ochish

ro'yxatdan
o'tkazish

olish va ularni
tayyorlash

Yangi korxonani tashkil qilishda ta'sischilar tarkibi belgilanib, ta'sis hujjatlari, ya'ni korxona nizomi, korxonani tashkil etish haqidagi ta'sischilar shartnomasi va boshqa me'yoriy hujjatlar ishlab chiqiladi. Shu bilan bir qatorda korxona rahbari va taftish komissiyasi raisini tayinlash haqida ishtirokchilar majlisining 1-sonli bayonnomasi rasmiylashtiriladi. So'ngra bankda vaqtinchalik hisob raqami ochiladi.

Birja, auditorlik firmalari va chet el sarmoyasiga ega bo'lgan korxonalar esa O'zbekistan Respublikasi Adliya vazirligida ro'yxatdan o'tadi.

Korxonani davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun ro'yxatdan o'tkazuvchi vakolatli organlarga quyidagi hujjatlar taqdim etiladi:

- korxonani ro'yxatdan o'tkazish to'g'risida ta'sischilarning arizasi;
- notarial idoralari tomonidan tasdiqlangan ikki nusxadagi ta'sis hujjatlari (korxona Nizomi, korxonaning ta'sis shartnomasi);
- korxona manzilini tasdiqlovchi hujjat;
- davlat bojini to'laganligi to'g'risida bankdan berilgan hujjat;
- hokimiyatning vakolatli organlari tomonidan korxonaning nomlanishi to'g'risida berilgan guvohnoma;
- muhr va tamg'aning uch nusxadagi namunasi.

Korxona mahalliy hokimiyat va boshqaruv idoralariga zarur hujjatlarni ilova qilib, ariza topshirgan paytdan boshlab, uzog'i bilan 7 ish kunidan 30 ish kunigacha bo'lgan muddatda davlat ro'yxatidan o'tkazilishi kerak. Korxonaning davlat ro'yxatidan o'tkazilganligi to'g'risidagi ma'lumotlar O'zbekiston Respublikasi yagona davlat reestriga kiritish uchun 10 kun muddat ichida Davlat statistika qo'mitasiga xabar qilinadi. Korxona davlat ro'yxatidan o'tkazilgan kundan boshlab tashkil etilgan hisoblanadi.

Davlat ro‘yxatidan o‘tkazilgan korxonaga: hokimiyatning korxonani davlat ro‘yxatidan o‘tkazilganligi to‘g‘risidagi qaroridan ko‘chirma nusxasi, hokimiyat ro‘yxatidan o‘tkazilgan va tasdiqlangan korxona nizomi hamda korxonaning ro‘yxatdan o‘tkazilganligi to‘g‘risidagi davlat orderi topshiriladi.

Davlat ro‘yxatidan o‘tkazilgandan va tadbirkorlik faoliyatiga ruxsat etilgandan so‘ng korxona rahbariyati:

- dumaloq muhr va tamg‘aga buyurtma berishi;
- bankda hisobvarag‘i ochishi;
- soliq inspeksiyasidan ro‘yxatdan o‘tkazishi;
- aholini ijtimoiy himoyalash fondidan ro‘yxatdan o‘tkazishi;
- bandlik markazidan ro‘yxatdan o‘tkazishi kerak.

Dumaloq muhr va tamg‘ani tayyorlatishga buyurtma berishdan oldin korxona rahbari korxona joylashgan tumandagi ichki ishlar bo‘limiga, korxonaning ro‘yxatdan o‘tkazilganligi haqidagi hokimiyat qaroridan ko‘chirma, hokimiyat tasdiqlagan ikki nusxadagi muhr va tamg‘a chizmalarini taqdim etishi kerak.

Ichki ishlar bo‘limi ruxsatni alohida xat ko‘rinishida beradi. Chizmalar esa kerakli yozuvlar bilan ma’qullanadi va muhr bilan tasdiqlanadi.

2.Kichik biznes sub’ektlarini bank, soliq va moliya muassasalaridan ro‘yxatdan o‘tkazish tartibi

Bankda hisob raqami ochish uchun quyidagi hujjatlar taqdim etiladi:

- korxona rahbarining arizasi;
- hokimiyat tasdiqlagan ta’sis hujjatlari;
- notarius tasdiqlagan imzo namunalari;
- muhr va tamg‘a bilan tasdiqlangan kartochkalar;

- hokimiyatning mahalliy kengashi korxonani davlat ro‘yxatidan o‘tkazilganligi haqidagi qaroridan ko‘chirma yoki notarius tasdiqlagan ma’lumotnoma;
- soliq organidan ro‘yxatdan o‘tganligi haqidagi ma’lumotnoma.

Shundan so‘ng bank muassasasi arizachiga hisob raqami ochadi, uning raqamini korxona nizomining asl nusxasiga yozadi va bosh hisobchining imzosi qo‘yilib, bankning gerbli muhri bosiladi.

Davlat ro‘yxatidan o‘tgandan keyin barcha tabdirkorlik sub’ektlari soliq organiga ro‘yxat (identifikatsiya) raqami olish uchun davlat ro‘yxatidan o‘tgan vaqtdan e’tiboran 10 kun mobaynida murojaat qilishlari lozim.

Soliq to‘lovchining identifikatsiya raqami soliq to‘lovchilarga, yuridik shaxslarga soliq organi tomonidan xo‘jalik yurituvchi sub’ektlarni ro‘yxatdan o‘tish shaklini to‘ldirgan ma’lumotlar asosida beriladi.

Davlat soliq inspeksiyasida tadbirkorlik sub’ektlarini ro‘yxatdan o‘tkazish bir marta amalga oshiriladi va tadbirkorlik faoliyatini to‘xtashi munosabati bilangina bekor qilinadi.

Tadbirkorlik sub’ektlari o‘z identifikatsiya raqamini O‘zbekistan Respublikasi Soliq Kodeksiga muvofiq qo‘llaniladigan barcha hujjatlarda ko‘rsatishi shart.

Yangi korxonani tashkil etishning yakunlovchi bosqichida ishtirokchilar o‘z omonatlarini to‘laligicha kiritadi (ro‘yxatdan o‘tgandan keyin bir yildan kechikmaslik kerak), bankda doimiy hisob raqamini ochadi, korxona tuman soliq inspeksiyasida ro‘yxatga olinadi, o‘zining dumaloq muhri va burchakli shtampiga ega bo‘ladi. Shu vaqtdan boshlab korxona mustaqil yuridik shaxs sifatida faoliyat ko‘rsata boshlaydi.

5-MAVZU. KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIK FAOLIYATINI TASHKIL ETISH VA BOSHQARISH

5.4-ma’ruza mashg‘uloti

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarini boshqarish usullari va qarorlar qabul qilish jarayoni

1. Boshqaruvning iqtisodiy usuli.
2. Boshqaruvning ma’muriy-buyruqbozlik usuli.
3. Boshqaruvning ijtimoiy-psixologik usuli.
4. Boshqaruv qarorlarining mohiyati va ularning tasnifi.
5. Boshqaruv qarorlariga kuyiladigan talablar.
6. Boshqaruv qarorlarini tayg‘rlash jarag‘ni va qabul qilish
7. Boshqaruvni tashkil etish va samaradorlik

1. Boshqaruvning iqtisodiy usuli

Boshqaruv usullari ishchi jamoalari oldiga qo‘yilgan vazifalarni o‘z vaqtida yuqori sifatli qilib bajarilishini ta’minlash uchun ularga nisbatan quriladigan chora-tadbirlarni va ta’sirchan usullarni qo‘llanilishini bildiradi.

Boshqaruv usullari o‘zining tavsifiga ko‘ra iqtisodiy, tashkiliy-ma’muriy va ijtimoiy ruhiy bo‘lishi mumkin.

Boshqaruvning iqtisodiy usullari kishilarga iqtisodiy mafaatlar orqali ta’sir ko‘rsatadi va iqtisodiy manfaatlardan foydalanishga asoslangan.

Bu usul xodimlar va mehnat jamoalarining moddiy manfaatlariga asoslangan bo‘lib, davlat jamoat va har bir xodimning manfaatlarini bir-biri bilan uzviy bog‘lanishga imkon yaratadi.

Iqtisodiy usullar iqtisodiy ta’sir vositalari yig‘indisidan (tannarx, narx, foyda, rentabellik, moddiy rag‘batlantirish, kredit, biznes-reja, soliqlar, ish haqi), ya’ni xo‘jalik faoliyatiga ta’sir etishning har bir jamoa mos xo‘jalik bo‘g‘ini bilan uzviy

aloqada amal qilishini ta'minlovchi tadbirlaridan iboratdir. Iqtisodiy boshqaruv usullarining asosiy vazifasi ishlab chiqarishda har bir mahsulot birligiga sarflanadigan harajatlar miqdorini kamaytirishga imkon beruvchi xo'jalik mexanizmlarining yangi usullari vujudga keltirish va undan samarali foydalanishdir.

Xo'jalik faoliyati negizini uchta asosiy masala: ishlab chiqarishni boshqarish, rejalarshirish va rag'batlantirish tashkil etadi.

Bozor mexanizmining muhim vazifalaridan biri biznes-reja va bozorning uzviy bog'liq bo'lishiga imkon yaratuvchi pul va tovar resurslari to'g'ri nisbatini ta'minlashdir.

Bozor – bu tovar-pul munosabatlarining doimo saqlanuvchi balansidir. Bozor munosabatlari sharoitida rejali iqtisodig'tga nisbatan qat'iy boshqaruv tizimi o'rnatiladi. Bozor tamoyillari xo'jalik rahbarlaridan tashabbuskorlik, korxona faoliyati masalalari bo'yicha yuqori natijalarga erishish maqsadida qayishqoqlik, tavakkalchilikni talab etadi.

Bozor iqtisodig'ti ma'muriy-buyruqbozlik tizimiga nisbatan qarama-qarshi tizim bo'lib, bozorda narx, soliq, kredit vositasida tartibga solish, eng avvalo ijtimoiy maqsadda amalga oshiriladi.

2. Boshqaruvning ma'muriy-buyruqbozlik usuli

Boshqarishning bu usuli yakkaboshchilik munosabatlari, intizom va ma'muriyatga asoslanadi.

Bozor iqtisodig'ti qonunlari, huquqiy hujjat tamoyillarining bajarilishini hisobga oluvchi va boshqaruv ob'ektiga o'z ta'sirini o'tkaza oladigan uslublar tizimi tashkiliy-taqsimlovchi usullardir.

Tashkiliy-ma'muriy ta'sir ko'rsatish boshqariluvning aniq boshqarilag'tgan ob'ektiga g'ki shaxslarga qaratilgan majburiy tavsifidagi to'g'ridan-to'g'ri ma'muriy ko'rsatmalardir. Boshqacha aytganda, korxonaning rahbari o'ziga bo'ysunuvchi kasaba uyushmasi rahbariga, kasaba uyushmasi rahbarlari shu kasaba uyushmasidagi

ishlab chiqarish bo‘limlarining ustalariga bevosita bajarilish zarur bo‘lgan ko‘rsatmalarни berishi mumkin va ko‘rsatmalar bajarilishi lozim.

Bunday ko‘rsatmalar jumlasiga mahsulot turlarini rejaga asosan bir me’g‘rda ishlab chiqarishni yuqori darajada tashkil qilish, mahsulot sifatini yaxshilash, mehnat me’g‘rlarini o‘z vaqtida ko‘rib chiqish, mehnat intizomini mustahkamlash va boshqa tez hal qilinadigan masalalar to‘g‘risida ko‘rsatmalar kiradi.

Nima sababdan boshqaruvning ma’muriy-farmoyish usullari ma’muriy shakllar bilan qo‘sib olib boriladi. Bu ko‘p hollarda tashkiliy ta’sir ma’muriy huquqni qo‘llash, ya’ni qaror va farmoyishlarni amalga oshirishga asoslanadi. Lekin, «boshqaruvning tashkiliy-farmoyish usuli» tushunchasi «ma’muriy boshqaruv usuli» tushunchasidan bir qadar kengdir, chunki tashkiliy-farmoyish usullari boshqaruvning turli darajalariga turli ko‘lamda va shaklda tashkiliy ta’sir etishni o‘rganish masalalarini ham qamrab oladi. Tashkiliy-farmoyish usullari tashkiliy aniqlikni ta’minlaydilar, tashkiliy tizim, boshqaruvning har bir bo‘g‘ini vazifalarini belgilab beradi, boshqaruv apparati intizomi va faoliyati samaradorligini ta’minlaydi va joy-joyiga qo‘yadi va h.k. Boshqaruvning tashkiliy-farmoyish usullari ularning ishlab chiqaruvchilarga ta’sir etish manbalari va yo‘nalishalri bo‘yicha turlarga ajratiladi. Bunga bog‘liq holda ta’sir etishning tashkiliy-farmoyish usullari uch guruhga bo‘linadi: **tashkiliy barqarorlashtiruvchi, farmoyish va intizom**.

Ta’sir etishning **tashkiliy-barqarorlashtirish** usullari asosiy maqsadi hamkorlikda ishslash uchun tashkiliy asos yaratishdir, ya’ni vazifa, majburiyat, javobgarlik va vakolatlarni taqsimlash, tartib o‘rnatish va h.k. Ma’muriy ta’sirning tashkiliy shakllarining ikki: tashkiliy reglamentlash va tashkiliy me’g‘rlash turlari mavjud. Tashkiliy reglamentlash vositasida davlat boshqaruvchi va boshqariladiga tizimga ularning maqbul nisbatini, tashkiliy tizimini va har bir darajada boshqaruv chegaralarini aniqlash maqsadida ta’sir etadi. Tashkiliy reglamentlashga misol qilib lavozimlar haqida Nizomni ko‘rsatish mumkin. Tashkiliy me’g‘rlash hujjatlari vositasida xom-ashg‘, materiallar sarfini me’g‘rlash, mahsulotlar ishlab chiqarishga

mehnat sarfi, ishlab chiqarish fondlaridan foydalanish, texnikaviy va texnologik me’g‘rlar(standartlar, me’g‘rlar, qayta ishlov berish usuli, tartibi va o‘.k.) ishlab chiqarishini tashkil etish me’g‘rlari.

Ta’sir etishning **farmoyish** usullari cheklovchi hujjatlarda ko‘zda tutilmagan mavjud vaziyatdan kelib chiqqan holda kundalik jadal boshqarish maqsadida qo‘llaniladi. Farmoyish ta’sirining asosiy maqsadi boshqaruv apparatining aniq harakati, boshqaruvning barcha bo‘linma va xizmatlari barqaror ishlashini ta’minlab berishdan iborat. Ta’sir etishning farmoyish usullari buyruq, farmoyish, ko‘rsatma va boshqa me’riy hujjatlar asosida amalga oshiriladi.

Intizomiy ta’sir usullari tashkilish barqarorlashtiruvchi va farmoyish vositasida ta’sir etish usullarini to‘ldirib, intizomiy talablar va majburiyatlar tizimi vositasida tashkiliy aloqalar barqarorligini ta’minalashga qaratilgandir.

3. Boshqaruvning ijtimoiy-psixologik usuli

Boshqarishning ijtimoiy-ruhiy usulida ishlovchilarga ruhshunoslik va ijtimoiy bilimlar asosida ta’sir ko‘rsatadi. Ijtimoiy ruhshunoslikka oid ilmlarni bilmagan rahbar odamlarni boshqara olmaydi. Korxona yutug‘ining 15 % i boshqaruvchining bilimiga bog‘liq bo‘lsa, 85 % i odamlar bilan ishlay olish qobiliyatiga bog‘liq. Ijtimoiy (sotsiologiya) ishlab chiqarish sharoitida asosiy mehnat omillari, turli ijtimoiy hodisalar va ular orasidagi bog‘liqliklarni o‘rganadi. Ruhshunoslik (psixologiya) fan sifatida kishi ruhini o‘rganadi. Ruhiyat deganda, fikr, intilish, xohish kabilar tushuniladi.

Bozor munosabatlari, mulkchilikning turli shakllari odamlarning ijtimoiy va axloqiy xususiyatlarini yuksak darajada namog‘n etishga imkon beradi. Amaldagi qonunlar bilan ijtimoiy va huquqiy me’g‘rlar, ilg‘or axloq shakllari amalga oshiriladi. Umuminsoniy axloq etikasi va huquqlari etika me’g‘rlari tizimida o‘z aksini topadi va uni bajarish hamma uchun majburiydir. Moddiy rag‘batlantirish

bilan bir qatorda ma’naviy rag‘batlantirishning turli shakllarini qo‘llash yaxshi natija beradi.

Ma’naviy rag‘batlantirishga quyidagilar kiradi: faxriy g‘rliqlar berish, orden va medallar bilan mukofotlash, rahmatnoma va boshqalar kiradi. Boshqarishning ruhiy usullari odamlar o‘rtasida sog‘lom muhitni hosil qiladi, shaxsning ruhiy xususiyatlarini ochadi. SHaxsning ruhiy xususiyatlariga quyidagilar kiradi: odamlar qiziqishi va qobiliyati, g‘ayrati. Boshqarishda rahbar insonning hamma qirralarini o‘rganishi lozim.

Boshqaruvning ijtimiy-psixologik usullari ishlab chiqarishda mavjud ijtimoiy mexanizmni (o‘zaro munosabatlar, ijtimoiy ehtig‘jlar) qo‘llashga asoslanadi. Boshqaruvning ijtimoiy usullari ijtimoiy tartibga solish vositasida amalga oshiriladi.

Ijtimoiy tartibga solish usullari turli guruhlar va shaxslar maqsadi va manfaatlarini aniqlash va rostlash yo‘li bilan ijtimoiy munosabatlarni tartibga solish va uyg‘unlashtirish maqsadida qo‘llaniladi.

Ular jumlasiga ijtimoiy tashkilotlar Nizomlari, shartnomalar, o‘zaro majburiyatlar, ishchilarni tanlash, taqsimlash va ijtimoiy ehtig‘jlarni qondirish tizimi kiradi. Ijtimoiy tartibga solish usullari inson omili faolligini oshirish, boshqaruvni demokratlashtirish maqsadida qo‘llaniladi.

Boshqaruvning psixologik usullari jamoada maqbul psixologik holat tashkil etish yo‘li bilan kishilar o‘rtasidagi munosabatlarni tartibga solishga qaratilgandir. Psixologik usullarga kichik guruh va jamoalarni tashkil etish, mehnatni rag‘batlantirish, malakali kadrlar tanlash va ularni o‘qitish va h.k.lar kiradi.

4. Boshqaruv qarorlarining mohiyati va ularning tasnifi

Qaror qabul qilish va uni bajarishni tashkil etish menejmentning asosiy jarag‘ni hisoblanadi. Qabul qilingan qaror boshqaruv mohiyatini sifati va ahamiyatini belgilaydi. Bu esa o‘z navbatida ishlab chiqarishning samaradorligini oshiradi.

Boshqaruv qarorlari keng ma'noda hamma ob'ektiv qonunlar asosida jamiyatning moddiy va ma'naviy talablarini real qondirish imkoniyatlarining kelishilgan shaklidir. Boshqaruv qarorlarini iqtisodga qo'llasak - bu jamiyat va shaxs talablarini ta'minlash maqsadida aniq ongli dastur asosidagi har akatdir.

Qo'yilgan masalaga qarab, mehnat va holatlarni aniq hisobga olib ishlab chiqarishni eng maqbul rivojlantirish boshqaruv qarorlarining mazmunidir.

Qaror - bu boshqaruv faoliyatining shunday shakliki, unga rahbar mehnati gavdalaniadi, mehnat jamoasiga maqsadga yo'nalgan ta'siri o'z irodasini topadi. Qaror qabul qilishni tiklash - rahbarning etakchi faoliyat jarag'ni, keyingi boshqaruv muvaffaqiyatini belgilaydi. Boshqaruv qarorlari turli darajada bo'ladi.

Qarorlar quyidagi ko'rinishga bo'linadi:

1. Strategik qaror - bu istiqboliy qaror, unda iqtisodning uzoqqa mo'ljallangan rivojlanish vazifalari va maqsadlari belgilandi. Bunda uzoq davrni ko'zlab jiddiy asoslangan va muvozanatlashtirilgan harakat dasturi asos qilinadi. Unda uzoq muddatli maqsad ko'zlanadi, ularni boshqarish muddati belgilanadi, qo'yilgan masalani amalga oshirish va uslublari ko'rsatiladi.

Joriy va xususiy muammolar bo'yicha tezkor qarorlar qabul qilinadi (ishga olish va ishdan bo'shatish).

Qaror ta'siri bo'yicha tashqi va ichki bo'ladi. Tashqi qaror boshqa darajaga qaratilgan, ichki - faqat alohida korxona bo'linmalarini o'z ichiga oladi. Qarorlarni ishlab chiqarish tashkiliy jihatdan yakka, kollegial va jamoaga bo'linadi. YAKKA qabul qilingan qarorni rahbar, kollegial qarorni - mutaxassislar guruhi, jamoa qarorini umumiy majlisda qabul qilinadi.

5. Boshqaruv qarorlariga qo'yiladigan talablar

Bozor iqtisodig'tiga o'tish qabul qilinag'tgan boshqaruv qarorlarini ta'qilamaydi, aksincha uning sifatli bo'lishini talab qiladi. Uning samarali bo'lishi bir nechta omillarga bog'liq.

- 1) rahbarning shaxsiy sifati;
- 2) qaror qabul qilishda axborot ta'minoti;
- 3) tashkiliy ko'rinishdagi omillar (qaror qabul qilishda mutaxassislarni jalg'etish, qaror qabul qilish tizimi va shakllari, qarorlarni ijrochiga etkazish, nazorat tizimi);
- 4) texnik omillar;
- 5) qaror qabul qilish va amalga oshirishdagi vaqtinchalik omillar.

Ana shulardan kelib chiqib boshqaruv qarorlariga quyidagi talablar qo'yiladi.

1. Qabul qilingan qarorda demokratiya va oshkoraliq;
2. Qarorning ilmiy asoslari;
3. Farmoyishning qonuniy birligi;
4. Qarordagi aniq yo'nalish;
5. Vaqt bo'yicha aniqlik va qisqalik;
6. Qabul qilingan qaror tezkorligi;
7. Aniq kelishilganlik va va qarama-qarshiliklar yo'qligi;
8. Bozor iqtisodig'tining shakllanishi qabul qilingan qarorlarga o'z talablarini qo'yadi.

6. Qabul qilingan qarorni bajarish tartibi

Qabul qilingan qarorni rasmiylashtirish, buyruq, farmoyish g'ki reja tuzish bilan boshlanadi. Qaror nafaqat kim, qachon, qanday muddatda nima qiladi kabi savollarga javob, balki ayni bir alohida ishlar qaysi muddatda, qanday usullar bilan bajariladi, qarorni bajarish uchun nazoratning qanday shakllaridan foydalilanadi kabi vazifalarni o'z ichiga oladi.

Murakkab qarorlar qabul qilingan hollarda qabul qilingan qarorni bajarish rejasini tuzish maqsadga muvofiq. Mazkur rejada butun ish hajmini va ob'ekt bo'yicha taqsimoti, ijrochilar malakasi, tashkilotchilik qobiliyati ko'zda tutiladi.

7. Boshqaruvni tashkil etish va samaradorlik

Unumdorlikni oshirishda boshqaruvni to‘g‘ri tashkil etish muhim ahamiyatga ega. Tashkil etish jarag‘ni rahbariyat mehnat resurslari, materiallar, texnologiya, axborot va kishilarni qo‘yilgan maqsadga erishish uchun birlashtiruvchi vositadir. Boshqaruvni samarali tashkil etish natijasida (ya’ni, tashkiliy jarag‘nlar sozlanganligi) resurslardan maqbul foydalanish, ijrochilar majburiyatini taqsimlashda tushunmovchilik natijasida mehnat unumdorligi pasayishini kamaytirish, bo‘linmalar o‘zaro ta’siri buzilishiga chek qo‘yishni ta’minlaydi. To‘g‘ri yo‘lga qo‘yilgan tashkiliy jarag‘nlar mehnat unumdorligi ortishiga imkon beradi.

Unumdorlik boshqaruvining boshqaruv texnologiyasi, boshqaruv ishini loyihalashtirish va boshqaruv tashkiliy tizimi kabi unsurlari bilan uzviy bog‘liqdir. Boshqaruvning samarali texnologiyasi mehnat unumdorligiga eng ko‘p ta’sir ko‘rsatuvchi omildir. Hozirgi paytda avtomatlashgan zavodlar, robot texnikasi, loyihalashtirishning avtomatlashgan tizimini qo‘llovchi amerikalik va Yaponiya ishlab chikaruvchilari bozorning katta qismini egallab olmoqdalar, chunki yuqori sifatli mahsulotni raqobatdoshlariga nisbatan arzon narxda sotadilar.

Boshqaruvning tashkiliy tarkibi rahbariyat va barcha darajada unga bo‘ysunuvchi hamda korxonaning asosiy tarkibiy bo‘linmalari o‘rtasidagi o‘zaro munosabatni belgilaydi. Tarkib unumdorlikga ma’muriy-boshqaruv soniga bo‘lgan nisbati orqali bevosita ta’sir etadi. Agar korxona o‘z faoliyatiga salbiy ta’sir ko‘rsatmay boshqaruvchilar sonini qisqartirsa, unumdorlik yuqori bo‘ladi. Tashkilot tarkibi uncha yaqqol namog‘n bo‘lmaydigan yo‘l bilan ham unumdorlikka ta’sir qiladi. Masalan, mutaxassis va olimlar yuqoridan qat’iy berilgan buyruqqa salbiy munosabatda bo‘ladilar. Bunda ular o‘z mehnati natijasidan qoniqmaydilar va ular mehnati uncha unumli bo‘lmaydi. Ijodiy g‘ndashuvni talab etuvchi tarkibga ega tashkilotlar raqobat kurashida kengroq imkoniyatlarga ega bo‘ladilar. Jahon bozoriga o‘z vaqtida masalan, zamonaviy kompyuter bilan ish olib borish bu daromadlarni

keskin ko‘paytirish va unumdorlikni oshirish demakdir. Kichik korxona ba’zan yirik korxonaga nisbatan samaraliroq bo‘ladi. Korxona samarali ishlashi uchun biror vazifani bajarish biror aniq kishi g‘ki bo‘linmaga topshirilishi va unga mos vakolatlar berilishi lozimligi tajribadan ma’lum. Unumdorlikni javob beruvchi biror shaxs g‘ki guruhgaga berilgan vakolat doirasiga mablag‘larni sarf qilish huquqi ham kirishi kerak.

O‘z-o‘zini nazorat qilish uchun savollar:

1. Iqtisodiy boshqaruv usullarining qanday yutuq va kamchiliklarini Siz tasavvur etasiz?
2. Boshqarishning iqtisodiy usulining afzalliklari nimalardan iborat?
3. Tashkiliy-farmoyish(ma’muriy) usullarning mohiyati nima?
4. Tashkiliy-farmoyish usulining dastaklari nimalardan iborat?
5. Boshqarishning ijtimoiy-psixologik usuli qaysi hollarda qo‘llaniladi?
6. Boshqaruv qarorlarining mohiyati va uning turlanishi?
7. Boshqaruv qarorlariga talablar qanday?
8. Qabul qilingan qarorlarni bajarish tartibi qanday?
9. Boshqaruv samaradorligi deganda nima tushuniladi?
10. Boshqaruv samaradorligining qanday turlari Sizga ma’lum?
11. Iqtisodiy va ijtimoiy samaradorlik nima?
12. Boshqaruvning tashkiliy strukturasi nima?
13. Boshqaruv bo‘g‘ini va bosqichlari to‘g‘risida so‘zlang.
14. Korxonada samarali boshqaruv deganda nimani tushunasiz?
15. Chiziqli (pog‘onali) tuzilmaning mohiyati nimada?
16. Chiziqli-shtabli tuzilma nima?
17. Funksional tuzilmaning o‘ziga xos xususiyati nimada?
18. Dasturli-maqsadli tuzilmaning mohiyati nimada?
19. Matritsali tuzilma nima?

20. Boshqaruv tuzilmalarining o‘zaro farqi nimada?
21. Rahbarning boshqaruv uslubi deganda nimani tushunasiz?
22. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikda rahbarlikning qanday boshqaruv uslublaridan foydalilanadi?

6-MAVZU. PAXTA-TO‘QIMACHILIK KLASTERLARINI TASHKIL ETISH ASOSLARI.

1-ma’ruza mashg‘uloti

O‘zbekistonda engil sanoatiqtisodiyotining muhim tarmohi hisoblanib, uning bozorida o‘ziga xos marketing muhiti shakllangan. Respublikada to‘qimachilik, ip yigirish, ttikuvchilik, trikataj poyabzal va ipakchilik sohalarida 10 mingga yaqin yirik va kichik korxonalar, shuningdek, 400dan ortiq qo‘sima korxonalar samarali faoliyat yuritmoqda. Tarmoqda 150 ming kishi ish bilan band. Biroq O‘zbekistonning jaxon to‘qimachilik va kiyim eksportidagi ulushi esa atigi 0,3 foizni tashkil etmoqda. Engil sanoat mahsulotlarini ishlab chiqarish va eksport qilishning barqaror ustunlik qilishi, yuqori qo‘silgan qiymatli tayyor mahsulotlarni ishlab chiqarish va jaxon bozorlarida munosib raqobatlasha oladigan milliy brendlarni shakllantirish etarli darajada emasligi korxonalar raqobatbardoshligini oshirish imkonini bermiyobdi.

Ushbu holatlar tarmoqda faoliyat yuritayotgan korxonalar raqobatbardoshligini marketing strotegiyalavri asosida oshirish zaruratini keltirib chiqarmoqda. 2017-2021 yillarda O‘zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo‘nalishi bo‘yicha harakatlar strotegiyasida “prinsipial jihatdan yangi mahsulot va texnologiya turlarini o‘zlashtirish, shu asosda ichkii va tashqi bozorlarda milliy tovarlarning raqobatbardoshligini ta’minlash” bo‘yicha muhim vazifalar belgilab berilgan. Mazkur vazifalarning samarali boshqarilishi engil sanoati korxonalari raqobatbardoshligini marketing strotegiyalari asosida oshirish borasidagi ishlarni jadallashtirishni talab etadi.

Jahon amaliyotida engil sanoat korxonalari raqobotbardoshligini marketing strotegiyalari asosida oshirishga qaratilgan ilmiy tadqiqotlar jumladan, korxonalarda innovatsion marketing tizimini joriy etish, bozor tadqiqotlarini samarali tashkil tetish, to‘qimvchilik va moda kompaniyalari uchun sasarali marketing strotegiyalarini ishlab chiqarish. Engil sanoat klasterlarini shakllantirish, elektron savdo tizimini halqaro darajaja yo‘lga qo‘yish, milliy brendlarning jaxondagi nufuzini oshirishning ilmiy-uslubiy asoslarini takomillashtirish yuzasidan tavsiya va takliflar ishlab chiqish bugungi kunning dolzarb masalalaridan hisoblanadi.

Engil sanoat korxonalari raqobatbardoshligini marketing strotegiyalari asosida oshirishga qaratilgan uslubiy yondashuv o‘zaro munosabatlarga asoslangan klaster usulidan foydalanish vositasida takomillashtirilgan. ”Namangan tekstil klasteri” shaklida engil sanoat korxonalari raqobatbardoshligini oshirish modeli ishlab chiqildi.

Engil sanoat korxonalari raqobatbardoshligini marketing strategiyalari asosida oshirishga qaratilgan o‘zaro munosabatlarga asoslangan klaster usulidan foydalanish vositasida takomillashtirilgan uslubiy yondashuv ”O‘zbekengilsanoat” aksiyadorlik jamiyatni faoliyatiga joriy etilgan (“O‘zbekengilsanoat” AJning 2017 yil 4 dekabrdagi DM-160-sun ma’lumotnomasi). ”O‘zbekengilsanoat” aksiyadorlik jamiyatining 2017-2019 yillarga mاشjallangan biznes maqsadlarini belgilash va viloyatlarda paxtachilik-to‘qimachilik klasterini barpo etish chora-tadbirlari to‘g‘risidagi xukumat qarori loyihalarini tayyorlashda muayyan darajada hizmat qilgan.

Engil sanoat korxonalari raqobatbardoshligini baholashning korxonaning integral ko‘rsatkichlari(ishlab chiqarish. Marketing, moliyaviy, boshqaruv, logistik va innovatsion faoliyatlarini samaradorligi) va bozor muhitiga moslashishiga ko‘ra takomillashtirilgan usuli ”O‘zbekengilsanoat” AJning faoliyatiga qo‘llanilgan (“O‘zbekengilsanoat” AJning 2017 yil 4 dekabrdagi DM-160-sun ma’lumotnomasi). Mazkur ilmiy ish Namangan viloyatida faoliyat yuritayotgan ”YUksalish” va ”Saodat sanoat servis” ma’suliyati cheklangan jamiyatlar amaliyotida foydalanib, mazkur korxonalarining 2017 yildagi rentabellik ko‘rsatkichlarini 2016 yilga nisbatan

oshirilishiga hamda 48 ming AQSHdollarini miqdorida qo'shimcha mahsulot eksport qilinishiga erishilgan.

O'zbekiston Respublikasida Namangan viloyati engil sanoati eng rivojlangan hududlardan biri hisoblanadi. Viloyatda engil sanoatni klaster modeli asosida rivojlantirish imkoniyatlarini ushbu xudduda shakllangan raqobat muhitini va ularga korxonalarining moslashuvchanlik holatiga ko'ra aniqlash maqsadga muvofiq. Bu jarayonda raqobat muhitining shakllantiruvchi omillar tizimini shakllantirish va ularning ichki bog'lanishi, tarkibiy elementlarning o'zora ta'siri va munosabati aniqlanadi.

6-MAVZU. PAXTA-TO'QIMACHILIK KLASTERLARINI TASHKIL ETISHNING O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI VA IQTISODIY SAMARADORLIGI

2-ma'ruba mashg'uloti

Engil sanoatni klasterlash imkoniyatlarni baholashning korxonalarining vertikal va gorizontal integratsiyasi hamda raqobotda xamkorlik munosabatlari kabi omillar asosida takomillashtirilgan usuli "O'zbekengilsanoat" aksiyadorlik jamiyatining faoliyatiga joriy etilgan ("O'zbekengilsanoat" AJning 2017 yil 4 dekabrdagi DM-160-son ma'lumotnomasi).

Klasterlash imkoniyatlarini baholash usuli viloyatlarda zamonaviy paxtachilik-to'qimachilik klasterlarini tashkil etish bo'yicha xukumat qarorlari loyihalarini asoslashda foydalanilgan.

"Namangan tekstil klasteri" shaklida engil sanoat korxonalarini raqobatbardoshligini oshirish modeli "O'zbekengilsanoat" aksiyadorlik jamiyatining faoliyatiga joriy etilgan. Ushbu model asosida Namangan viloyatining "Toshbuloq teks" MCHJ bazasida paxta-to'qimachilik klasterini tashkil etish bo'yicha loyiha amalga oshirilgan.

XX asr oxiridan boshlab, Xitoy iqtisodiyoti tez sur'atlarda rivojlanishi sababli jahon bozorlarida raqobat keskinlasha boshlaydi. Amerika va Evropa kabi rivojlangan davlatlar ham o‘z bozorlarini raqobat ta’siridan himoya qilish maqsadida samarali marketing strotegiyalarini amaliyatda qo’llay boshladi. Natijada “KLASTER” nazariyasi ishlab chiqildi va unga nisbatan turli xil metodologik yondashuvlar shakllana boshladi.

O‘zbekistonda ham bu borada muayyan tajribalar to‘plangan bo‘lib, A.Bekmurodov, M.Boltaboev, Z.Adilova, D.Mirzaxalilovaning engil sanoatda klasterlarni shakllantirish bo‘yicha ilmiy tadqiqotlari diqqatga sazovor.

Klaster strotegiyasi asosida raqobatbardoshlikni oshirishda quyidagi umumiylustunvorliklar mavjud:

- mazkur strategiyani qo‘llash asosida ta’minotchilar, malakaviy xodimlar, axborot, xizmat va ta’lim markazlari o‘rtasida bevosita aloqa o‘rnataladi, natijada korxonalarning mehnat unumdarligi va ishlab chiqarish samaradorligini oshirish imkoniyatlari yanada kengayadi;
- ta’lim va ilmiy tadqiqot markazlari tomonidan yangi innovatsion ishlanmalarni yaratish, ularni qisqa muddatda sinovdan o‘tkazish va ishlab chiqarishga joriy etish uchun shart-sharoitlar yaratiladi;
- engil sanoat korxonalaridagi ishlab chiqarish va sohaga oid ilmiy izlanish olib borayotgan xodimlar hamda mutaxassislar mehnati ko‘proq rag‘batlantiriladi va innovatsiyalar yaratishga motivatsiyalanadi.

Jahon iqtisodiyotida klaster strategiyasidan samarali foydalanimoqda. Jumladan, AQSH sanoatining 50% dan ortig‘ini klaster tarkibida faoliyat yurituvchi korxonalar tashkil etadi. Mamlakat yalpi ichki mahsulotining 60%dan ortig‘i aynan klasterda faoliyat yurituvchi korxonalar hissasiga to‘g‘ri keladi. Evropa Ittifoqi mamlakatlarida esa klasterlar soni 2000dan ziyodni tashkil etib. Ularda jami ish bilan band aholining 38 foizi faoliyat yuritadi.

Klasterlarni shakllantirishdan maqsad-shahar, tuman va viloyatda joylashgan turdosh korxonalar va ular bilan yagona tehnologik zanjirda faoliyat yurituvchi ta’lim. Ilmiy, injinering, konsalting, standartlashtirish, sertifikatlashtirish va boshqa turli xizmatlarni uyg‘unlashtirishdan iborat. SHu bilan birga, klaster innovayion ishlab chiqarishni tashkil etish va boshqarish asosida korxonalar raqobatbardoshligini ta’minlash vositasi hisoblanadi.

O‘zbekiston to‘qimachilik va engil sanoati tizimida klasterlarni shakllantirish masalasi klaster nazariyasining mohiyatidan kelib chiqib, mamlakat miqiyosida emas, balki mintaqalar-viloyatlardagi aniq ijtimoiy-iqtisodiy shart-sharoitlar, ishlab chiqarishning to‘la siklini qamrab oluvchi vertikal va gorizontal integratsiyaga asoslangan innovatsion xizmatlarni uyg‘unlashtirish asosida ilmiy markazlar doirasida amalga oshirilishi maqsadga muvofiq.

7-MAVZU. KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIK SUBYEKTALARIDA MARKETING FAOLIYATINI TASHKIL ETISH

1-ma’ruza mashg‘uloti

1. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatida marketingning ahamiyati
2. Tadbirkorlik faoliyatida bozor segmentatsiyasining mohiyati va o‘ziga xos xususiyatlari
3. Bozor imkoniyatlarida biznesdagi kuchli tomonlarning muvofiqligi
4. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatida marketing tadqiqotlaridan foydalanish
5. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyati uchun marketing dasturini ishlab chiqish

1. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatida marketingning ahamiyati

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatida qaror qabul qilish va uni ishlab chiqishda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning samarali vositasi hamda asosi bo‘lib marketing hisoblanadi. Marketing elementlarining paydo 17 asrning o‘rtalariga borib taqaladi. Bu davrgacha tovarlarni natural ayirboshlashni turli shakllari paydo bo‘ladi, keyinchalik marketing faoliyatini birinchi elementlari, ya’ni reklama, narx, sotish kabilarni rivojlanishi ko’zatildi.

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

Quyida marketingning asosiy kategoriyalari berilgan.

Muhtojlik – kishini biron bir narsani etishmasligini his etishidir.

Ehtiyoj – individ shaxsning madaniy darajasiga asosan maxsus shaklga muhtojlikdir.

Talab – bu xarid quvvatiga ega bo‘lgan ehtiyoj.

Tovar – bu ehtiyojni yoki muhtojlikni qondira oladigan hamda bozorga e’tiborni tortish, sotib olish, ishlatish yoki iste’mol qilish maqsadida taklif etilgan barcha narsalardir.

Marketingni mohiyati iste’molchilar talabiga mos, tovarni ishlab chiqarish va xizmat ko‘rsatish va unga talab, ishlab chiqarish imkoniyatlarini mo‘ljallashdan iborat. Bunda faol marketingdan samarali foydalanish muhim ahamiyat kasb etadi. Bu xususda mamlakatimiz Prezidenti I.Karimov ta’kidlaganidek “...Keyingi vaqtda jahon bozorida narxi keskin tushib ketgan xom ashiyo resurslarini eksport qilish amaliyotida imkon qadar tezroq qutilish, tayyor raqobatbardosh mahsulotlar eksportini faol oshirish va bu mahsulotlar etkazib beriladigan mamlakatlar geografiyasini yanada kengaytirishimiz kerak. Bu borada yangi bozorlar, yangi

transport yo‘laklarini topish, bir so‘z bilan aytganda, faol marketinga asoslangan tashqi iqtisodiy siyosat yuritish zarur”.^{5[4]}

Marketing falsafiy ma’noda fikrlash tarzini mujassamlashtiradi.

Umuman olganda, marketingga quyidagicha ta’rif berishimiz mumkin: marketing - ehtiyoj va muhtojlikni ayriboshlash orqali qondirishga qaratilgan inson faoliyatining turidir. Marketing vujudga kelishining asosiy sabablaridan biri bu ishlab chiqarish hajmining ortib borishi, yangi tarmoqlarning vujudga kelishi, tovar turlarining ko‘payishi va tadbirkorlar o‘rtasida mahsulotni sotish muammosining vujudga kelishidir.

Marketing quyidagilarni o‘rgatadi:

- bozorni o‘rganishni;
- uni taqsimlashni;
- tovarlarni joylashtirishni;
- marketing siyosatini olib borishni;
- tovar siyosatini;
- narx siyosatini;
- taqsimot siyosatini;
- siljitish (yo‘naltirish) siyosatini;
- yuksalish, qo‘sishimcha xizmatlarni (Plus) - (bunga marka, sotishdan keyingi xizmat, kafolat va texnik yordam, etkazib berish, assortiment, shaxsiy iste’mol va boshqalarini kiritish mumkin).

Marketing korxonalarning bozorda ishslash 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.

Marketingning asosiy tamoyillari:

^{5[4]} И.А.Каримов. Асосий вазифамиз – ватанимиз тараққиёти ва ҳалқимиз фаровонлигини янада юксалтиришдир. Тошкент: Ўзбекистон, 2010.-64 б.

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

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

- iste'molchilarga yo'naltirilgan tamoyil, ya'ni iste'molchi shohdir;
- istiqbolga yo'naltirilgan tamoyil, ya'ni sub'ekt faoliyati istiqbolga yo'naltirilgan bo'lishi zarur;

pirovard ko'rsatkichga erishishga yo'naltirilgan tamoyil, ya'ni bozor hissasini, foydani oshishi va hokazolar.

2. Tadbirkorlik faoliyatida bozor segmentatsiyasining mohiyati va o'ziga xos xususiyatlari

Marketingni boshqaruv tizimida bozor segmentatsiyasi muhim ahamiyatga ega va bozorda talabni o'rganish yoki marketologlar atamasi bilan aytganda «iste'molchini tahlil etish»- bozorlar holatini tahlil etishdagi birinchi bosqich hisoblanadi. U uch tarkibiy qismga bo'linadi: *bozor segmentatsiyasi; iste'molchi talabi sabablarini o'rganish; qondirilmagan extiyojlarni aniqlash.* Bozor segmentatsiyasi talabni qondirishga tabaqalangan holda yondashuvga, tovarlarning turi, sifati va miqdoriga ko'ra har xil talab qo'yadigan iste'molchilarni guruhlarga ajratishda turli mezonlar qo'llashga asoslanadi, ya'ni bozor bir jinsli hodisa tarzida emas, balki ayrim-ayrim segmentlar majmui tarzida, har bir segment doirasida alohida o'ziga xos bir talab namoyon bo'ladigan hodisa tarzida olib qaraladi.

Bozorda xaridorlarning ma'lum bir tovarga bo'lgan talablari xilma-xildir, har bir xaridorning o'zining didi bor. Xaridorning talabi, xohishi, extiyoji, turmush tarzi, tovar sotib olishdagi xulq-atvori haqidagi ma'lumotlar samarali marketing tadbirlari

ishlab chiqish va amalga oshirish imkoniyatlarini vujudga keltiradi. Ya’ni bozor segmentatsiyasi xaridorlarning talabiga muvofiq tovarni taklif etilishini va tovarga talabni qat’iyligini ta’minlaydi.

Demak, *xaridorlarning tovarlarni sotib olishdagi xulq-atvorlari, talabi va tovarlarga munosabatidagi xususiyatlariga qarab, guruhlarga ajratishni bozor segmentatsiyasi deyiladi*.

Segmentlarga ajratish mezonlarini tanlash ko‘p jihatlardan tovar yoki xizmatning turiga, shuningdek korxona bozor faoliyatida hal qilmoqchi bo‘lgan masalaga bog‘liq.

Sanoat tovarlari va keng iste’mol tovarlari uchun tanlov mezonlari bir-biridan juda keskin farq qiladi. Rejalashtirish extiyojlariga juda mos keladigan maqbul mezon tovarni bozorda joylashtirish masalalariga umuman to‘g‘ri kelmasligi mumkin. Mabodo muayyan mezon xaridorlar O‘rtasida paydo bo‘lgan farqlarni izohlab berishga imkon bermasa, unda boshqa mezonni kiritish va to bu farqlarni ravshan aniqlashga qadar tadqiqotlarni davom ettirish lozim.

Bozorni segmentlash orqali, xo‘jalik yurituvchi sub’ekt quyidagi maqsadlarni ko‘zlaydi:

- iste’molchilarni xohish va talabini maksimal ravishda hisobga olish;
- tovari (xizmatni) va xo‘jalik yurituvchi sub’ektni raqobatbardoshligini ta’minlash;
- xo‘jalik yurituvchi sub’ektni harajatlarini optimallashtirish;
- xo‘jalik yurituvchi sub’ektni marketing strategiyasini samaradorligini oshirish;
- raqobatchilardan xolis bo‘lgan segmentlarga ketish.

Segmentlashning asosiy maqsadi bozordagi xatti-harakatlarni o‘rganib, ularning obrazini (modelini) va kelajakdagi ehtiyoj talablarni tasavvur qilishdan iborat.

Makrosegmentlash bozorlarni hududlar, mamlakatlar bo‘yicha ularning sanoatlashuviga qarab bo‘lishni ko‘zda to‘tadi.

Mikrosegmentlash esa bir mamlakat iste’molchilarini yanada batafsilroq mezonlar bo‘yicha guruhlarga bo‘ladi.

Bozor segmentatsiyasining tamoyillari quyidagilardir:

- Geografik tamoyil;
- Psixografik tamoyil;
- Demografik tamoyil;
- Xulq-atvor tamoyili;
- Xolat tamoyili.

Geografik tamoyil orqali bozorni joylashuvi, aholining soni va zichligi, tijorat faoliyatining to’zilishi, regionni rivojlani dinamikasi, inflyasiya darajasi, huquqiy cheklashlar hisobga olinadi.

Psixografik tamoyil natijasida hayot tarzi, shaxsning tipi, jamoat holati kabi hisobga olinib, turmush tarzi shaxsning o‘z faoliyatida, qiziqishlarida, kat’iyatida va e’tikodlarida o‘z aksini topadi. Shaxsning turi esa hayotdan mamnun, melanholik, o‘zgalardek ish ko’rvuchi, o‘zbilarmon va boshqa hislatlarda bo‘lishi mumkin.

Demografik tamoyillarda oilani soni va sifat tarkibi, oilaning hayotiylik sikli bosqichi, daromadlilik darajasi, mashg‘ulot turi, ma’lumoti, millati kabilar inobatga olinadi hamda bozor segmentatsiyasining asosiy tamoyillaridan biri hisoblanadi.

Xulq-atvor tamoyili orqali xarid qilishga yo‘l, foydalanuvchi maqomi, iste’mol jadalligi, bog‘lanib qolish darajasi, tovar haqida ma’lumot berish, tovarga bo‘lgan munosabati hisobga olinadi.

3. Bozor imkoniyatlarida biznesdagi kuchli tomonlarning muvofiqligi

Marketing ijodiy jarayon bo‘lib, maqsadi xaridorlar ehtiyojlarini foyda qilish orqali qondirish hisoblanadi. Marketingga yo‘naltirilgan tashkiloti o‘zini o‘rab turgan muhitga hamma jihatlari nuqtai nazaridan o‘zaro munosabatlarda ijodiy yondashish yo‘llarini izlaydi.

Marketingdagi ijodiyot faqatgina marketing aloqalari jarayonlari bilan chegaralanmasligi kerak. Biznes faoliyatida xaridorlar kimlar oxirgi iste’molchi kimligini bilgani holda o‘rtadagi vositachilar kim bo‘lishini puxta aniqlab olish zarur.

Biznesda har qanday o‘sishning turli xil ko‘rinishlari va ehtiyojlar xizmat ro‘yxati bo‘yicha vaqt-vaqt bilan o‘z-o‘ziga tanqidiy baho berish nazaridan ko‘rib chiqilishi, nima maqsadda amal qilayotganidan egallab turgan holatini auditdan o‘tkazish kerak. SHunga muvofiq ularning:

- Strengths (kuchli tomonlari);
- Weakness (kuchsiz tomonlari);
- Opportunities (imkoniyatlari);
- Threats (xavf-xatarlari) bozorda egallab turgan joyi ko‘rinishini aytish mumkin

Puxta strategiyaga ega bo‘lganlar barcha maqsadlari, kontekstlari va biznes siyosatida barcha elementlarni SWOT bilan uyg‘unlashtirish uchun imkoniyat izlaydilar. Ko‘pgina omadli tadbirkorlar o‘z muvaffaqiyatlarini bozorning haqiqiy ehtiyojlarini aniqlab olganliklari bilan bog‘lashadi, shu bilan birga ular potensial xaridorlar va bozor imkoniyatlari bilan birga, o‘zlarining kuchli tomonlaridan ham omilkorlik bilan foydalanadilar. Sotuvchining o‘z professional strategiyasidan ko‘zlangan maqsadi “joyida o‘tiruvchi” tadbirkor ko‘zlagan maqsad bilan bir xil: o‘ylash, to’zish, ishlab chiqish (yoki sotib olish) va mahsulotni bozorda sotish, qisqasi:

- xaridorning haqiqiy ehtiyojlarini qondirish;

- biznesning real-kuchli tomonlarini ishga solish kabi.

Bozorni o‘rganish strategiyasi. Tadbirkorlik faoliyatida olib borilayotgan izlanishlar natijasida umumiylar bozor uchun marketing tadqiqotlarini alohida guruhlar uchun o‘tkazish maqsadga muvofiqdir. Ushbu izlanishlar asosan “Maqsadli bozor” deb yuritiladi.

Tadbirkor uchun bozorni o‘rganishga yo‘naltiriladigan moliyaviy mablag‘lar chegaralangan. Shuning uchun maqsadli bozorni o‘rganish, tadqiq qilish jarayonida asosan bir yoki bir necha bozor segmentlariga nisbatan marketing tadqiqotlarini olib borish maqsadga muvofiq. Bozorni o‘rganishning bunday usuli marketing faoliyatida ko‘proq iste’molchilarga xizmat ko‘rsatish, talabni qondirish va bozor hajmiga o‘z ulushini oshirishdan iborat. Tadbirkorlik faoliyati bozor muhitida uchraydigan ehtiyojlarni yangi mahsulotlar va xizmatlar bilan bilan qondirish orqali amalga oshiriladi.

Bozordagi iste’molchilarining ehtiyojlarini to‘liq tadqiq qilib bo‘lgandan keyin esa bozor muhitidagi quyidagi omillarni rivojlantirish orqali maqsadga erishish mumkin:

- sotish startegiyasi;
- iste’molchilarga xizmat ko‘rsatish rejasi;
- tadbirkorlik faoliyatining moliyaviy ahvoli rejasi;
- mahsulotlarni va xizmatlarni etkaib berish rejasi;
- targ‘ibot va tashviqot rejasi;
- qadoqlashni to‘g‘ri amalga oshirish;
- bozorga kirib borish rejasi.

4. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatida marketing tadqiqotlaridan foydalanish

Marketing tadqiqotlarining asosiy maqsadi, uning vujudga kelish, shakllanish va rivojlanishning ob'ektiv sabablari, zarurati bilan belgilandi, xamda uning maqsadi nixoyatda keng va murakkab masalalarni xal qilishga karatilgandir. U ishlab chiqarishni xaridor ehtiyojiga moslashtirib, talab va taklifni muvozanatiga erishgan xolda, uni tashkil etgan korxona, tashkilotlarga yuqori foyda keltirishdir. Bunga erishish uchun marketing quyidagi muhim vazifalarni xal etmog'i lozim:

- xaridorlar (iste'molchilar) ehtiyojini o'rganish;
- tovarlarga bo'lgan ichki va tashki talablarni o'rganish;
- korxonaning faoliyatini xaridorlar ehtiyojiga moslashtirish;
- talab va taklif to'g'risidagi olingan ma'lumotlar asosida bozorni o'rganish;
- tovarlar reklamasini tashkil etish, xaridorlarni tovarlarni sotib olishga qiziqishini oshirish;
- tovar yaratuvchi yoki uni sotuvchi korxona tadqiqotlarini amalga oshirish uchun ma'lumotlar to'plash va tahlil qilish;
- tovarni bozorga chiqarishdagi barcha xizmatlar to'g'risida ma'lumotlar olish;
- to'ldiruvchi tovarlar va urnini bosuvchi tovarlar to'g'risida axborotlar yig'ish;

tovarlarga bo'lgan talabni istiqbollash, ularni amalga oshirishni nazorat qilishdan iboratdir.

G.L.Bagiev va boshqalar "Zamonaviy marketing tadqiqotlari, tadbirkorlik tizimidagi axborot topish, to'plash, qayta ishlash va joriy hamda strategik qarorlar qabul qilish jarayoni"^{6[5]}- deb ta'rif bergenlar.

^{6[5]} Г.Л.Багиев и др. Маркетинг. Маркетинг. Учебник. –СПб.: Питер, 2008, с83.

Marketing axborotlarini tizimli tahlil qilish, talab va taklifning taxminiy hisobini ishlab chiqishga imkon beradi. Busiz esa sotishning makbul darajasini belgilash mumkin emas. Bunday darajada odatda, minimum, maksimum oralig‘ida hisoblab chiqiladi. Marketing maqsadiga erishishda reklama xam muhimdir. Reklamaning vazifasi – mavjud bozor segmentini mustaxkamlash, yangi xaridorlarni jalg qilish, yangi bozorlar tashkil qilishdir. Marketing tizimida reklamaning asosiy xususiyati – o’zluksiz ta’sir va doimiy yangilanishdir. Shu bilan birga xaridor psixologiyasi tovar va firma markasiga boglanib qolish xususiyati (imidj) ga ham egadir.

Marketing tadqiqotlarining eng muhim bosqichlaridan biri bo‘lib bu – tadqiqot rejasini ishlab chiqish hisoblanadi. Bunda tadqiqot uchun zarur bo‘lgan ma’lumotlar va axborotlarni to‘plash manbalari, uslublari, qurollari, tanlov o‘tkazish tartiboti va rejalarini to’ziladi. Tadqiqot asoslanadigan ma’lumotlar va manbalardan bir necha marotaba tegishli sohalarda foydalanish, ularni qayta ishlash mumkin.

Marketing tadqiqotida kuzatish, eksperiment, so‘rov, guruhi baxs eng ko‘p qo’llaniladigan uslublar hisoblanadi. Har bir uslub tadqiqotning tegishli bosqichlarida samarali axborot to‘plash, uni qayta ishlash, texnik vositalaridan samarali foydalanishni nazarda tutadi. Masalan, yuqorida keltirilgan radio telefonli va bort-kompyuterli avtomobilga bo‘lgan boshlag‘ich talabni baholash tadqiqotini olib ko‘raylik. Kuzatish uslubi vositasida xaridorlarning joriy davrda va avtomobil bozoridagi munosabatlari, ko‘nikmalarini baholash mumkin. So‘rov uslubida esa aniq bir xaridorning «yangi jihozlarga» bo‘lgan qiziqishlari, ularga qo‘yadigan talab va istaklarni baholash mumkin. Eksperiment uslubida esa sinov tarzida avtomobilarning kichik partiyasini bozorda sotib, xaridorlar holatlarini kuzatish mumkin.

Tadqiqot rejasini ishlab chiqishda uslubiy jihatdan o‘zaro bog‘liqlik, anqlik, takrorlanmaslik, davriy uzluksizlik ta’milanishi lozim. Tuzilgan reja malakaviy jihatdan quyidagi savollarga javob berishlari lozim.

1. Qanday ma’lumotlar to‘planishi kerak?
2. Ma’lumotlarni kim to‘playdi?

3. Kim va nima xususida izlanish olib borishi lozim?
4. Ma'lumotlarni to'plashda qanday uslublar qo'llaniladi?
5. Ma'lumotlar qanday shaklda va qanday muddatlarda taqdim etiladi?
6. Ma'lumotlarni to'plash qachon va qaerda amalga oshiriladi.
7. Ma'lumotlarni to'plash uchun qanday harajatlar ko'zda tutiladi?

Ushbu savollarga javob topish asosida tadqiqot rejasining izchilligi, mazmunan va mantiqan bog'liqligi ta'minlanadi. Bu o'z navbatida tadqiqotning keyingi bosqichlarida sodir bo'lishi mumkin bo'lgan kamchiliklar va xatoliklarning vujudga kelishiga yo'l qo'ymaydi. Ma'lumotlarni to'plash bosqichi tasdiqlangan reja asosida amalga oshirilishi bilan bir qatorda texnik vositalar yordamida ularni qayta ishslash, tayinli artibga solish vazifasini ham bajaradi. Chunki jamlanadigan ma'lumotlar qayerda va qachon amalga oshirilishiga, ulardan samarali foydalanish imkoniyatlarini kengaytirishga katta e'tibor beriladi.

5. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyati uchun marketing dasturini ishlab chiqish

Marketing dasturi bu korxonani umumxo'jalik faoliyatini direktiv rejasini tuzish uchun strategik tavsiyanomadir va yuqori boshqarish bo'g'ini uchun qaror qabul qilishni asosidir. Marketing dasturini asosiy mazmuni - bu korxonani o'tgan davrdagi faoliyat natijalari bo'lib, unda maqsadli bozorni rivojlanishini qisqa tahlili va bashorati, firmani rivojlanishini asosiy maqsadi, bozordagi xulq-atvorini strategik yo'li, tovar, narx, sotish va rag'batlantirish siyosatlarining chora-tadbirlarini, marketing tadqiqotlarini mazmuni, xarajatlar smetasi, marketing harakatlari samaradorligini oldindan baholash, marketing dasturini amalga oshirish bo'yicha nazorat chora-tadbirlari va harakatlari beriladi.

Marketing dasturi marketing kompleksi tadqiqotlari va firmani o‘z imkoniyatlarini baholash asosida tuziladi. Dastur tavsiyali xarakterga ega bo‘lsada, kompaniyani strategik rejalashtirishda zarur bosqich sifatida ko‘riladi. Firmalar faoliyatining zamonaviy sharoitda marketing dasturi kompaniyani yuqori boshqaruv bo‘g‘ini (joriy rejalashtirish, direktiv rejalar, strategik dasturlar, strategiyani tanlash) darajasida asoslanib boshqaruv qarorlarini qabul qilish uchun zarurdir.

Marketing dasturini strategik yo‘nalishi bozordagi mavqeidan va korxonani o‘z holatini bog‘lig‘iga qarab o‘z ichiga turli variantlarni oladi.

Strategiyalar diversifikatsiyasi, tadbirkorlik faoliyatini segmentatsiyalash, hujum va ximoya strategiyalari bo‘lishi mumkin.

Marketing dasturini ishlab chiqarishda ko‘p variantlilik tamoyillari ishlatiladi. Xizmatni tuzilishiga binoan marketing dasturini va rejasini bir necha varinatlari: ikki yoki uch, ya’ni minimal, optimal va maksimal turlari bo‘ladi. Dasturni minimal varianti, dasturni og‘ir (yomon) sharoitlarda rivojlantirishni, maksimal variantida esa yaxshi sharoitlarni rivojlantirishni ko‘zda tutadi. Masalan, Yaponiya firmalari marketing dasturi va rejasini minimal variantini nazarda tutib, uni amalga oshirishda haqiqiy muvaffaqiyatga iqtisodiy va ijtimoiy hamda psixologik samarani olishni maqsad qilib erishadi. Shuningdek dasturni o‘rtacha yoki optimal variantlari keng tarqalgan.

Firma turli marketing dasturlarini ishlab chiqadi, yo‘nalishiga qarab marketing dasturi yuqori va pastki bo‘g‘in uchun bo‘lishi mumkin. Agar dastur yuqori bo‘g‘in uchun bo‘lsa, u qisqa va lo‘nda tuzilgan bo‘lishi lozim. Chunki unda muhim tomonlari ajratib ko‘rsatiladi pastki bo‘g‘in uchun tuzilgan dasturlarda esa har bir savollar yoritilib beriladi.

Muddatiga qarab marketing dasturlari qisqa, o‘rta va uzoq muddatli turlarga bo‘linadi. Ayrim firmalar esa ikki yoqlama dastur tuzadilar, ya’ni uzoq muddatli va qisqa muddatli dasturlar.

Qamrab olayotgan vazifasiga qarab oddiy yoki maqsadli dasturlarga bo‘linadi.

Oddiy marketing dasturlari firmani ishlab chiqarish, sotish faoliyati bilan barcha funksiyalarni savollarini yechishga yo‘naltiriladi. Maqsadli dasturda esa yangi mahsulot ishlab chiqarish yoki segmentni o‘zlashtirish, firma siyosatini rag‘batlantirish samaradorligini oshirish kabi muhim vazifalarni amalga oshirishga qaratiladi.

Ob’ektiga bog‘ligiga qarab marketing dasturlari mahsulotlar bo‘yicha va ishlab chiqarish bo‘limi bo‘yicha bo‘lishi mumkin.

Ishlab chiqarish bo‘limi bo‘yicha marketing dasturi quyidagi maqsadga ega:

- tovarlar siyosatini hisobga olgan holda chiqarilayotgan mahsulotni zaruriy nomenklaturasini aniqlash;
- innovatsiya bo‘yicha qarorni asoslash;
- chiqarilayotgan mahsulot sifati va texnik darajasini oshirish bo‘yicha qaror qabul qilish;
- tovar ishlab chiqarish to’zilishida har bir mahsulot ulushini o‘rnatish;
- ishlab chiqarishni ustivor yo‘nalishlari bo‘yicha xarajatlarni umumiy hajmi va ularni to’zilishini hisoblash;
- moliyalashtirish manbalarini topish;
- ishlab chiqarishni moddiy va mehnat resurslari bilan ta’minlash;
- ishlab chiqarish va muomala xarajatlarini hisoblash;
- ishlab chiqarish samaradorligini aniqlash va foydani bashorat qilish.

Ishlab chiqarish bo‘limi bo‘yicha marketing dasturi firmaning to‘liq ichki rejallashtirish va ishlab chiqarish rejasini hisobga oluvchi optimallashtirilgan ko‘rsatkichlarni o‘z ichiga olishi lozim. Shunday qilib, ishlab chiqarish bo‘yicha marketing dasturi ishlab chiqarish bo‘limining xo‘jalik faoliyatini jami ko‘rsatkichlari to‘plamini tahlili asosida ishlab chiqilgan asosiy hujjat hisoblanadi.

Marketing dasturlarini ishlab chiqishda maqsadli yondashish uslubiga asosan korxonaning mo‘ljallangan maqsadiga erishish va uni bajarilishini nazorat qilish resurslari va tadbirlari tizimi shakllantiriladi.

Korxona (firma)ning marketing dasturi (biznes rejsasi) tarkibi quyidagicha:

1. Korxonaning imkoniyatlari tahlili (holatli tahlil).

Faoliyati, shart-sharoitlari resurslari, samarali natijaga erishish yo‘nalishlari. Korxonaning ichki va tashqi muhitlarini solishtirish.

2. Rivojlanish maqsadlarini aniqlash.(Marketing sintezi).

Ishlab chiqarish va ijtimoiy rivojlanishning ustuvor maqsadlari va bozorda foydaga erishish yo‘llarini aniqlash.

3. Strategiyani ishlab chiqish.

Korxonaning moddiy, mehnat va moliya resurslaridan samarali foydalanishni ko‘zlagan uzoq muddatli maqsadni aniqlash (bozor segmentlarini, marketing vositasini, bozorga kirish vaqtini va boshqalarni tanlash).

4. Rejani ishlab chiqish.

Ishlab chiqarish, moliya, baho, kadrlar, reklama, sotish va boshqalarni amalga oshirish xarajatlari va natijalarini rejalashtirish tizimi.

5. Nazorat qilish.

Strategik nazorat (tanlangan tamoyilni aniq bozor holatiga to‘g‘ri kelish). Yillik nazorat (rejadagi tadbirlar va xarajatlarning bajarilishi), foya olish darajasi nazorati.

Nazorat va mulohaza uchun savollar:

1. Marketing tushunchasini mazmuni nimadan iborat?
2. Marketing tushunchasini tadbirkorlik tushunchasi bilan bog‘liqligi va farqi nimadan iborat?
3. Marketingni maqsadi nimadan iborat?
4. Marketingni maqsadi nimada?
5. Bozorni segmentlash deganda nimani tushunasiz?

6. Bozorni segmentlashni qanday turlarini bilasiz?
7. Maqsadli segmentni tanlash deganda nimani tushunasiz?
8. Marketing tadqiqotlari qanday tashkil etiladi?
9. Marketing tadqiqotlarining qanday turlarini bilasiz?
10. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatida marketing dasturini ishlab chiqish ketma-ketligi nimadan iborat?

8-MAVZU. KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIK

FAOLIYATINI REJALASHTIRISH

1-ma’ruza mashg‘uloti

1. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatini rejalashtirishning maqsadi va vaziflari
2. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatini rivojlanirishda biznes rejaning ahamiyati va asosiy bo‘limlari tavsifi
3. Kichik korxonalar faoliyatini iqtisodiy tahlil qilish asoslari
4. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub’ektlari faoliyati samaradorligi tahlili

1. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatini rejalashtirishning maqsadi va vazifalari

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

1. Ishlab chiqarishga mo‘ljallangan tovarlarga bo‘lgan talabni tahlil qilish.
2. Ishlab chiqarish ko‘rsatkichlari:
 - a) talab qilinuvchi konstruktorlik, texnologik va boshqa hujjalarning mavjudligi;
 - b) ishlab chiqarish dasturi;
 - v) dasturni bajarish zarur bo‘ladigan mashina, asbob-uskuna va jihozlarning mavjudligi;
 - g) ishlab chiqarish quvvatlari mavjudligi yoki ularning loyihasi;
 - d) asosiy ishlab chiqarish fondlarining mavjudligi;
 - e) ayrim turdagи mahsulot yoki xizmatlarning samaradorligi;
 - j) amortizatsiya to‘lovlarining miqdori.

3. Moliyaviy ko‘rsatkichlar:

- a) mahsulot sotishdan yoki xizmat ko‘rsatishdan olinishi mo‘ljallangan daromad;
- b) moddiy va unga tenglashtirilgan boshqa sarf-xarajatlar;
- v) byudjetga 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.

2. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishda biznes rejaning ahamiyati va asosiy bo‘limlari tavsifi

Biznes-rejaning mazmuni. Korxona faoliyatini muvaffaqiyatli olib borishda biznes-reja muhim rol o‘ynaydi. Biznes-rejaning tuzilishi va mazmuni qat’iyan chegaralanmagan. Bizning fikrimizcha, yetti bo‘limdan iborat biznes-reja eng maqbuldir.

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‘ ishlatishni va shu mablag‘ qancha foyda keltirishini hisob-kitob qilib 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 hisob-kitob qilib chiqish lozim.

Ikkinchi bo‘lim. «Biznes-rejaning umumiy xulosasi, asosiy parametrlari va ko‘rsatkichlari» umumlashtiruvchi xususiyatga ega bo‘lib, biznes-rejaning 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 bir-biridan farqi; qo‘yilgan maqsadlarga erishish yo‘llari va usullari; loyihani amalga oshirish muddatlari; uni amalga oshirish bilan bog‘liq sarf-xarajatlar; kutilayotgan samara va natija; olingan foydani ishlatish sohasi.

Uchinchi bo‘lim. «Tadbirkorning iste’molchiga taqdim qilayotgan mahsulot, tovar va xizmatlarning tavsifi» deb nomlanib, unda quyidagilar taqdim etiladi: tadbirkor ishlab chiqargan mahsulotning ko‘rsatkichlari yoki uning tavsifi: ta’rifi, modeli, surati va boshqalar; ishbilarmon ishlab chiqargan tovar iste’molchilari va u qoniqtirmoqchi bo‘lgan iste’mollar (haridorning 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 bo‘lgan talabga ta’sir etuvchi omillar); ishlab chiqarilgan tovarning sotish narxini bashorat qilish.

To‘rtinchi bo‘lim. «Bozor konyukturasi, 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 sotilishini vaqt mobaynida belgilab beriladi.

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

Ushbu bo‘limni ishlab chiqishda boshqa ishbilarmonlar mavjudligini, raqobatchilar borligini, ularning imkoniyati va qobilyati, 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 jarayonida va sotgandan keyin haridorga xizmat ko‘rsatish.

Tashkiliy tadbirlar dasturiy harakatlarning uzviy qismi bo‘lib, biznes-reja bajarilishining boshqaruvin uslubini; loyiha boshqaruving tashkiliy tuzilmalarini; ijro etuvchi harakatlarning 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 kerak bo‘lgan 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, xom ashyo, energiya, inshootlar, asbob-uskunalar va boshqalar); mehnat resurslari; moliyaviy resurslar (joriy pul mablag‘lari, kapital qo‘yilmalar, kreditlar, qimmatbaho 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 umumiyligi tafsiloti beriladi. Samaradorlikning umumiyligi ko‘rsatkichlari orasida foyda va rentabellik ko‘rsatkichlari ustuvor mavqeiga 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‘larni qo‘yilishi haqidagi qarorni tayyorlashda bir necha umumiy ko‘rsatkichlar qo‘llaniladi. Ular quyidagilardan iborat:

- sof, joriy qiymat;
- rentabellik;
- samaradorlikning ichki koeffitsienti;
- 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‘yilmalarga yoki aksioner kapitaliga nisbati shaklida aniqlanadi. Tadbirkorlik loyihasini amalga oshirishda rentabellik har bir yilga hisoblab chiqiladi. Bu yerda soliqlar hisobga olinadi.

3. Kichik korxonalar faoliyatini iqtisodiy tahlil qilish asoslari

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 konyukturasi ham, narx-navolar ham, ish haqi to‘lovlari ham zimdan oshib boradi. Shuning uchun, iqtisodiyot barqaror bo‘lmagan sharoitlarda (ayniqsa, bu holat nafaqat ayrim tovar bozori, balki butun mamlakat uchun xos bo‘lsa) xarajatlari tezroq qoplanadigan samarali loyihalarga mablag‘ sarflash maqsadga muvofiqdir. Bunday yondashish ilmiy-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, «Bek» kichik korxonasining mablag‘ bilan ta’minlanish va uni o‘zlashtirish tartibini ko‘rib chiqamiz. Korxona ixtiyorida o‘zlashtirish uchun 120 ming so‘mlik xom ashyo 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‘sish, ushbu loyiha talabni qondira oladimi?

Buning uchun quyidagi hisob-kitoblarni amalga oshiramiz.

Korxona xarajatlarini qoplash muddati quyidagi formula orqali hisoblanadi:

$$\text{Xarajatlarni qoplash muddati} = \frac{\text{Boshlang‘ich investitsiya}}{\text{Har yilgi pul daromadlai}} = \frac{12000}{35000} = 3,4\text{yil} \quad (1)$$

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 haridorgir 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 **so‘mmani** to‘rtinchi yilda ko‘zda tutilgan daromadlar **so‘mmasi** (54 ming so‘m) ga teng bo‘lib, shu yil uchun xarajatlarni qoplanish muddatiga – 0,22 yilga ega bo‘lamiz. Shunday qilib, xarajatlarni qoplash muddati 3,22 yilni ($3,0 + 0,22$) tashkil etadi.

Investitsiyalarni tahlil qilishning bunday usuli soddaligi va aniqligi bilan ajralib turadi. Uning qulayligi yana shundaki, agar investitsiya yo‘l qo‘yiladigan muddatda qoplanishi nuqtai nazaridan baholanganda, u investitsiyaning qaltisligi haqida ham aniq tasavvurga ega bo‘lishga yordam beradi. Shu boisdan, bunday hisob-kitob investitsiyani baholashning eng mukammal usullariga foydali qo‘srimcha 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.

4. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'ektlari faoliyati samaradorligi tahlili

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

$$K_d = \frac{1}{1 + K \cdot T}; \quad (2)$$

bu yerda, K_d – diskont koeffitsienti 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 koeffitsienti:

$$K = \frac{1}{1 + 0,1 \cdot 3} = 0,769 \text{ ni tashkil etadi.}$$

Bundan foydalanib, yuqorida ko‘rib chiqqan misolimiz uchun investitsyaning qoplanish muddatini aniqlaymiz. Buning uchun (1) formuladan foydalanib, investitsyaning qoplanishi kerak bo‘lgan davrda pul qiymatining farqini aniqlab olamiz.

Diskontlanish koeffitsienti Diskontlanish daromadari:

1-yilda	$1 / 1 + 0,1 \cdot 1 = 0,9091;$	$25000 \times 0,9091 = 22728$	so‘mni
2-yilda	$1 / 1 + 0,1 \cdot 2 = 0,8333;$	$35000 \times 0,8333 = 29166$	so‘mni
3-yilda	$1 / 1 + 0,1 \cdot 3 = 0,7692;$	$48000 \times 0,7692 = 36922$	so‘mni

Shunday qilib, bank stavkasi 10% bo‘lgan holda, tashkil etadi. Jami bo‘lib, uch yilda diskontlangan, ya’ni so‘mning bugungi kundagi harid qilish qobiliyatida ifodalangan daromadlar hajmi 88816 so‘m ($22728+29166+36922$) ni tashkil etadi. Demak, firma bo‘yicha investitsyaning to‘liq **so‘mmasini** qoplash uchun firmaga 31184 (120000-88816) so‘m yetishmayapti. Mana endi, to‘rtinchi yilda investitsiya umumiyligi yetishmayotgan qismini yanada aniqroq qilib hisoblab chiqishimiz mumkin. Demak, to‘rtinchi yilda diskontlangan daromadlar:

$$1 / (1+0,1*4) = 0,7142; 54000 \times 0,7142 = 38567 \text{ so‘mni tashkil etadi.}$$

Endi firma uchun investitsyaning yetishmayotgan **so‘mmasini** (31184 so‘m) hisoblab chiqilgan to‘rtinchi yildagi investitsiya **so‘mmasi** (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 olmasdan 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 investitsiyalarni qoplanish ko‘rsatkichi ishlab chiqilayotgan loyiha uchun ajratilgan mablag‘larning 4 yil muddatga zo‘rg‘a yetishini 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 koeffitsienti deb ataluvchi kattalikdan foydalanish mumkin. U quyidagi formula yordamida hisoblanadi:

Ko‘zda tutilgan daromadlar so’mmasi bu investitsiyalashtirilayotgan mazkur loyihani amalga oshirish evaziga kelgusida olinadigan foya hajmidir. Lekin u kelgusida kutilayotgan absolyut miqdorlarda emas, balki yuqorida ta’kidlanganidek, diskontlash koeffitsientlari bilan to‘g‘rilangan holda yuzaga keladi. Boshqacha qilib aytganda, formulaning suratida so‘mning bugungi qiymatida ifodalangan daromadlar **so’mmasi** 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 qaratilgandir, 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 koeffitsientiga asoslanib, agar koeffitsient 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’minalash taqchilligi yuqori bo‘lgan sharoitlarda foydalilik koeffitsientlari yuqoriroq bo‘lgan loyihalarni qo‘llash afzaldir. Buni quyidagi misolda ko‘rib chiqaylik. Deylik, ikkita investitsion loyiha taqdim qilingan 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‘nni tashkil etib, birinchi loyihani investitsiyalashtirish imkoniyatiga egasiz. Xo‘sh, bu maqsadga muvofiqmi?

Albatta, yo‘q. Chunki, birinchi loyiha uchun foydalilik koeffitsienti 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 koeffitsienti 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 koeffitsientlari bir xil bo‘lgan bir nechta loyihalar bir vaqtning o‘zida kamdan-kam xollardagina uchraydi. Bu koeffitsientlar ko‘pincha bir-biridan keskin farq qiladi. Shuning uchun qaysi loyihani tanlash masalasi hal qilinayotganda, avvalo, ularning foydalilik koeffitsientlari kattaliklari bo‘yicha, ya’ni ushbu koeffitsientlar miqdorining kamayib borish tartibini ko‘rsatuvchi sxema tuzib, kuzatib borish maqsadga muvofiqdir. Buni xarajatlar va daromadlar miqdoriga qarab quyidagi jadval tarzida ham ifodalash mumkin (8.2.1-jadval).

Ushbu jadvaldan ko‘rinadiki, 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 kechmoq zarurdir.

8.2.1- jadval. «Bek» kichik korxonasining investitsiyalashtirilgan loyihalar bo‘yicha foydalilik koeffitsientlarining hisob-kitobi

Loyiha	Ko‘zda tutilgan xarajatlarsos‘mmasi, ming so‘m	Ko‘zda tutilgan daromadlar so‘mmasi, ming so‘m	Foydalilik koeffitsienti	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

Agar foydalilik koeffitsientiga e'tibor bermasdan, faqat ko'zda tutilgan daromadlarning maksimal miqdorlariga qarab 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 qilardi. Agar foydalilik koeffitsientini hisobga olib tuzilgan investitsiya loyihasini amalga oshirganda, olinadigan daromad hajmi 3,305 mln. so'mni tashkil qilishi 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 vaqtida boshqa bir loyiha bilan parallel amalga oshirilishi mumkin. Masalan, yangi sex qurilishi butun zavodga xizmat qiladigan energetika yoki tozalash inshootlari rekonstruksiysi uchun ma'lum darajada mablag' qo'yishni talab etadi. Bunday holda, ikkala investitsiya mablag'ini sarflash loyihasining ham foydalilik koeffitsientini hisoblab chiqish lozim. Bunda ushbu koeffitsientlarning 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 koeffitsienti 1,4 ($840/600$) 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 koeffitsienti 1

dan kichik bo‘lib, 0,6 (60/100) ni tashkil etadi. Biroq, agar bir-biri bilan bog‘liq bo‘lgan ushbu loyihalar bo‘yicha investitsiyalar miqdorini va kutilayotgan daromadlarni qo‘sksak, bunda birinchi holatda 700 ming so‘m (600+100), ikkinchi halatda esa 900 ming so‘m (840+60) kelib chiqishini ko‘ramiz. Shunday qilib, umumiy (integral) foydalilik koeffitsienti 1,29 (900/700) ni tashkil etadi, ya’ni 1 dan ancha yuqori. Bu esa bizga ikkala loyihani bir vaqtida amalga oshirish uchun qancha mablag‘ sarflash mumkinligini ko‘rsatadi.

Nazorat va mulohaza uchun savollar

1. Yangi korxona tashkil qilish qanday bosqichlardan iborat?
2. Tashkil etilmoqchi bo‘lgan shaxsiy korxonalarining qanday turlarini bilasiz?
3. Tashkil etilayotgan korxonanining 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 etilmoqchi bo‘lgan korxonanining ishlash va boshqaruv tizimi nimalardan iborat?
7. Korxonanining boshqaruv tamoyillari nimalardan iborat?
8. Franchayzingning ustuvorlik va kamchiliklari nimada?
9. Foydalilik koeffitsenti qanday aniqlanadi?
10. Kichik korxonalar faoliyatini iqtisodiy tahlil qilishni izohlab bering.

9-MAVZU. KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIK SUB'EKTALARIGA XIZMAT KO'RSATUVCHI BOZOR INFRATUZILMALARI

1-ma’ruza mashg‘uloti

1. Infratuzilma tushunchasining mohiyati va mazmuni
2. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishda banklarning roli
3. Tijorat banklari depozitlariga aholi va xo‘jalik sub’ektlari bo‘sh pul mablag‘larini jalb etish va bank xizmatlari turini rivojlantirish
4. Iqtisodiyotni modernizatsiyalash va investitsion faollikni oshirishda, iqtisodiy nochor korxonalarini moliyaviy sog‘lomlashtirish jarayonida banklarning ahamiyati
5. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub’ektlarida audit va auditorlik taftishini o‘tkazish
6. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatini axborot bilan ta’minalashni tashkil etish

1. Infratuzilma tushunchasining mohiyati va mazmuni

Respublikamizda kichik tadbirkorlik sub’ektlarining samarali faoliyat yuritishi va rivojlanib borishi ko‘p jihatdan ular uchun yaratilgan shart-sharoitlarga bog‘liq. Kichik tadbirkorlik rivojiga qulay imkoniyatlar yaratadigan shart-sharoitlar orasida infratuzilma xizmatini alohida ajratib ko‘rsatish lozim.

“Infratuzilma” so‘zi lotin tilidan (infrastructure) tarjima qilinganda “tuzilmadan tashqarida” ma’nosini anglatadi. Iqtisodiy nuqtai nazardan infratuzilma mohiyatiga quyidagi izoh ko‘proq mos keladi: “inson hayoti va ijtimoiy ishlab chiqarish jarayonida faoliyatlar almashinushi ta’minlovchi tovarlar va xizmatlar yaratishda o‘ziga xos mehnat jarayonlari majmuasi”.

Keyingi yillarda infratuzilma yuksak sur’atlari bilan rivojlanib bormoqda. Buni bir qator omillar bilan izohlash mumkin. Xususan, ishlab chiqarishning o‘sish sur’atlari infratuzilmalar rivojidan oldinda bormoqda va bu iqtisodiyotning rivojlanishiga ham o‘z ta’sirini o‘tkazmoqda.

Infratuzilma juda keng qamrovli tushuncha bo‘lib, bu eng avvalo ishlab chiqarish jarayoniga har taraflama xizmat ko‘rsatadigan xizmat turalarini yaratish bilan bog‘liq. Infratuzilma bo‘linmalarini rivojlanib borishidan kichik tadbirkorlik sub’ektlari katta manfaat ko‘radi, negaki bunday bo‘linmalar ularni ishlab chiqarishga xizmat ko‘rsatish bilan bog‘liq bo‘lgan ishlardan ozod etib, kuch-g‘ayratini asosiy faoliyatiga qaratishga imkon yaratadi.

Infratuzilma tomonidan yaratiladigan sharoitlarni o‘z navbatida quyidagicha turkumlash mumkin:

- Bevosita ishlab chiqarish jarayoniga xizmat ko‘rsatuvchi – moddiy texnika ta’mnoti va tayyor mahsulotni sotish, axborotni yig‘ish va qayta ishslash, buxgalteriya xizmati. Texnologik, boshqaruv masalalari bo‘yicha maslahat xizmati va boqshalar;
- Ishchi kuchini takror ishlab chiqarish shart-sharoitlari – ishchi va xizmatchilarning sog‘lig‘ini, ta’lim olishi va kasbiy tayyorgarligini, dam olishlarini qo‘llab-quvvatlash.

Shu paytga qadar infratuzilmani ishlab chiqarish va ijtimoiy infratuzilmalar yig‘indisidan iborat deb qarab kelingan. Bozor iqtisodiyotiga asoslangan iqtisodiy tizim kirib kelishi bilan ishlab chiqarish infartuzilmasi ko‘lami kengayib, “bozor infratuzilmasi” va “institutsional infratuzilma” so‘zları iste’molga kirib bormoqda.

Bozor infratuzilmasi bevosita ishlab chiqarish jarayoniga xizmat ko‘rsatuvchi tarmoqlarni o‘z ichiga oladi. Uning tarkibiga yuk transporti, elektr, gaz va suv ta’mnoti, ombor xo‘jaligi, aloqa, axborot, moddiy-texnika ta’mnoti, mahsulotni tashish, saqlash va qayta ishslash, texnik xizmat ko‘rsatish, marketing va reklama, axborot-maslahat, auditorlik, moliya-kredit va investitsion kabi xizmat turlari kiradi.

Ijtimoiy infratuzilma ishlab chiqarish jarayonida ishchi va xizmatchilarga normal mehnat faoliyati yaratish va ishchi kuchini takror hosil qilish, shuningdek, tadbirkorlarning turli maishiy xizmat turlariga bo‘lgan talabini qondirish uchun xizmat qiladi.

Biznes-maktab – tadbirkorlarni, kichik korxonalarining rahbarlarini, kichik korxonalar uchun mutaxassislarni, ishsizlarni, o‘z ishini ochmoqchi bo‘lgan boshqa fuqarolarni, kichik tadbirkorlikning rivojlanishi uchun mas’ul bo‘lgan xizmatchilarni tayyorlash, qayta tayyorlash va malakasini oshirishni amalga oshiruvchi tuzilma.

O‘quv-amaliy markazlari – kichik tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlash va bozor iqtisodiyoti uchun kadrlar tayyorlashning keng miqyosli dasturini amalga oshiruvchi tuzilma.

Biznes-inkubatorlar – maxsus tanlab olingan kichik korxonalarini o‘z maydonlariga joylashtiruvchi va ularga maslahat, o‘qitish va ofis xizmatlarini ko‘rsatuvchi tuzilmalar.

Ijtimoiy-amaliy markaz – ish bilan band bo‘lmagan aholi va ishsizlar o‘rtasida kichik tadbirkorlikni rivojlantirish orqali yangi ish o‘rinlarini yaratish bilan shug‘ullanuvchi, odatda bandlik markazlari qoshida tashkil etiluvchi tuzilma.

Texnopark – o‘z hududida kichik innovatsion korxonalarini yaratish va rivojlantirish orqali ilmiy salohiyatdan foydalanish va ishlab chiqilgan texnologiyalarni tijoratlashtirish maqsadida tashkil etiluvchi tuzilma.

Biznes-markaz – tadbirkorlar va biznesmenlarga servis xizmatlari ko‘rsatuvchi tuzilma.

Konsalting – bu ishlab chiqarishga ish yuzasidan xizmat ko‘rsatish sohasida ixtisoslashgan firmalarning o‘z mijozlariga maslahat xizmati ko‘rsatish va texnikaviy loyihalarini ekspertiza qilish bilan bog‘liq iqtisodiy faoliyat.

Auditorlik kompaniyasi – bu turli yo‘nalishdagi firmalarning bozor va biznes sohasidagi imkoniyatlarini aniqlab beruvchi moliya-xo‘jalik faoliyatini yalpi taftishi bilan shug‘ullanuvchi muassasa.

Sug‘urta kompaniyasi – sug‘urtalovchi rolida maydonga tushuvchi, ya’ni sug‘urta hodisasi ro‘y bergen chog‘da sug‘urtalangan shaxsning zararlarini qoplash majburiyatini o‘ziga oluvchi tashkilot.

Buning natijasida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'ektlarining mamlakatimizda yangi ish o'rinarini tashkil qilish, aholining daromadlari va farovonligini oshirishning muhim omili sifatidagi natijalari salmoqli bo'lib bormoqda.

2. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishda banklarning roli

Bozor iqtisodiyoti o'tilishi tufayli mamlakatda yangi moliyaviy siyosat ishlab chiqildi va hukumat tomonidan real hayotda amalga oshirilmoqda. Jamiyatdagi har bir iqtisodiy faoliyatning boshlanishi davlatning yaqindan turib bergen moliyaviy yordami tufayli rivojlanib, takomillashib boradi. Jumladan, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlashda banklarning rolini oshirib borishga alohida e'tibor beriladi.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalarining asosiy faoliyati banklar bilan chambarchas bog'liq bo'lib, ular olib borayotgan faoliyat – xom ashynoni sotib olish, ishlab chiqarilgan tovarlar, ko'rsatiladigan xizmatlarga haq to'lash, ishlovchilarni ish haqi bilan ta'minlash, turli toifadagi korxonalar, firmalar va boshqalar yuridik shaxslar bilan bo'ladigan iqtisodiy munosabatlar, ya'ni olingan foydadan, daromaddan soliq to'lash, transport, kommunal xizmatlar uchun to'lovlarning barcha turlari banklar orqali, o'z navbatida, olinadigan kreditlar va boshqa hisob-kitoblar ham banklar orqali amalga oshadi.

Shuni alohida ta'kidlash kerakki, mamlakatimiz mustaqillikka erishgunga qadar bank va banklar bilan bo'ladigan turli iqtisodiy munosabatlar unchalik oshkora etilmas edi. Jahon xo'jaligining muhim xo'jalik yuritish qismi bo'lgan kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalarini barcha faoliyati banklar bilan bog'langanligi bugungi kunda hammaga ma'lumdir. Shuning uchun ham rivojlangan mamlakatlarda, masalan, AQSHda bank tizimining faoliyati nihoyatda rivojlangan bo'lib,

tadbirkorlikning aktiv iqtisodiy faoliyat ko‘rsatishida banklar barcha mulk shaklidagi korxonalarga kompleks ravishda xizmat ko‘rsatadi.

Bugungi kunda mamlakatimiz 30 ta bank faoliyat ko‘rsatib, shundan 3 tasi davlat banklari, 13 tasi aksiyadorlik tijorat banklari, 9 tasi xususiy banklar, 5 tasi xorijiy kapital ishtirokidagi banklar hisoblanadi (1-rasm).



Keyingi yillarda tijorat banklari faoliyatining kengayib borishi o‘z navbatida ular tomonidan berilayotgan kreditlar, banklardagi depozitlar va umumiy kapital hajmiga ham sezilarli ta’sir ko‘rsatmoqda (9.2.1-jadval).

9.2.1-jadval. O‘zbekiston Respublikasi tijorat banklarining kreditlari, depozitlari va umumiy kapitali, mlrd. so‘m

Ko‘rsatkichlar	2012	2013	2014	2015	2016
Kreditlar	3876,0	4104,2	4777,6	6374,4	8558,2
Depozitlar	1688,7	2544,5	3829,2	5771,6	8703,1
Shu jumladan:					

- yuridik shaxslar depozitlari	1239,2	1866,2	2834,6	4127,6	5953,2
- jismoniy shaxslar depozitlar	449,5	678,3	994,6	1644,0	2749,9
Umumiy kapital	930,9	1070,1	1502,6	2104,3	3010,4

Jadval ma'lumotlaridan ko'rindan, 2012-2016 yillar mobaynida tijorat banklari kreditlari hajmi 2,2 marta, depozitlari hajmi 5,2 marta, umumiy kapitali 3,2 marta oshgan.

Banklarimiz kapitalining yetarlilik darajasi 23 foizdan oshadi. Bu esa banklar monitoringi bilan shug'ullanadigan xalqaro Bazel qo'mitasi tomonidan belgilangan xalqaro standartlardan qariyb 3 barobar ko'pdir.

Tijorat banklari tomonidan kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'ektlarini qo'llab-quvvatlash borasida e'tiborli jihatlardan biri O'zbyokiston Respublikasi Prezidentining 2008 yil 10 noyabrdagi 4051-soni «Mikrokreditbank» aksiyadorlik tijorat bankining tadbirkorlik sub'ektlarini qo'llab-quvvatlash borasidagi faoliyatini yanada kengaytirish chora-tadbirlari to'g'risida»gi farmoniga muvofiq:

- tadbirkorlik faoliyatini boshlash uchun 18 oygacha muddatga beriladigan eng kam ish haqining 200 barobari miqdoridagi imtiyozli mikrokreditlar bo'yicha maksimal stavkani yillik 5 foizdan 3 foizga;

- kichik biznes sub'ektlari faoliyatini kengaytirish va aylanma mablag'larini to'ldirish uchun 24 oygacha muddatga beriladigan eng kam ish haqining 500 barobari miqdoridagi mikrokreditlar bo'yicha – Markaziy bank tomonidan qayta moliyalashtirish stavkasining 100 foizidan 50 foiziga;

- kichik biznes sub'ektlari uchun 3 yilgacha muddatga beriladigan eng kam ish haqining 2000 barobari miqdoridagi imtiyozli mikrolizing xizmatlari bo'yicha maksimal stavkani yillik 7 foizdan 5 foizga tushirildi.

3. Tijorat banklari depozitlariga aholi va xo‘jalik sub’ektlari bo‘sh pul mablag‘larini jalb etish va bank xizmatlari turini rivojlantirish

Banklar tomonidan aholiga ko‘rsatilayotgan xizmatlar ko‘lamini kengaytirish, zamonaviy texnologiyalar asosida qulayliklar yaratish maqsadida amalga oshirilib kelinayotgan bir qator chora-tadbirlar ham mamlakatimizning ijtimoiy-iqtisodiy hayotida o‘z aksini topmoqda.

Prezidentimiz «Bankdan tashqari pul aylanmasini keskin qisqartirish va pul muomalasini mustahkamlash, milliy valyuta barqarorligini oshirish, chakana savdo va xizmat ko‘rsatish sohasida hisob-kitoblarni amalga oshirishda plastik kartochkalardan foydalanishni kengaytirish masalalari bundan buyon ham e’tiborimiz markazida bo‘lishi darkor», deb ta’kidlab o‘tgan edi.

Shuningdek, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining «Banklardagi depozit hisob varaqlardan naqd pul to‘lovlarini uzlusiz ta’minlash kafolatlari to‘g‘risida»gi 2005 yil 5 avgustdagи 147-sonli qarori talablarini ijro etish borasida bank tizimi tomonidan amalga oshirilgan bir qator chora-tadbirlar aholining bank tizimiga bo‘lgan ishonchini yanada oshishiga olib keldi.

Ma’lumki, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2008 yil 28 noyabrdagi 4057-sonli farmoniga muvofiq, fuqarolarning tijorat banklari depozit hisob varaqlaridagi omonatlari ularning miqdoridan qat’iy nazar to‘liq qaytarilishining davlat tomonidan kafolatlanganligi aholining bank tizimiga bo‘lgan ishonchini yanada mustahkamlanishiga xizmat qildi va bu jismoniy shaxslarning banklardagi omonatlari hajmining oshishiga ijobiy ta’sir ko‘rsatdi.

Vazirlar Mahkamasining 2009 yil 13 fevraldagi 1-sonli majlis bayoni talablaridan kelib chiqqan holda, aholining bo‘sh pul mablag‘larini banklardagi omonatlarga jalb qilinishida hamda omonatdagi mablag‘larni ularning birinchi talabiga ko‘ra berilishida qonun buzilishiga yo‘l qo‘ymaslik, omonatchilarining haq-huquqlari himoya qilinishini ta’minlash borasida tizimli chora-tadbirlarning amalga oshirilishi va banklarning mazkur faoliyatları ustidan nazoratning yanada

kuchaytirilganligi ham aholi bo'sh pul mablag'larini bank omonatlariga jalg qilishni yanada jadallashtirdi.

Ushbu vazifadan kelib chiqqan holda, bank tizimida aholiga ko'rsatilayotgan zamonaviy bank xizmatlari turlarini kengaytirish, naqd pulsiz hisob-kitoblar tizimini keng joriy etish, jumladan plastik kartochkalardan foydalanishni rivojlantirish bo'yicha aniq chora-tadbirlar ko'rib borildi. Amalga oshirilgan ishlar natijasida, 2010 yil 1 yanvar holatiga tijorat banklari tomonidan savdo va xizmat ko'rsatish shoxobchalariga o'rnatilgan terminallarning umumiyligi soni 60631 tani, kartochkalar umumiyligi soni 6058,9 mingtani, shundan oylik ish haqi loyihibaridagi kartochkalar soni 3546,7 mingtani tashkil qildi. Korporativ kartochkalar soni 14,1 mingtani tashkil qildi. Plastik kartochkalar hisob varaqlariga 3846 mlrd. so'mlik mablag'lar o'tkazildi.

O'z navbatida, plastik kartochkalar va terminallar yordamida amalga oshirilgan o'tkazmalar hajmini yildan-yilga yuqori sur'atlarda oshirib borish ko'zda tutilgan.

Shunga ko'ra amaldagi barcha tegishli me'yoriy hujjatlarga, shu jumladan, Markaziy bankning naqd pul muomalasiga taaluqli bo'lgan yo'riqnomalariga tegishli o'zgartirish va qo'shimchalar kiritildi. Naqd pul muomalasida mavjud bo'lgan barcha chekllovlar bekor qilinishi esa naqd pul va naqd pulsiz hisob-kitoblarni bixillashtirish borasida qo'yilgan muhim qadam bo'ldi.

Amalga oshirilgan chora-tadbirlar natijasida naqd pul muomalasi yanada mustahkamlanib, naqd pul mablag'larining bankdan tashqari aylanmasini qisqartirishga zamin yaratdi. Shuningdek, xo'jalik yurituvchi sub'ektlarning banklardagi depozit hisob varaqlaridan naqd pullarning uzlusiz berib borilishi to'liq ta'minlanib borildi.

Shuni ta'kidlash lozimki, mamlakatimiz hukumati tomonidan bank tizimida plastik kartochkalar miqdorini oshirish va aholini plastik kartochkalar bilan hisob-kitoblarini amalga oshirishni rag'batlantirish borasida bir qancha imtiyozlar berilmoqda. Shulardan biri bu plastik kartochkalarga xizmat ko'rsatadigan

protsessing markazlari va bankomatlarni keltirish hamda ularni o‘rnatish borasida bojxona to‘lovlaridan 2020 yilga qadar ozod qilish chora-tadbirlari belgilangandir.

Monetar siyosatning maqsad va vazifalaridan kelib chiqqan holda, Markaziy bank pul-kredit siyosatining bilvosita dastaklaridan keng foydalangan holda pul taklifi o‘sishining asosiy manbasi bo‘lgan oltin-valyuta zaxiralarining oshishi hisobiga muomalaga chiqarilgan pul massasi hajmini boshqarish choralarini ko‘rib bordi.

Markaziy bank tomonidan pul-kredit sohasida amalga oshirilgan aniq chora-tadbirlar natijasida o‘tgan yilda pul agregatlari belgilangan prognoz ko‘rsatkichlari doirasida, ya’ni pul massasining yalpi ichki mahsulot hajmining o‘sishiga muvofiqligi ta’minlandi.

4. Iqtisodiyotni modernizatsiyalash va investitsion faollikni oshirishda, iqtisodiy nochor korxonalarini moliyaviy sog‘lomlashtirish jarayonida banklarning ahamiyati

Ayni paytda banklarning kredit portfeli tarkibida jiddiy o‘zgarishlar yuz bermokda. Jahan moliyaviy-iqtisodiy inqirozi davom etayotganiga qaramay banklarimiz tomonidan iqtisodiyotning real sektori korxonalarini faol qo‘llab-quvvatlashga alohida e’tibor berildi. Joriy yil boshiga kelib jami kredit qo‘yilmalari miqdori 8,5 trln. so‘mdan oshib ketdi.

Tijorat banklari kapitallashuv darajasining ortishi iqtisodiyotning real sektorida investitsion faollikning o‘sishini ta’minlashda bank kreditlarining ahamiyatini ortishiga olib keldi. Birgina korxonalarini modernizatsiya qilish, texnik va texnologik qayta jihozlashga qaratilgan loyihalarni moliyalashtirish uchun jami 2,4 trln. so‘m miqdorida investitsion kreditlar ajratildi.

Tijorat banklarining uzoq muddatli kreditlar ulushi oshirish bo‘yicha ko‘rilgan choralar tufayli 3 yildan ortiq muddatga berilgan kreditlarning banklar kredit

portfelining umumiy hajmidagi ulushi hozirgi paytda 69 foizga yetdi va so‘nggi o‘n yilda 28 barobar ko‘paydi.

Ushbu tendensiyanı yaqin istiqbolda izchil oshirib borish vazifasi belgilab olingen bo‘lib, banklar tomonidan berilgan kreditlar tarkibida investitsiya kreditlarining ulushini ortib borishi, mamlakatimizdagi keng qamrovli investitsiya siyosatni olib borishda banklarning ahamiyatini ortishi natijasi o‘laroq ularning yirik investitsiya muassasalariga aylanishiga olib keladi.

Banklar aktivlari tarkibida spekulyativ tavsifdagi kreditlarning kamayishiga va resurslarni real iqtisodiyotga qo‘yilma qilish hisobiga Respublikamizning istiqboldagi rivojlanishida banklar hissasining yanada ortishiga olib keladi. O‘z navbatida banklarning kapitallashuv darajasini oshirishga davlat qo‘yilmalarning manzilliliqi ortishini ta’minlaydi.

Iqtisodiyotdagi tarkibiy islohotlarni yanada chuqurlashtirish, korxonalarning investitsion faoliyatini yanada jonlantirish, xorijiy investitsiyalarni, avvalo to‘g‘ridan to‘g‘ri xorijiy investitsiyalarni keng jalb qilish va ulardan samarali foydalanish, ishlab chiqarishni modernizatsiyalash, texnik va texnologik qayta qurollantirish, yangi ish o‘rinlarini shakllantirish va bular asosida milliy iqtisodiyotimizni barqaror va dinamik rivojlanishini ta’minlash maqsadida O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 1213-sonli «O‘zbekiston Respublikasining 2010 yilga investitsion dasturi haqida»gi Qarori^{7[6]} tasdiqlangan bo‘lib, ushbu dastur asosidagi kapital qo‘yilmalarni moliyalashtirish manbalari tarkibida bank tizimi investitsion kreditlarning ahamiyati yuqori bo‘lmoqda.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2008 yil 19 noyabrdagi 4010-sonli «Iqtisodiy nochor korxonalarni tijorat banklariga sotish to‘g‘risidagi tartibni tasdiqlash to‘g‘risida»gi farmoyishi bilan iqtisodiy nochor korxonalarning moliyaviy qobiliyatini tiklash bo‘yicha bir qator imtiyozlar (ko‘maklar) berilgan.

^{7[6]} Кепаҳр:www.lex.o‘z

Yuqorida qayd etilgan me'yoriy hujjat orqali tijorat banklariga ham muayyan imkoniyatlar berilgan. Jumladan:

- bankrot korxona negizida ustav jamg'armasi 100 foizgacha bo'lgan yangi korxona tashkil etish;
- bankrot korxonaning tugatilishi munosabati bilan unga avval berilgan, qoplanmagan kreditini, shu jumladan, hukumat kafolati bilan berilgan kredit **so'mmasini** bank kengashining qarori bilan hisobdan chiqarish;
- bankrot korxona uchun malakali boshqaruv kompaniyasini tuzish va jalb qilish;
- bankrot korxonani tugatish bahosida sotib olib, uning faoliyatini tiklab, qaytadan bozor bahosida sotish va h.k.

Ayni paytda mazkur jarayonning samaradorligini va ta'sirchanligini ta'minlash maqsadida tijorat banklari balansiga o'tkazilgan bankrot korxonalarini tiklash, texnik va texnologik modernizatsiya qilish va ishlab chiqarishni qayta qurollantirish, zarur bo'lganda korxonani to'liq rekonstruksiya qilish orqali faoliyat yo'nalishini o'zgartirish, strategik hamkorlik va investorlarni jalb qilishni nazarda tutuvchi biznes-rejalarni ishlab chiqish belgilangan.

Tijorat banklarining likvidligini tartibga solgan holda, 2009 yilda belgilangan makroiqtisodiy ko'rsatkichlarga erishish, shuningdek, milliy valyutaning barqarorligini ta'minlash maqsadida Markaziy bank tasarrufida bo'lgan barcha bozor dastaklarini qo'llash ko'lmini kengaytirdi.

5. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'ektlarida auditva auditorlik taftishini o'tkazish

Tadbirkorlarning iqtisodiy faoliyat yuritishlarida moliyaviy va buxgalteriya hisob-kitoblarini to'g'ri amalga oshirishlarida auditorlik firmalari ham muhim rol o'ynaydi. Auditorlik firmalari bozor infratuzilmasining eng muhim elementlaridan

biri bo‘lib, mulkdorlar va davlatning mulkiy manfaatlarini himoya qilish maqsadida mustaqil moliyaviy nazoratni amalga oshiradi.

O‘zbekistonda audit O‘zbekiston Respublikasi «Auditorlik faoliyati to‘g‘risida»gi Qonuni asosida amalga oshiriladi. Audit – xo‘jalik yurituvchi sub’ektlarni mustaqil ekspertiza va moliyaviy hisobotini tahlil etuvchi tashkilotdir. Buni shunga vakil qilingan shaxslar – auditorlar (auditorlik firmalari) bajaradi.

Auditning asosiy maqsadi – moliyaviy va xo‘jalik operatsiyalarining to‘g‘riligini va ularning O‘zbekiston Respublikasi qonunchiligiga va boshqa me’yoriy hujjatlariga nechog‘lik mosligini aniqlashdan, bularning to‘la-to’kisligi, aniq, ravshanligi, buxgalteriya hisobi yoki boshqa moliyaviy hisob yuritishga qo‘llanilayotgan talablarga nechog‘lik monandligini aniqlashdan iboratdir. Audit tarkibiga yana konsalting, ya’ni mijoz bilan shartnoma tuzib, xizmatlar ko‘rsatish ham kiradi.

Auditorlik faoliyati xo‘jalik yurituvchi sub’ektlarning fao-liyati ustidan mahsus vakolat olgan davlat idoralarining nazorati o‘rnini bosmaydi.

Auditning asosiy «harakatlanuvchi shaxsi» auditor va auditorlik firmasidir. Auditor belgilangan tartibda auditorlik faoliyati bilan shug‘ullanish huquqini olgan hamda auditorlik kasbi ro‘yxatiga kiritilgan mutaxassisdir. Auditorlik firmasi – yuridik va jismoniy shaxs tomonidan tuzilib, belgilangan tartibda ro‘yxatdan o‘tgach, ustaviga ko‘ra auditorlik xizmati ko‘rsatish bilan shug‘ullanadigan tashkilot.

Auditorlik firmalari kichik korxonalar, mas’uliyati cheklangan jamiyatlar va boshqa korxonalarning tashkiliy-huquqiy shakllarida ochilishi mumkin, ochiq turdag'i aksiyadorlik jamiyatlari bundan mustasno.

Quyidagilarga auditorlik tekshiruvini o‘tkazish taqiqilanadi:

- tekshirilayotgan xo‘jalik yurituvchi sub’ektning rahbarlari va boshqa mansabdr shaxslari bilan yaqin karindosh bo‘lgan shaxsga;
- tekshirilayotgan xo‘jalik yurituvchi sub’ektda shaxsiy-mulkiy manfaatlari bo‘lgan shaxsga;

- xo‘jalik yurituvchi sub’ektning rahbarlariga, muassasalariga yoki mulkdorlariga;
- tekshirilayotgan xo‘jalik yurituvchi sub’ekt yoki uning filiallari xodimiga;
- davlat xokimiysi va boshqaruvi idolarining mansabdor shaxslariga;
- kreditorlar, investorlar va boshqa manfaatdor shaxslarga.

Auditorlar va auditorlik firmalari davlat ro‘yxatidan o‘tib, litsenziya olganlaridan keyin faoliyat boshlaydi.

Auditorlar va auditorlik firmalari qonunda belgilab qo‘yilgan tartibda O‘zbekiston Respublikasining Adliya Vazirligida Davlat ro‘yxatidan o‘tadi.

Auditorlik faoliyati bilan shug‘ullanish huquqi uchun litsenziya davlat ro‘yxatidan o‘tgandan keyin beriladi. Ularni berish tartibini O‘zbekiston Respublikasining Vazirlar Mahkamasi belgilaydi.

6. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatini axborotbilan ta’minalashni tashkil etish

Biznes faoliyatini yetarli va aniq axborotlarsiz amalga oshirish mumkin emas. Bu axborotlar biznes uchun zarur bo‘lgan ma’lumotlar, xabarlar majmuasidan iborat bo‘ladi. Axborot ishlab chiqaruvchilar, tovarni sotuvchilar va haridorlar o‘rtasidagi aloqa shaklidir.

Ishbilarmonlar asosan turli xil axborotlar statistik, moliyaviy, operativ, tashkiliy axborotlar, farmoyish tarzidagi axborot, buxgalterlik, marketing axboroti, ta’minot bo‘yicha, xodimlar bo‘yicha, ma’lumotga oid axborot va boshqa axborotlar bilan ishlaydilar.

Axborotlar yana ichki va tashqi, dasturiy va me’yoriy axborotlarga bo‘linadi.

Ichki axborot kichik korxona yoki savdo tashkiloti ichki materiallaridan iborat bo‘ladi hamda korxona faoliyatini, uning texnik iqtisodiy ko‘rsatkichlarini moddiy va

mehnat xarajatlari hajmini, naqd pul harakatini, debitorlik va kreditorlik qarzлari haqidagi ma'lumotlarni o'zida aks ettiradi.

Tashqi axborotlar mahsulot ishlab chiqaruvchilar va iste'molchilarni, hokimiyat idoralari, banklar, raqobatchilar va boshqa tashkilotlar bilan bo'ladigan aloqalarni ifodalaydi. U tovarlarni sotish va harid qilish shartlari haqidagi tashqi muhit xabarlaridan iborat bo'ladi.

Foydalanish vaqtি bo'yicha axborotlar operativ, davriy va uzoq muddatli, o'zgarish darajasi bo'yicha birlamchi va ikkilamchi axborotga bo'linadi.

Tadbirkorlikda iqtisodiy axborotlar yetakchi rol o'ynaydi, chunki ular tovar ishlab chiqarish, moddiy boyliklarni taqsimlash, ayirboshlash va iste'mol qilish jarayonidagi munosabatlarni aks ettiradi.

Kichik korxonalar uchun ilmiy-texnik axborotlarning roli ham muhim, ular ishlab chiqarishni ilmiy-texnik taraqqiyot asosida rivojlanishni aks ettiradi.

Doimiylik darajasi bo'yicha axborotlar axborotlar doimiy, shartli-doimiy va o'zgaruvchan bo'ladi. Doimiy axborot o'z ma'nosini uzoq vaqt davomida o'zgartirmaydi (shaharlar, korxonalar, savdo tashkilotlari nomlari, tovarlar turlari va boshqalar haqidagi axborotlar).

Shartli-doimiy axborotlar ma'lum vaqt davomida o'z ma'nosini saqlab turadi. Unga mahsulot tayyorlash uchun texnik shartlar, me'yorlar, tarif miqdorlari, lavozim, ish haqi va hokazolar kiradi.

O'zgaruvchan axborotlar harid qilish va sotishning o'sishini aks ettiradi. Ular qaror qabul qilish uchun doimo tezlik bilan qayta ishslashni talab qiladi, aks holda, ularni olishdan ma'no qolmaydi.

Har qanday axborot hujjatlarda aks ettiriladi. Hujjat – bu axborot tarqatuvchi vositadir.

Nafaqat ishbilarmonlar, balki bu hujjatlarni o'quvchi, ulardan foydalanuvchi, ularni qayta ishlovchi va saqlovchi odamlarning mehnat xarajatlari hujjatning shakllariga bog'liq. Biznesda keraksiz hujjatlarning bo'lishi mumkin emas.

Axborotlar oqimi muvaffaqiyatli biznes uchun kerakli aloqalarni ta'minlaydi. Bunday aloqalar tovar ishlab chiqaruvchilar va ularning iste'molchilari, mahsulotlarni sotuvchilar va haridorlar, turli muassasalar o'rtasida zarurdir.

Axborot almashish kichik biznes faoliyati va xususiy tadbirkorlikning eng murakkab muammolaridan biridir.

Tadqiqotchilar tadqiqotning dastlabki bosqichida muammoni aniq belgilashlari va tadqiqot maqsadini belgilab olishlari kerak. Axborotlarni yig'ish ancha og'ir va ma'suliyatli ishdir. Muammoni mujmal yoki noto'g'ri belgilash ishlab chiqarish bilan bog'liq bo'lмаган xarajatlarga olib keladi. Aniq qo'yilgan maqsad muammoni hal qilishning asosidir.

Tadqiqotning keyingi bosqichida buyurtmachini qiziqtirayotgan axborot turini va uni eng samarali yig'ish yo'lini aniqlash zarur. Tadqiqotchi ikkilamchi yoki birlamchi axborotlarni yoki ikkalasini bir vaqtda yig'ishi mumkin.

Ikkilamchi axborot – bu avval boshqa maqsadlar uchun yig'ilgan mavjud axborotdir.

Quyidagilar ikkilamchi axborot manbalarini tashkil etadi:

- korxonalarining hisobotlari;
- bo'lg'usi tadqiqotlar haqidagi hisobotlar;
- davlat muassasalarining nashrlari;
- korxona, muassasalarning balans hisobotlari;
- statistik ma'lumotnomalar;
- birjalar ma'lumotnomalari;
- gazeta va jurnallar, radio, televideniya eshittirishlari va h.k.

Ikkilamchi axborot tadqiqotning boshlang'ich nuqtasi bo'lib xizmat qiladi. U arzon tushishi va olinishi osonligi bilan ajralib turadi. Ammo tadqiqotchiga kerakli ma'lumotlar eskirgan, noaniq, to'liqsiz yoki ishonchsiz holda etib kelishi mumkin. Bu holda tadqiqotchining yanada ko'proq mablag'lar va vaqt sarflashi orqali birlamchi axborot yig'ishiga to'g'ri keladi.

Birlamchi axborot – bu aniq maqsad uchun birinchi marta yig‘iladigan axborotdir. Birlamchi axborot yig‘ishning uchta usuli bor:

1. Kuzatish usuli.
2. Tajriba usuli.
3. So‘rov usuli.

Nazorat va muhokama uchun savollar

1. Bankning passiv va aktiv operatsiyalarining mohiyati nimada?
2. Bankda kredit berish tartidi qanday tashkil etilgan?
3. Banklar bilan tadbirkorlar o‘rtasida bajariladigan operatsiyalarda o‘zaro munosabatlar qanday tashkil etiladi?
4. Banklar bilan tadbirkorlar o‘rtasidagi valyuta operatsiyalari qanday bajariladi?
5. Tadbirkorlik faoliyatida soliq solish tartibini izohlab bering.
6. Soliq solish ob’ekti va bazasi nima?
7. Soliq stavkalarining tarkibi qanday tuzilgan?
8. Aksiz solig‘i nima? Uning amal qilish tartibi qanday?
9. Auditning asosiy maqsadi nimalardan iborat?
10. Auditorlarning huquq va burchlari nimalardan iborat?
11. Kichik biznes faoliyatida axborotning mohiyati va ahamiyati nimada?
12. Biznesda axborot turlari va ularning tutgan o‘rni qanday?
13. Axborot almashinuvining asosiy elementlari nimalardan iborat?
14. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishda axborotlar tizimidan qanday foydalanadilar?

9.1-MAVZU. O‘ZBEKISTONDA SOLIQ TIZIMI. UMUMDAVLAT VA MAHALLIY SOLIQLAR

2-ma’ruza mashg‘uloti

- 1 "Soliq va soliqqa tortish" fanining predmeti va o‘rganish usullari.
- 2."Soliq va soliqqa tortish" fanini o‘rganishning zarurligi, uning boshqa fanlar bilan munosabati.
3. "Soliq va soliqqa tortish" fanining asosi va uning manbalari.
4. "Soliq va soliqqa tortish" fanining soliq xizmati va soliq sohasidagi mutaxassis xodimlarni tayyorlashdagi tutgan o‘rni.

1. "Soliq va soliqqa tortish" fanining predmeti va vazifalari.

Har qanday fan o‘zining predmetiga, ya’ni izlanish ob’ektiga ega bo‘ladi. Masalan, kimyoviy texnologiya fanining predmeti bo‘lib kimyoviy moddalarning tarkibini o‘rganish, mashinasozlik fani uchun mashinalar mexanizmining xarakteristikasini o‘rganish, "Soliq va soliqqa tortish" fanining predmeti soliqlar va soliq mexanizmini ya’ni soliqqa tortish bilan bog‘liq bo‘lgan soliqlarni barcha elementlari yig‘indisini har taraflama o‘rganishdir. Soliq mexanizmi soliq tizimining amaliyotga tadbiq etilishini ifodalaydi. Bu harakat soliqqa tortish jarayonini pul munosabatlarining ko‘rinishlaridan biri bo‘lib soliq to‘lovchilar (yuridik va jismoniy shaxslar) bilan soliq undiruvchi davlat o‘rtasidagi munosabatlarni ifodalaydi. Fanning mohiyati shu o‘rtadagi munosabatni chuqur o‘rganish, ularni to‘g‘ri tashkil etilishini ta’minlashdan iborat. To‘g‘ri tashkil etish deganda, soliq munosabatida qatnashuvchi tomonlarning iqtisodiy manfaatini inobatga oluvchi munosabatni tashkil qilish tushuniladi. Davlat byudjetiga soliq undirish soliq to‘lovchilarning ishlab chiqarishni rivojlantirish rejasidan kelib chiqqan holda bozor iqtisodiyoti talablariga asoslangan munosabatlarni tashkil etishga harakat qilishdir. Talabalar "Soliq va soliqqa tortish" fanini chuqur o‘rganish orqali amaliyotda soliq tushumlari rejalarini bajarishda ham katta muvaffaqiyatlarga erishish mumkinligini anglaydi.

Fanning vazifasi talabalarni va boshqa soliq faoliyati bilan bog‘liq xodimlarni soliqlarga oid nazariy va amaliy bilimlarni egallashlari hamda amaliyotga tadbiq etish yo‘l-yo‘riqlarini ko‘rsatishdan iboratdir.

SHunindek, «Soliq va soliqqa tortish» fanining asosiy vazifasi rivojlangan xorijiy mamlakatlar soliq amaliyotini o‘rganish asosida qilingan xulosalar, ularning tajribalarini mamlakatimiz iqtisodiyotiga moslab tadbiq eta oladigan, nazariy, ilmiy va amaliy jixatdan bilimga ega bo‘lgan yuqori malakali kadrlarni tayyorlashdan iborat.

«Soliq va soliqqa tortish» fanining usuli - bu ushbu fanni o‘zlashtirish uchun nimalarni bilish lozimligi tushiniladi. Demak bu fanni o‘rganish uchun talaba respublikamizdagi soliq qonunchiligidagi belgilangan barcha soliqlar, to‘lovlar va majburiy ajratmalarni bilishlari kerak bo‘ladi.

2. "Soliq va soliqqa tortish" fanini o‘rganishning zarurligi, uning boshqa fanlar bilan munosabati.

«Soliq va soliqqa tortish» fani soliq harakatlarini va soliq mexanizmini har taraflama chuqur o‘rganish asosida takrorlanib turadigan munosabatlarni tartibga solib o‘rgatadi. "Soliq va soliqqa tortish" fani soliq amaliyotidagi eng to‘g‘ri, eng mukammal va progressiv voqealarni o‘rganish asosida, amaliyot uchun qo‘llanish uslublarini o‘rgatadi. SHu bilan birga soliq nazariyasini rivojlantirish asosida iqtisodiyotni rivojlantiruvchi soliq mexanizmlarini ishlab chiqish va amaliyotga tadbiq etishni ta’minkaydi. "Soliq va soliqqa tortish" fani nazariy jixatdan ishlab chiqarilgan yangi asoslangan yondashuvlarni amaliyotga tadbiq etish yo‘nalishlarini belgilaydi. SHuning uchun nazariy bilimlarga ega bo‘lgan amaliyotcht amaliyotda katta muvaffaqiyatlarga erishish imkonini oshadi. «Soliq va soliqqa tortish» fani «Iqtisodiy nazariya» fani bilan chambarchas bog‘liqdir va uning maxsus bo‘limi, ya’ni chuqurlashtirilgan va kengaytirilgan bo‘limidir. CHunki, «Soliq va soliqqa

tortish» fanining qonuniyatlari umumiqtisodiy nazariya qonuniyatlaridan chetga chiqib ketolmaydi, ularga asoslanadi.

SHuningdek bu fan «Moliya» fani bilan ham chambarchas bog‘liqdir, chunki Soliq moliya munosabatlarining tarkibiga kiradi. SHuning uchun «Moliya» ham, soliq ham pul munosabatlarini ifodalaydi. Ularning ikkalasi uchun yagona asos pul munosabatlarining mavjudligidir. Lekin, soliq keyinchalik o‘ziga xos bo‘lgan pul munosabatini, ya’ni soliq to‘lovchilar bilan davlat o‘rtasidagi majburiy pul munosabatini ifodalaydi.

Bu fan «Davlat byudjeti», «Soliq nazariyasi», «Rivojlangan xorijiy mamlakatlar Soliqi tizimi», «Buxgalteriya hisobi», «Moliya xuquqi», «Moliyaviy menejment», «CHet mamlakatlar moliya tizimi», «Soliqni bashorat qilish va soliq tashkilotlarida yuridik shaxslarni soliqqa tortishning nazorati» fanlari bilan ham chambarchas bog‘liqdir.

3. "Soliq va soliqqa tortish" fanining asosi va uning manbalari.

Bozor iqtisodiyoti talab va taklif, raqobat, qiymat va boshqa qonunlar orqali amalga oshiriladi. Lekin bozor iqtisodiyoti sharoitida ham ishlab chiqarish va pul munosabatlari mavjud. Bozor iqtisodiyoti, pirovard natijada pullik munosabatlar iqtisodiyotidir. Davlat ijtimoiy mahsulot ishlab chiqarish va uni taqsimlashning qonun-qoidalarini ishlab chiqadi. Bu taqsimlashdagi munosabat bozor iqtisodiyoti sharoitida pul orqali amalga oshirilganligidan davlat uni boshqarishni ham pul munosabatlari orqali, ya’ni pul va kredit orqali boshqarishni amalga oshiradi.

Bozor iqtisodiyoti qonunlaridan kelib chiqib, davlat ijtimoiy mahsulot, milliy ichki mahsulot qiymatini soliq orqali taqsimlash vazifasini o‘z zimmasiga oladi. SHunday ekan, davlat iqtisodiyotni boshqarishda bosh rol o‘ynashi «Soliq va soliqqa tortish» fanining asosi bo‘lib hisoblanadi. Davlat soliq munosabatlarini tashkil qilib, bozor iqtisodiyotini amalga oshirishda etakchilik, boshqaruvchilik rolini o‘ynaydi. Davlat

bosh islo hatchchi sifatida soliqning mohiyati va vazifalarini mukammal ish lab chiqib, uni amaliyotga tatbiq qilishni ham o‘z zimmasiga oladi.

Bozor iqtisodiyoti, uning talab va taklif, raqobat va qiymat qonunlari «Soliq va soliqqa tortish» fanining asosiy negizidir. Davlat mamlakatda yaratilgan yalpi ichki mahsulot qiymatini qayta taqsimlaydi va soliqlardan taqsimlash kategoriyasi sifatida o‘zining hamma ijtimoiy talablarini qondirishda foydalana oladi.

4. "Soliq va soliqqa tortish" fanining soliq xizmati va soliq sohasidagi mutaxassis xodimlarni tayyorlashdagi tutgan o‘rni.

Soliq xizmati xodimlari o‘zlariga qonun xujjalarda yuklangan vazifalarni muvaffaqiyatli bajarishlari uchun faqat soliqlarni nazariy jixatlarni bilibgina qolmasdan, undagi soliqning mohiyati va zarurligi, ular uchun umumiy asosga ega bo‘lgan soliq tamoyili, soliqqa tortish tizimi, soliqqa oid me’yoriy asoslarni puxta egallagan bo‘lishi zarur. Buning uchun esa "Soliq va soliqqa tortish" fanini chuqur o‘rganish kerak. "Soliq va soliqqa tortish" fani pul munosabatlarini ifodalovchi:

Soliqning moxiyati, tushunchalari, ularni tashkil qilish asoslari, Soliqning bozor iqtisodiyoti sharoitida zarurligi, ularning to‘g‘ri va egri Soliqga bo‘linishi, byudjetga tushish nuqtai nazaridan umum davlat Soliqi va maxalliy Soliqga bo‘linishi va boshqa iqtisodiy guruxlar, soliq stavkalari va turlari, ularni amaliyotga tatbiq etish usuli va uslublari, soliq tizimiga oid boshqa harakatlarni o‘z ichiga oladi.

SHuningdek, bu fan soliq xizmati xodimlari, soliq sohasi vakillari, talabalar va boshqalarni soliqqa oid ilmiy salohiyatini oshirishda katta rol o‘ynaydi.

Nazorat va muhokama uchun savollar.

1. «Soliq va soliqqa tortish» fanini o‘qitishning zarurligi nimada?
2. «Soliq va soliqqa tortish» fanining predmeti va uning vazifalari nimada?
3. Fanning nazariy va amaliy asosi nimalardan iborat?
4. «Soliq va soliqqa tortish» fani mazmunida nimalarni o‘rgatish maqsadi yotadi va uning kadrlarni tayyorlashdagi roli qanday?

9.2-MAVZU KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIK SUB'EKTALARIDAN OLINADIGAN SOLIQ TURLARI

3-ma'ruza mashg'uloti

1. O'zbekiston Respublikasining soliq siyosati.
2. Soliq siyosatining strategiyasi va taktikasi.
3. Soliq mexanizmi tushunchasi va tarkibi.
4. O'zbekiston Respublikasi Soliq tizimi va uning tarkibi.
5. Soliq elementlari.

1. O'zbekiston Respublikasining soliq siyosati.

O'zbekiston Respublikasi soliq siyosatining xuquqiy asoslari mustaqillikning dastlabki kunlaridan boshlab kuchga kirdi.

O'zbekiston Respublikasining 1991 yil 31 avgustdagи "O'zbekiston Respublikasining davlat mustaqilligi to'g'risida"gi Qonunida "SHu kundan e'tiboran O'zbekiston Respublikasi o'zining mustaqil soliq siyosatini olib boradi",-deb ko'rsatilgan. Qolaversa davlatning soliq siyosati asosi O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasida ham qayd qilingan.

Mustaqillikning dastlabki kunlaridan boshlab Soliq sohasida o'ndan ortiq Qonunlar qabul qilingan edi. SHulardan eng asosiyлari O'zbekiston Respublikasining "Korxonalar, tashkilotlar va birlashmalar Soliqi to'g'risida" va "O'zbekiston Respublikasi fuqarolari va fuqaroligi bo'limganlarning solig'i to'g'risida" gi Qonunlari va ularga kiritilgan o'zgartirishlar va to'ldirishlar bo'ldi. Soliqning huquqiy asosi 1997 yil 24 aprelda O'zbekiston Respublikasida qabul qilingan hamma Soliqni o'zida mujassamlashtirgan Soliq Kodeksi bo'ldi. U soliq siyosatini amalga oshirishga katta xuquqiy asos yaratdi. Har qanday tadbir, ish, faoliyat ilgaridan belgilanib, aniqlab, rejallashtirib, ishlab chiqilgan siyosatni amalga oshiradi.

Siyosat deganda, davlatning ilgaridan rejalashtirib, aniqlab turib, amalga oshiradigan chora tadbirlari yig‘indisi tushuniladi.

Soliq siyosati – davlatning soliq borasidagi farmon, qonun va qarorlari ijrosini ta’minlash hamda uni tashkil qilish uchun ishlab chiqilgan chora-tadbirlar faoliyatlar yig‘indisidir. Faqat mustaqil davlatgina o‘zining mustaqil soliq siyosatiga ega bo‘la oladi.

Soliq siyosatini ishlab chiqish moliya-iqtisodiy munosabatlardan kelib chiqadi. Davlat soliq siyosati Respublika iqtisodiyotini barqarorlashtirish va rivojlantirishga, bozor munosabatlarini boshqarishga har tomonlama faol ta’sir ko‘rsatadi.

Soliq pul munosabatlarini ifoda etib, iqtisodiy munosabatlarning tarkibiy bo‘lagi, bozor iqtisodiyotining zaruriy qismidir.

Jaxon soliq siyosati tajribasida soliqqa tortishning quyidagi yo‘nalishlariga katta e’tibor beriladi:

1. Har xil mulk shakllariga moslangan korxona va tashkilotlarning xo‘jalik yuritishiga mumkin qadar iqtisodiy sharoit yaratish ;
2. Ijtimoiy - zaruriy umumdavlat vazifalarini bajarish uchun davlatni kerak bo‘lgan moliyaviy manbalar bilan ta’minlash;
3. Bozor iqtisodiyoti sharoitida yangi ijtimoiy-iqtisodiy omillarni tashkil qilishda qatnashish, ishsizlarni ish bilan ta’minlash, iqtisodiy nochorlarga yordam berish;
4. Aholi turmush darajasini zaruriy me’yorda saqlab turish imkonini izlash va ta’minlash, soliqqa tortilmaydigan daromad minimumini yaratish va vaqt - vaqt bilan oshirib borish. Unda "iste’mol savatchasi" ma’lumotlarini e’tiborga olish, Soliqdan kompleks foydalanish, xalq xo‘jaligi tarmoqlarini qayta qurishga, ishlab chiqarish infratuzilmasini yaratishga, xo‘jaliklar va axolining tovar sotib olish qobiliyatini boshqarib turishga, qadrsizlanish jarayonida inflyasiyani jilovlab turishga imkon beradi.

Hozirgi paytda O‘zbekiston Respublikasida soliq siyosatining ikki yo‘nalishi mavjud:

1. Korxona va tashkilotlarga nisbatan soliq siyosati. Eng avvalo, korxona va tashkilotlarni bozor iqtisodiyoti sharoitidagi erkinligini hisobga olish.
2. Soliq siyosatida axolining turli guruhlariga nisbatan xilma-xil yondoshishidir. Nochor, kam ta'minlanganlarga iloji boricha soliqdan ko'proq imtiyozlar berish va kam kuch sarflab ko'p daromad topuvchilarga nisbatan yuqori progressiyali soliq stavkalarini qo'llashdan iborat.

2. Soliq siyosatining strategiyasi va taktikasi.

Soliq strategiyasi bu davlatning uzoq yillarga mo'ljallangan soliq sohasidagi tadbirlar yig'indisidir. Bu strategiya odatda 5, 10, 15 yillarga mo'ljallab tuzilgan konsepsiylar yig'indisi shaklida tashkil topadi. Soliq konsepsiysi bu Soliqni tashkil qilishning asosiy yo'nalishlarini belgilab olishdir. Bu ham uzoq yillarga mo'ljallangan bo'ladi.

Mustaqillik davridagi soliq siyosatiga e'tibor bersak, davlat, birinchidan, soliq tushumlarining umumiyligi **so'mmasida** egri Soliq salmog'ini oshirib borayapti. Ular 1991 yilda 0,7 %ni tashkil etgan bo'lsa, hozir u 50%dan ko'prog'ini tashkil etmoqda. Ikkinchidan, butun Respublika soliq idoralarini yuqori darajali kompyuterlar bilan ta'minlandi.

Soliq siyosatini faollashtirish maqsadida quyidagilarga e'tiborni ko'proq qaratish lozim:

1. Soliq sohasida davlatlar yo'l qo'ygan ba'zi xatolarning takrorlanmasligi uchun soliq tarixini puxta o'rganish lozim.
2. Soliqqa tortish va uni undirish ishlarining arzonga tushishiga erishish.
3. Soliq ob'ekti aniq, ixcham, to'lovchilarga va soliq idoralari xodimlariga soliqni hisoblash uchun oson va qulay bo'lishi zarur.

4. Soliqni byudjetga o‘z vaqtida to‘liq tushishiga qiziqtirish maqsadida byudjetga ko‘p, salmoqli soliq to‘lovchilarga soliqdan ma’lum qismini qoldirish ham maqsadga muvofiqdir.

Respublikada soliq siyosatini takomillashtirish, yangi soliq tizimini joriy etish bozor iqtisodiyoti talablaridan kelib chiqqan xolda amalga oshirilishi Respublikani iqtisodiy inqirozga yuz tutishiga yo‘l qo‘ymaydi va xalq xo‘jaligni barqarorlashtirishning muhim omili bo‘lib xizmat qiladi.

3. Soliq mexanizmi tushunchasi va tarkibi.

Soliq mexanizmi bu sub’ektiv tushuncha bo‘lib, o‘z ichiga soliq turlari, elementlari, tashkil qilish usullari, soliq qonunchiligi, Soliqni hisoblash va to‘lash ustidan davlat nazoratini o‘tkazishni oladi.

Soliq mexanizmi byudjet mexanizmi tarkibiga kiradi. Soliq mexanizmi deganda soliqqa tortish bilan bog‘liq bo‘lgan Soliqni tashkil qilishning barcha elementlari yig‘indisi tushuniladi. Bunday elementlarga soliq ob’ekti, sub’ekti, manbai, soliq stavkasi, to‘lov muddatlari, soliq xuquqi va xujjatlari kiradi. Soliq mexanizmi soliq tizimining amaliyatga tatbiq etilishini ifodalaydi.

Soliq mexanizmidan foydalanish soliq elementlarining yig‘indisidan samarali foydalanish maqsadida ishlab chiqilgan tushunchadir. Bu mexanizm tarkibida Soliq va boshqa to‘lovlар kabi elementlar borligini aytib o‘tish zarur. SHu mexanizm tarkibida Soliq aksariyat uzoq yillar harakat qilsa, ularning elementlari (masalan, stavkasi) tez-tez o‘zgarib turishi mumkin.

Soliq mexanizmini shunday takomillashtirish lozimki, byudjetga Soliq to‘liq va o‘z vaqtida tushsin. Bu ular bir vaqtning o‘zida tovar ishlab chiqarishni kengaytirish va ko‘p daromad olish imkonini bersin, eksportga mahsulot ishlab chiqarishni ko‘paytirib, qat’iy valyutalarga ega bo‘lsin.

Hozirgi vaqtning soliq siyosati soliq mexanizimni ana shu yo‘nalishda takomillashtirib bormoqda. Bu esa bozor iqtisodiyoti talablariga mos tushib, iqtisodiyotni barqarorlashtirish imkonini bermoqda.

Soliq mexanizmining yo‘nalishi soliq siyosatidan kelib chiqadi. SHu sababli soliq siyosati yo‘nalishi o‘zgarsa, soliq mexanizmining keraksiz elementlari chiqarib tashlanadi va yangi elementlar kiritiladi. Masalan, mustaqillikning dastlabki yillardan boshlab bozor iqtisodiyoti talablariga mos kelmaydigan Soliq bekor qilinib, yangi Soliq (QQS, aksiz va boshqa) vujudga keldi. Soliq mexanizmiga o‘zgarishlar kiritilib, takomillashtirilib boriladi.

4. O‘zbekiston Respublikasi Soliq tizimi va uning tarkibi.

Avvalo soliq tizimi va soliqqa tortish tizimining farqini aytib o‘tmoq zarur. Soliq tizimi mohiyati jixatidan bir xil bo‘lgan va markazlashgan pul fondiga tushadigan soliq turlarining yig‘indisidir.

Qonun chiqaruvchi idoralar tomonidan belgilangan va ijrochi idoralar tomonidan undiriladigan Soliqni tashkil etish usullari, elementlari va tamoyillari majmuiga soliqqa tortish tizimi deb ataladi. Bu erda tizim iqtisodiy kategoriyanı o‘rganish hamda Soliq undirishni tashkil qilish masalalarini o‘z ichiga oladi. Bu tizimning roli va strukturasi jamiyatning ijtimoiy iqtisodiy tuzumi bilan aniqlanadi. O‘zbekiston Respublikasining soliqqa tortish tizimi o‘z mazmuniga ko‘ra soliq elementlari, ularni tashkil qilish tamoyillari va usullarini o‘rgatishdir.

Bir xil mohiyatga ega va o‘zaro munosabatda bog‘liq bo‘lgan markazlashgan pul fondini va davlatning boshqa fondlarini majburiy tashkil etadigan soliq va yig‘imlar turlarining yig‘indisiga Soliq tizimi deb ataladi. Bu ta’rifda soliq va yig‘imlar yagona mohiyat, ya’ni "majburiy harakterga ega bo‘lgan munosabat" va ularning bir biri bilan bog‘liqligi va nihoyat byudjetga tushishligini ko‘rsatadi. Bu O‘zbekiston Respublikasi Soliq Kodeksi mazmuniga mos keladi. SHu erda baxsli masala ham mavjud, ya’ni davlatning byudjetdan tashqari fondlariga (pensiya, ijtimoiy sug‘urta,

bandlik, yo‘l fondlari va boshqalar) to‘lovlarni ham majburiylik nuqtai nazardan soliq tizimiga kiritish muammosi mavjud.

O‘zbekiston Respublikasi soliq tizimining tarkibiy bo‘linishi quyidagi jadvalda keltirilgan.(1 jadval)

1- jadval

Soliq tizimining tarkibiy bo‘linishi

Nº	Umum davlat solig‘i	Mahalliy soliq va yig‘imlar
1.	YUridik shaxslar daromad (foyda) solig‘i.	Mol-mulk solig‘i.
2.	Jismoniy shaxslar daromad solig‘i.	Yer solig‘i.
3.	Qo‘shilgan qiymat solig‘i	Obodonlashtirish va infratuzilmani rivojlantirish solig‘i.
4.	Aksiz solig‘i.	Jismoniy shaxslarning benzin, dizel yoqilg‘isi va suyultirilgan gaz iste’moli uchun soliq.
5.	Er osti boyliklaridan foydalanganlik uchun soliq.	Kichik biznes sub’yektlarining soddalashtirilgan soliq tizimi.
6.	Suv resurslaridan foydalangan lik uchun soliq.	Tadbirkorlik faoliyati bilan shug‘ullanuvchi yuridik hamda jismoniy shaxslarni ro‘yxatdan o‘tkazish yig‘imi.

5. Soliq elementlari.

Soliq elemenlariga soliq sub’ekti, soliq ob’ekti, soliq manbai, soliq stavkasi, soliq birligi, soliq yuki kabi tushunchalar kiradi.

Soliq sub'ekti-soliq munosabatlarida qatnashuvchi soliq to'lovchilardir. Ular xuquqiy va jismoniy shaxslarga bo'linadi.

Soliq munosabatlarida faqat soliq to'lovchilargina emas, soliq undiruvchi (soliqchi) ham qatnashadi. Soliqni davlat undiradi. Uning nomidan maxsus tashkilot qatnashadi, ya'ni bu ishni davlat soliq xizmati idoralari bajaradi. Soliqni to'g'ri hisoblash, to'liq to'lash javobgarligini soliq to'lovchi sub'ektga yuklatilgan.

Soliq ob'ekti-soliq solinadigan daromad, oborot yoki mulkdir. Unga foyda, ish haqi, qo'shilgan qiymat, er, imorat kabilar kiradi. Ob'ekt doimo sub'ekt bilan bog'liq va sub'ektniki bo'ladi. Sub'ektsiz ob'ekt bo'lmaydi. Soliq Kodeksida har bir soliqning o'z ob'ekti alohida ko'rsatib o'tilgan. Masalan, qo'shilgan qiymat solig'ida ob'ekt mahsulot oborotidir, daromadga solingan soliqda daromad (foyda), mol-mulk solig'ida mulk qiymati, er solig'ida er maydoni va boshqalar.

Soliq manbai - bu sub'ektning daromadidir. Ba'zi Soliqda daromad va foyda ham soliq ob'ekti, ham soliq manbai bo'ladi. Lekin boshqa Soliqda ob'ektlar har xil, manba daromad bo'ladi. Soliq nimadan to'lansa, o'sha narsa soliq manbai bo'la oladi. To'g'ri Soliqda soliq manbai daromadlardir. Egri Soliqda esa soliq manbai tovarlar (ishlar, xizmatlar) sotish oboroti, ya'ni tushum bo'ladi.

Soliqqa tortish birligi-bu ob'ektning o'lchov birligi. Bu daromad solig'ida so'm, er solig'ida kv.metr. bilan belgilanadi.

Soliq stavkasi-ob'ektning har bir birligi uchun davlat tomonidan belgilab qo'yilgan me'yordir.

Soliq stavkasi ikki xil usulda: qat'iy stavkalarda (so'mlarda) va inflyasiya sharoitida nisbiy stavkalarni qo'llash maqsadga muvofiqdir. Bunday holda byudjet inflyasiyadan ko'p mablag' yo'qotmaydi. Agar stavka so'mlarda hisobga olinsa, Soliqdan tushgan byudjet daromadi yil oxiriga kelib xech qanday iqtisodiy ahamiyatga ega bo'lmay qolishi mumkin.

Soliq yuki - to‘lovchining hamma Soliq va yig‘imlar yig‘indisini byudjetga to‘lashdir. Soliq yuki foydaga yoki jami daromadga nisbatan olinadi. Mamlakat miqyosida hamma to‘langan soliq va yig‘imlarning yalpi ichki mahsulotdagi salmog‘i ham soliq yukini ifodalaydi.

Agar soliq to‘lovchi Soliqni to‘g‘ri to‘lagan bo‘lsa, unga soliq yuki mos keladi. Lekin ba’zi korxonalarda egri Soliqning xuquqiy to‘lovchilari bo‘lib korxona hisoblansada, soliq yuki oxirgi iste’molchi, ya’ni aholi zimmasiga tushadi. Bu erda egri Soliq hisobiga aholi real daromadi bir oz bo‘lsada, pasayadi.

Soliq stavkalarining turlari.

O‘zbekiston soliq qonunchiligi bo‘yicha soliq stavkalari proporsional, progressiv, nolli va qisman regressiv stavka turlariga bo‘linadi.

Proporsional soliq stavkasi. Bunda oborot, harajat oshgan taqdirda ham stavka o‘zgarmaydi. Masalan, qo‘shilgan qiymat solig‘ida, mol-mulk solig‘ida ob’ekt 10 ming so‘m bo‘lsa ham, 100 ming so‘m bo‘lsa ham, 1 mln. so‘m bo‘lsa ham stavka (20 foiz va 3,5 foiz) saqlanib qolaveradi, ya’ni proporsiya o‘zgarmaydi.

Progressiv soliq stavkasi. Bu stavkada daromad yoki boshqa ob’ekt qiymati oshib borish bilan birga soliq stavkasi ham oshib boradi. Masalan, bizning soliq qonunchiligidan jismoniy shaxslarning daromadiga soliq bo‘yicha shunday stavka qo‘llaniladi.

Regressiv stavka. Bu soliq stavkasida daromad oshishi bilan yoki soliq ob’ekti o‘zgarishi bilan soliq stavkasi kamayib boradi. 2001 yildan boshlab chet el investitsiyasi bilan tuzilgan qo‘shma korxonalarda maxalliy xom ashyodan foydalanish hissasiga qarab foydaga soliqdan kamayuvchi koeffitsientlari belgilanadi.

Nolli soliq stavkasi. Bu bizning soliq qonunchiligidan bo‘yicha faqat qo‘shilgan qiymat solig‘i bo‘yicha: eksportga tovar ortsa (qat’iy valyutaga sotsa), qishloq xo‘jaligi uchun yoqilg‘i, moylash materiallari va mineral o‘g‘itlar sotilganda hamda chet el elchixonalarida ishlaydigan xorijiy davlatlar fuqarolariga tovarlar (ishlar, xizmatlar) sotilsa qo‘llaniladi, ya’ni bu erda sotish oborotiga stavka qo‘yib soliq

hisoblanmaydi. Byudjetga ham shu tovarlar bo‘yicha soliq to‘lanmaydi. SHu tovarlarni ishlab chiqarish uchun ishlatiladigan xom ashyo, materiallar, yoqilg‘ilarga to‘langan qo‘shilgan qiymat solig‘i hisobga olinadi va yil oxirida qolsa qaytarib beriladi.

Soliq imtiyozlari - bu Soliqdan qisman, to‘liq va vaqtinchalik engilliklar berish va soliq bazasini kamaytirish yo‘li bilan imtiyozlar berishni ifoda etadi.

SHunindek soliq imtiyozlari deganda, soliq to‘lovchilarni soliq va yig‘imlarni to‘lashdan qisman, vaqtinchalik va to‘liq ozod etish tushuniladi. Imtiyozlar to‘g‘ridan to‘g‘ri to‘lanadigan soliq **so‘mmasidan** berilishi mumkin. Aytaylik, korxona bolalar kiyimi ishlab chiqarishga ixtisoslashgan bo‘lsa, daromadga soliqdan belgilangan foiz o‘rniga imtiyozli soliq to‘laydi. Bu qisman ozod qilishga ham kiradi. Imtiyozlar vaqtinchalik ham bo‘lishi mumkin. Jumladan, fermer xo‘jaliklari yangi tashkil etilgan davrdan boshlab ikki yilgacha daromad solig‘ini to‘lashdan ozod etiladi.

Bizning soliq qonunchiligidan soliq to‘lashdan to‘la ozod qilish xollari ko‘p uchraydi. Masalan, korxonada jami ishlovchi xodimlar sonidan 50 foizidan ko‘prog‘ini nogironlar, mehnat faxriylari tashkil etsa, yoki 75 foizidan ko‘prog‘i maktab va maxsus o‘quv yurti talabalaridan iborat bo‘lsa, qo‘shilgan qiymat solig‘i, foyda (daromad)ga soliq va boshqa Soliqdan tamomila ozod etiladi.

Jismoniy shaxslarning daromad solig‘i bo‘yicha xorijiy mamlakatlarning vakolatxonalarida va elchixonalarida ishlovchi chet ellik xodimlar, mutaxassislar soliqdan mutlaqo ozod etiladi. Bulardan tashqari, soliq bazasini kamaytirish orqali byudjetga to‘lanadigan soliq **so‘mmasini** qisqartirish ham imtiyoz turkumiga kiradi. Masalan, yuridik shaxslar o‘z daromadlarini investitsiyaga sarflasa, yoki uning uchun olgan uzoq muddatli kreditlarni qaytarishsa, soliqqa tortiladigan bazadan 50 foizi kamaytiriladi. Umuman olganda, imtiyozlar turkumiga soliqqa tortilmaydigan daromad turkumlari ham kiradi. Masalan, fuqarolarning daromad solig‘i bo‘yicha bir qator soliqqa tortilmaydigan daromad mavjud. Soliq qonunchiligi amaliyotida imtiyozlar turi juda ko‘p bo‘lgani bilan ulardan foydalanish ancha murakkab.

Qisqacha xulosalar

Soliq siyosati Soliqning jamiyatdagi rolini belgilaydi. Soliq siyosatida davlat islohatlarni asta-sekin bosqichma bosqich olib borilmoqda. Bozor munosabatlariga xos bo‘lgan tartib qoidalarning kundalik xayotimizga tobora singib borayotganligi, tadbirkorlikning keng tarqalayotganligi, davlat tomonidan har tomonlama rag‘batlantirilayotganligi, soliq to‘lovchilarning Soliq va boshqa majburiy to‘lovlarini o‘z vaqtida to‘lashi, Soliqga oid qonunlardan etarli darajada xabardor bo‘lishi va ularga og‘ishmay amal qilishini taqozo etmoqda. Aholining xuquqiy bilimi, saviyasi va madaniyatini hozirgi kun talablariga javob beradigan darajada yuksaltirish bugunning eng dolzarb masalalaridan ekanligi tan olindi va ushbu muammo davlat siyosatining ustivor yo‘nalishlaridan biri ekanligi e’lon qilindi.

Fuqarolarning soliq qonunchiligi sohasida etarli saviyaga va xuquqiy ongga ega bo‘lishlari jamiyat xuquqiy madaniyatini yuksaltirishning muhim tarkibiy qismi sanaladi.

Soliqqa tortish tizimi qonun chiqaruvchi idoralar tomonidan belgilangan va ijrochi idoralar tomonidan undiriladigan Soliqni tashkil etish usullari, elementlari va tamoyillari majmuidan iborat. O‘zbekiston Respublikasining soliqqa tortish tizimi o‘z mazmuniga ko‘ra soliq elementlari, ularni tashkil qilish tamoyillari va usullarining o‘rgatishdan iboratdir. SHunindek soliq tamoyillari bu Soliq bo‘yicha qat’iy bajarilishi lozim bo‘lgan tartib yoki iqtisodiy mohiyatidan kelib chiqib, Soliqning qonuni desa bo‘ladi.

Nazorat va muxokama uchun savollar.

1. Davlat soliq siyosati nimani bildiradi?
2. Soliq strategiyasi va taktikasi?
3. Soliq mexanizmi nima?
4. Soliq tizimi va soliqqa tortish tizimi tushunchalari nimani ifodalaydi?
5. Soliq stavkalarining qanday turlari mavjud?

6. Soliq imtiyozlari nimani ifodalaydi? Bu masalada qanday muammolar mavjud?
7. O‘zbekiston Respublikasi soliq qonunchiligidagi qanday tamoyillarga amal qilinadi?

10-MAVZU. KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIK

SUB'EKTALARIDA ISHLAB CHIQARISH XARAJATLARI

1-ma'ruza mashg'uloti

- 10.1. Ishlab chiqarish xarajatlari to‘g‘risida tushuncha
- 10.2. Mahsulot tannarxiga kiritiladigan xarajatlar
- 10.3. Mahsulot tannarxini pasaytirish yo‘llari

10.1. Ishlab chiqarish xarajatlari to‘g‘risida tushuncha

Har bir korxona mahsulot ishlab chiqarish jarayoni bilan bog‘liq xarajatlarni amalga oshiradi. Mahsulot ishlab chiqarish jarayonida sarf qilingan moddiy resurslar (asosiy vositalar eskirishi, xom-ashyo va materiallar, yonilg‘i-moylash materiallari, extiyot qismlar va boshqa) va jonli mehnat sarfi ishlab chiqarish xarajatlarini tashkil qiladi.

Korxonaning ishlab chiqarish, sotish va boshqa faoliyati natijasida yuzaga keladigan xarajatlarini quyidagicha turkumlash mumkin:

1. Ishlab chiqarish jarayonidagi ishtirokiga ko‘ra:
 - ishlab chiqarish harajatlari;
 - noishlab chiqarish harajatlari.
2. Ishlab chiqarishda sarf etiladigan resurslar manbaiga ko‘ra:
 - ichki harajatlar;
 - tashqi harajatlar.
3. Mahsulot ishlab chiqarish hajmining o‘zgarishiga nisbatai:
 - doimiy harajatlar;
 - o‘zgaruvchan harajatlar.
4. Mahsulot tannarxiga olib borilishi jihatidan:
 - bevosita harajatlar;
 - bilvosita harajatlar.

5. Korxonaning umumiy ishlab chiqarish, moliyaviy va boshqa faoliyati natijasida yuzaga keladigan:

- mahsulot tannarxiga kiritiladigan harajatlar;
- davr harajatlari;
- moliyaviy faoliyat bo'yicha harajatlar;
- favqulodda zararlar.

Ishlab chiqarish harajatlari bevosita ishlab chiqarish jarayoni amalga oshirish bilan bog'liq quyidagi harajatlardan tashkil topadi:

- bevosita moddiy material harajatlari;
- bevosita mehnatga haq to'lash harajatlari;
- ishlab chiqarishga taalluqli ustama harajatlar.

Bevosita mahsulot ishlab chiqarish jarayoni bilan bog'liq bo'limgan harajat turlari noishlab chiqarish harajatlari deb yuritiladi. Uning tarkibiga:

- mahsulotni sotish bilan bog'liq harajatlar;
- boshqaruv harajatlari;
- boshqa operatsion harajatlar va zararlar;
- favqulodda zararlar kiradi.

Ishlab chiqarish jarayonida foydalilaniladigan korxonaning o'ziga tegishli resurslar sarfi (masalan, fermer xo'jaligida asosiy vositalar eskirishi, xo'jalikning o'zida ishlab chiqarilgan yem-xashak, organiq o'g'itlar, asosiy podaga o'tkazilayotgan yosh chorva mollari va boshqalar) korxonaning ichki xarajatlarini, tashqi mol yetkazib beruvchilar va boshqa sub'ektlardan sotib olingan resurslar uchun to'lovlar korxoananining tashqi xarajatlarini tashkil qiladi.

Qisqa muddatli davrada mahsulot hajmining o'sishiga nisbatan doimiy va o'zgaruvchi harajatlar farq qiladi.

Doimiy harajatlar mahsulot hajmining o'zgarishiga bog'liq bo'lmay, korxonaning ma'lum bir vaqt oralig'ida sarflashi qat'iy belgilab qo'yilgan o'zgarmas harajatlarini ifoda etadi. Bunga asosiy vositalarning amortizatsiyasi, boshqaruv

xodimlarining ish xaqi, sug‘urta to‘lovlari, telefon uchun abonentlik to‘lovi va ijara to‘lovlarini misol qilib keltirish mumkin. Doimiy harajatlarining o‘ziga xos xususiyati shundan iboratki, mahsulot hajmining oshib borishi bilan bir birlik mahsulotga to‘g‘ri keluvchi o‘rtacha doimiy harajatlar kamayib boradi.

O‘zgaruvchi harajatlar miqdori mahsulot ishlab chiqarish hajining o‘sishi yoki kamayishiga qarab o‘zgarib turadi, ya’ni mahsulot hajmi o‘zagrishiga mutanosib bo‘ladi. O‘zgaruvchan harajatlar tarkibiga ishchilarning ish haqi va unga nisbatan ajratmalar, xom-ashyo, yonilg‘i-moylash materiallari, yoqilg‘i va energiya, transport harajatlari va boshqa vositalar farqi kiradi. O‘zgaruvchan harajatlarining o‘ziga xos xususiyati shundan iboratki, mahsulot hajmining oshib borishi bir birlik mahsulotga to‘g‘ri keluvchi o‘rtacha o‘zgaruvchi harajatlarning o‘zgarishiga unchalik ta’sir ko‘rsatmaydi.

10.2. Mahsulot tannarxiga kiritiladigan xarajatlar

Tannarxda korxona ishlab chiqarish faoliyatining sifat ko‘rsatkichlari - ishlab chiqarish resurslaridan foydalanish samaradorligi, ishlab chiqarish texnologiyasi va mehnatni tashkil etish darajasi, korxonani tejamkorlik bilan va oqilona yuritish omillari, mahsulot ishlab chiqarishni yuksaltirish sharoitlari o‘z aksini topadi.

Mahsulot tannarxini hisoblashdan ko‘zda tutilgan asosiy maqsad - uni ishlab chiqarishga sarflangan haqiqiy harajatlarni tegishli hujjatlarda o‘z vaqtida, to‘liq va ishonchli aks ettirish hamda moddiy, mehnat va moliyaviy resurslardan tejamkorlik asosida, oqilona foydalanish ustidan nazorat o‘rnatishdir.

Mahsulot tannarxi korxona harajatlari tushunchasidan farq qiladi. Korxonaning mahsulot ishlab chiqarish, sotish va boshqa moliyaviy-xo‘jalik faoliyati natijasida yuzaga keladigan barcha harajatlari mahsulot tannarxiga kiritilmaydi. Mahsulotgning (ishning, hizmatning) ishlab chiqarish tannarxiga uni bevosita ishlab chiqarish bilan bog‘liq bo‘lgan harajatlar kiritiladi. Ularga quyidagilar tegishli bo‘ladi:

- bevosita moddiy harajatlar;
- bevosita mehnat harajatlari;
- ishlab chiqarish xususiyatiga ega bo‘lgan bilvosita ustama harajatlar. Bu harajatlarning ko‘pchilagini naturada, ya’ni dona, kg, metr va boshqa ko‘rinishlarda hisobga olib borish va rejalashtirish mumkin. Ammo, mahsulot ishlab chiqarishga sarflangan barcha harajatlarni birgalikda hisobga olish uchun ularni yagona o‘lchov birligiga - qiymat-pul ko‘rinishiga keltirish talab etiladi.

Ayrim turdag'i ishlab chiqarish harajatlarini yaratilayotgan mahsulot tannarxiga to‘g‘ridan-to‘g‘ri kiritish mumkin. Unga ishlab chiqarishdagi ishchilarning ish haqini va iste’mol qilingan moddiy resurslar sarfini kiritish mumkin. Bunday harajat turlari bevosita ishlab chiqarish harajatlari deb yuritiladi.

Ikkinchi bir harajat turlari bir necha xil mahsulot etishtirish jarayonida ishtirok etishi tufayli (masalan, bir necha xil ekinlarga o‘g‘it tashigan traktor amortizatsiyasi) ularga ketgan harajatlarni shu mahsulotlarni ishlab chiqarishdagi ishtirokiga mutanosib taqsimlashga to‘g‘ri keladi. Bunday harajatlar bilvosita ishlab chitsarish harajatlari yoki ishlab chiqarishga tegishli ustama harajatpar deb yuritiladi.

Mahsulot tannarxi bir turdag'i mahsulotni bevosita va bilvosita ishlab chiqarish harajatlarini shu mahsulot miqdoriga bo‘lish orqali topiladi:

$$MT = MX + IX + ST + A + BIX / M$$

Bu yerda:

MT - mahsulot tannarxi, so‘m / dona, so‘m / kg va boshqa;

MX - ishlab chiqarishning moddiy harajatlari, so‘m;

IX - ishlab chiqarish xususiyatidagi mehnatga haq to‘lash harajatlari, so‘m;

ST - ishlab chiqarishga tegishli bo‘lgan ijtimoiy sug‘urta to‘lovlari, so‘m;

A - asosiy vositalar amortizatsiyasi, so‘m;

BIX - boshqa ishlab chiqarish harajatlari, so‘m;

M - mahsulot miqdori, sentner, dona, kg, tonna va hakazo.

Korxonada rejadagi (biznes-rejada belgilangan) va haqiqiy (hisobot bo'yicha haqiqatda erishilgan) tannarx hisoblab borilishi mumkin. Bu rejalashtirilgan ishlab chiqarish harajatlarini haqiqatda erishilgan daraja bilan solishtirish, ortiqcha moddiy va mehnat resurslari sarflariga yo'l qo'yilgan yoki tejamga erishilganini aniqlash va kelgusida tegishli xulosalar chiqarishga imkon beradi.

10.4. Mahsulot tannarxini pasaytirish yo'llari

Mahsulot tannarxini pasaytirish yo'llari quyidagilardan iborat bo'lishi mumkin:

- ishlab chiqarishga yuqori unumli, ishonchli va arzon ishlab chiqarish vositalarini joriy etish;
- asosiy aylanma fondlardan oqilona va samarali foydalanish;
- ishlab chiqarishning material sig'imini kamaytirish va tejamkorlikka erishish;
- mashina va texnikalarning kunlik va yillik ish unumini ko'tarish;
- resurslarni tejovchi va chiqitsiz texnologiyalardan keng foydalanish;
- ishlab chiqarish vamehnatni tashkil etishning ilg'or shakllaridan foydalanish;
- mehnat unumdorligini oshirish;
- mahsulotlar sifatini oshirish va nobudgarchilik, yo'qotishlarga yo'l qo'ymaslik;
- qishloq xo'jaligida yokinlar hosildorligi va chorva mollari maxsuldarligin oshirish va boshqalar.

NAZORAT VA MULOXAZA UCHUN SAVOLLAR

1. Ishlab chiqarish xarajatlariga nimalar kiradi?
2. Mahsulot tannarxi nima?

3. Mahsulot tannarxi qanday usullar bilan hisoblanadi?
4. Sanoat korxonalarida mahsulot tannarxi qanaday hisoblanadi?
5. Asosiy vositalar amortizatsiyasi deganda nimani tushunasiz?
6. Qishloq xo‘jaligida mahsulot tanarxi qanday hisoblanadi?
7. Qishloq xo‘jaligida mahsulot tannarxini hisoblashda harajat moddalarini sanab bering?
8. "Boshqa xarajatlar" moddasiga qanday xarajatlar kiritiladi?
9. Mahsulot tannarxini hisoblash ketma-ketligi qanday amalga oshiriladi?
10. Mahsulot tannarxini pasaytirish yo‘llari nimalardan iborat?

10.1. MAVZU. KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIK

SUB'EKTALARIDA MAHSULOT TANNARXI TAHLILI

2-ma’ruza mashg‘uloti

1. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning moliyaviy faoliyatini ifodalovchi ko‘rsatkichlar
2. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni kredit bilan ta’minalash shakllari
3. Kredit stavkasini aniqlash

1. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning moliyaviy faoliyatini ifodalovchi ko‘rsatkichlar

Kichik biznes korxonalarining moliyaviy faoliyati ularning davlat, boshqa korxonalar, tashkilotlar va shaxslar bilan o‘zaro munosabatini tartibga solish bilan bog‘liq bo‘lgan pul hisob-kitoblarini ifodalaydi.

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

$$YAF = ST - MT;$$

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 plus boshqa asosiy faoliyat sohalari daromadlari (Bdar.) yoki kamomadlari (Bkam.) ayirmasidan iborat, ya’ni:

$$ICHF = YAF - Aharaj. + Bdar. - Bkam.;$$

v) umumiyo xo‘jalik faoliyatidagi foyda (UXF). Bu algebraik ifodalar yig‘indisi tarzida ifodalanadi: asosiy faoliyatidagi foyda (AFF) plus dividendlar (DD) va foizlar bo‘yicha daromadlar (FD) plus (yoki minus) chet el valyutalari bo‘yicha operatsiyalaridan olingan daromadlar (yoki kamomadlar) (CHEV) plus (yoki minus) qimmatbaho qog‘ozlarni qayta baholashdagi daromadlar (yoki kamomadlar) (KKKB) minus foizlar bo‘yicha xarajatlardan (FX) iborat, ya’ni:

$$UXF = AFF + DD + FD \pm CHEV \pm KKKB - FX;$$

g) soliq to‘lovlarigacha bo‘lgan foyda (SF). Bu ko‘rsatkich ham algebraik ifodalar yig‘indisi tarzida ifodalanib, umumiyo xo‘jalik faoliyatidagi foyda (UXF) va tasodifiy (ko‘zda tutilmagan) foyda yoki kamomadlar (TFK) saldosidan iborat, ya’ni:

$$SF = UXF \pm TFK;$$

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‘lovlarini (BS) olib tashlangandan keyin qolgan qismidir, ya’ni:

$$YSF = SF - FS - BS;$$

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 ajratmalarini olib tashlagandan keyin qolgan qismi sifatida hisoblanadi.

Korxonalarining 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 shartnomalar shartlarini buzganlik uchun turli xildagi sanksiyalar, jarimalar, penyalar, shuningdek, keltirilgan zarar va kamomadlarni qoplash;
- hisobot yilida, o'tgan yildagi daromadlar va foydalarni hisoblash natijasida topilgan **so'mma**;
- mahsulotlar (ishlar, xizmatlar)ni sotish yoki ishlab chiqarish jarayonlari bilan bog'liq bo'limgan 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-mulklarining faoliyatidan kelib tushadigan moliyaviy daromadlar kiradi.

Moliyaviy faoliyat sohalaridagi daromadlar quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- roylati (litsenziya bitimida ko'rsatilgan narsadan foydalanish huquqi uchun sotuvchiga vaqt-vaqt bilan pul o'tkazib turish) va transferta (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;
- sho’ba korxonalarining qimmatbaho qog‘ozlarga sarflangan mablag‘larini qayta baholash hisobidan kelib tushadigan foydalar va boshqalar.

Tasodifiy foyda yoki daromadlar – xo‘jalik faoliyatini yurgizish davomida ko‘zda tutilmagan tasodiflar, hodisalar, e’tiborga olinmagan jarayonlar va voqealar tufayli vujudga keladigan daromadlardir. Bularga, asosiy faoliyat yurgizish 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 qo‘yilishi mumkin. O‘z mablag‘larning mikdori buxgalteriya balansi ma’lumotlariga asosan aniqlanadi.

Mulk formalaridan qat’iy nazar, xo‘jalik yurituvchi sub’ektlar hisobida bo‘lgan o‘z mablag‘lari **so’mmasi** quyidagi formula yordamida aniqlanadi:

$$O‘mab. = BV - (M + Mmaj.o‘s. - Mmaj.so‘n.) - Ddeb.qarz. - Z;$$

Bunda:

BV – balans valyutasi **so’mmasi**;

M – uzoq muddatli va qisqa muddatli majburiyatlar passivini ikkinchi va uchinchi bo‘limlari;

Mmaj.o‘s. – majburiyatlarning o‘sishi – oxirgi hisobot davri uchun balans ma’lumotlari bilan taqqoslaganda kontrakt imzolagan kunga qarz olingan va jalb qilingan mablag‘lar;

Mmaj.so‘n. – kontraktni imzolash sanasi va oxirgi hisobot davri uchun balansni tuzish sanasi o‘rtasidagi davrda majburiyat-larning so‘nishi;

Ddeb.qarz. – da’vo qilish muddati tugagan debtorlik qarzlari;

Z – zararlar **so’mmasi**.

2. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni kredit bilan ta’minlash shakllari

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 berilish 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 bo‘lgan 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 ob’ekti – bu har qanday pul emas, balki faqat vaqtincha bo‘sh turgan, berilishi mumkin bo‘lgan pullar va tovarlardir.

Kredit to‘rt xil vazifani bajaradi:

Birinchidan, pulga tenglashtirilgan to‘lov vositalari (masalan, veksel, chek, sertifikat va hokazolar)ni yuzaga chiqarib, ularni xo‘jalik oborotiga jalb qiladi.

Ikkinchidan, bo‘sh pul mablag‘larini harakatdagi, ishdagi kapitalga aylantirib, pulni pul topadi, degan qoidani amalga oshiradi.

Uchinchidan, qarz berish orqali pul mablag‘larini turli tarmoqlar o‘rtasida qayta taqsimlash bilan ishlab chiqarish resurslarining ko‘chib turishini ta’minlaydi.

To‘rtinchidan, qarz berish, qarzni undirish vositalari orqali iqtisodiy o‘sishni rag‘batlantiriladi.

Kreditning quyidagi asosiy shakllari mavjud:

1. Tijorat krediti.
2. Bank krediti.
3. Iste'molchi krediti.
4. Davlat krediti.
5. Xalqaro krediti.

Tijorat krediti – bu sotuvchilarning haridorlarga 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.

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 sub'ekt:

- 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.

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 harid etiladi, harid puli banklar va magazinlar bergen schyotga qarab to'lanadi. Bunday kredit g'oyat imtiyozli bo'ladi, uning foizi boshqacha qarz foizidan kam bo'ladi, xatto foizsiz ham bo'lishi mumkin.

Iste'molchi krediti aholining iste'mol ehtiyojlarini qondirishga mo'ljallangan. Utovar 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 byudjet 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 qarzdorlik guvohnomasi bo'lib, u qarzni vaqt kelganda qaytarib olish va foiz to'lashni kafolatlaydi. Zayomlarni markaziy va mahalliy xokimiyatlar chiqaradi. Zayomlar qarz haqi to'lash jihatdan foiz to'lanadigan, yutuq chiqadigan, ham yutuq, ham foiz beriladigan va ba'zan, foizsiz ham bo'ladi.

Halqaro kredit – bu ssuda kapitalining halqaro miqyosdagi harakati bo'lib, bu harakat tovar va valyuta ko'rinishidagi mablag'larni qaytarib berishlik, muddatlichkeit va haq to'lashlik asosida berish bilan bog'liqdir.

Halqaro kredit munosabatlarida qatnashuvchi sub'ektlar bo'lib, tijorat banklari, markaziy banklar, davlat organlari, xukumat, yirik korporatsiyalar hamda xalqaro va regional moliya-kredit tashkilotlari hisoblanadi.

2010 yilda tijorat banklari tomonidan kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash maqsadida 2009 yildagiga nisbatan 1,4 barobar ko'proq kredit resurslarini ajratish ustuvor yo'nalish qilib belgilandi. Shu bilan birga, mikrokreditlarning darajasi esa 1,3 barobarga o'sishi kutilmoqda.

3.Kredit stavkasini aniqlash

Kreditning asosiy sharti – bu qarz uchun haq to'lash. Bu haq qarz qilingan so'mmaga 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 – bu

uning ma'lum to'lov ehtiyojini qondirish xossasidagi foydalanganlik uchun beriladigan haq bo'ladi. Qarz puli kapital sifatida yoki odatdagi to'lov yoki harid vositasida ishlatiladi.

Mana shuning uchun ham qarzdor shaxs pul egasiga foiz stvakasini to'laydi. Foiz stavkasi oldindan belgilanadi.

Kreditning foiz stavkasi quyidagi formula yordamida aniqlanadi:

$$KFS = KF / KM * 100;$$

Bu erda, KFS – kreditning foiz stavkasi, %;

QF – qarz foizi, so‘m;

QM – 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 asosiyлари quyidagilardir:

Pul bozoridagi talab va taklifning nisbati, ya’ni bozorda qanday mikdorda qarz puliga talab bor va unga nisbatan qanday miqdorda qarzga beriladigan pul chiqarilgan. Talab oshsa, foiz ortadi, taklif tushsa, u kamayadi.

10.2-MAVZU. KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIK SUB'EKTLARI FAOLIYATINI TAHLIL QILISH

3-ma’ruza mashg‘uloti

- 1.Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'ektlarning moliyaviy natijalarini tahlil etishning ahamiyati, tahlil vazifalari va axborot manbalari
2. Moliyaviy natijalar to‘G‘risidagi hisobotni asosiy ko‘rsatkichlari, ular bilan shug‘ullanuvchilarning io‘tisodiy manfaatlari

3. Moliyaviy natijalarning shakllanishi va ularning turlari

Bozor iqtisodig‘ti sharoitida har bir xo‘jalik yurituvchi sub’ektning oldiga qo‘ygan asosiy maqsadi bu foyda olishdir. Foyda ijtimoiy ishlab chiqarishni hamma bosqichlarining iqtisodiy kategoriyasidir. Foyda iqtisodiy kategoriya va moliyaviy yakun sifatida o‘zining eng yuqori ahamiyatiga bozor munosabatlari, bozor iqtisodig‘ti davrida ko‘tariladi. Foydani barpo etish, uni realizatsiya qilish bu kengaytirilgan qayta ishlab chiqarishni, qiymat qonunini va xo‘jalik yuritish usuli sifatida foydalanadigan xo‘jalik hisobining ob’ektiv talabidir.

Kengaytirilgan qayta ishlab chiqarish ishlab chiqarishning doimo kengayishinini, uning texnikaviy darajasini muntazam ko‘tarib turishni talab etadi. Buning uchun ishlab chiqarishda hamma vaqt foydaga erishilishi, realizatsiya qilinishi va undan ishlab chiqarish ehtig‘jlari uchun foydalanish lozim.

Foyda (daromad) iqtisodiy harakatning zaruriy sharti maqsadi sifatida qaraladi. Juhon amalig‘tida foyda deyilganda ko‘pincha biznes samaradorligining tadbir vositasi sifatida qaraladi. Foyda bu daromadlar va xarajatlar farqlanishidagi yuqori o‘zgaruvchanlikdir. Ular orasidagi quyi o‘zgaruvchanlik esa zararni ifodalaydi.

Daromadlar va xarajatlar moliyaviy natijlarni xarakterlovchi foydani o‘lchashga daxldor bo‘lgan elementlar hisoblanadi. Daromadlar va xarajatlarni, yani foydani aniqlash va o‘lchash - korxona o‘z moliyaviy hisobotini tayg‘rlashda foydalaniladigan kapital konsepsiysi hamda kapitalning saqlanishiga bog‘lik bo‘ladi.

Daromadlar va xarajatalar elementlari quyidagicha aniqlanadi.

Daromadlar - bu hisobot davrida iqtisodiy foydaning aktivlarning oqimi g‘ki ko‘payishi shaklida o‘sishi g‘ki passivlarning qatnashchilarning kapitaldagi omonatlaridan farq etuvchi o‘sishiga olib keluvchi kamayishidir.

Xarajatlar – hisobot davrida iqtisodiy foydaning aktivlarning chiqib ketishi g‘ki ular dan foydalanish shaklida kamayishi, shuningdek , qatnashchilar

o‘rtasida kapitalning kamayishiga olib keluvchi majburiyatlarning yuzaga kelishidir.

Daromad va xarajatlarni aniqlash ularning asosiy hususiyatlarini belgimlaydi, ammo ularni moliyaviy natijalar hisobotida aks ettirishda talab qilinadigan mezonlarni aniqlashni maqsad qilib qo‘ymaydi.

Moliyaviy natijalar tahlilida daromad va xarajatlarning o‘zaro farqlanishidagi holatga baho beriladi. Moliyaviy natijalar foyda va zararlarning shakllanish qatorlari bo‘yicha o‘zgarishlari o‘rganiladi. Foyda va zararlarning omilli tahlili olib boriladi. Korxonada moliyaviy natijaviylikni yaxshilash yuzasidan ichki imkoniyatlarning mavjudligi va ularni yo‘lga qo‘yishning chora va tadbirlari belgilanadi. Korxonaning foydalilik darajaasini xarakterlovchi rentabellik ko‘rsatkichi va uning omilli tahlili o‘tkaziladi.

Tahlil moliyaviy natijalar to‘G‘risidagi hisobotni o‘qish, vertikal tahlil, gorizontal tahlil, trendli tahlil va ko‘rsatkichlarni aniqlash usullarida olib boriladi. Moliyaviy natijalar to‘G‘risidagi hisobotni o‘qishda uning satrlar bo‘yicha ko‘rsatkichlar tartiblanishiga, moliyaviy natijaviylikni xarakterlovchi umumiylarining qiymat ifodasi, hisobot davri va o‘tgan yilning shu davri bo‘yicha ma’lumotlarga umumiylarini izox beriladi.

Vertikal tahlilda moliyaviy natijalarning shakllanishini bir qatorli va ko‘p qatorli usullarida o‘zaro farqlanishlarga va nisbiy o‘zgarishlar baho beriladi.

Gorizontal tahlilida esa moliyaviy natjalarning bo‘ylamasiga tarkiblanishi va ularning o‘zgarishlari o‘rganiladi.

Asosli g‘ki trend tahlilida moliyaviy natijalar va ularning yillir bo‘yicha o‘zgarishi, dinamikasi g‘ki asos yiliga nisbatan o‘zgarishlariga baho beriladi.

Moliyaviy natijalar tahlilida qo‘llaniladigan asosiy ko‘rsatkichlar qatoriga esa korxona foydaliligi g‘ki natijaviyligi ko‘rsatkichlari, bozor aktivligi ko‘rsatkichlari kiritiladi. Korxona foydaligini xarakterlovchi asosiy ko‘rsatkichlar sifatida rentabellik ko‘rsatkichlari olinadi. Bozor aktivligi ko‘rsatkichlariga aksiyalar, qimmatli

qag‘ozlarning foydalilik darajasini xarakterlovchi ko‘rsatkichlar kiritiladi. Ular qatoriga bitta aksiyaga to‘G‘ri keladigan hisob foydasi (soliq to‘loviga qadar bo‘lgan foyda), bitta aksiya to‘G‘ri keladigan sof foyda, bitta aksiyaga to‘G‘ri keladigan dividend **so‘mmasi**, aksianing bahosi va foydasi orasidagi nisbat koeffitsentlari kiradi.

Moliyaviy natijalar tahlil tashqi va ichki sub’ektlar tamonidan olib boriladi. Ichki sub’ektlar tamonidan olib boriladigan tahlil ichki moliyaviy tahlil qatoriga kiritilib faqat shu korxonaning xodimlari tomonidan olib boriladi.

Moliyaviy hisobotning betarafligi shundaki, undan ham ichki ham tashqi axborot foydalanuvchilarning manfaatlari mujassamlashgan. Ichki moliyaviy tahlilda korxonada ko‘proq moliyaviy natijalarni yuzaga chiqish o‘rni, shakli bo‘yicha o‘zgarishlariga ahamiyat beriladi. YA’ni, ularning analitik qatoriga ko‘proq ahamiyat beriladi.

Tashqi tahlil sub’ektlariga esa soliq organlari, bank tashkilotlari, aksionerlar, mulk egalari, investorlar, shuningdek, korxona faoliyati bilan bilvosita qiziquvchi uchinchi shaxslar, erkin soxibkorlar kirishi mumkin.

Ularni ko‘proq korxonaning foydalilik darajasi va uning yillar bo‘yicha o‘zgarishlari qiziqtiradi. Agar aksiya egasi bo‘ladigan bo‘lsa, sof foyda va dividend to‘loviga tortiladigan foyda **so‘mmasi**, soliq idorasini soliq to‘loviga qadar bo‘lgan foyda va unga qayta qo‘shiladigan xarajat moddalari, qarshi tomon, xaridor va buyurtmachilar g‘ki sheriklarni korxonaning yil yakuni bo‘yicha iqtisodiy foydasi va h.k.

Bugungi bozor munosabatlari sharoitida korxonalarning moliyaviy natijalarini tahlil etishda moliyaviy tahlilning eng asosiy vazifalari bo‘lib quyidagilar hisoblanadi:

- korxonaning foydalilik darajasiga baho berish;
- korxonaning moliyaviy natijalarini tarkibi, tuzilishi va dinamik o‘zgarishlariga baho berish;

- biznes rejada belgilangan foydalilik darajasiga erishilganligi va unga ta'sir etgan omillarni o'rganish hamda baho berish;
- foydaning shakllanishi va ishlatalishining asoslanganligini tekshirish;
- foydaning ko'paygan g'ki kamayganligiga mahsulot (ish, xizmat)lar sotishdan va boshqa faoliyatlardan erishilgan natijaning ta'sir etishini aniqlash;
- korxonaning yalpi foydasi va unga ta'sir etuvchi omillarga baho berish;
- soliqqa tortilgunga qadar bo'lgan foydaning shakllanishiga va unga ta'sir etuvchi omillarga baho berish;
- korxonaning sof foydasi va unga ta'sir etuvchi omillarni o'rganish hamda baho berish;
- sof foydani ko'paytirish yo'nalishlarini belgilab berish;
- korxonaning rentabellik ko'rsatkichlarini o'rganish va ularga ta'sir etuvchi omillarga baho berish;
- korxonaning umumiy rentabellik darajasini oshirish chora-tadbirlarini ishlab chiqish va hakozolar.

Bozor iqtisodig'ti sharoitida korxonalarning moliyaviy natijalarini tahlil etishda asosiy axborot manbalari bo'lib quyidagilar hisoblanadi:

- korxonaning biznes reja ma'lumotlari;
- korxonaning «Moliyaviy natijalar to'g'risida”gi hisobot (2-shakl) ma'lumotlari;
- buxgalteriya hisobining moliyaviy natjalarni aks ettiruvchi tegishli schg't ma'lumotlari.

2. Moliyaviy natijalar to‘G‘risidagi hisobotni asosiy ko‘rsatkichlari, ular bilan shug‘ullanuvchilarining io‘tisodiy manfaatlari

Moliyaviy natijalar to‘G‘risidagi umumlashgan ma’lumotlar moliyaviy hisobotning muhim shakli 2-shaklda «Moliyaviy natijalar to‘G‘risidagi» hisobot shaklida ifodalanadi.

Moliyaviy natijalar to‘G‘risidagi hisobot choraklik hisobot shakliga kirib barcha xo‘jalik yurituvchi sub’ektlar tamonidan tuziladi.

Moliyaviy natijalar to‘G‘risidagi hisobot va uni to‘ldirish tartibi fzbekiston Respublikasi Moliya Vazirligining 2002 yil 27-dekabrdagi 140- sonli Yo‘riqnomasi asosida belgilanadi.

Moliyaviy natijalar to‘G‘risidagi hisobot shaklining asosiy ko‘rsatkichlariga quyidagilar kiritiladi:

1. Mahsulot sotishdan olingan yalpi (sof) tushum.
1. Mahsulot sotishdan yalpi foyda
2. Asosiy faoliyatdan foyda (zarar)
3. Moliyaviy faoliyatdan foyda (zarar)
4. Umumxo‘jalik faoliyatidan foyda (zarar)
5. Favqulodda foyda (zarar)
6. Soliq to‘loviga qadar foyda (zarar)
7. Sof foyda (zarar)

Ushbu ko‘rsatkichlarni hisob kitob qilish yuzasidan albatta korxonaning quyidagi xarajat qatorlarini ham tarkiblash va farqlash lozim.

1. Sotilgan mahsulotning ishlab chiqarish tannarxi.
2. Davr xarajatlar.
3. Moliyaviy faoliyatdan xarajatlar.

4. Favqulodda xarajatlar.

Daromad va xarjatlarni bu tarkib turkumlanishi quyidagilarga imkon beradi;

- ❖ Ishlab chiqarish xarajatlarini boshqa xarajatlardan farqlash va korxona ishlab chiqarish faoliyati samaradorligiga baho berish,
- ❖ Moliyaviy boshqaruv yuzasidan operatsion xarjatlarni boshqa xarajatlardan farqlash
- ❖ Korxona tomonidan olinadigan daromadlarni ularning yuzaga kelishi g‘ki shakllanishi bo‘yicha alohida tarkiblash (asosiy faoliyatdan, moliyaviy faoliyatdan hamda kutilmagan holatlardan).

Moliyaviy natijalar to‘G‘risidagi yangi hisobot shakli ularning har bir shakllanish qatori bo‘yicha to‘liq axborotlarni olish imkonini beradi. Bu axborotlar ichki va tashqi axborot foydalanuvchilarining manfaatlar to‘qnashuvini keltirib chiqarmaydi. Agar shunday bo‘lganda edi, moliyaviy hisobotni tuzish qoidasi buzilgan bo‘lar edi. Negaki, moliyaviy hisobotdagi ma’lumotlarda hech qachon bir turkum axborot foydalanuvchilar foydasiga boshqa turkum zarari hisobiga aks ettirishlar bo‘imasligi talab etiladi. Ushbu qoida ғzbekiston Respublikasining «Buxgalteriya hisobi to‘G‘risidagi» ўnunining 6-moddasida ham berib o‘tiladi. YA’ni moliyaviy hisobotlarni tuzishdagi betaraflik qoidasi.

1. Mahsulot (ish, xizmat)larni sotishdan olingan sof tushum qatori.

Mahsulot sotishdan olingan sof tushum **so’mmasi** mahsulot (ish va xizmat)larni sotishdan olingan jami tushum **so’mmasidan** sotishga soliqlar to‘lovlar va ajratmalar **so’mmasini** chegirish asosida aniqlanadi.

Sotishga soliqlar, to‘lovlar, ajratmalarga quyidagilar kiritiladi:

-jo‘shilgan qiymat solig‘i;

-Aksiz solig‘i;

-Reklama solig‘i;

-Mahsulot hajmidan ijtimoiy sug‘urta bo‘limiga ajratma va h.k.

Mahsulot (ish va xizmat)larni sotilgan qatorga kiritishning odatda ikkita sharti xarakterlanadi. Bular cassali va hisobga olish usullaridir. Cassali usulning mohiyati shundaki, bunda mahsulotlar ortib jo‘natilib hisob hujjatlari taqdim etilgan va ularning hisob schg‘tlariga puli kelib tushgandan keyingina sotilgan hisoblash va tushum qatoriga qo‘shish, sotishga soliqlar **so‘mmasini** ham ularning amalga oshish davriga muvofiq hisoblashni xarakterlaydi. «Buxgalteriya hisobi to‘G‘risidagi» qonunning qabul qilinishiga qadar respublikamizda ushbu usul qo‘llanib kelindi.

Mahsulot (ish va xizmat) larni sotilgan qatorga kiritishning g‘ki daromadlarni tan olishning hisobga olish usuli esa ularning ortib jo‘natilib hisob hujjatlari taqdim etilgan vaqt bo‘yicha hisobga olishni xarakterlaydi. Bunda pul tushumlari g‘ki to‘lov ularning amalga oshish vaqtiga ahamiyat berilmaydi. Sotishga soliqlarning hisob kitobi ham bevosita ularning tushum sifatida tan olish vaqt bo‘yicha hisobga olinadi.

2. *Mahsulot sotishdan yalpi foyda.* Mahsulot sotishdan olingan yalpi moliyaviy natija foyda g‘ki zarar quyidagi bog‘lanishlar asosida aniqlanadi. YA’ni, mahsulot (ish va xizmat) larni sotishdan olingan sof tushumdan shu mahsulot (ish va xizmat)larning ishlab chiqarish tannarxini chegirish asosida aniqlanadi.

Korxona foydasining asosiy qismini bevosita mahsulot (ish va xizmat) lardan olingan foyda tashkil etadi.

3. *Asosiy ishlab chiqarish faoliyatning moliyaviy natijasi* (Foyda g‘ki zarar). Asosiy ishlab chiqarish faoliyatining moliyaviy natijasi quyidagi bog‘lanishlarda aniqlanadi. YA’ni, mahsulot (ish va xizmat) larni sotishdan olingan foyda **so‘mmasidan** davr xarajatlari tarkibiga kiruvchi sotish xarajatlari, ma’muriy xarajatlar, va boshqa umumxo‘jalik xarajatlarini chegirish hamda asosiy faoliyatning

boshqa jarag‘nlaridan olingan daromad va xarajatlarni tartibli farqlash asosida aniqlanadi.

4. Moliyaviy faoliyatdan olingan foyda (zarar). Moliyaviy faoliyatdan olingan foyda va zararlar qatoriga moliyaviy natijalar to‘G‘risidagi hisobotda quyidagi umumlashgan ko‘rsatkichlar kiritilgan.

- SHo‘ba va uyushma korxonalardan olingan dividendlar;
- Boshqa olingan dividendlar;
- SHo‘ba va uyushma korxonalarga berilgan va olingan qarzlar bo‘yicha foizlar;
- Boshqa to‘langan va olingan foizlar;
- Valyuta kursining o‘zgarishidan farqlar;
- Moliyaviy faoliyatdan boshqa daromadlar va xarajatlar.

Asosiy ishlab chiqarish faoliyatining moliyaviy natijasiga moliyaviy faoliyatdan olingan natijani qo‘shish asosida umumxo‘jalik faoliyatidan moliyaviy natija (foyda, zarar) aniqlanadi.

1. **Umumxo‘jalik faoliyatidan moliyaviy natija.** Umumxo‘jalik faoliyatidan olingan moliyaviy natija soliq to‘loviga qadar foyda **so‘mmasidan** g‘ki hisob foydasi **so‘mmasidan** favqulodda foyda va zararlar **so‘mmasiga** farq qiladi.

Umumxo‘jalik faoliyatidan olingan foyda **so‘mmasi** moliyaviy natijaning shakllanish qatori emas, balki uni jamlovchi qator sifatida tarkiblanadi.

6. Favqulodda foyda (zarar). Favqulodda foyda (zarar) – korxona tamonidan odatiy hol hisoblanmagan va uch yillik oraliqda bunday faoliyat bilan shug‘ullanmagan holatlardan oladigan daromad va yo‘qotishlar favqulodda foyda va zararlar qatoriga kiritiladi.

Favqulodda foyda va zararlar moliyaviy natijalar shakllanishining uchinchi tarkibi sifatida qaraladi.

Kutilmagan suv toshqini, g‘ng‘inlar, tabiy ofatlar ta’siridagi yo‘qotishlar ham ushbu qatorga kiritiladi. Ular bo‘yicha foyda va zararlarning boshqa shakllanish qatorlarida soliqlanish bo‘yicha hech kanday farqlanish yo‘q. Agar foyda olinadigan bo‘lsa, u bo‘yicha ham tegishli tartibda soliq to‘lanadi, zarar olinadigan bo‘lsa umumxo‘jalik faoliyatidan olinadigan foyda **so‘mmasi** zarar **so‘mmasiga** kamaytiriladi.

Lekin amaliy kuzatishlar natijasi shuni ko‘rsatadiki ularning shakllanish ehtimoli nihoyatda qisqa g‘ki kam. Bo‘lgan taqdirda ham faqat zarar shaklida bo‘lmoqda.

7. Soliq to‘loviga qadar foyda (zarar). Soliq to‘loviga qadar foyda (zarar) **so‘mmasi** umumxo‘jalik faoliyatidan foyda (zarar) **so‘mmasiga** favqulodda foyda (zarar) **so‘mmasini** qo‘sish asosida aniqlanadi. Soliq to‘loviga qadar foyda **so‘mmasi** axborot iste’molchilari e’tiboridagi va kuzatuvidagi qator hisoblanadi.

U bevosita asosiy faoliyatning moliyaviy natijasidan, moliyaviy faoliyatning moliyaviy natijasidan hamda favqulodda foyda va zararlar jamlangan **so‘mmasidan** iborot bo‘ladi.

8. Sof foyda (zarar). Sof foyda korxona ixtig‘rida qoladigan foyda **so‘mmasini** ifodalaydi. Ushbu qator soliq to‘loviga qadar bo‘lgan foyda **so‘mmasidan** foyda (daromad)dan to‘langan soliqlar va boshqa soliqli to‘lovlarni chegirish asosida aniqlanadi.

Sof foyda korxonaning erkin tasarruf shartidagi va foydalanishidagi foyda **so‘mmasidir**. Lekin, sof foyda **so‘mmasi** ham turli to‘lovlar va ajratmalar bazasi sifatida olinishi mumkin ekan. Masalan, korxona sof foydasidan olinadigan ijtimoiy

infrastrukturani rivojlantirishga ajratmalar, futbol federatsiyasiga ajratmalar va boshqa to‘lovlar va ajratmalarni shular qatoriga kiritish mumkin.

Sotilgan mahsulotning ishlab chiqarish tannarxi ko‘rsatkichida faqat sotilgan mahsulotnigina ishlab chiqarish tannarxi aks etadi. Mahsulotning ishlab chiqarish tannarxi esa uning uchun ketgan barcha xarajatlarning qiymatini o‘zida ifodalaydi. Mahsulotning ishlab chiqarish tannarxi ham hisobga olish usulida ushbu qatorga o‘rinlanadi.

Davr xarajatlari qatoriga sotish xarajatlari, ma’muriy xarajatlar va operatsion xarajatlar kiradi.

Moliyaviy faoliyat bo‘yicha xarajatlar qatoriga foizlar bo‘yicha xarajatlar, bank xizmat haki xarajatlari, valyuta kursining tushib ketishidan yo‘qotishlar va boshqa sarflar kiradi.

Favqulodda xarajtalar qatoriga kutilmagan holatlar ta’sirida yuzaga keladigan xarajatlar kiritiladi.

Soliqqa tortiladigan foydani aniqlash uchun soliqqa tortilgungacha bo‘lgan foydaga:

- Nizomda keltirilgan birinchi ilovaga asosan chegirilmaydigan xarajatlar g‘ki doimiy tafovutlar qo‘shiladi;
- Nizomda keltirilgan ikkinchi ilovaga binoan vaqtlar bo‘yicha tafovutlar qo‘shiladi g‘ki ayirib tashlanadi;
- qabul qilngan soliqlar bo‘yicha qonunlarga binoan korxonalarda soliqlar bo‘yicha tasdiqlangan imtig‘zlar ayirib tashlanadi.

Moliyaviy natijalar to‘G‘risidagi hisobot yil bo‘yicha har bir chorakka jamlangan hisobda tuziladi. Uni topshirish organlariga soliq idoralari, bank tashkilotlari, yuqori tashkilotlar kiritiladi. £lchov qiymati *ming so ‘m* hisobida hisobga olinadi. SHuningdek, ushbu hisobot shakliga sprawka, ma’lumotnomasi shaklida

byudjetga to‘lovlari hisobi ham kiritilgan. Unda korxona tomonidan respublika va mahalliy byudjetga to‘laydigan soliqlar to‘lovi bo‘yicha hisobga olingan va to‘langani to‘G‘risidagi ma’lumotlar ko‘rsatiladi.

3. Moliyaviy natijalarining shakllanishi va ularning turlari

Bugungi erkin iqtisodiy munosabatlar sharoitida respublikamizdagi amaldagi huquqiy me’g‘rlarga muvofiq xo‘jalik yurituvchi sub’ektlarning moliyaviy natijalarini shakllanishi Moliya vazirligi tomonidan ishlab chiqilgan hamda 1999 yil 5-fevralda tasdiqlangan “Mahsulot (ish, xizmat)lar ishlab chiqarish xarajatlarining tarkibi va moliyaviy natijalarining shakllanish tartibi to‘g‘risida”gi Nizomga asosan belgilanadi. *Mazkur Nizomga muvofiq moliyaviy natijalarining shakllanish qatorlariga quyidagilar kiritiladi:*

1. Mahsulot (ish, xizmat)lar sotishdan olingan yalpi moliyaviy natija;
2. Asosiy faoliyatning yalpi moliyaviy natijasi;
3. Moliyaviy faoliyatdan ko‘rilgan natija;
4. Umumxo‘jalik faoliyatidan olingan yalpi moliyaviy natija;
5. Favqulodda kutilmagan holatlardan natija;
6. Soliq to‘langungacha bo‘lgan yalpi moliyaviy natija;
7. Yilning sof foydasi (zarari).

Moliyaviy natijalarining bu tarkib turkumlanishini xalqaro hisob andozalariga nisbatan berilgan deyish mumkin. Bunda asosiy faoliyat moliyaviy natijalar qatoriga korxonaning mahsulot sotishdan oladigan natijasi, asosiy vositalarni sotishdan oladigan natijasi va boshqa aktivlarni sotishdan oladigan moliyaviy natijasi aks etadi. Davr xarjatlari ulardan chegiriluvchi qator sifatida olinadi.

Moliyaviy faoliyatdan olingan daromad va xarajatlar qatoriga korxonaning moliya bozoridagi faolligidan oladigan daromadlari va mulkiy munosatlardagi ishtirokidan olinadigan daromadlari, erkin almashtiriladigan valyuta resurslarini boshqarishdan oladigan daromadlari, korxonaning moliyaviy faoliyatidan

kelib chiqadigan turli xarajatlar kiritiladi. Ularning korxona hisob foydasidagi salmog‘i so‘nggi yillarda tobora oshib bormoqda.

Favqulodda kutilmagan holatlardan daromadlar va xarajatlar qatoriga korxonining asosiy va moliyaviy faoliyatidan tashqari, tasodifiy holatlar bo‘yicha oladigan daromad va xarajatlari kiritiladi. Ularning tarkibiga kiritiladigan aniq ko‘rsatkichlar yangi Nizomda ifoda etilmagan. Faqat ularning farqlanishiga ta’rif berilgan xolos. Bu tarif esa yuqorida bag‘n etilgan edi. YA’ni, korxona uchun yaqin uch yillik oraliqda odatiy hol g‘ki faoliyat turi hisoblanmagan holatlardan oladigan darmadlari g‘ki yo‘qotishlar ushbu qatorga kiritiladi. SHuningdek, tasodifiy holatlar ham.

Moliyaviy natijalarning shakllanish bo‘yicha tahlilni quyidagi jadval malumotlari asosida berish mumkin.

10.2-jadval

AVS” aksionerlik jamiyatida moliyaviy natijalarning tarkibi, tuzilishi va dinamik o‘zgarishlarining tahlili

	Yil boshiga		Yil oxiriga		O’zgarishi (+,-)	
Ko‘rsatkichlar	So’mm a, ming so‘m	Soliq to‘langungacha bo‘lgan foydaga nisbatan salmog‘i,%	So’mma , ming so‘m	Soliq to‘langu ngacha bo‘lgan foydaga nisbatan salmog‘i, %	So’m mada gi	Salmo- g‘idagi

1	2	3	4	5	6	7
1. Mahsulot (ish, xizmat)lar sotishdan olingan yalpi foyda	522905	189,69	872059	192,45	+3491 54	+2,76
2. Davr xarajatlari va asosiy faoliyatning boshqa jarag‘nlaridan daromad va xarajatlar	- 281602	102,16	-470990	103,96	+1893 88	+1,8
3. Asosiy ishlab chiqarish faoliyatining yalpi moliyaviy natijasi	241303	87,53	401069	88,53	+1597 66	+1,0
4. Umumxo‘jalik faoliyatining yalpi moliyaviy natijasi	275657	100,0	453044	100,0	+1773 87	-
5. Favquloddagi foyda va zararlar	-	-	-	-	-	-
6. Daromad solig‘i to‘lagunga qadar foyda (zarar)	275657	100,0	453044	100,0	+1773 87	-
7. Daromad (foyda)dan soliq va boshqa soliqlar	245414	89,03	427644	94,39	+1822 30	+5,36
8.. ₯isobot davridagi sof foyda g‘ki zarar	30243	10,97	25400	5,61	-4843	-5,36

Yuqoridagi jadval ma'lumotlaridan ko'rindan, biz tahlil qilag'tgan "AVS" aksionerlik jamiyatida joriy yilda o'tgan yilga nisbatan 4843 ming so'mga sof foydasi kamaygan. Sof foydaning kamayishiga asosan, davr xarajatlarining o'tgan yilga nisbatan 189388 ming so'mga ortishi hamda to'langan soliqlarning, ya'ni daromad solig'i va boshqa soliq hamda ajratmalarining o'tgan yilga nisbatan 182230 ming so'mga ko'p to'langanligi ta'sir etgan. Ushbu omillar korxonaning mahsulot sotishdan olgan yalpi foydasining 349154 ming so'mga ortganini ham qoplab yubordi. Demak, korxona ma'muriyati birinchi navbatda davr xarajatlarini qisqartirish choralarini ko'rishi lozim bo'ladi. Bundan tashqari to'langan soliqlarning keskin ortishiga qanday omillar sabab bo'lganligini ham o'rganib chiqish lozim bo'ladi.

11-MAVZU. TADBIRKORLIK ETIKASI VA MADANIYATI

1. Tadbirkor rahbar etikasi
2. Tadbirkor madaniyati
3. Tadbirkor rahbar faoliyatining ruhiy-psixologik xususiyatlari
4. Tadbirkor rahbar faoliyatida mojaroli holatlar va ularni hal etish usullari

1. Tadbirkor rahbar etikasi

Tadbirkor faoliyati faqat tadbirkorlikning huquqiy va tashkiliy asoslariga bog‘liq bo‘lmasdan, u insonlar, o‘zining qo‘l ostida xizmat qiluvchi mutaxassislar va ishchilar, ayniqsa, chet ellik hamkasblari – biznesmenlar doirasida umumaxloqiy me’yorlarga rioya qilishi bilan ham baholanadi. Ishdagি muvaffaqiyatning yarmidan ko‘prog‘i uning odobiga, madaniyatiga, dunyoqarashiga, ishbilarmonlik qoidalarini qay darajada bilishiga bevosita bog‘liqdir.

Umuman, tadbirkorlik – bu madaniyat. Aytishlariga qaraganda, 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 vaadolat tuyg‘usi, iymon, halollik degani”.

Darhaqiqat, axloq biz uchun – avvalo, insoniy munosabatlarni shuningdek, insonlarning fe’l-atvorlarini, ularning qanchalik maqbul nuqtai-nazardan ko‘rib chiqishga 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 koedksi” birinchi marta AQSHda 1913 yili ishlab chiqilgan bo‘lib, unda tadbirkorlik faoliyatini yuritishning asosiy qoidalari qabul qilingan. Bu qoidalari yagona asosga jamlangan bo‘lib, ular biznes sohasidagi usul va siyosatni baholashda, haqiqat va adolatlilik tushunchalari bilan uyg‘unlashishi belgilangan.

Vaqt o‘tishi bilan kodeks bir necha bor takomillashdi. Natijada, bu borada turli firmalar va kompaniyalar to‘plangan, ularning tajribasiga asoslangan, umumlashgan G‘arb ishbilarmonlik dunyosida keng ma’lum bo‘lgan quyidagi “Biznesmenning axloq kodeksi” shakllandi:

1. Umumiy qoidalari

- xususiy mulk muqaddas, daxlsiz va mulkchilikning qolgan barcha shakllari bilan bir qatorda teppa-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 tabirkorga o‘ziga xos majburiyatlar yuklaydi.

2. Tadbirkor va davlat

- tadbirkor davlat va uning qonunlarini to‘g‘ridan-to‘g‘ri hurmat vilishi va ularga amal qilishi lozim. O‘z navbatida, u bunday yondashuvni advlatdan 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‘lman buyurtalarni qabul qilish hollariga yo‘l qo‘yishi mumkin emas;
- va’daga vafo va aniqlik tadbirkorning qimmatli kapitalidir. Qo‘l berib tasdiqlangan so‘z, imzo **cheqilgan** shartnomaga kuchiga egadir. Zero, unga ibnoan majburiy tartibda og‘zaki kelishuvni aks ettiruvchi yozma shartnomasi rasmiylashtiriladi;
- shartnomasi munosabatlarini bajarmaslik va yomon sifat tadbirkorning jamiyat va hamkasblari olididagi g‘oyat og‘ir aybidir, chunki bu tadbirkorinng 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-qiyomatlariga nisbatan barcha mas’uliyatni o‘z zimmasiga oladi. U o‘z ishchilaridan qonunlarga amal qilishini talab etadi va o‘zi ham shunga rioxha qiladi;

5. Tadbirkor va tadbirkorlar ittifoqining boshqa a’zolari

-tadbirkorlar ittifoqi a’zolari uchun qonunga muvofiq bo‘lgan (loyalnyiy) raqobat majburiydir va axloqning muayyan tamoyillariga amal qilishni talab qiladi;

- teng huquqli bo‘lman 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 mavqeidan, 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 taaqdirda, ular o'zaro kelishuvga muvofiq bu masalani ittifoq nazorat kengashiga kirtishi mumkin. Qabul qilingan qaror ikkala tomon uchun ham bajarilishi majburiy hisoblanadi.

6. Javobgarlik va taqiqlar

- tadbirkorlar ittifoqiga a'zolik, har bir tadbirkordan mazkur axloq kodeksiga rivoya etilishini talab qiladi;
- axloq kodeksiga amal qilmaslik va uning har qanday tamoyillarini buzish, ittifoqdagagi muayyan a'zoning a'zoligini to'xtatish uchun asos bo'ladi. Har bir aloqida hol ittifoq boshqaruvi tomonidan ittifoq a'zosi ishtirokida ko'rib chiqiladi;
- qaror ustidan shikoyat qilishga faqat tadbirkorlar ittifoqi oldidan imkoniyat mavjud bo'lib, uni bekor qilish yoki kuchda qoldirish masalasi ko'riliши mumkin.

Ko'rib turibmizki, kodeksda gap tadbirkorning xulq-atvori me'yorlari to'g'risida, uning ish usuliga, kishilar bilan muomala qilish tabiatiga, ijtimoiy qiyofasiga nisbatan madaniy jamiyat qurayotgan talablar to'g'risida bormoqda.

2. Tadbirkor madaniyati

Tadbirkor madaniyati deganda tadbirkor adabi 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. Behudaga 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 fazilatlardan 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, ishalri ravnaq topadi.

Ba’zi hakimlar odobni eng mas’um va ko‘rkam fe’lga ega bo‘lish desalar, ba’zilari nafsni barcha qabih odatlardan tozalash deb ta’rif berishadi. Demak, tadbirkordagi adobning 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 etaklaydi. **Xizmat adabi** esa badavlatlik va obro‘ga etkazadi. 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.

Iymon arabcha so‘z bo‘lib, lug‘aviy ma’nosi – ishonchdir.

Sodda qilib aytganda:

Iymon uya narsaning butunligidan hosil bo‘ladi: e’tiqod, iqror va amal. E’tiqod – bu ishonch. Iqror – so‘zda buni tan olish. Amal – yaxshi ishlar bilan uni isbotlash.

Insof – buadolat 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, tole’i baland tole’i 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.

Adolat – bu barcha fazilatlar ichidagi eng oliy fazilatdir. Adolatparvar tadbirkor yoki rahbarning axloqiy hislatlari bemalol qonun o‘rnini bosa oladi. Ulug‘ alloma Nasriddin Tusiy ijtimoiyadolatning uch asosiy talabi mavjudligini 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 xosil qilmoq 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 torti qo‘yish bilan birga, halol mehnat kishilariga imkoniyat yaratib berish, ularni qo‘llab-quvvatlash, zarur bo‘lsa, rag‘batlantrib borish davlat siyosatining muhim yo‘nalishlariga aylangan.

Iqtidorli^{8[7]} deganda biror soha bo‘yicha layoqatini ongli ravishda sezgan, o‘zidagi qobiliyatni to‘la namoyon qilish uchun qat’iyat ko‘rsata oladigan kishilar tushuniladi. Iqtidorli odamlar kuch-quvvatini ayamaydi va kutiladigan natijasiga – maqsadiga etadi, 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 faoliyatları bilan hatto ba’zi bir

^{8[7]} Иқтидорли тушунчадан фарқли ўлароқ, истеъдод тушунчаси ҳам бор. Истеъдод – бу ҳар томонлама ривожланган, ниҳоятда кучли ва такрорланмас қобилиятдир. Қобилият, иқтидорни тинимсиз меҳнат туфайли тарбиялаш мумкин. Аммо истеъдод ибораси аждодида буюк сиймолар ўтган авлод фарзандлари орасида бирор истеъдод эгаси бўй кўрсатиб қолганда тилга олинади.

kamharakat katta iste'dod egalariga qaraganda ham jamiyatga ko'proq foyda yetkazishadi.

Qayd qilingan fazilatlar mujassamlanmagan rahbar rahbarlik lavozimiga yoki tanish-bilish yoki qarindosh-urug'chilik, yoinki pora berib erishgan. Bu nafaqat davlatning, balki butun xalqning turgan-bitgan sho'ridir.

5. Tadbirkor rahbar faoliyatining ruhiy-psixologik xususiyatlari
6. Tadbirkor rahbar faoliyatida mojaroli holatlar va ularni hal etish usullari

3. Tadbirkor rahbar faoliyatining ruhiy-psixologik xususiyatlari

Bozor iqtisodiyoti sharoiti tadbirkor rahbarlardan tadirkorlik va ishbilarmonlikni, 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 takomillashishiga, 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 jarayonini 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 takomillash-tirishdan asosiy maqsad daromadni to'g'ri taqsimlash, har bir ishchi, xizmatchining o'z mehnatiga yarasha daromad olishini ta'minlashdir. Demak, boshqarish uslublarini hayotga shunday tadbiq 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'rnatishini, 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 borishadi, inson psixologiyasidan to'g'ri foydalanishadi, ishchini ishga tayyorlash jarayonida halqqa ma'lum bo'lgan uslublarni qo'llashadi, ya'ni bajariladigan ishning nozik tomonlarini va qat'iylikni o'rgatishadi. Ishchining ish joyini tez-tez o'zgartirishi qattiq qoralanadi, shu sababli ishchilar bir ish joyida uzoq yillar davomida ishlab, o'z kompaniyasiga sodiq bo'lishadi. Natijada, ishchilarining tajribasi va malakasi juda yuqori bo'ladi, bu esa, o'z navbatida, mehnat unumdorligining o'sishiga, 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'yanligi 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, ijrochilar ni 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 tashkilotchiligini, 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 masalalar ni qamrab oladi.

Tadbirkor rahbarning tashkilotchilik qobiliyatining ikkinchi yo‘nalishi – ishlab chiqarish tizimini yaxshilash tadbirlariga qaratilmog‘i, yangi jamoada axloqiy-ruhiy muhitni qaror toptirish, yangi texnologiyani joriy etish, kuchlarni tezkor ishlarni bajarishga qaratish, boshqaruvdagi odamlarni imkon qadar kamaytirish, yangi xodimlar malakasini oshirib borish, odamlardagi «boqimandalik» ruhiyatiga barham berish, ishda har xil mojarolar kelib chiqishiga yo‘l qo‘maslik, mehnat intizomiga qattiq rioya qilishdir.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida tadbirkor rahbar faoliyatining mazmuni – uning boshqarish san’atini nechog‘lik egallagani, ya’ni odamlarni jamoaga uyushtirish, ishlarni uzoq va yaqin muddatlarga rejalashtirish, nazorat qilish, axborotlar ayirboshlash, boshqa-rishni oqilona tashkil etish kabi mezonlar bilan ham izohlanadi. Bunda tadbirkor rahbar ongliligi, tadbirkorliligi, ishlab chiqarishni ishning ko‘zini bilib tashkil etishi, belgilangan natijalarga erishishi, odamlarning moddiy va ma’naviy ehtiyojlarini qondirib borishi, uning guruh, jamoa, jamiyat oldida ma’suliyat, 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 ahloqiy muhit paydo qila olishi, hammaning hamkorlikda harakat qilishini ta'minlay olishi;

- odamlarni ishontira olishi va jamoada o'zaro yaxshi munosabatlarni qaror toptirish uchun shart-sharoit yaratishi.

Rahbarning odamlar bilan til topib ishlash mahorati:

- tadbirkor o'z qo'l ostidagilarning nimaga qodirligini hisobga olib ishlarni taqsimlashi;

- odamlarni uyushtirishning eng muhim omillaridan foyda-lanishi;

- 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 etkazish.

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 olish;

- 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 odamlarga munosabati:

- o'z va'dasi, so'zining ustidan chiqishi;

- odamlarni bir-biridan ajratmasligi – hammaga bab-baravar munosabatda bo‘lishi;
- o‘z qo‘l ostidagilarga va boshqalarga tavoza bo‘lishi va o‘zini tuta bilishi, odobliligi va xushmuomalaligi;
- odamlarga munosabatda har bir kishining ruhiy-psixologik xususiyatlarini hisobga olib muomalada bo‘lishi.

Tadbirkor rahbarning o‘z-o‘ziga talabchanligi:

- o‘z hatti harakatlarini tanqidiy baholay olishi;
- o‘z imkoniyatlarini hisobga olib ishlashi;
- boshqalarning unga bergen 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 sifatlari – kuchli xotira, doimiy diqqatning barqarorligi, sog‘lom aql, fikrning kengligi, chuqurligi, tezligi, muammo moxiyatini tez anglab olish, ijodiylik, fikrni og‘zaki va yozma shaklda qisqa, tushunarli, aniq tarzda ifodalash.

Xarakter sifatlari – maqsadga intiluvchanlik, dadillik, mardlik, ishonch, o‘zini tuta bilish, o‘zi va boshqalargi nisbatan talabchanlik, tavakkal qilish qobiliyati, qiyin vaziyatlarda ham o‘zini yo‘qotmaslik, hazil-mutoyiba tuyg‘usi.

His-tuyg‘u sifatlari – 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 xis-xayajonlarini va kayfiyatlarini boshqara olish.

Hulq-atvor sifatlari – yanada yaxshilashga intilish va uni himoya etish, odamlar 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, odamlarga nisbatan mexribonlik, insonpar-varlik, samimiylik, halollik, vijdonlilik, sabr-matonat, holislik.

2. Tartiblilik va intizomlilik, o'ziga va boshqalarga talabchanlik, o'zgalar fikrini tushunish va hisobga olish.

Tadbirkor rahbarning ishbilarmonlik sifatlari: Soha va kasb sirlarini yaxshibilish, 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 ayrboshlashni bilish va hokazo.

Tadbirkor rahbarning tashqi ko'rinishi ham alohida ahamiyatga ega. Uning kiyimboshi hamisha toza, ozoda, tartibli bo'lishi, o'zi esa hulq-atvorda boshqalarga namuna ko'rsatishi, saranjom-sarishtalikka rioya qilishi kerak.

Mana shu xususiyatlarni o'zida namoyon qilgan tadbirkor rahbar bozor iqtisodiyoti talablariga to'liq javob beradi. Zero, bozor munosabatlari ishni jiddiy asoslarda, texnologik jarayonlar bilan qo'shib olib borishni, tezkorlikni, malaka va uquvni, kasb mahoratini yaxshi egallashni taqozo qiladi. Ishlab chiqarish, savdot-tijorat, xizmat idoralari, xalq xo'jaligining barcha tarmoqlarida faoliyat ko'rsatuvchi 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.

4. 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 erda 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 unumдорligi 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 taqsimplamaslik. 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‘rsligi,

qo‘polligi, tundligi va boshqalar sabab bo‘ladi. Xodimning dangasaligi, yalqovligi, maqtanchoqligi, loqaydligi, beparvoligi ham ba’zan ziddiyatlar tug‘diradi.

Tadbirkor rahbar va xodimlar o‘rtasidagi ruhiy psixologik ziddiyatlar kelib chiqishga 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 holisona, do‘stona, samimiyl munosabatda bo‘lsa, masala to‘g‘ri echimini topadi, bordi-yu, jizzakilik qilib, engiltaklik 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, murosai 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 choralarini 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 taxlil qilishi:

- mojarolashayotgan tomon va guvohlar bilan alohida suhbatlashishi;
- ularning maqsadi, qiziqishlari, hulq-atvori, kasbi, tajribasi, turmush sharoiti va boshqa ruhiy-ma’naviy jihatlarini o‘rganish;
- mojaroli vaziyatning sabablarini, 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.

Nazorat va muhokama uchun savollar

1. Biznesda boshqaruв 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 ruhiy-psixologik xususiyatlari nimada?
5. Qanday tadbirkor rahbar muvaffaqiyatga tez erishadi?
6. Tadbirkor rahbar qanday talablarga javob berishi kerak?
7. Raharda 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?

GLOSSARY

Atamaning o'zbek tilidagi nomlanishi	Atamaning ingliz tilidagi nomlanishi	Atamaning rus tilidagi nomlanishi	Atamaning ma'nosi
Avizo	Aviso	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	Agent	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	Letter of credit	Akkreditiv	naqd pulsiz hisob-kitob bo'ladigan bank schyotining turi; kredit muassasasidan olish mumkin bo'lган, aniq oluvchi ko'rsatilgan qimmatbaho qog'oz
Aksept	Acceptance	Aksept	– tashkilotlar o'rtaсидаги naqd pulsiz hisob-lashishning bir shakli; takliflarni qabul qilish, kelgan hujjatlarga va molga pul to'lashga rozilik berish ifodasi
Aksiz	Excise duty	Aksiz	ommaviy iste'molga hos bo'lган oziq-ovqat mollariga hamda nooziq-ovqat mollariga qo'yiladigan egri soliq. Ushbu soliq davlatga shunday mahsulot ishlab chiqaruvchilar va sotuvchilar tomonidan to'lanadi hamda narxning oshirilishi bilan aholi gardaniga yuklatiladi
Aksiya	Stock	Aksiya	aksiyadorlar jamiyati a'zosining mablag' qo'shganligi haqida guvohlik beruvchi qimmatbaho qog'oz. Aksiya sotib olgan shaxs aksiyador hisoblanib, ma'lum huquq va majburiyatga ega bo'ladi
Aksiyadorlik jamiyati	Joint-stock company	Aksionernoe obshchestvo	korxonaning tashkiliy-huquqiy shakli bo'lib,

			jamiyat ixtiyoridagi mulki, boyligiga asoslanib faoliyat yuritadi. Aksiyadorlik jamiyati sarmoyasi jamiyat a'zolarining qo'shgan pul mablag'i yoki moddiy ne'matidan tashkil topadi
Aksiyaning nazorat paketi	Controlling stake	Kontrolnyu paket aksiy	biron shaxsga aksiyadorlar jamiyati faoliyati ustidan nazorat qilishni ta'minlaydigan aksiyalar hissasi. Odatda bunday holat aksiyalar miqdorining yarmidan ko'pi yoki katta qismi bir qo'lida to'planganda amalga oshadi
Arbitraj	Arbitration	Arbitraj	xo'jalik tomonlari o'rtasidagi kelishmovchiliklarni hal qiluvchi hakamlar sudi
Aylanma fondlar	Working capital	Oborotnye sredstva	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	Fixed assets	Osnovnye sredstva	bu fondlar ishlab chiqarish jarayonida qayta-qayta ishlatiladi. U o'zoq muddat davomida foydalanishga mo'ljallangan bo'lib, emirilishi darajasiga qarab ishlab chiqarilgan mahsulot qiymatiga o'z qiymatini asta-syokinlik bilan o'tkazib boradi
Assortiment	Range	Assortiment	sotish xonasidagi turli-tuman mollarning to'planishi; ba'zida bir molning turlar, navlarining to'plami
Assotsiatsiya	Association	Assotsiatsiya	to'planma, uyushma; biron maqsadga erishish uchun (xo'jalik, siyosiy, ilmiy, madaniy yoki boshqa maqsadlar) birlashish. Assotsiatsiya yuridik shaxs bo'lib hisoblanadi
Auditor firmasi	Auditor firm	Auditorskaya firma	mustaqil tashkilot bo'lib, shartnoma asosida

			korxonalar yillik buxgalteriya hisobotini tekshiradi va tasdiqlaydi. Tekshiruv davomida auditor firmasi buxgalteriya hisob-kitobining holatini va talabga mos kelishini, moliya-xo‘jalik faoliyati masalalarining haqiqiy holatga mos kelishini nazorat qiladi
Auksion	Auction	Auksion	kim oshdi savdosi. Bu alohida xususiyatga ega bo‘lgan va alohida joylarda tashkil etiladigan ochiq savdoga asoslangan mahsus bozor. Auksion o‘zaro musobaqaga tayangan holda amalga oshadi
Aholining harid qobiliyati	Purchasing power of the population	Poko’patelnaya sposobnost naseleniya	aholining bozordagi vujudga kelgan narx asosida mollarni, xizmatni xarid qilish imkoniyati. Aholining harid qobiliyati bozor sig‘imini belgilashda etakchi o‘rin egallaydi
Aholining minimal iste’mol byudjeti	Minimum consumer budget of the population	Minimalnyiy potrebitelskiy byudjet naseleniya	har bir oila a’zosining ish kuchini qayta tiklashi uchun zarur mablag‘ miqdori. Bunda zarur iste’mol mollarining, xizmatning miqdori va sifati e’tiborga olinadi va oilaning har bir a’zosiga pul birligida hisoblanadi
Baza	Base	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	Bank	Bank	pul mablag‘larini mujassamlashtiradigan, qarz beruvchi, pul, qimmatbaho qog‘ozlarni, hisoblarni olib boruvchi muassasa
Bankrot	Bankrupt	Bankrot	– to‘lovga qodir bo‘lmasan qarzdor
Barter	Barter	Barter	savdo-sotiq 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	Forecast	Prognoz	ma’lum axborotlarga, raqamlarga, hisoblarga, sharoitga tayanib bashorat qilish
Bijuteriya	Bijouterie	Bijuteriya	zargarlik mollari savdosi
Birja	Stock exchange	Birja	qog‘ozlar, valyuta, tovar, ish kuchi va xom ashyo sotiladigan va harid qilinadigan muassasa
Boj to’lovi	Customs duty	Tamojennaya poshlina	chegaradan chiqayotgan yoki kelayotgan mollarga qo‘yilishi mumkin bo‘lgan to‘lov. Uning miqdori davlat siyosatiga bog‘liq. Boj miqdori mahsus boj tariflarida ifodalanadi
Bozor segmenti	Market segment	Segment rynka	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-odatlari, jinsi, yoshi va boshqa xususiyatlariga qarab bozor segmentlashtiriladi
Bozor sig’imi	Market capacity	Vmestimost rynka	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 harid quvvati, korxonalarining aynan shu molni sotib olish ehtiyoji hisobga olinadi
Bond	Bond	Bond	bojxona boji to‘lanmagan tovar
Bord	Board	Bord	molning sotuvchi hisobidan kemaga etkazib

			berilish sharti
Bonus	Bonus	Bonus	xizmat uchun mukofotlash, rag‘batlantirish. Tovar bozorida bonusning miqdori sotilgan yoki harid qilingan tovarning qiymatiga, undan olinadigan foizga, tovarning bozorda tez sotilishiga, sotilish yo‘liga, iqtidorli komissionerlar o‘rtasidagi raqobat darajasiga bog‘liq
Broker	Broker	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	Order	Zakaz	– haridorning (buyurtmachining) sotuvchiga jo‘nata-digan hujjati bo‘lib, unda molni harid qilishga qat’iy qaror qilinganligi ifodalanadi
Valvatsiya	Valvation	Valvatsiya	chet el tangasi qiymatini davlat pul birligida baholash
Valyuta	Currency	Valyuta	biror mamlakatda qabul qilingan pul tizimi va pul birligi
Valyuta kursi	Exchange rate	Valyutnyiy kurs	bir mamlakat pul birligining boshqa mamlakat pul birligida ifodalanishi. Valyuta kursining o‘rnatalishi koti-rovka deyiladi
Veksel	Promissory note	Veksel	– qonun tomonidan qat’iy belgilangan, qarzni ifodalovchi yozma majburiyat bo‘lib, veksel oluvchi uni egasiga topshiradi
Venchur korxonalari	Venture company	Venchurnoe predpriyatie	davlat, yirik firmalar bilan kontrakt asosida ilmiy izlanishlar olib boruvchi, muhandislik ishlarini yaratuvchi, yangiliklarni tafbiq etuvchi korxona
Garantiya	Guarantee	Garantiya	kafillik, ishontirish, gardaniga olish, biror-bir narsani ta’minlaydigan sharoit. Kontrakt

			to'zuvchi tomonlar, masalan, kontraktning bajarilishiga, agar bajarilmasa, zararlarni qoplashga kafillik beradi
Giperinflyatsiya	Hyperinflation	Giperinflyasiya	pul qadrsizlanishining juda yuqori sur'atini ifodalaydi. Bunda pulning qadrsizlanishi yiligi 1000 foizdan ortadi
Daromadlar	Incomes	Doxodы	– 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'rtaqidagi tafovutdan kelib chiqadi
Debitor	Debtor	Debitor	biror korxonadan, firmadan, muassasadan boshqa yuridik shaxs yoki fuqaroning qarzdor bo'lib qolishi
Devalvatsiya	Devaluation	Devalvatsiya	mamlakat pul birligi asosidagi oltin-ning kamayishi yoki kursining boshqa mamlakatlar valyutasi kursiga nisbatan qonuniy ravishda pasayishi
Deklaratsiya	Declaration	Deklaratsiya	ma'lum axborotni o'z ichiga oluvchi hujjat. Deklaratsiya bojaxona uchun tayyorlangan bo'lsa, unda boj to'lanadigan molning nomi, miqdori, narxi va boshqalar ifodalanadi
Dekort	Decort	Dekort	haqini muddatdan avval to'langan yoki molning miqdori, sifati kelishuv shartlariga mos kelmagani uchun molning narxidan chegirma
Demarketing	Demarketing	Demarketing	marketingning bir turi bo'lib, ishlab chiqarish quvvati, xom ashyoning etishmasligi tufayli bozorga kam chiqariladigan molga talabni pasaytirishga qaratilgan

Demping	Dumping	Demping	eksport tovarlarini bozorning o‘rtacha narxidan, hatto tannarxidan ham pastroq narxda sotish. Bu usul bozorni egallash, raqobatchilarni sindirish maqsadida qo‘llaniladi
Defitsit	Deficit	Defitsit	biror narsaning etishmasligi, kamchiligi. Jumladan, tovarlar etishmasligi, byudjet mablag‘ining etish-masligi
Djobber	Jobber	Djobber	yirik miqdordagi tovarlarni tez sotib yuborish maqsadida harid qiladigan firma
Dividend	Divident	Dividend	aksiya egasining oladigan daromadi bo‘lib, aksiyador jamiyati foydasining bir qismini tashkil etadi
Diler	Dealer	Diler	– birjadagi yoki savdodagi vositachi bo‘lgan shaxs
Diskaunter	Discaunter	Diskaunter	rivojlangan mamlakatlardagi o’zoq muddat ishlatalishga mo‘ljallangan tovarlarni arzon bahoda va qo‘shimcha xizmatsiz sotiladigan do‘kon
Distribyutor	Distributor	Distribyuter	o‘z nomidan va o‘z mablag‘i hisobiga tovarlarni harid qilib, sotuvchi vositachi. Mollarni ulgurji sotib oladi va chakana savdo firmalari, do‘konlarga sotadi
Ijara	Lease	Arenda	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	Image	Imidj	firmanın mavqeい, ishlab chiqarayotgan molning, xizmatning sifati, rahbarlarning obro‘si haqidagi buyurtmachi va xaridorning fikri
Import	Import	Import	chet eldan tovarlarni sotib olish yoki boshqa usullar bilan keltirish. Keltirilgan mol iste’mol, qayta ishlash, hatto tashqariga sotish maqsadida bo‘lishi mumkin
Investitsiya	Investment	Investitsiya	kelgusida foyda olish, samaraga erishish maqsadida biror-bir korxonaga o’zoq muddatga kapital qo‘yish

Investor	Investor	Investor	investitsiya bilan shug‘ullanuvchi yuridik shaxs yoki fuqaro
Injiniring korxona	Engineering company	Injenernoe predpriyatiye	muhandislik maslahat xizmatlarini tijoratchilik qoidalariga asoslangan holda amalga oshiradigan korxona
Inflyatsiya	Inflation	Inflyasiya	muomala doirasida pulning ko‘payib ketishi yoki qadrsizlanishi
Iste’mol savatchasi	Conso’mer basket	Potrebitelskaya korzina	ma’lum mollar, xizmatlar yig‘indisini tashkil etib, bu yig‘indi aholi iste’molining tarkibi va darajasini to‘liqroq ifodalaydi
Kapital	Capital	Kapital	bu egasiga daromad keltiruvchi mablag‘ va resurs
Kvota	Quota	Kvota	o‘rnatilgan mutlaq yoki nisbiy ko‘rsatkich. Savdoda, eksport yoki import qilish miqdorining chegarasi
Kliring	Clearing	Kliring	xalqaro naqd pulsiz hisoblashish shakli bo‘lib, bunda davlatlar bir-biriga qarzini o‘zaro qaramaqarshi to‘lov majbu-riyatlari vositasida to‘laydi
Komission	Comission	Komissionnyiy	uchinchi shaxs vositasida sotib olinadigan va sotiladigan narsalar; komission savdo korxonalarini yoki komissionerlar vositachilik ishi uchun ma’lum haq, mukofot oladilar
Kommivo-yajer	Commercial traveller	Kommivoyajer	– firma ishlab chiqarayotgan barcha mahsulotni sotuvga taqdim etuvchi shaxs
Konsorsium	Consortium	Konsorsium	– bu aniq iqtisodiy loyihalarni amalga oshirishni maqsad qilgan korxonalarining muvaqqat birlashmasi
Konfiskatsiya	Confiscation	Konfiskatsiya	majburiy holda mulkning jami yoki bir qismini musodara qilish va davlat ixtiyoriga o‘tkazish
Konsern	Concern	Konsern	bu ishlab chiqarish diversifikatsiyasi, ya’ni korxonalarining faoliyat sohalari va ishlab chiqaradigan mahsulotlari turining kengayishi, yangilanib turishi asosida tarkib topadigan yirik ko‘p tarmoqli korporatsiya
Konsessiya	Concession	Konsessiya	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 ruxsatnomasi, ular bilan to'ziladigan shartnomasi yoki kelishuv
Konyuktura	Conjecture	Kon'yunktura	xo'jalikning ma'lum davridagi holatini xarakterlovchi ko'rsatkichlar to'plami
Kooperativ	Co-operative	Kooperativ	– bu yuridik shaxs huquqiga ega bo'lgan, xo'jalik yurituvchi sub'ekt. U jamoa mulki huquqidagi mulkka egalik qiladi, undan foydalanadi va tasurruf etadi
Kooperatsiya	Co-operation	Kooperatsiya	ishlab chiqarish yoki ayrboshlash doirasidagi jamoaga birlashish
Korporatsiya	Corporation	Korporatsiya	bir xil mahsulot ishlab chiqaruvchi yirik aksionerlik jamiyatlari birlashmasi
Korxona aktivlari	Factory assets	Aktiviy predpriyatiya	bu korxonada ishlab chiqarish fondlari shaklida band bo'lgan kapitaldir
Lizing	Leasing	Lizing	– imorat, inshoot, mashina, jihozlar, asbob- uskuna, transportalarini o'rta va o'zoq muddatga ijara berish
Litsenziya	Licence	Litsenziya	biror bir faoliyat turi bilan shug'ullanish uchun davlat organlari tomonidan ruxsat burish
Marja	Margin	Marja	savdo, birja, bank ishlarida foydalaniladigan hamda mollar narxlari, qimmatbaho qog'ozlar kurslari, boshqa ko'rsatkichlar o'rtasidagi farq
Marketing	Marketing	Marketing	bozor talablariga bo'ysungan holda iste'molchilar ehtiyojini imkonli boricha qondirishga qaratilgan xo'jalik faoliyatini tashkil etish va boshqarish tizimi
Notijorat yuridik shaxs	Non-commercial juridical person	Nekomercheskoe yuridicheskoe litso	bu ixtiyorilik asosida tashkil etilgan, daromad (foyda) olishni o'z faoliyatining asosiy maqsadi qilib olmagan hamda olingan daromadlar (foyda)ni o'z a'zolari o'rtasida taqsimlamaydigan o'zini-o'zi boshqarish tashkiloti
Nou-xou	Know-how	Nou-xau	mahsulot ishlab chiqarishni o'zlashtirishni engillashtirish va tezlashtirishga imkon beruvchi texnik bilim, texnik tajriba, ishlab chiqarishning yashirin imkoniyatlari
Offerta	Offer	Oferta	sotuvchining mol harid imkonli bor haridorga

			ma'lum shartlar asosida mol to'plamini sotish haqida yuborgan taklifi
Pablik rileyshnz	Public relations	Publichnoe otnoshenie	mol, xizmat, firma, korxona haqida yaxshi fikrni vujudga keltirish jarayoni
Proteksionizm	Protectionism	Protekcionizm	milliy ishlab chiqarishni rivojlantirish maqsadida chet el raqobatidan saqlash, himoya qilish
Raqobatbardoshlik	Competitiveness	Konkurentospo sobnost	biror turdag'i molning iste'mol qiymati mos keladigan boshqa tovarga solishtirish, taqqoslash ko'rsatkichi
Revarvatsiya	Revival	Revalvatsiya	boshqa davlatlar valyutasiga nisbatan milliy valyuta rasmiy kursining oshishi
Reklama	Advertising	Reklama	tovarlar, xizmatlar haqida turli vositalar bilan ochiq xabardor qilish
Rentabellik	Profitability	Rentabelnost	xarajatlarni oqlaydigan, xo'jalik nuqtai nazaridan maqsadga muvofiq, foydali, draomadli. Rentabellik ko'rsatkichi foydaning moddiy, mehnat va moliyaviy resurslarga nisbati bilan o'chanadi
Refaksiya	Refaction	Refaksiya	tovarning narxi yoki og'irligidan uning bo'zilgan yoki kamaygani uchun chegirma qilish
Stagnatsiya	Stagnation	Stagnatsiya	iqtisodiyotda turg'unlikni anglatadi
Stagflyatsiya	Stagflation	Stagflyasiya	iqtisodiyotning shunday holatiki, bunda turg'unlik va pulning qadrsizlanishi birgalikda xukm suradi
Sug'urta	Insurance	Straxovka	- kutilmagan sharoitlardan yoki tavakkalchilikdan ko'-rilgan zararni qisman yoki to'liq qoplash, muhofaza qilish choralar
Tadbirkor	Businessman	Predprinimatel	yuridik shaxs tashkil etgan holda yoki tashkil etmasdan doimiy asosda tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanuvchi shaxs
Tadbirkorlik	Business	Predprinimatel	bu mulkchilik sub'ektlarining foyda odish maqsadida tavakkal qilib va mulkiy javobgarligi asosida amaldagi qonunchilik doirasida tashabbus bilan iqtisodiy faoliyat ko'rsatishdir
Tant'ema	Tanteema	Tant'ema	savdo, sanoat, bank, aksionerlar tashkilotlari foydasidan bu tashkilotlarning boshqaruva xodimlariga to'lanadigan qo'shimcha mukofot

Tarif	Tariff	Tarif	– biror ish, xizmat uchun rasmiy hamda belgilangan to'lov
Tashqi savdo balansi	Outward trade balance	Vneshniy torgoviy balans	ma'lum davr (oy, chorak, yil) davomida mamlakatga keltiriladigan va undan chiqariladigan tovarlar qiymati o'rtaqidagi nisbat
Tender	Tender	Tender	birjada savdo o'tkazishda tushadigan taklif. Taklif berish tartibi savdoni o'tkazadigan tashkilotchilar tomonidan belgilanadi
To'lov valyutasi	Payment currency	Platejnaya valyuta	tomonlarning kelishuvi bilan tovarlarning tashqi savdo aloqalarida haqini to'lashda yoki halqaro kreditni qaytarishda ishlatiladigan valyuta
To'lovga qodirlilik	Solvency	Platejesposobnost	yuridik yoki jismoniy shaxsning moliyaviy majburiyatlarini o'z vaqtida bajara olish imkoniyati
To'lov topshirig'i	Payment order	Platejnoe poruchenie	korxona, firma, tashkilotning unga xizmat qiladigan o'z schetidan mablag' o'tkazish zarurligi haqidagi topshirig'i
Faktoring	Factoring	Faktoring	moliya-tijorat xizmatining turi bo'lib, bunda bank yoki boshqa moliya tashkilotlari xarid qiluvchi korxona qarzlarini, majburiyatlarni o'ziga oladi
Fermer xo'jaligi	Farm	Fermernoe xozyaystvo	bu o'ziga o'zoq muddatli ijara berilgan er uchastkalaridan foydalangan holda qishloq xo'jaligi mahsulotlari-ni ishlab chiqarishni amalga oshiruvchi fermer xo'jaligi a'zolarining bирgalikdagi faoliyatiga asoslangan, yuridik shaxs huquqiga ega mustaqil xo'jalik yurituvchi sub'ekt
Firma	Firm	Firma	ishlab chiqarish, xizmat ko'rsatish, tijorat yoki tadbirdorlik faoliyatiga qaratilgan, yuridik shaxs hisoblangan korxona
Fondlarning aylanishi	Fund transaction	Oboroty fondov	bu moddiy ashyoviy omillar qiymatining ishlab chiqarish va muomala sohalari orqali harakat jarayonidir
Xolding kompaniya	Xolding company	Xoldingovaya kompaniya	bu mulk egalari tomonidan bir qancha mustaqil aksiyadorlik jamiyatlari faoliyatini nazorat qilish maqsadida tashkil etilgan hissadorlik jamiyati
Xususiy kapital	Private capital	CHastnyy kapital	tadbirkorning eng muhim va hal etuvchi ahamiyatga ega bo'lgan sarmoyasi
Xususiy	Private business	CHastnoe predprinimatels	bu fuqarolar (alohida fuqaro) to-monidan

tadbirkorlik		two	o‘zlarining tavakkalchiliklari va mulkiy javobgarliklari asosida, shaxsiy daromd (foyda) olish maqsadida amaldagi qo-nunchilik doirasida amalga oshiriladigan tashabbuskor xo‘jalik faoliyatidir
Xususiy firma	Private firm	CHastnaya firma	ayrim shaxs yoki oilaga tegishli bo‘lgan yaka xususiy mulkka asoslanib faoliyat ko‘rsatuvchi korxona
Shirkat firma	Co-operation firm	Kooperativnaya firma	bir necha tadbiroklarning o‘zaro mulkiy birlashuvi va tadbirkorlikdan olinadigan foydani baham ko‘rishga asoslangan sherikchilik korxonasi
Erkin iqtisodiy zonalar	Free economic zones	Svobodnye ekonomicheskiye zony	bu qo‘shma sohibkorlik zonalari, xorij kapitalinig erkin amal qilishi uchun ajratilgan mahsus hudud
Erkin savdo zonasasi	Free trade zone	Svobodnaya torgovaya zona	bu ma’lum bir hududlarni iqtisodiy o‘z ichiga olgan, boj to‘lovlaridan ozod qilingan savdo zonasidir
Qarz-kredit kapitali	Debt-credit capital	Dolgovoy-kreditnyy kapital	bank, byudjet, moliya muassasalari yoki boshqa korxonalarlan olinadigan kreditlar, chiqariladigan obligatsiyalar evaziga shakllanadi
Qo’shma kapital	Mixed capital	Smeshannyy kapital	– bu tezna jalb etilgan resurslar bo‘lib, u asosan aksiyalarni sotish, pay va kirish badallarini to‘plash, korxonalarni birlashtirish natijasida aktivlarning ko‘payishi evaziga shakllanadi

Asosiy va qo'shimcha o'quv adabiyotlar hamda axborot manbalari

Rahbariy adabiyotlar:

1. Mirziyoyev SH.M. Erkin va farovon, demokratik O'zbekiston davlatini birligida barpo etamiz. Toshkent, «O'zbekiston», 2016 yil, 56 bet.
2. Mirziyoyev SH.M. Qonun ustvorligi va inson manfaatlarini ta'minlash-yurt taraqqiyoti va xalq farovonligining garovi. Toshkent, «O'zbekiston», 2017 yil, 48 bet.
3. Mirziyoyev SH.M. "Taqidiy tahlil, qat'iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik – har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo'lishi kerak" 2016 yilda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2017 yilga mo'ljallangan iqtisodiy dasturning eng muhim ustuvor yo'nalishlariga bag'ishlangan O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining majlisidagi ma'ruzasi // Xalq so'zi gazetasi. 2017 yil 16 yanvar.
4. Mirziyoyev SH.M. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha Harakatlar strategiyasi to'g'risida" gi 07.02.2017 yildagi PF-4947-sonli Farmoni.
5. Mirziyoyev SH.M. Buyuk kelajagimizni mard va oljanob xalqimiz bilan birga quramiz. Toshkent, «O'zbekiston», 2017 yil, 488 bet.

Asosiy adabiyotlar:

1. G'afurov U.V. Kichik biznesni davlat tomonidan tartibga solishning iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish. Monografiya. – T.: Moliya, 2016. – 208 b.
2. Egamberdiyev E., Xo'jakulov X. "Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik" o'quv qo'llanmasi. – T.: Moliya, 2003. – 175 b.
3. Abdullayev Y.O. Kichik biznesni boshqarish. Darslik., – T.: Moliya, 2003.
4. Mutalov A. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni soliqqa tortish. – T.: TDIU, 2003.
5. Susan J. Penner. Economics and Financial Management for Nurses and Nurse Leaders: Second Edition, 2013

Qo'shimcha adabiyotlar:

1. O'zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi. T.: "O'zbekiston" 2014y.
2. O'zbekiston Respublikasi mehnat kodeksi (O'zgartirish kiritilgan). T.: Adolat, 2011.
3. Maykl E., Gerber. Maliy biznes ot ilyuziy k uspexu. Vozvrasheniye k mifu predprinimatelstva. «Olimp-Biznes». 2005
4. Shey T. «Dostavlyaya schaste. Ot nulya do milliarda». Moskva, 2011

Elektron ta'lim resurslari:

1. www.zyonet.uz
2. www.gov.uz
3. www.stat.uz
4. www.mfer.uz